



Die Milch aus den Alpen

Herkunft hat Zukunft

von Dr. Josef Hohenecker, Peter Möltner und Dr. Walter Schiebel



Foto: Jenewein

Die geografische Lage der Berglandwirtschaft mit ihren Besonderheiten ist mit einem klar erkennbaren Produktmanagement hervorzuheben

Um eine Langfristprognose über die Milch- und Molkereiwirtschaft im Alpenraum abgeben zu können, wurde eine Delphibefragung durchgeführt.

Wer wurde was gefragt?

Bei dieser Befragung handelt es sich um eine Expertenbefragung. Wobei drei Entscheidungsträgergruppen (Entscheidungsträger der Molkereien, Fachjournalisten und Interessensvertreter von Produzenten und Fachverbänden) aus vier verschiedenen Ländern (Österreich, Deutschland, Schweiz und Italien) befragt wurden.

Der Einsatz des Internets als Kommunikationsplattform machte die Delphi-Umfrage zu einem Instrument, mit Hilfe dessen die Expertenbefragung in angemessener Zeit und vertretbarem Aufwand durchgeführt werden konnte. Dafür wurde eine technisch-organisatorische Plattform gebildet. Die Experten erhielten dabei eine E-mail mit einem Link zum Fragebogen und konnten

diesen direkt, online über das Internet ausfüllen.

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Untersuchung sollen einen detaillierten Überblick über die Zukunft der alpinen Molkereiwirtschaft geben. Der Zugang erfolgt aus vier verschiedenen Blickwinkeln. Der erste Blickwinkel betrifft die Produktpolitik mit den Problemen und Chancen durch die immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen. Der zweite ist auf die Kommunikationspolitik im engeren Sinne, wie Markenpolitik und Herkunftsbezeichnungen ausgerichtet. Der dritte Blickwinkel betrifft die Distributionspolitik, die vor allem im Business-to-Business Bereich großen Veränderungen unterworfen ist. Schließlich versucht der vierte Blickwinkel, Trends im Preisniveau der Milchprodukte aufzuzeigen und die künftige Entwicklung des Milchpreises zu prognostizieren.

Was für den europäischen Milch- und Molkereisektor im allgemeinen gilt, trifft auf den Alpenraum ganz besonders zu. Die landwirtschaftlichen Eigenheiten und Einschränkungen der Landschaft prägen die alpine Milch- und Molkereiwirtschaft und ihre möglichen Reaktionen auf veränderte Rahmenbedingungen entscheidend. Eine online Expertenstudie des Institutes für Agrarökonomik der BOKU nahm kürzlich die Zukunft des Milchmarktes im Alpenraum unter die Lupe, um darauf aufbauend das Entwicklungspotential besser abschätzen zu können.

Laut den Experten wird sich vor allem „alpenländisches Joghurt“ auf den europäischen Märkten durchsetzen.

Produktpolitik

Gute Absatzchancen werden auch bei Schaf- und Ziegenprodukten prognostiziert. Weil sich die Produktlebenszyklen tendenziell verkürzen, ist primär eine Unique Selling Proposition für die Produkte aufzubauen. Dies kann rechtlich gesehen durch Kennzeichnung der Produkte mit regionaler Ursprungsbezeichnung und technisch durch probiotische und Wellness-Produkte geschehen. Mit einem anhaltenden Trend zu biologisch produzierten Milch- und Molkereiprodukten ist laut den Experten ebenfalls zu rechnen, der sich auch auf das Segment der Convenienceprodukte auswirken wird. Allergien, Lebensmittel-skandale und ein steigendes Gesundheitsbewusstsein sind die Triebfeder für die anhaltende Nachfrage nach Bio-Milch-



produkten. Neben Österreich zählt vor allem die Schweiz und Deutschland zu den Vorreitern bei Bio-Milch in Europa.

Kommunikationspolitik

Es gilt, die geografische Lage der Berglandwirtschaft mit ihren Besonderheiten mit einem klar erkennbaren Produktmanagement hervorzuheben, um die entsprechenden Zielmärkte bearbeiten zu können. Die Experten sind der Meinung, dass starke Marken mit Herkunftsbezug bzw. regionalem Bezug auch im Frischebereich große Bedeutung erlangen werden. Umweltschonende Produktionsmethoden liegen im Trend und sollten verstärkt kommuniziert werden. Verbindet man die Einschätzung der steigenden Bedeutung von Regionalmarken mit der Einschätzung des Konkurrenzdruckes auf den Märkten, so wird der Marktanteil alpenländischer Produkte vor allem bei den regionalen Spezialitäten steigen. Im Spannungsfeld zwischen regionalen Marken und Handelsmarken sehen die Experten in den Handelsmarken eine Konkurrenz.

Distributionspolitik

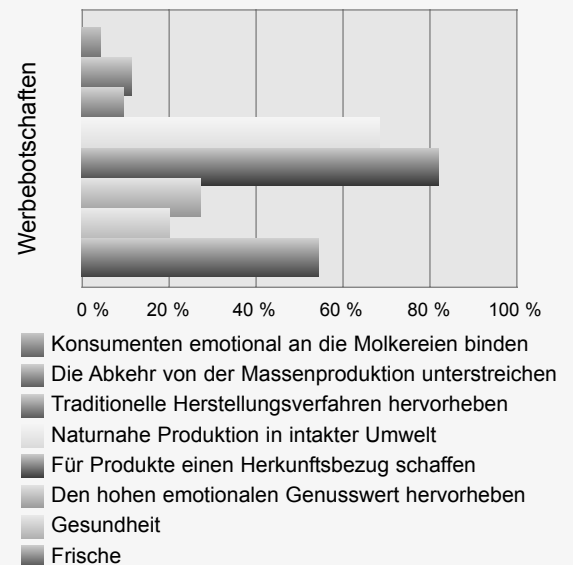
Bis 2010 wird sich die Kontrolle der europäischen Lebensmittelverteilung in den Händen einiger weniger großen LEH-Ketten konzentrieren. Dadurch werden Marken der Handelskonzerne in Zukunft einen noch größeren Distributionsbereich

erfahren. Das Internet wird in Zukunft auch im Alpenraum zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor. Laut den Experten wird sich Electronic-Commerce (Online-Geschäfte zwischen Unternehmen) von Milchprodukten vor allem im Business-to-Business Bereich etablieren.

Preispolitik

Laut den Experten werden die Erzeugermilchpreise im Hinblick auf die Agenda 2000 vor der vorgesehenen Interventionspreissenkung (ab 2005) im Milchbereich, um ca. 5 % sinken. Die Entwicklung der Abgabepreise an den Handel wird allgemein in einer sinkenden Tendenz gesehen, solange sich die Verarbeitungsstruktur im

Bedeutung der Werbebotschaften für Milchprodukte



konventionellen Bereich nicht ändert. Die Abgabepreise an den Handel werden weiter stark unter Druck bleiben. Bei den Verbraucherpreisen wird keine weitere Senkung erwartet. Langfristig wird jedoch mit einem mitteleuropäischen Preisniveau gerechnet. ■

FORST- U. GÜTERWEGSANIERUNG - FORSTMULCHEN

Josef Schmid 

Einsatzgebiete STF 503:

- > Forst- und Güterwegsanierung
- > Rekultivierung nach Geländekorrekturen und Leitungsbau (Gas, Wasser, Strom, ...)
- > Schipistensanierung
- > Alm- und Weideflächenrekultivierung



Einsatzgebiete Forstmulcher:

- > Schlagabraumbeseitigung
- > Mulchen von verwaldeter Weidefläche
- > Anlegen von Rückegassen
- > Anlage von Wildäckern
- > Beseitigung von Windwurfrestholz und Wurzelstöcken
- > Bauflächenvorbereitung



A-3343 Hollenstein/Ybbs
Wenten 18A
Tel. 07445/488 - Fax /488-4
0664/2210763

www.strassensanierung.at
schmid-josef@utanet.at