



8,6 Mrd. kg Milch von Mitgliedern verarbeitet Friesland-Campina in Deutschland, den Niederlanden und Belgien. Auf dem Foto ist die Milcherfassung des Werkes in Köln zu sehen. Foto: Adams

„Molkereien größer, stärker und sicherer machen“

Fusioniertes Unternehmen Royal Friesland-Campina vorgestellt

Immer weniger Kunden beim Handel und damit einer größer werdenden Marktmacht sehen sich die Molkereien gegenüber. Dies führe zu wachsendem Preisdruck und mache eine Bündelung von Milchmengen auf der Molkereiseite und damit Fusionen notwendig, sagte Michael Feller, der Vorsitzende der Geschäftsführung von Friesland-Campina Deutschland, kürzlich während einer Präsentation vor Vertretern von Verbänden, Landwirtschaftskammern und Futtermittelherstellern. Die beiden Unternehmen Campina und Friesland Foods waren zum Jahreswechsel fusioniert. Mit dem Zusammenschluss werde das neue Molkereunternehmen größer, stärker und sicherer gemacht, sagte Feller.

„Campina und Friesland Foods passen perfekt zusammen“, sagte Feller, denn es gebe keine großen Überlappungen beim Absatz.

Sinkende Kaufkraft durch Rezession wirkte sich aus

Hintergrund für die Entscheidung zur Fusion sei auch die Situation im Jahr 2008 gewesen: Die Verschlechterung des Absatzes bei Milchpulver, Molke und Käse in der zweiten Jahreshälfte und eine geringere Nachfrage aus Asien hätten die Vermarktung erschwert. Auch der Einfluss der sinkenden Kaufkraft durch die Rezession habe sich in den letzten Monaten 2008 bereits ausgewirkt.

Exklusive Mehrwertsteuer seien 2008 36,37 Cent je kg Milch an die 16 000 Mitglieder ausgezahlt worden. Hinzu kamen 0,29 Cent in Obligationen auf Namen der Mitglieder sowie der Markenmilchzuschlag (beispielsweise Landliebe). Deutsche Mitglieder erhielten

für ein Tankvolumen von mindestens sechs Gemelken zusätzlich 0,25 Cent je kg Milch.

Etwa 8,6 Mrd. kg Milch lieferten die Mitglieder 2008 an. Weltweit wurden inklusive der Zukaufmilch insgesamt



Die seit langer Zeit erfolgreiche Marke Landliebe wird von Verbrauchern höherwertiger eingeschätzt als Biomarken, ergab eine Umfrage der Molkerei Friesland-Campina. An dem Programm teilnehmende Landwirte erhalten ein Cent je kg Milch an Zuschlag. Foto: Imago

11,5 Mrd. kg Milch verarbeitet. Dies ist international die größte Bündelung von Rohmilch in bäuerlicher Hand.

Im aktuellen Monat Juni beträgt der Friesland-Campina-Garantiepreis 24,25 Cent je kg Milch (4,41 Prozent Fett und 3,47 Prozent Eiweiß). Abgezogen wird davon eine Sommermilchrückstellung, um die Herbstmilchpreise ab August zu stützen. Damit ist der Preis im Vergleich zum Vormonat um 1 Cent gesunken. Zu dem Garantiepreis kommt ein Leistungszuschlag, der von Unternehmenspolitik und den geplanten Rücklagen abhängig ist. Vom Unternehmensgewinn werden laut Peter Gerber, Bereich Genossenschaftsdienst, Transport und Landwirtschaft, 25 Prozent als Leistungszuschlag an die Mitglieder ausgezahlt, 15 werden in Mitgliederobligationen gebunden und 60 Prozent fließen in die Kapitalrücklage der Molkerei. Im Gegensatz zu vielen anderen Molkereien werde der Milchpreis bereits zu Beginn jeden Monats, nämlich am ersten Montag, bekannt gegeben.

Das Unternehmen erwirtschaftete 2008 nach eigenen Angaben einen Umsatz von 9,5 Mrd. und einen Gewinn von 135 Mio. Euro. Erzielt worden sei der Umsatz zu 16 Prozent in Deutschland, zu 30 Prozent in den Niederlanden, 28 Prozent im restlichen Europa, 14 Prozent in Asien und Australien, 9 Prozent in Afrika und dem Nahen Osten und 3 Prozent in Nord- und Südamerika.

Marke Landliebe kommt gut an bei den Verbrauchern

Auch die unterschiedlichen Markenlinien der Molkerei wurden erläutert. Unternehmerisch erfolgreich seien vor allem Produkte mit Mehrwert. „Einen 3,5-prozentigen Joghurt kann jeder produzieren und das zu immer günstigeren Preisen“, sagte Michael Feller. Eine neue Marke rechne sich frühestens nach fünf Jahren. Näher beschrieben wurde das Konzept der Premiummarke Landliebe. Diese werde von den Verbrauchern höherwertiger eingeschätzt als Biomilchmarken, erläuterte Feller und bezog sich dabei auf die Ergebnisse einer Umfrage. Für die Produkte würden nur ausgesuchte Zutaten eingesetzt und keine künstlichen Farbstoffe, Aromen oder Konservierungsstoffe. Ausgewählte Höfe in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz liefern die Milch dafür. Die Landliebemilch werde von etwa 680 Familienbetrieben produziert und komplett im Kölner Werk verarbeitet. Eine gentechnikfreie Fütterung, helle Boxenlaufställe oder bei anderen Haltungsformen Weide-

gang seien Voraussetzungen für die Teilnahme. Als Ersatz für Soja würden Körnerleguminosen aus Deutschland oder Europa eingesetzt, Futterpflanzen aus Übersee seien nicht erlaubt. Ziel der Marke sei es, Familienbetriebe zu stärken, regionale Verantwortung sowie eine hohe Nachhaltigkeit zu erreichen, und das bei hoher Transparenz und geschlossener Produktionskette. Dies stärke das Vertrauen in eine Marke. Auf der Veranstaltung kam die Frage, ob der Zuschlag von einem Cent je kg Milch, den die Landliebe-Betriebe erhalten, ausreicht. Dieser sei als Ausgleich für den höheren Aufwand zu sehen, sagte Gerber. Die Mehrwerterschöpfung aus dem Verkauf dieser Produkte stehe allen Mitgliedern zur Verfügung. Das mache der genossenschaftliche Gleichbehandlungsgedanke notwendig, denn es könnten nicht alle Mitglieder an diesem Programm teilnehmen, da die Premiummarke nur in einem gewissen Rahmen abgesetzt werden könne.

Es müssen keine Obligationen mehr gekauft werden

Über die Veränderungen der Molkereistruktur nach der Fusion sprach der Hauptgeschäftsführer für den Genossenschaftsbereich, Atze Schaap. In

21 Gebiete (Distrikte), davon zwei in Deutschland (Hessen/Westfalen und Rheinland/Bergisches Land) sei das Einzugsgebiet aufgeteilt. Etwa acht Prozent der Genossenschaftsmitglieder kommen aus Deutschland. Die übrigen Distrikte befinden sich in den Niederlanden und in Belgien. Jedem Distrikt ist ein Distriktrat von zehn Landwirten vorangestellt, der jetzt mehr Verantwortlichkeiten habe als früher, beispielsweise werde ein eigenes Budget verwaltet, so Schaap. Wesentlich verändert worden sei auch die Mitgliederfinanzierung. Vor der Fusion mussten Campina-Mitglieder bei Wachstum des eigenen Betriebes zusätzliche Mitgliederscheine kaufen, denn diese waren an die gelieferte Milchmenge gekoppelt. Dies sei jetzt nicht mehr verpflichtend. Bereits vorhandene Obligationen (ehemaligs Mitgliederscheine) müssten jedoch behalten werden und wurden umgewandelt. Die Obligationen werden in der zweiten Jahreshälfte 2009 mit 3,9 Prozent verzinst und einmal jährlich (im Juni) wird dieser Betrag an die Mitglieder ausgezahlt.

Auch das Thema Liefervereinbarungen nach dem Auslaufen der Milchquotenregelung interessierte die Teilnehmer. „Bis 2014/15 sind es noch einige Jahre. Eine jetzt festgelegte Strategie kann dann schon wieder völ-

lig überholt sein“, sagte Peter Gerber. Aus diesem Grund könne dazu keine Aussage gemacht werden.

Kritisiert wurde auf der Veranstaltung, dass Friesland-Campina weiterhin bestrebt ist, trotz aktuell schwacher Milchauszahlungspreise das Eigenkapital aufzustocken. 2008 waren es beispielsweise 0,9 Cent je kg Milch, die dorthin flossen. „Die Landwirte setzen ihr Eigenkapital in ihren Betrieben ein und machen bis zu 10 Cent je kg Milch Verlust. In einigen Fällen spielen die Banken bereits nicht mehr mit“, sagte Walter Schweinsberg von der LBH Steuerberatungsgesellschaft in Korbach. Man solle nicht aus den Augen verlieren, dass jetzt vor allem Betriebe in Schwierigkeiten seien, die vor einigen Jahren staatlich gefördert gewachsen seien und jetzt eine schwache Kapitaldecke aufwiesen. Das seien aber die Betriebe, die auch in Zukunft noch Milch liefern sollen. Hier sieht er auch die Molkereien in der Pflicht. Auch die Genossenschaft müsse sich langfristig am Markt behaupten, entgegnete Ernst Berbecker, Vorsitzender des Distriktes Westfalen/Hessen, dafür sei auch auf Molkereiseite Eigenkapital notwendig. Auch diese habe Verpflichtungen gegenüber Banken und sei dem Wettbewerb unterworfen. Man werde jedoch tun, was möglich ist.

Ad