

Interview zum Thema Lieferbeziehungen mit Ingo Müller, CEO von Deutschlands größter Molkereigenossenschaft - der DMK Group	2-3
Reformulierung: Milchindustrie unterstützt die Ernährungsstrategie der Bundesregierung	4
Auswertung Verbraucherumfrage: Welche Milchprodukte den Deutschen am wichtigsten sind	5
Marktbericht: Milchmarkt weniger volatil	6-7
Milchprodukte-Atlas - Mein Stück Heimat	8



Liebe Freunde der Milch, es hätte ein schöner Sommer werden können, wären diese Bilder nicht gewesen, die jeden bewegt haben in unserer Branche - Bilder von Tieren, die respektlos und unwürdig behandelt wurden.

Einige wenige „Schwarze Schafe“ unter den Landwirten schaffen es, in der öffentlichen Wahrnehmung die Arbeit zehntausender Landwirte zu verdrängen, die sich Tag für Tag vorbildlich um ihre Tiere kümmern.

Dies war nicht das einzige alarmierende Thema dieses Sommers. In Großbritannien gab es einen Regierungswechsel und der neue Premierminister Boris Johnson machte einen weiteren Versuch, die EU zu neuen Ausstiegs-Verhandlungen zu bewegen. Manche Hersteller auf der Insel freuen sich derweil auf einen „No-Deal-Brexit“, setzen auf hohe Einfuhrzölle und wachsende Inlandsproduktion. Welches Ausstiegsszenario letztendlich umgesetzt wird, ist nach den jüngsten Geschehnissen wieder völlig offen. Wir verfolgen die weitere Entwicklung jedoch mit Spannung.

Seit dem letzten Report hat das neue EU-Parlament seine Arbeit aufgenommen. Die Reform der Gemeinsamen Agrarpolitik wird heftig diskutiert und ist noch

längst nicht am Ziel angekommen. Vielleicht schafft die EU 27 unter der nächsten deutschen Ratspräsidentschaft 2020 einen entscheidenden Schritt nach vorn, Dank der Kraft des großen Mitgliedes sowie nach Klärung der finanzpolitischen Situation in der EU.

Mit großem Interesse verfolgen wir Verbrauchertrends, die langfristig das Einkaufsverhalten ändern könnten: Wird ein „echtes“ Steak aus der Metzgerei in Zukunft zum Luxus-Produkt für besondere Gelegenheiten, verdrängt durch „Rindfleisch“ aus der Petrischale? Was bedeutet der Hype um „Beyond Meat“ für unsere Branche? Auch wir werden das Image und den Absatz unserer lieb gewordenen Milchprodukte verteidigen müssen.

Der Milchindustrie-Verband will sich dieser Aufgabe gerne widmen und noch intensiver als bisher in die Kommunikation mit allen Stakeholdern gehen. Wir setzen dabei auf einen guten Austausch mit Ihnen, Vertretern der Politik, Wirtschaft und Verbänden.



Peter Stahl
Vorsitzender

Milch Politikreport

Ingo Müller



Interview zum Thema Lieferbeziehungen mit Ingo Müller, CEO von Deutschlands größter Molkereigenossenschaft - der DMK Group.

Keine Molkereiquote!

1. Die Lieferbeziehung und die Satzung einer Genossenschaft sind das „Herz“ der Verbindung des Landwirtes zu seiner genossenschaftlichen Molkerei. Wie regeln Sie das beim DMK?

Müller: Die Milchlieferbeziehungen zwischen der Deutsches Milchkontor eG und ihren Milcherzeugern sind in der Satzung niedergelegt, die sich die DMK-Milcherzeuger selbst gegeben haben. Gemäß dem BMEL-Milchbericht (2017) sind sie gleichwertig mit den Bestimmungen, die Art. 148 Abs. 4 GMO für Milchlieferverträge festschreibt. Es gibt daher keinen Grund, weshalb der Gesetzgeber sich durch die Definition fester Mengen und Preise in diese Lieferbeziehungen einbringen müsste. DMK lehnt jede Maßnahme in diese Richtung aus zwei Gründen klar ab: Erstens, weil dies keinen Einfluss auf die global entstehenden Milchpreise hat und zweitens, weil es einen klaren Eingriff in die genossenschaftliche Satzungsautonomie darstellt.

2. Politische Diskussionen haben Einfluss auf die Lieferbeziehungen. Welche Maßnahmen zur Stärkung der Landwirte und zur Flexibilisierung der Lieferbeziehungen bei DMK haben Sie umgesetzt?

Müller: Wir setzen dabei auf eine Vielzahl von Maßnahmen, um dem Landwirt die bestmögliche Einschätzung der Marktlage zu ermöglichen. Die Milcherzeuger haben damit die unternehmerische Freiheit, nach Abwägen der prognostizierten Milchpreisentwicklung das eigene Anlieferungsverhalten selbst anzupassen.

Um die einzelbetrieblichen Abläufe auf den Höfen unserer Mitglieder, sowie die Verarbeitungs- und Vermarktungsfähigkeit der im Eigentum der genossenschaftlichen Landwirte befindlichen Molkerei zu optimieren, hat DMK schon vor Jahren ein Online-Tool zur Milchmengenplanung eingeführt. Das Tool ermöglicht eine höhere Verbindlichkeit und eine bessere Abstimmung der Mengenplanung zwischen DMK-Milcherzeugern und der Molkerei.

Um zukünftige Marktentwicklungen abschätzen zu können, kündigt DMK seinen Milcherzeugern den Milchpreis bereits im Monat vor der Milchlieferung an. So wissen die Milcherzeuger, zu welchem Preis sie im kommenden Monat Milch produzieren werden. Auf dieser Basis können somit betriebliche Entscheidungen wie etwa die Anlieferungsmenge auch kurzfristig angepasst werden. Aus Sicht von DMK ist die Vorankündigung des Milchpreises der zentrale Baustein für eine kurzfristige Marktprognose. Um die Landwirte darüber hinaus zu stärken, schüttet DMK seinen Milcherzeugern zweimal monatlich Milchgeld aus. Das verbessert den Cashflow der Betriebe und gibt ihnen mehr wirtschaftliche Flexibilität.

Ergänzt wird die Milchpreisankündigung im Vormonat durch die mittelfristige Marktprognose über das IGMilchbarometer. Dieses gibt eine mittelfristig in die Zukunft gerichtete Milchpreiseinschätzung und hilft den Milcherzeugern damit bei der Beurteilung zukünftiger Marktentwicklungen. Somit können Milcherzeuger betriebliche Planungsprozesse konkret auf die prognostizierte Milchpreisentwicklung anpassen.

In der Vertreterversammlung der Deutsches Milchkontor eG wurde 2017 die Flexibilisierung der Lieferbeziehung in der Genossenschaft beschlossen. Konkret wurde damit der Handlungsspielraum für Mitglieder erweitert. Sie können nun bei einer Kündigung der Mitgliedschaft auf Antrag die Andienungspflicht von zwei auf ein Jahr verkürzen und sich damit ein Jahr früher als nach der ursprünglichen Regelung von der Milchlieferung befreien.

Eine weitere Stufe der Flexibilisierung und damit der Modernisierung der Lieferbeziehung besteht im Angebot an neue Milcherzeuger, einen Liefervertrag mit der DMK Deutsches Milchkontor GmbH zu schließen, anstatt sich als Mitglied an die Genossenschaft zu binden. Der Milchzahlungspreis ist dabei fest an den Indexpreis AMI-Ost gekoppelt. Diese Verträge können je zum Jahresende geschlossen werden.

Und abschließend - wir arbeiten intensiv an einem börsenbasierten Absicherungsmodell für Teilmengen. Das Ziel ist es, ein Modell zu entwickeln, die starken Schwankungen beim Milchpreis auszugleichen. Uns ist dabei bewusst, dass ein Festpreismodell keine Wunderwaffe ist, um die hohen Volatilitäten auszuhebeln. Vielmehr wollen wir einen Hebel mehr schaffen, diesen Effekt zu minimieren und mehr Planungssicherheit für unsere Landwirte herzustellen.

3. In Brüssel wird der berühmte Artikel 148 der Marktordnung diskutiert. Berlin denkt an erweiterte Anwendung des bestehenden Artikels, wie sieht das Ihr Haus?

Müller: Im Kern handelt es sich beim Art. 148 Abs. 4 klar um eine Form der Mengenregulierung. Durch eine Änderung der Lieferbeziehungen in Deutschland wird sich der weltweite Milchmarkt aber nicht beeinflussen lassen. Und das wäre wesentlich: Milch wird global gehandelt. Die EU-28 bestreitet zwar einen gewichtigen Teil dieses Marktes, aber auch Neuseeland, die USA und Australien sind große Exporteure. Insgesamt

kommt nur einer von zehn Litern Milch auf dem Weltmarkt aus Deutschland. Hier eine „lokale“ Regulierung einzuführen, reicht nicht im Ansatz, um Mengen und Margen zu beeinflussen.

4. Einige Politiker behaupten, die Molkereiwirtschaft habe die falschen Lieferbeziehungen und sei deshalb nicht krisenfest. Glauben Sie, dass andere Lieferbeziehungen den besseren Milchpreis garantieren?

Müller: Dass solche Operationen an der Realität eines Weltmarkts und eines tierischen Produktes aus kleinteiliger Erzeugerlandschaft vorbeigehen, hat das Scheitern der EU-Milchquoten bewiesen.

Wenn schon eine gesamteuropäische Mengensteuerung scheitert, so gilt dies noch wahrscheinlicher für eine binnenstaatliche Lösung in Deutschland. Die Lehren aus den Milchquoten sollten dabei noch allen Marktteilnehmern in lebhafter Erinnerung sein. Bei

einer Umsetzung des neuen Artikel 148 GMO droht ein erheblicher Eingriff in die Lieferbeziehungen und damit in die Satzungsautonomie der Genossenschaften.

Die sieht vor, dass die Mitglieder entscheiden. Solche Eingriffe wirken auf die genossenschaftsinternen Willensbildungsprozesse kontraproduktiv und bedrohen in der Konsequenz auch erfolgreiche genossenschaftliche Verarbeitungs- und Vermarktungsstrukturen. Das hätte letztlich massive negative Auswirkungen auf die wirtschaftliche Lage der Milcherzeuger.

5. Die EU-Milchquote wurde ersatzlos gestrichen, nun haben einige Milcherzeuger Angst vor der Einführung einer „Molkereiquote“. Sehen Sie Pläne zur Errichtung von „Molkereiquoten“ in D?

Müller: Das ist eine individuelle Thematik der einzelnen Marktteilnehmer. Wir haben beim DMK keine Pläne für eine Produktionsbeschränkung oder eine Quote, wir setzen auf die unternehmerische Verantwortung und Freiheit der Milcherzeuger.

„Das Ziel ist es, ein Modell zu entwickeln, die starken Schwankungen beim Milchpreis auszugleichen.“

Milch Politikreport

Reformulierung und erweiterte Nährwertkennzeichnung sind Hauptthemen im öffentlichen Diskurs um eine ausgewogene Ernährung, in den sich auch der Milchindustrie-Verband aktiv einbringt.

Die Milchindustrie unterstützt die Ernährungsstrategie der Bundesregierung

Im Dezember 2018 wurde die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten verabschiedet. Sie soll dazu beitragen, eine gesunde Lebensweise zu fördern, die Übergewichtsrate, insbesondere bei Heranwachsenden und ernährungsmitbedingte Erkrankungen zu vermindern. Beteiligt sind die verschiedenen gesellschaftlichen Akteure (wie Politik, Verbraucher, Wissenschaft, Gesundheit, Lebensmittelwirtschaft). Zentraler Punkt sind die geforderten Reformulierungsmaßnahmen von ausgewählten Lebensmittelgruppen hinsichtlich der Reduktion von Zucker, Fett, Salz oder Energie bei Erhalt der Nährstoffversorgung der Bevölkerung.

In Abstimmung mit den betroffenen Unternehmen, dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und dem Max Rubner-Institut (MRI) hat der Milchindustrie-Verband bereits im Dezember 2018 einen Branchenbeitrag veröffentlicht, der u. a. eine Zuckerreduktion bei Joghurt mit beigegebenen Lebensmitteln und mit Kinderoptik beinhaltet. Inzwischen wurde beim BMEL eine im Zielwert konkretisierte Prozessvereinbarung vorlegt, wonach bei gesüßten Milchprodukten mit Kinderoptik eine Senkung des Gesamtzuckergehaltes um 15 % im Median bis 2025 angestrebt wird. Damit ist die Branche aktiver Partner der Strategie und stellt sich der Reformulierungsherausforderung.

Ampelkennzeichnung in Deutschland?

Der Koalitionsvertrag sieht u. a. vor, dass bis zum Sommer 2019 ein Modell zur verständlichen und vergleichbaren Lebensmittelkennzeichnung für verarbeitete und verpackte Lebensmittel erarbeitet und unter Beachtung der EU-rechtlichen Situation in Deutschland eingeführt wird.

Vier Modelle in der Verbraucherumfrage zur Wahl

Es soll durch diese freiwillige erweiterte Nährwertkennzeichnung die gesunde Wahl der Verbraucher erleichtert werden, so der politische Wille. Daher werden bis Ende September 2019 die Konsumenten befragt, welches der vier ausgewählten Modelle (Keyhole-, Nutriscore-, BLL- und MRI-Modell) verständlich und hilfreich ist. Die meisten Ansätze (nicht das BLL-Modell) beurteilen die verschiedenen Nahrungsmittel als Teil einer hochkomplexen Ernährung anhand von wenigen Kriterien. Das führt zu einer Benachteiligung von nährstoffdichten Lebensmitteln, wie Käse und Butter. Laut Bundesministerin Klöckner wird die Verbrauchermeinung für die weiteren Entscheidungen maßgeblich sein.

Insgesamt ist und bleibt eine farblich hinterlegte, bewertende Verpackungskennzeichnung ein (zu) einfaches Modell, um die Vielfalt und Komplexität unserer Lebensmittel gebührend zu bewerten. Fraglich ist außerdem, ob mit diesen Hilfsmitteln die Menschen tatsächlich gesünder und schlanker werden. Die Evidenz hierfür fehlt bislang.



Quelle: BMEL/Photothek

Auf Käse, Joghurt und Milch wollen die meisten Verbraucher in Deutschland nicht verzichten, so das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von Kantar Emnid nach den Favoriten bei Milchprodukten.

Welche Milchprodukte den Deutschen am wichtigsten sind

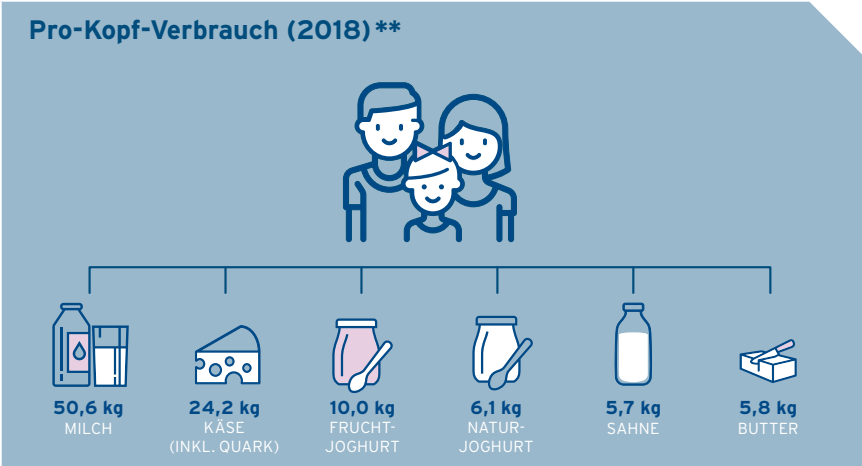
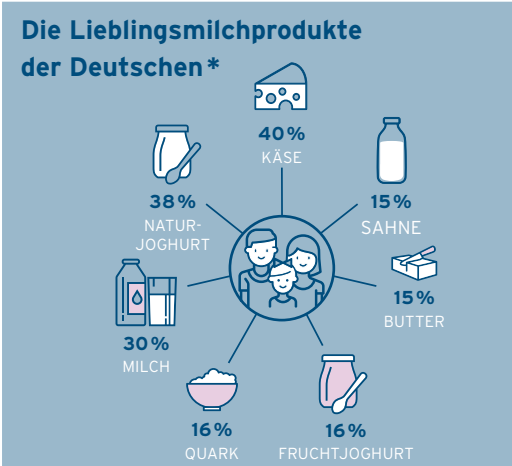
Für 93 % der Befragten gehören Milchprodukte selbstverständlich zu ihrer Ernährung dazu. Quark, Fruchtjoghurt, Butter und Sahne liegen in der Verbrauchergunst fast gleichauf, jedoch mit einigem Abstand zu dem oben genannten Trio. An achter Stelle wurde Eis/Milchspeiseeis (4,1 %) als unverzichtbar genannt - insbesondere in der jüngsten Altersklasse 14-29 Jahre (9,7 %). Die Umfrage fand im Zeitraum vom 11. bis zum 15. April 2019 mit 1.009 in Deutschland lebenden Personen statt.

Interessant auch weitere Details, die bei dieser Umfrage zu Tage kamen:

Der Zuspruch für Käse ist bei jüngeren Menschen stärker ausgeprägt, besonders in der Altersklasse 30-39 Jahre: Mehr als die Hälfte der Befragten möchte nicht auf Käse verzichten (51 %). Tendenziell nimmt der Zuspruch zu Käse laut Umfrage mit zunehmendem Alter ab (60+: 28 %). Umgekehrt sprechen sich Menschen nach dem 50. Lebensjahr besonders für Quark und Fruchtjoghurt aus. Gleiches gilt für Butter, die rund 20 % der Befragten in den Altersklassen 50+ als wichtig genannt haben.

Insgesamt schätzen Verbraucher Naturjoghurt noch mehr als Fruchtjoghurt und das unabhängig vom Alter. Entscheidend jedoch, dass insbesondere weibliche Personen den Naturjoghurt (45 %) als unverzichtbar nannten gegenüber 29 % der männlichen Befragten. Umgekehrt taten Männer ihre Vorliebe für den Fruchtjoghurt kund (20 % ggü. 13 % der Frauen).

In der Betrachtung der regionalen Vorlieben zeigt sich, dass das Produkttrio Käse, Naturjoghurt und Milch überall auf den ersten Plätzen landet. Allerdings gibt es zwischen den Regionen in Deutschland für die Produkte Quark, Fruchtjoghurt, Butter und Sahne deutliche Unterschiede in der Reihenfolge ihrer Beliebtheit. Unter dem Motto „Mein Stück Heimat, Politiker stellen vor - Köstlichkeiten aus Milch“ haben wir als MIV einen hochwertigen Milchprodukte-Atlas erstellt. Der Atlas zeigt die persönliche Verbundenheit von 36 Bundes- und Landespolitikern mit der Vielfalt der Milchprodukte in Deutschland, mehr dazu auf S. 8.



Quelle: *Kantar Emnid/Milchindustrie-Verband e.V./ZMB Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH, April 2019; ** ZMB Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH

Milch Politikreport

Nichts ist beständiger als der Wandel. Das gilt auch für die Märkte von Milchprodukten. War Volatilität der Preise in den vergangenen Jahren das große Thema am Milchmarkt gewesen, ist 2019 bislang von mehr Kontinuität gekennzeichnet.

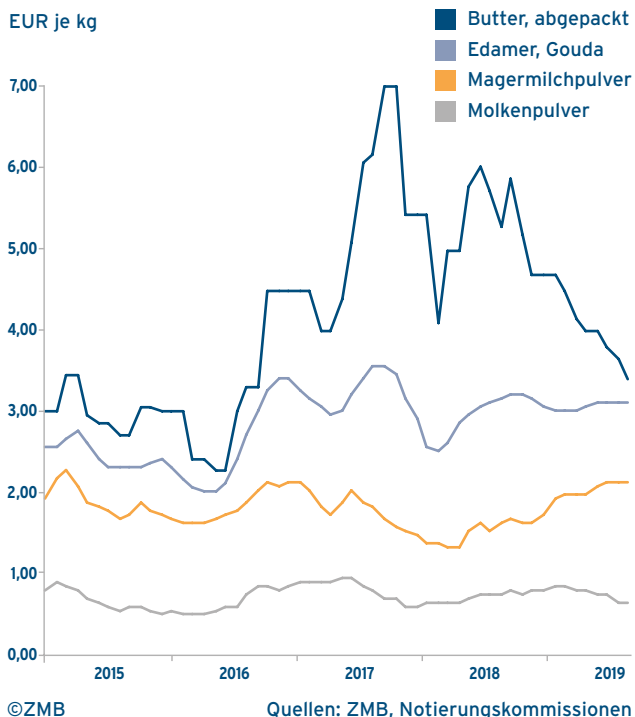
Milchmarkt weniger volatil

Magermilchpulver hat sich in der ersten Hälfte von 2019 dank abgebauter Bestände vom Sorgenkind der vergangenen Jahre zum stabilisierenden Element entwickelt. Die Käsepreise schwankten im Gegensatz zu den Vorjahren kaum. Die Preise von Butter und Molkenpulver haben hingegen seit Jahresanfang nahezu kontinuierlich nachgegeben. Butter hat zwar den preislichen Höhenflug anscheinend vorerst beendet, bewegt sich aber weiter über dem Durchschnittsniveau des vergangenen Jahrzehnts.

Milchaufkommen stagniert

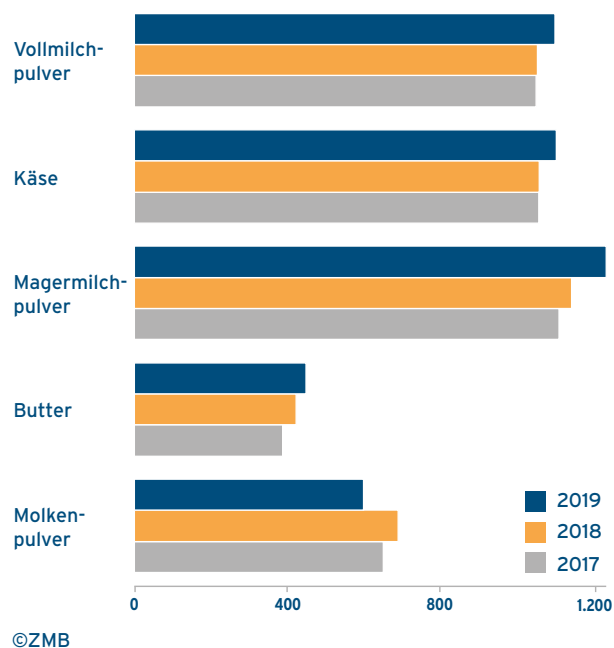
Das Angebot am Milchmarkt hat sich 2019 bislang wesentlich verhaltener entwickelt als in den Vorjahren, die von kontinuierlichem Wachstum gekennzeichnet waren. In Deutschland nahm die Milchanlieferung in der ersten Jahreshälfte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 0,6 % ab. In der EU insgesamt hat sich gleichzeitig im Schnitt ein geringfügiger Anstieg um 0,2 % eingestellt. Das Milchaufkommen der wichtigsten Exportländer ist im betrachteten Zeitraum

Großhandelspreise für Molkereiprodukte



Welthandel mit Milchprodukten

Januar bis Juni, 1.000 Tonnen
Daten vorläufig: Summe der Exporte der größten Exporteure



insgesamt sogar um insgesamt 0,8 Mio. t gesunken. Diese Entwicklung ist vor allem auf die geminderte Erzeugung in Australien und Argentinien sowie auf die Stagnation in den USA, Neuseeland und Weißrussland zurückzuführen.

Trotz der verhaltenen Entwicklung des Rohstoffaufkommens ist die Verfügbarkeit am weltweiten Milchmarkt bisher ausreichend geblieben. Das Angebot an Magermilchpulver konnte durch den Abbau von Beständen ergänzt werden. Bei Butter hatte sich der private Bestand in der Hochpreisphase offensichtlich allmählich erhöht, so dass weiterhin genügend Offerten vorhanden waren. Außerdem haben in der EU höhere Fettgehalte in der angelieferten Milch eine leichte Ausweitung der Buttererzeugung trotz des stagnierenden Milchaufkommens zugelassen.

Weltmarktnachfrage gestiegen - China wieder Wachstumsmarkt

Gleichzeitig ist die Nachfrage nach Milchprodukten weltweit wieder gewachsen. Die größten Exporteure haben in den meisten bedeutenden Produktkategorien höhere Mengen am Weltmarkt absetzen können als im Vorjahreszeitraum, wobei das stärkste Wachstum bei Magermilchpulver zu beobachten war. Aber auch an Käse, Butter und Vollmilchpulver wurden höhere Mengen gehandelt als im ersten Halbjahr 2018. Eine Ausnahme stellt Molkenpulver dar, wo eine rückläufige Entwicklung hingenommen werden musste.

Das größte Nachfragewachstum hat sich in China abgespielt. In den ersten sieben Monaten von 2019 hat das asiatische Land 0,7 Mio. t Vollmilchäquivalente mehr importiert als im Vorjahreszeitraum. Außerdem hat Russland wieder mehr Milchprodukte importiert, wovon Deutschland und die EU wegen des inzwischen seit fünf Jahren andauernden Importstopps nicht profitieren können. China hat vor allem mehr Milchpulver importiert. Die Butterimporte sind hingegen gesunken. Deutlich geschrumpft sind Chinas Importe von Molkeprodukten, was auf den massiven Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest dort zurückzuführen ist und die Molkenerlöse weltweit dämpft.

Brexit - Never ending story

Eine Unsicherheit für den innereuropäischen Handel stellt der näherkommende Brexit dar. Zwei Monate vor dem bisherigen Austrittsdatum 31. Oktober 2019 wird es immer unwahrscheinlicher, dass das Vereinigte Königreich die Gemeinschaft ohne Abkommen verlässt. Viele Detailfragen sind allerdings noch ungeklärt.

Sicher ist, dass Großbritannien auch nach dem Brexit Importe von Lebensmitteln wie Milchprodukte benötigen wird. Die Grenzabfertigung wird aber aufwendiger werden und die Waren damit verteuern. Hinzu kommen Zölle. Diese Fakten sprechen für dämpfende Effekte auf die Nachfrage.

Weitere Aussichten

In den kommenden Monaten und für die ersten Monate von 2020 ist in Deutschland und anderen EU-Ländern weiter eine verhaltene Entwicklung des Milchaufkommens zu erwarten. Die Milchkuhbestände in wichtigen Ländern wie Deutschland und den Niederlanden sind geschrumpft. Das regional sehr trockene und heiße Sommerwetter führt wie bereits im Vorjahr zu einer schwierigen Grundfuttersituation auf vielen Milchereuerbetrieben, wobei nun wesentlich weniger Vorräte aus der Vorjahresernte zur Verfügung stehen als es 2018 der Fall gewesen ist.

Dem stagnierenden Angebot wird voraussichtlich eine jahreszeitlich belebte Nachfrage nach Butter und Käse gegenüberstehen. Die Absatzbelebungen bei Butter im Herbst und im Weihnachtsgeschäft dürfte dadurch noch stimuliert werden, dass die Verbraucherpreise im Vergleich zu den beiden Vorjahren spürbar niedriger sind. Wenn die gute Exportnachfrage nach Magermilchpulver weiter anhält, ist man zunehmend auf das Angebot aus der laufenden Produktion angewiesen. Damit ist für die nächsten Monate eine zumindest ausgeglichene Marktlage zu erwarten.

Monika Wohlfarth, ZMB

Der Vielfaltigkeit von Milchprodukten sind scheinbar keine Grenzen gesetzt. Tagtäglich erscheinen neue Produkte mit oder aus Milch auf dem Markt.

Der Milchprodukte-Atlas - Mein Stück Heimat

In Deutschland gibt es eine große Vielfalt von Milchprodukten. Die Auswahl für den Konsumenten scheint täglich größer zu werden. Dies unterstreicht die Bedeutung, die Milch heutzutage immer noch hat.

Bei einem Großteil der Bevölkerung in Deutschland beginnt der Tag bereits mit Milch im Kaffee oder zum Müsli. Einige frühstücken ein Käsebrötchen und freuen sich schon auf eine heiße Ofenkartoffel mit Quark oder einen leckeren Milchreis zum Abendessen. Für fast alle Geschmäcker gibt es eine regionale oder internationale Leckerei aus Milch. Der Abwechslung sind so gut wie keine Grenzen gesetzt. Diesem kulinarischen Reichtum und vielen unterstützenden Politikerinnen und Politikern hat der MIV jetzt mit dem Milchprodukte-Atlas ein Forum gegeben.

Um diese große Auswahl zur Verfügung stellen zu können, engagieren sich im ganzen Land auf mehr als 61.000 Höfen verantwortungsvolle Bäuerinnen und Bauern in der Milchwirtschaft. Ihr Einsatz und ihre Bemühungen rund um die 4,1 Millionen Milchkühe sowie die Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der Molkereien leisten einen wertvollen Beitrag für den Wirtschaftsstandort Deutschland. Dank ihrer Arbeit haben die Konsumentinnen und Konsumenten in Deutschland nicht nur die Möglichkeit, im Biergarten einen köstlichen Obazda oder an heißen Tagen einen erfrischenden Sahnekefir zu genießen, sondern können beispielsweise aus rund 150 verschiedenen Käsesorten wählen.

Die Milchwirtschaft in Deutschland hat nicht nur eine große Bedeutung für die Kulinarik inne, sondern ist zudem ein starker Wirtschaftsfaktor. Bis zu 5 Millionen Tonnen Konsummilch, 2,3 Millionen Tonnen Käse und über 500.000 Tonnen Butter werden durch deutsche Molkereiunternehmen hergestellt. Mit rund 38.000



Arbeitsplätzen ist die Milchindustrie einer der wichtigsten Arbeitgeber des Landes.

Im Milchprodukte-Atlas des Milchindustrie-Verbands wird nicht nur diese Vielfalt der Köstlichkeiten deutlich, sondern zudem die tragende Rolle der Milchwirtschaft unterstrichen. Bundesministerin Julia Klöckner, Ministerpräsident Stephan Weil, Staatsministerin Dorothee Bär und 33 weitere politische Entscheidungsträger stellen in dem fast 90-seitigen Sammelwerk ihre Lieblingsmilchprodukte vor und geben einen Einblick darüber, was sie mit gewissen Milchprodukten verbinden. Ob Kindheitserinnerung oder als typisches Gericht ihres Wahl- oder Landkreises, vermag ein jeder seine eigene Geschichte zu erzählen.

Den Milchprodukte-Atlas können Sie kostenlos beim Milchindustrie-Verband bestellen.

Herausgeber:

© **Milchindustrie-Verband e. V.**

Verantwortlicher: Dr. Björn Börgermann

Jägerstraße 51 | 10117 Berlin

Tel. +49 30 403 04 45-0 | Fax +49 30 403 04 45-55

info@milchindustrie.de

www.milchindustrie.de | www.meine-milch.de