

Marktbericht September

a) Allgemeines

In einer gemeinsamen Studie der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie, der Gesellschaft für Konsumforschung und der Roland Berger Strategy Consultants wurde untersucht wie **Werte und Verantwortung** (Corporate Responsibility) das **Einkaufsverhalten** der Verbraucher beeinflussen. Dazu wurden fünf Konsumenten-Typen definiert, die jeweils ein Fünftel der Verbraucher in Deutschland repräsentieren. Die Untersuchung kam zu dem Ergebnis, dass ‚Kritisch Konsumierende‘ und ‚Verantwortungsbewusste Engagierte‘ eine positive Einstellung gegenüber umweltfreundlich hergestellten Produkten haben und deshalb überdurchschnittlich im Fachhandel und Bioläden einkaufen. Die ‚Fortschrittlichen Macher‘ und die ‚Eigenverantwortlichen Familienmenschen‘ gehen öfter in Verbrauchermärkte und Discounter, weil der Einkauf preiswert und schnell sein soll. Dagegen orientiert sich der ‚Ich-zentrierte Genießer‘ an Produkten die Wellness und Gesundheit versprechen. Aus den gewonnenen Erkenntnissen über Einstellung und Kaufverhalten werden spezifische Marketingkonzepte für die einzelnen Zielgruppen entwickelt.

b) Milch

Im August stieg der **Erzeugerpreis** für Milch (3,7 % Fett und 3,4 % Eiweiß) nach vorläufigen Zahlen gegenüber dem Vormonat um 0,05 Ct/kg auf 23,68 Ct/kg. Der Milcherzeugerpreis stoppte damit erstmals seinen Abwärtstrend seit Juli 2008.

Die Verkaufspreise für **Magermilchpulver** zogen im Monatsverlauf merklich an. Das knappe Angebot traf auf eine steigende Nachfrage der Lebensmittelindustrie. Die anziehenden Weltmarktpreise beeinflussten den Markt positiv.

Die Verkaufspreise für **Butter** notierten am Monatsende auf einem Jahreshoch. Das verfügbare Angebot traf auf eine jahreszeitlich bedingt rege Nachfrage. Bestehende Kontrakte wurden zügig abgerufen. Zusätzlich stützte die private Lagerhaltung den Markt.

Die Preise für **Emmentaler** konnten im Berichtszeitraum aufgrund der freundlichen Nachfrage aus dem In- und Ausland etwas zulegen. Auch bei den anderen Käsesorten konnten, insbesondere wegen der regen Exportgeschäfte, höhere Preise erzielt werden.

c) Vieh und Fleisch

Die Auszahlungspreise für **Jungbullen** konnten im Monatsverlauf geringfügig zulegen. Das verfügbare Angebot konnte bei einer ausgeglichenen Nachfrage aus dem In- und Ausland stetig vermarktet werden. Bei Edelteilen stockte der Absatz zuletzt.

Die Preise für **Schlachtkühe** sanken im Berichtsmonat auf ein Dreijahrestief. Das üppige Angebot konnte infolge der schwachen Nachfrage nur mit Preisnachlässen abgesetzt werden. Das Exportgeschäft litt unter dem Preisdruck der Wettbewerber.

Die Marktpreise bei **Nutzkälbern** fielen zum Ende des Berichtszeitraums aufgrund der Erntearbeiten der Mäster und einer schwachen überregionalen Nachfrage zurück.

Die Preise bei **Schlachtschweinen** gaben im Berichtszeitraum nach. Neben dem Preisdruck beim Export traf das reichliche Angebot auf eine schwache Inlandsnachfrage.

Die Erzeugerpreise für **Ferkel** fielen auf ein Jahrestief. Die fallenden Schweinepreise und der Angebotsdruck der EU-Konkurrenten waren ausschlaggebend.

d) Pflanzliche Erzeugnisse

Die Preisnotierungen für **Backweizen** und **Braugerste** gerieten infolge ruhiger Nachfrage und fehlender Exporte weiter unter Druck. Die Mühlen, Mälzer und Brauereien waren ausreichend versorgt. Die weltweit hohen Vorräte und Erntemengen bestimmen nach wie vor das Marktgeschehen. Angesichts der unbefriedigenden Erzeugerpreise helfen Einlagerung und die kommende Intervention den Markt zu stabilisieren.

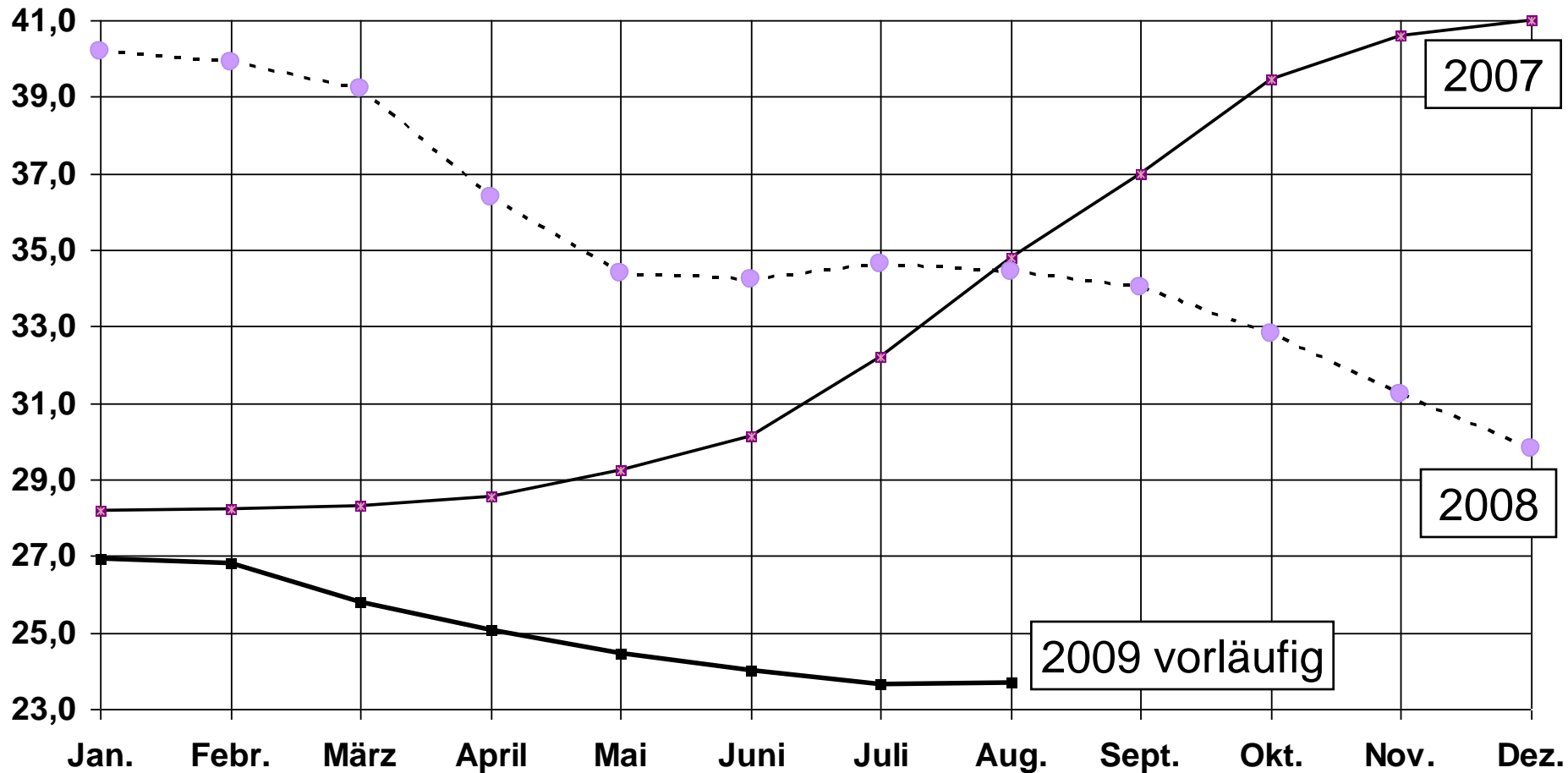
e) Haushaltsverbrauch

Bei der mengenmäßigen Veränderung der privaten **Nachfrage** in Deutschland von Januar bis August 2009 gegenüber dem Vorjahreszeitraum war bei den Milchprodukten trotz der gesunkenen Preise nur Butter im positiven Bereich. Weitere Produkte und aktuellere Verbraucherpreise waren von der AMI noch nicht verfügbar.

Die Mehrzahl der **Verbraucherpreise** der ausgewählten Nahrungsmittel in Deutschland sanken im Februar gegenüber dem Vorjahresmonat.

Erzeugerpreis* für Milch in Bayern

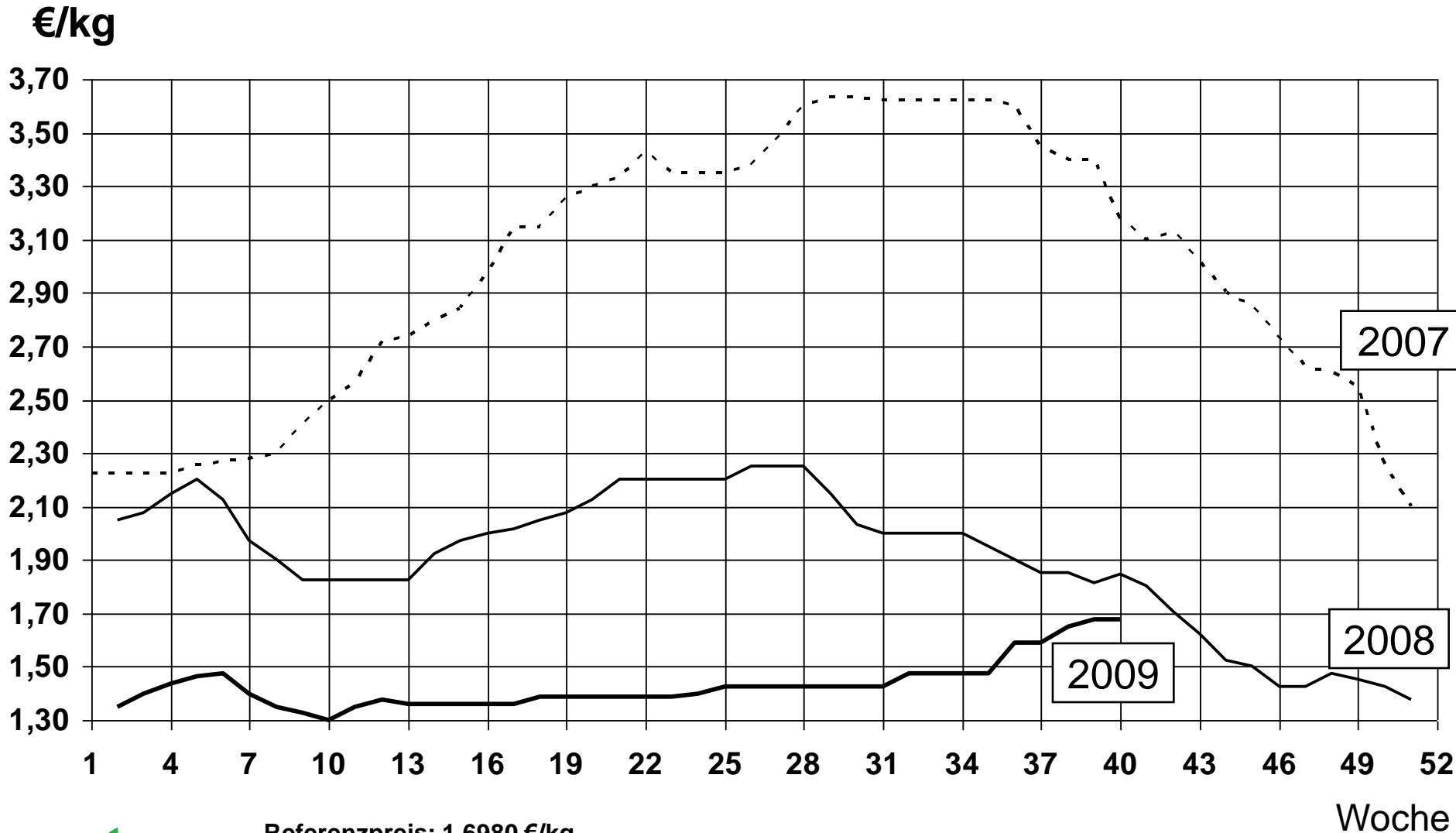
€/100 kg



* Erzeugerpreis für Milch ab Hof mit einem Fett- und Eiweißgehalt von 3,7 % bzw. 3,4 %, ohne Abschlusszahlungen, Rückvergütungen und ohne MwSt.

Quelle: LfL.

Verkaufspreise für Magermilchpulver*

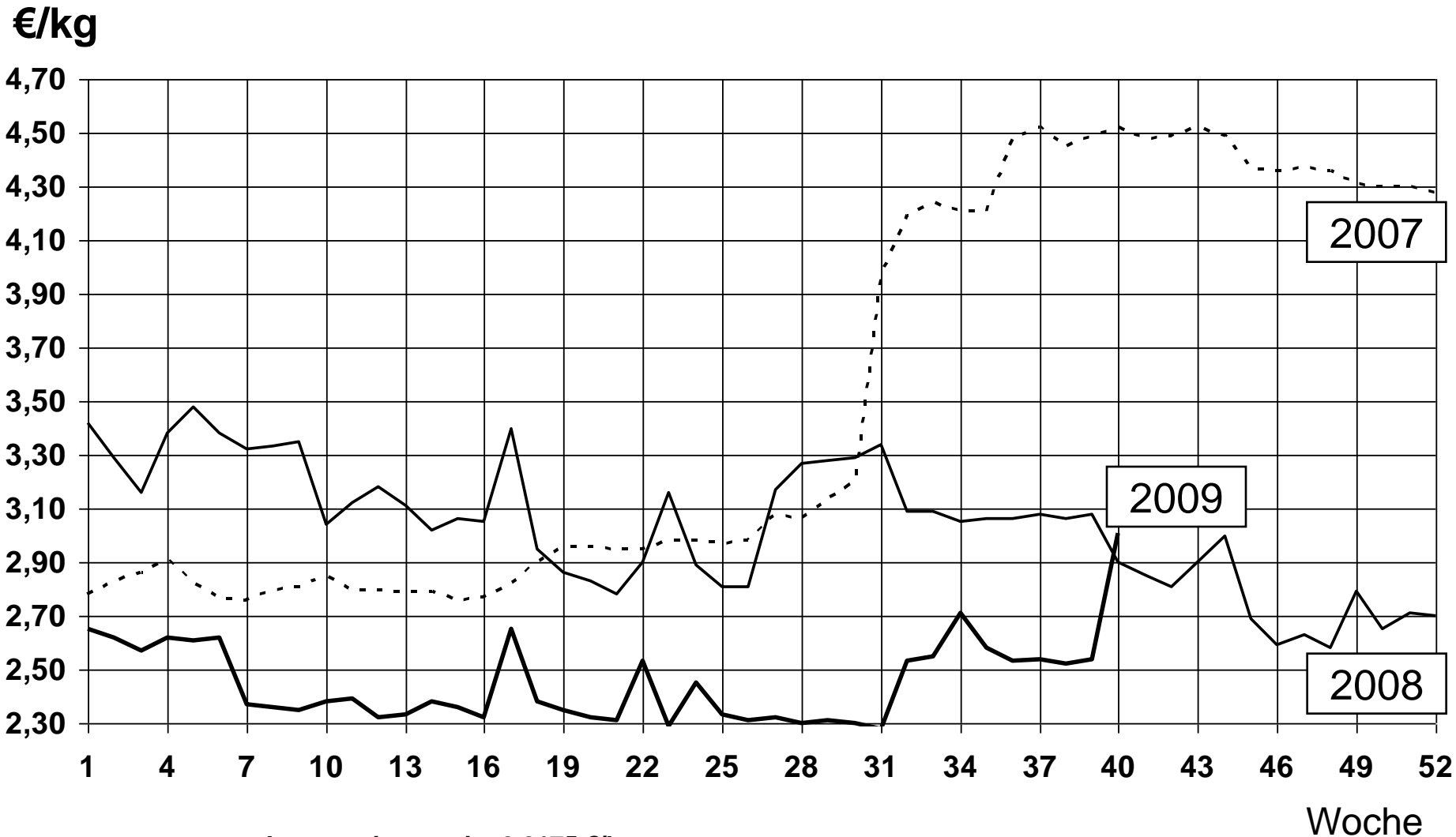


Referenzpreis: 1,6980 €/kg

* Abgabepreis an die Futtermittelhersteller; Sprühware, lose, ab Werk.

Quelle: Süddeutsche Butter- und Käse-Börse, Kempten.

Verkaufspreise für Markenbutter*

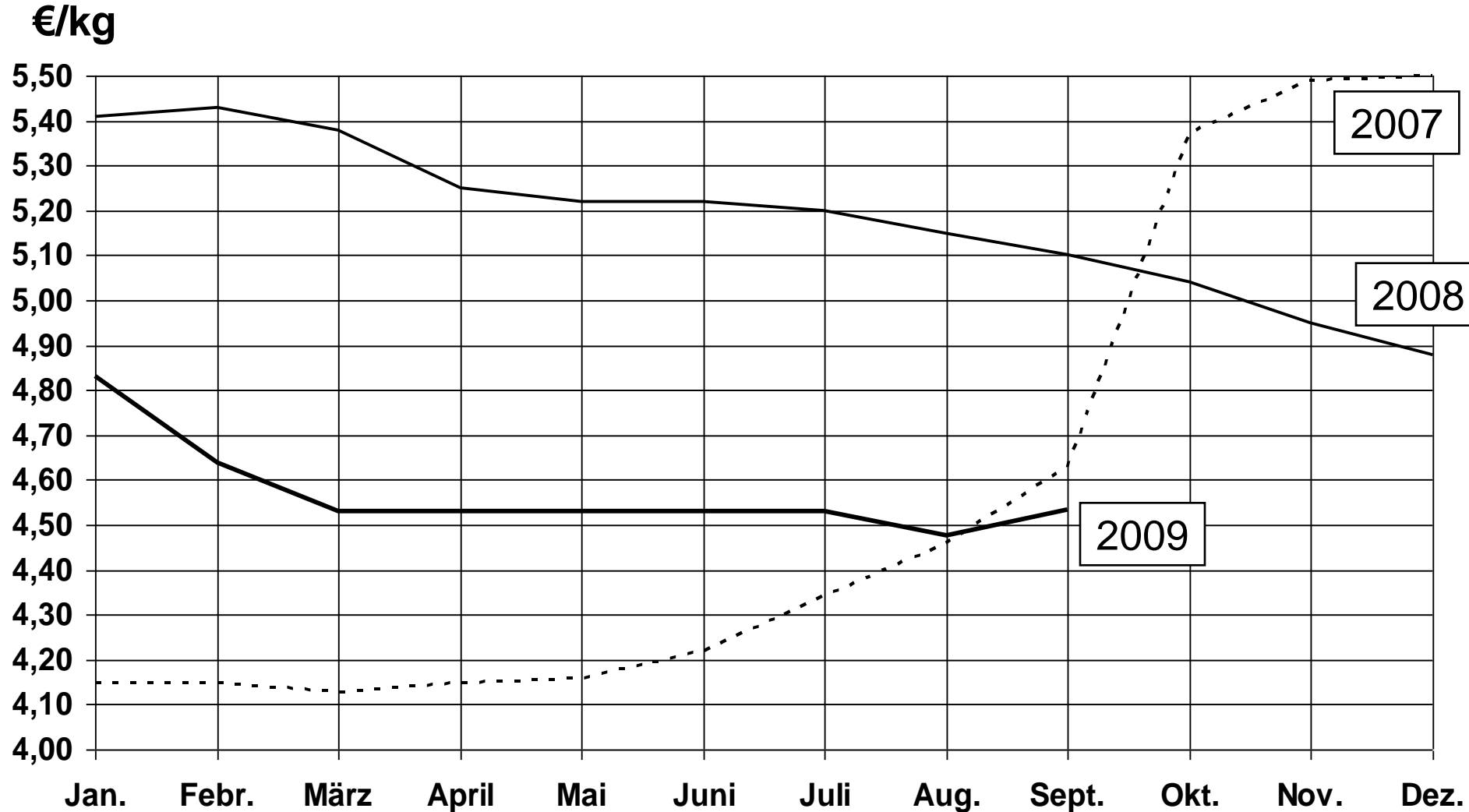


Interventionspreis: 2,2175 €/kg

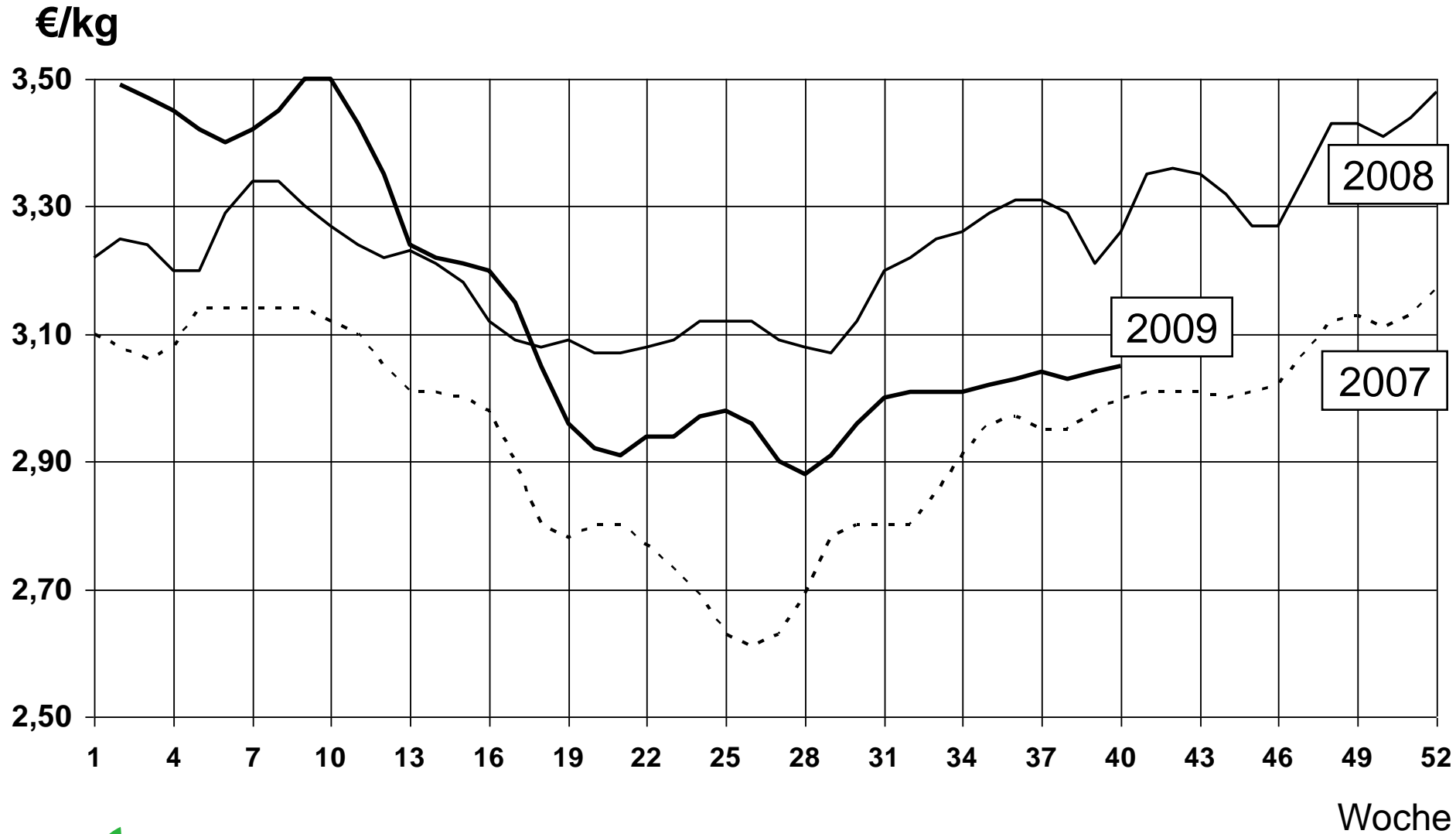
* Abgabepreis der Molkereien an den Großhandel.

Quelle: Süddeutsche Butter- und Käsebörse e. V. Kempten.

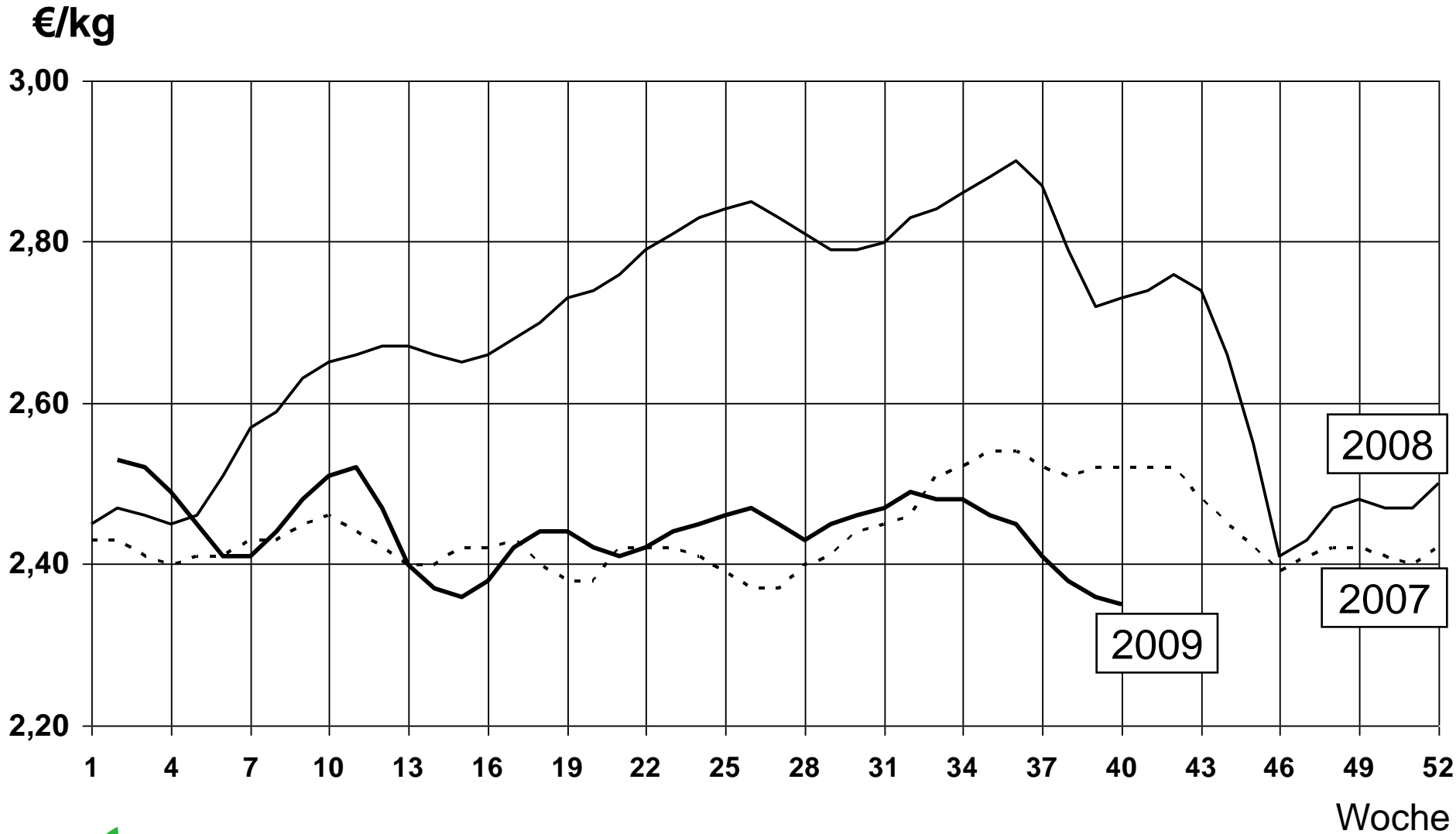
Verkaufspreise für 'Allgäuer Emmentaler'*



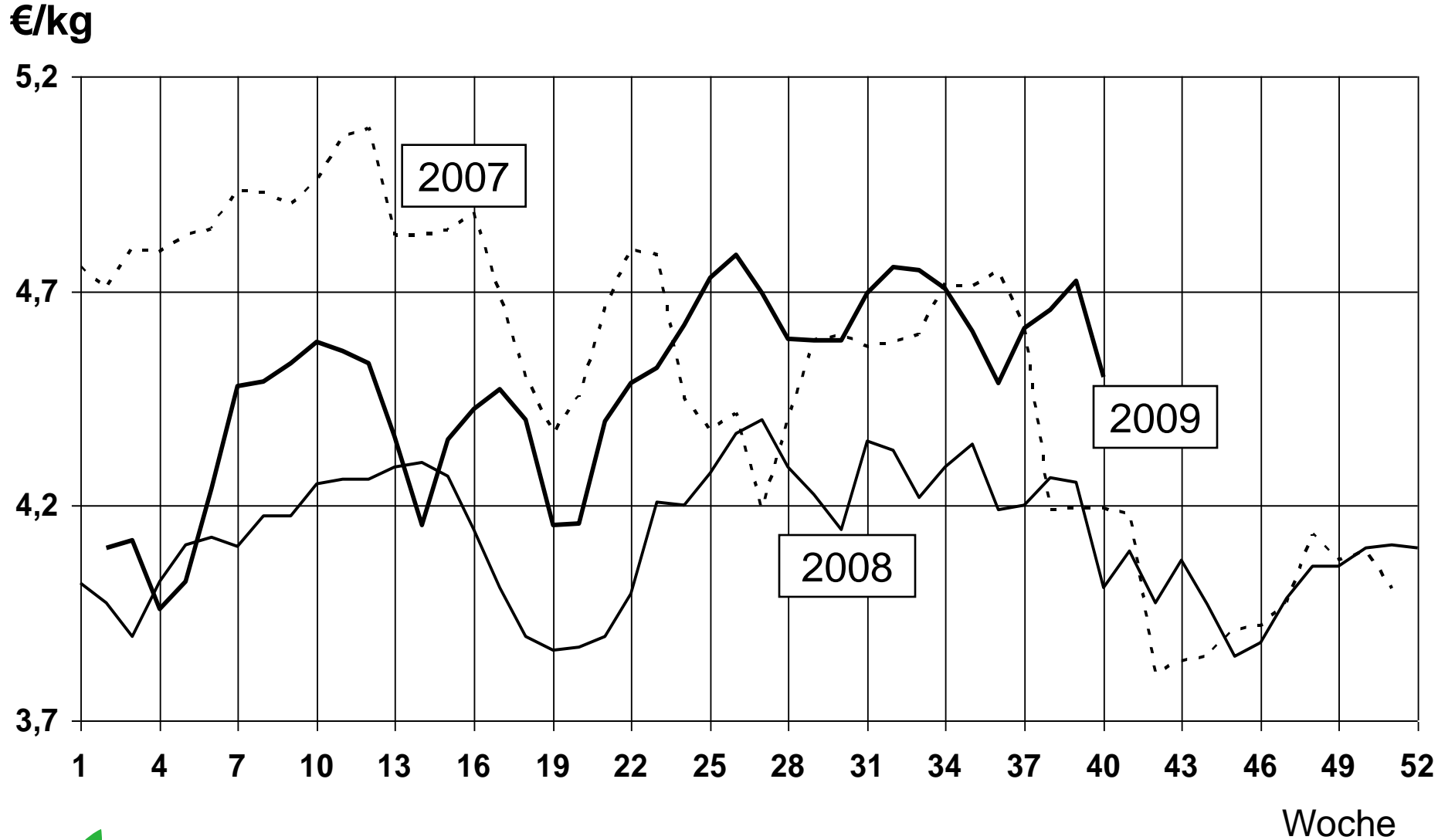
Auszahlungspreise für Jungbullen Hkl. U3



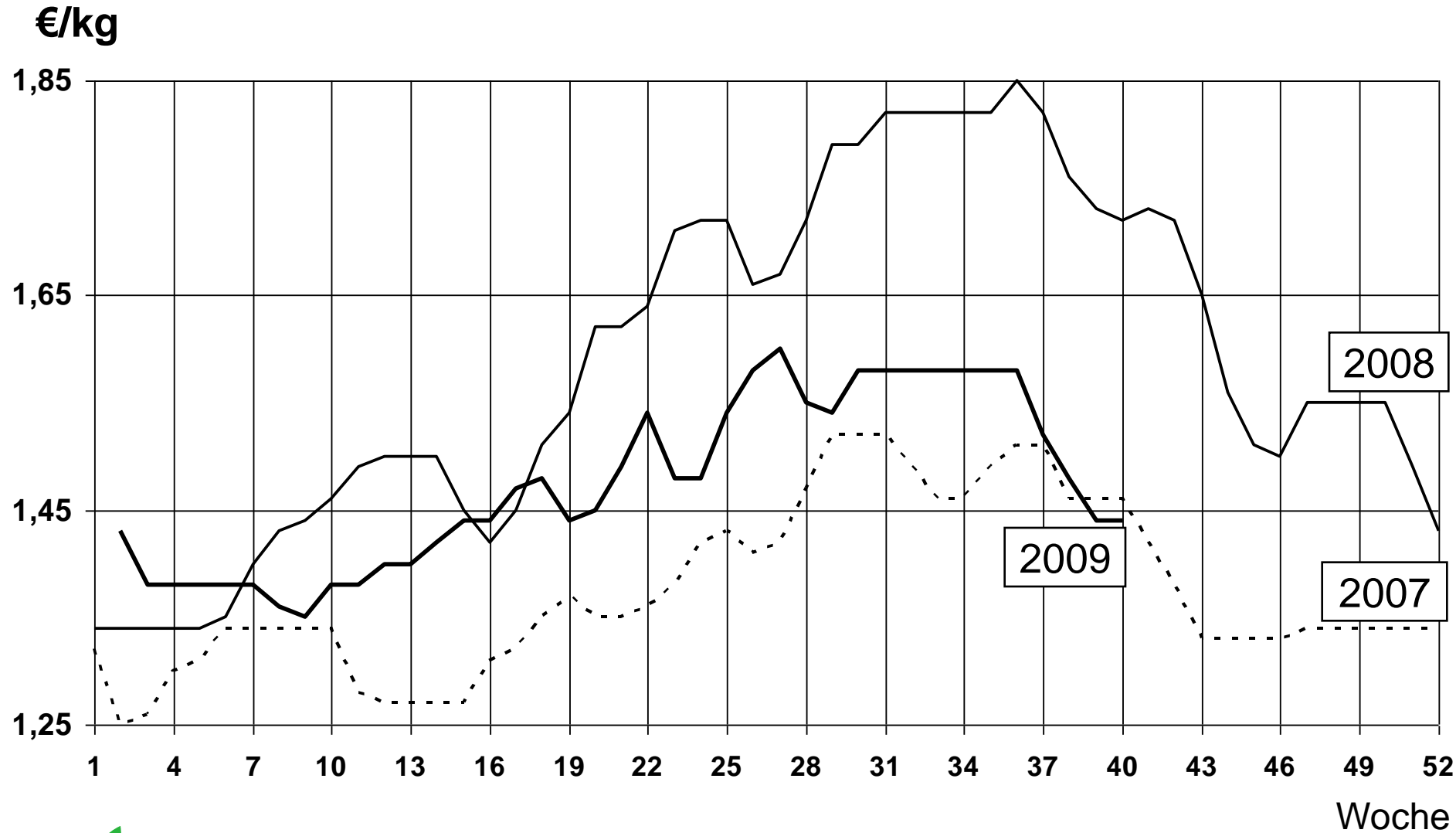
Auszahlungspreise für Kühe Hkl. R3



Verkaufspreise ab Hof für Stierkälber (Fleckvieh) mit einem Gewicht von 80 bis 90 kg (Preisgebiet Südbayern)

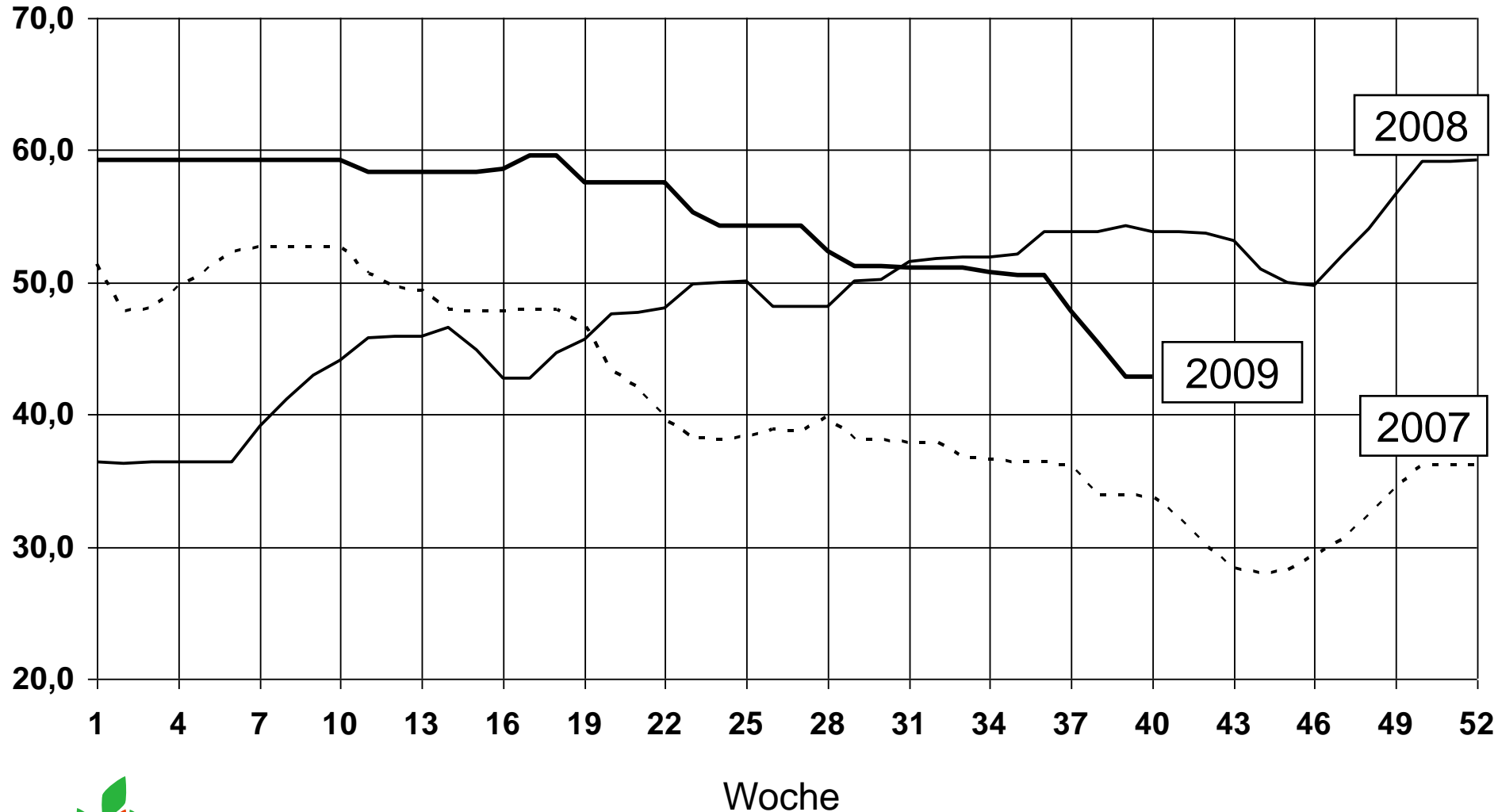


Auszahlungspreise für Schweine Hkl. E

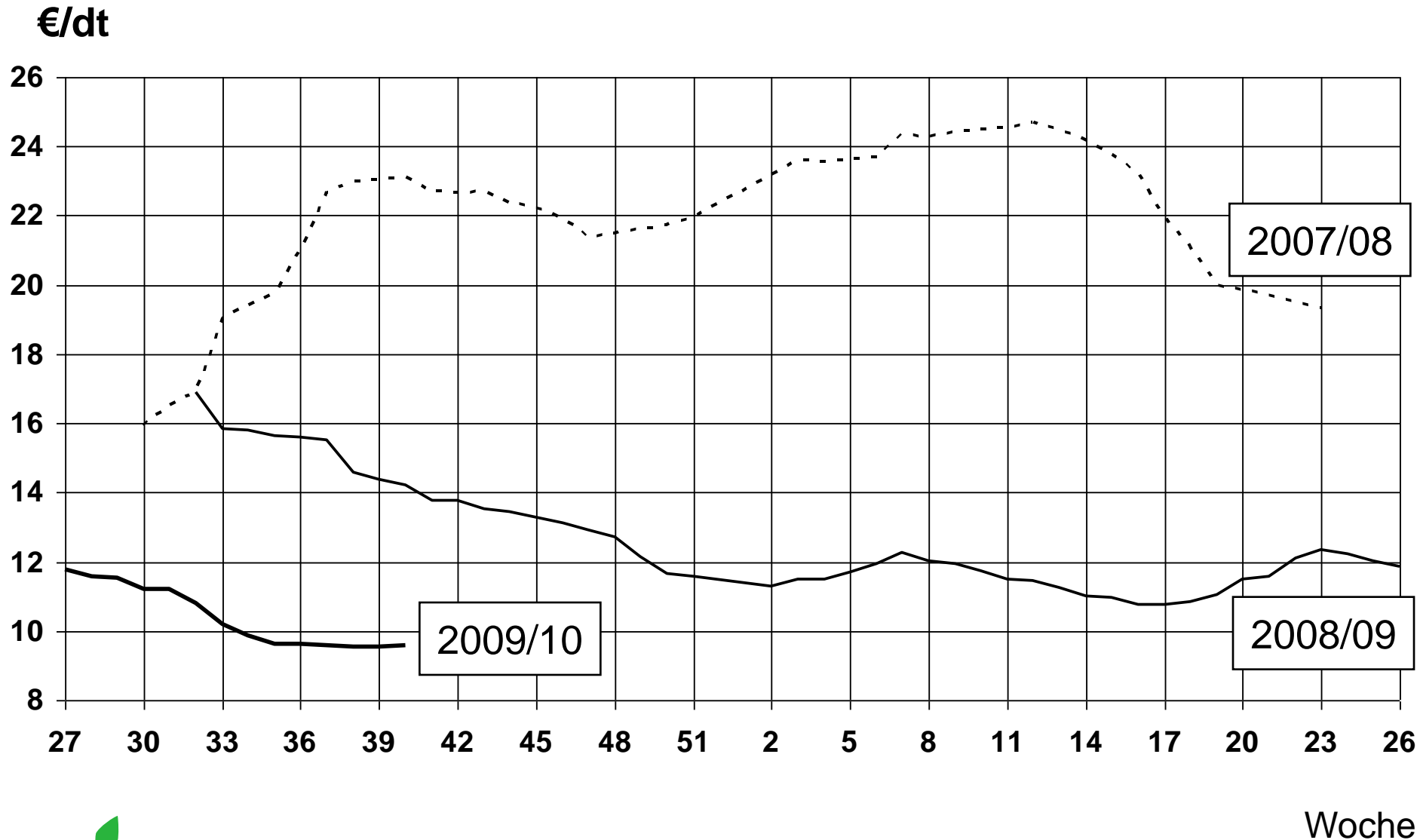


Erzeugerpreise für 28 kg schwere bayerische Markenferkel

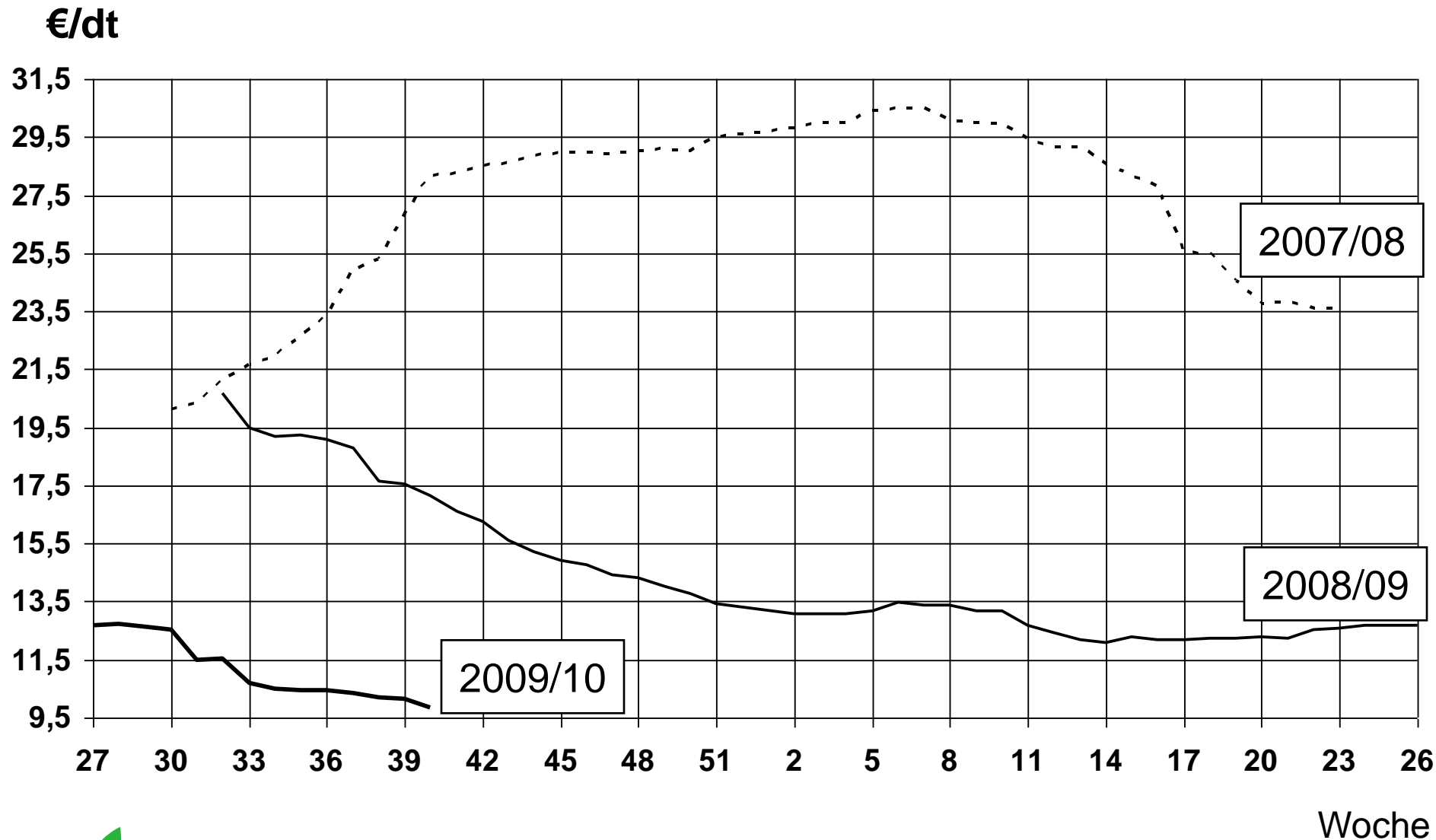
€/Tier



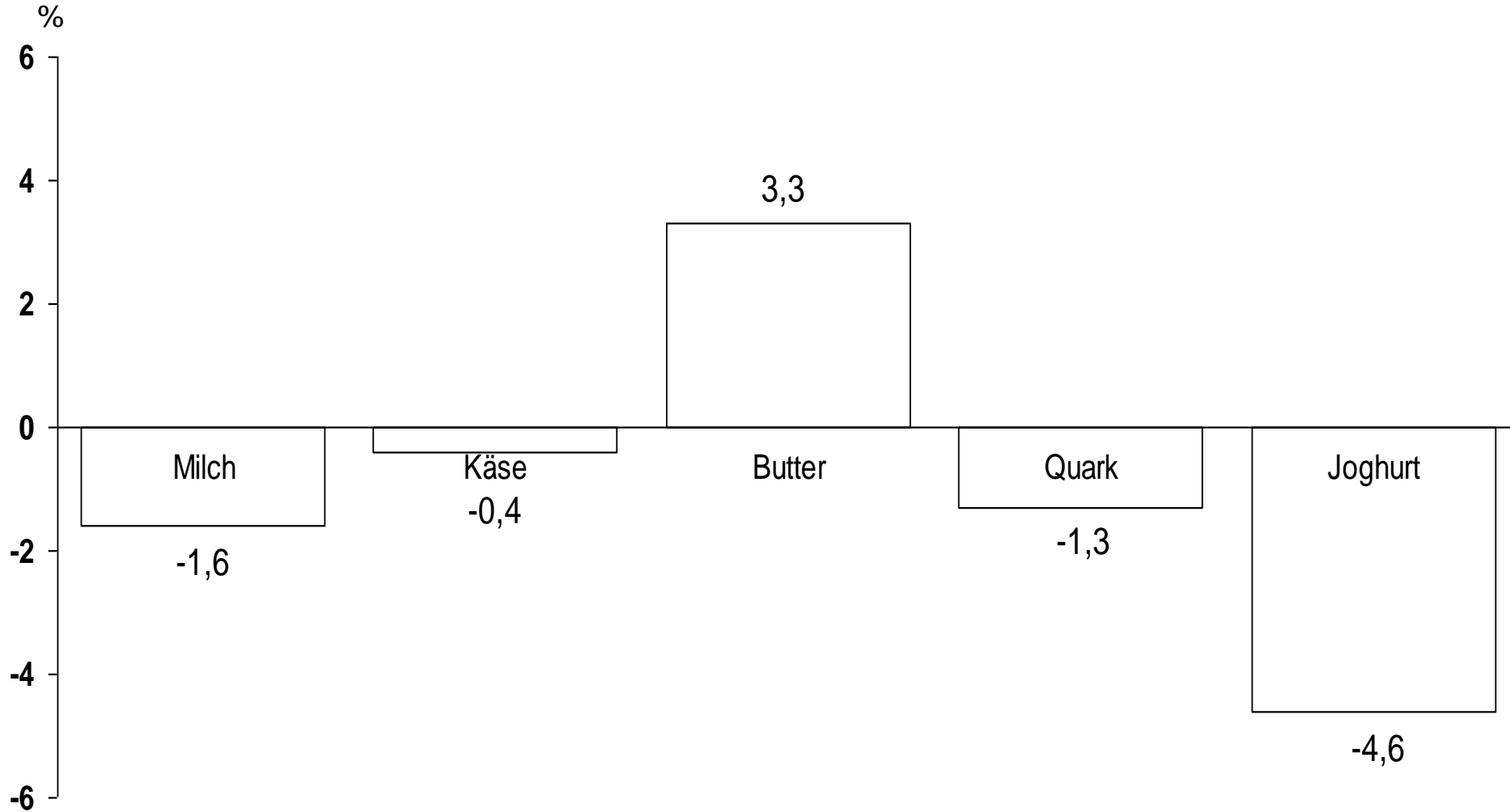
Erzeugerpreise für Backweizen in Bayern



Erzeugerpreise für Braugerste in Bayern



Relative mengenmäßige Veränderung der privaten Nachfrage in Deutschland von Jan. bis Aug. 2009 gegenüber dem Vorjahreszeitraum



Veränderungen der Verbraucherpreise
für Lebensmittel in Deutschland
Februar 2009 und Februar 2008



	Einheit	Feb. 09 (€)	Feb. 08 (€)	Veränderung	
Milchprodukte					
Deutsche Markenbutter	250 g	0,66	0,89	-25,8%	↘
Frischesahne, mind. 30% Fett	0,2 l	0,37	0,51	-27,5%	↘
Gouda, jung, Stück, SB	kg	5,02	5,51	-8,9%	↘
Frischmilch, ab 3,5 %, Karton	l	0,58	0,76	-23,7%	↘
Frischmilch, 1,5 %, Karton	l	0,50	0,68	-26,5%	↘
Joghurt natur, 3,5 % Fett	4x150 g	0,62	0,64	-3,1%	↘
Fleisch und Fleischwaren					
Rinderhackfleisch	kg	5,85	5,45	7,3%	↗
Schweinebraten	kg	4,91	4,75	3,4%	↗
Putenschnitzel, frisch	kg	7,00	7,15	-2,1%	↘
Sonstige Lebensmittel					
Speisekartoffeln, festkochend	kg	0,67	0,68	-1,5%	↘
Äpfel, Elstar	kg	1,25	1,14	9,6%	↗
Eissalat	Stück	0,83	0,63	31,7%	↗
Weizenmehl, Typ 405	kg	0,39	0,52	-25,0%	↘
Ökologisch erzeugte Lebensmittel					
Bio-Frischmilch, 3,5 % Fett	l	0,96	1,00	-4,0%	↘
Bio-Markenbutter, deutsch	250 g	1,61	1,79	-10,1%	↘
Bio-Joghurt natur, 3,5 % Fett	150 g	0,31	0,33	-6,1%	↘
Bio-Eier Freiland	10 St.	2,87	2,71	5,9%	↗
Bio-Äpfel, alle Sorten	kg	2,64	2,42	9,1%	↗
Bio-Salatgurken	Stück	1,95	1,47	32,7%	↗
Bio-Kartoffeln, 1 - 2,5 kg	kg	1,07	1,21	-11,6%	↘

Quelle: ZMP.

Prof. Dr. S. Graser