

Molkereien wollen Kosten senken

Umfrage zu Strategien 2010 – Kaum Ansätze für mehr Wertschöpfung

Frankfurt a. M./db **Die deutschen Molkereien sehen offenbar wenig Ansätze, aus eigener Kraft Schwachstellen zu überwinden. Für 2010 scheint Durchhalten die Strategie zu sein.**

Eine Unternehmerbefragung der Beratungsfirma Munich Strategy Group (MSG) zeigt, dass die deutsche Milchwirtschaft zurzeit kaum Konzepte entwickelt, um aus ihrer Ertragsschwäche herauszufinden. Die Münchener Berater haben die Umfrage im Spätherbst 2009 an Manager in allen rund 100 deutschen Molkereien geschickt. Geantwortet hat ein Drittel der Befragten, das etwa die Struktur der deutschen Milchwirtschaft repräsentiert.

Als wichtigste Strategie für 2010 nannten die Manager Kos-

teneffizienz. Die MSG-Berater kommentieren, dass der stetige Blick auf die Kosten zwar richtig sei, das „essenzielle Problem“ der Molkereien – die Rohertragschwäche – jedoch nicht aufgreife. Die MSG hatte dazu im August 2009 eine umfassende Analyse der deutschen Molkereiwirt-

Strategien der Molkereien

Angaben in Prozent*

Kosteneffizienz	64
Optimierung im Produktportfolio	44
Erschließung neuer Segmente	32
Internationalisierung	28
Geplante Übernahmen	0

Quelle: MSG, *Mehrfachnennungen möglich

© agrarzeitung

schaft vorgelegt. Diese zeigte, dass fast ein Drittel der Unternehmen Roherträge von weniger als 1 Prozent erwirtschaften. Diese Kennziffer wie auch den Branchendurchschnitt von 1,7 Prozent beurteilte die MSG damals als das zentrale strukturelle Problem, dem nur mit strategischer Neuausrichtung zu begegnen sei.

Die Befragung im Dezember hat noch keine Ansätze gezeigt, interpretiert die MSG. Denn weniger als die Hälfte der Befragten nannte Strategien, um die Wertschöpfung zu erhöhen (siehe Übersicht). Auch den Strukturwandel will offenbar keiner der befragten Molkereimanager aktiv gestalten. Jedenfalls hat niemand zugegeben, im Jahr 2010 Übernahmen konkret zu planen.