

# Josef Braunshofer will nicht jammern

Berglandmilch-Direktor Josef Braunshofer erklärt im **medianet**-Gespräch, warum die Milchbauern wieder lächeln können.

••• Von Daniela Prugger

**V**iel Milch wird angeliefert in Österreich. Die Bauern produzieren immer mehr. Und Molkereien müssen nun überlegen, was sie mit der vielen Milch tun, zumal der Milchabsatz hierzulande im Vorjahr nur um 0,7 Prozent gewachsen ist. Österreichs größte Molkerei Berglandmilch sieht sich dieser Herausforderung gewachsen. Nachdem 2015 europaweit das System der fixen Milchquoten abgeschafft wurde, führte die Gruppe ein befristetes Mengensystem ein.

**medianet:** Nach den vielen Turbulenzen am Milchmarkt sind die Produzenten in ruhigeres Fahrwasser gekommen. Wie ist denn das Jahr bei der Berglandmilch abgelaufen?

**Josef Braunshofer:** Also ich würde das Fahrwasser nicht als ruhig bezeichnen. Ich würde eher sagen, dass wir mit volatilen Märkten umgehen lernen müssen. Wir gewöhnen uns gerade an eine gewisse Windstärke und den dazugehörigen höheren Wellengang. Wir versuchen, die damit verbundenen Konsequenzen für unsere Bauern erträglich zu gestalten. Die Milchquotenregelung ist gefallen, damit müssen wir gemeinsam umgehen. Ich glaube, dass die Berglandmilch auf einem guten Weg ist. Für das Jahr 2018 bin ich zuversichtlich.

**medianet:** Weil wir gerade bei den Bauern waren – gibt es eine Art freiwilligen Mengenverzicht, den Sie nutzen konnten?

”

*Wir können den Konsumenten erklären, dass die Butter ein zu hundert Prozent natürliches Produkt ist. Der Preis ist daher gerechtfertigt.*

“

**Braunshofer:** Wir haben als Berglandmilch im Jänner 2018 einen freiwilligen Verzicht lanciert und ein Bonus-Malus-Modell getestet. Ich bin zuversichtlich, dass wir gemeinsam mit unseren Bauern und der Volatilität leben können. Wir wollen nicht jammern.

**medianet:** Obwohl sich die Butterpreise verdoppelt haben, hat der Konsument keinen Aufstand gemacht. In gewisser Weise scheint auch der Konsument gelernt zu haben, mit der Volatilität des Markts umzugehen.

**Braunshofer:** Das glaube ich auch. Aber wenn Sie sagen, dass sich die Butterpreise verdoppelt haben, sprechen Sie vom Preiseinstieg. Die Marken-Preisniveaus schwanken viel weniger. Erster Punkt: Ich gehe davon aus, dass der Konsument ein Markenkäufer ist und daher hat er nicht den doppelten Preis zu zahlen. Zweiter Punkt: Wenn über die Butter geschrieben wird, dann ist das ein Zeichen, dass es ein wichtiges Produkt ist.



© Berglandmilch

**medianet:** Inwiefern ist die Butter ein wichtiges Produkt?

**Braunshofer:** Die Butter erlebt eine Renaissance. Der Pro-Kopfverbrauch von Butter liegt in Österreich bei über fünf Kilo im Jahr. Wenn wir die Mehrkosten pro Person ausrechnen, dann ist die Preissteigerung nicht die Welt. Wir glauben, dass wir auch in Zukunft den Konsumenten erklären können, dass das Produkt Butter ein zu hundert Prozent natürliches Produkt ist und der Preis daher gerechtfertigt ist.

**medianet:** Ein wichtiges Segment für die Berglandmilch ist der Käse. Steigt der Konsum nach wie vor?

**Josef Braunshofer** „Mit der Volatilität des Milchmarkts zu leben, reicht nicht. Man muss die Volatilität in das Geschäftsmodell implementieren“, sagt der Berglandmilch-Direktor.