

Härtetest Pandemie bravourös bestanden

Verschiebungen im Absatz bescheren der Milchwirtschaft ein Plus, das höher als 2019 ausfiel.

••• Von Paul Hafner

WIEN. Der monatelange Gastronomie-Ausfall im vergangenen Jahr traf auch die heimische Milchwirtschaft hart: VÖM-Präsident und Kärntnermilch-Geschäftsführer Helmut Petschar spricht von Umsatzeinbrüchen von bis zu 80%.

Dass in Summe dennoch ein Umsatzplus von 3,2% auf 2,95 Mrd. € zu Buche steht, welches sogar jenes vom Vorjahr (2,85 Mrd. €, +1,3%) übertrifft, erklärt sich durch massive Absatzverschiebungen hin zum LEH sowie ein neuerliches Rekordhoch bei den traditionell starken Milchexporten.



© Nöm

”

Das vergangene Jahr hat gezeigt, dass für viele Konsumenten die Themen Regionalität und Vertrauen in die Marke wieder stärker in den Vordergrund rücken.

Alfred Berger
Vorstand Nöm AG

Faktor Regionalität

„Generell hat uns das Jahr 2020, wie auch allen anderen, sehr viel abverlangt“, spricht Alfred Berger, Vorstand der Nöm AG, für die gesamte Branche. „Die Situation um Corona hat gezeigt, dass für viele Konsumenten das Thema

Regionalität und vor allem Vertrauen in die Marke wieder stärker in den Vordergrund rückt.“ Für die Nöm, „die ausschließlich mit Milch aus der Region arbeitet, bedeute das, „diese beiden Positionen künftig noch stärker auszubauen“.

Die österreichischen Milchexporte erreichten 2020 auf Basis der vorläufigen Zahlen der Statistik Austria mit 1,3 Mrd. € – ein Plus von 4,5% – einen neuen Höchstwert. Auch die Nöm zählt zu den Profiteuren. „Besonders erfreulich ist, dass wir im hart von Corona getroffenen Land Italien dennoch mit unseren Marken sehr gut wachsen konnten“, so Berger.

Wenig überraschend zeigt sich, dass jene Molkereibetriebe mit einem hohen Gastro-Anteil schwerer durch die Krise kommen; während Gastronomie und direkt versorgte Großverbrau-

cherkunden bei der Nöm rd. fünf Prozent der verarbeiteten Menge ausmachen (Berger: „Dieser Bereich ist durch Corona stark betroffen und das wird im Osten leider noch länger so bleiben“), liegt der Umsatzanteil etwa bei der Kärntnermilch (Umsatz: 99,2 Mio. €) bei 15-20%.

Unsichere Aussichten

Die eingangs erwähnten Absatzverschiebungen hin zum LEH betreffen laut ROLLAMA-Daten besonders die Produktgruppen Butter (+15,5%), Käse (+10,8%) und die weiße Palette (+9,1%). Die Einkaufspreise für die Konsumenten stiegen um durchschnittlich 3,3%. Während der Milchkuhbestand mit 525.000 stabil blieb, setzt sich der Strukturwandel der Milchbauern („Milchbauernsterben“) fort: Deren Anzahl verringerte sich 2020 um 3,8% auf rd. 24.650.

Dem satten Gesamtumsatzplus zum Trotz ist auch das aktuelle Jahr für die Branche sehr herausfordernd: Während die volatile Nachfrage (Stichwort Hamsterkäufe) heuer ein geringerer Faktor ist, ist aktuell weiter offen, ab wann das Horeca-Geschäft und Out-of-Home-Business wieder angekurbelt werden.

Berger wagt eine Prognose: „Im Gegensatz zum Westen, der spätestens im Sommer wieder den Sommer-Tourismus haben wird, wird in Wien mit internationalen Städtetourismus sicher noch nichts los sein.“

+3,2
Prozent

Krisenresistent

Die heimischen Milchverarbeiter legten von 2,85 Mrd. € um 3,2 Prozent auf 2,95 Mrd. € zu.

Die Top 5 der Milchwirtschaft

Rang	Unternehmen	Umsatz 2020	Umsatz 2019
1	Berglandmilch	970	940
2	Nöm	400	345*
3	SalzburgMilch	229	229
4	Rupp	210	208
5	Gmundner Molkerei	200*	199

Zahlen in Mio. € Umsatzzahlen ohne Stern * sind Unternehmensangaben, Nennungen mit Stern * sind Schätzungen von medianet, basierend auf dem aktuellen Firmenbucheintrag, den Vorjahresdaten, Interviews mit Unternehmen und Marktteilnehmern und Vergleichen der Zu-/Abgänge von Kunden. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.