

Der unerwartete und grausame Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine verursacht vor Ort viel menschliches Leid. Die Ukraine ist aber auch ein großer Rohstoffproduzent, und somit hat Putins Krieg auch Auswirkungen auf die Wirtschaft. „Das habe ich in meinen 19 Jahren bei Berglandmilch so noch nicht erlebt“, erklärt Geschäftsführer Josef Braunshofer im Gespräch mit medianet. Das betrifft nicht nur die Rohstoffe, sondern etwa auch Verpackungsmaterial und mehr: „Dieses Explodieren der Preise, speziell in unserem Bereich der Commodities, gab es noch nie.“ Er vermutet, dass auch Folgen der Coronakrise noch nachwirken, der Anstieg aber auch viel mit dem Krieg in der Ukraine zu tun hat.

”

Wir sind stark auf Markenartikel fokussiert, die Preissprünge sind enorm und fordern uns massiv.

Josef Braunshofer
Geschäftsführer
Berglandmilch

“

„Wir sind sehr stark auf Markenartikel fokussiert, diese Preissprünge sind enorm und fordern uns massiv“, so Braunshofer. Die Rohstoffkosten, von der Milch beginnend, sind um mehr als 30% gestiegen, und Verpackungen um 45 bis 50% teurer geworden; aber auch die Energiepreise haben im Vergleich ganz stark zugenommen: Das Gas ist um den Faktor neun teurer als noch vor einem Jahr,



der Strom drei- bis viermal so teuer. Braunshofer: „Das ist so noch nicht dagewesen.“

Liefersicherheit ist prioritär

Das wirkt sich natürlich aus. Die eigenen Produkte müssen teurer werden, international gehen die Preise schon rauf. Ein großer Anbieter im LEH würde schon auf breiter Front die Preise anheben.

Nicht weil sie wollen, sondern „weil es gar nicht anders geht. Unsere internationalen Retailkunden sagen auch, dass Liefersicherheit die höchste Priorität hat.“ Üblicherweise sei das nachrangig, der Preis stand zuvor für viele im Fokus. Jetzt heiße es: „Bitte liefern Sie zuverlässig.“ Für uns selbst ist aber sehr wichtig, dass wir wettbewerbsfähig bleiben und marktkonform anbieten.“

Man muss es tun

Die Preissteigerungen müssten – leider – weitergegeben werden: „Wenn wir das nicht machen, bekommen wir als Unternehmen Probleme“, stellt Braunshofer klar, „Wenn ein Unternehmen Kostensteigerungen dieser Dimension nicht weitergibt, gibt es dieses irgendwann nicht mehr.“ Würden die Bauern keinen marktkonformen Milchpreis bezahlt bekommen, würden sie einen anderen Abnehmer suchen, es gebe in weiterer Folge keine Rohstoffe mehr für Berglandmilch – und damit auch keine Produkte.

”

Wenn ein Unternehmen Kostensteigerungen dieser Dimension nicht weitergibt, gibt es dieses irgendwann nicht mehr.

“

Man wirbt in Gesprächen für Verständnis für diese Preisanpassung, hinweisend, dass die Spielräume „gegen Null gehen“. Aus seiner Sicht mache es keinen Sinn, sich über die Situation den Kopf zu zerbrechen, es sei eben so, und nun gehe es darum, „wie wir bestmöglich für alle reagieren“.

Produkte sind verfügbar

Die Kunden in Österreich bekommen ihre Produkte verlässlich, in der gewohnten Qualität, betont Braunshofer. Da werde man keine Abstriche machen und etwa Futtermittel aus Kostengründen aus Übersee kaufen: „Es ist mehr denn je wichtig, sich auf das Heimische zu konzentrieren. Das macht uns richtig krisenfest.“

Natürlich könnte man hier noch anführen, dass es coronabedingt große Einbrüche im C+C-Bereich gab. Aber im Lichte der Vorgänge seit dem 24. Februar sei das nachrangig: „Wenn man das menschliche Leid sieht, dann relativiert das sowieso jedes andere Thema.“

Der Krieg, der freilich nie hätte beginnen sollen, wird noch über ein mögliches Ende hinaus nachwirken – in allen Bereichen, so auch für Berglandmilch, wie Josef Braunshofer abschließend erklärt: „Wenn die Kampfhandlungen eher heute als morgen aufhören, wird es noch dauern, bis alles wieder erholt ist. Wir werden aber auf jeden Fall unseren heimischen Konsumentinnen und Konsumenten Versorgungssicherheit auch in Zukunft garantieren können.“

+50%

Satte Steigerung

Der Rohstoffanteil liegt bei Berglandmilch bei 60%, anteilig steigt der Preis um 35%. Die um fast die Hälfte gestiegenen Verpackungspreise kommen auf einen Anteil von knapp 20%. Inklusive der Energiesteuerung sind die Produkte um 50% teurer geworden.