

# **Alternative Vermarktungswege für Milch – eine Analyse am Beispiel von Hofmolkereien in Deutschland**

*M.Sc. Janina Knuck*

*1. Berichterstatter: Prof. Dr. Sebastian Hess*

Der deutsche Milchsektor sieht sich volatilen Auszahlungspreisen und steigenden gesellschaftlichen Anforderungen an die Tierhaltung gegenüber. Dies stellt Milcherzeuger vor die Herausforderung, ihr Risiko zu streuen und zu managen. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln und bietet Milcherzeugern die Chance, beispielsweise durch die Verarbeitung und Vermarktung ihrer Rohmilch über eine hofeigene Molkerei („Hofmolkerei“) von diesem Marktumfeld zu profitieren. In der vorliegenden kumulativen Dissertation wurden vier Beiträge zu diesem Thema verfasst.

Der erste Beitrag analysiert auf Basis von Experteninterviews mit Betriebsberatern sowie Betriebsleitern von Hofmolkereien und einer qualitativen Inhaltsanalyse, welche Faktoren sich auf den Erfolg von Hofmolkereien auswirken. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Erfolgsfaktoren in betriebsinterne und -externe Faktoren sowie die besonderen Eigenschaften der Milch unterteilen lassen. Neben den Betriebsleitern spielen aber auch deren Familien und Fremdarbeitskräfte eine Schlüsselrolle für den Erfolg. Ferner sind Veterinäre wichtig, die für die Zulassungen der Hofmolkereien und die regelmäßigen Kontrollen zuständig sind.

Der zweite Beitrag baut auf den Ergebnissen des ersten Beitrags auf und quantifiziert mittels einer Onlinebefragung von Hofmolkereien in Deutschland den Einfluss ausgewählter Erfolgsfaktoren. Der Erfolg wird mit Hilfe eines subjektiven Erfolgsindex gemessen und der Einfluss der Erfolgsfaktoren durch eine multiple lineare Regression statistisch überprüft. Die Ergebnisse bestätigen den Einfluss der Betriebsleiter, die eine Reihe betriebsinterner Faktoren steuern und dadurch aktiv den Erfolg ihrer Hofmolkereien verbessern können. Dabei spielen die Wahl des Produktportfolios aus Produkten der Gelben und der Weißen Linie sowie der Einsatz entlastender Fremdarbeitskräfte eine entscheidende Rolle. Der statistisch signifikante Einfluss der Veterinäre zeigt darüber hinaus, dass politische Entscheidungsträger durch einheitliche Richtlinien für Hofmolkereien, zur Reduzierung von Wettbewerbsverzerrungen beitragen können.

Im dritten Beitrag wird der Einfluss der COVID-19 Pandemie auf Hofmolkereien mit Hilfe von Faktoren- und Clusteranalysen analysiert. Dabei zeigt sich, dass die Mehrheit der Hofmolkereien von einer erhöhten Nachfrage und Neukunden profitieren konnte. Die Hofmolkereien konnten drei unterschiedlichen Clustern zugeordnet werden, die sich anhand der Nachfrageveränderungen und Produktions- bzw. Produktanpassungen unterscheiden.

Der vierte Beitrag analysiert die Nachfrageseite und untersucht anhand eines Haushaltsdatensatzes, welche Eigenschaften Haushalte haben, die Hofmolkereimarkenmilch im Lebensmitteleinzelhandel kaufen. Die Ergebnisse zeigen, dass das Biokaufverhalten der Haushalte und die Lage des Wohnortes in Deutschland wichtige Determinanten bei der Kaufentscheidung für Hofmolkereimarkenmilch sind, während Alter, Einkommen und Geschlecht keinen Einfluss haben.

Insgesamt zeigen die vier Beiträge dieser kumulativen Dissertation, dass die hofeigene Verarbeitung und Vermarktung eine erfolgreiche Alternative für einzelne Milcherzeuger darstellen kann. Aufgrund der begrenzten Größe des Marktes für regionale Hofmolkereiprodukte präsentiert sie jedoch keine Lösung für den gesamten Milchsektor.