



Magdalena Schönauer,
Milchbäuerin aus Bad Aussee.

Die Lehren aus der Butterpreis-Panik

Butterpreis auf historischem Hoch“ titelte eine renommierte deutsche Tageszeitung dieser Tage. So weit so gut – das Prädikat „historisch“ hat in unserer schnelllebigen Zeit alles verdient, was es so seit, sagen wir, zwei Jahren nicht gegeben hat.

In Österreich liegt der Butterpreis im Supermarkt aktuell bei etwa 2,20 € bis 2,65 € pro 250 g-Packung. Damit ist die Butter tatsächlich teurer, als sie in den vergangenen zehn Jahren jemals war. Nur in den Jahren 2013 und 2014 wurde die 2-€ Marke für ein Viertelkilo Butter geknackt. Im Durchschnitt bewegten sich die Butterpreise zwischen 1,50 € und 1,80 €.

Beim Blick in das nächste Billa-Flugblatt werde ich endgültig stutzig: Sowohl Butter als auch Schlagobers im Angebot. Wie das? Insgesamt handelt es sich bei der Aktion einfach um einen genialen Schachzug, um Konsumenten in die Supermärkte zu locken.

Jene, die nichts davon haben, die Preise auf Achterbahnfahrt zu schicken, sprechen freilich in einem unaufgeregten Ton über die aktuelle Lage: Berglandmilch-Chef Josef Braunschhofer erwartet keine großen Preissprünge mehr. Was zumindest den Konsumenten nachhaltig beruhigen sollte, aber auch die Landwirte und Molkereifunktionäre, so paradox das klingen mag.

„Müssen mit volatilen Milchmärkten umgehen lernen“

Das Preisniveau in deutschen Supermärkten ist deutlich niedriger. Dennoch nimmt hier die Panikmache viel groteskere Ausmaße an. Warum das so ist? Weil die Milchpreise in Deutschland während der letzten Krise noch weiter im Keller waren.

Die deutschen Konsumenten sind damit an wesentlich niedrigere Butterpreise gewöhnt als die (im internationalen Vergleich doch recht qualitäts- und regionalitätsbewussten) Konsumenten hierzulande. Daraus lässt sich der Schluss ziehen: Die Krise ist eine Frage der Bezugsbasis, der Perspektive und außerdem der persönlichen Motivation jener, die darüber kommunizieren.

So informierte der LEH-Marktführer Billa seine Kunden mit höflicher Überkorrektheit, dass „vereinzelt Artikel nur eingeschränkt verfügbar sein können“. Dies sei darauf zurückzuführen, dass (wieder Zitat) „sich der internationale sowie europäische Rohstoffmarkt im Butterbereich massiv verknappert habe.“ Das klingt aber schon irgendwie nach Panikmache, wirft mein Hausverstand ein.

Denn je höher der Preis von Butterfett ist, desto eher setzen sich in der Lebensmittelindustrie Ersatzprodukte durch, wie etwa Palmöl. Mittelfristig könnte das den Milchpreis wieder in den Keller rasseln lassen – und somit eine neue Milchkrise einleiten.

Zumindest bis Jahresende sollten die Preise aber stabil bleiben – und darüber darf man sich in der Milchwirtschaft auch einfach mal freuen. Zumal momentan noch viele Betriebe damit beschäftigt sind, die letzte Durststrecke zu verdauen.

Klar ist, der Milchmarkt ist volatil geworden. Klar ist auch, dass wir damit umgehen lernen müssen. Lassen Sie sich daher nicht von den wilden Szenarien täuschen, die der Lebensmitteleinzelhandel für seine Zwecke in die Köpfe der Konsumenten malt – bleiben Sie realistisch. Handeln Sie wohlüberlegt und, ja, so überstrapaziert dieses Wort in mancher anderen Hinsicht auch ist, vor allem nachhaltig. Auf gute Zeiten werden schlechte folgen. Und auf schlechte wieder gute.