

DBV-Milch-Report

Markt

Das Milchaufkommen in Deutschland ist weiter saisonal rückläufig (KW 29: -0,4 % im Vergleich zur Vorwoche). Die Vorjahresmenge wurde um 1,3 % übertroffen. Bei kühlen und regnerischen Bedingungen bleiben Impulse für den Absatz von Produkten der weißen Linie aktuell aus. Der Absatz von abgepackter Butter liegt für die Ferienzeit im normalen Rahmen. Molkereiabgabe- und Verbraucherpreise haben zum Monatsbeginn leicht nachgegeben. Der Markt für Blockbutter ist etwas fester für kurzfristige Termine, für spätere Lieferungen weiter abwartend. Am Markt für Schnittkäse ist weiterhin gute Nachfrage festzustellen, bei leicht sinkenden Beständen. Die Preise sind aktuell stabil.



Der Markt für Magermilchpulver ist ferienbedingt ruhig. Die Preise für Lebensmittelware haben zuletzt weiter nachgegeben, Futtermittelware tendiert leicht fester. Die Preise für Vollmilchpulver haben nachgegeben. Am Weltmarkt ist die Wettbewerbsfähigkeit von EU-Ware eingeschränkt. Bei Molkenpulver scheinen die Preise ihren Boden zu finden. (AMI,ZMB)

Wolf: Über 4.000 Nutztierschäden im Jahr 2022

Die Wolf-Dokumentationsstelle des Bundes hat für 2022 die Zahl von 4.366 vermissten, verletzten oder gerissenen Nutztieren bestätigt (Vorjahr: 3.374). „Die Zahlen belegen das Scheitern der Wolfspolitik, die nur auf vermeintlichen Herdenschutz setzt. Der Handlungsdruck hat zugenommen und wird weiter steigen“, so Eberhard Hartelt, Umweltbeauftragter des DBV. Der DBV weist weiter darauf hin, dass der Wolfsbestand reguliert gehört, um Weidetiere zu sichern.

Studie zur Tierwohlkennzeichnung bei Milch

Die FH Kiel hat eine Studie zur "Tierwohlkennzeichnung bei Milch im Jahr 2022" veröffentlicht. Neben der aktuell wachsenden Zahl teilnehmender Molkereien wird durch die Studienergebnisse bestätigt, dass QM+ und QM++ unter Verarbeitern und Erzeugern die spürbar höchste Teilnahmebereitschaft hervorrufen. Während in 2021 nur ca. 10 % der angebotenen Trinkmilch Tierwohlkennzeichnungen aufwies, lag der Anteil im Jahr 2022 bereits bei 40-50 %. Die Studie ist hier zu finden: <https://bit.ly/3qfX48A>

Penny-Kampagne: Greenwashing in Höchstform

Penny verlangt in dieser Woche für neun seiner 3.000 Produkte den „wahren Preis“, also den Produktpreis plus die von Uni Greifswald und TH Nürnberg errechneten Kosten, die negative Auswirkungen auf Umwelt, Klima, usw. mit sich bringen würden. DBV-Generalsekretär Krüsken: „Die Aktion ist ein Greenwashing-Projekt eines Discounters, der sich sonst wenig für faire Bepreisung interessiert. Mit fragwürdiger Methodik wird ein verzerrtes Bild gezeichnet, in dem die Rolle des LEH bewusst ausgeblendet wird. Positive Effekte der Landwirtschaft bleiben unberücksichtigt.“

