



92. Generalversammlung der Molkerei BGL

Beitrag

Welche Auswirkungen die weltpolitische Lage auf die Molkerei Berchtesgadener Land hat, wurde bei der 92. Generalversammlung der Genossenschaft diese Woche deutlich. 345 Mitglieder informierten Geschäftsführer, Aufsichtsrat- und Vorstandsvorsitzender in der Auerbräu Festhalle in Rosenheim umfassend über das Geschäftsjahr 2023. Dabei wurde eines deutlich: Die strategischen Entscheidungen der Molkerei in den vergangenen Krisenjahren waren richtig.

Die Molkerei Berchtesgadener Land hat sich über alle Krisen hinweg als langfristig verlässlicher Partner für Handel, Kundschaft und seine Mitgliedsbetriebe gezeigt.

Anton Berger begrüßte als Ehrengäste den Kreisobmann Hans Gruber, vom Genossenschaftsverband Bayern Bereichsleiter Ware Ludwig Huber, Haupt-Revisorin Sabine Gruhle und die Juristin Dr. Andrea Althanns als Wahlleiterin. In einem Jahr, das vom anhaltenden Ukraine-Krieg und dem neuen Krieg in Israel geprägt war, setzte sich der Wirtschaftsabschwung in Deutschland weiter fort. Weltweit hat sich der Milchmarkt seit Corona komplett gedreht: China hat die Rekordimporte von Milch eingestellt, Neuseeland weicht Richtung Europa aus, der Prokopfkonsument von Milch sank in Deutschland um 6 Prozent und so kam der nationale Markt 2023 weiter unter Druck. In diesem äußerst schwierigen Marktumfeld behauptet die heimische Molkereigenossenschaft erneut ihren Platz als Premiümmolkerei und als stabiler Partner der Landwirtschaft. 216 Mio. Euro Milchgeld wurden in 2023 an die landwirtschaftlichen Betriebe zwischen Watzmann und Zugspitze ausgezahlt so viel wie noch nie. Insgesamt wurden 380 Millionen Kilogramm Milch von den Höfen erzeugt, das waren zwei Prozent mehr als im Vorjahr. Dem Fachkräftemangel begegnet die Molkerei mit fortgesetztem Engagement in die Ausbildung. So starteten auch 2023 wieder 12 junge Menschen in 6 Ausbildungsberufen ihren Weg ins Erwerbsleben. Die vielen Herausforderungen von Politik und Markt haben sehr viel Kraft gekostet. Die Entscheidungen, die strategischen Überlegungen und deren konsequente Umsetzung tragen nun Früchte, so Argstatter. Während andere in der Branche auf Spotmarkt, Export in den asiatischen Markt, auf vegane Milchalternativen und Kontraktgeschäft mit Harddiscountern in den vergangenen Krisenjahren gesetzt haben, blieb die Molkerei Berchtesgadener Land dem Markengeschäft treu.

Der Lebensmittelhandel sieht in der Molkerei heute einen absolut verlässlichen Partner für gesunde



Milchprodukte, der in schwierigen Zeiten die Preise nicht überzogen hat und seine Lieferquoten zu 98 Prozent erfüllt hat. Dank eines umfassenden Sparprogramms auf Seiten der Molkerei gin gemacht haben, zeigen mir auch die Anfragen von externen Landwirten, die gerne zu uns in die Genossenschaft liefern wollen.

Gegen den Trend

Geschäftsführer Bernhard Pointner begann mit einem weitgefassten Rückblick auf wegweisende Entscheidungen zur strategischen Ausrichtung der Genossenschaft, die anfangs oft Kopfschütteln ausgelöst hatten: vor 51 Jahren der Beginn der Erfassung und Vermarktung von Bio-Milch als Pionier in Deutschland, vor über 35 Jahren der Start der separaten Erfassung und Verarbeitung der Bergbauernmilch, vor 15 Jahren der konsequente Weg gegen gentechnisch veränderte Futtermittel und 2022 schließlich das Stemmen gegen die Preisrallye im Lebensmittelhandel.

Gelebte Genossenschaft

In der Satzung der Molkereigenossenschaft Berchtesgadener Land steht: Das Ziel allen Handelns ist die bestmögliche Verwertung der angelieferten Milch der derzeit rund 1.600 Mitglieder. Dieses Ziel vor Augen wurden in den letzten 12 Jahren Investitionen von 250 Mio. Euro in den Standort getätigt. Während beim Neubau der Molkerei 1986 staatliche Zuschüssen ausblieben, weil die Politik nicht an eine Molkerei in der Alpenregion glaubte, wird inzwischen die Markbedeutung der Genossenschaft anerkannt und so flossen in den letzten 15 Jahren Zuschüsse von neun Millionen Euro nach Piding. Dazu sprach Pointner der bayerischen Ministerin für Landwirtschaft Michaela Kaniber einen Dank aus, die sich mit verbindlichen Aussagen und echter Unterstützung immer für die Molkerei und ihre Mitglieder einsetze. Auch auf weitere Krisen ist die Molkerei bestens vorbereitet. So bestätigt ein kürzlich durchgeführter Blackout-Test: Die Molkerei ist mit den zwei je 1.500 PS-starken Notstromaggen im Notfall energieautark.

Markengeschäft erfolgreich

Obwohl sich der Trend Richtung Sparen fortsetzt, sehen die Pidingener ihre Markenheimat weiter Jahren ganz genau angeschaut und uns nach eingehender Analyse trotzdem z.B. gegen vegane Ersatzprodukte, gegen protein-angereicherte Produkte oder gegen Kleinstverpackungen im zwischen: Der Hype der Milchersatzprodukte flacht schon wieder ab, in Studien stehen künstliche High-Protein-Produkte – weil nierenbelastend – in der Kritik und die EU greift mit rigorosen Verordnungen den Verpackungsmüll an. To go und die Außerhausverpflegung am Arbeitsplatz dagegen sind Trends, die von der Molkerei erfolgreich genutzt werden. So wies das TetraTop Sortiment mit Milch, Milchlischgetränken und Joghurt drinks ein zweistelliges Wachstum auf und wird in 2024 mit großem Sommergewinnspiel und Werbekampagnen mit ganz neuen Akzenten unterstützt. Die weiterhin pfandfreien Getränkekartons boomen auch in den Automaten und Shops z.B. von BMW, VW und Allianz.

Milch gehört zu unserer Kultur und hat Zukunft

Milch hat Zukunft, davon ist Pointner, selbst Vater von zwei Vorschulkindern, voll und ganz überzeugt. Wie das Ministerium so will auch er, dass Kinder echte Einblicke in die Landwirtschaft bekommen, um den Wert von regional erzeugten Lebensmitteln schätzen zu lernen. Mehr als 2000 Kinder waren in 2023 bereits auf Bauernhöfen und anschließend in der Molkerei. Den Markenbotschaftern, die mit viel Herzblut ihre Höfe für Kinder öffneten, dankte er. Sie tragen dazu bei, dass Milch aus dem Grünland der Alpen auch zukünftig Kundenschaft habe. Nicht zuletzt die wertgebenden Inhaltsstoffe wie Omega-3-Fettsäuren, besonders gut verwertbares Milchcalcium oder die gesunden Kulturen von Joghurt und



Kefir sprechen laut Pointner für den Konsum.

Neu- und Wiederwahlen von Vorstand und Aufsichtsrat

Sie sind Entscheider in der Genossenschaft und immer erste Ansprechpartner der Mitglieder: die gewählten Bäuerinnen und Bauern im Vorstand und Aufsichtsrat. Auf der 92. Generalversammlung der Molkerei Berchtesgadener Land wurden alle zur Neu- und Wiederwahl vorge schlagenen Mitglieder in Vorstand bzw. Aufsichtsrat per Akklamation gewählt. Andreas Argstatter aus Piding wurde mit überwältigender Mehrheit wieder in den Vorstand, Josef Frank aus Truchtlaching und Alois Kramer aus Krün in den Aufsichtsrat gewählt. Für den aus dem Aufsichtsrat ausgeschiedenen Andreas Stanggassinger aus Berchtesgaden wurde Katharina Walch aus Berchtesgaden ebenfalls mehr als eindeutig gewählt. Sie engagiert sich seit 2023 als Markenbotschafterin für die Molkerei. Alle neu- und wiedergewählten bedankten sich für das Vertrauen und freuen sich auf die Aufgabe. Der Vorstand besteht weiterhin aus 5 gewählten Vertretern, der Aufsichtsrat aus 14 aktiven Bäuerinnen und Bauern, die sich über das ganze Einzugsgebiet der Molkereigenossenschaft verteilen und so große und kleine, bio und konventionelle Betriebe vom Watzmann bis zur Zugspitze vertreten.

Bericht und Bilder: Milchwerke Berchtesgadener Land Chiemgau eG

345 Mitglieder waren der Einladung zur 92. Generalversammlung der Molkerei Berchtesgadener Land in die Auerbräu-Festhalle in Rosenheim gefolgt.

Katharina Walch aus Berchtesgaden vertritt als neu gewähltes Mitglied im Aufsichtsrat nun die Interessen der Berg Landwirtschaft.

Bildquelle: Molkerei Berchtesgadener Land

www.molkerei-bgl.de







Kategorie

1. Land- & Forstwirtschaft

Schlagworte

1. Bayern
2. BGL
3. Chiemgau
4. Milchwerke
5. München-Oberbayern
6. Rosenheim