



Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau
Postfach 3269 | 55022 Mainz

Vorsitzenden des Ausschusses für
Landwirtschaft und Weinbau
Herrn Arnold Schmitt, MdL
Landtag Rheinland-Pfalz
55116 Mainz



DER MINISTER
Dr. Volker Wissing
Stiftsstraße 9
55116 Mainz
Telefon 06131 16-2201
Telefax 06131 16-2170
poststelle@mwwlvw.rlp.de
www.mwwlvw.rlp.de

Dr. Juni 2017

Sitzung des Ausschusses für Landwirtschaft und Weinbau am 8. Juni 2017

TOP 6 A2-Milch als neuer Absatzmarkt für Milch
Antrag der Fraktion der AfD nach § 76 Abs. 2 der Vorl. GOLT – Vorlage 17/1499

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

in der Sitzung des Ausschusses für Landwirtschaft und Weinbau am 8. Juni 2017 wurde zu vorgenanntem Tagesordnungspunkt zugesagt, den Sprechvermerk zur Verfügung zu stellen. Entsprechend dieser Zusage erhalten Sie nunmehr den beigefügten Sprechvermerk.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Volker Wissing

Sprechvermerk

Sitzung des Ausschusses für Landwirtschaft und Weinbau am 8. Juni 2017

TOP 6 A2-Milch als neuer Absatzmarkt für Milch

Antrag der Fraktion der AfD nach § 76 Abs. 2 der Vorl. GOLT

- Vorlage 17/1499 -

Anrede,

in den Medien taucht in letzter Zeit vermehrt das Wort „Urmilch oder A2-Milch“ auf. Diese Urmilch / A2-Milch wird als besonders gesund beworben, vereinzelt wird sie sogar – fälschlicherweise – als „laktosefrei“ bezeichnet. Die Bezeichnung „A2“ bzw. „A1“ bezieht sich auf die im Eiweißanteil der Milch vorhandenen Caseine. Es gibt Rinderrassen, deren Milch überwiegend die Variante A1 enthält, während andere Rassen (z. B. Jersey, Brown Swiss und Guernsey) überwiegend Milch mit der Variante A2 produzieren.

Die neuseeländische Firma „a2-Milk-Company“¹ hat die A2-Milch (wieder-) entdeckt und zwischenzeitlich auf dem neuseeländischen Markt einen Marktanteil von 10 % in einem höheren Preissegment (umgerechnet 2 Euro/l) erreicht. Neben dem Erfolg auf dem neuseeländischen Markt wird auch von einer steigenden Nachfrage in den USA, Großbritannien und China (a2-Babynahrung) berichtet. Auf allen Märkten vermarktet das Unternehmen seine Produkte unter seinem a2-Label und bewirbt diese als besonders bekömmlich und gesund.

In Deutschland ist „A2“ vor allem in der Zucht-Branche ein Thema. Die Nachfrage nach A2-Vererbern steigt nicht nur weltweit, sondern auch in Deutschland. Eine Abschätzung des Marktpotentials für A2-Konsummilch ist in Deutschland nicht möglich. Zu diesem Zeitpunkt ist kein flächendeckendes Angebot zu erkennen. A2-Milch findet allenfalls nur in der Direktvermarktung statt. Es bleibt abzuwarten, ob die Molkereien dem Trend aus Übersee folgen und A2-Produkte in ihr Produktportfolio

¹ Das neuseeländische Unternehmen hat die Handelsmarke und das Logo „a2 milk“ bzw. „a2-Milch“ rechtlich schützen lassen.

aufnehmen. Eine höherpreisige Vermarktung ohne eindeutige wissenschaftliche Beweise der gesundheitlich positiven Effekte der A2-Milch wird schwer zu realisieren sein. Ohne einen garantierten Preisaufschlag ist die Investitionsbereitschaft (bspw. Gentests der Herde zur Bestimmung des Anteils der A2A2-Kühe und getrennte Melkanlagen für reinrassige Tiere (A2A2) und mischerbige Tiere (A1A2)) der Landwirte als fraglich anzusehen. Inwieweit sich eine hohe Nachfrage nach A2-Milch entwickelt, kann bezweifelt werden. Bei einer solchen Marktentwicklung wären bereits heute erste A2-Milchprodukte in Deutschland im Lebensmitteleinzelhandel gelistet. Es wird vielmehr davon ausgegangen, dass es für einzelne Betriebe eine Möglichkeit darstellt, sich von Mitbewerbern abzuheben und einen Preis-Premium-Bereich in diesem Nischenmarkt zu bedienen.

Hinsichtlich des Exportpotentials ist natürlich der asiatische Markt zu beachten. So gibt es beispielsweise in China überproportional viele Menschen, die keine Milch vertragen. Ob diese Unverträglichkeit auf eine Laktoseintoleranz oder auf die Unverträglichkeit des Stoffwechsels des A1-Beta-Caseins zurückzuführen ist, ist maßgeblich für mögliche Erfolge auf diesem Markt mit A2-Milch. Allerdings gibt es keinen wissenschaftlichen Nachweis für eine bessere Verträglichkeit von A2-Milch bei Laktoseintoleranz. A2-Milch unterscheidet sich im Laktosegehalt in keiner Weise von der A1-Milch.

Das neuseeländische Unternehmen „a2-Milk-Company“ hat durch seine räumliche Nähe Wettbewerbsvorteile auf den asiatischen Wachstumsmärkten. Es hat sich die Handelsmarke und das Logo „a2-Milch“ rechtlich schützen lassen. Damit hat es sich bereits eine gewisse Marktmacht geschaffen und ist ein starker Wettbewerber.

Bezüglich der Unterstützungsmöglichkeiten von Betrieben und Verarbeitern verweise ich auf meine Ausführungen zu TOP 4 „Unjodierte Milchprodukte als neuer Absatzmarkt für Milch“.