

Mediencommuniqué

Milchforum 2007. Markt, Produktivität und Politik sind die Herausforderungen der Schweizer Milchwirtschaft

Als Auftakt zum Jubiläum lancierten die ZMP zusammen mit den Landwirtschaftlichen Bildungs- und Beratungszentren (LBBZ) des Kantons Luzern ein Milchforum zum Thema „Zukunft aktiv gestalten“. Internationale und nationale Referentinnen und Referenten setzten sich zusammen mit einem breiten Publikum aus der Schweizer Milchwirtschaft und Politik mit der Zukunft der Milchwirtschaft und den Chancen und Risiken auf den internationalen Märkten auseinander. Trotz einer Kundgebung vor dem Forum lief die Tagung in geordneten Bahnen ab.

Obwohl im Vorfeld einige bäuerliche Exponenten zum Boykott des Milchforums aufgerufen hatten, war das Forum vom 9. Februar 2007 in der Festhalle Seepark, in Sempach Stadt, sehr gut besucht. Unter den Teilnehmenden waren Milchproduzenten, aber auch Persönlichkeiten aus Politik und Milchwirtschaft aus der ganzen Schweiz und dem benachbarten Europa, welche gemeinsam und aktiv die Zukunft der Schweizer Milchwirtschaft gestalten wollen. In seiner Begrüssungsrede freute sich Moritz Erni, Präsident ZMP, dass das Milchforum bis auf den letzten Platz ausgebucht war. Diese überwältigende Zahl weise auf die grosse wirtschaftliche Bedeutung der Milchwirtschaft in der Schweiz und insbesondere in der Zentralschweiz hin. Nach der Begrüssung wurde den Initianten der Kundgebung im Milchforum Raum geboten, ihre Forderungen an die Politik, Wirtschaft und die Konsumenten zu überbringen.

Die gewonnene Marktnähe nicht aufs Spiel setzen

Manfred, Bötsch, Direktor Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) Bern, legte in seinem Referat dar, dass eine repräsentative Umfrage ergeben hat, dass die Schweizer Bevölkerung klar hinter dem Verfassungsauftrag bezüglich Nachhaltigkeit und Ökologie der Landwirtschaft steht. Die nächste WTO-Runde sei unausweichlich. Manfred Bötsch geht von einem weiteren massiven Zollabbau aus und fordert die Landwirtschaft auf, sich heute schon auf diese Entwicklung einzustellen. Er sei überzeugt, dass sich vor allem die Milchwirtschaft in der Zukunft erfolgreich positionieren kann, wenn sie die Herausforderungen offen annimmt und sich auch entsprechend ausrichtet.

Der Schweizer Käse gehört weltweit zu den Besten

Die Mittel für Werbung und Kommunikation für Schweizer Käse seien im Vergleich mit der internationalen Konkurrenz bescheiden. Deshalb habe die SCM die Marketingmassnahmen für Schweizer Käse gebündelt, informiert Dr. David Escher, Geschäftsführer der Switzerland Cheese Marketing AG (SCM). Der Schweizer Käse gehöre zu den Besten der Welt, dies haben Umfragen in Europa ergeben. Diese Position müsse gehalten und noch weiter ausgebaut werden.

Schweizer Produktionsmethoden als strategischer Erfolgsfaktor auf Europas Märkten

Walter Huber, CEO Emmi Gruppe, ist überzeugt, dass Schweizer Milchprodukte ein gutes Fundament haben, das auf Qualität, Glaubwürdigkeit, Lebensmittelsicherheit und natürliche Produktion aufgebaut ist. Die Produkte müssen auf die Konsumtrends, wie zum Beispiel Regionalität, Gesundheitsorientierung, natürlich produzierte Produkte, Erlebnis Essen, „Convenience“ und „Premium“ ausgerichtet werden. Die nachhaltige Verankerung eines Unternehmens wie Emmi in neuen Märkten bedinge aber auch eine gewisse Grösse. Die Schweizer Produktionsmethoden (umwelt- und tiergerecht, GVO-frei) seien ein strategischer Erfolgsfaktor für Schweizer Milchprodukte in Europa.

Milchwirtschaft in der Schweiz und in Deutschland: wie gross sind die Unterschiede wirklich?

Dr. Monika Müller, Milchproduzentin und Betriebsleiterin Hubertushof, Irmtraut (D), bringt es auf den Punkt. Mittelfristig werden in Deutschland die Milchpreise sinken. Der teure Quotenkauf hemme das Wachstum der Betriebe. Auch in der EU haben die Bauern mit steigenden Produktionskosten zu kämpfen (Rechtsverordnungen, Energie-, Düngerkosten usw.). Insbesondere steigen in der EU die Auflagen bezüglich Umwelt und Hygienevorschriften. Der Hubertushof begegnet diesen Rahmenbedingungen mit der Konzentration auf das Kerngeschäft, die Spezialisierung in der Erzeugung von Qualitätsmilch. Aber auch Freiräume für Neues seien für den Betrieb wichtig. Die Bäuerin stabilisiere die Einkommensverluste bei der Milch zum Beispiel mit einer hofeigenen Biogasanlage. So anders tönt es im Referat von Roland Villiger, Milchproduzent Buchackerhof, Alikon, nicht. Trotz konkurrenzfähiger Betriebsgrösse mit gut erhaltenen Gebäuden und an bester Verkehrslage hat der Bauer mit dem Preisdruck in der Landwirtschaft zu kämpfen. Mit der Milchpreissenkung von diesem Jahr verliere der Betrieb an Einkommen, das heisst der Stundenlohn nimmt ab. Der Bauer wählt den Weg, die Milchproduktion aufzustocken und die Produktionskosten zu senken beziehungsweise die Arbeitsproduktivität mit Hilfe von technischen Mitteln zu steigern. Um effektiv wachsen zu können, fehlen aber die politischen Rahmenbedingungen.

Landwirtschaftliche Bildungs- und Beratungszentren spielen eine wichtige Rolle

Walter Gut, Direktor der Landwirtschaftlichen Bildungs- und Beratungszentren (LBBZ) Hohenrain und Schüpfheim, weist auf die Vollkostenrechnung der Betriebe hin. Diese Basisanalyse sei ausserordentlich wichtig für die strategische Entscheidung auf den Betrieben. Die LBBZ nehmen nun ein Projekt in Angriff, welches aufzeigen soll, wie im Schweizer Talgebiet wettbewerbsfähig Milch produziert werden kann. Der Direktor spricht auch das lancierte Bergmilchprojekt an, in dem er grosse Chancen für die Milchproduktion in Randregionen sieht. Die Milchwirtschaft habe einen grossen Stellenwert in der Aus- und Weiterbildung in der Landwirtschaft.

Schweizer Milchproduzenten SMP wollen eine Gesamtstrategie für den Milchmarkt festlegen

Dr. Albert Rösti, Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP, sieht die grossen Herausforderungen in der Konzentration und dem Druck im Detailhandel, im fortschreitenden Stützungsabbau, der Aufhebung der Milchkontingentierung im 2009 sowie in den möglichen Freihandelsabkommen und den kommenden WTO-Verhandlungen. Der Direktor der SMP sieht die Lösung in einer Gesamtstrategie für den Schweizer Milchmarkt, die noch in diesem Jahr in Zusammenarbeit mit den Partnern festgelegt werden soll. Die SMP fordern und fördern weitere Schritte zur Konzentration und Spezialisierung auf allen Verarbeitungsstufen. Zentral werde die weitere Bündelung der Milch sein, um gegenüber den Verarbeitern auch an Stärke zu gewinnen.

Sind die Schweizer Milchproduzenten auf dem internationalen Parkett wettbewerbsfähig?

Dr. Torsten Hemme, IFCN Dairy Research Center, Kiel (D), glaubt an das Milchland Schweiz und zeigt auf, welche Vorteile die Schweizer Milchwirtschaft hat. Die Schweiz ist unter den Netto-Exportländern von Milchprodukten die Nummer 10. Der Weltmarktpreis für Milch lag im letzten Jahr bei 25 Rappen. Die Nachfrage steige jedes Jahr um 15 Mio. Tonnen, aber zu einem Milchpreis von maximal 30 Rappen. Der Milchpreis sei der grösste Kostenfaktor in der Milchverarbeitung. Die Produktionskosten auf den Betrieben würden eine entscheidende Rolle im Wettbewerb unter den Milchproduktionsregionen spielen. Torsten Hemme ist überzeugt, dass kostengünstige Standorte und Betriebe in Zukunft Marktanteile gewinnen werden, solche mit hohen Kosten werden zu den Verlierern gehören. Die heutigen Kosten und die Geschwindigkeit, in welcher Veränderungen herbeigeführt werden können, seien entscheidend.

Die Herausforderungen für die Schweizer Milchwirtschaft heissen Markt, Produktivität und Politik

Prof. Dr. Bernard Lehmann, Leiter der Gruppe Agrar-, Lebensmittel- und Umweltökonomie an der ETH Zürich, fasste in einer Synthese die Resultate des Milchforums zusammen. Markt, Produktivität und Politik sind die Herausforderungen für die Schweiz. Markt bedeutet Wettbewerb und der Konsument spielt hier die entscheidende Rolle.

In den nächsten 10 Jahren werden einzelne Weltmarktpreise auf dem Milchsektor steigen, andere sinken. Dies spielt sich aber auf einem tiefen Niveau ab. Der Abbau beziehungsweise Umbau der Stützungen und der Abbau des Grenzschutzes gehen weiter. Bei gegebenen Mengen werden die Erlöse sinken. Bernard Lehmann sieht einen grossen Handlungsbedarf im Kapitaleinsatz pro produzierte Menge und im Arbeitseinsatz pro produzierte Menge.

Die Politik ist eine sehr grosse Herausforderung für die Schweiz. Sie ist das Spiegelbild von gesellschaftlichen Präferenzen und Wertvorstellungen. Es wird eine Debatte geben zur internationalen Einbettung der Landwirtschaft und Ernährungswirtschaft der Schweiz (national ausgelöst, international bedingt (zum Beispiel durch die WTO)). Man muss sich in der Landwirtschaft auf eine fundierte Leistungsdiskussion einstellen und die Direktzahlungen sehr gut begründen können.

Man darf nicht in die Falle rutschen, dass man sich jeglichen Handlungsspielraum verbaut. Die Stärken der Schweizer Milchwirtschaft sind da. Es braucht Unternehmer, welche die sich bietenden Chancen packen, und es braucht Rahmenbedingungen, die Unternehmertum ermöglichen.

Zentralschweizer Milchproduzenten

Landwirtschaftliche Bildungs- und Beratungszentren (LBBZ) des Kantons Luzern

- Alle Referate (Präsentationen) finden Sie auf www.zmp.ch (unter Milchforum)
- Weiteres Bildmaterial auf Anfrage

Luzern, 9. Februar 2007/CA

Kontakt bezüglich Fragen zum Milchforum betreffend ZMP:

- Moritz Erni, Präsident ZMP, Ruswil, Tel. 041 495 18 51, Natel: 079 762 99 52,
E-Mail: moritz.erni@brunaline.ch
- Benedikt Felder, Geschäftsführer ZMP, Tel. 041 429 39 20, Natel: 079 408 55 36
E-Mail: benedikt.felder@zmp.ch
- Carol Aschwanden, Leiterin Kommunikation ZMP, Tel. 041 429 39 17, Natel: 079 777 16 30
carol.aschwanden@zmp.ch

Kontakt bezüglich Fragen zum Milchforum betreffend LBBZ:

- Walter Gut, Direktor Landwirtschaftliche Bildungs- und Beratungszentren (LBBZ) Hohenrain und Schüpfheim, Hohenrain, Tel. 041 914 30 72, E-Mail: walter.gut@edulu.ch
- Pius Hofstetter, Landwirtschaftslehrer und Berater, LBBZ Schüpfheim, Tel. 041 485 88 27,
E-Mail: pius.hofstetter@edulu.ch