

Newsletter für Mitglieder
und Interessierte

Perspektiven am Milchmarkt weiterhin nicht rosig

Editorial



Carol Aschwanden
Leiterin Kommunikation

Das letzte Jahr war die Schweizer Landwirtschaft in den Medien omnipräsent. Grosse Tageszeitungen wie SonntagsZeitung, TagesAnzeiger, NZZ sowie Radio und Fernsehen berichteten oft über Themen, welche nicht unbedingt zum Image-Erhalt der Land- und Milchwirtschaft beitragen. Viele Konsumentinnen und Konsumenten sind verunsichert oder fühlen sich in ihrer Haltung oder in ihrem Tun bestätigt. Nämlich diejenigen, welche über der Grenze einkaufen, weil hier alles zu teuer sei. Aber auch die, welche mehr ökologisches Engagement und mehr Tierwohl von den Bauern fordern oder sogar ganz zum Verzicht auf Milch und Fleisch aufrufen. Dann gibt es noch Leute, welchen die „Subventionen“ an die Bauern ein Dorn im Auge sind - kein Wunder bei der Berichterstattung, dass überall gespart wird, ausser bei der Landwirtschaft.

Die Medienberichte kommen meiner Meinung nach nicht von ungefähr. Zu lange haben landwirtschaftliche Organisationen und Branchenverbände kritische Themen ausgeblendet oder vor sich hin geschoben! Zu oft bedienen sich Parteien der Bauern, um Stimmen zu machen. Es ist höchste Zeit, dass wir uns in der Land- und Milchwirtschaft selber mit den kritischen Themen auseinandersetzen und dies nicht anderen überlassen!

Die Lage am internationalen Milchmarkt ist weiterhin sehr angespannt. Das globale Milchangebot übersteigt die Nachfrage deutlich. Drei Viertel der in der Schweiz produzierten Milchmenge ist diesem Wettbewerb ausgesetzt - so auch die Milchpreise!



Thomas Oehen
Präsident

Liebe Bäuerinnen und Bauern, gerne hätte ich Ihnen im neuen Jahr bessere Meldungen überbracht. Aber die tiefen Milchpreise auf den internationalen Märkten halten weiter an. Dies ist auf die hohe Produktion, nicht zuletzt in der EU, aber auch auf die schwächelnden Absatzmärkte zurückzuführen. Zu allem Übel kommen noch politische Entscheide dazu, wie das Russland-Embargo oder das Pulverfass im Nahen Osten. Und schliesslich hat die Aufwertung des Schweizer Frankens dazu geführt, dass die Preisdifferenz zum EU-Raum noch viel grösser wurde.

Milchproduktion oder Milchpreis reduzieren?

In diesem Umfeld, mit den geltenden politischen Rahmenbedingungen, die richtigen Entscheide zu treffen, ist nicht so einfach. Die Produktionsmenge zurückfahren, damit der Preis steigt, sagen die Einen. Ob unsere Milchpreise bei einer tieferen Produktion in der Schweiz wirklich nachhaltig steigen, ist aber nicht sicher. Zu sehr wirkt sich das internationale Überangebot an Milch auch auf den Schweizer Milchmarkt aus. Verarbeitungsindustrie, Detailhandel und vor allem auch die Gastronomie haben Möglichkeiten, in diesem teilliberalisierten Markt auf andere Produkte auszuweichen. Und viele Konsumentinnen und Konsumenten kaufen im Ausland ein. Und dass dies passiert, erleben wir bereits jetzt.

Andere Kreise fordern, die Milchpreise weiter zu senken, damit wir wettbewerbsfähiger werden. Ich glaube, auch dieses Szenario ist sehr gefährlich. Bereits ist die Schmerzgrenze für viele Milchproduktionsbetriebe erreicht.

2 bis 3 Prozent weniger Menge, um Druck vom „Inland“-Preis zu nehmen

Mit diesem schwierigen Thema hat sich auch der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP an seiner letzten Sitzung auseinandergesetzt.

Nach langen Diskussionen ist sich der Vorstand SMP jedoch einig, dass eine Reduktion der Schweizer Milchmenge um 2 bis 3 Prozent im jetzigen Zeitpunkt einen gewissen Druck vom A-Richtpreis nehmen würde. Er appelliert daher an die Solidarität der Produzenten zum Masshalten. Der Vorstand SMP ist sich bewusst, dass diese Aufforderung keine bindende Wirkung hat.

Mittel-/langfristig sind Perspektiven gut für die Milchwirtschaft

Im Dezember 2015 hat Bernard Lehmann, Direktor Bundesamt für Landwirtschaft (BLW), bei den SMP Stellung zur Situation am Milchmarkt und den politischen Möglichkeiten des Bundes bezogen. Die Politik könne die momentanen Marktkräfte nicht aushebeln. Mittel- und langfristig rechnet Bernard Lehmann aber mit positiven Perspektiven für die weltweite Milchwirtschaft. Da könnten auch die Schweizer Produzenten durchaus partizipieren. Er hält aber fest, dass auch in Zukunft mit grösseren Milchpreisschwankungen gerechnet werden muss. Darauf müssen sich die Milchbauern einstellen.

Der BLW-Direktor ist überzeugt, dass die Milchproduktion in der Schweiz Potenzial hat. Klima, Topographie und das vorhandene Know-how würden für die Milchproduktion sprechen. Seitens der SMP gibt man zu bedenken, dass dazu die politischen Rahmenbedingungen für die Milchproduzenten verbessert werden müssen. Verbesserungen können jedoch nur in Zusammenarbeit mit der gesamten Branche erreicht werden. Hierzu stehen die Zeichen positiv. Die Akteure sind sich einig, dass die gesamte Branche die gesteckten Ziele gemeinsam erreichen will. Das gibt mir doch Hoffnung, dass wir, wenn auch nur in kleinen Schritten, aus diesem Wellental herauskommen.

Nachfolgeregelung „Schoggigesetz“ in Diskussion

Der Zeitplan für die Nachfolgeregelung vom „Schoggigesetz“ steht fest. Nun ist eine gute Alternative gefragt.

Am 19. Dezember 2015 hat die 10. WTO-Ministerkonferenz in Nairobi beschlossen, alle Exportsubventionen mit einer maximalen Übergangsfrist von fünf Jahren abzuschaffen. Damit ist das Schweizer „Schoggigesetz“ bis spätestens Ende 2020 Geschichte.

Bundesrat Johann Schneider-Ammann hat im Nachgang mitgeteilt, dass er bereits ab 1. Januar 2018 eine Nachfolgelösung umsetzen will, damit diese nötigenfalls mittels Allgemeinverbindlichkeit bis spätestens Ende 2020 optimal eingeführt und umgesetzt werden kann. Mit dieser Ausgangslage ist nun der Zeitplan klar, wie es für die Nachfolgeregelung vom „Schoggigesetz“ aussieht.

Produzenten wollen mitgestalten

Die Milchproduzenten sind gewillt, diesen Prozess aktiv mitzugestalten und dabei mit der gesamten Milchbranche die finanziellen Mittel für die Milchwirtschaft zu sichern und die Übergangsfrist bis Ende 2020 zeitlich und budgetmässig optimal auszuschöpfen. Immerhin stehen CHF 95 Millionen pro Jahr zur Verfügung, und zwar für die Milch- und Getreidebranche.

Für die Milchproduzenten muss die Nachfolgeregelung folgende Ziele erfüllen:

- Eine „neue“ Milchzulage soll im Gesetz analog der Verkäsungszulage verankert werden
- Mit einem neu zu errichtenden Marktentwicklungsfonds können die vorhandenen Gelder zielgerichtet eingesetzt werden. Und zwar so, dass die Exportprodukte mit Schweizer Milchgrundstoffen effizient produziert, veredelt und exportiert werden.

- Der Marktentwicklungsfonds soll nach Bedarf aus weiteren Finanzmitteln geäuffnet werden können.

In den letzten Wochen und Monaten waren die „Schoggigesetz“-Mittel in der Öffentlichkeit und auch von Milchproduzenten sehr kritisiert worden. Der Schweizer Milchmarkt ist aber weit liberalisiert und leidet sehr unter den aktuellen internationalen tiefen Milchpreisen. Daher braucht die Milchbranche ein Instrument, um eine effiziente Milchproduktion und Verarbeitung zu unterstützen. Mit dem neuen Fonds können zukünftig Anreize geschaffen werden, damit neue Märkte erschlossen werden, die für die gesamte Milchbranche einen Mehrnutzen bringen.

Pirmin Furrer

Lage beim Emmentaler AOP immer noch sehr schwierig

Der Emmentaler AOP hat ein schwieriges Jahr hinter sich. Mit Hilfe von intensiven Marketing-Massnahmen soll es im 2016 besser werden.

Die harten Fakten

Noch ist nicht alles nötige Zahlenmaterial vorhanden. Es zeichnet sich aber ab, dass im 2015 wieder rund 2'000 Tonnen weniger Emmentaler verkauft werden konnten. Die Verkäufe sind total auf zirka 91 Prozent des Vorjahres-Niveaus, die Exporte lediglich 85 Prozent. Im Inland konnten wir nahezu 100 Prozent halten. Prozentual am meisten eingebrochen ist die Schmelzkäseproduktion.

Wir wissen alle, das 2015 war für die Milchproduzenten ein sehr schwieriges Jahr. Wenn in ganz Europa zu viel Milch auf dem Markt ist, wird Käse zu allen Schundpreisen produziert und verkauft. Imitate jeglicher Art drücken die originalen Sortenkäse brutal an die Wand respektive aus den Verkaufsräumen.

Die Sortenorganisation hat mit dem Handel alles Mögliche unternommen, um dieser Tatsache entgegenzuwirken. Ohne diesen geleisteten Grosseinsatz ist nur zu erahnen, wie das Resultat sonst aussehen würde.



Die sanfte Hoffnung

Die im 2015 gestartete Marketing-Offensive soll im 2016 die erste Ernte einfahren. Unter dem noch immer neuen Direktor, Stefan Gasser, wurden die Marketing-Massnahmen in den Hauptmärkten Schweiz, Deutschland und Italien massiv intensiviert.

In Italien werden die Verkaufsförderungs-Massnahmen mit Michelle Hunziker stark ausgebaut. Wettbewerbe mit dem Gewinn eines Jahreseinkaufes sollen die Konsumenten zum Kauf von Emmentaler AOP animieren. Neu wird der Emmentaler-Keil lanciert. Ein Emmen-

taler-Keil wiegt zirka 6 Kilogramm und wird auf der Verpackung mit der Strahlenmarke zu einem echten Wahrzeichen. Auch wird die Kontrolle der Abpackungsbetriebe neu von der Sortenorganisation übernommen.

In Deutschland wurde an der „Grünen Woche“ in Berlin der Startschuss für ein intensives Marketingjahr ausgelöst. Das 2015 eingeführte Feldmarketing wird weiter ausgebaut. Rund 20 Personen, bestens bekannt mit den Eigenheiten des deutschen Marktes, betreuen, beraten und kontrollieren die Verkaufspunkte. Auch in Deutschland wird Michelle Hunziker mit Massnahmen am Verkaufspunkt und Wettbewerben viel für uns leisten.

Neu werden die drei Hauptsorten Emmentaler, Gruyère und Appenzeler zusammen mit Emmi gemeinsam mit einer neuen Scheibenpackung auf dem Markt erscheinen. In der Schweiz werden diverse Promotionen über das ganze Jahr laufen. Mit einer neuen Website wird auch top modernes Marketing betrieben.

Ich bin nach wie vor vom Emmentaler AOP überzeugt, und all die eingeleiteten Massnahmen bringen neue Hoffnung.

Franz Häfliger

Milchpreise ZMP

Der Basispreis ZMP für Milch Suisse Garantie sinkt per 1. Februar 2016 um einen Rappen.

Marktsituation international

Im November 2015 wurden in der EU rund 4.9 Prozent mehr Milch produziert als im Vorjahr. Damit ist die Milchproduktion nach wie vor auf sehr hohem Niveau. Insbesondere in Irland, Luxemburg, den Niederlanden und Dänemark ist die Milchproduktion in den letzten Monaten sehr stark ausgedehnt worden. Die Preise für Butter und Vollmilchpulver sind am Weltmarkt stabil, während die Preise für Magermilchpulver und Schnittkäse im Januar 2016 auf tiefem Niveau weiter nachgegeben haben. Auch bei der Auktion der neuseeländischen Molkerei Fonterra, „Global Dairy Trade Tender“, sind die Preise weiter rückläufig.

Marktsituation Schweiz

Die Milchproduktion in der Schweiz hat im November 2015 erstmals die Vorjahreslinie mit 0.8 Prozent überschritten. Für den Monat Dezember 2015 kann aufgrund der sehr milden Witterung und der hervorragenden Futterqualität von einem deutlich höheren Abstand zur Vorjahresmenge ausgegangen werden.

Am 24. Februar entscheidet die Branchenorganisation Milch über den Richtpreis für das 2. Quartal 2016. Eine Richtpreissenkung würde die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Milch kaum verbessern und wäre eine unnötige Vernichtung von Wertschöpfung beim Milchproduzenten und muss deshalb unbedingt verhindert werden.

Für die Stabilität im Schweizer Milchhandel ist es zudem zentral, dass die Aktionäre der LactoFama AG im Februar 2016 den Einzug der Stützungsgelder bis Ende Jahr beschliessen. Nur so kann sichergestellt werden, dass saisonal überschüssige Milch gezielt exportiert und damit unnötiger weiterer Druck auf das Schweizer Milchpreisniveau verhindert werden kann.



Milchpreise ZMP

Im Dezember 2015 lag die Produktion der ZMP-Direktlieferanten um 3.6 Prozent über dem Vorjahr. Bei Berücksichtigung der Einschränkungsmilch hat die ZMP im Dezember 6.3 Prozent mehr Milch eingekauft als im Vorjahr. So viel Milch wurde in einem Dezember noch nie eingekauft.

Wie bereits in der ZMP info vom Dezember 2015 erwähnt, müssen wir den Basispreis für Milch Suisse Garantie im Februar 2016 um

Milchpreise ZMP		
	aktuell	ab 1. Feb. 2016
Milch Suisse Garantie		
Basispreis:	62.0 Rp./kg	61.0 Rp./kg
Milch a. MVM:	50.0 Rp./kg	43.0 Rp./kg
Käsereimilch:	56.0 Rp./kg	52.0 Rp./kg
Biomilch Knospe		
Basispreis:	86.0 Rp./kg	84.0 Rp./kg
Milch a. MVM:	80.0 Rp./kg	78.0 Rp./kg
Käsereimilch:	83.0 Rp./kg	81.0 Rp./kg

einen Rappen auf 61 Rappen reduzieren. Der Preis ausserhalb Monatsvertragsmenge sinkt saisonal bedingt auf 43 Rappen. Für den Monat Februar ergibt sich damit ein Käsereimilchpreis von 52 Rappen.

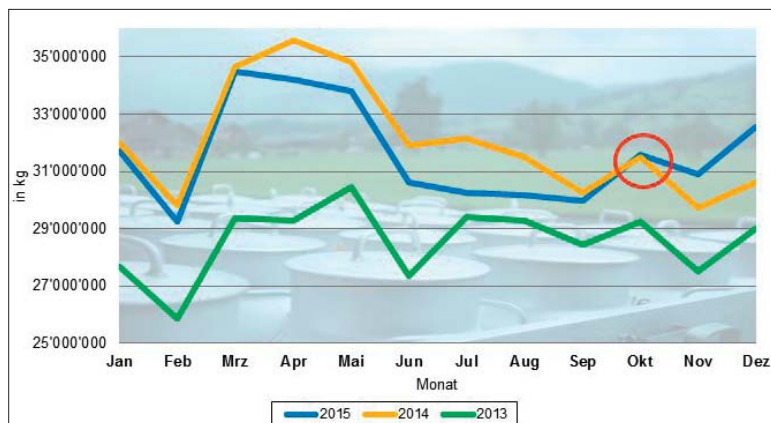
Der Abzug zur Finanzierung der Deckungslücke beim „Schoggigesetz“ und zur Importabwehr von 2.3 Rappen bleibt bestehen.

Der Basispreis für Biomilch Knospe sinkt im Februar saisonal analog Vorjahr auf 84 Rappen. Der Preis ausserhalb Monatsvertragsmengen sinkt auf 78 Rappen. Der Abzug für die Deklassierung der überschüssigen Biomilch Knospe beträgt bis auf weiteres 3 Rappen.

Ab Februar bis Mai 2016 kommt erstmals der saisonale Abzug von 4 Rappen für die Milch Suisse Garantie und 6 Rappen für Biomilch Knospe für alle Lieferanten zum Tragen. Die Saisonalität widerspiegelt die Situation im Verkauf und wird durch entsprechende Zuschläge in den Sommermonaten wieder ausgeglichen.

André Bernet

Milcheinkauf ZMP



Seit Oktober 2015 liegt die Milchproduktion der ZMP-Lieferanten wieder über dem Vorjahr. Der Effekt der hohen Einlieferung wird noch verstärkt durch die hohe Einschränkung beim Emmentaler.

ZMP unterstützt das Projekt „Erfolgreiche Milchproduktion EMP“

Die BauernZeitung hat am Freitag, 22. Januar 2016, ein Interview mit Pirmin Furrer, Geschäftsführer ZMP, publiziert.

BauernZeitung: Weshalb unterstützt die ZMP das Projekt „Erfolgreiche Milchproduktion“ (EMP)?

Pirmin Furrer: Viele Milchbauern und Milchbäuerinnen stehen vor grossen Herausforderungen auf ihren Betrieben. Wir begrüssen sehr, dass Betriebsleiter mit ihren Partnerinnen im Rahmen der EMP-Kurse oder -Beratungen ihren Betrieb analysieren und an ihrer Strategie arbeiten. Besonders wichtig ist, dass auch die Partnerinnen in diesen Prozess mit einbezogen werden.

In welchen Bereichen sehen Sie für die Zentralschweizer Milchbetriebe besonders grosse Herausforderungen?

Viele Betriebe setzen sich zu wenig mit ihren betriebswirtschaftlichen Zahlen auseinander. Das Projekt soll Anstoss geben, sich stärker mit der eigenen Situation und der Strategie zu befassen. Wir stellen fest, dass Betriebe, welche klare Strategien formuliert haben, und diese



auch leben, bessere Resultate erzielen. Das „Besser“ betrifft nicht nur die Kostenseite. Optimierte Strategien haben auch Einfluss auf die Arbeitsbelastung, den Absatz oder die Lebensqualität auf den Betrieben.

Die Kampagne bezieht die Bäuerin gezielt in die Angebote mit ein. Welche Rollen haben die Betriebsleiterinnen für eine erfolgreiche Milchproduktion?

Die Partnerinnen sind in vielen Betrieben involviert und spielen eine ganz wichtige Rolle. Selbst wenn sie nicht im Stall tätig sind, übernehmen sie wichtige Funktionen. Zudem sind sie von den Ergebnissen im Betriebszweig

Milch unmittelbar betroffen. Langfristig funktionieren Milchviehbetriebe dann gut, wenn auch die Lebensgemeinschaft gut funktioniert.

Wie sollen die Milchbetriebe den Spagat zwischen Wirtschaftlichkeit und Lebensqualität meistern?

Betriebsstrategie und Lebensqualität betreffen Mann und Frau auf den Betrieben. Die Frage, was ihnen wichtig ist, müssen sie gemeinsam diskutieren und definieren. Im Alltag wird diesen Fragen oft zu wenig Zeit eingeräumt. EMP bietet Gefässe, um diese wichtigen Fragen zu besprechen.

Was gewinnen die Bauernfamilien, wenn sie an einen Kurs im Rahmen des Projekts EMP teilnehmen?

Der Austausch unter den Teilnehmenden, die ähnliche Fragestellungen haben, bringt den Bauernfamilien sehr viel. In den EMP-Kursen wird dieser Erfahrungsaustausch stark gewichtet. Wir wissen aus ähnlichen Kursen oder Angeboten, dass besonders der Austausch unter Gleichgesinnten als besonders wertvoll betrachtet wird.

Interview Stefan Moser, BBZN Hohenrain

Standortbestimmung für die erfolgreiche Milchproduktion (EMP)

Im Kurs „Milchbetriebe gemeinsam optionieren“ diskutieren Bäuerinnen und Bauern gemeinsam soziale, produktionstechnische und wirtschaftliche Fragen ihrer Milchproduktion und tauschen sich intensiv mit Kolleginnen und Kollegen über ihren Betrieb aus.

Die Weiterbildung ist kostenlos und findet am Freitag, 19. und Donnerstag, 25. Februar 2016, von 9.00 bis 16.00 Uhr, am BBZN Hohenrain statt.

Mehr Infos im beigelegten Flyer oder unter www.bbzn.lu.ch/kurse.

Agenda

Sitzungen Vorstand ZMP

- 23. Februar 2016
- 18. März 2016
- 27. April 2016
- 24. Mai 2016
- 27. Juni 2016

Sitzungen Regionalausschuss ZMP

- 16. Februar 2016
- 05. April 2016
- 15. Juni 2016
- 03. November 2016

Delegiertenversammlung SMP

12. April 2016, Bern

ZMP am Tag der Milch 2016

16. April 2016, Kapellplatz Luzern

Delegiertenversammlung ZMP

19. April 2016, Sempach Stadt

ZMP an der LUGA 2016

29. April bis 8. Mai 2015, Messe Luzern

Luzern muht!

3. September 2016, Stadt Luzern

Impressum

Redaktion ZMP info

Genossenschaft Zentralschweizer
Milchproduzenten ZMP
Friedentalstrasse 43
CH-6002 Luzern
Tel. 041 429 39 00
Fax 041 429 39 01
E-Mail: zmp@zmp.ch
Internet: www.zmp.ch



Satz/Druck

Layout/Satz: ZMP
Druck: Brunner AG,
Druck und Medien, Kriens

