

## Medienmitteilung

### **Milchmärkte in der Krise – Milchpreise nicht mehr kostendeckend Delegiertenversammlung ZMP vom 19. April 2016, Sempach Stadt**

***An der ordentlichen Delegiertenversammlung ZMP standen die kriselnden Milchmärkte und die zu tiefen Milchpreise im Zentrum der Diskussionen. 2015 war ein schwieriges Jahr. Die globale Nachfrage stagniert, das weltweite Milchangebot ist gestiegen. Tiefe Milchpreise sind die harte Marktrealität – auch für die Schweizer Milchproduzenten.***

Die äusserst schwierige Situation auf den Milchviehbetrieben wegen der tiefen Milchpreise führte an der Delegiertenversammlung in Sempach zu Diskussionen. Auch die Führungsgremien der ZMP mussten kritische Voten entgegennehmen.

#### **Milchmärkte nicht mehr im Gleichgewicht**

In seinem Begrüssungsreferat sprach Thomas Oehen, Präsident ZMP, den globalen Milchmarkt an. Nur zirka sechs bis sieben Prozent der weltweiten Milchmenge würden international gehandelt. Wenn nun die weltweite Produktion um ein bis zwei Prozent erhöht wird, gelangt sehr viel dieser Menge in den internationalen Handel und der Markt gerate sehr schnell aus dem Gleichgewicht. Dieses Gleichgewicht sei zuletzt mit der Quotenaufhebung in der EU im 2015 aus den Angeln gehoben worden. Einige Länder wie Irland, Holland, Belgien oder Norddeutschland haben ihre Milchproduktion massiv ausgedehnt. Die Nachfrage jedoch stagniert oder ist teilweise rückläufig wegen des immer noch geltenden Russland-Embargos oder der stagnierenden Nachfrage in Asien. Das Pulverfass im Nahen Osten trägt auch nicht zur Nachfragesteigerung bei. Das weltweite Milchangebot übersteigt die Nachfrage deutlich und sorgt weltweit für rekordtiefe Milchpreise.

#### **Teilliberalisierter Schweizer Milchmarkt stark unter Druck**

Pirmin Furrer, Geschäftsführer ZMP, machte zum Geschäftsbericht 2015 einen kurzen Rückblick. 2015 wurde in der Schweiz weniger Milch produziert als im Rekordjahr 2014. Doch im 2014 lief die weltweite Nachfrage noch gut, und auch die in der Schweiz produzierte Rekordmenge konnte zu anständigen Preisen abgesetzt werden. Drei Viertel der Schweizer Milchmenge steht heute im internationalen Wettbewerb, vor allem mit der EU. Auch Milchprodukte im noch geschützten und gestützten Segment kommen zunehmend unter Druck.

Mit der Aufhebung des Mindestkurses und der daraus resultierenden Frankenstärke hat die Schweizer Milchwirtschaft im 2015 in den wertschöpfungsstarken Segmenten Marktanteile verloren (schätzungsweise drei bis vier Prozent).

### **Konsumentinnen und Konsumenten zum Umdenken bewegen**

Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten haben 2015 für über CHF 2.4 Mrd. Lebensmittel (vor allem Fleisch und Milchprodukte) direkt im Ausland eingekauft und sind dafür durchschnittlich 76 Kilometer gefahren. Dabei gibt der durchschnittliche Schweizer Konsument in der Schweiz nur noch zirka 6.8 Prozent von seinem Einkommen für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke aus. Die Konsumenten in unseren Nachbarländern, mit deutlich tieferen Löhnen, müssen im Durchschnitt für den gleichen Lebensmitteleinkauf im eigenen Land deutlich mehr rechnen (zum Teil weit über 10 Prozent). Der Einkaufstourismus gefährdet nicht nur Stellen im Schweizer Detailhandel direkt, sondern auch in den vor- und nachgelagerten Branchen – es ist eine Frage der Zeit, bis es auch jene trifft, welche regelmässig ins Ausland fahren, um noch günstiger einzukaufen. Für Pirmin Furrer ist wichtig, die Konsumentinnen und Konsumenten abzuholen. Lebensmittel, mit einer hohen Lebensmittelsicherheit und nachhaltig mit hohem Tierwohl produziert, kosten etwas.

### **Milchpreise auch in der Schweiz nicht mehr kostendeckend**

Die Markt- und Preissituation wird sich im 2016 nicht wesentlich verändern. Thomas Oehen informiert, dass erste Betriebe in Deutschland und Dänemark zahlungsunfähig sind. Erste Molkereien können das Milchgeld nicht mehr auszahlen. An Wochenenden kann Milch für unter 10 Eurocent übernommen werden, Billigkäse werden für unter 2 Euro das Kilogramm angeboten. Das ist die harte Realität – und das bei einem liberalisierten Käsemarkt zwischen der Schweiz und der EU. Der Milchpreis wird am Markt realisiert. Im nationalen Vergleich bezahlt die ZMP ihren Milchlieferanten zwar einen überdurchschnittlichen Milchpreis, was klar die Strategie ZMP ist. Die aktuellen Milchpreise in der Schweiz sind aber seit längerem auch nicht mehr kostendeckend. Die Voten im Saal bringen es auf den Punkt. Die Situation auf den Betrieben ist besorgniserregend, von der Milchproduktion können die Milchbauern aktuell nicht mehr leben.

### **Mit Mehrwert- und Qualitätsstrategie den Herausforderungen am Markt begegnen**

In seinem Referat zeigte Markus Zemp, Präsident der Branchenorganisation Milch, die Eckwerte der Mehrwert- und Qualitätsstrategie 2025 der Schweizer Milchbranche auf. Der schwindende Grenzschutz sei eine Realität. Alle Anläufe, das Rad zurückzudrehen (mehr Grenzschutz, Wiedereinführung einer staatlichen Mengenbeschränkung usw.), seien gescheitert.

Auch der politische Wille dafür sei nicht vorhanden. Die Schweiz habe im internationalen Vergleich sehr gute Argumente für Mehrwerte. Produktsicherheit, Qualität, Image, Natur, starke Marken, Tierwohl und eine Ressourcen schonende Produktion haben einen entsprechenden Mehrwert und rechtfertigen auch einen höheren Preis.

### **Projekt Heumilch auf Kurs**

2015 lancierte die ZMP das Projekt Heumilch Schweiz, welches gut auf Kurs ist. Am 21. April 2016 entscheidet die ARGE Heumilch Österreich über die Kooperationspartnerschaft mit Heumilch Schweiz. Fällt die Antwort positiv aus, können Produkte unter dem gemeinsamen Label „Heumilch“ lanciert werden. Dieses Projekt entspricht der Mehrwert- und Qualitätsstrategie. Die vielen Medienberichte der letzten Monate zum Thema Heumilch zeigen, dass ein echtes Bedürfnis auch in der Schweiz für Heumilchprodukte vorhanden ist.

### **Mit Innovationen und starken Marken erfolgreich am Markt**

Konrad Graber, Präsident Verwaltungsrat Emmi AG, zeigte auf, welche Faktoren zum guten Geschäftsergebnis Emmi 2015 geführt haben. Dass Emmi trotz des schwierigen Umfelds den Gewinn steigern konnte, ist auf ihre Tochtergesellschaften im Ausland zurückzuführen. Emmi hat 2014 zwei Firmen mit tiefer Rentabilität verkauft und 2015 die nötigen Preiserhöhungen für Exportprodukte rasch umgesetzt. Emmi hat zudem Produktionsabläufe stark optimiert und weitere Verbesserungen erzielt, mit denen die Kosten gesenkt werden konnten. Das Ausland konnte die Delle in der Schweiz wettmachen. Anschliessend zeigte Urs Riedener, CEO Emmi Gruppe, den Delegierten ZMP auf, wie Emmi den Schweizer Milchkonsum erhöhen will. Emmi setzt auf Innovationen, Markenentwicklung und bewährte Produktkonzepte, um am Markt erfolgreich zu sein.

### **Mitglieder ZMP profitieren direkt vom Emmi Erfolg**

Das Halten der Mehrheitsbeteiligung an der Emmi AG ist ein Statutenauftrag. In den letzten beiden repräsentativen Mitgliederbefragungen ZMP 2011 und 2014 haben über 80 Prozent der Mitglieder der ZMP klar den strategischen Auftrag gegeben, diese Beteiligung langfristig zu halten. Die Mehrheitsbeteiligung an der Emmi AG, via ZMP Invest AG, ist für die Genossenschaft eine wichtige strategische Erfolgsposition.

Die Mitglieder ZMP profitieren seit über 15 Jahren direkt und indirekt von der Dividende Emmi, indem sie keine Mitgliederbeiträge an die Genossenschaft ausrichten müssen. Zudem haben die Delegierten ZMP im 2011 einer Statutenänderung zugestimmt und sich damit für die Rückvergütung Emmi Erfolg entschieden.

Der Vorstand ZMP hat aufgrund der ausserordentlichen Situation beschlossen, die Rückvergütung für das Geschäftsjahr 2015 gemäss Reglement Rückvergütung Emmi Erfolg mit 1.05 Rp./kg zu tätigen und zusätzlich eine Sonderausschüttung von 0.4 Rp./kg produzierte Milch 2015 an die Mitglieder zu machen. Damit schüttet die ZMP das Dividendenplus (Erhöhung der Dividende von CHF 3.80 auf CHF 4.90/Aktie) vollständig an ihre Mitglieder aus. Die Auszahlung von total 1.45 Rp./kg Milch oder zirka CHF 2'300.-/Durchschnittsbetrieb (plus Warenkorb und diesjährige Rückstellung für Milchproduzentenfest alle fünf Jahre) beträgt CHF 7 Mio. Mit der Rückvergütung in diesem Jahr haben die Mitglieder ZMP seit 2011 mit insgesamt CHF 21 Mio. direkt am Emmi Erfolg partizipiert.

Trotz der aktuellen sehr schwierigen Situation am Milchmarkt glaubt der Präsident ZMP, Thomas Oehen, an die Zukunft der Schweizer Milchwirtschaft. Die Milchpreise werden (und müssen) wieder steigen. Die Strategie der Schweizer Milchbranche, die Strategie und Projekte der ZMP und eine erfolgreiche Emmi stimmen ihn zuversichtlich, um die künftigen Herausforderungen anzugehen.

### **Delegierte genehmigen alle „Standard“-Geschäfte**

Der Geschäftsbericht und die Jahresrechnung ZMP 2015 wurden von den Delegierten genehmigt. Auch die Beiträge an den Dachverband Schweizer Milchproduzenten SMP erhielten breite Zustimmung.

Genossenschaft  
Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP

Luzern, 19. April 2016/CA

**Fragen beantwortet Ihnen:**

- Carol Aschwanden, Leiterin Kommunikation, Luzern, Tel. 041 429 39 17, Mobile 079 777 16 30, E-Mail: carol.aschwanden@zmp.ch
- Pirmin Furrer, Geschäftsführer, Luzern, Tel. 041 429 39 20; Mobile 079 341 99 35; E-Mail: pirmin.furrer@zmp.ch
- Thomas Oehen, Präsident ZMP, Lieli, Tel. 041 917 13 94; Mobile 079 644 78 55; E-Mail: thomas.oehen@bluewin.ch

Bilder der Versammlung und Geschäftsbericht 2015 können mit folgendem Link abgerufen werden:

**<http://daten.zmp.ch>**

- Bild 1: Thomas Oehen, Präsident ZMP
- Bild 2: Pirmin Furrer, Geschäftsführer ZMP
- Bild 3: Markus Zemp, Präsident Branchenorganisation Milch
- Bild 4: Geehrte Milchproduzenten für einwandfreie Milchqualität (siehe Liste unten)
- Geschäftsbericht ZMP 2015 (PDF)

**[www.zmp.ch](http://www.zmp.ch) – mehr Informationen zur Delegiertenversammlung ZMP**

- Traktanden und Anträge Delegiertenversammlung
- Begrüssungsreferat von Thomas Oehen, Präsident ZMP
- Präsentationen zu Informationen Emmi von Konrad Graber, Präsident Verwaltungsrat Emmi AG, und Urs Riedener, CEO Emmi Gruppe
- Präsentation zu aktuellen Informationen Milchwirtschaft von Pirmin Furrer, Geschäftsführer ZMP
- Liste geehrte Milchproduzenten für einwandfreie Milchqualität 15, 20 und 25 Jahre