

Newsletter für Mitglieder
und Interessierte

Markt versus Politik

Der Milchmarkt kommt nicht zur Ruhe. Die tiefen Milchpreise sorgen für Reaktionen bei Produzenten und Politik. Es gilt nun, eine Lösung zu finden, welche vor allem den Bauern und Bäuerinnen zugutekommt.



Thomas Oehen
Präsident

Editorial



Carol Aschwanden
Leiterin Kommunikation

Gemäss Wikipedia wurde das Wort "Konsens" in der Kanzleisprache im 15. Jahrhundert aus dem Lateinischen "cōnsēsus" im Sinne von Überein-/Zustimmung entlehnt. Den Titel „Consensus“ tragen jene historischen Schriften, in denen eine erzielte Übereinstimmung bei dogmatischen Streitigkeiten dokumentiert ist.

In der Schweizer Land- und Milchwirtschaft, so kann man den Medien entnehmen, rumort es zwischen den nationalen Verbänden bezüglich Interessenvertretung Milch. Man vertritt schon fast "dogmatisch" den eigenen Lösungsvorschlag, um die Krise am Milchmarkt zu meistern. Es scheint, dass die regionalen Organisationen in ihren Dachverbänden auch nicht eine wesentlich bessere Rolle spielen. Mittlerweile sind wir da angelangt, wo in Leserbriefen ein Köpferrollen gefordert wird. Das hilft den Milchproduzenten an der Basis aber bestimmt nicht weiter!

Es ist höchste Zeit, dass die nationalen Dachverbände aufeinander zugehen und einen Konsens anstreben. Auch die regionalen Organisationen sind gefordert, dass sie mit ihren Dachverbänden den Konsens finden. Nicht ganz einfach, aber, wenn man will, möglich, wie Schriften aus dem Mittelalter zeigen!

Die momentan sehr tiefen Milchpreise rufen verschiedene Akteure auf den Plan. Da gibt es diverse Parlamentarier/-innen, die laut nach einer staatlichen Mengensteuerung rufen. Sie scheuen sich auch nicht, wichtige Exponenten der Branche ordentlich „in die Pfanne“ zu hauen. Sie vergessen dabei wohlweislich, dass es schlussendlich das Parlament ist, das die agrarpolitischen Rahmenbedingungen setzt. Und sie übersehen, dass die Branchenorganisation Milch durchaus akzeptable Erfolge vorweisen kann. Und schliesslich hat das gleiche Parlament mit der Agrarpolitik 2014 bis 2017 die Weichen nicht zu Gunsten der Milchwirtschaft gestellt.

Auch von Seite der Produzenten hagelt es im Moment Kritik. Das ist verständlich, sind doch viele Betriebe jetzt existenzgefährdet. Die Kritik richtet sich vor allem gegen die Schweizer Milchproduzenten SMP, aber auch gegen uns Produzentenorganisationen. Ich möchte hier vor allem eine Lanze brechen für den SMP Präsidenten, Hanspeter Kern. Er versucht einvernehmliche Lösungen mit Produzenten, Verarbeitern, Detailhandel und Politik zu finden. Das ist nicht einfach und gelingt nicht immer. Aber die Erfahrung aus früheren Jahren zeigt, dass wir mit Kampf und Konfrontation nicht weiter kommen.

Fazit aus dieser ganzen Problematik: Wir können uns dem Markt stellen und vernünftige Rahmenbedingungen aushandeln, oder wir verlassen uns auf die Politik. Ich persönlich stehe für Ersteres ein. Ganz nach der Aussage von Hansjürg Jäger in der Bauernzeitung vom 8. Juli 2016: „Es ist Zeit, erwachsen zu werden.“

Milchkaufverträge als „Lösung“

Bundesrat Johann Schneider-Ammann hat das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) beauftragt, Vorschläge für eine griffige Umsetzung des Artikels 37 im Landwirtschaftsgesetz auszuarbeiten.

Das heisst, konkrete Vorschläge zu liefern, wie die Milchkaufverträge auszusehen haben. Dies wird uns am Schluss keine höheren Milchpreise bringen, aber den Produzenten und den Verarbeitern klarere Vorgaben. Persönlich habe ich die Befürchtung, dass wir hier einen weiteren Papiertiger produzieren. Ich lasse mich aber gern eines Besseren belehren.

LactoFama vor dem Aus?

Die LactoFama hat auch im 2016 durchaus mitgeholfen, die Fettlager zu exportieren. Ob diese producentenseitige Selbsthilfeorganisation weiterbestehen wird, steht in den Sternen. Die neue Handelsorganisation mooH (mehr dazu auf Seite 2) hat angekündigt, dass sie zukünftig die Überschüsse selber bewirtschaften will. Zudem haben diverse Organisationen, vor allem in der Ostschweiz, Mühe, die entsprechenden Beiträge einzuziehen. Für uns seitens der ZMP ist klar: Wir wollen am 1. September 2016 Klarheit, ob die LactoFama weitergeführt wird oder nicht. Das heisst, die Aktionäre müssen ein klares Bekenntnis abgeben.

Morgenröte am globalen Milchmarkt

Im Moment gehen die Milcheinlieferungen in unserem Verbandsgebiet merklich zurück. Einmal mehr dürfte hier das Wetter einen nicht unwesentlichen Einfluss haben. Aber auch weltweit gibt es im Moment Zeichen der Erholung. So sinken auch die Einlieferungen in der EU und der Kieler Rohstoffwert hat auf tiefem Niveau etwas zugelegt. China als Hauptimporteur von Milchprodukten hat seine Importe merklich erhöht. Das alles wird die Milchpreise nicht in die Höhe schnellen lassen. Aber vielleicht entwickelt sich ja daraus doch bald ein veritables Hoch.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen schönen Sommer und hoffe, dass Sie auch ein paar Tage Freizeit geniessen können.

Verbesserung der Verbindlichkeit bei den Milchkaufverträgen

Im Nachgang zum Milchgipfel im Mai 2016 haben die involvierten Parteien festgehalten, dass mittels zusätzlichen Vorgaben zu den Milchverträgen eine bessere Situation der Marktteilnehmer erreicht werden soll.

Der Vorstand der BO Milch hat anlässlich einer ausserordentlichen Sitzung vom 30. Juni 2016 intensiv über Verbesserungsmöglichkeiten in den Reglementen für die Milchkaufverträge und Milchgeldabrechnungen diskutiert. Der Vorstand ist zum Schluss gekommen, dass man auf das Geschäft eintreten will und hat eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die Vorschläge gemäss Zielsetzung erarbeiten soll.

Ziele des Bundesrats

Die kurzfristig einberufene Sitzung hat stattgefunden, weil der Bundesrat raschmöglichst eine Verbesserung bei den Milchkaufverträgen erreichen will und damit folgende Ziele verfolgt:

- Die Verbindlichkeit von Mengen und Preisen soll in den individuellen Verträgen verbessert werden. Es sollen Verträge mit prospektiven Mengen und Preisen für alle Milchproduzenten in der ganzen Schweiz gelten.

- Die Planungssicherheit für die einzelnen Milchproduzenten und den Handel soll in marktkonformer Art erhöht werden.

- Es soll die Möglichkeit bestehen, dass Angebot und Nachfrage angepasst werden kann.

- Die Verträge sollen einfach kontrollierbar sein.

Die neuen, zusätzlichen Vorgaben zu Gunsten von besseren Milchkaufverträgen sollen an einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung der BO Milch verabschiedet werden. Bevor es aber so weit ist, braucht es gute Ideen, damit die Anpassungen eine Verbesserung für den einzelnen Milchproduzenten bringen. Hier liegt noch ein grosses Stück Arbeit und Überzeugung vor den Marktakteuren.

Die ZMP unterstützt diesen Weg. Jedoch sind wir der Meinung, dass die Anpassungen zwingend einen Mehrwert bringen müssen. Falls



dies nicht der Fall sein sollte, braucht es auch den Mut, keine Anpassungen vorzunehmen. Alter Wein in neuen Schläuchen, das bringt die Schweizer Milchwirtschaft nicht weiter.

Pirmin Furrer

mooh - neue und grösste Milchhandelsorganisation der Schweiz

Nach dem Zusammenschluss der MIBA und der Nordostmilch AG hat die neue Milchhandelsorganisation mooh ihre Tätigkeit am 1. Juli 2016 aufgenommen.

Die beiden Organisationen MIBA und Nordostmilch AG haben sich entschlossen, ihr Milchhandelsgeschäft zusammenzulegen, um Synergien zu nutzen und am Markt eine stärkere Position zu erlangen.

Die neue Milchhandelsorganisation, genannt "mooh", hat ihre Tätigkeit am 1. Juli 2016 aufgenommen. In total 17 Kantonen der Nordost- und Nordwestschweiz sind nun 3'900 Milchbauern und -bäuerinnen mit 550 Millionen Kilogramm Milch neu organisiert. Mit diesem Schritt wird die Schweizer Milchlandschaft um eine Organisation reduziert, was im Interesse der gesamten Milchwirtschaft ist.

Die Verantwortlichen dieses Zusammenlegungsprozesses haben in den vergangenen Monaten sehr gute Arbeit geleistet. Zwei unterschiedliche Kulturen zusammenzuführen und Logistiksysteme zu vereinheitlichen, ist nicht ganz einfach. An der 1. Generalversammlung



vom 22. Juni 2016 wurden die Statuten und Einkaufskonditionen der neuen Genossenschaft genehmigt und die Organe bestellt.

Geschäftsleitung

Die Geschäftsführung von mooh hat Christophe Eggenschwiler (MIBA) inne. Er übernimmt die operative Leitung, zusammen mit René Schwager (Nordostmilch AG) als Leiter Verkauf

von mooh und Geschäftsführer swissmooh. Iris Schuppli (Nordostmilch AG) als Leiterin Finanzen/Services und Eugen Luz, der den Bereich Supply Chain leitet. Das Team von mooh setzt sich aus Mitarbeitenden der beiden Stammorganisationen zusammen.

Wir wünschen der neuen Organisation mooh viel Erfolg beim Engagement zu Gunsten ihrer Mitglieder.

Pirmin Furrer

cheese-festival 2016

Mögen Sie Käse? Wir lieben ihn! Ganz besonders, wenn wir wissen, dass ein Milch- oder Käseprodukt mit viel Liebe, Sorgfalt und Wissen um Tradition und Handwerk entstanden ist.

cheese-festival ist DER Treffpunkt für alle Käseliebhaberinnen und Käseliebhaber und bietet auch dieses Jahr zahlreiche käsiges Genussmomente. Von «A» wie Alpabfahrt über Chäsifest, Käsebuffet im Entlebuch, die grossen Käsefeste von cheese-festival, das Vollmondfondue bis zu «Z» wie Zeremonie von Käse und Wein in Einsiedeln – es ist für jede und jeden etwas dabei.



Vielfältige Produktauswahl.



Interessiertes Publikum am Käsefest Luzern.

Vier grosse Käsefeste

cheese-festival bietet lokalen Milch- und Käseproduzenten eine Plattform, ihre Käsespezialitäten zu vermarkten. An den vier Käsefesten von cheese-festival in Thun, Luzern, Rapperswil-Jona und Basel präsentieren rund 70 Produzenten ihre Spezialitäten. Neben traditionellen Käsesorten finden die Besucherinnen und Besucher immer neue originelle Kreationen.

Ganz neu finden Sie cheese-festival mit einem kleinen, aber feinen Käsemarkt und einer Schaukäserei am Slow Food Market in Zürich. Die Anlässe von cheese-festival sind ein Erlebnis für die ganze Familie. Eine Festwirtschaft, eine Schaukäserei, das Kuhmelken mit Wettbewerb und traditionelle Musikformationen sorgen für das passende Rahmenprogramm.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch! Weitere Informationen unter www.cheese-festival.ch.

Theresia Marbach-Jund

Genuss 2016 – ein Muss für alle Geniesserinnen und Geniesser!

«Das Beste der Region Zentralschweiz» organisiert zum neunten Mal die Genuss in der Zentralschweiz und lädt vom 1. Mai bis zum 31. Dezember 2016 zu den verschiedensten Genuss-Erlebnissen ein.

Das Angebot ist vielfältig, ursprünglich und natürlich gut. Sei es ein Anlass in Ihrer Region oder ein Menü aus einheimischen Spezialitäten, jede Veranstaltung ist speziell und garantiert Regionalität.

Mit dem Besuch an einem Genussanlass unterstützen Sie einheimisches Schaffen und verschönern sich selbst den Alltag. Ob «urchig und unterhaltsam» oder «gemütlich und herzhaft», geniessen Sie mit Freunden und Bekannten eines der zahlreichen Angebote.

Vielfältige Anlässe

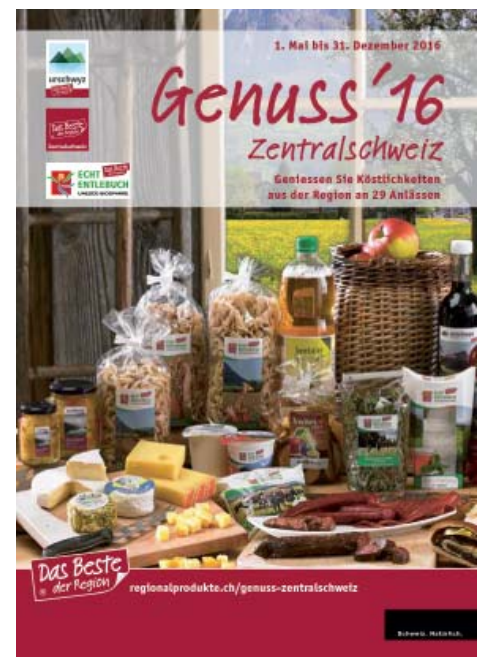
Von «A» wie Äplerzmorge, über Entlebucher Alpabfahrt, Herbstmäart in Sursee, Degustationen in den Regio-Shops des ländlichen Marktplatzes Urschwyz, Kürbisausstellung, Üerner Berggitzli anlässlich der Gitzi-Tage, Wylsamschtig bis zu «Z» wie Zeremonie von Käse und Wein in Einsiedeln.

Veranstaltungen sind jetzt online!

Alle Anlässe finden Sie auch online unter www.regionalprodukte.ch/genuss-zentralschweiz.

Planen Sie also schon heute Ihre Teilnahme an einem Genuss-Anlass.

Theresia Marbach-Jund



Genuss-Broschüre 2016.

Der Strukturwandel geht nicht nur wegen dem tiefen Milchpreis weiter

Nur bei 6 Prozent der Betriebsaufgaben war der alleinige Grund der tiefe Milchpreis.

Der Strukturwandel in der Milchwirtschaft geht ungebremst weiter. Dabei stellen viele Betriebe die Milchproduktion ein, andere wiederum setzen auf Wachstum. Die durchschnittlich produzierte Milchmenge je Betrieb nimmt weiter zu.

Gründe für Betriebsaufgaben sind vielfältig

Der gegenwärtig tiefe Milchpreis beeinflusst den Strukturwandel zusätzlich. Wenn jedoch

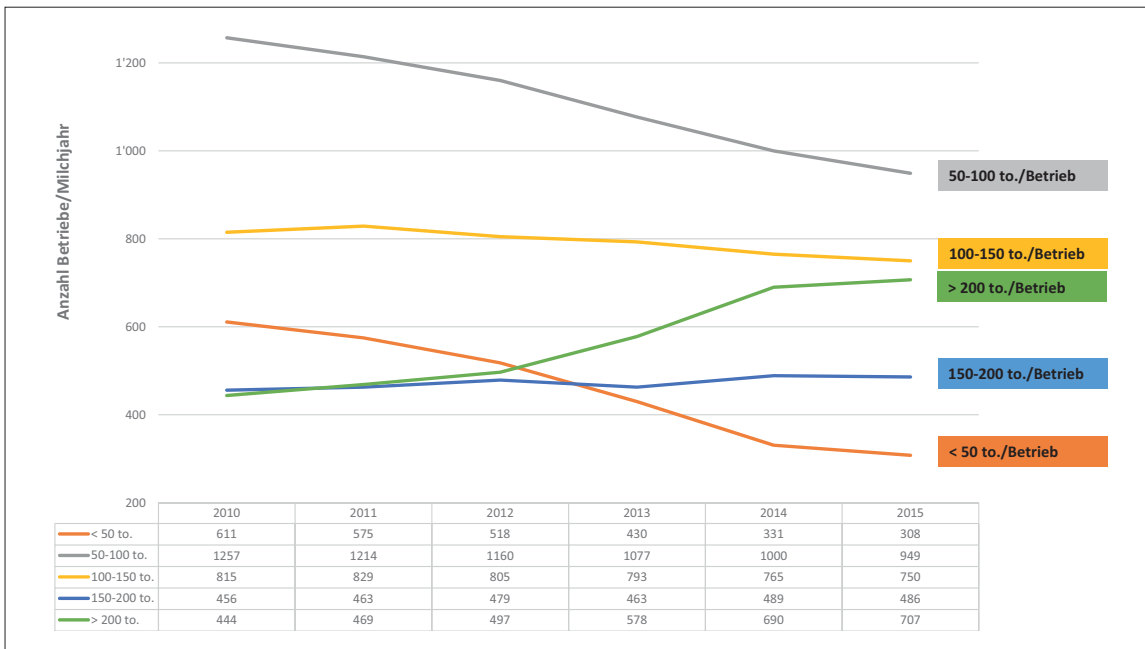
die Gründe für die Aufgabe genauer analysiert werden, stellt man fest, dass nicht der Milchpreis der ausschlaggebende Grund für die Aufgabe der Milchproduktion ist. Vielmehr sind die Gründe bei der Nachfolgeregelung, bevorstehenden Investitionen oder der Arbeitsbelastung zu suchen. Der Milchpreis hat nur geholfen, die Entscheidung leichter zu fällen.

Im letzten Jahr stellten bei der ZMP 77 Betriebe mit einer durchschnittlichen Jahresvertragsmenge von 88'550 kg die Verkehrsmilchproduktion ein. In 30 Prozent war der Grund die Nachfolgeregelung und bei 35 Prozent standen Investitionen an, der Arbeitsaufwand war zu

gross oder der Betrieb zu klein. Nur 6 Prozent der Befragten gaben als alleinigen Grund den tiefen Milchpreis an. 23 Produzenten machten keine Angabe über den Grund der Einstellung und beim Rest waren es andere Gründe. Rund die Hälfte der Befragten bewirtschaften den Betrieb nach der Umstellung weiterhin selbstständig.

Es gibt weniger Betriebe, aber absolut trotzdem mehr Milch, und das hat direkten Einfluss auf die durchschnittliche Betriebsgrösse.

Folgende Grafik zeigt die Entwicklung der Betriebe nach Grössenklasse der ZMP-Mitglieder:



In den letzten Jahren nahm die Anzahl der Betriebe mit weniger als 50'000 kg/Betrieb markant ab. Im Gegenzug nimmt die Anzahl der Betriebe mit mehr als 200'000 kg/Betrieb laufend zu.

Anzahl grosse Betriebe nimmt zu

Die nächste Grafik zeigt auf, dass 1'257 Betriebe (oder 39.3 Prozent) mit weniger als 100'000 kg Jahresvertragsmenge nur 16.9 Prozent der Jahresvertragsmenge aller Betriebe halten. Andererseits halten 37.3 Prozent der Betriebe mit mehr als 200'000 kg Jahresver-

tragsmenge 64.1 Prozent der gesamten Jahresvertragsmenge.

Vor fünf Jahren war der Anteil der Betriebe unter 50'000 kg Jahresvertragsmenge doppelt so hoch wie heute. Andererseits nahmen die Betriebe mit einer Jahresvertragsmenge von

mehr als 200'000 kg in diesen fünf Jahren markant zu. Darunter sind 53 Betriebe (1.7 Prozent) mit mehr als 500'000 kg Jahresvertragsmenge, welche 8 Prozent an der gesamten Menge halten.

Willy Baumann

JVM in kg	Betriebe		Anzahl		JVM		JVM	
	Anzahl	%	Anzahl	%	Mio. kg	%	Mio. kg	%
< 50'000	308	9.6			11.1	2.3		
50'000-100'000	949	29.7	1'257	39.3	70.8	14.6	81.9	16.9
100'000-150'000	750	23.4	750	23.4	91.6	18.9	96.8	18.9
150'000-200'000	486	15.2			84.0	17.3		
> 200'000	707	22.1	1'193	37.3	226.5	46.8	310.4	64.1
Total	3'200	100.0		100.0	484.0	100.0		100.0

Mit 64.1 Prozent der gesamten Jahresvertragsmenge ist der Anteil der Betriebe mit mehr als 200'000 kg Jahresvertragsmenge am grössten.

Milchpreise ZMP

Mit den international sinkenden Milchmengen entspannt sich die Marktsituation zunehmend.

Marktsituation international

Die expansive Entwicklung der Milchproduktion in der EU hat sich im Mai 2016 weiter abgeschwächt. Im Mai 2016 lag die Produktion noch um 0.9 Prozent über Vorjahr. Im Juni 2016 wird die Vorjahreslinie gemäss neusten Zahlen wohl unterschritten. So ist beispielsweise in Deutschland in der Kalenderwoche 26 das Vorjahresniveau um 3.3 Prozent unterschritten worden. Die Weltmarktpreise für Butter und Magermilchpulver sind auf tiefem Niveau weiter gestiegen. Beim Schnittkäse ist das Angebot knapp, was zu deutlich steigenden Preisen führt. Der aus den Marktpreisen für Butter und Magermilchpulver kalkulierte Kieler Rohstoffwert hat Ende Juni 2016 knapp 25 Cent/kg erreicht, nachdem er im März und April knapp unter 20 Cent/kg gelegen hatte.

Marktsituation Schweiz

Die Milchproduktion in der Schweiz lag im Mai 2016 um 1.1 Prozent unter Vorjahr. Im Vergleich zum 2014 ist die Milchproduktion mit

minus 2.3 Prozent noch deutlich stärker rückläufig. Aufgrund der Fittersituation ist für die nächsten Monate mit Milchmengen deutlich unter den Vorjahreswerten zu rechnen. Dies zeigt für einmal den starken Einfluss der Witterung auf das Milchangebot. Damit ist die Zeit der Überproduktion vorbei.

Milchpreise ZMP

Im Juni 2016 lag die Produktion der ZMP Milch Suisse Garantie-Lieferanten um 2.9 Prozent unter Vorjahr. Die aktuellsten Werte vom Monat Juli liegen nochmals deutlich tiefer. Bei Berücksichtigung der Einschränkungsmilch liegt der Einkauf der Milch Suisse Garantie im Juni um 0.8 Prozent über Vorjahr.

Da im August keine ZMP info erscheint, werden in dieser Ausgabe bereits die Preise für August und September 2016 kommuniziert.

Der Basispreis ZMP bleibt im August und September unverändert bei 57 Rappen (plus 4 Rappen saisonaler Zuschlag). Der Preis ausserhalb Monatsvertragsmenge bleibt bei 40 Rappen. Für die Monate August und September ergibt sich damit ein Käseemilchpreis von 48.5 Rappen. Der Abzug für Schoggigesetz,

Milchpreise ZMP

	aktuell	ab 1.8.2016 sowie ab 1.9.2016
Milch Suisse Garantie		
Basispreis:	57.0 Rp./kg	57.0 Rp./kg
Milch a. MVM:	40.0 Rp./kg	40.0 Rp./kg
Käseemilch:	48.5 Rp./kg	48.5 Rp./kg
Biomilch Knospe		
Basispreis:	88.0 Rp./kg	88.0 Rp./kg
Milch a. MVM:	80.0 Rp./kg	80.0 Rp./kg
Käseemilch:	84.0 Rp./kg	84.0 Rp./kg

Importabwehr und Butterlager-Abbau bleibt unverändert bei 3.4 Rappen.

Der Basispreis für Biomilch Knospe bleibt im August 2016 bei 88 Rappen (plus 6 Rappen saisonaler Zuschlag), der Preis für Milch ausserhalb der Monatsvertragsmenge bleibt ebenfalls unverändert bei 80 Rappen. Die Deklassierung wird im August 2016 auf 2 Rappen reduziert und bleibt bis Ende Dezember auf dem Niveau von 2 Rappen.

André Bernet

ZMP intern

ZMP Ehemaligenausflug 2016

Bewährtem Brauch folgend statteten die ehemaligen ZMP Vorstandsmitglieder dem Urnerland einen Besuch ab. Dieser erwies sich als äusserst informativ.

Es ist ein Glücksfall, dass der Ehemaligen-Obmann und Programmgestalter Martin Furrer aus dem Urnerland stammt. Er überraschte einmal mehr in «seinem» Kanton mit einem speziellen Informations- und Geselligkeitsprogramm. Als erstes steuerte die 49-köpfige Reisesgesellschaft die Kraftwerkzentrale Göschenen an. Filme aus der Bauzeit dokumentierten anschaulich das 300 Millionen Franken Bauwerk.

Danach ging es zur Göschenalp. Auf der Hinfahrt hörten die Fahrgäste aufgezeichnete, beeindruckende Berichte von früheren Bewohnern, die ein einfaches Leben mit vielen Entbehrungen führten. Imposant wirken in dieser

hochalpinen Welt die Gletscher sowie die traumhafte Bergkulisse. Im Bergrestaurant Dammagletscher war Mittagsrast angesagt. Zuspruch fand dabei speziell auch der feine Alpkäse zum Dessert.

Formelles

Obmann Martin Furrer begrüsst speziell das Ehrenmitglied Carol Aschwanden und weitere Persönlichkeiten. Seine Zusage, ein weiteres Jahr als Obmann zu wirken, fand Applaus, ebenso die Mitteilung über den eingehaltenen Budgetrahmen. Traktandum Verschiedenes: ZMP-Präsident Thomas Oehen berichtete über die Geschäftstätigkeit der Emmi. «Wir arbeiten an Lösungen, zu denen man stehen kann.»



Die Reisetilnehmer/-innen vor dem Bergrestaurant Dammagletscher.

ZMP-Geschäftsführer Pirmin Furrer kam auf den Milchgipfel und die politische Intervention zu sprechen.

Mit herzlichen Dankesworten an die Programm-Organisation verabschiedete sich die beglückte Ehemaligenschar.

Josef Niederberger

Rezertifizierungsaudit SQS ausgezeichnet bestanden

Alle drei Jahre steht der Rezertifizierungsaudit durch die Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme (SQS) an. Die ZMP hat den Audit ISO 9001:2015 und NPO für Management-Excellence im Juni 2016 ausgezeichnet bestanden. Aber was bringt das den Mitgliedern ZMP?

Was ist ein Rezertifizierungsaudit?

Seit 2009 ist die ZMP ISO 9001:2008-zertifiziert. Seit 2013 hält die ZMP das zusätzliche Zertifikat NPO-Label für Management-Excellence, welches deutlich höhere Anforderungen an das Management stellt als ISO 9001:2008. Im Rezertifizierungsaudit wird die ZMP von extern (der SQS) überprüft, ob sie die Anforderungen der ISO-Norm und die Vorgaben für das NPO-Label für Management-Excellence erfüllt.

ISO 9001:2015 und NPO-Label

Die ISO-Standards sind weltweit bekannt. So kann zum Beispiel eine ausländische Firma, welche Lebensmittel aus der Schweiz importiert, nachvollziehen, was es heisst, wenn sie Produkte von einem Schweizer Unternehmen einkauft, welches nach einem ISO-Standard zertifiziert ist. Für die Firma ist dann auch nachvollziehbar, wie der Milchlieferant dieser Firma unterwegs ist, wenn auch dieser ISO-zertifiziert ist. Es gibt Branchen, in denen es kaum möglich ist, Produkte zu liefern, wenn die Lieferanten nicht zertifiziert sind.

ISO 9001:2008 erhielt auf September 2015 eine Normrevision. ISO 9001:2015 stellt deutlich höhere Anforderungen an das Management, als dies die ISO-Norm 9001:2008 noch tat. Die neuen Anforderungen hätte die ZMP im 2009 wohl kaum erfüllt, als das Management (insbesondere die strategischen Gremien) in der Krise steckte.

Das NPO-Label ist im deutschsprachigen Raum bekannt und ist primär für Non-Profit-Organisationen, also Verbände und Genossenschaften, welche Interessen vertreten und primär nicht die Gewinnmaximierung im Vor-

dergrund steht, jedoch auf der Kostenseite sehr genau hinschauen müssen.

Top-Ergebnis von 2013 übertroffen

2013 hat die ZMP die NPO-Zertifizierung mit einem Top-Ergebnis von über 86 Prozent bestanden (zweitbestes Resultat unter den Erst-zertifizierten Organisationen im In- und Ausland). Im Rezertifizierungsaudit vom Juni 2016 haben wir das Resultat von damals noch übertroffen und erfüllen die Anforderungen zu 93.9 Prozent.

Was bringt die Zertifizierung ZMP den Mitgliedern konkret?

Die meisten unserer Kunden und Partner (Milchverarbeiter) sind nach ISO-Standards zertifiziert. Sie wissen, wie wichtig es ist, die internen Abläufe (Prozesse) effizient zu gestalten und im Griff zu haben, um möglichst Fehler(quoten) zu vermeiden. Hier geht es um den Kostenfaktor. Sie wissen auch, wie wichtig Kundenzufriedenheit und das Abholen der Bedürfnisse der wichtigen Anspruchsgruppen ist.

Wenn uns Mitglieder fragen, was ihnen die Zertifizierung bringt, können wir ihnen grundsätzlich die gleiche Antwort geben. Wir wissen, dass unsere Mitglieder wollen, dass wir unsere personellen und finanziellen Ressourcen effizient und nachhaltig in ihrem Interesse einsetzen. Dass wir in unseren Abläufen möglichst wenig oder keine Fehler produzieren - mit den verfügbaren Ressourcen das Maximum heraus-holen.

Wir machen heute mit den gleichen oder zum Teil mit weniger personellen Ressourcen mehr. Und das was wir machen, machen wir mit einer hohen Professionalität und zu grosser Zufrie-

denheit unserer Anspruchsgruppen (gemäss Mitglieder- und Kundenbefragung).

Die Zertifizierung verpflichtet uns, dass wir unsere Kostenseite laufend überprüfen. Sicher haben unsere Milchlieferanten deswegen nicht einen 10 Rappen höheren Milchpreis als der Durchschnitt der Schweizer Milchproduzenten. Aber ein Resultat daraus ist der im Schweizer Vergleich überdurchschnittliche Milchpreis, indem wir uns laufend anstrengen, die Kosten tief zu halten und die Genossenschaft weiterzuentwickeln. Wir wollen ein verlässlicher Partner für unsere wichtigsten Anspruchsgruppen sein. Wir holen in repräsentativen Mitgliederbefragungen und in Kundeninterviews deren Bedürfnisse ab und richten unsere Strategie darauf aus, diesen Bedürfnissen gerecht zu werden. Das geht teilweise nur, wenn die finanziellen und personellen Ressourcen dafür auch bereit gestellt werden können.

Insofern ist es nicht ganz einfach, wenn an der Delegiertenversammlung ZMP gefordert wird, 20 Prozent Kosteneinsparungen (im Personal-/ Verwaltungsaufwand) vorzunehmen. So wie die ZMP heute aufgestellt ist und funktioniert, bedeutet dies zwangsläufig einen Leistungsab-bau, primär zum Nachteil der Mitglieder.

Dennoch werden wir auch dies prüfen, weil wir an der Delegiertenversammlung von einem Wahlkreis diesen Auftrag erhalten haben. An den Informationsveranstaltungen der Mitglieder im Herbst 2016 werden wir darüber informieren, welche Konsequenzen Einsparungen von 20 Prozent im Personal-/Verwaltungsauf-wand für die Genossenschaft ZMP hätten.

Carol Aschwanden



Gesamteindruck

Marketing-Management

- Bedürfnisgerechte Marketinggrundlagen in der gesamten Organisation und zielgerichtetes Anspruchsgruppenmarketing, inkl. Positionierung abgestimmt auf Vision 2023
- Internes Marketing/Kommunikation mit grosser Bedeutung (war sichtbar, spürbar)
- Diverse Wirkungsanalysen wie z.B. SWOT als Grundlage für Weiterentwicklung und Ermittlung von Chancen und Risiken, Strategiereview etc.
- Hohe Dienstleistungsqualität durch kompetente Berater gewährleistet
- Evaluationen und Feedbacks als Chance zur Weiterentwicklung
- Interessenvertretung / Lobbying abgestimmt zwischen Vorstand / GL



Gesamteindruck

Ressourcen-Management

- Professionelle Betreuung von Mitgliedern und Organen
- HRM fortschrittlich geführt mit verschiedenen Instrumenten; Kompetenzanalyse und Teamförderung, Weiterbildung im Team und individuell, MAG's mit Zielvereinbarung, Fringe Benefits, MIZU
- Verstärkter Fokus auf Mitarbeiterentwicklungsprozess geplant
- Infrastruktur stetig optimierend (IT, Telefonzentrale, Audit Arbeitssicherheit)
- Finanzmanagement gemäss den gesetzlichen Vorgaben und internen Grundsätzen tadellos geführt
- Kooperationen – hohes Engagement mit vielfältig und potenten Kontakten werden wahrgenommen



Gesamteindruck

Controlling

- Eindrückliche Controlling und Reportinginstrumente für Planung und Steuerung der Organisation eingesetzt (Controlling Strategie mit Kennzahlen (Messgrössen), Finanzcockpit, Quartalsabschlüsse, Statistiken, Controlling Dokumentenstruktur)
- Vielzahl von Evaluationen mit sehr guten Ergebnissen hinsichtlich der Zufriedenheit der Anspruchsgruppen
- Benchmarkergebnisse sind vorhanden; wollen aber nicht oder nur gezielt gezeigt werden

Ein Auszug aus der Schlussbesprechung der SQS. Mit einem Ergebnis von 93.9 Prozent haben wir die Anforderungen ausgezeichnet erfüllt.

Anpassungen beim Erscheinungsbild ZMP




Im Verlauf vom 2. Halbjahr 2016 werden Anpassungen beim Erscheinungsbild ZMP gemacht.

Ausgangslage Logo ZMP

Das ZMP-Logo wurde 1999, mit der Reorganisation MVL zu ZMP, von einem Grafiker entworfen. Im Jubiläumsjahr 2007 wurde das Corporate Design (CD-Manual), oder auf gut Deutsch Erscheinungsbild der ZMP, überarbeitet. Im Vordergrund für die Überarbeitung des Logos stand damals die Beschriftung der Fahrzeugflotte, welche für die Milchsammlung/-transporte seit Mai 2006 unterwegs war. Das Ziel war, einen für die ZMP passende und imagefördernde Werbebotschaft (Werbeslogan oder Claim) für Milch zu finden.

"Milch bewegt" hat sich bewährt

Gleichzeitig wollte man aber auch einen Claim, welcher für die Positionierung und die weiteren Tätigkeiten der Genossenschaft passte, in der Öffentlichkeitsarbeit (PR) und in der Interessenvertretung ZMP. Mit dem Claim "Milch bewegt" ist das sehr gut gelungen: auf dem Milchtanklastwagen, welcher die Milch bewegt, für die politische Interessenvertretung (emotionaler Charakter, wenn die Marktsituation die Milchproduzenten oder deren Forderungen allenfalls die Politiker/-innen bewegen), Bewegung hat auch etwas mit Gesundheit zu tun (wir transportieren ein gesundes Nahrungsmittel). Damals waren wir eine der ersten Organisationen, welche den Claim "...bewegt" verwendet

<p>Bisher</p>  <p>Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten Friedentalstrasse 43 · CH-6002 Luzern</p>	<p>Telefon 041 429 39 00 · Fax 041 429 39 01 E-Mail: zmp@zmp.ch · Web: www.zmp.ch</p> 
<p>Neu</p> 	<p>Genossenschaft Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP Friedentalstrasse 43, 6002 Luzern Telefon 041 429 39 00, zmp@zmp.ch, www.zmp.ch</p>

hat. Eventuell waren wir sogar die erste Organisation, denn zu diesem Zeitpunkt war uns keine Firma bekannt, welche diesen Claim auch benutzt hatte. In der Zwischenzeit gab es jedoch schon einige, welche mit dem Claim "...bewegt" operierten. Das zeigt uns, dass dieser Claim gut gewählt war und beibehalten werden muss.

Überarbeitung CD-Manual

Eigentlich wollte man schon damals auch in der Korrespondenz auf das neue ZMP-Logo im Milch-Klecks mit Claim umstellen (nur mit einem Logo auftreten). Aus verschiedenen Gründen wurde der Umstellungszeitpunkt immer wieder verschoben (gerade keine Zeit/Ressourcen, Adaptierung EDV-Vorlagen zeitlich nicht günstig, noch viel mit Logo bedruckte Briefbögen/Couverts an Lager usw.).

Nun haben wir entschieden, in der zweiten Jahreshälfte 2016/anfangs 2017 auch alle Briefschaften und internen Dokumente (Protokoll-

vorlagen, Berichte usw.) auf das neue Logo mit Klecks und Claim umzustellen.

Der Umwelt zuliebe Anpassung nicht Knall auf Fall

Es ist üblich, dass eine Anpassung im Erscheinungsbild mit grossem "Trara" angekündigt wird, und auf einen Rutsch alles im neuen Kleid daher kommt.

Wir wählen bewusst nicht diesen Weg, weil wir nicht Berge von Briefpapier oder Couverts mit dem gedruckten ZMP-Logo einfach wegwerfen wollen, sondern nach Möglichkeit das alte noch aufbrauchen. Das kann dazu führen, dass ein Brief mit dem "neuen" Logo noch im Briefumschlag mit dem "alten" Logo kommt. Dies ist aus unserer Sicht auch sehr gut vertretbar, da im Grundsatz nichts Unbekanntes daher kommt. Und wir sind überzeugt, dass dieses Vorgehen auch im Sinn unserer Mitglieder ist.

Carol Aschwanden

Informationsveranstaltungen für Mitglieder ZMP im November 2016

Auch dieses Jahr finden im November wieder die Informationsveranstaltungen für die Mitglieder ZMP statt. Reservieren Sie sich schon heute den Termin in Ihrem Wahlkreis. Eine Einladung mit den entsprechenden Details erhalten Sie rechtzeitig mit der ZMP info vom Oktober 2016.

Wahlkreis	Versammlungsort	Datum und Uhrzeit
Seetal-Freiamt und Schwyz-Zug-Zürich-Luzerner Seegemeinden	Kulturzentrum Braui, Hochdorf	Mittwoch, 2. November 2016, 20.00 Uhr
Obwalden	Restaurant Metzger, Sarnen	Donnerstag, 3. November 2016, 20.00 Uhr
Sempachersee und Wiggertal	Begegnungszentrum, Schenkon	Mittwoch, 9. November 2016, 19.30 Uhr
Rottal und Willisau und Umgebung	Willisau (Sportzentrum)	Donnerstag, 10. November 2016, 19.30 Uhr
Entlebuch	BBZN, Schüpfheim	Mittwoch, 16. November 2016, 20.00 Uhr
Luzern und Umgebung	Restaurant Bahnhof, Malters	Montag, 21. November 2016, 20.00 Uhr
Nidwalden-Uri	Restaurant Schlüssel, Dallenwil	Montag, 28. November 2016, 20.00 Uhr

Personeller Wechsel auf der Geschäftsstelle ZMP

Im Bereich Kommunikation/Personelles ZMP gibt es einen personellen Wechsel. Im Weiteren startet eine neue KV-Lernende. Somit hat die ZMP von August 2016 bis Juli 2017 wieder zwei Lernende.

Rebecca Eggermann, Fachverantwortliche Kommunikation/Personelles, verlässt die ZMP per Ende Juli 2016, um eine neue Herausforderung im PR-Bereich anzunehmen.



Während ihrer vierjährigen Tätigkeit im Bereich Personelles und Kommunikation ZMP war die Gestaltung der ZMP info eine ihrer vielen Aufgaben. Diese Ausgabe der ZMP info ist sprichwörtlich eine ihrer letzten "Amtshandlungen", welche sie noch vor ihrem Weggang zu erledigen hatte. Für die gute Zusammenarbeit danken wir Rebecca Eggermann herzlich.

Den Weggang von Rebecca Eggermann bedauern wir sehr. Wir wünschen ihr für ihre weitere Zukunft alles Gute und viel Erfolg bei ihrer neuen Tätigkeit.

Carol Aschwanden



Iris Hürlimann aus Walchwil ZG tritt per 1. August 2016 die Nachfolge von Rebecca Eggermann als Fachverantwortliche Kommunikation/Personelles an.

Im August 2013 hat Iris Hürlimann ihre dreijährige Lehre zur Kauffrau im E-Profil bei der ZMP erfolgreich abgeschlossen. Danach war sie noch bis Ende 2013 in einem befristeten Arbeitsverhältnis für den Bereich Kommunikation ZMP im Einsatz. Anschliessend absolvierte sie einen Sprachaufenthalt in England und sammelte nachher Berufserfahrung in einem Unternehmen in der Informatik-/Software-Branche.

Wir freuen uns, Iris Hürlimann wieder bei uns begrüssen zu dürfen und wünschen ihr für die neue Herausforderung alles Gute und viel Spass.

Carol Aschwanden



Chantal Hess aus Luzern startet per 1. August 2016 die Lehre als Kauffrau im E-Profil. Wir wünschen ihr einen erfolgreichen Start und in ihrer KV-Lehre viel Freude und Durchhaltevermögen.

KV-Lehre bei der ZMP

Aufgrund der gesetzlichen Vorgaben für Lehrbetriebe, welche Kaufmänner und Kauffrauen (KV) ausbilden, darf die ZMP maximal zwei Lernende in der jeweiligen dreijährigen Ausbildungsperiode beschäftigen.

Die ZMP hat ihr Ausbildungsmodell so gewählt, dass die/der jeweilige Lernende im 1. Lehrjahr startet, wenn die/der zweite Lernende ins 3. Lehrjahr kommt. Dieses Modell hat sich sehr bewährt (1. Lehrjahr-Lernende profitieren und weniger Aufwand für Mitarbeitende).

Rebecca Eggermann

Und ausserdem

Biomarkt O SOLE BIO

Am 3. und 4. September 2016 findet wieder der Zentralschweizer Biomarkt O SOLE BIO in Zug statt. O SOLE BIO steht für Regionalität, für standortgerechte und ökologische Produktion sowie für einen guten Umgang mit den Tieren. Die breite Vielfalt, der Innovationsgeist sowie die gelebte Geisteshaltung im Sinne der Bio Suisse Knospe sind an den 90 Marktständen sicht- und spürbar.

Weitere Informationen unter www.solebio.ch.

Gut zu wissen

Die ZMP info macht Sommerpause

Die aktuelle ZMP info ist eine Doppelnummer Juli/August 2016 und erscheint mit 8 Seiten. Die nächste info erscheint wieder Ende September 2016.

Das Redaktions-Team wünscht Ihnen weiterhin einen schönen Sommer!

Agenda

Sitzungen Vorstand ZMP

30. August 2016
25. Oktober 2016
23. November 2016
15. Dezember 2016

Sitzungen Regionalausschuss ZMP

03. November 2016

Luzern muht!

3. September 2016, Stadt Luzern

Käsefest Luzern

15. Oktober 2016, Kapellplatz Luzern

Fachkonferenz brennpunkt nahrung

26. Oktober 2016, Forum, Messe Luzern

Käserreitagung ZMP

15. November 2016, Festhalle Seepark, Sempach Stadt

Delegiertenversammlung ZMP

13. April 2017, Festhalle Seepark, Sempach Stadt

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

