



Einigkeit der Molkereimilchproduzenten ist gefragt

Aktuell wird in den Medien sehr viel Negatives über die Milchbranche berichtet. Jedoch ist nicht alles negativ. Zur Erhöhung der Produzentenpreise für Molkereimilch braucht es eine Einheit.

Editorial

Carol Aschwanden

Kein Land gibt pro Kopf mehr für Bioprodukte aus als die Schweiz, gefolgt von Dänemark und Schweden. Migros machte 2015 mit Bioprodukten einen Umsatz von CHF 680 Millionen, Coop CHF 1.1 Milliarden. Bis 2025 will Coop seinen Bio-Umsatz sogar verdoppeln.

Der weltweite Bio-Trend zeigt, dass immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten auf ökologisch produzierte Lebensmittel setzen. Schweizer Biomilch Knospe wird nachhaltig produziert. Das heisst sie wird nicht nur wirtschaftlich und im Einklang mit der Ökologie sowie einem hohen Tierwohl produziert, sondern die Bauern verdienen auch etwas daran. Das ist nachhaltig!

Es muss und kann nicht alles «bio» sein. Auch Nahrungsmittel, welche aufgrund der Produktionsmethode und Verarbeitung einen klaren Mehrwert aufzeigen können, sind erfolgreich unterwegs. Mit der Produktion von Lebensmitteln nach geltenden gesetzlichen Minimalstandards lassen sich keine Mehrwerte «verkaufen» - weder im Ausland noch in der Schweiz. Die Preise sind dementsprechend tief. Die kommunizierten Nachhaltigkeitsstrategien/-konzepte geben Hoffnung. Diese können jedoch nur umgesetzt werden, wenn die Schweizer Milchbauern und ihre Organisationen/Verbände auch mitmachen!

Pirmin Furrer

Läuft wirklich alles schief?

Aus einer gewissen Entfernung betrachtet, scheint es, dass alles in der Schweizer Milchwirtschaft aktuell schief läuft. Es wird viel Negatives berichtet. Einzelne Beispiele werden veröffentlicht, die nicht einmal repräsentativ sind für die gesamte Branche. Zum Beispiel der Käseexport nach Dänemark für 1.5 bis 3.0 Euro/kg Käse, bei dieser Schlagzeile handelte es sich um einen Käseexport von gerade einmal 50 Tonnen. Zu viel wird in den kleinen negativen Beispielen herumgewühlt, die die ganze Milchbranche hemmen und Vertrauen zerstören. Ich bin der Meinung, dass wir solche Negativmeldungen vermeiden müssen.

Das Positive geht vergessen

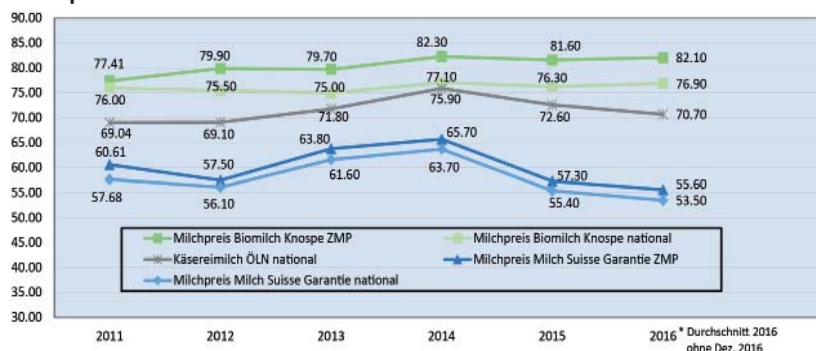
Es gibt in der Schweizer Milchwirtschaft auch sehr positive Konzepte. Biomilch Knospe, Tête de Moine oder Le Gruyère, welche sich gut am Markt behaupten. Angemessene Milchpreise bringen sie auch. Der Erfolg liegt darin, dass sie im Geschmack sowie im Genuss die Kundenbedürfnisse erfüllen. Auch stimmen sich die Beteiligten hinter dem Produkt ab und legen gemeinsam eine Strategie fest.

Einigkeit zwingend für Zielerreichung

Im Molkereimilchkanal ist es leider nicht so. Wir haben sehr viele Beteiligte, die nur für sich handeln. Auch auf Seite der Milchproduzenten gibt es zu viele, die alles negativ reden (Segmentierungsmodell sei schlecht, Schuldige für Misere werden gesucht usw.). Mit dieser Haltung kommen wir nicht weiter. Sie ist geradezu schädigend. Wir brauchen eine Einheit, ein klares Profil, für was die Molkereimilch steht und für was nicht. Diese Überzeugungsarbeit müssen wir gemeinsam mit unseren Partnern leisten, so, dass wir auch mit der Molkereimilch erfolgreich werden.

Weitere Gremien auf nationaler Ebene zu installieren, welche sich nun um den Milchmarkt kümmern sollen, erachte ich nicht als zielführend. Wir haben schon genügend Organisationen und Gremien in der Milchwirtschaft. Sie haben zwar ähnliche Ziele, aber wollen diese auf völlig unterschiedlichen Wegen erreichen, was oft dazu führt, dass man Schuldige sucht, sich widerspricht und gegenseitig blockiert. Und die Einigkeit, welche es für die Erreichung der Ziele braucht, bleibt auf der Strecke.

Milchpreise 2011 bis 2016



Milchpreise für Biomilch Knospe in den letzten Jahren auf hohem Niveau stabil. Aber auch die Preise für Käseemilch sind trotz Frankenstärke relativ stabil.

Schweizer Bauernverband schwenkt auf Gegenvorschlag ein

An ihrer Sitzung vom 13. Januar 2017 hat die Landwirtschaftskammer LAKA des Schweizer Bauernverbands SBV beschlossen, den Gegenentwurf des Ständerats für Ernährungssicherheit zu unterstützen und die eigene Initiative zurückzuziehen. Dies unter Vorbehalt, dass auch der Nationalrat dem Gegenvorschlag in der vorliegenden Form zustimmt.

Thomas Oehen

In der Zwischenzeit hat die Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK) des Nationalrats dem Gegenvorschlag ebenfalls mit deutlicher Mehrheit zugestimmt. So kann davon ausgegangen werden, dass der Gegenvorschlag auch im Nationalrat angenommen wird.

Was heisst das jetzt? Es wird nur noch der Gegenvorschlag dem Volk zur Abstimmung vorgelegt. Bei einer Annahme wird auch beim Gegenvorschlag das Hauptanliegen des Bauernverbands, nämlich die Ernährungssicherheit, in der Verfassung verankert. Persönlich interpretiere ich das so, dass dadurch eine nachhaltig produzierende Landwirtschaft auch zukünftig gewährleistet ist. Das ist besonders für die bereits beginnenden Diskussionen um die Agrarpolitik 22+ sehr wichtig.



Übrigens gab es an der LAKA-Sitzung am 13. Januar durchaus auch Oppositionen, vor allem aus der Ostschweiz. Bei allem Verständnis für die Vorbehalte der Gegner des Rückzugs muss hier doch erwähnt werden, dass sowohl bei der Initiative wie auch beim Gegenvorschlag die Details im Nachgang geregelt werden. Hier zusammen mit einer Parlamentsmehrheit an die Ausarbeitung der Details zu gehen, ist grundsätzlich

einfacher. Also kann ich die Aussage des Bauernverbandspräsidenten nur unterstützen: «Lieber den Spatz in der Hand, als die Taube auf dem Dach».

Ist jetzt die Volksabstimmung schon gewonnen? Ganz sicher nicht. Es gibt durchaus Kreise, die auch den Gegenvorschlag bekämpfen werden. Aber wenn sich Bauernverband, Parlament und Bundesrat geschlossen hinter die Anliegen stellen, stehen die Chancen nicht schlecht.

Es braucht die Unterstützung von uns allen, für eine lebenswerte Zukunft des Bauernstandes.

Verschiedene Trends beeinflussen Milchkonsum

In den letzten Wochen berichteten Medien über den rückläufigen Milchkonsum in der Schweiz.

Carol Aschwanden

Pro-Kopf-Konsum Schweiz sehr hoch

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Konsummilch ist seit Jahren rückläufig, das zeigen die Zahlen klar. Auch Jogurt, Butter und Konsumrahm sind rückläufig. Dafür hat aber der Konsum von Quark, Milchmischgetränken und Käse in der Schweiz zugenommen.

Seit 2013 ist der Pro-Kopf-Konsum von Käse in der Schweiz jährlich gestiegen. 21.5 Kilogramm Käse wurden 2015 pro Kopf konsumiert - grundsätzlich eine erfreuliche Entwicklung, denn ein Kilogramm Käse beinhaltet viel Milch. Für ein Kilogramm Frischkäse braucht es zirka 6 Liter Milch, für Hart- und Extrahartkäse bis zu 13 Liter Milch pro Kilogramm Käse.

Der Käseimport hat auch 2016 zugenommen (plus 5 Prozent zum Vorjahr).

Über ein Drittel des Käses in den Regalen des Schweizer Detailhandels stammt

aus dem Ausland. Damit wird rund zwei Drittel des in der Schweiz produzierten Käses im Inland verkauft und ein Drittel exportiert. 2016 hat der Käseexport wieder angezogen, was sehr erfreulich ist.

Im internationalen Vergleich (Zahlen 2014) nehmen die Schweizerinnen und Schweizer punkto Konsum von Milch und Käse jedoch einen Spitzenplatz ein (beim Milchkonsum Platz 2 hinter Neuseeland, beim Käse Platz 3 hinter Frankreich und Deutschland).

Die Schweizer Milchproduzenten SMP und die Switzerland Cheese-Marketing AG machen also nicht so einen schlechten Job in ihrem Basismarketing, wie manchmal behauptet wird.

Einkaufstourismus auf hohem Niveau

Der starke Franken hat den Einkaufstourismus in den letzten beiden Jahren regelrecht angekurbelt. Die Schweizerinnen und Schweizer kauften für zirka CHF 2.8 Milliarden Lebensmittel im benachbarten Ausland ein (Fleisch, Milchprodukte usw.). Insgesamt wird der Umsatzabfluss bei Lebensmitteln und andere Gütern durch den Einkaufstourismus im 2015 auf rund CHF

11 Milliarden beziffert. Auch wenn der «Einkaufstourist» nicht primär wegen den Lebensmitteln ins Ausland fährt, wenn er dann schon einmal da ist, kauft er gleich auch Milch und Joghurts ein.

Veränderte Konsumtrends

Zudem hat sich das Konsumverhalten verändert. Haben wir früher als «Teenager» jeden Morgen zuhause gefrühstückt und ein Glas Milch oder diese mit Zugabe von Ovomaltine getrunken, so sieht man heute viele Jugendliche im Bus mit einem Energy Drink - eine bedenkliche Entwicklung, wie neuste Studien zeigen. Der regelmässige Konsum von Energy Drinks ist gesundheitsschädigend.

Auch die Erwachsenen machen es zum Teil nicht anders. Der Arbeitsweg ist länger geworden, Staus und überfüllte Züge an der Tagesordnung. Da muss man früh aus dem Haus. Für ein ausreichendes Frühstück bleibt keine Zeit mehr, dafür aber für das Milchmischgetränk oder den «Coffee to go», schnell beim Bäcker oder am Kiosk besorgt. Zwar hat Kaffee meistens auch Milch drin, aber eben weniger als der ausgiebige MILCHKaffee zuhause.

Milchpreise ZMP

Eine weitere Preiserhöhung in der Schweiz braucht noch etwas Zeit

André Bernet

Marktsituation international

Im Dezember lag die Produktion um 3.2 Prozent unter Vorjahr. Damit ist die Milchproduktion im Jahr 2016 in der EU kumuliert um 0.2 Prozent gesunken. Die Preise für Butter und Vollmilchpulver haben Anfang Februar etwas nachgegeben. Die Magermilchpulverpreise sind aktuell stabil. Eine weitere Erholung der Preise beim Magermilchpulver wird aufgrund der nach wie vor hohen Lagerbestände noch Zeit brauchen.

Marktsituation Schweiz

Im Dezember war die Produktion um 4.6 Prozent tiefer als im Vorjahr. Damit war die Produktion in der Schweiz um 1.5 Prozent unter Vorjahr, kalenderbereinigt war dies die tiefste Produktion seit 2009. Aufgrund der international gestiegenen Preise

wächst der Druck, die Preise in der Schweiz ebenfalls rasch anzuheben. Der Molkereimilchpreisindex, welcher die Basis bildet für den Richtpreis wird für das 2. Quartal 2017 noch keine Preiserhöhung anzeigen. Seit dem Tiefststand im Mai 2016 mit 62 Rappen, hat sich der Index bis November 2016 zwar auf 64.7 Rappen erhöht, hat damit aber erst das aktuelle Richtpreisniveau erreicht. Zum einen zeigt dies, dass der Richtpreis den Tiefststand vom Molkereimilchpreisindex nicht mitgemacht hat und zum andern, dass das Preissystem im A-Segment auf Preisveränderungen mit einer zeitlichen Verzögerung reagiert, dies sowohl wenn die Preise runter gehen, wie auch wenn sie steigen. Auf Juli 2017 ist aus heutiger Sicht aber eine Richtpreiserhöhung realistisch.

Milchpreise ZMP

Im Dezember lag die Produktion der ZMP-Lieferanten Milch Suisse Garantie um 5.6 Prozent unter Vorjahr. Die Biomilchproduktion war um 3.7 Prozent tiefer als im Vorjahr. Die Preise für Milch Suisse Garantie bleiben gleich. Nachdem wir die Preise seit November bereits um 3.5 Rappen erhöht

Milchpreise ZMP		
	aktuell	ab 1. März 2017
Milch Suisse Garantie		
Basispreis	56.5 Rp./kg	56.5 Rp./kg
Milch a. MVM	40.0 Rp./kg	40.0 Rp./kg
Käseemilch	48.25 Rp./kg	48.25 Rp./kg
Biomilch Knospe		
Basispreis	84.0 Rp./kg	84.0 Rp./kg
Milch a. MVM	78.0 Rp./kg	65.0 Rp./kg
Käseemilch	81.0 Rp./kg	74.5 Rp./kg

haben, ist für einen weiteren substanziellen Preisschritt eine Erhöhung des Richtpreises notwendig. Der Basispreis für Biomilch Knospe bleibt unverändert, der Preis ausserhalb Monatsvertragsmenge sinkt saisonal bedingt auf 65 Rappen. Die Kosten für die Deklassierung bleiben bei drei Rappen.

Saisonalität erfüllt Zielsetzung

Die ZMP hat bei den meisten Kunden (Milchverkauf) saisonale Preissysteme. Der Regionalausschuss ZMP hatte sich deshalb entschieden, dass diese saisonalen Preissysteme auch bei den Milchproduzenten per 1. Januar 2016 wieder mehr zum Tragen kommen. In der Grafik sehen Sie die Abzüge und Zuschläge im 2016.

Pirmin Furrer

Die Führungsorgane ZMP haben sich im Jahr 2015 intensiv mit zukünftigen Mengen- und Preissystemen auseinandergesetzt. Der Arbeitsgruppe bzw. dem Regio-

nalausschuss ZMP war es wichtig, dass wir die Milchpreisgestaltung so abbilden, wie die ZMP die Milch an ihre Kunden verkauft. Damit soll sicherstellt werden, dass keine Fehlanreize geschaffen werden, die am

Markt nicht umgesetzt werden können. Der Regionalausschuss ZMP hat aufgrund dieser Zielsetzung die Saisonalität für alle Direktlieferanten per 1. Januar 2016 wieder eingeführt.

In der Tabelle wird aufgezeigt, wie viel Saisonalität den Direktlieferanten im Jahr 2016 abgezogen bzw. ausbezahlt wurde. Ebenfalls zeigen wir auf, welche Abzüge und Zuschläge wir im Milchverkauf realisiert haben.

Saisonalität 2016 Direktlieferanten (inkl. MWST)

	Jan.	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	Total
MGA Abzüge SG	Fr.	-1'118'714	-1'198'184	-1'205'236	-1'196'970								-4'719'105
MGA Abzüge BIO	Fr.	-155'405	-168'144	-174'715	-171'757								-670'021
MGA Abzüge Käseerei	Fr.	-50'565	-65'013	-67'889	-46'216								-229'684
MGA Abzüge total	Fr.	-1'324'685	-1'431'341	-1'447'840	-1'414'943								-5'618'809
MGA Zuschläge SG	Fr.						1'016'927	1'008'298	987'401	1'062'036			4'074'661
MGA Zuschläge BIO	Fr.						122'732	120'237	128'388	146'182			517'539
MGA Zuschläge Käseerei	Fr.						74'441	71'019	58'742	59'952			264'153
MGA Zuschläge total	Fr.						1'214'100	1'199'554	1'174'531	1'268'169			4'856'353
Total													-762'456

Saisonalität 2016 Verkauf Industrie (inkl. MWST)

	Jan.	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	Total
Rohmilchfaktura	Fr.	-1'184'963	-1'278'874	-1'303'979	-1'263'003	1'995	1'092'913	1'085'326	1'053'972	1'160'154			-636'459
Gewinn/Verlust													125'997

Mitglieder- und Kundenbefragung 2017

Mit der ZMP info von Mitte März erhalten alle Mitglieder ZMP den Fragebogen zur Mitgliederbefragung 2017 zugestellt. Machen Sie mit und gestalten Sie als Mitglied ZMP die Entwicklung der Genossenschaft mit!

Carol Aschwanden

Mitglieder- und Kundenbefragung an «Strategie-Rhythmus» gekoppelt

Wir haben die Durchführung der Mitgliederbefragung im 2017 bereits angekündigt.

Der Vorstand ZMP überprüft die Strategie der Genossenschaft regelmässig. Alle drei Jahre findet eine fundierte Analyse und vertiefte Überprüfung statt. Die Resultate der Mitglieder- und Kundenbefragungen bilden dafür eine wichtige Grundlage.

Mitgliederbefragung auf dem Postweg

Um die Mitgliederbefragung unabhängig und professionell machen zu können, arbeiten wir mit einem Marktforschungsinstitut in der Zentralschweiz zusammen (GfK Switzerland). Das gleiche gilt auch für die Kundenbefragung, welche im April/Mai 2017 mittels Interviews durchgeführt wird.

Die Mitgliederbefragung erfolgt schriftlich anhand eines Fragebogens, der mit der ZMP info Mitte März 2017 allen Mitgliedern per Post zugestellt wird. Da etwa 85

Prozent unserer Mitglieder die ZMP info und die Milchgeldabrechnung ausdrücklich per Post zugestellt wünschen, haben wir auf eine «Online-Befragung» verzichtet, was ansonsten einen grossen Zusatzaufwand und mehr Kosten verursachen würde. Wir bitten deshalb alle Mitglieder, welche ansonsten unsere Unterlagen online erhalten, um Verständnis.

Mitglieder ZMP bestimmen mit

Unsere Mitglieder sind das Fundament der Genossenschaft. Unsere Tätigkeiten und unser Engagement sind auf diesem Fundament aufgebaut. Wir bitten Sie, den Fragebogen auszufüllen. Damit bestimmen Sie (unsere Basis) die Entwicklung der Genossenschaft direkt mit.

Iris Hürlimann

Ausbildung zur Kauffrau/-mann bei der ZMP

Seit dem Sommer 2006 bildet die ZMP Lernende aus. In der Zwischenzeit haben vier Lernende ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen und durften das Eidgenössische Fähigkeitszeugnis zur Kauffrau entgegennehmen. Die Lernenden sind das Mitarbeiterpotenzial der Zukunft. Deshalb misst auch die ZMP der Ausbildung einen hohen Stellenwert bei. In der Lehrzeit erhalten die Lernenden die Möglichkeit, alle Bereiche (Kommunikation/Personelles, Geschäftsleitungssekretariat, Buchhaltung/Finanzen und Milchvermarktung und Dienstleistungen) zu durchlaufen und so eine sehr umfangreiche und spannende Ausbildung zu erhalten.

Aktuell sind zwei Lernende in Ausbildung bei der ZMP. Anita Bieri, 3. Lehrjahr, und Chantal Hess, 1. Lehrjahr. Auf den Sommer 2018 bieten wir wieder eine Lehrstelle als Kauffrau/-mann (alle Profile) an.

Für weitere Informationen oder bei Interesse an einer Ausbildung bei der ZMP steht Ihnen gerne Iris Hürlimann, Berufsbildnerin, zur Verfügung.

SMP unterstützt Heumilch

Nachdem sich Fromarte, Switzerland Cheese-Marketing AG und das Bundesamt für Landwirtschaft BLW sich an einer Starthilfe für den Verein Heumilch beteiligen, kann sich der Verein auch über eine Unterstützung der Schweizer Milchproduzenten SMP freuen.

Diese sieht im Projekt Heumilch ein innovatives Projekt mit nationaler Ausstrahlung. Deshalb hat der Vorstand SMP einer Starthilfe für den Verein Heumilch Schweiz zugestimmt. Die SMP wird das Projekt weiterhin aktiv begleiten und zum erfolgreichen Gelingen beitragen.

Agenda

Sitzungen Vorstand ZMP

22. Februar 2017
21. März 2017
26. April 2017
30. Mai 2017
28. Juni 2017
28. August 2017
26./27. September 2017
26. Oktober 2017
22. November 2017

Sitzungen Regionalausschuss ZMP

04. April 2017
13. Juni 2017
08. November 2017

Delegiertenversammlung ZMP

13. April 2017, Sempach Stadt

ZMP am Tag der Milch 2017

22. April 2017, Kapellplatz Luzern

ZMP an der LUGA 2017

28. April bis 7. Mai 2017, Messe Luzern

ZMP an der Suisse Tier 2017

24. bis 26. November 2017, Messe Luzern

Delegiertenversammlung SMP

19. April 2017, Bern

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, www.zmp.ch

Satz/Druck

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

