

MEDIENMITTEILUNG

Bern, 5. April 2017

Denkanstösse für "Perspektiven im Milchmarkt"

*Direktion*Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
smp@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch**swissmilk**

Der Bundesrat hat heute den Bericht "Perspektiven im Milchmarkt" veröffentlicht. Er verfolgt den eingeschlagenen Weg, der Branche mit staatlicher Begleitung zunehmend Selbstverantwortung zu übertragen, konsequent. Er will dazu jedoch keine zusätzlichen finanziellen Ressourcen bereitstellen. Von einer sektoriellen Öffnung der weissen Linie wird im Sinne eines Paradigmawechsels erfreulicherweise offiziell Abstand genommen und auf eine spätere Gesamtstrategie verwiesen. Für den Bundesrat wird das vorhandene Potenzial der Schweizer Milchbranche vorteilhaft über Mehrwertdifferenzierung ausgeschöpft. Leider vergisst er, dass dies im Molkereimilchbereich bei austauschbaren Produkten eine sehr grosse Herausforderung darstellt. Die Schweizer Milchproduzenten erwarten und fordern deshalb vom Bund, dass er seinen agrarpolitischen Spielraum nutzt und mithilft, dass die Mehrwerte Schweizer Milchproduktion nicht dem ökonomischen Druck geopfert werden. Die Schweizer Milchproduzenten nehmen aber den Ball auf und werden die im Bericht aufgeführten "Denkanstösse und Themenfelder" für das Milchland Schweiz weiter bearbeiten. Keine Übersicht gibt der Bericht allerdings zu anderen Produktionsrichtungen in der Land- und Ernährungswirtschaft, was als Mangel empfunden wird.

Der Bericht "Perspektiven im Milchmarkt" (Postulat 15.3380) wurde von der Kommission für Wirtschaft und Abgaben am 14. April 2015 basierend auf 12 einzelne Fragen in Auftrag gegeben. Die Antworten erstrecken sich auf satte 130 Seiten und beleuchten das politische und wirtschaftliche Umfeld sowie den Milchmarkt ab dem Jahr 2000 umfassend, mit vielen Zahlen und Fakten. Grundsätzlich ist aber wenig Neues zu erfahren und trotzdem enthält der Bericht "Zündstoff". Es werden primär nachhaltige Mehrwertkonzepte vorgeschlagen. Als nachhaltige Lösung gilt gemäss Bericht eine standortangepasste, graslandbasierte Milchproduktion mit einem hohen Anteil an Freiluftstallsystemen und Weidehaltung mit angepasster Tiergenetik (hohe Lebensleistung, Robustheit, Zweinutzung). Damit erteilt er zukünftig High-Inputsystemen eine Abfuhr. Der Bundesrat gibt im Bericht auch seine klaren Erwartungen in Form von "Denkanstössen" an die Branchenpartner zum Ausdruck. Diese gehen unter anderem in die Richtung der bereits aufgegleisten Aktivitäten in der Milchbranche.

Ohne zusätzliche finanzielle Ressourcen und neue Instrumente

Der Bundesrat setzt mit seinem Bericht ein doppeltes Zeichen. Einerseits wird herausgestrichen, dass der Staat ohne zusätzliche finanzielle Mittel auch künftig im Milchmarkt über die bestehenden Instrumente der Agrarpolitik eine wichtige Rolle einnimmt. Andererseits soll der unternehmerische Freiraum für innovative Betriebe möglichst gross sein. Zum Thema "Mengenregulierung" hält der Bericht fest, dass eine Mengenreduktion im Inland nicht automatisch zu einem höheren Schweizer Milchpreis führt. Hingegen kann eine Mengenreduktion aus betriebswirtschaftlicher Sicht für einen Milchproduzenten sinnvoll sein.

Differenzierung und Mehrwert als Mass aller Dinge

Die Schweizer Milchproduzenten streichen seit langer Zeit ihre Mehrwerte gegenüber dem Ausland heraus. Es sind dies Grasland, Weide, Regionalität, Tierwohl, Natürlichkeit und regional verankertes Knowhow in der Verarbeitung sowie Familienbetriebe. In seinem Bericht bestätigt der Bundesrat nun diese Mehrwertaspekte und empfiehlt der Branche, sich darauf zu konzentrieren. Die Mehrheit dieser Alleinstellungsmerkmale wird auf dem Betrieb erarbeitet, weshalb sich die Verteilung der Mehrerlöse für die Milchproduzenten weiterhin stellt. Die SMP sehen eine Differenzierungsstrategie, im Umgang mit dem hohen Kostenumfeld ebenfalls als zentralen Punkt. Wir erwarten vom Bund, dass er die flankierenden agrarpolitischen Massnahmen (Programme RAUS, GMF) stärker auf die Mehrwertstrategie ausrichtet. Unsere konkreten Forderungen dazu haben wir bereits mehrfach eingebracht.

Die Schweizer Milchproduzenten engagieren sich in mehrfacher Hinsicht: Erstens bei der Ausarbeitung der Mehrwertstrategie Schweizer Milch im Rahmen der BO Milch und zweitens bei der Umsetzung durch das Swissmilk-Marketing innerhalb der Basiskampagne. Die Absatzförderung des Bundes spielt dabei auch in Zukunft eine sehr wichtige Rolle. Unabhängig davon haben die Schweizer Milchproduzenten den Anspruch, im Inland auch in den austauschbaren Segmenten die Marktanteile weiterhin zu verteidigen. Der Bericht verkennt vollständig, dass dies im teuren schweizerischen Kostenumfeld, insbesondere im Molkereimilchbereich, eine echte Herausforderung darstellt.

Schweizer Naturkäse als Treiber von Mehrerlösen

Käse ist das Produkt mit der grössten Wertschöpfung für die Schweizer Milch. Aktuell hemmt aber der starke Franken den Export und fördert den Import. Dank einer konsequenten Mengenführung, Markenpolitik und flankierenden Massnahmen konnten die Schweizer Käsesorten auch für die Milchproduzenten in der Regel eine überdurchschnittliche Wertschöpfung erzielen. Die Schweizer Milchproduzenten sind überzeugt, dass der Stellenwert des Käses für die Schweizer Milchwirtschaft weiter zunehmen wird, auch im internationalen Wettbewerb.

Schweizer Milch ist einzigartig und bleibt gesund

Mit dem kürzlich vom BLV veröffentlichten Bericht zur Ernährungsstudie MenuCH zeigte sich, dass die neue Strategie des Basismarketing Milch richtig ist. Milch und Milchprodukte gehören zu einer ausgewogenen Ernährung. Die Studie zeigt auch, dass die Schweizer Bevölkerung heute nur zwei anstelle von drei Portionen konsumiert. Um auch in Zukunft den Pro-Kopf-Konsum stabil zu halten, bleibt diese Botschaft die Basis der Swissmilk-Kommunikation. Mit einer Verstärkung der positiven Würdigung der Mehrwerte von Schweizer Milch liegt das Basismarketing der SMP genau auf dieser Linie des Bundes: Herkunft, Gesundheit und Genuss.

Auskünfte:

Stephan Hagenbuch, Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP 079 292 97 52
Reto Burkhardt, Leiter Kommunikation 079 285 51 01

5'858 Zeichen (inklusive Leerschläge)

www.swissmilk.ch

