

Bewegung auf dem Milchmarkt

Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP führte anfangs November vier Regionaltagungen in verschiedenen Landesteilen durch, um über die aktuelle Milchmarktsituation, die Stossrichtung der Milchproduzenten zur AP 2022+ sowie über die neue Marketing Basiskampagne "Schweizer Milch – echt stark" zu informieren. Rund 300 Personen aus dem Kreis der SMP-Mitgliedsorganisationen, der kantonalen Verwaltungen und aus anderen Verbänden haben daran teilgenommen und aktiv diskutiert. 2017 hat sich auf dem Schweizer Milchmarkt wieder einmal bewährt, dass Energie für Preisanpassungen dann investiert werden muss, wenn der Markt im Aufschwung ist. Die vorzeitige und eigenständige Einflussnahme der Milchproduzenten und der Milchbranche zur künftigen AP 2022+ fand in der Diskussion vollste Unterstützung und die Anwesenden haben ihre Erwartungen deutlich platziert. Ebenso die zusätzliche Ausrichtung der Basiskommunikation auf die Herkunft von Schweizer Milch wird als zukunftsgerichtet betrachtet und es wird von der SMP erwartet, dass sie sich gegen weitere Marktöffnungen und Abbauschritte wehren wird. Die sich abzeichnenden Schritte zur Angebotsbündelung und Arbeitsteilung bei den Produzentenorganisationen wurden in den betroffenen Regionen durchwegs positiv aufgenommen.

Direktion

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
smp@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch



Die jährlich stattfindenden Regionaltagungen der SMP haben sich bewährt und boten auch dieses Jahr einen umfassenden Gesamtüberblick in den Grossregionen Bern, Ost-, Zentral- und Westschweiz.

Proaktive Positionierung zur AP 2022+ zum richtigen Zeitpunkt

Bereits im August hat die SMP ihre Forderungen an eine zukünftige Agrarpolitik 2022+ kommuniziert. Es zeigt sich, dass die Forderung nach mehr Differenzierung und die Ausrichtung der Direktzahlungen mehr auf Leistung und Professionalität statt ausschliesslich auf Fläche, für die Milchproduzenten richtig ist. Die Förderung der einheimischen Raufuttergrundlagen soll zudem die Basis für die künftige Ausrichtung sein und als wichtiges Differenzierungsmerkmal gefördert werden. Nur so kann die Molkereimilchproduktion am Standort Schweiz langfristig gehalten werden. Eingehend wurde die Gesamtschau des Bundesrates diskutiert. Auch die Milchproduzenten verstehen die Stossrichtung des Bundesrates nicht und werden sich gegen weitere Öffnungsschritte wehren.

Lovely auf der grünen Wiese?

Die Umsetzung der neuen, nationalen Marketingstrategie für „Schweizer Milch und Milchprodukte“ startet anfangs 2018. Konkrete Umsetzungsbeispiele wurden an den Regionaltagungen vorgestellt. Inhaltlich baut die neue Milch-Basiskampagne auf dem Bestehenden auf und wird durch die Aspekte „Herkunft Schweiz und Mehrwerte“ erweitert. Tierwohl und Nachhaltigkeit haben dabei hohe Priorität und sollen als Basis der Differenzierung dienen. Gleichzeitig und zusätzlich wird in der optischen Umsetzung neu auch auf die ganze Breite von Schweizer Milchprodukten fokussiert. Mit dem Einsatz aktiver Milchproduzentinnen und Milchproduzenten als Botschafter auf

Social Media wird Glaubwürdigkeit erreicht und eine Brücke zwischen Stadt und Land gebaut. Die SMP-Individualmarken "Swiss milk inside" sind ebenfalls fester Bestandteil des neuen Konzeptes.

Milchmarkt – im Umfeld des Aufschwungs

2017 war im Welt- und EU-Milchmarkt das Jahr des Aufschwungs. In der Schweiz mussten Anpassungen zugunsten der Milchproduzenten aber anstrengend erkämpft werden. Die Ausführungen zur Marktlage beleuchteten erneut die paradoxe Situation, dass trotz enorm tiefen Butterlagern die hohen Butterpreise durch die tiefen Pulverpreise gebremst werden. Insbesondere die Tatsache, dass die Butterpreise bei sinkenden Mengen im Frühjahr gar gesenkt wurden, führte zu grossem Unverständnis und verdeutlicht die Notwendigkeit einer permanenten Marktbeobachtung im Interesse der Milchproduzenten. Die SMP nimmt dies seit langem professionell wahr und tauscht dies mit den bäuerlichen Vermarktern aus.

Produzentenorganisationen bündeln Kräfte

An der Tagung in Thun wurden durch die Fachkommission Milch des Berner Bauern Verbandes sowie durch aaremilch AG über die neue Arbeitsteilung in Milchfragen orientiert. Aaremilch AG wird neuer Ansprechpartner für Milchfragen sein und entsprechende Gefässe für Molkerei- und Käseeremilch schaffen. Für die SMP heisst dies voraussichtlich, dass es im Frühjahr eine Übertragung der SMP-Mitgliedschaft vom Berner Bauern Verband an aaremilch AG geben wird. Für die Bemo-Milchproduzenten im Kanton Bern ändert sich dadurch nichts. Diese Informationen wurden fast diskussionslos gutgeheissen. Ebenso wurde die geplante Zusammenarbeit von mooh und Prolait an der Tagung in Chéserey positiv aufgenommen. Auch das geplante Zusammengehen der Emmi-Direktlieferantengruppen (Bemo, MPM, ZeNoOs) wurde in den Pausen zum Teil rege diskutiert. Sämtliche geplanten Zusammenarbeiten müssen von den zuständigen Gremien noch gutgeheissen werden.

Die Unterlagen der SMP-Regionaltagungen können unter <https://www.swissmilk.ch> abgerufen werden.

Auskünfte:

Reto Burkhardt

079 285 51 01

4'928 Zeichen (inklusive Leerschläge)

www.swissmilk.ch

