

# Der Spielraum der *Milchproduzenten*

Wer mit dem Milchpreis nicht zufrieden ist, kann theoretisch den Abnehmer wechseln. In der Praxis ist das etlichen Milchproduzenten nicht möglich, da ihr Betrieb nicht auf mehreren Milch-Sammelrouten liegt. Alternativ können sie sich in der Produzentenorganisation engagieren. *text* **DEBORAH RENTSCH**

**I**m Februar protestierten LandwirtInnen in verschiedenen Teilen des Landes. Sie fuhren mit ihren Traktoren auf und protestierten damit unter anderem für faire Produzentenpreise. Bei der Milch hat sich seither tatsächlich etwas verändert: Der Richtpreis wird auf 1. Juli 2024 um 3 Rappen erhöht, auf 82 Rappen. Weiterhin wird diskutiert, ob dieser Milchpreis nun fair sei.

Was kann der Landwirt tun, wenn er mit dem Preis, den sein Abnehmer ihm für die Milch zahlt, nicht zufrieden ist? Wir haben bei Abnehmern von Molkereimilch nachgefragt.

## **Glück neben der Autobahn, Pech in den Hügeln**

Der Schweizer Milchmarkt ist teiliberalisiert: «Drei von vier Litern Milch sind dem freien Wettbewerb ausgesetzt», sagt Carol Aschwanden, Leiterin Kommunikation und Mitglied der Geschäftsleitung der Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP).

Die Erstmilchkäufer sowie die Verarbeiter der Milch sind ebenfalls in einem Wettbewerb. Das sind grundsätzlich gute Nachrichten für die LandwirtInnen. Denn so können sie zwischen den Abnehmern, den Erstmilchkäufern, wählen.

Wer also mit dem Milchpreis seines Abnehmers nicht zufrieden ist, kann

den Abnehmer wechseln. Dazu muss der Milchkaufvertrag, der zwischen Produzent und Abnehmer geschlossen wurde, gekündigt werden.

Bevor dies getan wird, ist es sinnvoll, beim neuen Abnehmer nachzufragen, ob er überhaupt neue Produzenten sucht. Ausserdem muss abgeklärt werden, ob der gewünschte Abnehmer die Milch auch abholen wird. Hier zeigt sich schnell, dass die Produzenten in ihrer theoretisch freien Wahl nicht nur durch den Markt eingeschränkt sind, sondern auch durch die Geografie: Sie müssen an jene liefern, die in ihrem Gebiet die Milch einsammeln.

Wer seinen Betrieb nahe einer Autobahn bewirtschaftet, hat Glück. Er kann zwischen mehreren Abnehmern wählen, deren Sammelrouten sich im Mittelland teils überschneiden. Wer jedoch an abgelegener Lage Milch produziert, wird eine eingeschränkte oder gar keine Wahl haben.

Matthew Robin, CEO der Erstmilchkäuferin und Milchverarbeiterin Elsa Group, relativiert: «Auch in diesem Fall profitiert der Milchproduzent von der Konkurrenz zwischen den Abnehmern. Die Abnehmer sind auf die Produzenten angewiesen und haben ein Interesse, diese halten zu können.» Robin erwartet langfristig



## **Kurz & bündig**

- Über den Milchpreis kann ein einzelner Milchproduzent nicht verhandeln.
- Auf dem teilweise freien Markt können sich Milchproduzenten ihre Abnehmer jedoch aussuchen und entsprechend wechseln, wenn sie mit dem Preis nicht einverstanden sind.
- Diese Wahl wird allerdings oft durch die Geografie eingeschränkt.

## Mooh

Genossenschaft von Milchproduzenten und unabhängige Produzentenorganisation. Die Milch wird an verschiedene Verarbeiter weiterverkauft.

**Produzenten 2023:** 12 Kündigungen (hauptsächlich Wechsel zu Käseerei), 49 Neuzugänge.

**Eingekaufte Milchmenge 2022:** 542 Mio kg.

**Aktuelle Nachfrage:** Offen für mehr Milch, besonders gefragt ist Biomilch.

**Segmentierung 2024 (geschätzt):** 69 % A-Milch, 31 % B-Milch, keine C-Milch.

**Gabriela Küng,**

**Leiterin Kommunikation bei Mooh:**

«Bei Mooh vereinen wir die Milchproduzenten, welche unabhängig sein und den Abnehmern auf Augenhöhe begegnen wollen. Unsere Mitglieder profitieren von sehr transparenten Informationen zum Milchmarkt und direktem Mitspracherecht an der Generalversammlung.»

## ZMP

Genossenschaft der Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP, in der Region Zentralschweiz. Als Hauptaktionärin verkaufen sie die Milch mehrheitlich an die Verarbeiterin Emmi, aber auch an Molkereien wie Nestlé, Baer usw.

**Produzenten 2023:** Keine Austritte, 22 Neumitglieder.

**Eingekaufte Milchmenge 2022:** 413 Mio kg.

**Aktuelle Nachfrage:** Offen vor allem für mehr Biomilch, allerdings nur im ZMP- und angrenzenden Gebiet.

**Segmentierung:** 66 % A-Milch, 34 % B-Milch, keine C-Milch.

**Carol Aschwanden,**

**Mitglied der Geschäftsleitung der ZMP:**

«Die ZMP hat verhältnismässig wenig bis keine Austritte, weil ein Produzent den Abnehmer wechseln will. Das liegt daran, dass die ZMP sehr attraktiv für Milchproduzenten ist. Zum einen bezahlen wir über einen längeren Vergleich mit Mitbewerbern einen überdurchschnittlichen Milchpreis. Zum anderen ist die ZMP Hauptaktionärin von Emmi. Unsere Mitglieder profitieren direkt vom Emmi-Erfolg durch die Rückvergütung «Emmi-Erfolg» (Dividendenausschüttung). Im letzten Jahr waren dies linear 4,4 Rp./kg Milch auf der produzierten Jahresmenge plus ein degressiver Betrag (total durchschnittlich über Fr. 9000.–/Mitglied).»



einen Rückgang der Milchmengen, wodurch die Landwirte als Milchlieferanten an Gewicht gewinnen.

### Preisinformationen fließen nicht überall hin

Bei vollständigem Wettbewerb müssten alle Marktteilnehmer – Landwirte, Milchkäufer, Verarbeiter – gleichermaßen informiert sein. Es müsste bekannt sein, welcher Milchkäufer welchen Preis zahlt.

Dieser Informationsfluss wird jedoch durch die Segmentierung des Milchmarktes erschwert. Denn der Verarbeiter weiss erst während der Verarbeitung, zu welcher Preisstufe die Milch verarbeitet

wird. Man hat sich geeinigt, dass auf der Milchabrechnung für den Januar, die im Februar an den Produzenten geschickt wird, der Milchpreis für den März kommuniziert wird. Der Produzent weiss also am 20. Februar, welchen Preis er im März erwarten kann.

Früher wurden die Preise der Abnehmer von ÖLN-Molkereimilch im Milchpreismonitoring der Schweizer Milchproduzenten (SMP) veröffentlicht. Seit einer Entscheidung des SMP-Vorstands sind diese Preise jedoch nicht mehr nach Abnehmer aufgeschlüsselt. «Es wurde von Milchverkäufern argumentiert, dass die Publikation auch zum Nachteil der Milchproduzenten verwendet werden kann», sagt Heinz Minder, der bei der SMP für das Milchpreismonitoring zuständig ist.

Die Informationen würden zurückgehalten, damit die Verkäufer (Produzenten) im Vorteil seien, so Minder. «Natürlich sind diejenigen, die für die

## Elsa Group

Tochter der Migros. Verarbeiterin von Milch und gleichzeitig auch Erstmilchkäuferin.

**Produzenten 2023:** Sehr selten Abgänge, wenige Zugänge.

**Eingekaufte Milchmenge (Erstkauf) 2022:** 106 Mio kg.

**Aktuelle Nachfrage:** Offen für mehr Milch, allerdings nur in den Sammelregionen.

**Segmentierung im April 2024:** 87 % A-Milch, 13 % B-Milch, keine C-Milch.

**Matthew Robin,  
CEO von Elsa Group:**

«Unser Ziel ist ein fairer Milchpreis. Das heisst, wir wollen im Vergleich mit anderen über dem Durchschnitt liegen. Langfristig steuern wir eher auf eine Milchknappheit zu. Daher müssen wir unseren Milchproduzenten Sorge tragen. Ich finde gut, dass heute diskutiert wird, was ein fairer Milchpreis ist. Es wird keine einfachen Lösungen geben. Aber eine Vereinfachung des Systems würde ich ebenfalls begrüssen.»

Produzentenseite verhandeln, durchaus im Besitz der Preisinformation. Für die Einkäufer sind die Preise nicht online zugänglich – somit auch nicht für die breite Gruppe der Produzenten.»

Ein Vergleich zwischen den einzelnen Erstmilchkäufern ist somit schwierig. Die Basismilchpreise liessen sich auch nicht vergleichen, bestätigen die Erstmilchkäufer. Denn bei einigen Abnehmern sind Abzüge für Transport einberechnet, bei anderen die Zuschläge für Gehalte oder Nachhaltigkeit, bei wieder anderen gibt es einen Mix.

### An der Versammlung über den Preis diskutieren

Nicht möglich ist, dass einzelne Landwirte mit dem Abnehmer über den Preis verhandeln. «Die Zeiten, wo Bauern direkt mit Abnehmern verhandelten, waren grundsätzlich nicht besser. Auch da waren die Bauern mit den ausgehandelten Milchpreisen

eigentlich nie zufrieden», sagt Carol Aschwanden von ZMP.

Heute übernehmen diese Preisverhandlungen die Geschäftsstellen der Produzentenorganisationen. Die Geschäftsstellen wiederum unterstehen einem Verwaltungsrat (Aaremilch und Mooh) respektive einem Vorstand (ZMP). «Viele im Verwaltungsrat sind selbst Landwirte. An sie kann man sich als Produzent wenden, um persönliche Anliegen – auch zum Preis – anzubringen», sagt Gabriela Küng, Leiterin Kommunikation bei Mooh. Ein Blick zu den anderen Erstmilchkäufern zeigt, dass es dort ähnlich aussieht.

Wer mit seinem Milchpreis nicht zufrieden ist, kann sich beim jeweiligen Abnehmer einbringen, indem man seine Vertreter an die Aktionärsversammlung (Aaremilch) oder Delegiertenversammlung (ZMP) schickt oder selbst an der Generalversammlung bei Mooh teilnimmt.



## Aaremilch AG

Aktiengesellschaft der Milchproduzenten, seit 2022 Joint Venture mit der Verarbeiterin Elsa Group.

**Produzenten 2023:** 28 Lieferanten stellten die Milchproduktion ein. Praktisch alle aufgrund fehlender Nachfolgeregelungen auf dem Betrieb. 40 Neumitglieder. Dadurch hat die Aaremilch 4 % mehr Milch vermarktet als 2022.

**Eingekaufte Milchmenge 2022:** 172 Mio kg.

**Aktuelle Nachfrage:** Konstante Nachfrage nach Milch der Labels BNSM (Branchenstandard nachhaltige Schweizer Milch), Wiesenmilch, Biomilch, A2-Urmilch sowie Klimastar-Milch. Zusätzlich gesucht werden Biomilchproduzenten.

**Segmentierung:** Konstant deutlich über 80 % A-Milch, der Rest ist B-Milch.

**Reto Burkhardt,**

**Geschäftsführer der Aaremilch AG:**

«Die Saisonalität führt in diesem Jahr zu besonders grossen Herausforderungen im Milchverkauf. Auch die eingeschränkte Käseproduktion und eine nicht optimal funktionierende Wertschöpfungskette sind Teil der Ursache dieser Situation. Das kommende Quartal wird vor diesem Hintergrund für alle Milchproduzenten eine grosse Herausforderung sein. Die Prognosen gehen aber dahin, dass sich die Situation, über das gesamte Jahr gesehen, stabilisieren wird.»



## Checkliste Abnehmer-Wechsel

- Vor dem Wechsel den (oder die anderen) Abnehmer anfragen, ob er überhaupt zusätzliche Produzenten aufnimmt.
- Ebenfalls abklären, ob er die Milch ab Hof holt und wenn ja, zu welchen Bedingungen (Kosten).
- Ein Preisvergleich der verschiedenen Abnehmer ist schwierig. Als Faustregel gilt: Je mehr A-Milch im Portfolio, desto besser der Preis, den sie zahlen.
- Den Milchkaufvertrag mit dem aktuellen Abnehmer schriftlich kündigen. Meist ist dies per Ende Jahr möglich. Auch zu beachten: Die Kündigungsfrist, die oft sechs Monate beträgt.