

Strategische Ausrichtung SMP + aktuelle Themen



Kurt Nüesch, Direktor SMP, Bern

Agenda

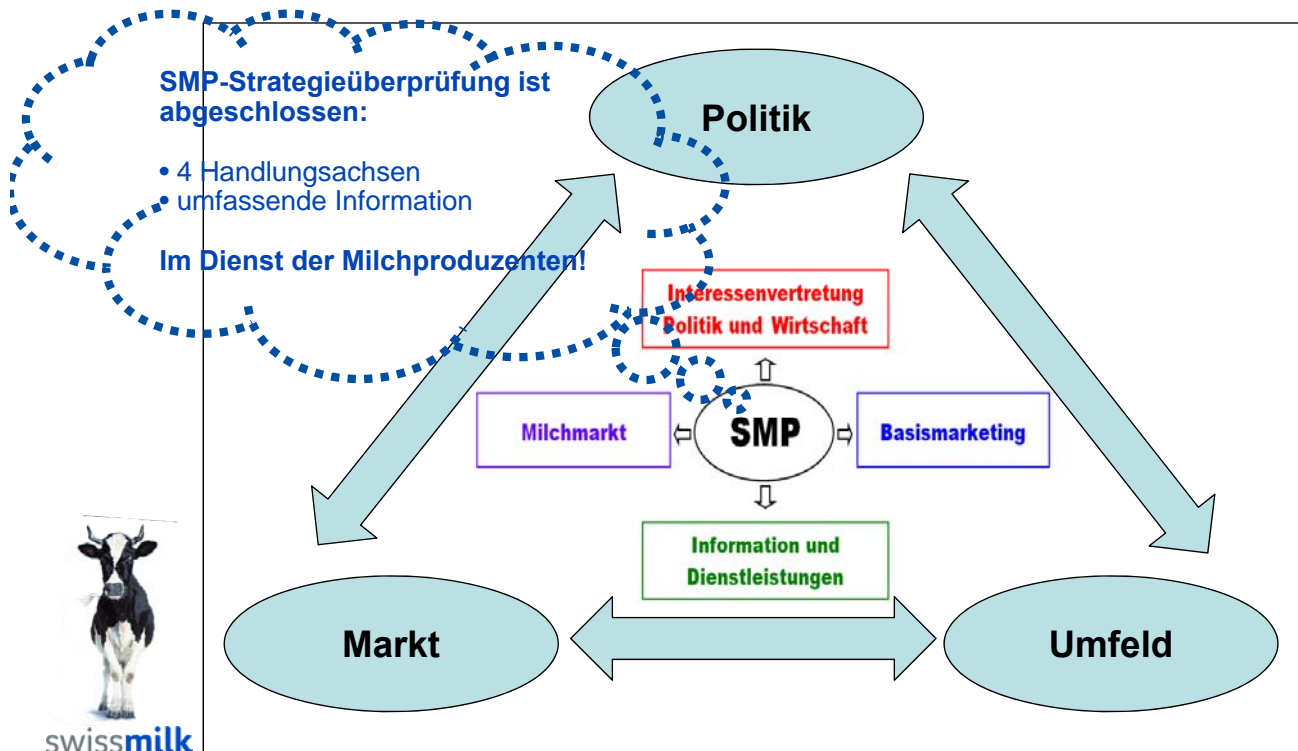
◆ Strategische Ausrichtung SMP..+.. aktuelle Themen

- Markt: Zusammenarbeit Milchbranche / BO Milch
- Politik: EU-Marköffnung weisse Linie
- Marketing: Schwerpunkte/**Swissmilk** & **Swissness**
- Info & Dienstleistungen: www.swissmilk.ch



◆ Diskussion

Strategische Ausrichtung der SMP ist abgeschlossen: Wir schauen vorwärts



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

3

Strategie mit neuen Akzenten und Schwerpunkten auf 4 Achsen

Bewährtes bleibt:

- ◆ SMP=Nationales Kompetenzzentrum für Milchfragen
- ◆ Starke, regional autonome Mitgliedsorganisationen
- ◆ Kommission Käse- und Milch
- ◆ Grösse Vorstand (Regionen, Produktionsformen, Vernetzung)

Neu ist jedoch:

- ◆ Plattform Molkereimilch zusammen mit den Milchvermarktungs-Organisationen (IG Produktion BO Milch)
- ◆ Mit Milchvermarktungs-Organisationen Massnahmen für mögliche künftige Überschüsse prüfen
- ◆ Aktive Offenlegung relevante Interessenbindung bei Nomination, Wahl in Gremien unter: www.swissmilk.ch
- ◆ Kommunikation



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

4

Die 4 Aufgabenbereiche der SMP

◆ Politik & Gesellschaft ✓



◆ Basismarketing ✓

swissmilk

◆ Informationen/
Dienstleistungen ✓



◆ Milchmarkt

Ist nun
geklärt !



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

SMP in BO Milch: Aktiv und präsent!

◆ Milchproduzenten in der BO Milch:

- Milchproduzenten haben Interesse an funktionierender Branche (Wertschöpfung & Marktanteile)
- Milchproduzenten treten **geschlossen** auf
- SMP nimmt aktive Rolle wahr
- Interne Diskussion und externe Kommunikation sind zwei Sachen

◆ SMP unterstützt zielkonforme Massnahmen:

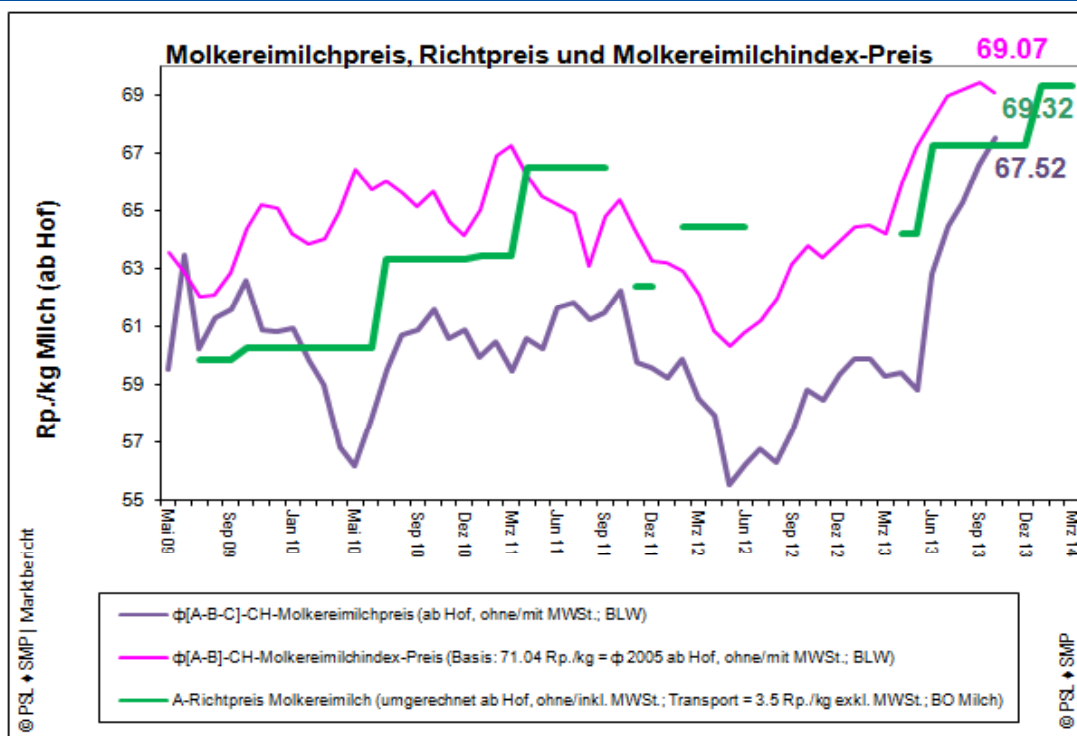
- A-Richtpreisbeschluss, -index, B- und C-Richtpreisberechnung (Regeln)
- Mindestpreis verkäste Milch, Index adaptiert
- Segmentierung und Transparenz
- Sanktionen (Sanktionskommission)



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

S M P • P S L **A-Richtpreis (BO Milch) und Index-
richtpreis (BLW) stabilisieren sich**



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

7

S M P • P S L **BO Milch A-Richtpreis: Beschluss vom
November für Jan.-März**



Drei Punkte sind relevant:	Berechnung	Beschluss Nov. 2013
1. Markteinschätzung 2. Produktionskosteneinschätzung	71.00	Nein
Richtpreis (Rp./kg, exkl. MwSt., franko Rampe, 4.0% Fett, 3.3% Eiweiss)	=70.97	69.0 + ?
- Transportkosten & Administration (exkl. 8% MwSt.)	+3.50	
+ Vorsteuerabzug Milcheinkauf (pauschal 2.5%)	-1.73	
Molkereimilchindexpreis (Rp./kg, ohne MwSt., ab Hof, 4.0% Fett, 3.3% Eiweiss)	+69.20	
3. Molkereimilchindexpreis BLW (ϕ Jul.- Okt. 2013 x 71.04: (97.06+97.41+97.74)/3 x 71.04)	=69.20	

10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

8

BO Milch: Organisatorisches

◆ Sanktionskommission eingesetzt:

- P. Hänni, Präsident
- G. Emmenegger, P. Ryser; IG Verarbeitung/Handel
- M. Rufer, M.H. Sauty; IG Produzenten
- Vorstand erlässt Reglemente (Grundlagen)
- Sanktionskompetenz (Anwendung: Tatbestand und Umfang) liegt allein bei Sanktionskommission

◆ Geschäftsstelle BO Milch ab 1.1.2014:

- Geschäftsführer: Stephan Kohler
- Administrativ bei TSM Treuhand GmbH angegliedert
- Weststrasse 10
- Kosten sinken



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

9

Wichtige Instrumente für die Milchbranche mit Branche sichern!

SUBVENTIONEN Wohin fliesst das Geld?

Die Grosskäsereien erhalten Staatshilfe in Millionenhöhe. Das Geld sollten sie eigentlich den Bauern weitergeben. Doch es ist unklar, ob sie das tatsächlich tun. Text: Otto Hostettler



Zulage oder keine Zulage: Bauern wissen nicht, ob aus ihrer Milch Käse gemacht wird.

◆ Milchproduzenten und Milchbranche haben **kein Interesse**, Systeme schlecht reden zu lassen, die im Grundsatz effizient sind und funktionieren:

- **Zulagen**
- **„Schoggigesetz“**

◆ Problempunkte & Lösungen:

- Einstiegsschwelle für Magerkäse
- Emmentaler mit Mengenführung
- Minimalpreis für verkäste Milch
- Umsetzung mit „Augenmass“



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

10

Die Idee vor bestechend: Die Schweiz sollte heimischen Käse trotz Marktöffnung weiterhin fördern, indem der Bauer 15 Rappen für jedes Kilo Milch erhält, das zu Käse verarbeitet wird. Damit wollte der Bund verhindern, dass der Milchpreis ins Bodenlose fällt. Zugleich sollten die Käser die Milch genauso günstig einkaufen können wie die Konkurrenz in Europa. Rohstoffverbilligung war das Zauberwort, mit dem die sogenannte Verkäusungszulage 2007 begründet wurde.

Sollte, könnte, würde: Ob das 300 Millionen Franken teure Subventionsmodell tatsächlich funktioniert, ist fraglich. Die Zulage wird an die Käsehersteller gezahlt, die das Geld den Bauern weitergeben müssen. Aber drei Viertel der Milch gelangen über Handelsorganisationen zu den Käseherstellern; darum ist auch intransparent, wohin die Gelder fliessen. Nimmt man den europäischen Marktpreis von 33 Rappen als Basis, müsste ein Landwirt pro Kilo Milch mindestens 78 Rappen erhalten. Oft sind es aber nur zwischen 40 und 60 Rappen, manchmal sogar noch weniger.

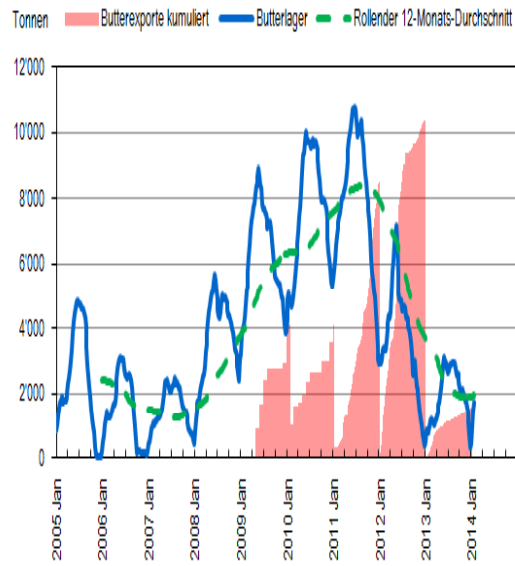
Dem Beobachter liegen mehrere Milchabrechnungen vor, in denen nichts von Verkäusungszulage steht. Bauern, die ihre Milch etwa an die Handelsorganisation

Quelle: Beobachter vom 4.10.2013

CH-Buttermarkt: Es ist alles im Butter - bei Produktion & Absatz... ?

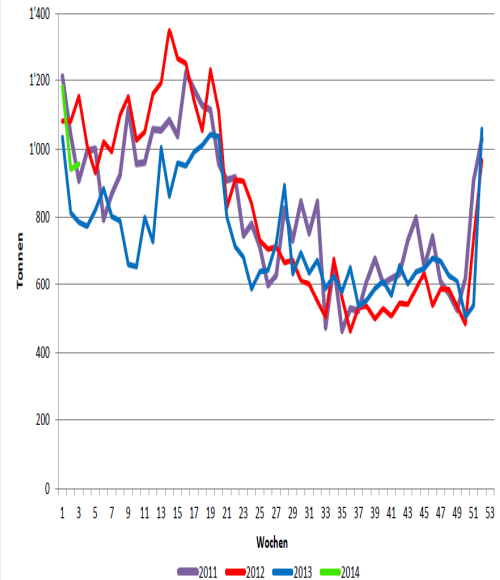


Entwicklung der Butterlager und Exporte



BO Butter

Vorzugsbutterproduktion wöchentlich 2011 - 2014



10. Februar 2014

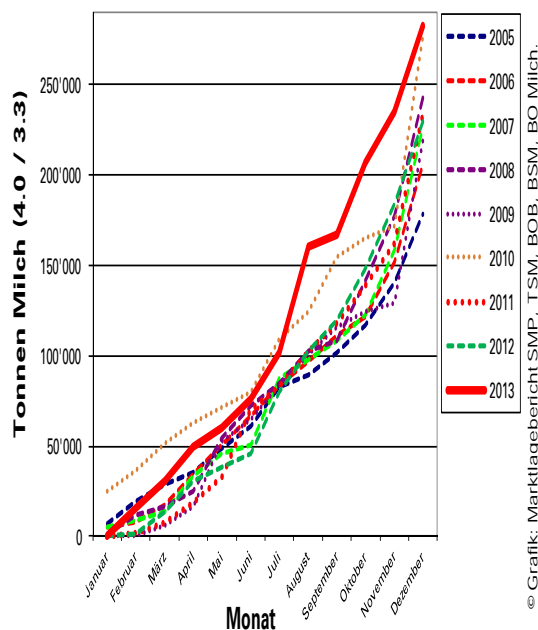
Kreisversammlungen VMMO

11

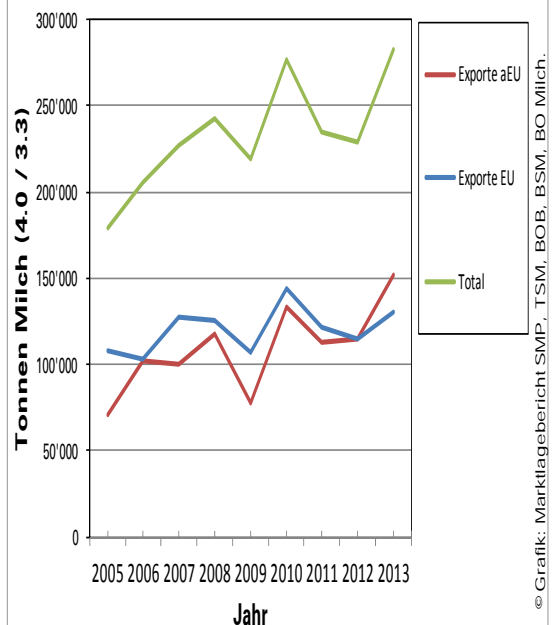
„Schoggigesetz“ bleibt wichtig für CH-Milchwirtschaft: 250 Mio. kg Milch



Export Milch "Schoggigesetz"



Exporte Milch "Schoggigesetz"



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

12

CH-Milchfettbilanz bleibt Dauerthema!

◆ Milchfettbilanz (Butter) 2013	2014
• Lagerveränderung: --	+400 t
• Normalexporte: 1'500 t	1'000 t
• Sonderexporte: 540 t	dito ?
• Importe (Coupons): -500 t	--
• (neue) Coupons: --	-250 t ?
• Milchmenge (+0.5%): --	800 t ?
Σ 1'540 t	1'940 t
	-
	2'990 t



• Auch 2013 wurde Milchfett zu „C-Preisen“, exportiert (netto)!

• Was erwartet uns 2014?

10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

13

EU-Marktöffnung weisse Linie: Wissenschaftliche Studie der HAFL

Öffnung des Milchmarkts wird zum nächsten Kampffeld

Laut einer Studie der Milchproduzenten wäre eine Marktöffnung gegenüber der EU ohne Kompensation nicht tragbar

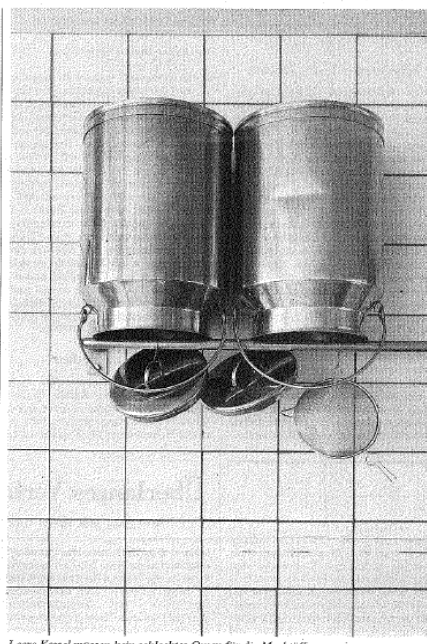
Der Bundesrat prüft im Auftrag des Parlaments die Folgen einer Liberalisierung des Milchmarkts. Der Verband der Milchproduzenten versucht, mit einer eigenen Studie Einfluss auf die kommende Debatte zu nehmen.

Christof Forster, Bern

Ein Freihandelsabkommen mit der EU für den gesamten Agrarsektor wäre derzeit im Parlament kaum mehrheitsfähig. Also setzen Befürworter von Liberalisierungen auf eine andere Strategie: Wenn schon das Ganze nicht zu haben ist, dann wenigstens Freihandel in einzelnen Märkten. Der Käsemarkt ist seit 2007 komplett liberalisiert, nun sind alle übrigen Bereiche des Milchsektors im Visier. Diese «weisse Linie» umfasst neben Milch alle Milchprodukte mit Ausnahme von Käse und Quark (gelbe Linie). Das schleichende Vorgehen führte im Frühling zu einem ersten Erfolg: Das Parlament fordert vom Bundesrat, die Auswirkungen einer Öffnung des Milchmarktes gegenüber der EU zu prüfen. Der Bericht der Verwertung ist per Anfang 2014 zu erwarten.

Grosse Einbussen

Dieser Entscheid des Parlaments hat Skeptiker und Gegner einer Marktöffnung auf den Plan gerufen. Der betroffene Branchenverband, die Schweizer Milchproduzenten (SMP), hatte seinerseits eine Studie im Auftrag gegeben, die «erz» Dienstag präsentierte. Die Verbandspraxis zeigte sich über die von der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelswissenschaften (HAFL) prognostizierten Einkommenseinbussen bei den Milchbauern wenig erstaunt. Überraschend sei jedoch das Ausmass der Auswirkungen nicht nur bei den



Milchproduzenten, sondern auch in der Verarbeitung, sagte SMP-Vizedirektor Stephan Hagenbuch.

Die Studienautoren gehen davon aus, dass bei einer Marktöffnung (per 2018) der Milchpreis nur noch rund 10 Prozent über dem EU-Preis liegen wird. Dies entspricht einem Preisrückgang von geschätzten 16,5 Rappen pro Kilo Rohmilch. Für Biomilch wird auf höherem Niveau ein Einbruch in gleichem Umfang erwartet. Anbieter von Nischenprodukten wie Wiesenmilch (reduzierter Einsatz von Kraftfutter) können laut Studie mit einer Preisdifferenz zum EU-Level von 20 Prozent rechnen. Als Grundlage für die Preisszenarien dienten der OECD-FAO Agricultural Outlook (2012-2021) und derzeitige Marktpreise aus Deutschland und Frankreich.

Während die Produzentenpreise sinken, bleiben bei der sektoriellen Öffnung die Produktionskosten für die Bauern weitgehend gleich. Nur ein vollständiger Agrar Freihandel mit der EU würde dieses Problem entschärfen. Dies ist der Grund, weshalb es bei den untersuchten Betrieben zu grossen Einbussen bei den landwirtschaftlichen Einkommen kommt. Besonders betroffen wären spezialisierte und intensiv produzierende Betriebe, während Betriebe in den Bergzonen vergleichsweise weniger an Einkommen verlieren.

Die Studie basiert auf einzelbetrieblichen Simulationsrechnungen für vierzehn Fallstudienbetriebe. Die Studienautoren kennen diese aus langjähriger Zusammenarbeit und bezeichnen sie als gut aufgestellte und aus heutiger Sicht zukunftsnahe Betriebe. Umso erstaunlicher seien die hohen Einbussen. Ohne Kompensation würde die Mehrzahl der befragten Betriebsleiter aus der Milchproduktion aussteigen und dafür andere Betriebszweige ausdehnen.

Nicht nur die Produzenten, auch die

Verarbeitungskette bekämen die Auswirkungen der Marktöffnung zu spüren. Diese Schlüsse ziehen die Autoren aus Befragungen von Branchenvertretern. Der Druck auf die Margen führt demnach im Milchhandel zu Fusionen und der Auflösung einzelner Milchverarbeitungs-Organisationen. Die befragten Unternehmen der Milchverarbeitung sehen dagegen den Export von Milchprodukten im Hochpreissegment als Chance. Im Detailhandel ist dank Importen mit einem breiteren Sortiment zu rechnen – sowohl im Tief- wie auch im Hochpreissegment. Unter dem Strich beurteilen die befragten Akteure die Marktöffnung von «desaströs» bis «schwerwiegend, aber notwendig, um den Schweizer Milchsektor zukunftsfähig zu machen».

Vergleich mit Käsemarkt

Die Studienergebnisse stehen im Kontrast zu den Erfahrungen im Käsemarkt. Eine 2012 im Auftrag des Bundes erstellte Studie kam zum Schluss, dass die Liberalisierung nicht nur den Schweizer Konsumenten, sondern auch den Produzenten genützt habe. Käseproduktion, Exporte und Importe sowie der Pro-Kopf-Käsekonsum im Inland sind gestiegen. Die beiden Märkte sind aber nicht vergleichbar, wie Roger Schwarzenbach, Mitautor der Milchstudie, sagte. Die Schweiz sei bei der Öffnung des Käsemarktes von einer besseren Ausgangslage gestartet. Sie sei auf den Exportmärkten viel besser positioniert gewesen als heute bei den Milchprodukten. Ausser Emmi sei kein Unternehmen im Ausland wirklich präsent.

Trotz Skepsis hat der SMP seine Haltung zur Marktöffnung noch nicht festgelegt. Zuerst will er den Bericht des Bundesrats abwarten. Zu klären seien auch Umfang und Dauer von allfälligen Kompensationsmassnahmen.



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

14

Mehr unter:

www.swissmilk.ch

SMP INFO-EXPRESS: EU-Marktöffnung weisse Linie

Isolierte Massnahme mit weitreichenden Folgen

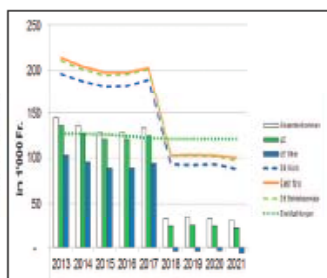
Im Fall einer Öffnung des Milchmarktes wären die Milchproduzenten mit deutlich sinkenden Produktpreisen und gleich bleibenden Produktionskosten konfrontiert.

Ohne Marktöffnung kann gemäss der Studie von ungefähr gleich bleibenden Produktpreisen zur EU ausgegangen werden. Eine vollständige Öffnung des Milchmarktes hätte, an sich, die Exporteure eine deutlich stärkere Produktionssteigerung in Richtung EU-Milchpreise zur Folge, wobei für die Milch, je nach Verarbeitungsweg und Vermarktung der Endprodukte, ein etwas unterschiedlicher Preis erzielt werden könnte.

Der erwartete Milchpreisrückgang wäre im Szenario weisse Linie mit weitgehend gleich bleibenden Produktionskosten verbunden. Entsprechend würden die landwirtschaftlichen Einkommen der unternehmehaftlichen Betriebe nach unten gehen, ohne die Produktionskosten zu senken. Die Milchpreise würden sich nach unten bewegen, während die Produktionskosten vergleichsweise weniger an Einkommen verlieren. Ohne Begleitmassnahmen würde eine Vielzahl der betroffenen Betriebe aus der Milchproduktion aussteigen und dafür an andere Berufswege ausweichen oder in parallelwirtschaftliche Tätigkeiten

steigen. In der Schweiz werden ausserdem nur zwei der 14 Bundesländer in der Milchproduktion bleiben. Dies bedeutet, dass die Produktionsmenge langfristig auf einem deutlich tieferen Niveau bleiben würde, andererseits wird die Exporteure eine deutlich stärkere Produktionssteigerung in Richtung EU-Milchpreise zur Folge, wobei für die Milch, je nach Verarbeitungsweg und Vermarktung der Endprodukte, ein etwas unterschiedlicher Preis erzielt werden könnte.

Die erwartete Milchpreisrückgang wäre im Szenario weisse Linie mit weitgehend gleich bleibenden Produktionskosten verbunden. Entsprechend würden die landwirtschaftlichen Einkommen der unternehmehaftlichen Betriebe nach unten gehen, ohne die Produktionskosten zu senken. Die Milchpreise würden sich nach unten bewegen, während die Produktionskosten vergleichsweise weniger an Einkommen verlieren. Ohne Begleitmassnahmen würde eine Vielzahl der betroffenen Betriebe aus der Milchproduktion aussteigen und dafür an andere Berufswege ausweichen oder in parallelwirtschaftliche Tätigkeiten



Quelle: Szenarioanalyse nach der Öffnung der weissen Linie 2021/22 - Stand 2018.

Schwarze Löcher auf der weissen Linie

VERGLEICH DER PROJEKTIONEN



Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates hat den Bundesrat beauftragt, eine vollständige Marköffnung mit der EU für alle Milchprodukte zu prüfen. Dies hat die SMP veranlasst, eine wissenschaftliche Studie zu beauftragen, um die Auswirkungen einer solchen Marköffnung zu untersuchen. Die Studie zeigt, dass eine vollständige Marköffnung zu einem erheblichen Preisrückgang für die Schweizer Milchproduzenten führen würde, während die Produktionskosten gleich bleiben würden. Dies würde zu erheblichen Einkommensverlusten für die Milchproduzenten führen, was zu einem Ausstieg aus der Milchproduktion und einer Verschiebung in andere Wirtschaftszweige führen könnte.

Die Studie der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) schließt nun in verschiedenen Bereichen Teilergebnisse und wertvolle Grundgedanken, was auch ein zentrales Ziel war. Insbesondere wird die gesamte Wirtschaftswissenschaftliche Milchproduktion, Milchhandel, Verarbeitung, Detailhandel zu Chancen und Risiken analysiert, was den Bericht besonders auszeichnet. Bei einer vollständigen Marköffnung würden die Verkaufspreise und die Milchproduzentenpreise sinken, während die Produktionskosten gleich bleiben würden. Dies würde zu erheblichen Einkommensverlusten für die Milchproduzenten führen, was zu einem Ausstieg aus der Milchproduktion und einer Verschiebung in andere Wirtschaftszweige führen könnte.

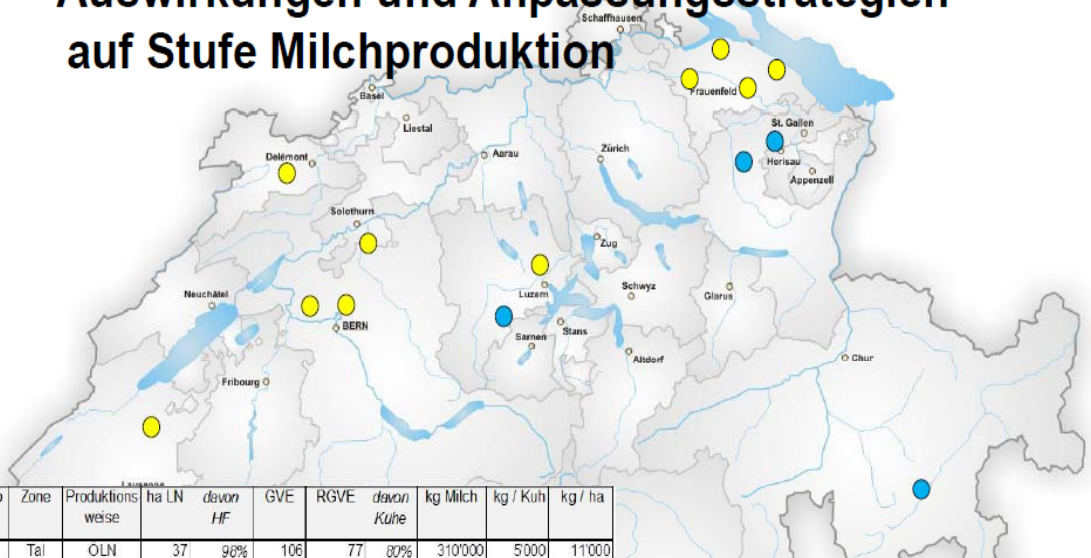


10. Februar 2014

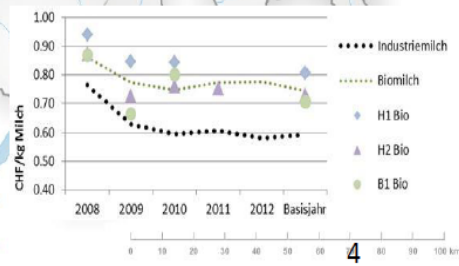
Kreisversammlungen VMMO

15

Auswirkungen und Anpassungsstrategien auf Stufe Milchproduktion



Betrieb	Zone	Produktionsweise	ha LN	davon HF	GVE	RGVE	davon Kuh	kg Milch	kg / Kuh	kg / ha
T1	Tal	ÖLN	37	98%	106	77	80%	310'000	5000	11'000
T2	Tal	ÖLN	75	80%	181	71	78%	280'000	4700	6'000
T3	Tal	ÖLN	26	85%	78	78	92%	680'000	9500	33'000
T4	Tal	ÖLN	21	83%	30	30	87%	150'000	5800	10'000
T5	Tal	ÖLN	24	59%	36	36	70%	210'000	8500	21'000
T6	Tal	ÖLN	39	54%	44	43	96%	320'000	7800	16'000
T7	Tal	ÖLN	41	86%	84	84	95%	650'000	8100	20'000
T8	Tal	ÖLN	14	42%	13	12	80%	70'000	8900	14'000
T9	Tal	ÖLN	49	82%	88	85	66%	530'000	9400	20'000
T10	Tal	ÖLN	37	65%	64	64	86%	520'000	9400	25'000
H1	Hügel	Bio	43	100%	36	35	80%	150'000	5400	4'000
B1	Berg	Bio	76	100%	69	53	92%	270'000	5500	4'000
B2	Berg	ÖLN	28	100%	69	33	78%	180'000	8000	7'000
H2	Hügel	Bio	21	100%	48	26	82%	140'000	6700	8'000



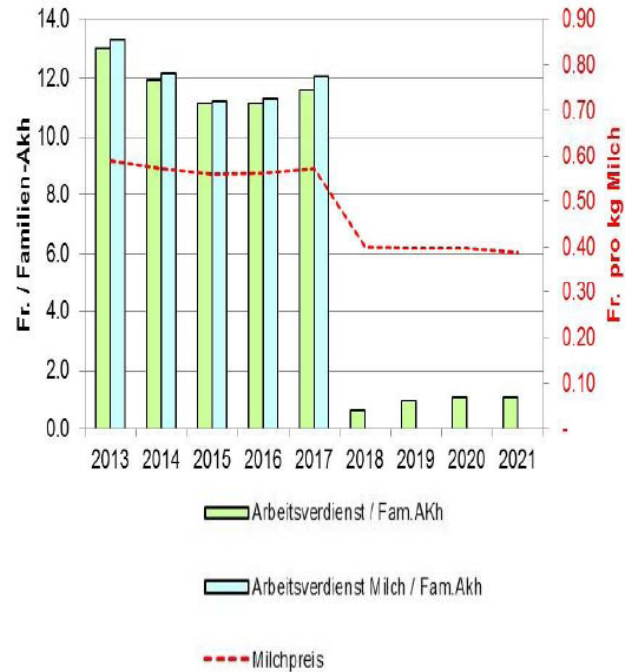
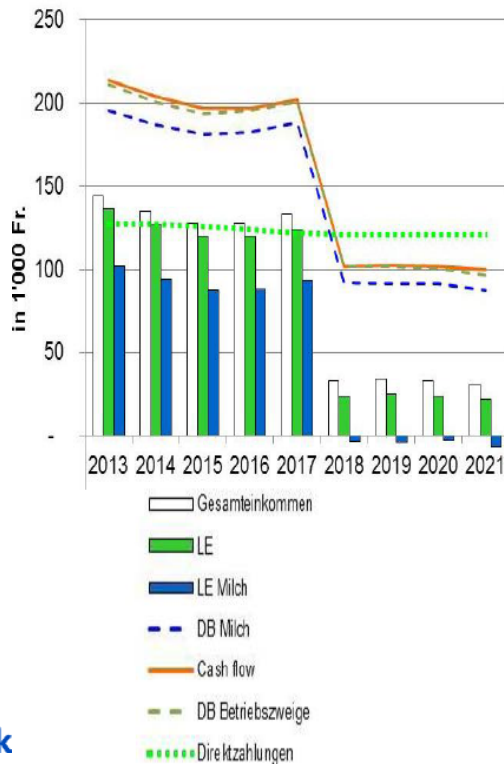
10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

16

Beispiel: Grösserer ÖLN-Betrieb

Szenario "Weisse Linie"



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

5

17

Stufe Milchverarbeitung

➤ erwartete Entwicklungen bei einer Marktöffnung im Detail

	Marktanteilverluste Inland	Entwicklung Exporte in die EU
Konsummilch	Insgesamt 20-30%; vor allem Tiefpreissegment (UHT-Milch)	Marktaufbau nötig, mässiges Exportpotential (Premium)
Joghurt etc.	Insgesamt 15-25%; Tiefpreis-, aber auch Markenprodukte	Exportenerfahrungen vorhanden, Steigerungen möglich
Tafelbutter	Insgesamt 20-30%; vor allem Tiefpreis-, weniger Markenprodukte	Marktaufbau nötig, mässiges Exportpotential (Premium)
Industriebutter	Falls preislich nicht konkurrenzfähig: hohe Verluste	Marktaufbau nötig, falls preislich konkurrenzfähig: intakte Exportchancen
Milchpulver		



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

9

18

EU-Marktöffnung weisse Linie: Offene Fragen & Begleitmassnahmen

- ◆ Öffnung weisse Linie „Anfang oder das Ende der Reise“?
 - Auswirkungen auf andere Bereiche der CH Landwirtschaft?
 - Innerlandwirtschaftlicher Wettbewerb?
 - Wechselwirkung zum EU-Quotenausstieg erwünscht?
- ◆ Bedarf nach zusätzlichen Begleitmassnahmen:
 - Ausgleich bei untersuchten Betrieben (2018-21):
 - ϕ 2'020.--/ha HF
 - ϕ 17 Rp./kg Milch
 - Dauer, Umfang und Finanzierung offen
- ◆ Im Frühjahr 2014 (oder später) folgt der **Bericht des Bundesrates!**

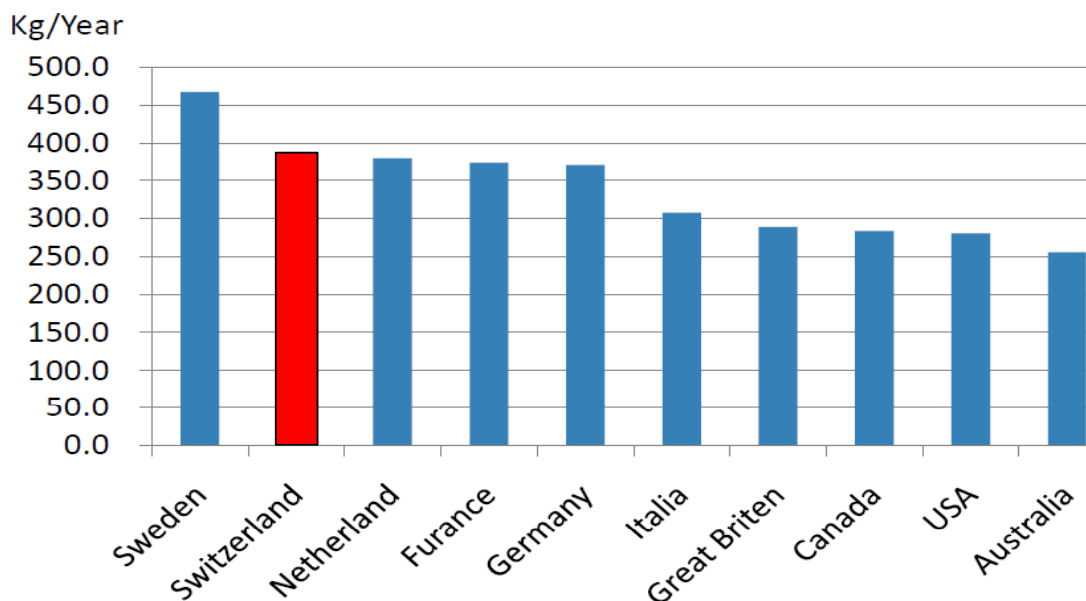


10. Februar 2014

Kreisversammlungen VM MO

19

Konsum Milch und Milchprodukte im internationalen Vergleich (IDF, 2013)

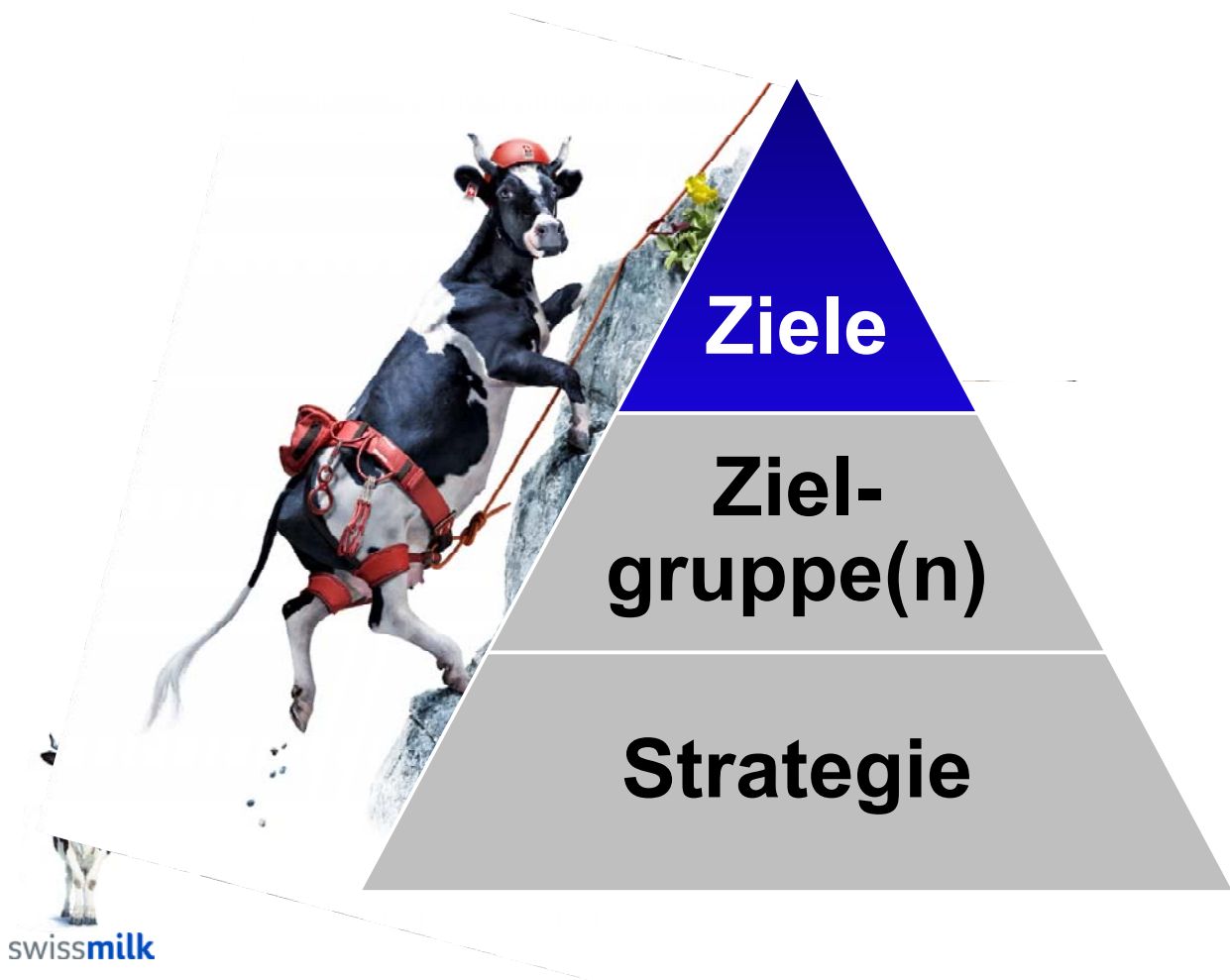


Source : MAFF "Food supply and demand table", FAO "Food balance sheets"

10. Februar 2014

Kreisversammlungen VM MO

20

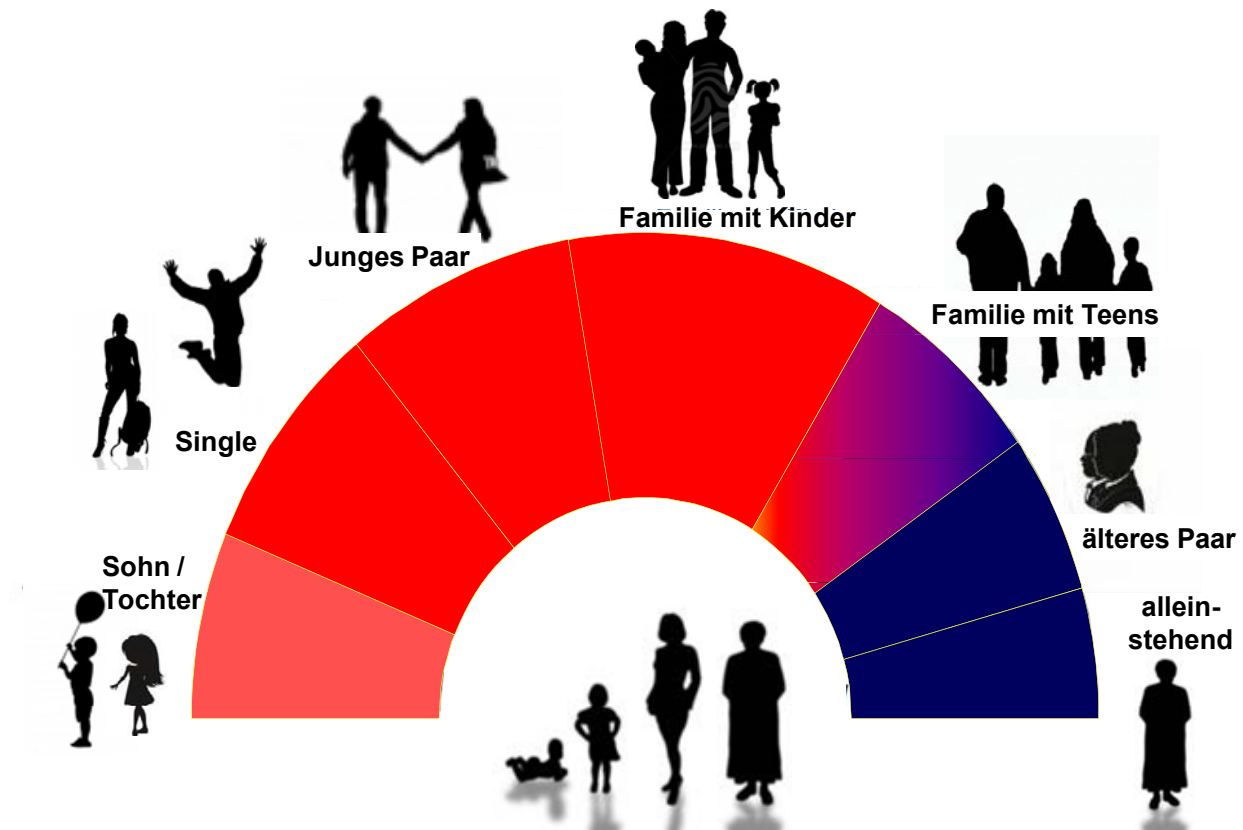


S M P • P S L

Zielsetzung SMP Marketing 2014+



Zielgruppen des SMP Basismarketing



Beispiel: Der Tag der Milch 2013



Botschaften: Anpassungsbedarf 2014+

➔ Gesundheit als überdachender USP bleibt.

➔ Milch-Botschaften zur **Herkunft Schweiz** sind zu **verstärken/auszubauen!** [Swissness-Debatte ist abgeschlossen: ☒ 80% CH-Rohstoff; ☒ 100% bei Milchprodukten; Abstufung nach Selbstversorgungsgrad]

➔ Wichtigste **Botschaften Butter** bleiben:
Natürlichkeit (1. Priorität) und Genuss (2. Priorität).



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO



25

Beispiel: Image



Beispiel: Wissen



Gewinne ein Starter-Set für die neue Wohnung

Du kennst jemanden, der gerade umgezogen ist? Oder Du bist gerade selber umgezogen? **Gewinne jetzt ein Starter-Set von Swissmilk** als perfektes Einweihungsgeschenk!

Jetzt auf www.swissmilk.ch/starterset



swissmilk

10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

27

S M P • P S L

Beispiel: Verhalten Online Medien / Direkt-Marketing (Mobiloptimierte Rezeptsite)



10. Februar 2014

Kreisversammlungen VMMO

28

Danke für Ihr Interesse! Diskussion & Fragen?



Gemeinsam stark – zusammen erfolgreich