

Interview von Sabine Guex im Journal Agri vom 15. Januar 2021

Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten besinnen sich in "härteren" Zeiten auf die inneren Werte



Eine Standortbestimmung zum Jahresanfang mit SMP-Präsident Hanspeter Kern

Sabine Guex: Hanspeter Kern, Sie sind einerseits SMP-Präsident, in erster Linie aber auch Landwirt in Buchberg (SH). Was führen Sie für einen Betrieb?

Hanspeter Kern: Unsere Familie bewirtschaftet in der südlichsten Gemeinde des nördlichsten Kantons der Schweiz einen Betrieb von gut 40 ha Fläche mit Molke-reimilchproduktion und Aufzucht, Reb- und Ackerbau. Das beinhaltet gut 250'000 kg Milch und 30'000 Flaschen Qualitätswein.

Wie sieht aus ihrer Sicht in 20 Jahren ein typischer Schweizer Milchwirtschaftsbetrieb aus?

Die Milchproduktion ist im Raufutterland Schweiz mit ausreichend Niederschlag, eine sehr standortgerechte Produktionsform und deshalb in vielen Regionen neben der raufutterbasierten Fleischproduktion alternativlos. Zudem sind die Schweizer Milchproduzenten gut ausgebildet und professionell. Aus diesem Grund wird die Milchproduktion der wichtigste Produktionszweig der Schweizer Landwirtschaft bleiben.

Der Milchproduktionsbetrieb der Zukunft wird sich auch aktiv mit den gesellschaftlichen Erwartungen und den Marktveränderungen auseinandersetzen müssen und diesen Weg auch selber gestalten. Eine bestimmte Grösse ist notwendig, um Professionalität und Effizienz an 365 Tagen auf dem Betrieb sicherzustellen. So haben wir die Chance, unser Engagement auch in Zukunft über ausgezeichnete Milchprodukte in eine höhere Wertschöpfung am Markt und in bessere Milchpreise umzusetzen.

Ein Milchpreis, der die Arbeit gerecht entschädigt – was mehr als eine "homöopathische" Preiserhöhung von wenigen Rappen erfordert – ist das möglich oder zurzeit reine Utopie?

Wir verlangen konsequent, dass Schweizer Milch und Milchprodukte wieder den Wert erhalten den sie verdienen. Dazu muss der Preis im Laden angepasst werden. 2020 konnten dank swissmilk green und der guten Marktlage verschiedene Preise erhöht werden. "Corona" hat uns und dem Detailhandel auch gezeigt: Schweizer Konsumenten wollen Schweizer Produkte! Vielen Konsumenten ist zudem der Gedanke von fairen Produzentenpreisen ein Anliegen. Die Entwicklungen des Absatzes von "fair trade"-Produkten zeigt das; allerdings kommt auch hier das Geld nicht immer beim Produzenten an. Daran arbeiten wir konsequent weiter.

Die Einführung des Grünen Teppichs hat eine Erhöhung des Anteils B-Milch gebracht. Was unternimmt die SMP hier?

Effektiv haben einige Milchkäufer, im Umfeld der Einführung des Branchenstandards den Anteil A-Milch zugunsten B-Milch gesenkt, weil sie den Zuschlag von 3 Rp. nicht bezahlen wollten und die Segmentierung bei gewissen Produkten die Verwendung von B-Milch zulässt. Zudem zeigt sich inzwischen, dass seit Sommer die Anteile A-Milch wieder auf Vorjahresniveau sind.

Unser Milchpreismonitoring zeigte aber auch klar, dass sowohl die A-, wie auch die B-Preise gestiegen sind. In der Summe hat der „grüne Teppich“ bei der A-Molkereimilch allein rund 45 Mio. Franken mehr zu den Produzenten gebracht. Die Einführung des „grünen Teppichs“ wurde also vom Markt verdaut. Alles in allem konnte der Milchpreis im 2020 um fast 3 Rappen gesteigert werden. Das sind rund 100 Mio. Franken.

Der Standard für nachhaltige Schweizer Milch wird übrigens von der gesamten Branche als wertvoll eingestuft. Der „grüne Teppich“ wird für uns ein zentrales Instrument bleiben, um die Schweizer Milch gegenüber der ausländischen zu differenzieren.

Der Einsatz der Marke Swissmilk green ist enttäuschend. Was hat die Branche mit der Marke vor?

Ich muss hier einen zentralen Zusammenhang wiederholen: Der Branchenstandard mit den Anforderungen inkl. den 3 Rappen sowie die Marke für die Auszeichnung der Endprodukte sind zwei Dinge:

- Aktuell erfüllen über 10'000 Betriebe den Branchenstandard. Dies wurde in einem Jahr erreicht. Nächstes Jahr werden es noch mehr sein.
- Milchprodukte aus dieser Milch, können – müssen aber nicht – mit der Marke „swissmilk green“ ausgezeichnet werden. Die meisten Detailhändler verkaufen bereits ausgezeichnete Produkte. Das hilft bei der Bekanntmachung der Inhalte des Branchenstandards. SMP und SCM wer-

den auch im 2021 die Marke in der Basiswerbung für Schweizer Milch integrieren. Das ist eine längerfristige Investition und braucht Durchhaltevermögen. Es ist auch illusorisch zu glauben, alle hätten darauf gewartet.

2021 wird es wieder Butterimporte geben – und die SMP wehrt sich gegen Veredelungsverkehr. Bewegen wir uns in Richtung Öffnung der "weissen Linie"?

Eine Öffnung der "weissen Linie" bei der Milch ist kein Thema. Wenn irgendeinmal geöffnet wird, dann für alle oder für niemanden! Ein unachtsamer Veredelungsverkehr hat aber das Potenzial, den Grenzschutz partiell auszuhöhlen und Marktstörungen im Inland (Preisdruck) auszulösen. Da sind wir eben sehr aufmerksam und können auch sehr unangenehm sein, wenn es um den verbleibenden Grenzschutz bei der Milch geht. Mit den Butterimporten hat das direkt überhaupt nichts zu tun. Es gibt aber bedeutende Marktteilnehmer, welche diese beiden Sachen vermischen, um Marktdruck auszuüben oder von eigenen Schwächen abzulenken, weil sie in der aktuellen Marktsituation mit knappem Milchangebot bei der Milchbeschaffung im Inland nicht mehr gut wettbewerbsfähig sind.

Was ist als Milchproduzent ihre Haltung zum Import von Butter?

Es braucht genügend Butter in der Schweiz. Wenn das Angebot knapp ist, ist das ja grundsätzlich positiv. Wir haben im 2020 bei intensiven Verhandlungen Hand geboten, leere Buttergestelle im Schweizer Detailhandel zu verhindern. Das werden wir auch in Zukunft tun. Die Konsumenten sollen weiter Butter aus Milch konsumieren können und nicht Alternativen! In der Branche haben wir uns engagiert, die Weichen für mehr Schweizer Butter zu stellen. Dass für die Produzenten dabei etwas rausschauen muss, entspricht der Marktlogik, welche uns in den letzten 10 Jahren von allen Seiten kommuniziert wurde; jetzt allerdings mit etwas anderen Vorzeichen zur Anwendung kommt. Etwas haben wir hier erreicht (Butterpreiserhöhung per 1.7.2020 und A-Richtpreiserhöhung per 1.1.2021). Wir werden den Importen weiterhin nur zustimmen, wenn Schweizer Buttermarken (Floralp, DIE BUTTER) nicht mit Importware gemischt werden und wir Transparenz erhalten.

Der Richtpreis ist per 1. Januar um 2 Rappen gestiegen. Wird ein höheres Milchgeld ausbezahlt werden?

Die Erhöhung des A-Richtpreises per 1. Januar 2020 war keine Selbstverständlichkeit. Es brauchte zwei Sitzungen dazu. Insbesondere der europäische Milchpreis drückt stark auf den Index. Es zeigt sich heute unisono, dass auf den ersten Januar 2021 eine Milchpreiserhöhung umgesetzt wurde. Ein Zeichen für einen guten Start ins neue Jahr!

Die SMP ersucht die Verarbeiter nicht um Herstellung von einheimischer Butter. Warum nicht?

Die SMP hat keine Möglichkeiten, den Unternehmen direkt vorzuschreiben, was sie genau wann produzieren sollen. Die Planwirtschaft wurde in der Milchwirtschaft bekanntlich 1999 durch die Politik abgeschafft. Wir haben 2020 aber klar kommuniziert, was die Milchproduzenten im Interesse der gesamten Branche erwarten: Wir erwarten, dass sich alle an die in der Branche getroffenen Abmachungen halten. Anfangs November 2020 wurde „DIE BUTTER“ wieder auf Schweizer Qualität umgestellt. Zudem haben wir auch mitgeholfen, die Rahmenbedingungen in der Branche anzupassen, damit in Zukunft weniger MilCHFett exportiert wird und mehr im Inland verbleibt.

Die AP22+ ist sistiert. Ist das eine Chance für die Milchproduzenten?

Obwohl das neue Parlament deutlich grüner eingestellt ist, konnte die AP im Ständerat nicht überzeugen. Nachdem die Botschaft zur AP22+ (verbal) sowie der Zusatzbericht (mit Zahlen) die raufutter- und grünlandbasierte (standortgerechte) Rindviehhaltung à priori und erneut zu den Verlierern der nächste Etappe der AP gestempelt hat, ist für uns der Fall klar: Wir unterstützen die Denkpause! Das bringt die Chance, sich Gedanken über die langfristige Ausrichtung der Land- und Ernährungswirtschaft der Schweiz zu machen.

Wir sind uns aber sehr bewusst, wichtigste umweltpolitische Anliegen werden mit der parlamentarischen Initiative 19.475 unabhängig von der AP umgesetzt. Insbesondere der Absenkpfad bei den Nährstoffen (v.a. Stickstoff) wird auch die Milchproduzenten zum Teil stark betreffen; bei den Pestiziden ist die Milch direkt weniger betroffen; sehr wohl jedoch auch die vielen gemischten Milchbetriebe. Das verlangt unsere volle Aufmerksamkeit auch hinsichtlich einer späteren AP oder für angepasste Massnahmen auf Verordnungsebene.

Welches ist der schönste Erfolg der SMP im vergangenen Jahr?

"Corona" hat viel Turbulenzen und zum Teil auch Leid mit sich gebracht. Das Bewusstsein, für das, was wir in der Schweiz selber produzieren und herstellen, ist aber klar gestiegen: Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten besinnen sich in "härteren" Zeiten auf die inneren Werte: Sie besuchten in grosser Zahl die Hoffläden in ihrer Nähe und konsumierten damit lokale Produkte. Damit ist bewiesen, dass wenn im Laden Schweizer Produkte angeboten werden, werden diese auch gekauft. Das stimmt mich für die sehr standortgerechte Schweizer Milchproduktion sehr optimistisch.

Jetzt wünsche ich allen Milchproduzentinnen und Milchproduzenten ein gesegnetes 2021 und viel Glück im Stall.