



26. November 2021 – SMP Milchforum

**Milch hat Zukunft!
Wie hat die Milch Zukunft?**

Agenda

1. Wachstumsfelder Milchmarkt
2. Stabile Rahmenbedingungen als Schlüssel zum bisherigen Erfolg
3. Wie der Milch auch die Zukunft gehört?
4. Schlussfazit





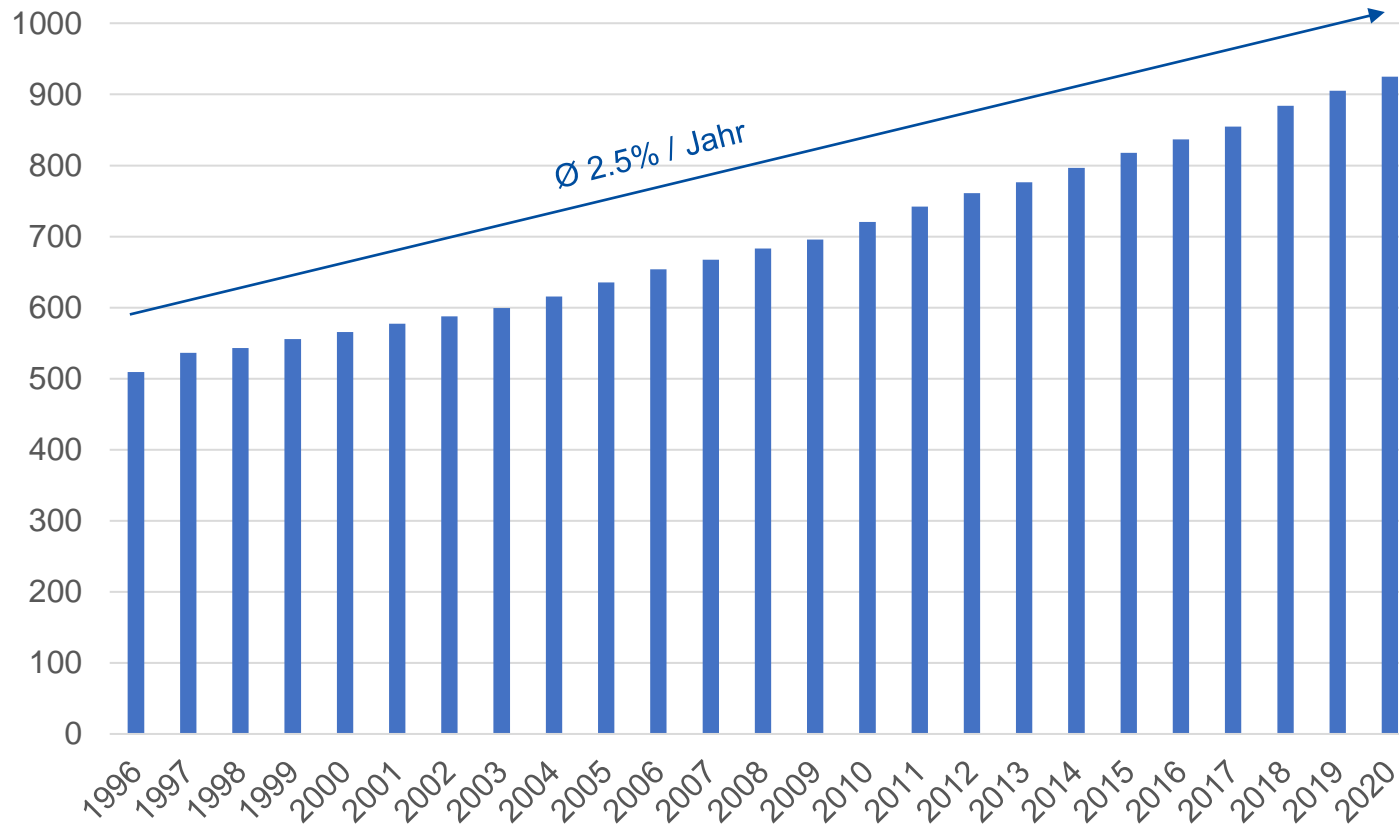
KAPITEL 1

Wachstumsfelder Milchmarkt



Der Globale Milchmarkt ist unverändert ein Wachstumsmarkt !

Milchkonsum Welt (in Mio. t Milch)



Quelle: IFCN

- + 20 Mio. Tonnen Milch pro Jahr

6 x



- 50 % aufgrund steigendem Pro-Kopf-Konsum, 50 % aufgrund Bevölkerungswachstum
- Aktueller durchschnittlicher Pro-Kopf-Konsum bei 1 Glas Milch pro Tag
- Wachstum v.a. in Asien
- Outlook 2030: + 1.7 % / Jahr (FAO-OECD)
+ 1.9 % / Jahr (IFCN)

Innovationsentwicklung in Wachstumsfeldern



The new functional



Casual food



Plant-based alternatives



New coffee experiences



Food as it should be



Healthy Hedonism



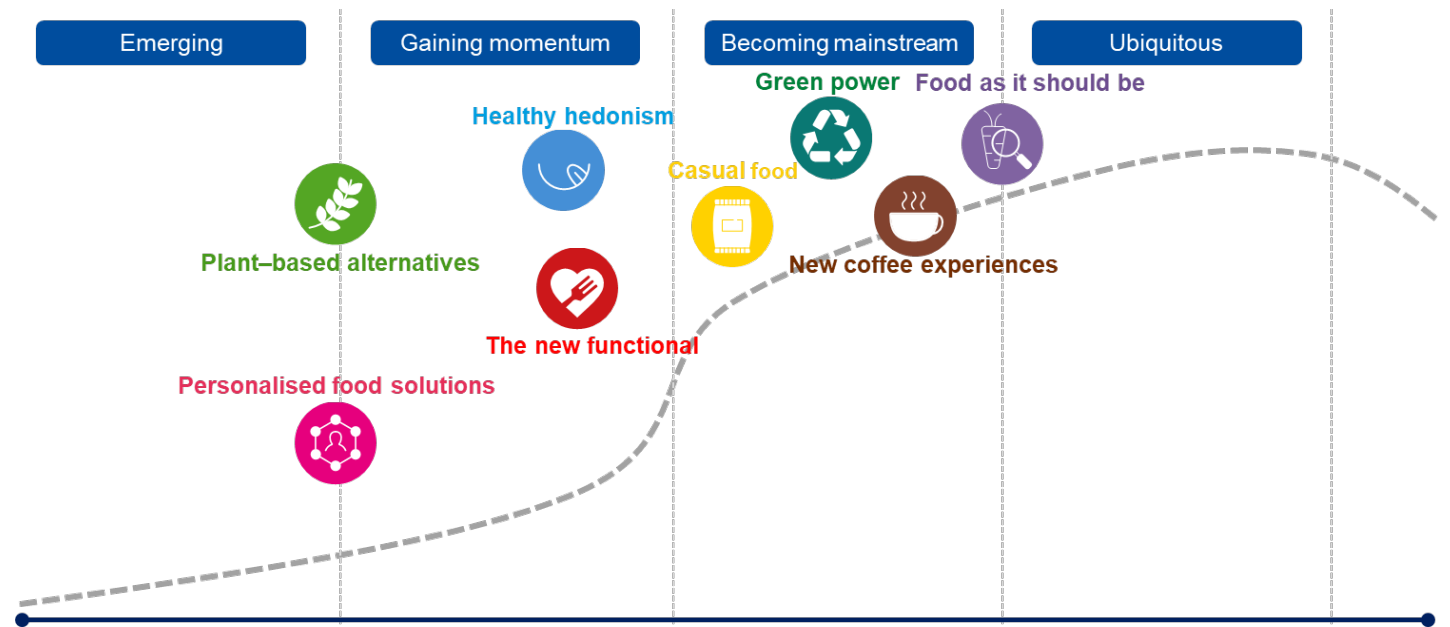
Individualization



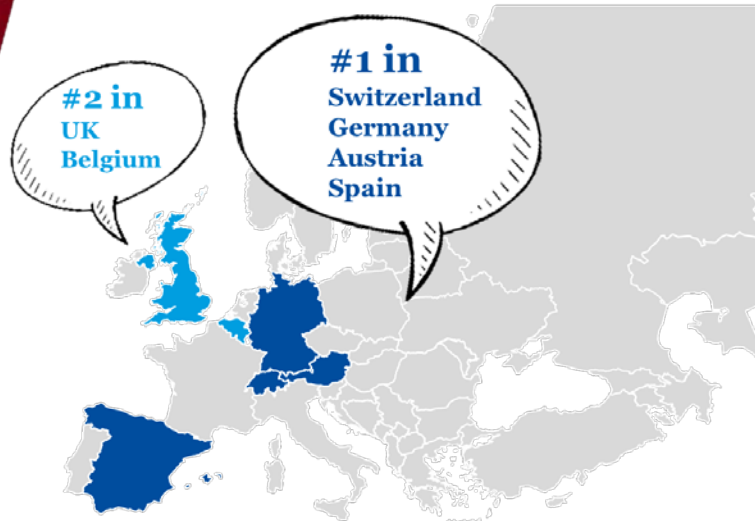
Green power



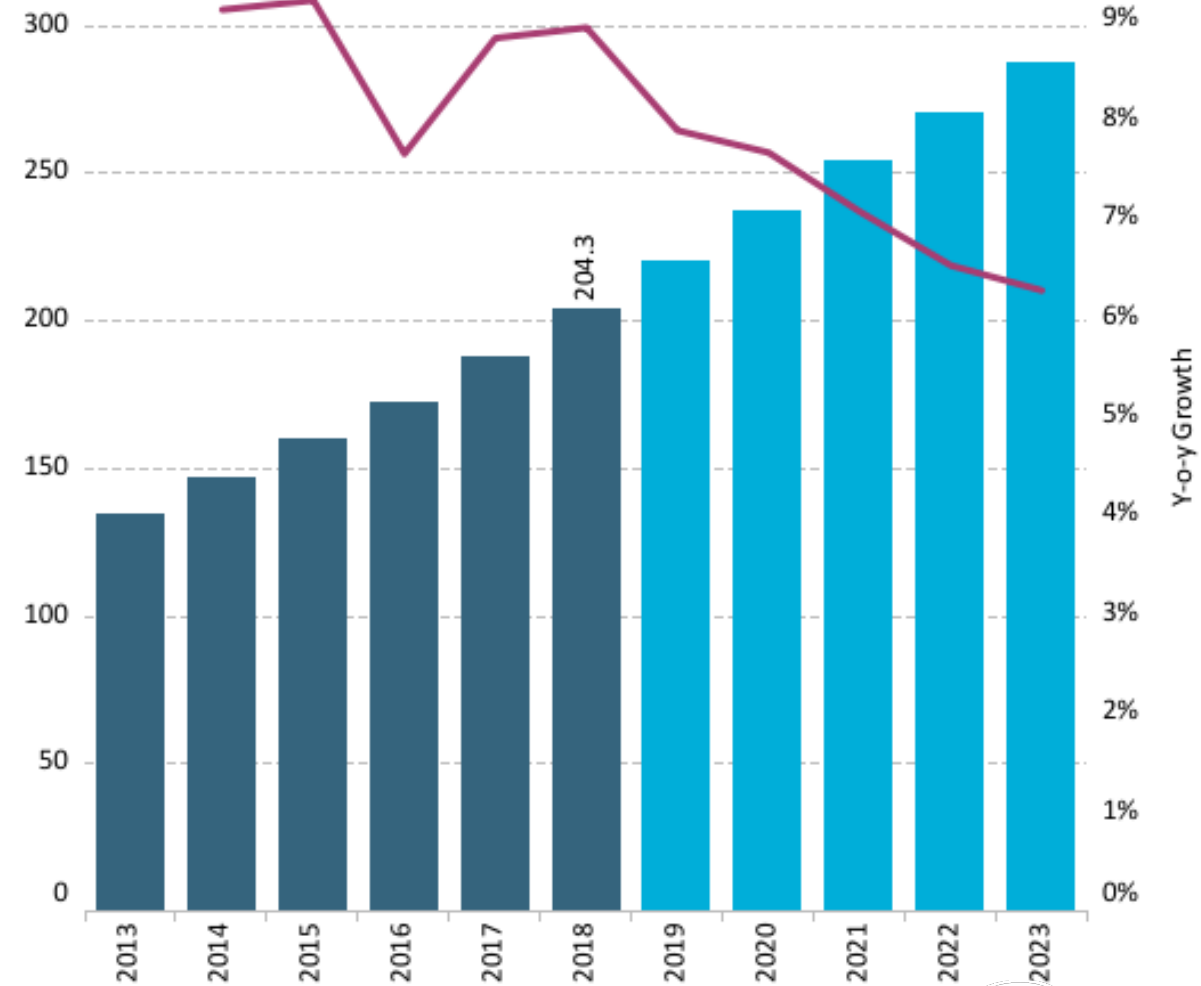
Megatrends in Wachstumsfelder verwandeln



Wachstumsfeld Ready-to-Drink Coffee



RTD Coffee: Western Europe % Y-o-Y Growth 2013-2023
Off-trade Volume million litres



Der neue Kaffeegenuss



Ausbau des Produkteportfolios

Special Editions für besondere
Geschmackserlebnisse

«Double Zero»: Bestseller ohne Zucker und
Süsstoffe

Ausbau des pflanzenbasierten Sortiments
mit Schweizer Hafermilch



Der neue Kaffeegenuss



Nachhaltigkeit

Laufende Bemühungen zur Reduktion des Plastikverpackungs-gewichts (>-2 g!)

PET-Folien



Natürliche Rezepturen



Pur(e) Jogurts

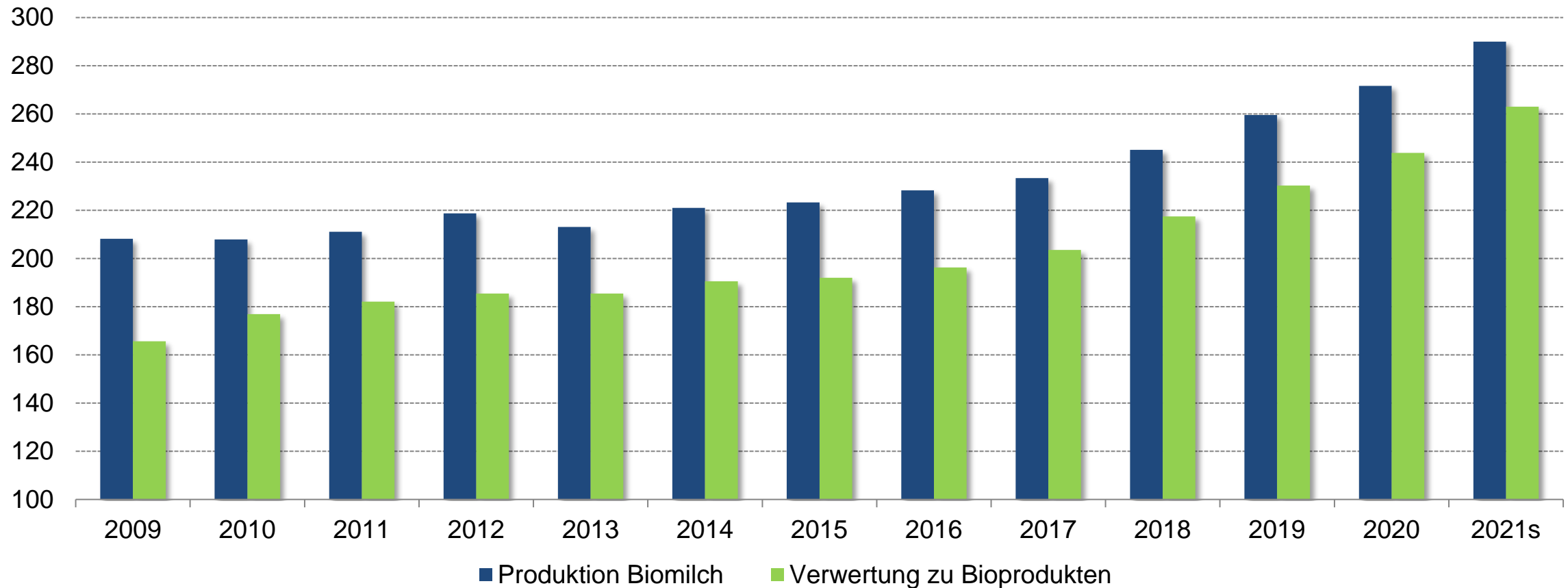
Pure Natur, ohne Zusatzstoffe

Neu: Nur mit Frucht und Datteln gesüsst



Nachhaltige Produkte

**Biomilchproduktion vs. Verwertung zu Bioprodukten Schweiz
(in Mio. kg bzw. MÄQ)**



Die Kraft der Nachhaltigkeit



Bio

Aufschwung unseres Bio-Sortiments in all unseren Märkten



Der ausgewogene Genuss



Wachstumsgeschichte einer Kategorie

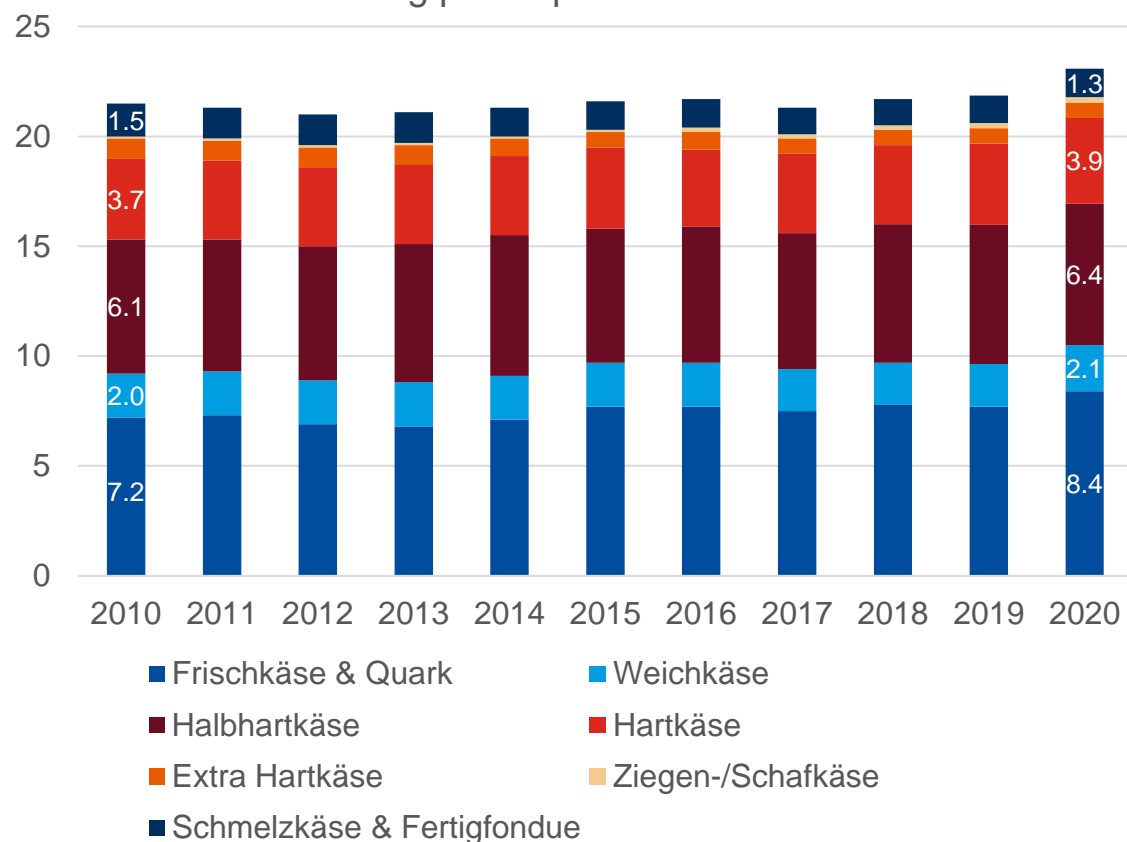
Kategoriewachstum mit bestehenden Kunden

Neue Märkte, neue Kanäle, neue Angebotsformen

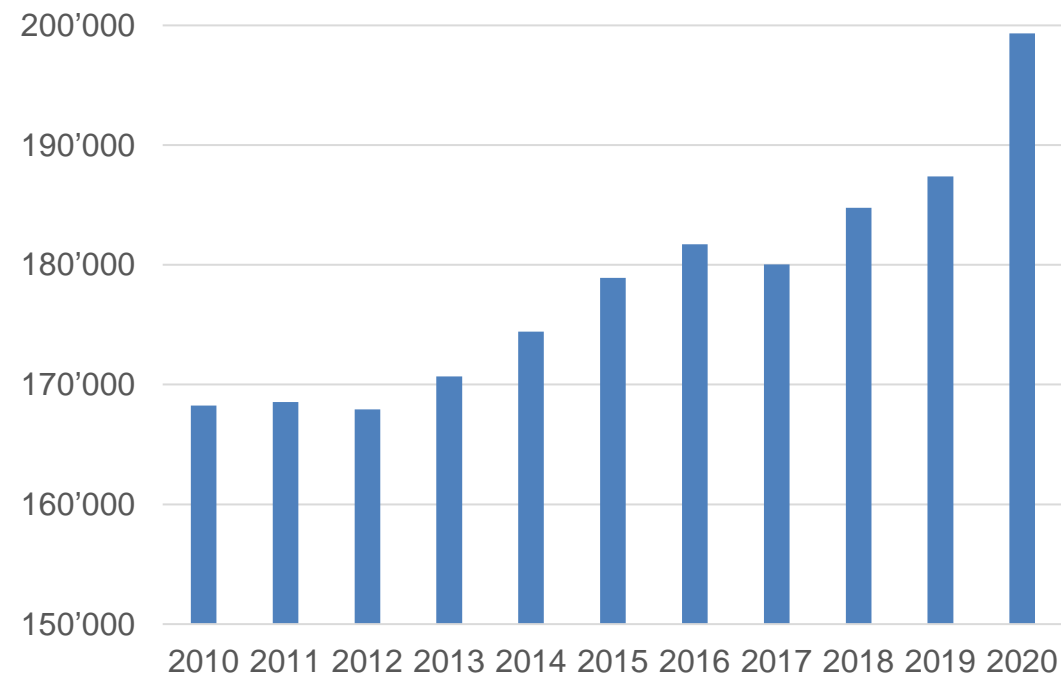


Wachstumsmarkt Käse –im Inland ...

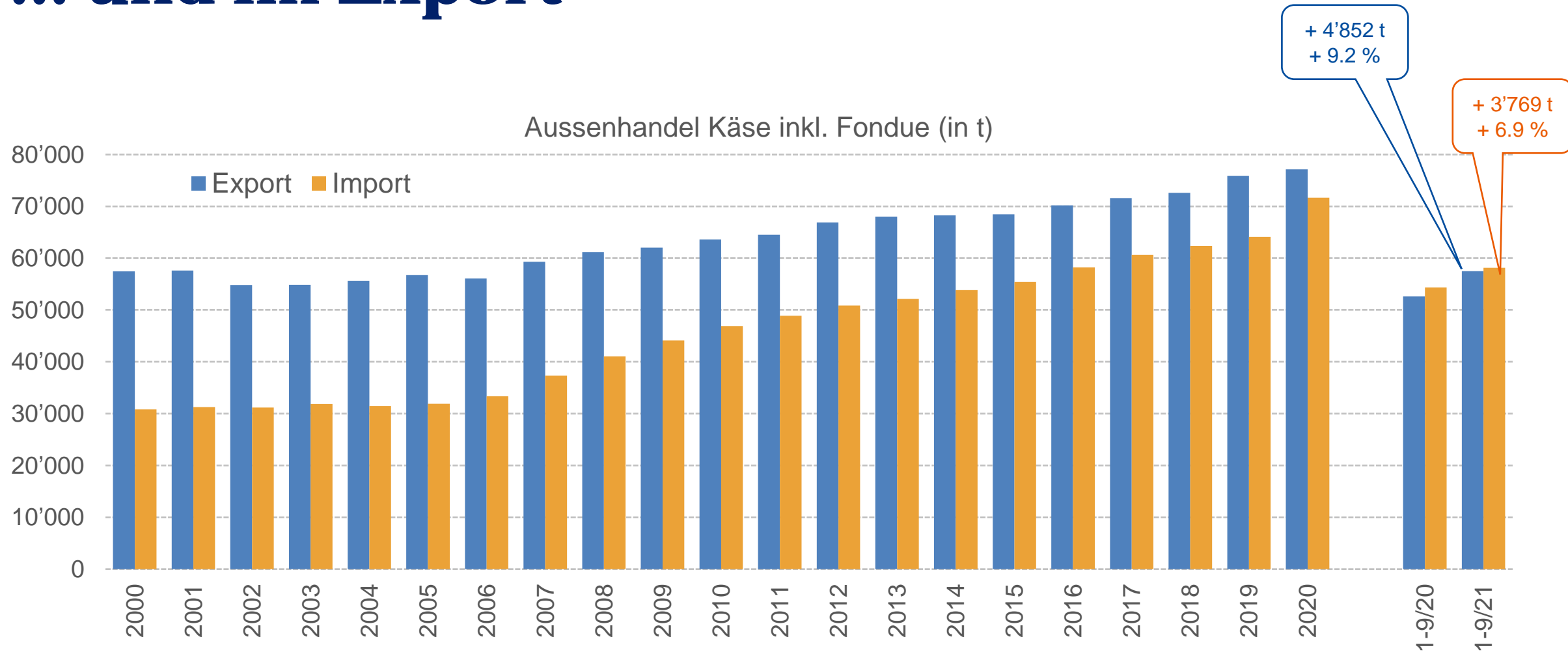
Käsekonsum CH Bevölkerung
kg pro Kopf und Jahr



Käseverbrauch CH Markt (in t)



... und im Export



Zwischenfazit I

- ⇒ Der globale Milchmarkt ist und bleibt ein Wachstumsmarkt
- ⇒ Milch ist nicht gleich Milch. Die Differenzierung steigt, am Ursprung und in der Vermarktung
- ⇒ Die Bedürfnisse der Konsumenten und unsere Fähigkeit die richtigen Angebote zu finden, entscheiden über den Erfolg der Schweizer Milchwirtschaft

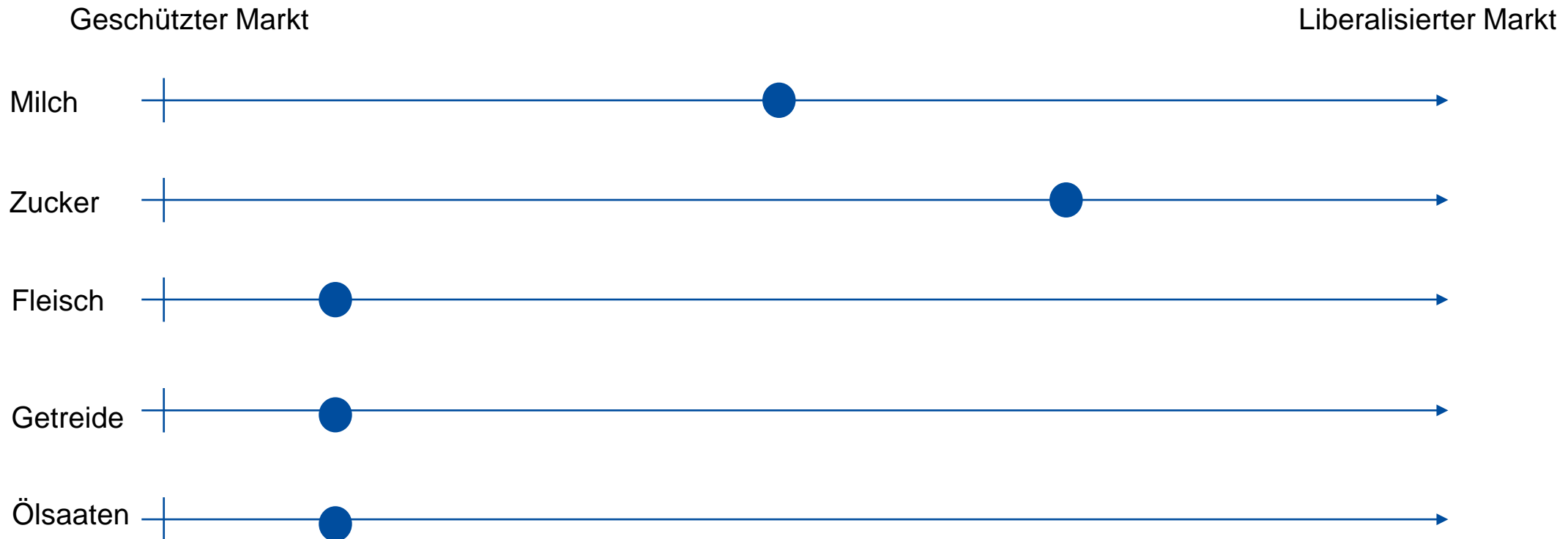


KAPITEL 2

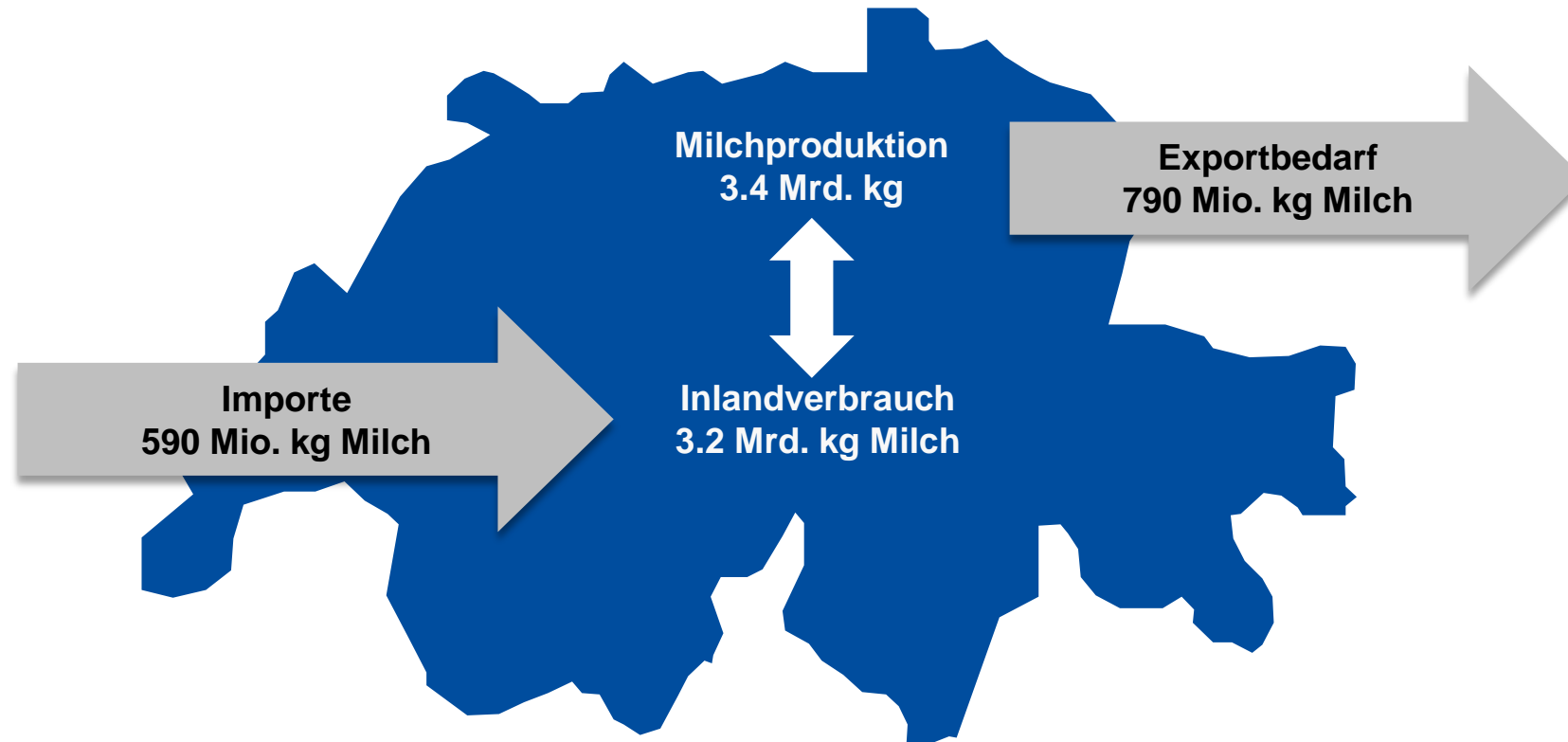
Stabile Rahmenbedingungen als Schlüssel zum bisherigen Erfolg



Schweizer Milchwirtschaft im inner-landwirtschaftlichen Wettbewerb benachteiligt



Starke Abhängigkeit von internationalem Milchmarkt

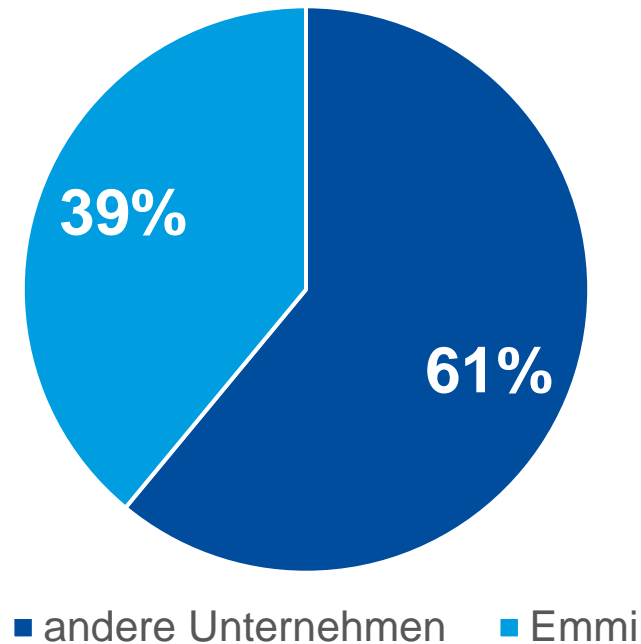


Zahlen Jahr 2020
Quelle: TSM, SMP, eigene Berechnungen



Emmi ist grösste Exporteurin und Reguliererin der Schweiz

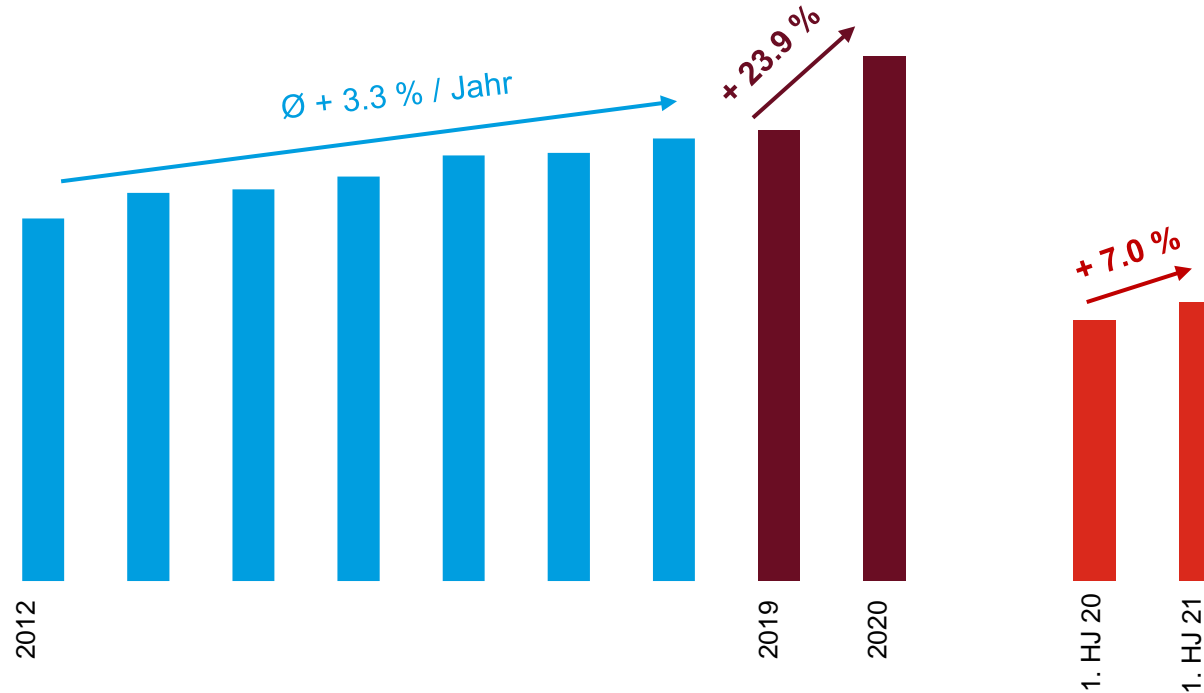
Mengenmässige Exportanteile Schweizer Milchwirtschaft
2019



Quelle: eigene Berechnung auf Basis Aussenhandelsstatistik

Hoher Import- und Wettbewerbsdruck

Milchimporte in die Schweiz*

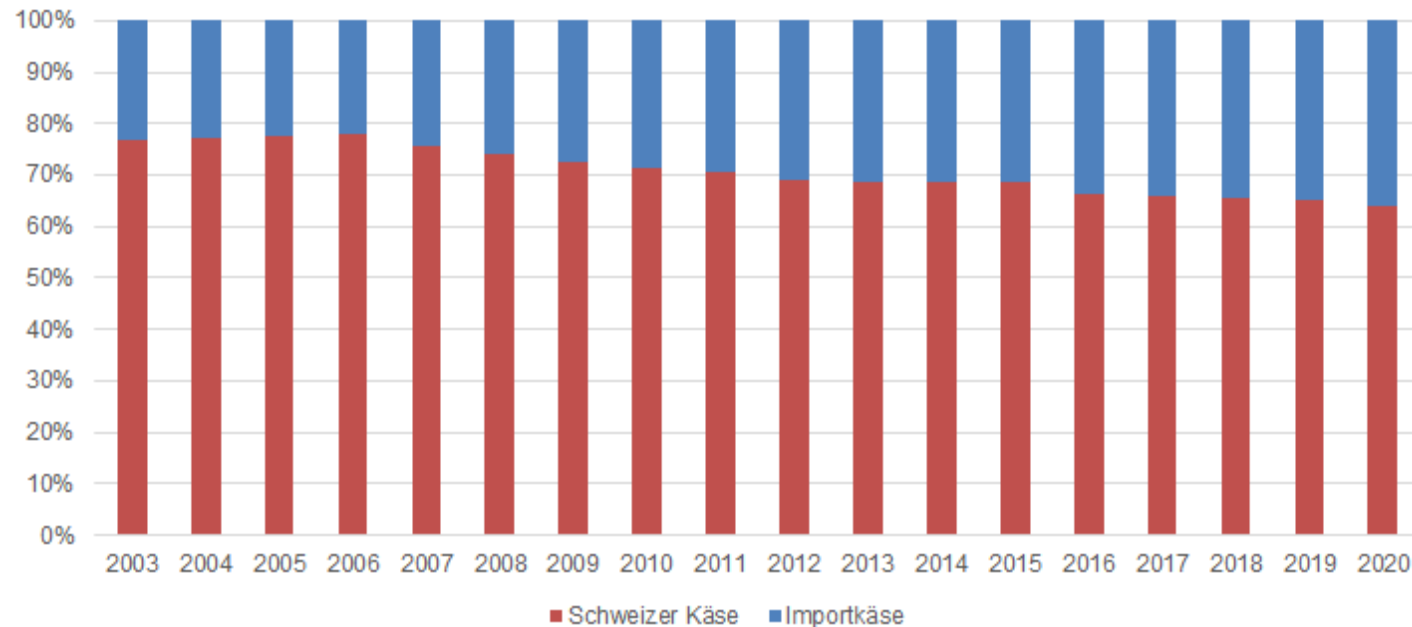


* In. Mio kg Vollmilchäquivalent, inkl. verarbeitete Produkte



Auf dem inländischen Käsemarkt verliert die Schweiz Marktanteile

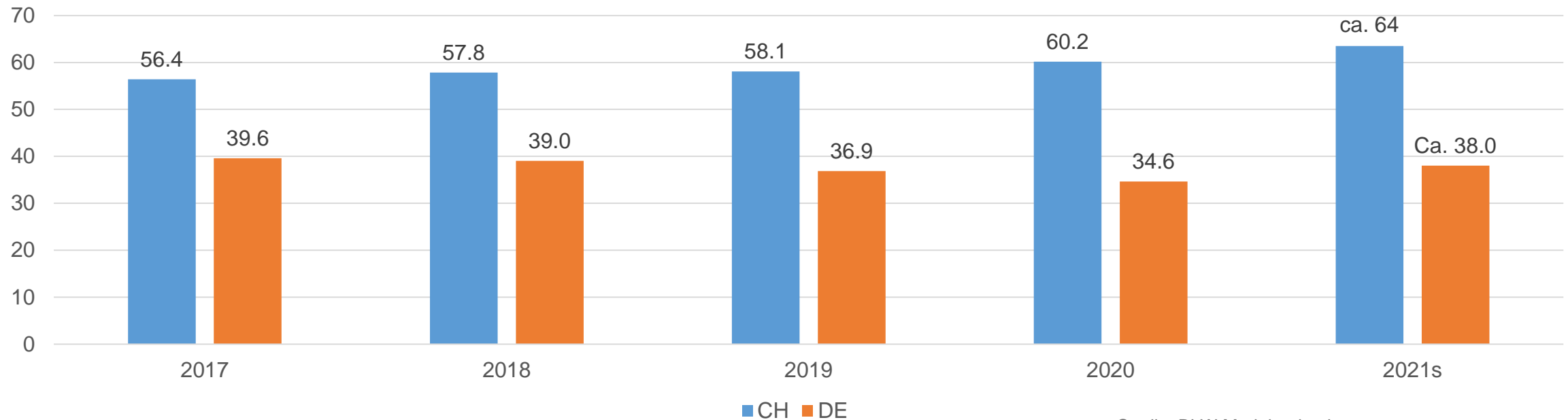
Marktanteile Schweizer Käsemarkt



Quelle: eigene Berechnungen TSM-Zahlen

Milchmarktentwicklung für Milchproduzenten trotz hohem Wettbewerb positiv

Milchpreisentwicklung CH & DE (konv. Molkereimilch, in Rp./kg)



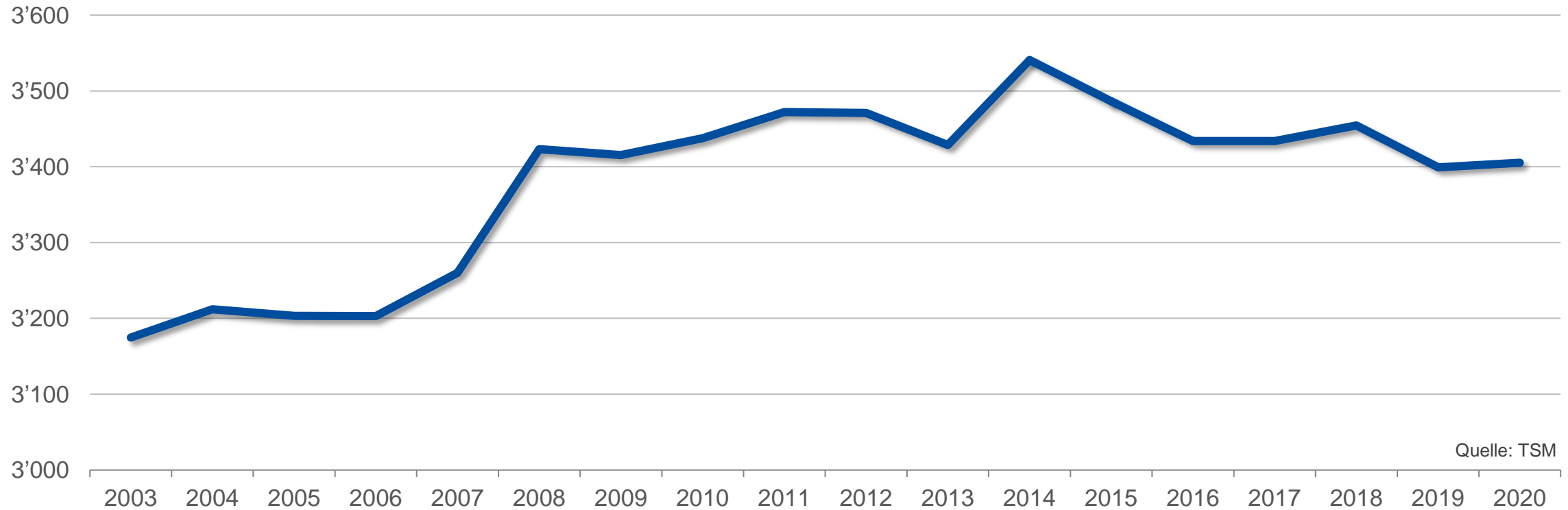
Quelle: BLW Marktbeobachtung



STABILE RAHMENBEDINGUNGEN ALS SCHLÜSSEL ZUM BISHERIGEN ERFOLG

Stabile Milchproduktion

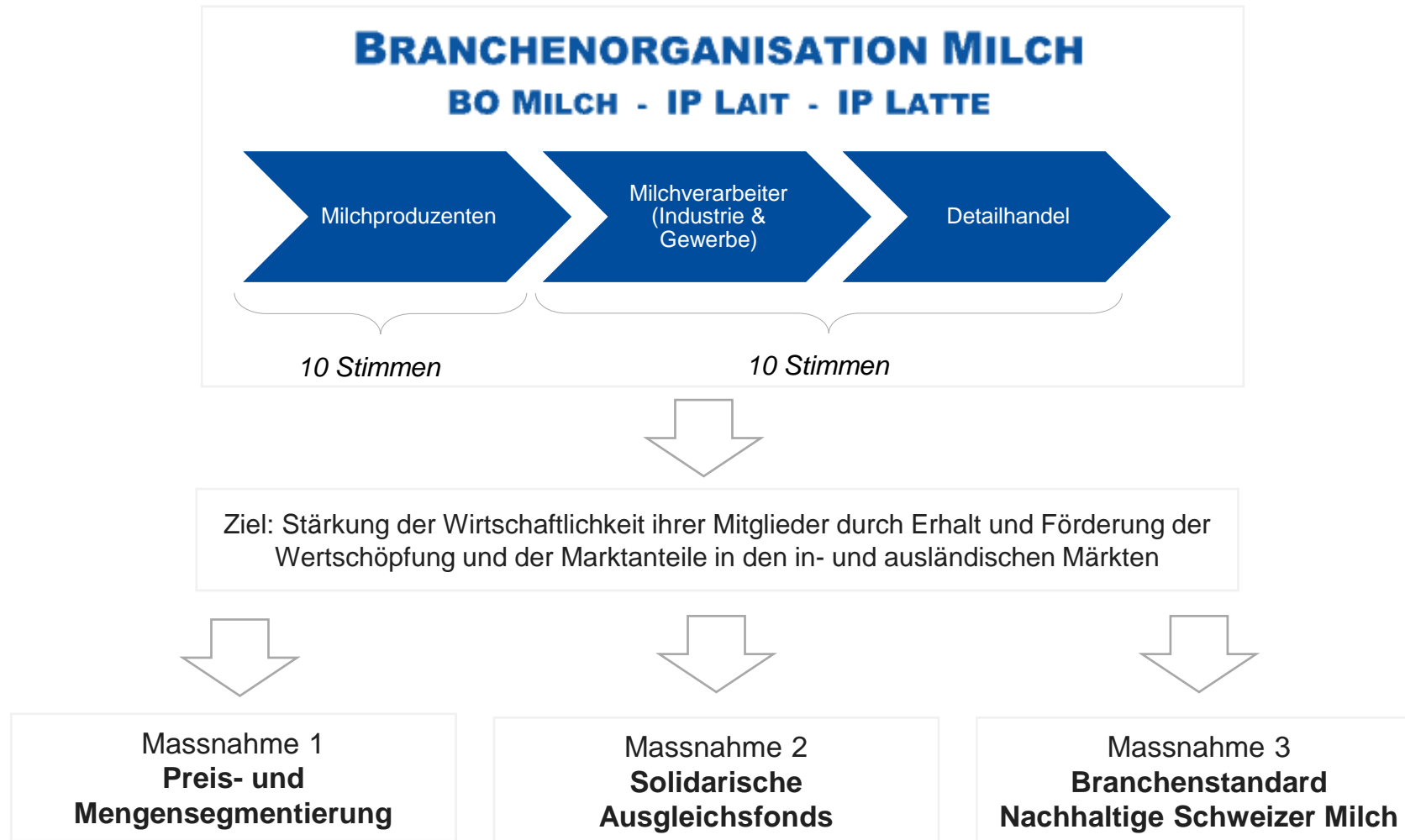
Entwicklung CH Milchproduktion (Mio. kg Milch)



Quelle: TSM

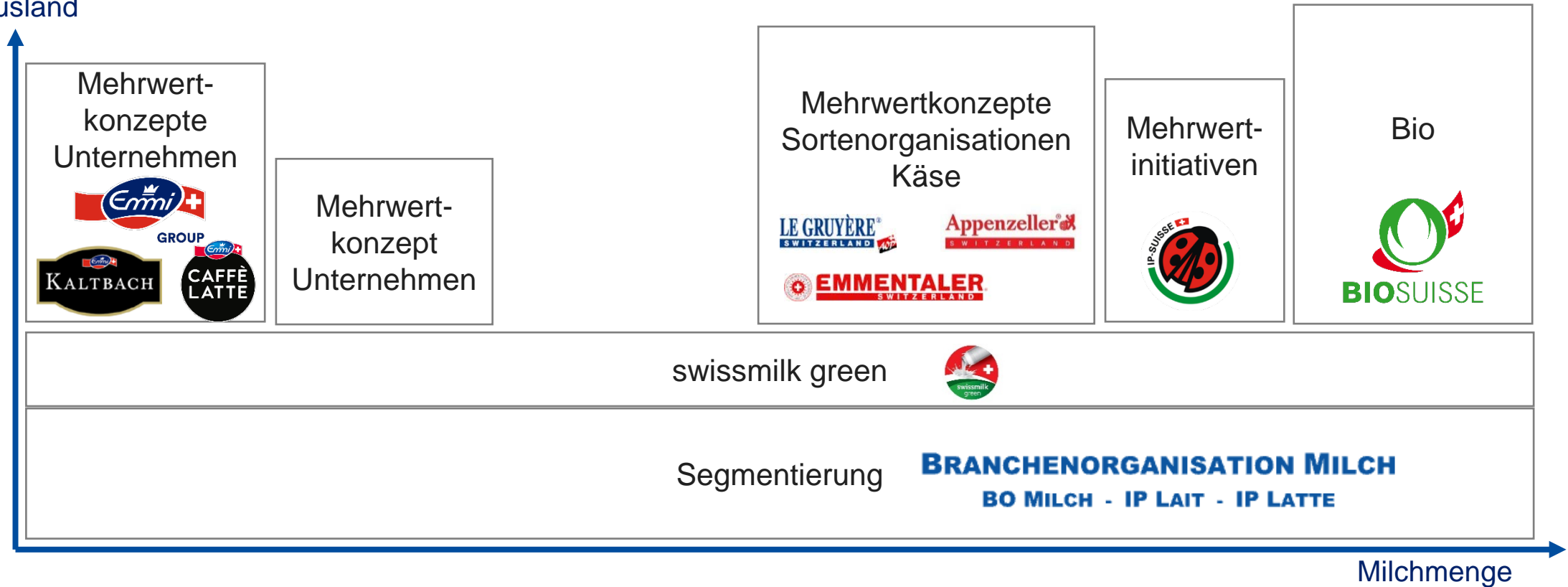


Branche hat Verantwortung übernommen



Mehrwertkonzepte als Schlüssel

Preisliche Differenzierung
zu Ausland



Zwischenfazit II

- ⇒ Die Schweizer Milchwirtschaft ist stark dem Wettbewerb ausgesetzt!
- ⇒ Branche hat bisher gemeinsam die Herausforderungen des seit über 10 Jahren stark liberalisierten Marktes gut bewältigt.
- ⇒ Resultat sind eine positive Milchpreisentwicklung und stabile Milchmengen.
- ⇒ Relative Ruhe am Markt ist zu nützen, um die Zukunft zu gestalten. Die Herausforderungen bleiben gross!
- ⇒ Der Weg, uns mit unkoordinierten Einzelvorstössen rumzuschlagen ist falsch. Wir müssen das System Milchwirtschaft insgesamt zukunftsfähiger gestalten.

KAPITEL 3

Wie der Milch auch die Zukunft gehört?



Nachhaltigkeit – Ein Thema, das gekommen ist um zu bleiben !

- Milchwirtschaft ist stark betroffen
- Gefährdet Reputation von Milchproduktion und Milchprodukten
- Verlangt Massnahmen & Aufklärung («Kuh und Klima»)
- Erhöht die Komplexität
- Wirkt kostentreibend



Nachhaltigkeit - ein komplexes Thema

- Bedürfnis nach Nachhaltigkeit ist eines von mehreren Bedürfnissen, Konsument und Handel entscheiden situativ.
- Ohne nachweisliche Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung fehlt in Zukunft der Absatzmarkt.
- Nachhaltigkeit heisst nicht nur Treibhausgase.
- Es gibt viel mehr Meinungen als Fakten.
- Über Nachhaltigkeit wird gesprochen, mit oder ohne eigene Stimme.
- Nachhaltigkeit kostet, auf allen Stufen!
- Zielkonflikte sind unvermeidbar.

Milchalternativen – Es geht nicht um «entweder/oder»!

Auswirkungen eines vollständigen Ersatzes des Trinkmilchkonsums durch Haferdrinks



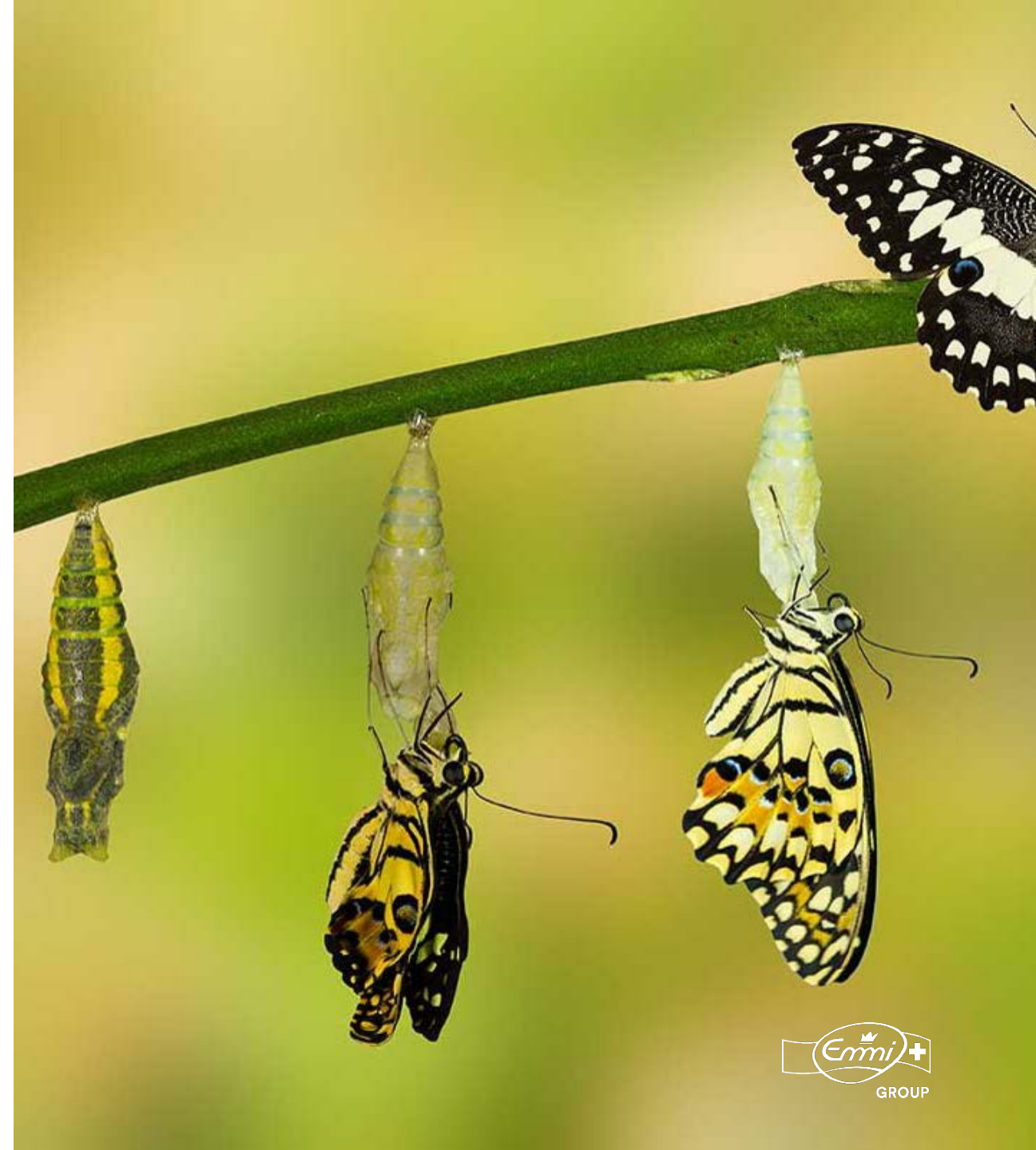
420'000 t Konsummilch
≈ 2'300 Milchbetriebe
(ca. 50% im Berggebiet)



420'000 t Haferdrink
≈ 1'100 – 1'400 Ackerbaubetriebe
(alle im Talgebiet)

Stossrichtung Politik

- Langfristige Klimastrategie der Schweiz 2050 mit Ziel Netto-Null bis 2050 (*beschlossen 2019*)
- Kantonale Klima- und Energiepolitiken
- Strategie nachhaltige Entwicklung inkl. Aktionsplan 2021-23 und CO2 Gesetz: -20-25% bis 2030 (*beschlossen 2021*)
- EU Green Deal & Klimaziele und UN-Klimaziele und COP26



Ausgangslage der Schweizer Milchwirtschaft

- Gute Voraussetzung
 - ⇒ Kühe verwandeln Gras in wertvolles Protein (biologischer Kreislauf)
 - ⇒ Milchprodukte Teil des kulturellen Erbes
 - ⇒ Essentielle Nährstoffe und einzigartiger Geschmack
 - ⇒ Grasland Schweiz (standortgerechte Produktion)
- Branche hat Thema erkannt → Grüner Teppich

Charta für die Schweizer Milch

Schweizer Milch und Milchprodukte sind einzigartig und bezüglich Nachhaltigkeit und Tierwohl weltweit führend. Sie geniessen jetzt und in Zukunft bei den Konsumenten im In- und Ausland grosse Anerkennung. Der gemeinsame Erfolg über die gesamte Wertschöpfungskette wird über eine Mehrwertstrategie erzielt.

Unser Bekenntnis

- Milch für Schweizer Milchprodukte wird standortgerecht, naturnah, tierfreundlich und ressourcenschonend produziert.
- Sämtliche Milchkühe können sich regelmässig frei bewegen und erhalten vor allem naturnahes Futter.
- Bäuerinnen und Bauern werden für die Mehrwerte für nachhaltige Schweizer Milch transparent entschädigt.
- Schweizer Milch wird in nachhaltigen Prozessen zu hochwertigen Produkten verarbeitet. Für Käse wird zusätzlich ein strenger Branchenkodex eingehalten.
- Die Branche garantiert glaubwürdige Kontrollen über die Einhaltung des Branchenstandards. Die Resultate werden transparent kommuniziert.
- Die Mehrwerte können durch die Dachmarke «swissmilk green» ausgezeichnet werden. Diese Kennzeichnung steht für alle nachhaltigen Schweizer Milchprodukte zur Verfügung.
- Die Schweizer Milchbranche verpflichtet sich, den Branchenstandard aufgrund der Bedürfnisse der Konsumenten und der Gesellschaft stets weiter zu entwickeln.

Auch die Unternehmen sind in der Pflicht

- Lange Tradition bezüglich Nachhaltigkeit
- Langfristige Erfolgsvoraussetzung
 - Risiken vorbeugen
 - Kosten senken
 - Vertrauen in Emmi, Marken und Produkte
- Emmi Nachhaltigkeitsmodell mit netZERO 2050-Agenda vereint:
 - wirtschaftliche
 - soziale
 - ökologische Aspekte
- Nachhaltigkeitsziel 2027: auch international nachhaltige Milchwirtschaft



Emmi Nachhaltigkeitsziele 2027



100 %
der Mitarbeitenden
verfügen über einen
Entwicklungsplan

50 %
aller offenen Stellen werden
mit internen Kandidaten
besetzt

100 %
der Milchlieferanten von Emmi weltweit
produzieren nach überdurchschnittlichen lokalen
Standards.
Weiterentwicklung des Schweizer
Branchenstandards

Branchenprojekte mit Emmi Beteiligung

Klimaschutz in der Rindviehwirtschaft

- Ziel: Grundlage für Weiterentwicklung «Swissmilk Green» mittels Entwicklung einer gemeinsamen Strategie für sinnvolle, messbare, umsetzbare und von der Politik anerkannte Massnahmen im Klimaschutz. Zu diesem Zweck vergeben die Branchen einen Projektauftrag
- Dauer des Projekts: Feb. – Nov. 2021
- Steuerungsgruppe: BLW, Proviande, BO Milch, Verarbeiter, Handel und weitere

Mögliches Ressourcenprojekt «KlimaStaR» Milch

- Ziel: Projekt zur Förderung von Klimaschutz, Standortangepasstheit und Ressourceneffizienz in der Milchproduktion; Werte CO₂/kg Milch, Nahrungsmittel- und Futtermittelkonkurrenz je um 20% verbessern
- Trägerschaft: Emmi, ZMP, Nestlé, aaremilch / Unterstützung durch HAFL, IP-Suisse, kantonale Beratungs- und Kontrollorganisationen
- Eckdaten: Dauer 2022-27 / 300 beteiligte Milchproduktionsbetriebe mit 60 Mio. kg Milchmenge / Kosten von rund CHF 15 Mio. (davon rund 85% für wirkungsorientiertes Prämiensystem) / fachliche Begleitgruppe mit Milchproduzenten
- Herausforderung: untersch. Ansichten Trägerschaft / BLW bezüglich Projektausrichtung



Es ist höchste Zeit zu handeln

- BOM soll das Thema Nachhaltigkeit in Eigeninitiative vorwärts treiben
- Fokusthema muss Klima sein, andere Nachhaltigkeitsthemen dürfen jedoch nicht vergessen gehen
- Faktenbasiert, Wissenschaft einbeziehen, Ergebnisse Projekte berücksichtigen
- Ziel: Erweiterter Grüner Teppich ab 1. September 2023





KAPITEL 4

Schlussfazit



Schlussfazit

- ⇒ Die Milch hat Zukunft, wenn sich die Milchbranche wie bei der Milchmarktliberalisierung den anstehenden Herausforderungen stellt!
- ⇒ Alle Stufen der Wertschöpfungskette müssen beim Thema Nachhaltigkeit Verantwortung übernehmen.
- ⇒ Das Blatt ist in den eigenen (Branchen-)Händen zu behalten, ansonsten wird es die Politik regeln!

Schweizer Milch hat Zukunft, ...

**... wenn sich Milchwirtschaft den
anstehenden Herausforderungen stellt!**



WIR SORGEN FÜR
**DIE BESTEN
MILCHMOMENTE**

AUCH FÜR KOMMENDE
GENERATIONEN

**Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!**