

Kurz-Interview Stephan Hagenbuch, Schweizer Milchproduzenten



Was sind im aktuellen Umfeld die grössten Herausforderungen der Milchbranche?

In der aktuellen Situation mit einer etwas knapperen Molkereimilchmenge muss die Milch konsequent in die Kanäle geleitet werden, welche die grösste Wertschöpfung und höchsten Milchpreise bieten. Die Schweiz ist bezüglich Milch im internationalen Vergleich ein Nischenmarkt und darum müssen immer zuerst im Inland die richtigen Entscheide getroffen werden. Aktuell heisst das, genug Butter aus Schweizer Milch zu haben. Aktuell ist auch die Gestaltung der politischen Rahmenbedingungen in der AP22+ eine grosse Herausforderung. Insbesondere verstehen wir im aktuellen Umfeld überhaupt nicht, warum der Bundesrat in der Botschaft beispielsweise den Selbstversorgungsgrad der Schweizer Landwirtschaft senken und die Importe fördern will.

Welche Massnahmen wurden eingeleitet?

Seit über zwei Jahren hat die SMP ihre Forderungen an die neue Agrarpolitik konsequent eingebracht und in diversen Arbeitsgruppen auf allen Ebenen mitgearbeitet. Wir sind immer offen an die Themen ran gegangen, haben Beiträge eingebracht und Lösungswege vorgeschlagen. Gerade bei der Vorbereitung der neuen Produktionssystembeiträge gibt es im Detail aber noch viel zu tun. Entscheidende Weichen werden erst in den Verordnungen festgelegt: Arbeitsintensive Produktionssysteme wie die Nutztierhaltung generell und die Milchproduktion im Speziellen sollen diesmal nicht zu den Verlierern gehören.

Als wichtigste Marktmassnahme haben wir im letzten Jahr den neuen Branchenstandard für eine nachhaltige Schweizer Milchproduktion – den grünen Teppich – in der Branche gepusht. Mit diesem Standard und der dazugehörigen Marke „swissmilk green“ konnten wir nun bereits bei rund 3/4 der A-Molkereimilch eine dringend notwendige Preissteigerung bewirken. Speziell daran ist, dass diese Massnahme von der gesamten Wertschöpfungskette getragen wird und die Milchprodukte dadurch im Laden wieder mehr Wert erhalten. Selbst die Behörden begrüssen diese private Initiative. Allerdings vermissen wir in der Botschaft zur AP22+ Massnahmen, welche dieses Engagement nun unterstützen und richtig honorieren.

Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit in der Branche während der Coronakrise?

Aktuell und mindestens kurzfristig ist die Absatzsituation im Markt ja positiv. Die Detailhandelsumsätze sind stark, der Einkaufstourismus ist eingestellt und die Milchmenge ist auf einem gesunden Niveau, so dass Milch heute gesucht ist. Es fehlen in der Schweiz aber auch die Touristen (Schokolade). Wir drängen, darauf diese Situation zu nutzen, um den Markt jetzt nachhaltig zu stabilisieren, bevor sich mittelfristig und je nach Dauer der Krise, mögliche negative Auswirkungen der weltweiten Märkte verzögert bemerkbar machen. Die Weltbank spricht schon heute von einer der grössten Krisen seit den Dreissigerjahren. Vorsicht ist deshalb geboten. Die Zusammenarbeit in der Branchenorganisation Milch ist grundsätzlich gut. Das System ist so ausgewogen organisiert, dass Bestrebungen einzelner, die Situation zum eigenen Vorteil zu nutzen, sofort erkannt werden. Man kann sich besser wehren, aber es bleibt ein Kampf. Milch und Rind-Fleisch sind Koppelprodukte, mit einer gewissen Abhängigkeit. Darum müssen eigene Massnahmen immer im Kontext des Gesamtmarktes gesehen werden. Ich erlebe auch die branchenübergreifende Zusammenarbeit als konstruktiv.

Auch die inländischen Butterlager, welche in der Menge beschränkt sind, gehen langsam aus. Es müssen Importe her. Welche Bestrebungen unternimmt die SMP, damit künftig wieder mehr Butter eingelagert werden kann?

Bereits seit Anfang Jahr (vor der Coronakrise) macht die SMP in allen Gremien und in der Öffentlichkeit darauf aufmerksam, dass Milch rechtzeitig in die richtigen Kanäle umgeleitet werden muss. Aktuell (für das erste halbe Jahr) haben wir sicher genügend Butter und der Schweizer Konsument will Schweizer Butter! Bevor importiert wird, ist es daher für die SMP klar, dass alle Möglichkeiten im Inland genutzt werden müssen, um Butter aus inländischer Milch herzustellen. Wenn das Preissignal richtig gegeben wird, dann wird sich auch Milch finden. Unüberlegte Importe zum jetzigen Moment, senden ein gefährliches Signal aus und können einen sehr unsicheren Markt destabilisieren. Auch die Wertschöpfung spricht sehr deutlich für den inländischen Markt. Die Instrumente in der Branchenorganisation Milch müssen besser darauf ausgerichtet sein.

Bei den Kälbermästern waren trotz der Marktentlastungsmassnahmen enorme Preiseinbussen zu verzeichnen. Welche Branchenlösungen können umgesetzt werden, damit die Wertschöpfungskette künftig resilienter gegen solche Krisen ist und extreme Preisschwankungen vermieden werden können?

Der Kälberfleischmarkt ist sehr stark vom Gastrokanal abhängig und dieser ist ja bekanntlich momentan zum Erliegen gekommen. Das führt zu einem Rückstau der Kälber in den Ställen und grossem Druck auf die Preise. Deshalb haben wir auch sofort die Massnahmen der Proviande zur Marktstabilisierung und die zusätzlichen Promotionsmassnahmen unterstützt. Auf dem Fleischmarkt hat man kurz vor dem Absturz noch grosszügig Importe freigegeben. Diese Erfahrung lehrt uns, bei der Beurteilung von möglichen Butterimporten deutliche Vorsicht walten zu lassen. Der Milchmarkt selber ist bisher überhaupt nicht negativ betroffen. Die Marktlage, gestützt durch guten Absatz und den neuen Branchenstandard haben geholfen die Preisentwicklung stabil zu halten. Die Milchpreise sind im letzten Jahr leicht gestiegen. Auch eine ausgleichende Wirkung hat natürlich die Segmentierung. Auch wenn das nicht alle einsehen wollen, müssen wir zur Segmentierung Sorge tragen.

Im Hinblick auf die AP22+ zeigen Szenarien von Agroscope, dass nebst dem Acker- und Pflanzenbau auch die Rindviehbestände in der Schweiz stark betroffen sein werden. In der Coronakrise ist aber eine deutliche Zunahme des Konsums von Schweizer und insbesondere Frischprodukten festzustellen. Ist hier ein Richtungswechsel insbesondere hinsichtlich Selbstversorgungsgrad notwendig? Falls ja, über welche Massnahmen und Instrumente geht die SMP dies an?

Die aktuelle Zunahme beim Konsum der Privathaushalte und der Wegfall des Einkaufstourismus ist grösser als der Ausfall in der Gastronomie. Wie lange Corona dauert und wie sich das nach Corona einstellen wird, bleibt heute reine Spekulation. Für die Schweizer Milchproduzenten ist sehr klar, dass die Versorgung des Inlandmarktes und des Schweizer Detailhandels in dieser Situation absolute Priorität haben. Unser Ziel ist es ausserdem die Absatzkanäle für alle Schweizer Milch offen zu halten und dabei die bestmögliche Wertschöpfung für die Produzenten zu erreichen. Dass wir mit den Perspektiven der AP22+ punkto Selbstversorgungsgrad insgesamt (-4%) und auch bei der Milch (-3.5%) ganz und gar nicht einverstanden sind, ist längstens bekannt. Die Botschaft zur AP22+ wurde aber vor Corona geschrieben und ist in diesem Punkt von der faktischen Realität etwas eingeholt. Dazu wird es eine (hoffentlich nachhaltige) parlamentarische Diskussion geben.