

# «Der Biomilchmarkt hat Pionierarbeit geleistet»

Ab 1. Mai 2009 gehört die Milchkontingentierung für die Schweizer Milchwirtschaft der Vergangenheit an. Der Umbau des Milchmarktes verläuft aber alles andere als harmonisch, alle rüsten sich im Kampf um Marktanteile. Der Verband der Schweizer Milchproduzenten SMP versucht, Ordnung in diesen Prozess zu bringen und den Zusammenbruch des Milchpreises zu verhindern. Dabei seien die Erfahrungen des bereits liberalisierten Biomilchmarktes sehr hilfreich, sagt SMP-Direktor Albert Rösti.

**bioaktuell:** *Fühlen Sie sich als höchster Schweizer Melker auch ein wenig als Biomelker?*

**Albert Rösti:** (schmunzelt) Der höchste wäre der Präsident. – Ich fühle mich als Vertreter aller 27'000 Schweizer Milchproduzenten. Die rund 2000 Biomilchproduzenten gehören als wichtiges Segment dazu. Der Biobewegung fühle ich mich auch darum verpflichtet, weil ich an der Bergbauernschule Hondrich in den Boomjahren Mitte der 1990er-Jahre als Beratungsleiter mitgeholfen habe, die Umstellung im Berner Oberland zu pushen – mit bis zu fünf Umstellberatern in unserem Beratungsteam. Deshalb kann ich ungefähr abschätzen, was hinter dem Biolandbau steckt und was in den vergangenen Jahren an Aufbauarbeit ge-

**«Biomilch ist das Marktsegment mit dem höchsten Preis. Das passt bestens in unser Konzept und ist als Beispiel eines funktionierenden Hochpreissegments sehr wertvoll.»**

leistet wurde. Vielleicht würde ich nicht gerade sagen, dass ich mich als Biomelker fühle, aber sicher als Funktionär, der auch die Biobetriebe vertritt.

*Gilt das auch umgekehrt? Fühlen sich die Biomilchproduzentinnen und -produzenten durch den SMP vertreten?*

Ja, diesen Eindruck habe ich. Kürzlich führten wir eine Konsultativabstimmung unter unseren Mitgliedern durch. Dabei ging es um die geplanten Massnahmen zum Ausstieg aus der Kontingentierung. Insgesamt hatten wir eine sehr hohe Zustimmung von rund 80 Prozent, unter den Biobauern waren die Resultate ebenso gut. Auch mit Bio Suisse haben wir eine sehr gute Zusammenarbeit, der Austausch läuft sehr gut. Ein Beispiel: Seit

vielen Jahren leiten wir die Marketingbeiträge und einen Teil der Abgaben für den Milchstützungsfonds, welche den Biomilchproduzenten abgezogen werden, an Bio Suisse weiter. Diese Beiträge stehen für das Marketing der Biomilch zur Verfügung, versickern also nicht in einem anonymen Topf.

*Welches sind diese Hauptmassnahmen am Markt, die Sie den Mitgliedern vorgeschlagen haben?*

Es handelt sich um die vier wichtigsten Massnahmen, die der SMP durchführen möchte: die Koordination der Milchpreisgespräche, die Fettstützungsmassnahmen, die Marktsegmentierung und eine nationale Verkaufsorganisation.

*Kann man sagen, der Biomilchmarkt sei ein Prototyp dessen, was jetzt im grossen Rahmen auf uns zukommt?*

Das kann man prinzipiell so sagen. Allerdings hat die Biomilch den Vorteil, dass ein klarer Mehrwert kommuniziert werden kann, eine andere Herstellungsweise. Bei der Segmentierung in A- und B-Milch ist hingegen für die Preisbildung allein entscheidend, was der Markt zu tragen vermag. Die Milch, die zu Pulver wird, hätte ja als Rohstoff den gleichen Wert wie die Milch, die zu Pastmilch verarbeitet wird. Zusätzlich zur Produktdifferenzierung möchten wir aber auch noch den Grenzschutz und die Zulage auf verkäste Milch nutzen, solange wir diese Elemente noch haben.

*Die Marktsegmentierung in A- und B-Milch ist ein zentrales Anliegen der SMP-Politik. Eine andere Segmentierung kennen wir schon lange: die separaten Märkte für Biomilch und konventionelle Milch.*

Das stimmt, Biomilch ist das Marktsegment mit dem höchsten Preis. Das passt bestens in unser Konzept hinein und ist als gutes Beispiel eines funktionierenden Hochpreissegments sehr wertvoll. Von

uns aus gesehen ist es richtig, dass der Biomarkt Angebot und Nachfrage selbständig aufeinander abstimmt und dementsprechend die Preisbildung selber gestalten kann. Es ist uns wichtig, dass die Biomilch ihren Mehrpreis halten kann. Wenn der konventionelle Preis sinkt, sollte der Biomilchpreis nicht zwingend ebenfalls sinken müssen. Die Milch, die im Biomarkt nicht Platz hat, fliesst dann jedoch auf den konventionellen Markt, und dort gibt es natürlich einen Link zu diesem Preis.

*Allerdings werden die deklassierten Übermengen offenbar zunehmend zu B-Preisen übernommen.*

Konventionell abgestossene Übermengen ziehen die Preise nach unten, das ist so. Insgesamt wurde im Jahr 2008 5,5 Prozent der gesamten Milchmenge mehr gemolken als im Vorjahr. Diese zusätzliche Menge verursacht Druck. Druck, der sich noch erhöht, wenn für die Übermengen keine Verträge bestehen und sie daher nur noch einen Spottpreis erzielen. Es müsste das Ziel der Biomilchproduktion sein, die derzeit sehr guten Wachstumszahlen bei der Nachfrage in den nächsten Jahren zu halten und bei der Produktion ein moderateres Wachstum anzustreben. Am konventionellen Markt reden wir von einem Wachstum von 10 Prozent bis ins Jahr 2015. Im letzten Jahr sind wir viel zu schnell gewachsen.

*Wie erklären Sie sich diesen extremen Mengenzuwachs des letzten Jahres? Haben die Landwirte wegen des hohen Milchpreises so viel mehr gemolken?*

Sicher spielt der Milchpreis eine Rolle, das kann man nicht negieren, aber nicht die wichtigste. Denn es war sicher nicht so, dass am 1. Juni, als der Milchpreis nochmals um 6 Rappen stieg, plötzlich viel mehr Kühe da waren. Als Haupteffekt vermute ich, dass sich die Produzenten eine gute Ausgangslage für den

1. Mai 2009 schaffen wollen. Die Menge, die man bis dann unter Vertrag hat, kann man nachher dann auch liefern, lautet die Überlegung. Deshalb muss wohl mit einem weiteren Anstieg der Milchmenge bis Ende April gerechnet werden. Jeder will möglichst viel Vertragsmenge haben; es ist ein Kampf um Marktanteile.

*Und dabei wird in Kauf genommen, dass die Preise entsprechend sinken?*

Offenbar, ja. Viele Bauern haben Angst, dass ihnen dasselbe geschieht wie ihren Vätern vor 30 Jahren bei der Einführung der Kontingentierung. Wer sich da-

**«Viele Bauern haben Angst, dass ihnen dasselbe geschieht wie bei der Einführung der Kontingentierung. Wer sich damals solidarisch verhielt, zog den Kürzeren.»**

mals an die offiziellen Empfehlungen hielt, weniger zu melken, sich also solidarisch verhielt und die Produktion drosselte, zog zuletzt den Kürzeren. Diese negative Erfahrung macht es für uns heute so schwierig, eine Mengensteuerung, die für einen angemessenen Preis zwingend ist, umzusetzen.

*Dieser Kampf um Marktanteile betrifft aber nicht nur die Produzenten, sondern auch die Vermarkterinnen und Verarbeiter.*

Darin liegt der Hauptgrund der massiven Probleme, die wir in der Umsetzung einer funktionierenden Mengensteuerung haben. Für die Vermarktungsorganisationen (POs und PMOs) läuft die einzige Möglichkeit, strategische Erfolge zu erzielen, über die Menge. Über den Preis hingegen können sie sich nicht allzu stark differenzieren. Darin liegt ein kaum zu überwindender Widerspruch: Die Landwirte haben Anspruch auf einen guten Preis und erwarten vom SMP, dass er die Menge steuert. Wir können dazu Konzepte entwickeln, umsetzen müssen es dann aber unsere Mitgliedorganisationen. Sie wollen aber, wie sich in den vergangenen Monaten zeigte, offenbar alle möglichst viel Menge ausgeben.

*Letztlich hilft die Segmentierung in A- und B-Milch dann sogar, die Menge anzukurbeln. Man hört von Produzenten, es sei ihnen Mehrmenge angeboten worden mit dem Versprechen, sie rutsche dann im*

*kommenden Jahr in die A-Menge hinein. Das ist überhaupt nicht in unserem Sinn. Unsere Delegiertenversammlung hat verlangt, dass mit den Unternehmen eine Mengenplanung vorgenommen wird. Da müsste die frühere Kontingentsmenge zunächst mal zur Basismenge werden, die zum A-Preis übernommen wird.*

Wenn diese für einen guten Preis noch zu hoch ist, müsste man sogar diese Menge noch reduzieren. Solche Versprechen, die Mehrmengen zu A-Lieferrechten werden zu lassen, torpedieren die gesamte Segmentierung. Je mehr A-Milch unter Vertrag genommen wird, desto näher liegt der A-Preis beim B-Preis.

Bild: Ruben Wyttenbach



Und wie findet man aus diesem Dilemma hinaus?

Die Organisationen müssen sich entscheiden, ob sie in volle Konkurrenz zueinander treten wollen mit der Folge, dass sich die Preise rasch dem EU-Niveau anpassen, oder ob sie eine gewisse Steuer-

### «Der Biomilchpool hat für den Biomilchmarkt viel erreicht, auch wenn er schwierige Zeiten durchstehen musste.»

ung bevorzugen und den Übergang abfedern wollen, wozu der Grenzschutz und die Verkäsungszulage Hilfe bieten würden.

Wer wird die ordnende Hand in diesem labilen System sein?

Wir haben es mehrmals über den Bund versucht, aber der macht nicht mit. Das

hat das Parlament jüngst mit der Ablehnung der Motion Kunz, die gewisse Steuerungsmassnahmen allgemeinverbindlich erklären wollte, deutlich gemacht. Wir müssen also über unsere Organisationen gehen. Der SMP hat gemäss Statuten den Auftrag, für einen kostendeckenden Preis zu sorgen, unter Berücksichtigung der Direktzahlungen. Das heisst für uns, dass wir versuchen, unter den geltenden Rahmenbedingungen das Maximum herauszuholen. Dies hat die SMP-Delegiertenversammlung mit grossem Mehr beschlossen, auch die Bioproduzenten stehen dahinter.

Solche Beschlüsse helfen aber nicht viel, wenn der Markt sich darum fountiert.

Ganz so düster ist die Lage nicht. Teilweise konnten wir das Konzept umsetzen, sonst wären die Preise noch tiefer gefallen. Die vollständige Umsetzung bedingt jedoch eine weitere Bündelung des Milchangebots mit weniger Organisa-

tionen. Sonst stehen sie bald unter vollständiger Konkurrenz, dann kriegen wir es nicht mehr hin.

Wie gehen Sie vor, um das zu erreichen? Der Biomarkt kann ja schon auf ein paar Jahre Erfahrung zurückblicken, hat diese Bündelung aber auch noch nicht richtig hingekriegt.

Immerhin habt ihr sie schon ein Stück weit, da wurde Pionierarbeit geleistet. Das anerkennen wir. Die Probleme, mit denen der Biomarkt kämpft, sind denen des Gesamtmarktes sehr ähnlich. Damit die Bündelung erfolgreich ist, braucht es

### «Ein florierender Export bringt wenig, wenn der Import noch schneller wächst.»

idealerweise 80 Prozent der Milch. Damit hätte man producentenseitig genug Kraft, um am Markt mitzubestimmen. Wenn die sechs grössten Organisationen mitmachen, haben wir Aussicht auf Erfolg. Wenn sie nicht mitmachen, gibt es keine nationale Verkaufsorganisation. Das wird sich diesen Frühling entscheiden.

Der Biomilchpool hat es allerdings auch nicht weit über die Hälfte hinaus geschafft. Das ist knapp. Der Biomilchpool hat dennoch für den Biomilchmarkt viel erreicht, auch wenn er sehr schwierige Zeiten durchstehen musste. Die grösste Herausforderung liegt darin, ein System zu finden, in dem nicht der Pool das gesamte Risiko der Ausregulierung tragen muss. Und das ist dann schon eine Frage der Grösse und der Marktkraft.

Der SMP kann Lehren aus den Pool-Erfahrungen im Biomarkt ziehen. Was können Sie den Biomilchproduzenten als «Gegenleistung» anbieten?

Wenn wir es schaffen, die Milch der grossen Organisationen zu bündeln, und der Biomilchpool in einer nationalen Verkaufsorganisation auch mitmacht, wird über diesen Umweg ein sehr grosser Teil der Biomilch unter einem Dach sein. Denn zum Beispiel beim ZMP oder bei der Miba sind ja auch Bioproduzenten dabei. In einer nationalen Verkaufsorganisation wäre die Biomilch zusätzlich zum Biomilchpool automatisch gebündelt.

Nach dem Milchstreik stieg der Produzentenpreis um 6 Rappen, seither ist er massiven Turbulenzen ausgesetzt. Wä-

## A-Milch, B-Milch und Biomilch

Eine der Hauptmassnahmen, die der SMP nach dem Ablauf der Milchkontingentierung einführen will, ist die Segmentierung des konventionellen Milchmarktes. Bisher gab es eine Segmentierung in Biomilch und konventionelle Milch, die zu unterschiedlichen Preisen abgesetzt wird. Neu soll der konventionelle Markt in A- und B-Milch segmentiert werden.

Als «A-Milch» oder «Linienmilch» soll die Milchmenge bezeichnet werden, die für den geschützten Markt bestimmt ist und als Basisvertragsmenge zwischen den Vermarktungsorganisationen PO

und PMO mit den Verarbeitern vereinbart wird. Sie löst einen höheren Preis als die B-Milch. Die A-Menge müsste nach der Logik der Segmentierung ungefähr 90 bis 95 Prozent der bisherigen Kontingentsmenge entsprechen.

Als «B-Milch» oder «Börsenmilch» werden die Mehrmengen bezeichnet, die auf dem offenen Markt gehandelt werden und für den Export bestimmt sind. Je nach Modell soll diese Milch ab 1. Mai entweder an einer Börse zu Tages- oder Wochenpreisen gehandelt oder mit hohen Abgaben belastet werden.

als

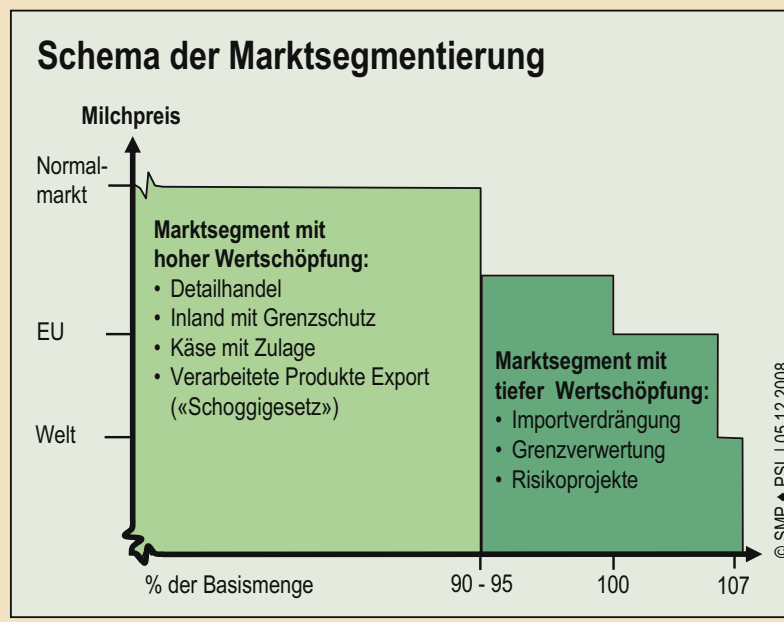




Bild: Ruben Wyttenbach

## «Ohne Kooperation verlieren alle»

An der Hauptversammlung der Bärner Bio Bure am 15. Januar an der Schwand in Münsingen stellte sich ein Podium die Frage, wie der Biomilchmarkt im Jahr 2015 aussehen könnte, und reflektierte dabei vor allem auch die aktuelle Situation. Prognosen auf so lange Frist für einen derart bewegten Markt seien schwierig, waren sich die Teilnehmenden einig, das zeige schon nur ein Blick auf die Entwicklungen der vergangenen zwölf Monate. Der Aussage des Biomilch-Geschäftsführers Viktor Kambli konnten aber alle zustimmen: «Die Zukunft ist nur mit guten Kooperationslösungen auf allen Stufen zu meistern.» Diese Erkenntnis hat der «Mikromolkerist», der die Milch von fünf Kuhmilch- und fünf Schafmilchlieferanten verarbeitet, in der Vergangenheit verschiedentlich gemacht. Biomilch war auch schon auf gute Zusammenarbeit mit dem grössten Milchverarbeiter angewiesen, wie Kambli sagt: «Ohne Emmi würde es Biomilch nicht mehr geben.»

Die Kleinen sind auf die Grossen angewiesen, umgekehrt die Grossmolkereien aber auch auf eine intakte Schweizer Biolandwirtschaft, erklärte Bruno Wermuth, Präsident der Berner Biomilchgenossenschaft. Denn wenn der Bedarf nach Biomilchprodukten nicht mehr mit Inlandmilch gedeckt werden könne, würden vermutlich fertig verarbeitete Produkte importiert, was den Umsatz der Verarbeiter in der Schweiz schmälerte. Im Vergleich zu den Märkten in der EU seien die Margen in der Schweiz nämlich sehr hoch. Wenn der Milchpreis um zehn Rappen sinke, würden nur gerade diese zehn Rappen an die Konsumentinnen und Konsumenten weitergegeben. Damit steige die Marge anteilmässig. Richtigerweise müssten auch die Produkte im Laden um 10 Prozent günstiger werden, Pastmilch also um 18 Rappen.

An Importszenarien mag Pius Biedermann derzeit nicht denken, seine Molkerei in Bischofszell ist mehr mit Exporten von Bioprodukten beschäftigt. Er hat seinen Biolieferanten vier Millionen Kilo Mehrmenge ausgegeben. «Diese Menge ist vollumfänglich für den Export bestimmt», erklärte er. Er zahlt dafür 14 Rappen weniger als für Linien-Biomilch, die ihm 13,5 Rappen mehr wert ist als konventionelle Milch.

Auch Urs Brändli, Präsident der Bio Suisse Fachkommission Milch, setzt sich für gute Produktionsbedingungen für Biomilch ein. Die Überschüsse der letzten Jahren seien nun abgebaut, nun gelte es, nicht in eine Mangelsituation zu rutschen: «Mangel an Biomilch täte auf die Dauer mehr weh als Überschüsse. Produkte würden aus den Regalen verschwinden, es gäbe keine Innovationen mehr.»

Von Coop aus werde kein Druck auf den Biomilchpreis ausgeübt, erklärte Christian Waffenschmidt von Coop. Und trotz der wirtschaftlich schwierigen Zeiten seien Mehrmengen von 5 bis 6 Prozent geplant. «Die aktuelle Krise wurde von den Finanzmärkten ausgelöst, nun orientieren sich die Leute an wirklichen Werten», stellte er fest. Bioprodukte seien der Inbegriff von Werten, hinter denen etwas steckt und die Vertrauen schaffen. als

re eine zurückhaltendere Gangart für die Preisentwicklung nicht vorteilhaft gewesen?

Ich bin nach wie vor der Auffassung, dass unsere Forderungen berechtigt waren. Wenn schon hätte man sie früher durchsetzen müssen. Das kann man auch mit Marktdaten belegen. Am Verhandlungstisch stellten wir die Forderung bereits lange vor dem Milchstreik, kamen damit aber nicht durch. Die EU-Preiskurve geht bis im Juli 08 aufwärts, und damals konnte niemand damit rechnen, dass es beim Milchpulver und auch beim Käse auf dem Weltmarkt eine so einschneidende Baisse geben würde, wie wir sie im Herbst erlebt haben. Ausserdem positionierten wir uns mit dieser Preiserhöhung für die aktuellen Preisverhandlungen besser, denn es gibt auch eine psychologische Schwelle, wie hoch der Preisabschlag in einem Schritt sein darf. Ohne Milchstreik lägen wir vielleicht auch heute noch ein paar Rappen tiefer.

Sie waren an der Grünen Woche in Berlin. Ist die Schweizer Milchwirtschaft fit für den EU-Markt?

Beim Sortenkäse ja. Der Export steigt vielleicht nicht so schnell wie erwartet, aber er steigt immerhin. Das Hauptproblem liegt aber darin, eine Antwort zu finden auf die Importverdrängung. Denn mit den sich öffnenden Grenzen

kommen viel mehr Importwaren in die Schweiz. Und die Verdrängung der Inlandprodukte aus unseren Regalen muss mit zusätzlichen Exporten kompensiert werden. Innerhalb von zwei Jahren hatten wir je neun Prozent mehr Importe. Das ist sehr kritisch. Das Problem liegt vor allem bei den Verarbeitungsstrukturen und fast fehlendem Inlandmarketing – etwa für Weichkäse und Frischkäse, da sind wir nicht konkurrenzfähig. In diesem Bereich müssen wir uns in nächster Zeit innerhalb der ganzen Branche mehr Gedanken machen. Denn ein florierender Export bringt für die Produzenten wenig, wenn der Import noch schneller wächst.

*Nicht gerade rosige Aussichten.*

Die langfristigen Perspektiven für die Milchproduktion in der Schweiz sind gut. Kurzfristig stehen wir jedoch vor einer harten Übergangszeit, bis sich alles neu eingependelt hat. Wenn uns allerdings die Bündelung des Angebots nicht gelingt, wird es für die Produzenten noch härter. Wer die Umstellung auf Bio auf sich genommen hat und heute Biomilch produziert, ist vergleichsweise gut aufgestellt. Auch der Biomarkt muss zwar mit empfindlichen Preissenkungen rechnen, doch immerhin auf einem höheren Niveau.

Interview: Alfred Schädeli