

BERICHT DES PRÄSIDENTEN

Meine Damen und Herren, geschätzte Berufskollegen,

Vor einem Jahr wurde Donald Trump zum 45. Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika gewählt. Am 1. November 2017 präsentierte unser Wirtschaftsminister Johann N. Schneider-Ammann eine Auslegeordnung für die Agrarpolitik 2022+. Was haben diese beiden Ereignisse gemeinsam? Während Donald Trump auf «Amerika First» setzt und internationale Verträge sistiert, kündigt oder nicht mehr weiterverhandelt, setzt der Bundesrat genau auf das Gegenteil. Er will die internationale Vernetzung der Schweiz vorantreiben und so unseren Wohlstand sichern.

In der Folge positionierten sich verschiedene Interessengruppen oder Verbände. Die sehr heftige und kategorisch ablehnende Reaktion des grössten Interessenvertreters der Landwirtschaft hat mich überrascht und verheisst nichts Gutes für die Weiterentwicklung der Landwirtschaftspolitik der Schweiz. Für mich ist klar, eine Status Quo-Lösung für die Landwirtschaft bringt uns nicht weiter. Wir Käsehersteller brauchen Marktzugänge im Ausland, und die bekommt man nur mit Gegenleistungen. Die Bilanz des Käsefreihandels mit der EU zeigt klar unsere Stärken und Schwächen auf. Wo haben wir gewonnen, und wo haben wir verloren? Trotz der ungünstigen Entwicklung des Wechselkurses mit der EU sind die Käseexporte gestiegen und sind im Schnitt CHF 2.— pro Kilogramm höher als die Importpreise. Natürlich sind auch die Käseimporte stark gestiegen in Bereichen, die preissensibel sind oder wo die Schweizer Herkunft keine Rolle spielt. Somit ist klar, dass wir unsere Produkte ganz bestimmt nicht über den Preis verkaufen können, sondern nur mit einer klaren Positionierung unserer Produkte. Das ist zwar keine neue Erkenntnis. Einzelne Produkte und/oder Hersteller haben das schon immer sehr erfolgreich gemacht. Was uns fehlt ist eine klare Positionierung der gesamten Milchwirtschaft.

An dieser Stelle habe ich Ihnen vor einem Jahr von der Mehrwertstrategie der BOM berichtet, die genau in diese Richtung zielt. Aber auch die Forderung von Emmi bezüglich Tierwohl geht in die gleiche Richtung. Leider sind wir nicht viel weiter als vor einem Jahr. Die Milchproduzenten erachten diese Mehrwertstrategie vor allem als Kommunikationsprojekt und möchten keine neuen Anforderungen oder Einschränkungen, zumindest nicht ohne entsprechende Entschädigung. Wenn wir als Milchbranche glaubwürdig sein wollen, kommen wir nicht darum herum gewisse Standards branchenweit zu definieren. Ich denke da an folgende nicht abschliessende Diskussionspunkte:

- Unterstützung einer konsequenten Zucht für eine Schweizer Raufutterkuh
- Senkung der Futtermittelimporte in die Schweiz
- Bewirtschaftung des ökologischen Fussabdruckes der Milchproduktion und -verarbeitung
- Limitierung der Milchproduktion pro ha
- obligatorische Tierwohlprogramme
- Erhöhung des Altersdurchschnittes der Kuhherde

Vermutlich werden einige von ihnen diese Punkte als realitätsfern bezeichnen, und für manche mag es gar ein «No-Go» darstellen und könnte getrost «geschreddert» werden. Die Realität zeigt aber, dass solche «freiwilligen» Einschränkungen erfolgreich sein können. Mehrere Beispiele in den Sortenorganisationen zeigen dies.

Trotz Trump, Brexit, etc. werden unsere Landesgrenzen durchlässiger. Also ist es umso wichtiger, sich als Gesamtbranche von den ausländischen Konkurrenten klar zu differenzieren. Und warum soll ein Konsument oder Milchkäufer mehr für Schweizer Milch bezahlen, wenn er eine vergleichbare ausländische Milch günstiger bekommt? In diesem Zusammenhang möchte ich Christian Schönbächler, Präsident der Junglandwirtekommission des SBV aus einem Artikel der Bauernzeitung von anfangs September 2017 zitieren. Er führt aus: «Deshalb hat es Sinn, sich in Zukunft wieder vermehrt auf diesen Wettbewerbsvorteil des Graslands Schweiz zu fokussieren. Denn produzieren wir in der Schweiz Milch aus französischer Luzerne, deutschem Heu, brasilianischem Soja, indonesischem Palmöl mit amerikanischer Genetik in einem holländischen Stallkonzept, gemanagt von einem polnischen Praktikanten, fehlen mir ehrlich gesagt die

Argumente, weshalb diese Milch mehr Wert sein soll, als aktuell dafür bezahlt wird». Diese Aussage von Schönbächler finde ich mutig, reflektiert und in die Zukunft gerichtet, getreu nach dem Motto der Junglandwirte; vorwärts schauen, vorwärts gehen! Das gefällt mir.

Und die ausländische Milchwirtschaft bewegt sich! Die machen zum Teil einen guten Job. Irland zum Beispiel positioniert sich mit dem Programm «Origin Green» als besonders nachhaltig. Oder in Deutschland hat die Genossenschaft und Molkerei Berchtesgadener Milch mit 1'800 Milchproduzenten am 26. Oktober 2017 beschlossen, freiwillig auf Glyphosat zu verzichten. Ganz klar eine Möglichkeit sich von den Mitbewerbern zu differenzieren.

Ich hoffe wirklich, dass es uns als Milchbranche gelingt hier mehrheitsfähige und zukunftssträchtige Konzepte zu entwickeln. Wir als FROMARTE werden uns auf jeden Fall konstruktiv in die Diskussionen einbringen.

Oft wird in den Diskussionen über unser hohes Kostenniveau gejammert und es werden kostensenkende Massnahmen gefordert. Selbstverständlich ist es eine Daueraufgabe eines Unternehmers die Kosten im Griff zu haben. Aber seien wir realistisch und ehrlich mit uns, denn wenn ich die wichtigsten Kosten einer Käserei anschau, sieht das eher ernüchternd aus:

- Rohstoff: Kostensenkungspotential gross, aber langfristig keine Lösung, da die Milchproduzenten einen fairen Milchpreis brauchen.
- Löhne: In Zeiten des Fachkräftemangels unmöglich, dass diese sinken, im Gegenteil.
- Energie: Die Energie wird tendenziell teurer werden. Hier ist Energieeffizienz gefragt.
- Strukturkosten: Hier besteht erhebliches Kostensenkungspotential, aber unser Schweizer Perfektionismus schränkt auch hier die Möglichkeiten von Kostensenkungen ein. Das Streben nach hoher Qualität ist auch ein Schweizer Wert.

Also, konzentrieren wir uns auf unsere Stärken statt unsere Schwächen zu beklagen. Wir müssen die steigenden Kosten mit höheren Verkaufserlösen kompensieren, und dazu braucht es eben eine klare Positionierung der gesamten Milchbranche, wie bereits ausgeführt.

Als Präsident von FROMARTE mache ich mir auch Gedanken über die Vermarktung unserer Sortenkäse. Je länger ich mir darüber den Kopf zerbreche, komme ich zum Schluss, dass in diesem Falle die Positionierung alleine nicht reicht. Es braucht jemand, der die alleinige Verantwortung für Produktionslenkung, Marketing und Verkauf übernimmt. Als Beispiel könnten wir das integrierte System der Pouletfleischproduktion näher anschauen und vielleicht davon lernen. Aber es wird nur funktionieren, wenn wir Kompetenzen an eine «Zentrale» abtreten. Da blutet zwar mein Unternehmerherz, aber im übergeordneten Interesse ist es vermutlich notwendig.

Ich bin froh, dass wir auf der Geschäftsstelle personell in den letzten Jahren eine starke Kontinuität hatten und haben. Ich danke dem ganzen Team der Geschäftsstelle für ihre Arbeit zugunsten von uns Käsern und der gewerblichen Käseherstellung. Einen ausserordentlichen Dank möchte ich auch unserem Direktor Jacques Gygax aussprechen. Mit seinen fundierten Kenntnissen in den Dossiers und seiner Hartnäckigkeit ist er für uns Käser und für mich im Speziellen eine grosse Unterstützung und Bereicherung. Ganz herzlichen Dank, Jacques.

Inputs, Anmerkungen, Kritik oder neue Ideen von Euch, geschätzte Delegierte, sind jederzeit willkommen und ausdrücklich erwünscht. Ich freue mich auf jedes Feedback.

Ganz herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit, und ich erkläre diese Delegiertenversammlung als eröffnet.



Hans Aschwanden
Präsident FROMARTE