

## **BERICHT DES PRÄSIDENTEN**

### **Dynamik in der Milchwirtschaft bleibt hoch**

Mit dem Differenzbereinigungsverfahren zwischen den eidgenössischen Räten ist die AP14-17 unter Dach. Obwohl noch einige Bauern mit einem Referendum drohen, ist die Sache gelaufen. Über die Details wird Sie unser Direktor Jacques Gygax unter Traktandum 3 informieren. Für die gewerblichen Milchverarbeiter ist das Ergebnis gut und kann als Erfolg betrachtet werden. Wir dürfen und können uns aber nicht zurücklehnen. Jetzt beginnen die Arbeiten an den Verordnungen, wo noch einiges beeinflusst werden kann. Zudem darf man nicht vergessen, dass die Landwirte eine valable Alternative zur Produktion bekommen haben. Auch wenn sich die meisten Bauern als Produzenten von Nahrungsmittel sehen und nicht als Landschaftsgärtner, wird die Umlagerung von Direktzahlungen dazu führen, dass die Produktion geschwächt wird und die Produkte tendenziell knapper werden. Es muss uns also gelingen mit den Verkaufserlösen unserer Käsespezialitäten eine anständige Wertschöpfung zu erzielen, damit wir den Milchproduzenten ansprechende Milchpreise bezahlen können. Ansonsten besteht die Gefahr, dass sie in die „Landschaftsgärtnerei“ wechseln.

Ein besonderes Augenmerk muss in diesem Zusammenhang auf den Emmentaler gerichtet werden. Mit den wegweisenden Entscheiden vom letzten Donnerstag an der DV der Emmentaler Switzerland, ist jetzt nochmals eine Chance – vermutlich die letzte – gekommen, den Emmentaler so zu positionieren, dass alle in der Wertschöpfungskette Geld verdienen. Diesbezüglich bin ich auf eine Pressemitteilung von FROMARTE vom 31. März 2004 gestossen, bei welcher FROMARTE für die Weltmeisterkäse von 2004 einen angemessenen Preis verlangte. Damals haben die Emmentaler-Käser Anton Wyss, Signau, Marcel Züger, Lömmenswil und Niklaus Haldimann, Heimenschwand in Wisconsin/USA die Gold-, Silber und Bronzemedaille gewonnen. Vor einigen Tagen habe ich den Goldmedaillen-Käse von 2004 in Ventimiglia/Italien in einer Käsetheke entdeckt. Zum Preise von 11.45 Euro/Kilo, umgerechnet CHF 13.75, wird dort der Weltmeisterkäse angeboten. Das zeigt, dass bei unseren Vermarktungsstrukturen sicher Handlungsbedarf besteht. Wir als Käsehersteller werden nicht darum herumkommen, allgemein mehr Verantwortung für unsere Produkte in der Vermarktung zu übernehmen.

Interessant sind auch die vielen Wechsel von Personen in der Milchwirtschaft in den letzten 6 Monaten. In erster Linie denke ich dabei an den Doppelrücktritt von Peter Gfeller und Albert Rösti an der Spitze der SMP. Aber auch bei anderen milchwirtschaftlichen Organisationen und Unternehmen wie Hochdorf Nutritec, SO Tilsiter und Appenzeller und der Emmentaler Schaukäserei oder auch mit dem Rücktritt von Andreas Hitz und Roland Werner bei der BO Milch. Mit der kürzlich übernommenen Käserei Studer AG, Amriswil durch die Emmi oder der Übernahme der Bergsenn AG durch die Migros wird diese starke Dynamik in der Milchwirtschaft unterstrichen.

Diese ganze Dynamik wird auch die Mitgliederstruktur von FROMARTE stark beeinflussen und die Anzahl der Mitglieder wird abnehmen. Dies wird für die Verbandsleitung in Zukunft eine grosse Herausforderung sein und wir werden uns den veränderten Gegebenheiten anpassen müssen.

### **BO Milch**

Inzwischen hat sich die BO Milch vom horizontalen Ausgleich zwischen den Milchproduzenten verabschiedet (sprich Kässelpolitik) und ist an der Umsetzung der Segmentierung. FROMARTE hat sich für eine Abschaffung der Kässelpolitik stark gemacht und die konsequente Umsetzung der Segmentierung gefordert. Trotzdem bleibt die Umsetzung der Segmentierung ein Knackpunkt. Diesbezüglich wird Sie unser Direktor im Detail informieren. Die Herausforderungen innerhalb der BO Milch bleiben aber weiterhin sehr gross.

## Märkte

Die Preise auf den internationalen Milchmärkten steigen. Mit der Richtpreisanpassung von 3 Rp./kg per 1. Juni 2013 kommt Bewegung in den Markt. In der Schweiz werden die Preiserhöhungen an die Verkaufsfrent weitergegeben. Das ist eine Chance auch die Preise für Naturkäse im Inland anzupassen. Was mich freut, ist die Tatsache, dass unsere grössten Kunden im Inland allesamt trotz Einkaufstourismus und starkem Franken mehr Umsatz und Gewinn erwirtschaftet haben. Ob sich eine Preiserhöhung bei unseren Kunden im Ausland umsetzen lässt, wird sich zeigen. Der starke Schweizer Franken in den letzten 2 Jahren und die wirtschaftlichen Schwierigkeiten in unseren wichtigsten Abnehmerländern werden den Spielraum für Preiserhöhungen stark einschränken.

Auf der Leinwand sehen Sie jetzt den 188. höchsten Berg der Welt. Stellen Sie Sich vor, Sie würden Ihren Freunden erzählen, dass Sie den 188. höchsten Berg der Welt bestiegen haben. „Ja, und?“ wird die Reaktion Ihrer Freunde sein. Aber wenn Sie ihnen aber erzählen, dass Sie den höchsten Berg ausserhalb von Asien bestiegen haben oder den höchsten Berg von Südamerika, dann hat Ihre Besteigung mehr Wert, obwohl die Leistung gleich bleibt. Dieser Berg ist übrigens der 6962 m hohe Aconcagua in Argentinien.

Genau so stelle ich mir den Verkauf von Schweizer Käse im Ausland vor. Wir müssen unsere Einzigartigkeit, unsere Werte noch mehr betonen. Ich gebe Ihnen ein Beispiel. In den letzten Monaten hat die bayrische Käserei Goldsteig bekannt gegeben, dass sie ihr Sortiment „Ohne Gentechnik“ ausbauen will. Fast alle Käsehersteller der Schweiz haben die Verzichtserklärung der SCM unterschrieben. Dies bedeutet, dass „Ohne Gentechnik“ bei uns quasi der Standard ist. Aber wieso kommuniziert das (fast) keiner?

An dieser Stelle möchte ich Ihnen auch eine kleine Geschichte erzählen, die mich in den letzten Monaten ziemlich genervt hat. Stellen Sie Sich vor, Sie gehen an den Bahnhof, kaufen ein 1. Klasse Billet, steigen aber in die 2. Klasse ein. Der Kondukteur stellt bei der Kontrolle fest, dass Sie in der falschen Klasse sind und verlangt, dass Sie ein 2. Klasse Billet kaufen, obwohl Sie ein Billet der ersten Klasse besitzen. Bestimmt sagen Sie, dass dies nicht möglich ist. Bei den SBB nicht, aber bei Suisse Garantie. Fast alle Käsereien besitzen mindestens ein Zertifikat, sei es AOC, AdR oder ähnliche, die im Minimum dem Standard von Suisse Garantie entsprechen. Ausserdem haben fast alle die Verzichtserklärung der SCM unterschrieben. Die Agro Marketing Schweiz (AMS) als Inhaber der Marke Suisse Garantie verlangt trotzdem von uns Rahmlieferanten, dass wir uns nach Suisse Garantie zertifizieren lassen. Unser Vorschlag, dass man mit hochwertigeren Labels wie AOC oder Bio das Label Suisse Garantie automatisch erfüllt, wurde unter anderem mit dem Hinweis auf Glaubwürdigkeit abgelehnt. Andererseits erfüllt ein Milchproduzent, der zum Beispiel bei QM Schweizer Fleisch mitmacht, automatisch Suisse Garantie. Dabei spielt es keine Rolle, ob die Kuh auch ausländisches Futter frisst. Wenn die Milch beim Euter rauskommt, ist es Suisse Garantie. Sind wir Rahmlieferanten wirklich ein Glaubwürdigkeitsproblem für Suisse Garantie, wenn wir nicht zertifiziert sind? Diese Übung verursacht in den Käsereien Kosten von insgesamt rund CHF 200'000.--. Fazit dieser Übung: Es generiert Umsatz für die Zertifizierungsunternehmen, aber leider keinen Nutzen für unsere Kunden. Schade! Ein typischer Schuss, der hinten raus geht!

## Milchwirtschaftliche Berufsbildung

Die demographische Entwicklung verstärkt den Mangel an Fachkräften. Diese Entwicklung spüren wir in unseren Betrieben. Obwohl bei der beruflichen Grundausbildung die Anzahl der Lehrlinge in der letzten 10 Jahre trotz starkem Strukturwandel mehr oder weniger konstant war, ist die Quote der Milchtechnologen, die eine höhere Berufsausbildung in Angriff nimmt, eindeutig zu tief. Wir sind alle gefordert, die nötigen Bedingungen zu schaffen, dass wir diese Quote unbedingt erhöhen können. Für eine junge Berufsfrau oder einen jungen Berufsmann ist die Investition in die Weiterbildung einen Kraftakt. Die Fachschule 1 zum Beispiel kostet inkl. Lohnausfall rund CHF 40'000.--. In einem Alter, in dem andere Sachen (eigene Wohnung, Ferien, Auto, Freundin) möglicherweise eine höhere Priorität haben, ist eine solche Investition sicher nicht selbstverständlich. Hier besteht Handlungsbedarf. Hier müssen wir als Verband mit unseren Sektionen, aber auch jedes einzelne Mitglied, vermehrt aktiv sein, damit wir unserem beruflichen Nachwuchs attraktive Bedingungen bieten können und auch gegenüber der Milchindustrie konkurrenzfähiger auf dem Arbeitsmarkt werden. Die Industrie hat dies schon länger erkannt und unterstützt Absolventen der Fachschulen.

Mit der Kündigung von Florian Berset beim SMV gibt es eine personelle Veränderung im Bildungswesen. Bei dieser Gelegenheit möchte ich Florian herzlich danken für seinen grossen Einsatz in den letzten 2 Jahren. Ich wünsche ihm viel Erfolg und Befriedigung bei seiner neuen Tätigkeit beim Bund. Ab dem 1. August 2013 wird Daniel Wieland Geschäftsführer des SMV. Ich wünsche Herr Wieland, der sich für heute entschuldigt hat, einen guten Start und hoffe auf eine gute Zusammenarbeit mit FROMARTE. Wir werden prüfen, ob sich an der Gurtengasse 6 eventuell zusätzliche Synergien zwischen SMV und FROMARTE ergeben.

## **FROMARTE**

Am 3. März 2013 ist Walter Studer im Alter von 87 Jahren verstorben. Er war von 1982 – 1994 Präsident des damaligen SMKV, der heutigen FROMARTE. In der letzten Ausgabe von Alimenta hat Ernst Hofer eine Würdigung geschrieben. Ich habe Walter Studer persönlich nicht gekannt, aber aus Erzählungen von Weggenossen des Verstorbenen weiss ich, dass Walter Studer eine sehr starke und interessante Persönlichkeit war. Ich bitte Sie um einen kurzen Moment der Ruhe, um dem Verstorbenen zu gedenken.

Zum Abschluss dieses Berichts danke ich unserem Direktor Jacques Gygax für seine grosse Arbeit im Dienste der Schweizer Käsespezialisten. Ich danke ebenfalls dem ganzen FROMARTE-Team.

Obwohl wir versuchen möglichst überall Klarheit und Weitsicht zu erhalten, bleiben einige Geheimnisse bestehen. In diesem Sinne danke ich Ihnen für die Aufmerksamkeit.



Hans Aschwanden  
Präsident FROMARTE