

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

MPM-Milchproduzententag 2014 **Vianco Arena Brunegg**

5. Dezember 2014

Segmentierung des Milchmarkts: Nutzen und Grenzen

Stefan Kohler
Geschäftsführer BO Milch

Branchenorganisation Milch, Weststr. 10, 3000 Bern 6
info@ip-lait.ch / www.ip-lait.ch

1

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Die Branchenorganisation Milch

- Im Juni 2009 gegründet als Verein
- Die gesamte Wertschöpfungskette ist in der BO Milch vertreten
- Der statutarische Zweck der BO Milch ist die Stärkung der Wirtschaftlichkeit ihrer Mitglieder
- Stefan Kohler seit 1. 1. 2014 Geschäftsführer der BO Milch

Mitgliederstruktur:

- 4 nationale Organisationen
- 24 regionale Organisationen der Milchproduzenten (z.B. MIMO)
- 5 Organisationen der gewerblichen Milchverarbeiter
- 11 industrielle Milchverarbeitungsbetriebe
- 2 Detailhandelsunternehmen (Migros und Coop)

2

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Aufgaben der BO Milch

- Richtpreise bestimmen als Leitschnur für die drei Segmente A, B und C
- Segmentierung: Seit 1. 7. 2013 gilt dafür die Allgemeinverbindlichkeit: Definieren und überwachen
- Mai 2011 bis April 2013: Fonds Marktentlastung
- Bis August 2011: Interventionsfonds
- Plattform für die Milchbranche: Hier spricht man miteinander
- Zuständig für bestehende und neue «Spielregeln» im Schweizer Milchmarkt

3

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Was kann die BO Milch?

Richtpreise: Im Industriemilchbereich grosse Wirkung

Segmentierung: Trennung von A und B-Milch: grosse Wirkung

Plattform wo alle miteinander sprechen und Abmachungen treffen

Marktbeeinflussung durch frühere und evtl. zukünftige Fonds: Aber: Wer zahlt und wer erhält?

4

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Was kann die BO Milch nicht?

Marktsteuerung: Marktentwicklung und Preise kann sie nicht entkoppeln

Die BO Milch ist kein Ersatz für die Kontingentierung

Es ist keine oder nur eine minimale Mengensteuerung möglich; siehe 2013 und 2014

Sie kann und will nicht alternative Lösungen von einzelnen Interessengruppen verhindern

Die Milchpreise im Markt kann sie nicht bestimmen

5

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Richtpreise

- A-Richtpreis: Branchenvereinbarung (derzeit 71 Rp./kg)
85 % der Schweizer Milchmenge (inkl. Käseemilch)
- B-Richtpreis: Fett Inland / Eiweiss Ausland
(derzeit 50.7 Rp./kg) 13 % der Milchmenge
- C-Richtpreis: Fett und Eiweiss Ausland
(derzeit 24.2 Rp./kg) 2 % der Milchmenge

6

Daten zur Segmentierung 2014

Monat	A-Milch		B-Milch		C-Milch	
	t	%	t	%	t	%
Januar	261'669	87.6	37'172	12.4	0	0.0
Februar	242'174	87.2	34'802	12.5	718	0.3
März	263'083	83.1	50'380	15.9	3'057	1.0
April	267'996	82.4	42'672	13.1	14'661	4.5
Mai	268'132	82.8	39'764	12.3	15'755	4.9
Juni	245'696	86.0	29'118	10.2	10'805	3.8
Juli	233'610	84.5	38'096	13.8	4'673	1.7
August	231'140	86.4	34'193	12.8	2'192	0.8
September	228'060	86.9	32'360	12.3	1985	0.8
Oktober	-	-	-	-	-	-
November	-	-	-	-	-	-
Dezember	-	-	-	-	-	-
Total	2'241'560	85.2	338'558	12.8	53'846	2.0

BRANCHENORGANISATION MILCH BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Bilanz Segmentierung: A- und B-Segment

- Frage: Was bringt die Segmentierung den Milchbauern?
- Wie hoch wäre der Milchpreis für Industriemilch, wenn es die Segmentierung nicht gäbe?
- Häufigste Antwort: Er würde im Bereich LTO+ liegen, evtl. kommen noch 2 bis 3 Rappen Swissness-Bonus dazu.

Folgende Überlegungen sind keine Wissenschaft aber ein Hinweis auf die Wirkung der Segmentierung

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Bilanz Segmentierung: A- und B-Segment

- 85 % von 3,4 Mio t Milch sind im A-Segment
- Rund 60 % dieser Milch ist Industriemilch
- A-Richtpreis liegt 2014 bei 71 Rappen
- B-Richtpreis liegt 2014 bei durchschnittlich 59 Rappen
- LTO+-Preis liegt 2014 bei durchschnittlich 62 Rappen
- Segmentierung erhöht die Wertschöpfung im «A»
um rund 7 bis 9 Rp./kg
- Segmentierung reduziert die Wertschöpfung im «B»
um rund 3 bis 5 Rp./kg
- Finanzierung von C-Milch müsste auch ohne
Segmentierung gemacht werden

9

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Bilanz Segmentierung: A- und B-Segment

«Milchbüechli-Rechnung»:

- Gesamtschweizerisch profitiert 51 % der Milch von der Segmentierung im A.
- 13 % der Milch ist B-Segment und «leidet» mit 3 bis 5 Rappen und dem LTO+Preis.

**Segmentierung führt zu massiv
höherer Wertschöpfung für die Produzenten**

10

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Bilanz Segmentierung: C-Segment

- Rückblick: 2011 und 2012 sind für C-Exporte rund 65 Mio Franken aus FME verwendet worden. Führte zu Stabilisierung des Marktes
- 2013 gab es praktisch keine Überschusmilch, kaum C-Mengen
- 2014 sind rund 4,5 % mehr Milch eingeliefert worden
- C-Mengen sind vor allem in den Monaten April, Mai und Juni abgerechnet worden (Wirkung von Lacto-Fama)
- Im Jahresdurchschnitt bisher rund 2 % C-Milch

Trotz 4,5 % Mehrmengen sind nur 2 % als C-Milch gemeldet worden.
Wo liegt das Problem?

11

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Warum funktioniert C-Segment nicht optimal?

- C-Milch ist freiwillig auf allen Stufen (auf Jahresbasis)
- Was Überschusmilch ist und was saisonal zu viel kommt, weiss man erst später
- Mengensteuerung mit C-Milch hat sich als wenig praxistauglich erwiesen
 - Bauern arbeiten mit Natur
 - Produktion reagiert zeitlich verzögert
 - Konkurrenz unter den Milchhändlern
 - Freiwilligkeit als Nachteil

Diese Erkenntnisse fliessen in die jetzt laufende Revision des Segmentierungsreglements ein
Abschluss im April 2015 Delegiertenversammlung der BO Milch

12

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

Fazit

- Segmentierung hilft, Wertschöpfung in der Milchwirtschaft zu erhöhen
- Segmentierung erzielt grosse Wirkung für das A-Segment
- 2014 sind 4,5 % mehr Milch produziert worden
- Preise im A-Segment ist lange Zeit stabil geblieben
- Mit C-Milch wird keine mengensteuernde Wirkung erzielt, aber es wird damit die Finanzierung von Exporten mitgetragen

13

BRANCHENORGANISATION MILCH

BO MILCH - IP LAIT - IP LATTE

**Herzlichen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**

14