



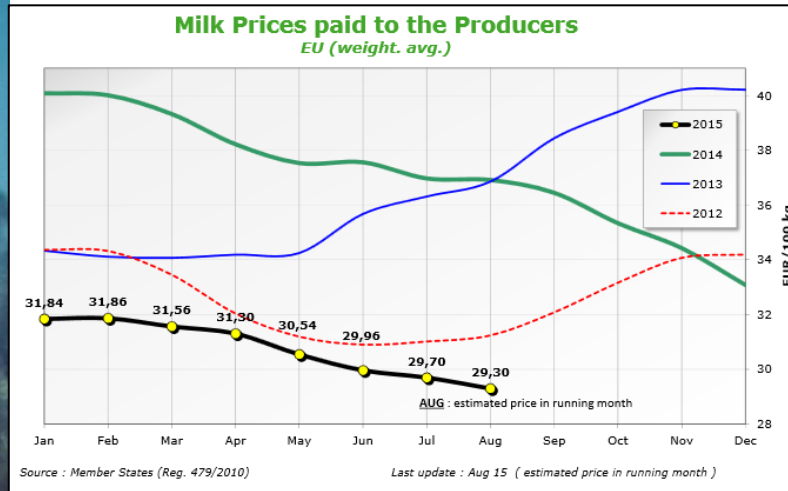
Martin Rufer
Departementsleiter

Die Schweizer Milchwirtschaft aus Sicht des SBV – Situation und Möglichkeiten

MPM
3.12.2015



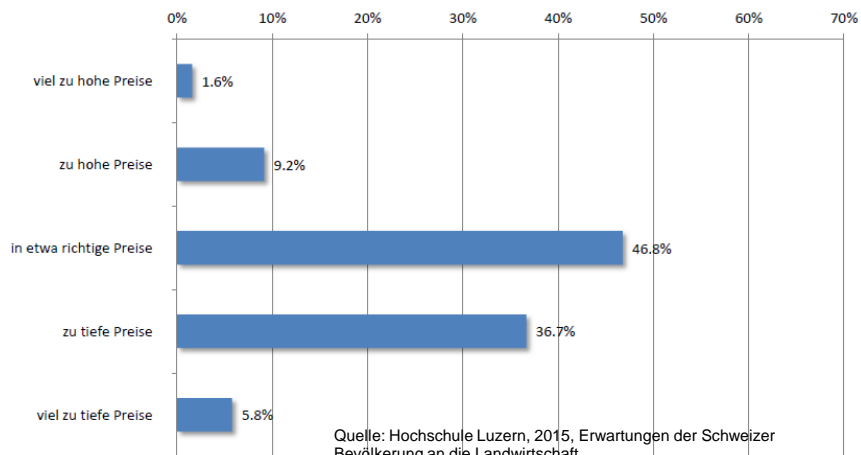
Milchpreisentwicklung



Quelle: SMP

Beurteilung Produzentenpreise

Ist die Höhe der **Produzentenpreise** (Preise, welche die Produzenten erhalten) angemessen?

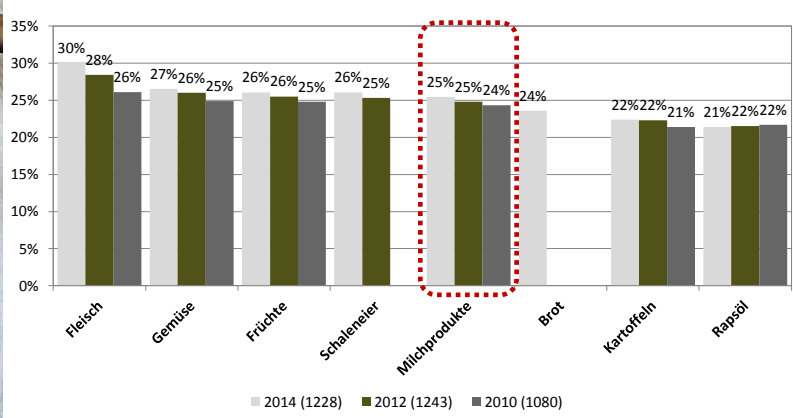


Zahlungsbereitschaft Swissness



Zahlungsbereitschaft Nahrungsmittel: «Wie viel sind die Konsumenten bereit für Schweizer Produkte mehr zu bezahlen?»

Quelle: AMS, Markt – und Konsumparameter, 2014

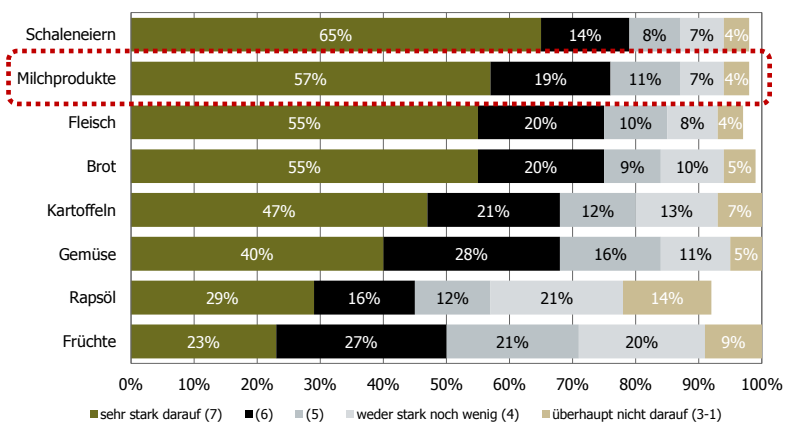


Präferenz Swissness



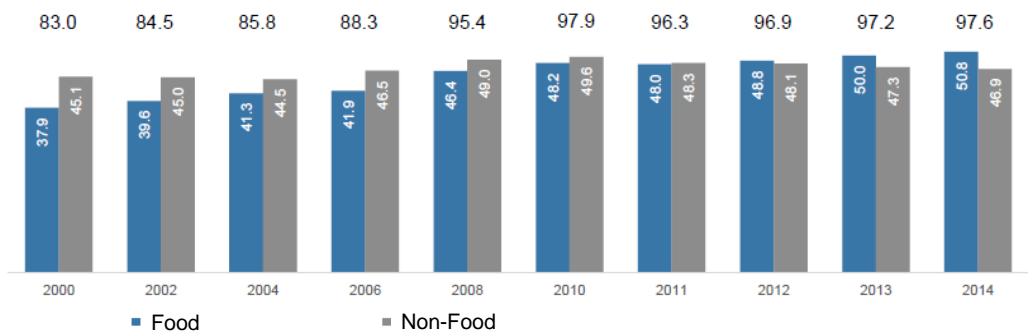
Sie sehen hier einige landwirtschaftliche Produkte. Bitte geben Sie jeweils an, wie stark Sie beim Kauf des jeweiligen Produktes darauf achten, ob es aus der Schweiz stammt.

Quelle: AMS, Markt – und Konsumparameter, 2015



Umsatzentwicklung

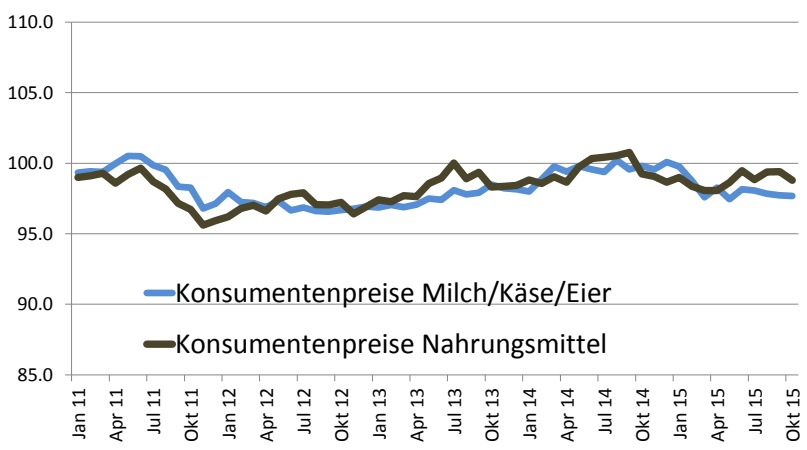
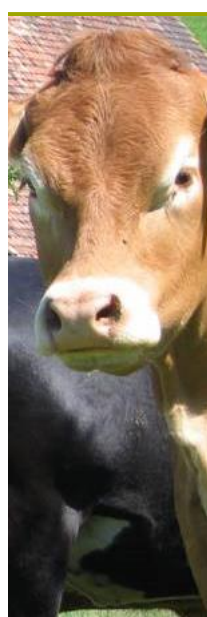
Entwicklung Umsatz Detailhandel in der Schweiz in Mrd. (Quelle: BAK)



Preisentwicklung Konsumentenpreise

Entwicklung Konsumentenpreise letzte 5 Jahre

Quelle: Bundesamt für Statistik, Dez. 2010 = 100

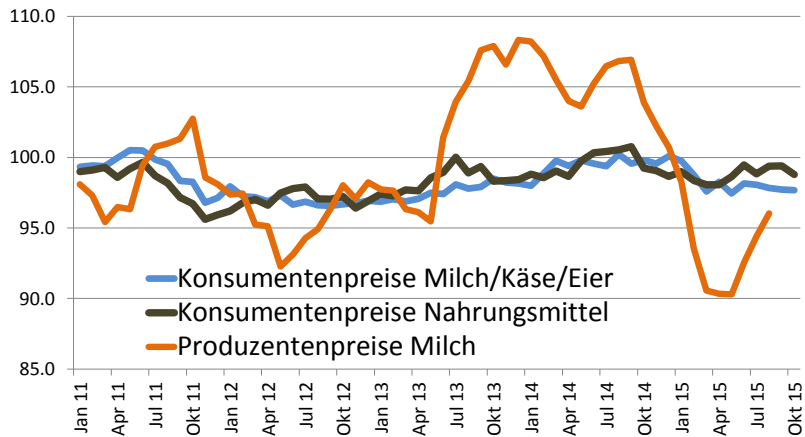


Preisentwicklung Konsumenten- und Produzentenpreise



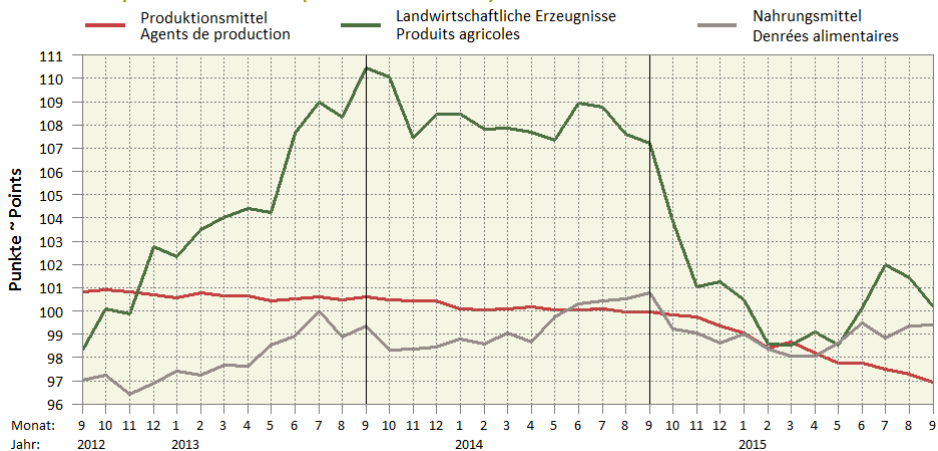
Entwicklung Konsumentenpreise letzte 5 Jahre

Quelle: Bundesamt für Statistik, Dez. 2010 = 100



Entwicklung Preise

Indexvergleich (Dezember 2010=100)
Comparaison des indices (décembre 2010=100)



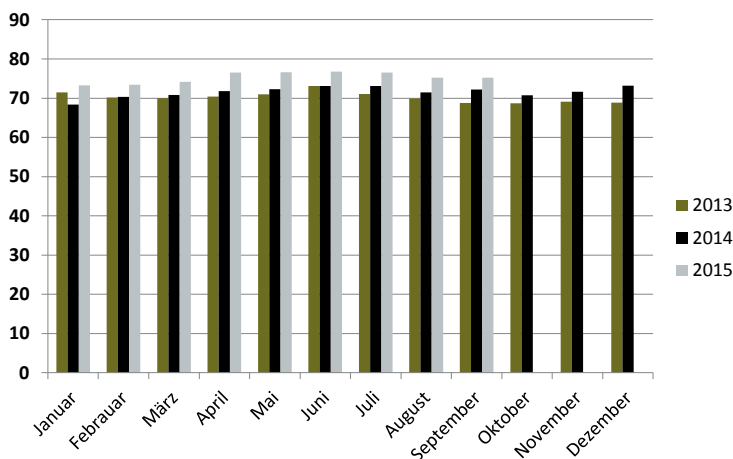
Quelle: Bundesamt für Statistik (BFS); Agristat

Entwicklung Preise - Margen



Entwicklung Bruttomarge Milch/Milchprodukte

Quelle: Bundesamt für Landwirtschaft, November 2015



Zwischenbilanz



- Schweizer Endkonsumenten haben grundsätzliche Präferenz in Schweizer (Milch-) Produkte
 - Marketing-/Kommunikationsmassnahmen wirken
 - Vertrauen, Zahlungsbereitschaft vorhanden
- Weitgehend stabile Konsumentenpreise für Nahrungsmittel in der Schweiz, auch für Milch
- Gute Konsumentenpreise sind Voraussetzung, aber keine Garantie für gute Produzentenpreise
- Aber ...

Zwischenbilanz



- An den Konsumenten liegt es nicht!
- Konsumenten «bearbeiten» ist wichtig, reicht aber nicht
- Rohstoffmarkt läuft nicht parallel zum Endproduktmarkt
- Rohstoffmarkt verläuft nach andern Regeln
- Beim Rohstoffmarkt ansetzen, Voraussetzung schaffen, dass wir von der guten Situation mit den Schweizer Konsumenten profitieren können.
- Brückenschlag zum Konsumenten

13

Strategische Stossrichtungen SBV



«Dem
Importdruck
entgegenhalten»

- Grenzschutz verteidigen
- Sicherung Milchzulagen / Schoggigesetz
- Bekämpfung Zollschlupflöcher
- ...

«Die
Konsumenten
begeistern»

- Stärkung Absatzförderung
- Umsetzung Qualitätsstrategie
- Produktinnovation
- ...

«Unsere Produkte
unerlässlich
machen»

- Umsetzung Swissness
- Deklaration Herkunft Rohstoff
- Auslobung GVO-freiheit
- ...

«Auf Augenhöhe
der Abnehmer
sein»

- Koordination zwischen Produzenten stärken
- Transparenz Preisbildung
- Angebot knapp halten
- ...

Strategische Stossrichtungen SBV



«Die
Konsumenten
begeistern»

- Stärkung Absatzförderung
- Umsetzung Qualitätsstrategie
- Produktinnovation
- ...

Strategische Stossrichtungen SBV



«Dem
Importdruck
entgegenhalten»

- Grenzschutz halten / verteidigen
- Sicherung Milchzulagen
- Sicherung Schoggigesetz
- Bekämpfung Zollschlupflöcher
- ...

Strategische Stossrichtungen SBV



«Unsere
Produkte
unersetzlich
machen»

- Umsetzung / Durchsetzung Swissness
- Stärkung Deklaration Herkunft Rohstoff
- Auslobung GVO-Freiheit Rohstoff
- ...

Strategische Stossrichtungen SBV



«Auf Augenhöhe
der Abnehmer
sein»

- Angebot knapp halten
- Rentabilitätskennzahlen
- Koordination zwischen Produzenten stärken
- Transparenz Preisbildung
- Verträge

Arbeitsverdienst



Arbeitsverdienst Landwirtschaft (2010 – 2012)

Quelle: Agroscope, 2015

Brotgetreide

| | Mittelw. | unteres | oberes |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Leistungen total | 4483 | 3843 | 5165 |
| Kosten ohne Arbeit | 3632 | 3991 | 3382 |
| Arbeitsverdienst | 852 | -148 | 1783 |
| Arbeit [NAT] | 3.9 | 3.9 | 3.7 |
| Stundenlohn alle Arb'kräfte | 22 | -4 | 48 |

Raps

| | Mittelw. | unteres | oberes |
|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Leistungen total | 5112 | 4595 | 5692 |
| Kosten ohne Arbeit | 3678 | 4200 | 3251 |
| Arbeitsverdienst | 1434 | 395 | 2441 |
| Arbeit [NAT] | 3.7 | 3.8 | 3.6 |
| Stundenlohn alle Arb'kräfte | 40 | 10 | 69 |

Milchvieh & Aufzucht

| | Mittelw. | unteres | oberes |
|------------------------------------|-----------|----------|-----------|
| Leistungen total | 6297 | 5775 | 6824 |
| Kosten ohne Arbeit | 4670 | 5479 | 4148 |
| Arbeitsverdienst | 1627 | 297 | 2677 |
| Arbeit [NAT] | 16.7 | 19.7 | 12.0 |
| Stundenlohn alle Arb'kräfte | 11 | 1 | 23 |

Kartoffeln

| | Mittelw. | unteres | oberes |
|------------------------------------|-----------|----------|-----------|
| Leistungen total | 15366 | 10834 | 19347 |
| Kosten ohne Arbeit | 9614 | 10050 | 9386 |
| Arbeitsverdienst | 5752 | 784 | 9961 |
| Arbeit [NAT] | 16.9 | 17.8 | 14.6 |
| Stundenlohn alle Arb'kräfte | 36 | 4 | 70 |

Zusammenfassung / Schlussfazit



- Schweizer Milch/Milchprodukte sind bei den Konsumenten gut positioniert
- Brückenschlag zu den Konsumenten
- Politischer Massnahmen Fokus auf Rohstoffmarkt
 - Austauschbarkeit des Rohstoffes minimieren
 - Grenzschutz verteidigen
 - ...
- Mengenproblem offen angehen



Besten Dank für die Aufmerksamkeit

