

19. Juli 2019

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6
Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
Internet: www.swissmilk.ch
E-Mail: smp@swissmilk.ch



S M P • P S L

Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producents Svizzers da Latg

SMP INFO-EXPRESS: Branchenstandard Nachhaltige Milch

Der Weg zum «grünen Teppich»

Die Schweizer Milchproduzenten haben vor gut einem Jahr beschlossen, in der Branche einen konkreten Vorschlag für einen neuen Produktionsstandard für Schweizer Milch einzureichen. Die BO Milch führt nun den «grünen Teppich» auf der Molkereimilch auf den 1. September 2019 ein. Der «grüne Teppich» ist ein Instrument, um Schweizer Milch und Milchprodukte von ausländischen immer zu unterscheiden. Damit er zum Erfolg wird, muss er am Markt umgesetzt werden.

Die Erwartungen der Gesellschaft an die Land- und Ernährungswirtschaft gehen immer stärker in Richtung Nachhaltigkeit. Breite Schichten der Konsumentinnen und Konsumenten gehen davon aus, dass Schweizer Milch Mehrwerte bietet und dass die Produktion die Nachhaltigkeit in allen Dimensionen erfüllt. Im Gegenzug muss der Konsument bereit sein, für den Mehrwert einen Mehrpreis zu entrichten.

Mehrwerte der Schweizer Milch

Schweizer Familienbetriebe, welche im Raufutter- und Wasserland Schweiz Milch produzieren und die Tiere nach einem der strengsten Tierschutzgesetze der Welt halten, produzieren bereits heute Milch die sich von ausländischer deutlich unterscheidet. Der Branchenstandard Nachhaltige Milch, der «grüne Teppich», geht mit seinen Anforderungen (siehe unten) über diese gesetzlichen Mindestanforderungen hinaus. Diese Mehrwerte können dem Konsumenten erklärt und aufgezeigt werden. Das SMP-Basismarketing macht dies mit der neuen Kommunikationskampagne bereits seit dem 1. März 2018. Um den

Konsumenten besser überzeugen zu können, ist es wichtig, dass mittelfristig möglichst alle Schweizer Milch diese Anforderungen erfüllt.

Käseemilch noch abwarten

In der Schweiz hängen der Molkerei- und der Käseemilchmarkt stark voneinander ab. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass insbesondere auch die silofrei produzierte Käseemilch den Produktionsstandard

erfüllt. Alles andere ist für den Konsumenten nur sehr schwer zu verstehen.

Da die BO Milch formell nur für die Molkereimilch entscheidet, ist es positiv, dass sich auch die Sortenorganisationen der Schweizer AOP-Käse mit der Thematik der nachhaltigen Milchproduktion auseinandersetzen. Die Käseemilchproduzenten werden die Erfüllung des «grünen Teppichs» erst ausweisen, wenn die Sorte über den Zuschlag entschieden hat.



Mit der neuen Werbekampagne kommuniziert Swissmilk bereits seit über einem Jahr Mehrwerte von Schweizer Milch, wie zum Beispiel die Regionalität.

Alle Dimensionen

Wenn von nachhaltiger Schweizer Milch gesprochen wird, beinhaltet dies alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit; ökologisch, ökonomisch und sozial. Entsprechend ist auch der Anforderungskatalog aufgebaut. Ein fairer Preis für das Produkt ist ebenfalls eine Grösse, welche in dieser Beurteilung enthalten sein muss.

Am Markt mutig umsetzen

Die Schweizer Milchproduzenten haben mit dem Branchenstandard Nachhaltige Milch den Verarbeitern und dem Detailhandel vor rund einem Jahr ein Angebot unterbreitet. Das wurde in der Zwischenzeit aufgenommen. Damit von einem Erfolg gesprochen werden kann, braucht es nun eine konsequente Umsetzung. Viele Umfrage- und Studienresultate bei Konsumenten zeigen, dass es grundsätzlich möglich ist, Mehrwerte zu verkaufen. Dann wird der «grüne Teppich» zu einem erfolgreichen Projekt der Wertschöpfungskette und für eine nachhaltige Entwicklung.

Den Kompass geeicht!

HANSPETER KERN, PRÄSIDENT SMP



Einige Zeit war es eher unklar, ob die Schweizer Milchproduzenten zur Thematik der nachhaltigen Milchproduktion den festen Willen haben, die eigenen Kräfte zu bündeln und das Thema aktiv mitzugestalten.

Ausschlaggebend es doch zu tun, war unter den Verantwortungsträgern der Milchproduzenten wohl die Einschätzung, dass Nachhaltigkeit in der Gesellschaft keine Eintagsfliege ist. Es ist in diesem Umfeld immer besser, selber Denk- und Überzeugungsarbeit zu leisten, als von der absehbaren Entwicklung getrieben zu werden.

Am 8. August 2018 haben die Milchproduzenten beschlossen, das Projekt bei der Branchenorganisation Milch einzureichen. In der Zwischenzeit hat sich mehrfach herauskristallisiert, dass für die «Nachhaltige Schweizer Milch» resp. für den «grünen Teppich» folgende Punkte gelten:

• Die Leistungen der Schweizer Milch bei den Konsumentinnen und Konsumenten können besser in Wert gesetzt und die Unterschiede gegenüber dem Ausland (Importe) aufgezeigt werden.

• Die verbesserte Positionierung hilft beim Export von Schweizer Milch und Milchprodukten.

• Die Leistungen der Milchproduzenten und der gesamten Wertschöpfungskette werden transparent aufgezeigt.

• Es ist ein deutliches Signal an die Agrarpolitik. Die Stossrichtung und Inhalte der Agrarpolitik 2022 fordern unisono eine nachhaltige landwirtschaftliche Produktion. Insofern erwarten wir, dass der «grüne Teppich» in der AP22+ honoriert wird.

• Im Umfeld einer agrarpolitischen «Initiativenflut» werden damit aktive Antworten auf gesellschaftliche Erwartungen gegeben.

Wir Milchproduzenten sind bereit, auf den Betrieben alles Notwendige zu tun. Der Zuschlag für die nachhaltige Milch muss aber ab dem 1. September 2019 uneingeschränkt und transparent beim Produzenten ankommen. Es kann nicht sein, den Mehraufwand auf den Betrieben nicht zu bezahlen, aber trotzdem vom guten Image dieser Milch profitieren zu wollen.

Was bedeutet der «grüne Teppich» für meinen Betrieb?

Der «grüne Teppich» bedingt für den Milchbetrieb die Einhaltung von Regeln, welche über dem gesetzlichen Niveau liegen. Für die A-Molkereimilch wurde ein Zuschlag von 3 Rp. pro Kilogramm ausgehandelt. Wer welche Möglichkeit hat und was erfüllt sein muss, findet sich nachfolgend kurz zusammengefasst.

Wer ist Zuschlagsberechtigter?

Wer alle Anforderungen erfüllt, wird ab dem 1. September 2019 auf dem A-Segment der Molkereimilch (Silomilch) einen Nachhaltigkeitszuschlag von 3 Rp. pro Kilogramm Milch ausbezahlt erhalten. Darunter fällt auch alle Silomilch, welche zu Käse für den Inlandmarkt verarbeitet wird. Also zum Beispiel auch für Milch, welche zu Raclette und Mozzarella verarbeitet wird.

10 zwingende Grundanforderungen

Aus dem Bereich Tierwohl müssen die folgenden fünf Anforderungen erfüllt sein.

- RAUS – BTS: Teilnahme an einem der beiden (oder beiden) Tierwohlprogramme des Bundes.
- Die Mindesthaltedauer auf dem Geburtsbetrieb beträgt bei allen geborenen Kälbern 21 Tage.
- Die Kühe müssen mindestens zweimal pro Tag gemolken werden und bei Schauen und Viehausstellungen ist ei-

ne Zwischenmelkzeit von maximal 14 Stunden einzuhalten.

- Die Tierhalter, welche mit ihren Tieren an Schauen und Ausstellungen teilnehmen, müssen sich verpflichten, die Richtlinien der ASR einzuhalten.
- Bei Schlachtkühen muss punkto Nicht-Trächtigkeit die Branchenregelung von Proviande eingehalten werden.

Aus dem Bereich Fütterung müssen die folgenden zwei Anforderungen erfüllt sein.

- Falls Sojaschrot in der Fütterung verwendet wird, muss dieses nachweislich aus nachhaltiger Produktion stammen.
- Die Fütterung der Milchkühe muss ausschliesslich ohne Palmfett oder Palmöl auskommen.

Aus folgenden Bereichen müssen drei weitere Anforderungen eingehalten sein.

- In der tiermedizinischen Behandlung dürfen ohne tierärztliche Anordnung keine kritischen Antibiotika verwendet werden.

- Der ökologische Leistungsnachweis (ÖLN) des Bundes oder eine gleichwertige Regelung muss erfüllt werden.

- Jede Kuh hat ab Geburt einen Namen, welcher in der TVD eingetragen sein muss.

Zwei Zusatzanforderungen

Weiter müssen aus einem Katalog (siehe unter www.ip-lait.ch) mit verschiedenen Massnahmen in den Bereichen «Aus- und Weiterbildung», «Klima» sowie «Tierwohl und Antibiotika» zwei Anforderungen eingehalten werden.

Wie kann ich beweisen, dass ich die Anforderungen erfülle?

Ab dem 12. Juli 2019 besteht für Molkereimilchproduzenten in der DB-Milch www.dbmilch.ch > LOGIN die Möglichkeit, eine Selbstdeklaration vorzunehmen, welche Anforderungen erfüllt sind. Käseemilchproduzenten müssen sich noch nicht eintragen. Die Selbstdeklaration wird anschliessend mit bestehenden

Daten verglichen. Alle Milchproduzenten werden auch von ihrem Milchkäufer darauf aufmerksam gemacht werden. Wenn alle Anforderungen erfüllt sind, erhält der Erstmilchkäufer eine Meldung, wer berechtigt ist den Nachhaltigkeitszuschlag zu erhalten.

Wie lange habe ich Zeit die Anforderungen zu erfüllen?

Ab dem 1. September 2019 gilt eine Übergangszeit von vier Jahren. Das Ziel ist, dass in der Schweiz nach dem 1. September 2023 nur noch nachhaltige Schweizer Milch produziert wird.

Muss ich mitmachen?

In der Übergangszeit ist es jederzeit möglich, alle Molkereimilch in den angestammten Kanal abzugeben. Der Zuschlag wird aber nur auf der A-Molkereimilch bezahlt, welche alle Anforderungen erfüllt.

Nach der Übergangszeit muss die Schweizer Milch, welche den Standard erfüllt, getrennt gesammelt werden.

Nachhaltige Schweizer Milch hat ein Gesicht!

Nachhaltige Schweizer Milch wird auf den Endprodukten mit einer Marke ausgezeichnet. Diese Marke soll gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten unverwechselbares Sinnbild für die Mehrwerte von nachhaltiger Schweizer Milch sein. Nicht alle Milchprodukte sind aus Gründen der Glaubwürdigkeit berechtigt, mit der Marke ausgezeichnet zu werden.

Produkte aus nachhaltiger Schweizer Milch können mit einer Marke gekennzeichnet werden. Gleichzeitig werden die Schweizer Milchproduzenten und Switzerland Cheese Marketing die neue Kennzeichnung in ihre Marketing-Basiskampagne aufnehmen. Die BO Milch hat die Regelungen, wie und wann diese Marke eingesetzt werden darf, bereits verabschiedet. Die neue Marke wird am 13. August 2019 auf dem Bun-

desplatz in Bern das erste Mal präsentiert.

Mit Marke Werte sichtbar machen

Die Mitglieder der BO Milch sind sich einig, dass die nachhaltige Schweizer Milch einen Wert hat. Aus diesem Grund ist es klar, dass eine Marke diesen Wert widerspiegeln muss. Eine Marke ist allerdings auch ein Instrument, die Verteilung der Wertschöpfung zu beeinflussen. Deshalb

ist dieses Thema auch für die Produzenten sehr wichtig.

C-Produkte ohne Marke

Die neue Marke soll auf möglichst vielen Produkten verwendet werden können. Selbstverständlich müssen die Anforderungen des „grünen Teppichs“ alle eingehalten werden. Gemäss dem Beschluss der BO Milch kann die Marke bei folgenden Produkten eingesetzt werden:

- Produkte aus A-Molkereimilch,
- Produkte aus A-Käseemilch (silofrei)
- und Produkte aus B-Milch.

Keine Aussage macht die BO Milch über einen Zuschlag bei Produkten aus A-Käseemilch (silofrei) und B-Milch. Klar ausgeschlossen ist hingegen die Verwendung der Marke auf Produkten aus C-Milch. Der Preis von C-Milch ist nie nachhaltig, weshalb eine Verwendung auf solchen Produkten ein falsches Signal aussenden würde.