

Monatsinterview mit Hanspeter Egli, Präsident der Vereinigten Milchbauern Mitte Ost

«Weniger Fett-, mehr Eiweissimporte»

Hanspeter Egli, Präsident der Vereinigten Milchbauern Mitte Ost (VMMO), äussert sich im Interview zu den Herausforderungen im aktuellen Milchmarkt und zu den Aufgaben seines Verbandes.

Herr Egli, wie ist die VMMO organisiert?

Hanspeter Egli: Der Verband VMMO ist eine Genossenschaft. Diese bildet sich aus 4200 Milchbauernbetrieben der Ost- und Zentralschweiz.

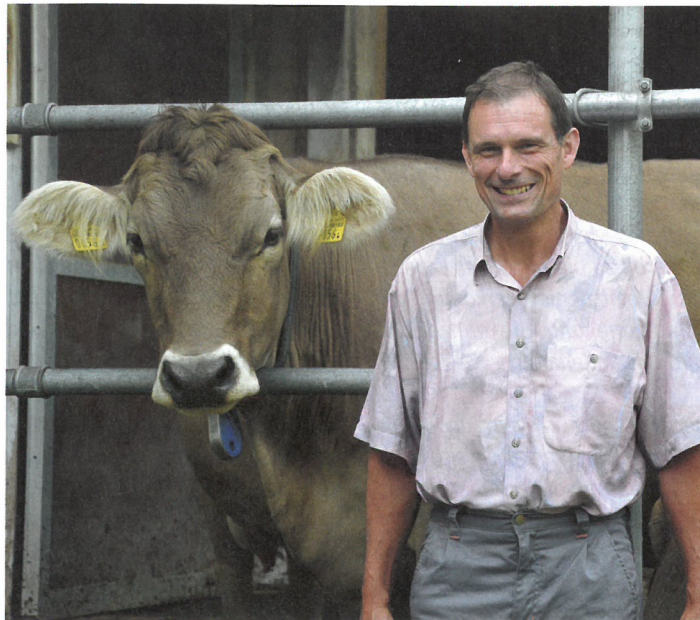
Ein beachtliches Gebiet. Wie werden Sie den unterschiedlichen Bedürfnissen dieser Mitglieder gerecht?

Egli: Wir arbeiten mit einem Delegiertensystem. Jeder Wahlkreis hat aufgrund seiner Anzahl Mitglieder und aufgrund der Menge produzierter Milch Anrecht auf eine gewisse Anzahl Delegierte. Der Wahlkreis St. Gallen ist der mit den meisten Mitgliedern und stellt aktuell fünf von 15 VMMO-Vorstandsmitgliedern. Ausser- und Innerrhoden sind im VMMO-Vorstand mit jeweils einem Mitglied vertreten.

Was ist die Aufgabe der VMMO im Schweizer Milchmarkt?

Egli: Wir betreiben Lobbyarbeit für die Milch. Was heisst: Wir engagieren uns für gute politische und wirtschaftliche Rahmenbedingungen für uns Milchproduzenten. Dazu stehen wir mit diversen Akteuren aus der Politik, der Wirtschaft, dem Handel, aber auch mit den Endkonsumenten im Austausch.

Welchen Nutzen bringt die VMMO ihren Milchproduzenten?



Landwirt Hanspeter Egli ist Präsident der Vereinigten Milchbauern Mitte Ost (VMMO).

Bilder: Barbara Schirmer

Egli: Gerade die Tatsache, dass wir weder Milch handeln noch verarbeiten, macht uns unabhängig und erlaubt uns die Interessen unserer Mitglieder konsequent zu vertreten. Die VMMO erbringt aber auch eine Vielzahl von Dienstleistungen für ihre Mitglieder.

Dienstleistungen in welcher Form?

Egli: Finanziell, wenn sie die Hilfe eines Betriebshelfers in Anspruch nehmen müssen. Auch mit Beratungen im Bereich Käseereignissen und Infoanlässen. Die Angebote werden genutzt. Wir verzeichnen eine starke Nachfrage. Traditionell vergibt die VMMO die Auszeichnungen für «Gute Milch». Wer 20 Jahre einwandfreie Milch produziert, erhält an einem feierlichen Anlass eine Glocke. Die Mitgliedschaft bei uns ist kostenlos.

Kommen wir zur Milchpolitik. Aktuell ist der Buttermarkt stark in der Kritik. Die Branche bringt es nicht fertig, genügend Butter für den Inlandmarkt herzustellen. Tausende Tonnen werden importiert. Was läuft da falsch?

Egli: Einiges. Die Situation ist für uns nicht neu. Bereits Ende letzten Jahres haben wir darauf hingewiesen und Forderungen gestellt. Auch für uns ist klar, dass die Butter in den Regalen gesichert sein muss. Wir haben uns aber gegen zu grosse Importe gewehrt, leider wenig erfolgreich. Unserer Ansicht nach wird die Butter viel zu oft in Aktionen angeboten. Diese Situation ist unbefriedigend.

Wer hat denn die grossen Importe entschieden?

Egli: Der Entscheid für die Butterimporte liegt beim Bundesamt für Landwirtschaft (BLW).

Wie gibt der VMMO Gegensteuer?

Egli: Wir haben uns für einen höheren Fettpreis eingesetzt. Das führt zu einem 50 Rappen höheren Preis pro Kilo Butter. Das wiederum hebt den Preis für die zu Butter verarbeitete Milch, und zwar um 0,6 bis 1 Rappen pro Kilo Milch. Letzteres ist leider noch nicht überall umgesetzt. Gleichzeitig arbeiten wir daran, dass die wertschöpfungsstärksten Kanäle für die Milch gefördert werden. Fettextporte sollen weniger, Eiweissexporte mehr gestützt werden.

Erstmals war in einem Halbjahr mehr Käse importiert als exportiert worden. Ist das der Anfang vom Ende des Käselandes Schweiz?

Egli: Nein. Es zeigt aber, dass in Zeiten von Corona die Leute vermehrt auf den Preis schauen. Entsprechend verzeichneten die importierten Billigkäse eine Absatzsteigerung von 15,4 Prozent. Hinzu kommt, die Grenzen waren zu. Mit dem Lockdown tätigten die potenziellen Einkaufstouristen aber ihre Einkäufe in der Schweiz. Auch sie griffen ins Regal mit Billigkäse. Dieser kam offiziell in Grossmengen über die Grenzen und wurde statistisch erfasst. Einkaufstourismus wird im Normalfall nirgends erfasst.

Dann ist also alles im grünen Bereich?

Egli: Jein. Gelitten haben jene Käsesorten, die in guter Gesellschaft oder in der Gastronomie konsumiert werden. Wir rechnen aber damit, dass die Verluste, zumindest teilweise, im zweiten Halbjahr eingeholt werden können. Obwohl viele wichtige Käsesorten eine Preiserhöhung durchmachten, sind die Zahlen weiter positiv. Die Exporte laufen gut. Nehmen wir den Emmentaler. Der liegt im Jahresschnitt auf 106 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Im Milchmarkt funktionieren die Grundregeln der Preisbildung «Angebot und Nachfrage» nicht. Was muss getan werden, dass der Milchproduzent von einer guten Marktnachfrage auch profitieren kann?

Egli: Wir haben fast zur Hälfte offene Grenzen. Fehlende Mengen werden einfach importiert, führen somit nicht zu einem höheren Preis. Zentral ist, dass wir die Mehrwerte der Schweizer Milch erhalten. Dazu braucht es die Unterstützung der Produzenten und die Mehrwerte müssen auch im Laden umgesetzt werden. Es gilt für alle, Verantwortung zu übernehmen.

Stichwort «Grüner Teppich». Der wurde gross angekündigt. Nun ist es aber sehr ruhig geworden um dieses Thema. Hat das Projekt auf dem Markt etwas bewirkt?

Egli: Ja, sehr viel. Die Sensibilität für dieses Thema wurde geweckt. In den Läden Manor, Volg, Aldi, Coop, Migros und Denner sind aktuell über 192 Produkte mit dieser Marke ausgezeichnet. Sie werden gekauft. Der Milch wird wieder vermehrt «Wert» gegeben. Die Preise für diese Milch sind gestiegen.

Nicht alle erhalten deswegen automatisch mehr Milchgeld. Was kann die VMMO dagegen tun?

Egli: Darauf werde ich oft angesprochen. Die VMMO setzt sich als Lobbyistin für die Milch und somit für einen möglichst guten Milchpreis ein. Die Preisverhandlungen an der Basis müssen die Milchproduzenten oder deren Vertreter in den Marktorganisationen mit ihren Abnehmern hingegen selber führen.

Interview:
Barbara Schirmer, Schänis

