

Erfolgsfaktoren in der Wertschöpfungskette Milch

K. Ruchti, M. Pidoux, M. Glaus

Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften, CH-3052 Zollikofen

Ausgangslage

Der Schweizer Milchmarkt ist seit dem Käsefreihandel mit der EU 2007 und der Aufhebung der Milchkontingentierung 2009 in einer schwierigen Phase. Der Milchpreis nahm in den letzten Jahren kontinuierlich ab und liegt aktuell bei durchschnittlich 55 Rp. / kg für Molkereimilch. Zahlreiche Betriebe geben die Milchproduktion auf.

Die Junglandwirtekommission lancierte aus diesem Grund ein Projekt mit dem Ziel anhand von erfolgreichen Beispielen aufzuzeigen, wie eine Steigerung der Wertschöpfung und somit ein besserer Milchpreis erreicht werden kann.

Folgende Forschungsfragen wurden untersucht:

- Welches sind die zentralen Erfolgsfaktoren, welche die Wertschöpfungssteigerung begünstigen?
- Wie kann eine Wertschöpfungssteigerung gefördert oder sogar initiiert werden?

Material und Methoden

- Schriftliche Umfrage mit Käsereien, Molkereien, Produzentenorganisationen, Produzenten-Milchverwerter-Organisationen und industriellen Verarbeitern (n= 59)
- Interviews mit Fallbeispielbetrieben (n=7)



- Workshop mit Akteuren aus der Branche um Ergebnisse zu evaluieren und Empfehlungen zu erarbeiten
- Begleitgruppe bestehend aus Vertretern der Schweizer Milchproduzenten, des Schweizerischen Bauernverbandes und der Junglandwirtekommission



Resultate

- In der vorliegenden Studie wurde die Wertschöpfung wie folgt definiert: **Wertschöpfung entspricht dem Wertzuwachs, welcher von einer Unternehmung in einer bestimmten Periode geschaffen wird.**
- Im Bezug auf die Weitergabe des Mehrwertes steht für die befragten Unternehmen ein höherer Milchpreis an erster Stelle.

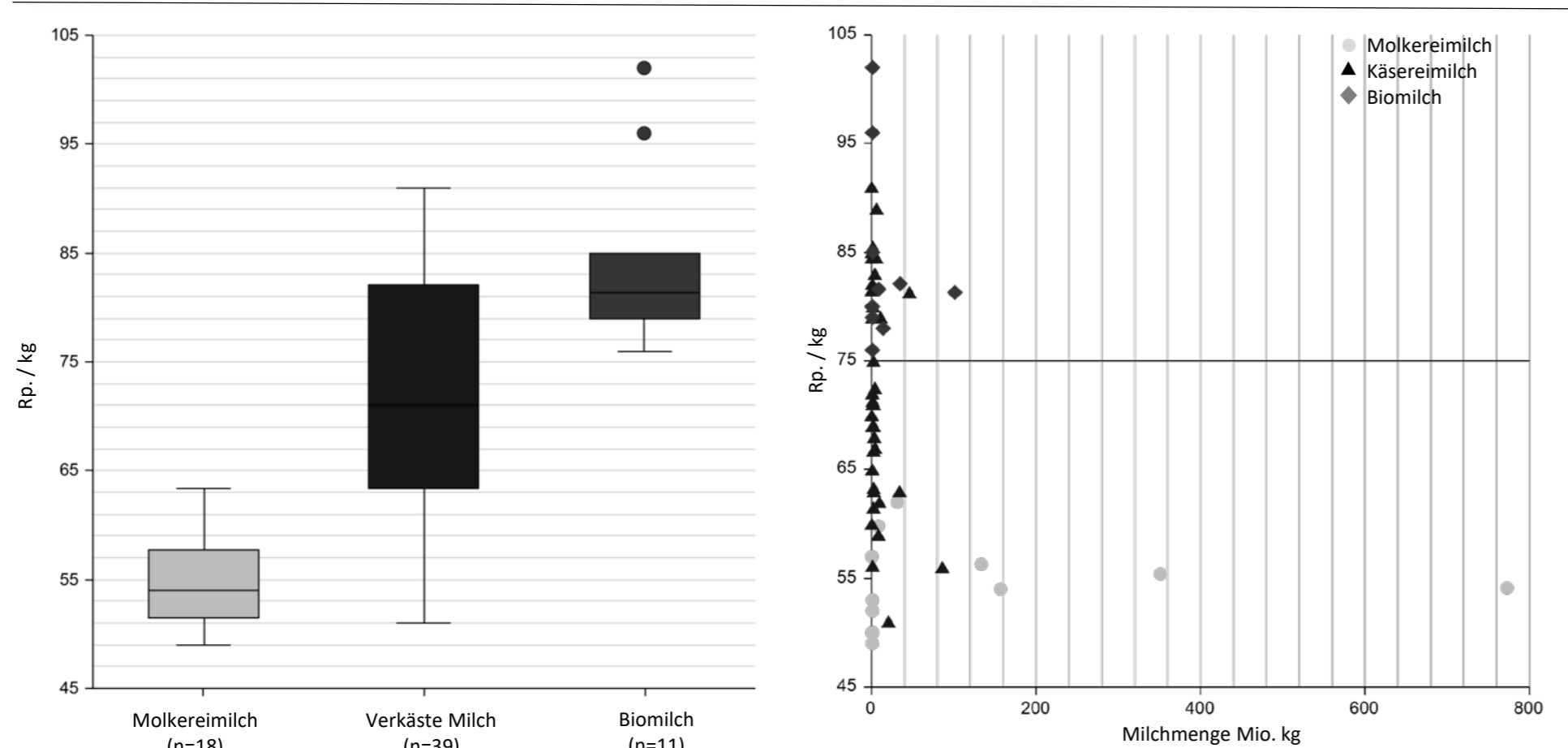


Abbildung 1: Ausbezahlter Produzentenpreis

Abbildung 2: Ausbezahlter Produzentenpreis vs. verarbeitete Milchmenge

- Abb. 1: Die durchschnittlichen Produzentenpreise sind vergleichbar mit der Milchstatistik. Bei der Käseemilch zeigt sich eine sehr breite Streuung von 51 – 91 Rp./kg.
- Abb. 2: Bei den kleinsten Verarbeitungsbetrieben (< 10 Mio. kg) gibt es in allen drei Segmenten eine breite Streuung, wobei bei der Käse- und Biomilch die höchsten Produzentenpreise bezahlt werden. Tendenziell bezahlen die grössten Unternehmen relativ tiefe Preise.
- Erfolgsfaktoren wurden auf folgenden Ebenen identifiziert: Akteure , Beziehung Produzent – Verarbeiter , Produkt und Herstellung , Absatzkanäle , Kommunikation , Unternehmen , Finanzen und Rechnungswesen .

Identifizierte Erfolgsfaktoren

- Führungspersonen mit ausgeprägten unternehmerischen Fähigkeiten (Produzenten und Verarbeiter)
• Kompetente Mitarbeiter
- Klare Mengenregulierung
• Direkte Kommunikation zwischen Produzent und Verarbeiter
• Transparenz für den Produzenten
- Hohe Qualität des Rohstoffes
• Investitionen in Innovation und Forschung
• Differenzierung des Produktes
- Kundenbeziehungen pflegen
• Diversifizierung der Absatzkanäle
- Starke Marken entwickeln
• Mehrwerte kommunizieren
- Klare Strategie entwickeln
• Produktpalette reduzieren
- Eigene Ressourcen nutzen
• Kosten reduzieren und Effizienz steigern

Schlussfolgerungen

Basierend auf der schriftlichen Umfrage, den Fallbeispielen und dem Workshop sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren um die Wertschöpfung zu steigern und einen überdurchschnittlichen Milchpreis zu erzielen die Eigenschaften der **Führungspersonen**, die **Beziehung zwischen Produzenten und Verarbeiter** sowie das **Marketing**.



Fallbeispiel Le Maréchal

- Diese Käserei verarbeitet 3.5 Mio. kg Milch und bezahlt seinen 13 Milchproduzenten einen Milchpreis von 88 Rp. / kg.
- Pro kg Milch fließen 13 Rp. ins Marketing, es gilt eine klare Mengenregulierung und die Produzenten werden regelmässig informiert.

