

# Editorial

## Die Bergmilchbranche hat Zukunft



**Roger Schwarzenbach,** Professor für Agrarwirtschaft an der Schweizerischen Hochschule für Landwirtschaft SHL und Gesamtleiter des Bergmilch-Projektes

Ein Forschungsteam an der Schweizerischen Hochschule für Landwirtschaft SHL hat sich in den letzten vier Jahren – zusammen mit vielen weiteren Akteuren – im Rahmen des Forschungsprojektes «Bergmilch» intensiv mit Fragen der Bergmilchbranche auseinandergesetzt. Das generelle Ziel des Bergmilch-Projektes war es, Strategien zu erarbeiten, mit denen die Wettbewerbsfähigkeit der gesamten Wertschöpfungskette Milch unter liberalisierten Marktverhältnissen gesteigert werden kann. Gleichzeitig sollen die von der Gesellschaft gewünschten multifunktionalen Leistungen erbracht werden. Die Artikel in der vorliegenden Januar-Ausgabe der «Agrarforschung» geben einen Überblick über die Ergebnisse dieses umfangreichen Projektes, welches in fünf Regionen des schweizerischen Berggebietes durchgeführt worden ist.

### Der Markt bietet Chancen

Aufgrund der aktuellen Nachfrage-trends besteht auf dem Inlandwie auf dem Exportmarkt noch ein beträchtliches Absatzpotential für authentische Bergmilchprodukte; dies gilt insbesondere für Bergkäse mit einem eigenständigen, unverwechselbaren Profil. Die qualitativ hochwertigen Produkte sind im Premium-Segment zu positionieren und entsprechend teuer zu verkaufen. Wichtig ist die emotionale Verankerung bei den Konsumenten, was durch attraktive Geschichten rund um die Produkte erreicht werden kann. Gute Beispiele sind der Tête-de-Moine oder neuerdings der Flösserkäse aus dem Emmental. Um das Absatzpotential optimal nutzen zu können, müssen die Milchverarbeiter beziehungsweise Käser zunächst eine klare Strategie de-

finieren. Diese muss konsequent umgesetzt und mit einem geeigneten Controlling ständig im Auge behalten werden. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist die Konzentration auf ein Hauptprodukt, respektive auf einige wenige Produkte zu empfehlen. Aufgrund von Wirtschaftlichkeitsberechnungen steht dabei die Produktion von Käse im Vordergrund. Die Herstellung von Molkereiprodukten kann insbesondere für den Direktabsatz im eigenen Laden von Interesse sein.

### Zwei Basis-Strategien für Milchproduzenten

Für Milchproduzenten im Berggebiet sind grundsätzlich zwei Basis-Strategien zu empfehlen. Wenn es sich beim Milchabnehmer um eine – meist im Talgebiet angesiedelte – Grossmolkerei handelt, ist die Strategie «Milch mit Grundnutzen» vorzuziehen. Es handelt sich dabei um eine Kostenführerschaftsstrategie, welche mit Wachstum und technisch-organisatorischem Fortschritt realisiert werden kann. Wenn es sich beim Milchabnehmer um eine lokale oder regionale Käserei handelt, ist die Strategie «Milch mit Zusatznutzen» zu empfehlen. Dank Zusatzleistungen bezüglich Produkt- oder Prozessqualität kann meistens ein Mehrpreis generiert werden, welcher den Zwang zu Wachstum und Kostensenkung reduziert.

### Bergmilch ist gesund

Im Bergmilch-Projekt wurde erstmalig in der Schweiz die Fettsäurezusammensetzung von Bergmilch während eines ganzen Jahres anhand von 17 Mischmilchproben aus Molkereien/Käsereien untersucht. Dabei wurden erhöhte Omega-3-Fettsäuren

und CLA-Gehalte nachgewiesen. Der hohe gesundheitliche Wert von Omega-3-Fettsäuren ist erwiesen und für CLA gibt es viele Hinweise dafür. Während zum Beispiel in Deutschland Omega-3-Milch im Verkauf ist, verbietet die schweizerische Lebensmittelgesetzgebung vorderhand eine Auslobung der gesundheitlichen Vorteile von Bergmilch. Aus unserer Sicht wäre eine Änderung der rechtlichen Vorschriften angezeigt und zu begrüssen.

### Zusammenarbeit der regionalen Milchbranche

Für die Erreichung und Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Bergmilch-Branche müssen sich zukünftig Milchproduzenten, Milchverarbeiter und Handel gemeinsam engagieren und auf der Basis eines regionalen Leitbildes zusammenarbeiten. Dabei ist die Erfüllung der gesellschaftlichen Ansprüche weiter zu optimieren und offensiv zu kommunizieren. Auf dieser Basis hat die Bergmilch-Branche gute Zukunftsaussichten.

### Forschungsprojekt Bergmilch

Das Bergmilch-Projekt konnte nur dank der Unterstützung zahlreicher Institutionen\* und Personen realisiert werden. Zusammen mit dem Bergmilch-Kernteam (Bruno Durgiai, Luzi Etter, Maria Hug-Sutter) möchte ich an dieser Stelle allen Beteiligten für ihre Mitarbeit und ihr Engagement den besten Dank aussprechen. Die Schlussberichte zu den einzelnen Teil- und Subprojekten sind auf der Homepage der SHL verfügbar (<http://bergmilch.shl.bfh.ch>).

\*Das Bergmilch-Projekt wurde finanziell von den folgenden Institutionen getragen: Amt für Landwirtschaft und Geoinformation des Kantons Graubünden, Chur; Bundesamt für Landwirtschaft, Bern; Kommission für Innovationen und Technologie (KTI) des Bundesamtes für Berufsbildung und Technologie, Bern; Migros-Genossenschaftsbund, Zürich; Private Stiftung «Sur la Croix», Basel; «Schweizer Berghilfe», Adliswil und «Schweizer Milchproduzenten» (SMP), Bern.

Die Kantone der Projektregionen übernehmen die Entlohnung der mitarbeitenden Betriebsberater.

Das Bergmilchprojekt ist eingebunden in die nationale Plattform Profi-Lait.