

# Faire Märkte Schweiz schaut sehr kritisch auf den Milchmarkt

**Milch** Die Direktlieferanten der Molkereien hätten bei ihren Abnehmern Lieferpriorität. Das wirke sich gravierend auf die unabhängigen Poollieferanten aus, kritisiert der Verein.

Daniel Salzmann

Die Organisation Faire Märkte Schweiz (FMS) mit Präsident Stefan Flückiger gibt es erst seit gut zwei Jahren. Aber sie hat in dieser Zeit bereits die von den Getreidemühlen angestossene Motion Knecht im Nationalrat gebodigt, unter Mithilfe des Berner Bauernverbands, und Coop hat nach einer Intervention von FMS eine Umsatzrückvergütung bei den Gemüseproduzenten zurückgenommen. Die zahlreichen Studien entfalten wahrscheinlich auch eine vorbeugende Wirkung, die schwer messbar ist, aber dem Handeln der marktmächtigen Akteure Grenzen setzt. Jetzt könnte der Milchmarkt ins Visier von FMS geraten. Jedenfalls antwortete Flückiger auf eine Anfrage des «Schweizer Bauer» zur Beobachtung, dass keine grössere Molkerei sich einzig auf Direktlieferanten stützt, mit einer ausführlichen Stellungnahme und Analyse, die auf viel Insiderwissen zu beruhen scheint.

## «Wir sind stark besorgt»

Flückiger schreibt: «Faire Märkte Schweiz ist stark besorgt um die Situation im Milchmarkt. Wir engagieren uns für fairere Märkte, und dazu gehört auch eine faire Preisbildung, in der den Produzentinnen und Produzenten ihre Wertschöpfung aufwandgerecht und fair entschädigt wird. In einem Markt, in dem immer wieder Überschuss-situationen auftreten, sind kostendeckende Preise nicht realisierbar.» In Krisensituationen könne am besten festgestellt werden, wie weit man von einem fairen, nachhaltig funktionierenden Milchmarkt entfernt sei. Die deutlich erhöhte Anzahl an Meldungen von Milchbäuerinnen



Die Mooh-Milchlieferanten leiden am stärksten unter der aktuellen Situation auf dem Milchmarkt. Das ist für Stefan Flückiger ein Zeichen, dass dieser nicht fair und nachhaltig funktioniert. BILD: ZVG

und Milchbauern auf unserer FMS-Meldestelle zeige, dass der Milchmarkt in verschiedenen Bereichen nicht optimal funktioniere. Am offensichtlichsten zeige sich dieses Nichtfunktionieren in drei Bereichen, die Flückiger auflistet.

## Ungleichgewicht

«Ungleichgewicht im Markt – zu wenig Lastenverteilung entlang der Wertschöpfungskette» ist der erste Punkt. Es sei sinnvoll, wenn sich die Produzenten zusammenschliessen und «Gegenpower» gegenüber den wenigen grossen und vielfach marktmächtigen Abnehmern aufbauen. Pro-

duzentenorganisationen wie z.B. Mooh setzten sich für die Interessen ihrer Produzenten ein (und nicht für die Unternehmensinteressen der Verarbeiter oder Detailhändler).

Auf der anderen Seite brauche es gut aufgestellte, wettbewerbsfähige Verarbeiter, welche die Milch verarbeiteten und (auch international) vermarkten. «Dieses Gleichgewicht funktioniert aktuell nicht, da kein Mengenmanagement vorhanden ist. Die Produzenten wissen gar nicht, wie viel Milch benötigt wird, und produzieren gemäss ihren betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten. Innerhalb der

Milchbranche vermissen wir die notwendige Koordination und Lastenverteilung, in der alle Akteure ihre Verantwortung für die Gesamtsituation der Milchwirtschaft in der Schweiz wahrnehmen», so FMS.

## Benachteiligung

«Benachteiligung von Poollieferanten» ist Flückigers zweiter Punkt. Die aktuelle Situation zeige, dass die für die Schweizer Milchwirtschaft wichtige Solidarität unter den Produzenten nicht gut funktioniere. Die höheren Milcheinlieferungen, zusammen mit einem schwächelnden Absatz, legen diesen Mangel

schonungslos offen, denn vom fehlenden Mengenmanagement seien nicht alle gleich benachteiligt: «Direktlieferanten der Molkereien, die für die Molkerei interessant sind (grosse Kuhherden, nahe beim Autobahnanchluss etc.) werden von ihren Abnehmern bevorzugt und haben Lieferpriorität. Dies wirkt sich gravierend auf die unabhängigen aus (z.B. Poollieferanten wie Mooh)», schreibt Flückiger. Diese würden aktuell mit einem deutlich tieferen Milcherlös «abgestraft». Für die Bereinigung der Überschuss-situation findet keine solidarische Kostenverteilung unter den Produzenten statt.

## Risiken ausgelagert

Flückigers dritte Beobachtung betrifft die Auslagerung von Marktrisiken: Viele grosse Molkereien würden eine für sie optimale Beschaffungsstrategie fahren. «Sie haben Direktlieferanten unter Vertrag, und zur Ergänzung ihres schwankenden Bedarfs kaufen sie noch die fehlenden Mengen von den Poollieferanten. So lagern sie das Risiko von Schwankungen aus.»

Bei natürlichen Schwankungen, wie sie immer vorhanden seien, lägen die Risiken dann nicht bei der Molkerei, sondern bei den Poollieferanten. Diese fänden in solchen Überschuss-situationen keine anderen Abnehmer. Flückiger weiter: «Wir stellen generell fest, dass auch in anderen Märkten immer öfter die Produzenten die Marktrisiken tragen. Helfen würde, wenn jetzt im Milchmarkt die Produzenten ihre Verantwortung wahrnehmen könnten und ein Mengenmanagement installiert würde, wie es z.B. die bäuerliche IG für fairen Milchmarkt BIG-M schon seit langem gefordert hat.»

## Wenn Kuhfleisch knapp wird

Kuhfleisch sei schlecht verfügbar und die Beschaffung werde zunehmend schwieriger, berichtete ein Marktkenner. Der «Schweizer Bauer» hat daraufhin beim Fast-Food-Restaurant McDonald's Schweiz nachgefragt.

Trotz der angespannten Marktlage sieht das Unternehmen die Versorgung kurzfristig wie auch mittelfristig gesichert. Seit 50 Jahren arbeitet McDonald's für seine Burger-Pattys mit der Coop-Tochter Bell zusammen. Dank frühzeitiger Planung und der langjährigen Partnerschaft könne die Versorgungssicherheit für die Gäste gewährleistet werden, teilt McDonald's mit. Grundsätzlich setze man auf Fleisch von Tieren aus der Schweiz aus Auslaufhaltung.

Die strukturellen Veränderungen in der Schweizer Landwirtschaft stellten jedoch seit längerem neue Anforderungen an die Beschaffung. Um die Verfügbarkeit über das ganze Jahr zu marktgerechten Preisen sicherzustellen, habe Bell für McDonald's ergänzend Beziehungen zu Betrieben in Österreich aufgebaut. Je nach Marktsituation werde deshalb teilweise auch Kuhfleisch aus dem Nachbarland eingesetzt.

Akute Engpässe gebe es derzeit keine. Das etablierte Beschaffungssystem garantiere eine gute Versorgungssicherheit, heisst es weiter. Preisseitig spüre man zunehmenden Druck, da die Zahl der Kühe seit Jahren sinke. Jeweils für die Sommermonate rechne man zudem mit saisonal steigenden Rindfleischpreisen. egz



Nicht bei allen Burgern mit Kuhfleisch stammt der Rohstoff aus der Schweiz. BILD: ZVG

# Kein Gemüse ist so begehrt wie das Rüebli

**Ackerstar** Sie sind das beliebteste Wurzelgemüse der Schweiz und behaupten diesen Platz seit geraumer Zeit. Saison haben Karotten das ganze Jahr über.

Mehr als 7 Kilogramm Rüebli verzehrt jede Schweizerin und jeder Schweizer im Durchschnitt pro Jahr. Dadurch hält das Rüebli nach wie vor den ersten Platz in der Schweizer Gemüsestatistik, dicht gefolgt von Tomaten und Peperoni.

Die meisten hierzulande verzehrten Rüebli sind auch in der Schweiz gewachsen: 2024 haben unsere Gemüseproduzentinnen und Gemüseproduzenten mehr als 63'300 Tonnen Rüebli geerntet – daneben wurden nur rund 2400 Tonnen Rüebli importiert. Der Pro-Kop-Konsum der Schweizerinnen und Schweizer von Frisch- und Lagergemüse betrug letztes Jahr rund 81 Kilo.

## Von blassgelb bis schwarz

Das Rüebli – in Deutschland und Österreich meistens Karotte genannt – ist die in Kultur bekannte Form der Möhre und gehört zur Familie der Doldenblütler. Die bei uns bekannte orangefarbene Kreuzungsform



Die Nummer 1 der Gemüsehitparade: Das Rüebli. BILD: ZVG

stammt vermutlich aus Kleinasien.

Rüebli gibt es in allen verschiedenen Farben, und es gibt zahlreiche Sorten, darunter alte, wiederentdeckte und neue Variationen, die von blass bis gelb, violett bis hin zu fast schwarz reichen. Das Wurzelgemüse enthält viel Betacarotin und ist zudem kalorienarm.

Eine neue Variation ist beispielsweise das saftige Beta-Sweet-Rüebli, das aus einer Kreuzung der bekannten orangefarbenen Sorte mit einer schwarzen Urrüebli-Sorte hervorgegangen ist. Das Innere ist orange, während die äussere Schale violett bis fast schwarz ist. Diese Sorte ist süsser als die orangefarbenen Varianten, benötigt weniger Garzeit und enthält 40 Prozent mehr Betacarotin. Für Eintöpfe und Gratins eignen sich hingegen die gelben Pfälzer Rüben besonders gut. Diese sind weniger süss, bestechen aber durch ihr intensives Aroma.

Rüebli sind aufgrund ihrer Natursüsse beliebt und erweisen sich in herzhaften Fleischgerichten als unverzichtbar. Sie haben fast immer Saison: im Spätherbst bis zum Frühling als Lagergemüse und im Sommer und Herbst als Frischgemüse. lid

## Gemüse-Hitparade

Im Jahr 2024 wurden in der Schweiz auf 14'522 Hektaren Frisch- und Lagergemüse angebaut – auf 254 Hektaren mehr als im Vorjahr. Die Frischgemüsemengen lagen mit 264'887 Tonnen rund 7219 Tonnen tiefer als im Vorjahr. Dafür lagen die Lagergemüsemengen mit 87'284 Tonnen um 5759 Tonnen höher als im Jahr davor. Insgesamt lagen die Angebotsmengen aus dem Inland mit 352'171 Tonnen um 1460 Tonnen tiefer als 2023. Derweil sind die Importmengen an Frisch- und Lagergemüse um 20'994 Tonnen auf 373'274 Tonnen gestiegen. lid

## Migros stellt Aktionstage um

Die Migros und ihre Tochterfirma Denner ändern ihr Aktionsregime und folgen damit dem Beispiel von Coop. Ab nächster Woche Donnerstag, 5. Februar 2026, starten die Aktionen neu jeweils am Donnerstag statt am Dienstag und gelten bis Mittwoch der Folgeweche. Das teilen die beiden Detailhändler zu Beginn der Woche mit. Passend zum neuen Rhythmus wird das «Migros-Magazin» künftig bereits am Mittwoch zugestellt.

Begründet wird die Umstellung mit dem veränderten Einkaufsverhalten: Immer mehr Kundinnen und Kunden erledigen ihre grösseren Einkäufe zwischen Donnerstag und Samstag. Damit sollen sie an den besonders stark frequentierten Tagen von einer besseren Verfügbarkeit der Aktionsartikel profitieren.

Coop hatte die Anpassung bereits vor einem Jahr vorgenommen. Coop-Konzernchef Philipp Wyss erklärte damals, man sei am Samstag zu schwach mit Aktionsware gewesen, und am Samstagnachmittag seien die Produkte oft schon ausverkauft gewesen. egz/awp