

MILCHMARKT: Die Milchkontingentierung war auch der Anfang einer nachhaltigen Milchproduktion

(K)ein freier Markt nach der Kontingentierung

Das Ende der Milchkontingentierung am 1. Mai bedeutet nicht den Übergang in den freien Markt. Auch wenn heute die Milchkontingentierung eher negativ beurteilt wird, brachte sie früh die Idee der Nachhaltigkeit.

PETER MOSER

Es ist heute Mode geworden, die Einführung der Milchkontingentierung in den 1970er-Jahren als absurde Episode einer vorgestrigten Kriegswirtschaftsordnung lächerlich zu machen. Mit der Geschichte der Einführung, Umsetzung und Transformation der Milchkontingentierung in den letzten drei Jahrzehnten hat diese einfältige Vorstellung jedoch herzlich wenig zu tun. Akteure, die sich in der neuen Milchmarktordnung geschäftsmässig zurechtfinden müssen und wollen (und nicht nur davon reden können), tun deshalb gut daran, sich ein differenzierteres Bild von der alten Ordnung zu machen, denn diese bestimmt die Zukunft stärker, als in der Gegenwart gemeinhin angenommen wird.

Ursachen der Einführung

Die starke Ausdehnung der Milchablieferungen in den 1950/60er-Jahren basiert im Wesentlichen auf drei Phänomenen, die in sich wiederum voneinander abhängig waren: der Motorisierung, der liberalen Handelspolitik und dem Strukturwandel innerhalb der Landwirtschaft. Mit der Motorisierung der Nahrungsmittelproduktion wurden erstens grosse Flächen für die Milchproduktion frei, die vorher im Rahmen der Futterproduktion für Zügtiere benötigt worden waren. Zweitens erleichterte die liberale Handelspolitik Futtermittelimporte, mit denen die Milchproduktion noch weiter ausgedehnt werden konnte. Und drittens führte der durch die Motorisierung und die Futtermittelimporte beschleunigte Strukturwandel innerhalb der Landwirtschaft schliesslich dazu, dass immer weniger Menschen auf den Höfen lebten und Milch konsumierten, sodass die Verkehrsmilchproduktion noch weiter anstieg.

«Wachse oder weiche»

Der Bund, der mit der Landwirtschaftsgesetzgebung in den frühen 1950er-Jahren vom Souverän dazu verpflichtet worden war, auch die Milchproduktion auf die inländische Bodengrundlage auszurichten, versuchte zu-



Die Beschränkung der Milchproduktion durch Einführung der Milchkontingentierung 1977 stiess bei vielen Milchbauern auf Widerstand. (Bild: Archiv)

erst, die Produzenten mit Rückhalten auf dem Milchpreis an den steigenden Verwertungskosten zu beteiligen und damit zu einer Drosselung der Milchproduktion zu veranlassen. Weil der Einzelbetrieb jedoch, wollte er überleben, schon damals einem Wachstumsdruck ausgesetzt war (die Wachse-oder-weiche-Politik galt schon damals), stiegen die Ablieferungsmengen trotz steigender Rückhalte an.

Stabile Menge und Preis

Mit der Einführung einer einzelbetrieblichen Kontingentierung der Milchablieferungen im Jahr 1977 wollten die Behörden zusammen mit den Milchverbänden die Menge und den Preis der Milch stabilisieren und gleichzeitig die Bindung der Produktion an die betriebs-eigene Futtergrundlage wieder stärken. Mit der Schliessung von Stoffkreisläufen auf dem Betrieb wollte man nicht nur ein wirtschaftliches Problem lösen, sondern man schuf auch Grundlagen und Rahmenbedingungen für eine ökologischere Nahrungsmittelproduktion.

Ablieferungsrecht

Ein Milchkontingent war also bei der Einführung der Milchkontingentierung kein Privileg,

sondern ein Ablieferungsrecht, das nur geltend machen konnte, wer konkrete Auflagen erfüllte. Für den einzelnen Produzenten war die Kontingentierung deshalb in erster Linie ein drastischer Eingriff in die unternehmerische Freiheit. Es ist denn auch nicht weiter erstaunlich, dass es Milchproduzenten waren, die gegen die Einführung der Milchkontingentierung das Referendum ergriffen, in der Volksabstimmung dann aber unterlagen.

Unpopuläre Massnahme

Die grossen Milchverbände, die schon lange vorher wichtige Vollzugsfunktionen für den Bund übernommen hatten, stützten die bundesrätliche Milchpolitik. Interessant ist denn auch, dass der Bund die Durchführung der unpopulären Milchkontingentierung weitestgehend den Verbänden übertrug. Und die wenigen neuen Stellen, die im Bundesamt für Landwirtschaft zur Umsetzung der Milchkontingentierung geschaffen wurden, gingen bezeichnenderweise ausschliesslich an Männer.

Einer Agronomin, die sich für die Mitarbeit bewarb, wurde beschieden, dass sie sich wohl kaum dafür eigne, sei doch dazu

neben einem Agronomiestudium auch noch ein «breiter Rücken» eine unabdingbare Voraussetzung.

Handelbare Kontingente

Bei der Einführung waren die Ablieferungsrechte also an die Bewirtschaftung von Flächen gebunden. Vermieten oder verkaufen konnte man sie nicht. Erst im Zuge der Agrarreform der 1990er-Jahre wurden die Kontingente zu anonymen, handelbaren Eigentumstiteln deklariert und damit von bisherigen, zentralen Kriterien der Boden gebundenheit gelöst. In dem nun die kaufkräftigsten Interessenten Lieferrechte erwerben konnten, wurde die Milchkontingentierung der 1970er-Jahre gewissermassen in ihr Gegenteil verkehrt. Zudem hat die gleichzeitige Beibehaltung der Kontingentierung dazu geführt, dass eine sinnvolle Selbstorganisation der Milchproduzenten zur Steuerung der Produktion im Einklang mit den Konsumenten (noch) nicht zustande kam.

Kein «Freier Markt»

Die Milchkontingentierung, die formell auf den 1. Mai 2009 aufgehoben wird, ist also etwas grundsätzlich anderes als das,

was der Souverän vor drei Jahrzehnten gesetzlich verankert hatte. Heute geht es überhaupt nicht um den Übergang von einer staatlichen Regulierung zu einem freien Markt, wie fast schon gebetmühlenartig immer wieder behauptet wird. Denn erstens sind Märkte nie frei, und zweitens sind die Spiesse auf dem Milchmarkt mit seinen (noch) relativ vielen Anbietern und wenigen Abnehmern alles andere als gleich lang. Doch heute neigen die politisch Mächtigen dazu, die marktmächtigen Akteure noch mächtiger zu machen, weil sie sich davon mehr Wachstum und damit grössere Einnahmen versprechen, die der Staat dann zur Linderung der Schäden einsetzen soll, die bei der Umsetzung einer rücksichtslosen Wachstumsphilosophie gar nicht zu vermeiden sind.

Alternativen?

Ob das eine zukunftsfähige Politik ist, sei dahingestellt. Wichtig ist jedoch, zu wissen, dass es Alternativen dazu gibt. Eine wäre, wenn Produzenten und Konsumenten künftig gemeinsam festlegen würden, wer wie viel Milch unter welchen Bedingungen für wen produziert werden soll. Dazu müssten differen-

zierte Marktordnungen aufgebaut werden, die sowohl die Inlandversorgung sicherstellen als auch den Export von Spezialitäten ermöglichen werden – ohne dass die Bedürfnisse und das Wohl der Tiere und der Menschen, die an der Produktion, Verarbeitung und dem Konsum von Milch beteiligt sind, beeinträchtigt würde. Das braucht jedoch Menschen, die etwas verändern wollen, nicht solche, die nur darauf hoffen, dass der freie Markt es dann schon richten werde. Und Akteure, die am Aufbau freier Marktordnungen interessiert sind, setzen sich mit Vorteil seriöser mit der Geschichte der Milchkontingentierung auseinander, als es diejenigen tun, die versuchen, die (oft erst noch eigene) Vergangenheit in fast schon selbstzerstörerischer Art lächerlich zu machen.

ZUM AUTOR

Peter Moser (1954) studierte nach einer KV-Lehre Geschichte, deutsche Literatur und Volkswirtschaft in Bern, Dublin und Galway. Er gründete und leitet das Archiv für Agrargeschichte in Zollikofen BE. sam

IMPRESSUM

Schweizer Bauer

mit SCHWEIZER HANDELS-BÖRSE

Die unabhängige Zeitung für die Landwirtschaft

Herausgeber: Verlags-AG «Schweizer Bauer»
Verlag: Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer»
 Postfach, Dammweg 9, 3001 Bern
Verlagsleiter: Ulrich Utiger

Redaktion

Rudolf Haudenschild (rh), Chefredaktor; Stephan Jaun-Pfander (sja), stv. Chefredaktor; Robert Alder (ral), Regionen & Gemeinden; Mike Bauert (bau), Markt; Daniel Etter (det), Agrarpolitik; Pamela Fehrenbach (pam), Land & Leute, Haus & Familie; Simon Marti (msi), Agrarpolitik; Martina Müller Richli (mum), stv. Produktion, Feld & Stall; Karin Nussbaum (kan), Feld & Stall, Regionen & Gemeinden; Heinz Röthlisberger (röt), Produktion, Landtechnik, Extra; Elsbeth Schär (es), Sekretariat, Agenda; Stephan Schmidlin (schm),

Landtechnik; Markus Spuhler (spu), Feld & Stall; Marcel Wipfli (wipf), Feld & Stall.

Kontakt: Redaktion «Schweizer Bauer», Dammweg 9, Postfach 8135, 3001 Bern, Telefon 031 330 34 44, Fax 031 330 33 95, E-Mail: redaktion@schweizerbauer.ch; www.schweizerbauer.ch Samuel Krähenbühl (sam), Redaktionsleiter; Rainer Menning (rm), Redaktor. www.agri24.ch; www.bauernmarkt.ch
Ombudsmann: Arthur Liener, Postfach, 3000 Bern 13

Inserate

Inserationspreise: pro 1-spaltige Millimeterzeile (27 mm breit) Annoncen Fr. 1.58/mm, Grossauflage Fr. 1.83/mm; Rubriken Fr. 1.30/mm zuzüglich 7,6% MWST. Der vollständige Tarif ist bei unten stehender Adresse erhältlich.

Kontakt: Espace Media AG, Anzeigen «Schweizer Bauer», Dammweg 9, Postfach, 3001 Bern; Telefon 031 330 30 16, Fax 031 330 30 57; E-Mail: inserate@schweizerbauer.ch; Leiter Werbemarkt: Daniel Banga; Kundenberatung Aussendienst: Erich Brügger, Daniel Sempach; Online: Lars Brügger, Thomas Altermatt; Anzeigen-Service: Irene Heynen (Teamleiterin), Barbara Gusset, Claudia Heynen (Tel. 031 330 30 16).

Abonnemente

12 Monate Fr. 173.–, 6 Monate Fr. 100.–, 3 Mte. Fr. 62.–. Einzelnummer Fr. 2.00 (inkl. 2,4% MWST)

Kontakt (Bestellung, Adressänderung, Umlieferung): Betriebsgesellschaft «Schweizer Bauer», Aboservice, Postfach, Dammweg 9, 3001 Bern; Telefon 031 330 36 46, Fax 031 330 36 48; E-Mail: abo@schweizerbauer.ch

Auflage

30 232 Exemplare: Total verkaufte Auflage; WEMF/SW-beglaubigt (Basis 2007/08)

34 000 Exemplare: Druckauflage
 58 500 Exemplare: monatliche Grossauflage
ISSN 1420-0546

Für unverlangt eingesandte Beiträge wird jede Haftung abgelehnt. Alle Texte, Bilder, Illustrationen und Inserate dürfen von Dritten ausserhalb des Eigengebrauchs nicht ohne Einwilligung des Verlags kopiert oder in irgendeiner Form weiterverwendet oder zugänglich gemacht werden; zulässig ist die ausschliessliche Verwendung in Schule und Ausbildung.



Schweizer Mitglied EUROFARM



Publikation EUROPARTNER

INFO IM ABONNEMENT

Ich möchte den Schweizer Bauer jeden Mittwoch und Samstag in meinem Briefkasten. Ich wünsche folgende Zahlungsweise:

- 1 Jahr Fr. 173.– * 3 Wochen gratis zur Probe
 ½ Jahr Fr. 100.– * * inkl. 2,4% Mehrwertsteuer

Name _____

Vorname _____

Strasse _____

PLZ/Ort _____

Telefon-Nr. _____

CHB 0007

Bitte ausschneiden und einsenden an: Schweizer Bauer, Aboservice, Postfach, Dammweg 9, 3001 Bern