

Deklarationspflicht des Produktionslandes als Chance

Getreide, Mehl, Brot aus der Schweiz.



«Ich produziere Brotgetreide für unsere Bäcker.»
Marina Bolter, Melligen, AG

GMSA

Chronik der letzten zwei Jahre

Der Zuger Ständerat Peter Hegglin (CVP) gab am 25.09.2019 eine Motion ein mit dem Ziel der Deklarationspflicht der Herkunft für Zutaten und dem Verarbeitungsort. Dies ging den Branchenorganisationen – Dachverband der Schweizer Müller, Schweizer Getreideproduzentenverband, aber auch den Schweizer Bäcker-Confisereuren – zu weit, da die Rohstoffe je nach Verfügbarkeit aus unterschiedlichen Ländern stammen. Auch der Bundesrat beantragte am 27.11.2019 die Motion Hegglin abzulehnen, worauf die Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur (WBK-S) eine abgewandelte Motion eingab, welche am 21.12.2020 im Ständerat behandelt und angenommen wurde. Am 03.03.2021 gab nun auch der Nationalrat grünes Licht.

Die Zollstatistiken sprechen eine klare Sprache: Die Schweiz wird überschwemmt mit Importbackwaren. Wirklich bewusst scheint dies den Konsumenten nicht zu sein. Es ist an der Zeit, dass sich die Branche bemerkbar macht.

Gemäss einer Umfrage des Vereines Schweizer Brot gaben 90 % der Befragten an, Schweizer Brot zu konsumieren. Offenbar, und das freut uns, ist der Mehrheit der Konsumenten die Herkunft des feinen Gebäckes wichtig. Ob sie allerdings im Tankstellenshop, Restaurant oder Discounter immer Schweizer Brot erhalten, ist sehr ungewiss und auf die fehlende Transparenz zurückzuführen. Es gibt gemäss aktuellem Gesetz (Art. 39 Abs. 1) bereits die mündliche Auskunftspflicht im Offenverkauf. Die Bestrebungen gehen nun aber Richtung schriftlicher Deklarationspflicht. Am 3. März 2021 stimmte mit dem Nationalrat nun der zweite Rat dem Begehren zu, dass bei Backwaren direkt oder verarbeitet, zum Beispiel als Sandwich, im Offenverkauf der Produktionsort deklariert werden muss. Dies ist eine Chance für die ganze Wertschöpfungskette. Der Konsument soll die Wahlfreiheit haben und nicht nur den Preis, sondern auch die Herkunft in seinen Kaufentscheid einfließen lassen. Dies scheint für alle mit einem vertretbaren Aufwand umsetzbar und sensibilisiert die Konsumenten auf die Thematik.

Es geht um grosse Mengen

Eine online-Abfrage über Swisimpex (Eidgenössische Zollverwaltung, EZV) ergibt für die Tarifnummer 1905, unter welche alle Arten von Backwaren fallen, folgende eindrückliche Zahlen für das Jahr 2020: Menge total 142'151'027 kg mit einem Warenwert von CHF 504'642'159 – Tendenz seit Jahren steigend. Bereits im August 2018 veröffentlichte das Bundesamt

für Landwirtschaft BLW in einem Marktbericht zum Getreidejahr 2017/18 einen Importmengenwuchs von Backwaren um mehr als 66 % in 10 Jahren.

Wie weiter?

Die Verwaltung ist nun aufgefordert, eine Vorlage zur Umsetzung des Auftrags in der Motion zu erarbeiten. Anschliessend wird diese Vorlage interessierten Kreisen/Branchenverbänden in einem Vernehmlassungsverfahren zur Prüfung vorgelegt und anschliessend die neue Verordnungsänderung vom Bundesrat genehmigt und in Kraft gesetzt. Dieses Verfahren könnte bis zu zwei Jahren in Anspruch nehmen, wir hoffen aber, es geht schneller. Selbstverständlich kann bereits heute auf freiwilliger Basis auf den Produktionsort und die Herkunft der Rohstoffe hingewiesen werden. Die GMSA unterstützt die gewerblichen Bäcker schon längere Zeit in der Kommunikation der Herkunftsdeklaration von Schweizer Brot: mit Plakaten von Landwirten aus verschiedenen Regionen der Schweiz, Alu-Schildern für den Eingang und Flaggen.

Getreide, Mehl, Brot aus der Schweiz.

«Ich produziere Brotgetreide für unsere Bäcker.»
Andreas Wälsler, Haldenstein, GR



GMSA

Vorteile der Deklarationspflicht – Stimmen aus der Branche



Stéphane Oberson, gewerblicher Bäcker in Genf, hat sich sehr für diese Motion engagiert. Zusammen mit Eric Emery, dem Präsidenten der Vereinigung der Bäcker und Confisereure des Kantons Genf (ABCGe), und zwei weiteren Bäckerkollegen aus der Deutschschweiz reiste Oberson im November 2019 nach Bern, um während der Herbstsession den Parlamentariern handwerklich produzierte Schweizer Backwaren zu präsentieren und sie beim Degustieren über die Problematik von importierten Backwaren zu sensibilisieren. Den meisten von ihnen war nicht einmal bekannt, dass grosse Anteile der hierzulande konsumierten Backwaren aus dem Ausland kommen. Stéphane Oberson erklärt, warum ihm dieses Thema besonders am Herzen liegt: «Die Verbraucher wollen wissen, was sie konsumieren, aber sie verfügen nicht immer über die nötigen Informationen. Sie denken, sie kennen die Produkte, die sie kaufen, aber bei Backwaren herrscht bis heute eine totale Desinformation.»



Pascal Clément, gewerblicher Bäcker aus Dailens (VD), ist sehr zufrieden mit dem Beschluss aus Bern und glaubt, dass dieser den gewerblichen Betrieben, die sich seit je durch Nähe auszeichnen, in die Hand spielen wird. In seinem Betrieb stammen alle Produkte aus der Schweiz, sehr oft sogar aus einem Umkreis von 30 Kilometern vom Produktionsort. Damit das Verkaufspersonal die Fragen der Verbraucher, die zweifellos kommen werden, richtig beantworten kann, werde es noch Informationsarbeit brauchen, meint Clément. Das sei eine gute Gelegenheit, die Herkunft

Bonvita
Bruggmühle Goldach
Grands Moulins de Cossonay
Intermill
Mino-Farine
Moulin du Rhône/Rhonemühle
Steiner Mühle

Brot ist ein wesentliches Element in unserer täglichen Ernährungskultur, aber nur wenige Menschen legen Wert auf seine Herkunft oder informieren sich ausreichend über das Thema. Unser Kampf bezweckt vor allem, dem Brot und den gewerblichen Bäckern, die im Laufe der Zeit ihre positive «Aura» angesichts von importierten Industrie- oder Tiefkühlprodukten eingebüsst haben, Ansehen und Würde zurückzugeben. Es bedeutet, unser Handwerk, die Werte unserer Branche, lokale Produktion und Arbeitsplätze zu verteidigen. Es ist auch die Verteidigung eines ganzen Berufszweigs, vom Landwirt über den Müller bis zum gewerblichen Bäcker. Wirklich aussergewöhnlich bei dieser Vorgehensweise ist die Geschwindigkeit der Umsetzung, denn in nur 18 Monaten ist über eine Gesetzesvorlage abgestimmt worden: So etwas hat es noch nie gegeben! Zwischen der ursprünglichen Idee, der Präsentation in Bern und dem Gesetz sind anderthalb Jahre vergangen. Ein Kraftakt, der zeigt, dass Brot in der kollektiven Wahrnehmung wichtige Werte repräsentiert, die es zu verteidigen und zu schützen gilt.

der vom Bäcker verwendeten Rohstoffe hervorzuheben. Auch der Aspekt «Kommunikation» dürfe seitens der Bäckervereinigung nicht vernachlässigt werden, um die Kunden in Tankstellen-Shops und Restaurants davon zu überzeugen, bei gewerblichen Bäckereien einzukaufen. Wenn man in der Nähe solcher Orte Plakate anbringt, die Schweizer Brot bewerben, wird dies das Interesse der Verbraucher wecken und es ihnen ermöglichen, regionale Produkte in Tankstellen-Shops, von denen einige bereits mitmachen, wiederzufinden. Das Gleiche gilt für Restaurants, die daran interessiert sein sollten, den Namen des Dorfbäckers auf der Karte zu vermerken.

Ich bin sehr glücklich darüber, dass unser Projekt mit positiven Ergebnissen dank der Initiative von engagierten Berufskollegen zum Abschluss gekommen ist. Ich bin deshalb sehr zufrieden über den Erfolg in so kurzer Zeit, möchte aber meine Enttäuschung über Gastro Suisse ausdrücken, der sich gegen dieses Vorgehen gestellt hat. Man muss darauf hinweisen, dass Café- und Restaurantbesitzer aus finanziellen Gründen regelmässig importiertes Tiefkühlbrot kaufen. Die konkrete Umsetzung wird in den nächsten Monaten festgelegt. Unbedingt notwendig ist aber, dass überall, wo Brot und Backwaren verkauft werden, die Herkunft klar und sichtbar deklariert wird. Es besteht kein Grund zur Skepsis, da die Pflicht, die Zusammensetzung unserer Produkte anzugeben, ja bereits besteht: Es muss also lediglich die Herkunft ergänzt werden.»

Bäckereien oder Backwaren-Verkaufsstellen in der Nähe von Tankstellen können auftrumpfen, indem sie bis Ladenschluss eine breite Palette von Produkten anbieten. Damit dürften sie Kunden anziehen, die Rücksicht auf die CO2-Bilanz der Produkte nehmen. Es gibt heute technische Lösungen, um bis zum letzten Moment frische und qualitativ hochwertige Produkte anzubieten. Gemäss Pascal Clément sei es unabdingbar, dass der Verband in den Medien die Änderungen und Auswirkungen für die Verbraucher erklärt. Ganz allgemein gelte: Je mehr man über Brot spricht, desto mehr werden die Bäcker profitieren können.

GMSA
MÜHLEN • MOULINS • MULINI

Entwicklung der GMSA unter der Leitung von Marc Müller

Ein «Mühlenpatron» alter Schule

Deklarationspflicht des Produktionslandes als Chance

Vorteile der Deklarationspflicht – Stimmen aus der Branche

GMSA
MÜHLEN • MOULINS • MULINI



Entwicklung der GMSA unter der Leitung von Marc Müller

Zu Jahresbeginn 2021 hat ein Generationenwechsel in unserem Unternehmen stattgefunden. Wie bereits in unserer Pressemitteilung vom 23.02.2021 angekündigt, hat Marc Müller seine Stelle als Generaldirektor der Gruppe per 01.04.2021 an Alain Raymond abgetreten.

Dank seines unermüdlichen Einsatzes während der vergangenen 15 Jahre überlässt Marc Müller seinem Nachfolger ein gesundes Unternehmen. In diesen Jahren, in denen innerhalb der Branche eine Konzentration stattgefunden hat, ist es Marc Müller gelungen, die GMSA als dynamische, leistungsstarke Mühlgroupe und als Referenzunternehmen zu positionieren. Mit einer Steigerung des Marktanteils um fast 10 % ist die GMSA zu einem der führenden Hersteller von Backmehlen in der Schweiz geworden.

Schlüsselemente im Laufe seiner Tätigkeit waren zunächst die Konzentration auf das Kerngeschäft und der Verkauf der

Firma Biomill (pet food) im Jahr 2011. Im gleichen Jahr wurde die Übernahme der Firma Steiner Mühle AG in Zollbrück/BE, die ausschliesslich Bio-Produkte herstellt, vollzogen. Im Jahr 2012 erwarb die GMSA mit der Bonvita AG in Stein am Rhein/SH eine Gesellschaft, die Schweizer Paniermehl herstellt.

Da das wichtigste Ziel die schweizweite Stärkung der Wertschöpfungskette – Landwirtschaft, 1. Verarbeitungsstufe (Müllerei), 2. Verarbeitungsstufe (Fertigprodukte auf der Basis von Mehl) – ist, erwarb die GMSA im Jahr 2013 den Müllereibereich der Grand Moulins de Cossonay in Penthalaz/VD sowie deren Sammelstellen. Die Produktion an diesem Standort wurde schliesslich im Jahr 2016 nach Granges verlagert, der Verkauf der Gebäude erfolgte 2017. In der Zwischenzeit wurde im Jahr 2015 die Produktion der Moulins de Sion SA zur Gebr. Augsburger AG, Rhonemühle Naters nach Naters/VS verlagert. Die Rhonemühle wurde schliesslich Ende 2019 zu

100 % in die GMSA integriert.

Marc Müller legte immer Wert darauf, dass die GMSA für unsere treue Kundschaft mehr als ein blosser Mehllieferant ist – nämlich ein echter Partner der Backbranche und des Handels. Dies, indem wir in erster Linie einwandfreie Qualität sowie eine breite Palette an Mehlsorten und authentischen Produkten anbieten, aber auch dadurch, dass wir mit personalisierten Dienstleistungen und technischer Beratung durch unsere Fachleute nahe bei den Kunden und offen für deren Anliegen sind.

Dank den von Marc Müller an die engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weitergegeben Werten wie Achtung und Wohlwollen konnte sich die GMSA zu einem in der Branche geschätzten und respektierten Geschäftspartner und zu einem florierenden Unternehmen entwickeln.

Pierre-Marcel Revaz
Präsident des Verwaltungsrates GMSA

Ein «Mühlenpatron» alter Schule

Marc Müller fasziniert die Aufgabe einer Mühle innerhalb der Wertschöpfungskette. Er war stets stolz darauf, ein geschätztes und wichtiges Grundnahrungsmittel herzustellen. Das Müllerhandwerk ist für ihn etwas bodenständig-solides, dies von Grund auf zu beherrschen ist ihm wichtig. «Schuster bleib bei deinen Leisten» ist einer seiner Leitsätze, die er bei der GMSA konsequent verfolgte. In unserem Kerngeschäft hatte Marc Müller denn auch sehr hohe Ansprüche: Die GMSA nahm unter

seiner Führung eine Leader-Rolle in der Branche ein.

Wer Marc Müller näher kennt, weiss, dass er der Landwirtschaft eine sehr grosse Wertschätzung entgegenbringt. Dies und die Liebe zur Kulinarik, zu gutem Essen und feinem Brot, machten ihn für uns Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehr authentisch – er sprach nicht nur von unserer Branche, den Weg vom Acker zum Teller faszinierte ihn auch spürbar. Fast

Food irgendwo unterwegs einzunehmen ist ihm ein Gräuel und kulturlos. Gab es einmal eine Auseinandersetzung, war sein Tipp immer: «Hört auf, einander E-Mails zu senden, geht zusammen richtig Mittag essen, trinkt eine Flasche Wein, dann klärt sich vieles.» Bei der GMSA gab es unter seiner Führung auch nie eine Personalinformation ohne anschliessendem Apéro mit feinen Brötli vom regionalen Bäcker. Genuss und Brot hatten stets einen hohen Stellenwert.

Einige Stimmen und Anekdoten aus der Firma

Franziska Braunwalder, Kleinpackanlage Bruggmühle Goldach, lacht auf die Frage, was ihr zu Marc Müller spontan einfällt. «Er sagte an jeder Personalinformation, hört auf mit Sport wie Mountainbike, Fussball usw., das gibt nur Unfälle und Verletzungen. Geht ein bisschen spazieren und trinkt ein gutes Glas Wein, das ist gesünder.»

Martin Baumgartner, Chauffeur in Goldach, schätzte sehr, dass Marc Müller ihn immer mit Namen ansprach und sich generell für das Personal einsetzte. Er wusste, wenn der LKW nicht ganz sauber war und er am Bürofenster von Marc Müller vorbeifuhr, kam umgehend ein Anruf: «Der Lastwagen muss gewaschen werden, wir sind eine saubere Firma.»

Peter Sieber, Mehlmischerei/-silo wunderte sich manchmal über die Freude von Marc Müller an nostalgischen, alten Dingen. Im Betrieb allerdings legte er sehr grossen Wert auf eine topmoderne Infrastruktur.

Für Marcel Wächter, Verkauf Deutschschweiz, ist beeindruckend, wie konsequent Marc Müller seinen Grundsätzen über all die Jahre treu blieb und die GMSA auf Kurs hielt. Dies machte sich auch in seinem Führungsstil bemerkbar. Regeln wie «Lob im Plenum, Kritik unter vier Augen» war zum Beispiel eine, die Marcel Wächter geblieben ist.

Jürg Häfeli, Leiter Produktion und Unterhalt, seit August 2020 in Pension, begleitete Marc Müller geschäftlich über vier Jahrzehnte. Viele entscheidende Investitionen in Etappen durften sie zusammen für das Unternehmen realisieren. Ein kleines Geheimnis hat uns Jürg Häfeli verraten: «Marc Müller hat es gar nicht gerne kalt, so drehte ich jeweils vorgängig das Ventil am Heizungsradioradiator auf, wenn ich eine entspannte Besprechung für ein neues Projekt erreichen wollte». Abschliessend zur stets guten Zusammenarbeit meint Häfeli:

«Wir ergänzten uns komplementär und konnten damit ausgewogene strategische Umsetzungen erreichen. Für sein erfolgreiches Lebenswerk für die GMSA möchte ich Marc Müller herzlich gratulieren und wünsche ihm für den neuen Lebensabschnitt nur das Allerbeste.»

Roland Düring, Geschäftsführer Steiner Mühle AG, würdigt das Interesse und die Wertschätzung, welche Marc Müller seinen MitarbeiterInnen entgegenbringt. «Während meiner aktiven Zeit als (Hobby) Motorrad-Rennfahrer war ich oft an Wochenenden unterwegs zu Trainings. Am Freitagnachmittag kam der Anruf von Marc Müller: «Bist du schon auf dem Weg auf die Rennstrecke? Pass auf, dass du nicht stürzt, wir brauchen dich am Montag wieder» und am Montag dann die Rückversicherung: «Und, heil nach Hause gekommen?»»

Die HR-Verantwortlichen **Marianne Hasler** und **Murielle Jaton** wie auch die Sekretärin der Generaldirektion **Fabienne Demierre** erinnern sich, dass Marc Müller bei seiner Ankunft in Granges-près-Marnand in der Romandie, genauer gesagt im Waadtland, sofort feststellte, dass die Uhren hier etwas anders gehen und der Beginn von Sitzungen nicht immer auf die Minute eingehalten wurde, wie er dies gewünscht hätte. Also musste er sich an die berühmte «Waadtländer Viertelstunde» anpassen, die übliche kleine Verspätung, die indes nicht zu seiner gewohnten Pünktlichkeit passte. Auch wenn er in gewissen Dingen «welscher» werden musste, hat Marc Müller absolut nichts von seiner Galanterie verloren: Beim Essen erhebt er sich jedes Mal, wenn eine Dame den Tisch verlässt oder an den Tisch zurückkehrt. Welch ein Gentleman! Wenn Marc Müller heute in den Ruhestand geht, dann sicherlich nicht, um sportlich aktiv zu werden, sondern wohl eher, um sich den schönen Seiten des Lebens zu widmen, denn er ist ein ausgewiesener Geniesser.

Stimmen aus der Branche

Lorenz Hirt, Geschäftsführer Dachverband Schweizerischer Müller
Marc Müller ist für mich der Inbegriff eines englischen Gentleman. Sowohl von seinem gepflegten Äusseren als auch von seinem Auftreten her strahlt er die Eleganz und den Stil eines englischen Lords aus, aber eben auch dessen Verbundenheit mit der Scholle. Nie habe ich es erlebt, dass Marc Müller sich herablassend über jemanden aus einfacheren Verhältnissen geäussert hätte. Im Gegenteil; er begegnete dem Servierpersonal, dem Landwirten und dem CEO einer Kundin stets mit derselben Freundlichkeit und demselben Respekt. Durch seine verlässliche, nie herablassende, aber stets kritisch hinterfragende Art konnte sich Marc auf sämtlichen Stufen der Wertschöpfungskette Getreide Respekt und Ansehen verschaffen. So ist Marc oftmals zwar das erste Mitglied, welches einen meiner Texte mit aus seiner Sicht verfehltem Inhalt scharf kritisiert – oftmals ist er dann aber auch der einzige, welcher sich bei einem guten Ergebnis die Mühe nimmt, ein Lob nicht nur bei nächster Gelegenheit beiläufig auszusprechen, sondern noch gleichentags mit der Feder zu Papier zu bringen. In Marc Müller verliert die Getreidebranche einen Grandseigneur alter Prägung. Das wird uns fehlen.

Urs Wellauer, Direktor Schweizerischer Bäcker-Confiseurmeister-Verband (SBC)
Marc Müller stand seit 2005 an der Spitze

der Groupe Minoteries SA. Bereits seine beiden Grossväter betrieben Mühlen in der Ostschweiz. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass Marc Müller an der Spitze einer der grössten Mühlen in der Schweiz stand. Die NZZ schrieb 2007: «Ein Müller, der vorwärtsdrängt.» Wohl im zweideutigen Sinne und in Anspielung auf seinen Nachnamen. Wir erlebten Marc Müller als kritischen Zeitgeist, der auf der einen Seite die Groupe Minoteries SA in einem wirtschaftlichen Spannungsfeld für die Zukunft gerüstet hat und auf der anderen Seite die vor- und nachgelagerten Stufen immer im Fokus behalten hat. Ich erinnere mich gut an die zum Teil sehr intensiven Diskussionen mit ihm, aber auch an die gastfreundschaftliche Zeit, bei der die Gespräche – nicht minder intensiv – weitergeführt wurden. Für die gute, konstruktive und partnerschaftliche Zusammenarbeit bedanken wir uns herzlich. Im Namen aller Schweizer Bäcker-Confiseure wünschen wir Marc Müller in seinem nächsten Lebensabschnitt, oder sollten wir sagen, in seinem wohlverdienten «Unruhestand», viel Spass und alles Gute.

Fritz Rothen, Geschäftsführer IP-Suisse
Marc Müller – ein exzellenter Unternehmer und Gentleman. Ich habe Marc vor rund dreissig Jahren kennengelernt. Damals, an einer Sitzung mit dem Ostschweizer Müllerverband, konnte ich zum ersten Mal von seiner kompetenten Unterstützung profitieren. Mit ihm zusammen führten

wir IP-SUISSE Getreide bei den gewerblichen Bäckereien ein. Legendar sind seine Geschäftsberichte. Ich kenne niemanden, der es versteht, so fundiert und spannend dem Leser die schweizerische Getreidepolitik näher zu bringen und seine persönliche Meinung geschickt und glasklar in den Bericht zu integrieren. Beeindruckt hat mich, wie Marc mit den Kunden umgeht. Bei ihm steht der Kunde jederzeit im Mittelpunkt, auf Kundenwünsche wird eingegangen und mit grosser Beharrlichkeit werden diese auch umgesetzt. Bei Marc stehen die Nahrungsmittel im Mittelpunkt, sei es bei der Verarbeitung, aber auch beim Essen und Trinken – nur die beste Qualität kommt in Frage. Immer wieder hat er mich mit seinen kreativen, für uns speziellen Ideen überrascht. Einmal ist er mit dem Wunsch zu mir gekommen, bei einem Bauern aktiv Kirschen auf einem Hochstammbaum zu pflücken und sich dabei genügend mit den frischen Früchten zu verköstigen, analog, wie er das in seiner Schulzeit erlebt habe. Diesem Wunsch haben wir selbstverständlich entsprochen und im Berner Seeland hat sich Marc kurz darauf auf die fünf Meter hohe Leiter gewagt. Ich wünsche mir, dass Marc seine grosse Erfahrung, auch nach seinem Weggang aus der Firma, Dritten auf seine feine Art weitergeben kann. In diesem Sinne wünschen wir ihm für die Zukunft alles Gute.



Erste Zertifizierung der Bruggmühle Goldach AG: Bezüglich der Qualität einen Spitzenplatz einnehmen war immer wichtig.

Neuer CEO der GMSA

Seit 1.4.2021 ist **Alain Raymond** CEO der GMSA und Nachfolger von Marc Müller. In der nächsten Ausgabe der GMSA Info erscheint ein umfassendes Portrait von Alain Raymond.