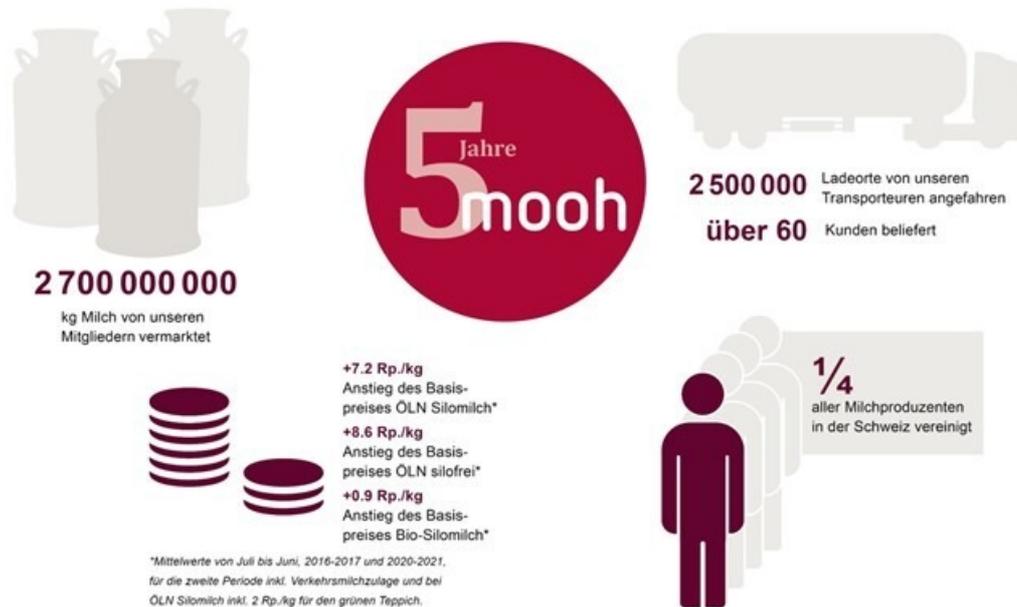


10.09.2021 – 09:06 Uhr

+7.2 Rp./kg: mooh macht mehr aus meiner Milch



5 Jahre mooh und aktualisierte Vision

+7.2 Rp./kg: mooh macht mehr aus meiner Milch

Die mooh Genossenschaft wurde Mitte 2021 5-jährig. Die Vereinigung von einem Viertel aller Milchproduzenten der Schweiz sowie eine respektable Milchpreissteigerung sind nur einige Erfolge der noch jungen mooh-Geschichte. Zur Feier ging mooh mit ihren Kunden in den Stall und zeigte ihnen, wie viel Arbeit hinter einem Liter Milch steckt. Denn nur gemeinsam mit ihren Produzenten und Kunden macht mooh mehr aus ihrer Milch, wie es auch in der aktualisierten Vision verankert ist.

Die mooh Genossenschaft durfte Mitte 2021 bereits ihr 5-jähriges Jubiläum feiern. In diesen ersten fünf Jahren konnten respektable Erfolge verzeichnet werden: «Der Milchpreis für ÖLN Silomilch konnten wir im Vergleich des ersten zum fünften Jahr um über 7 Rappen pro Kilogramm steigern», sagt Martin Hübscher, Präsident der mooh Genossenschaft, stolz. Auch die anderen Milchsorten zeigten ein schönes Bild mit einem Anstieg von 8.6 Rp./kg bei ÖLN silofrei und 0.9 Rp./kg bei Bio Silomilch. Gerade in der Corona-Pandemie gelang es mooh, ihre Stärken vollauf zugunsten ihrer Mitglieder einzusetzen «Mit über 60 Kunden sind wir breit aufgestellt und konnten auf die Nachfrageverschiebungen optimal reagieren», erklärt René Schwager, Geschäftsführer. «Da wir zudem als Produzentenorganisation vollkommen unabhängig sind, leiteten wir die Milch in die wertschöpfungsstarken Kanäle», sagt Schwager und Hübscher ergänzt: «Und der daraus gewonnene Mehrerlös ging in Form eines höheren Milchpreises direkt an unsere Mitglieder».

Mit ihren Mitgliedern zur führenden Produzentenorganisation

Es hat sich bei mooh bereits viel getan: Entstanden am 1. Juli 2016 durch die Zusammenlegung der Milchvermarktung der Miba Genossenschaft und der Nordostmilch AG, wurde mooh mit der Übernahme des Milchvermarktungsgeschäfts von Prolait und der Biomilchpool GmbH definitiv zur schweizweit führenden Milchvermarktungsorganisation. Nach der Aufbauphase trat der Gründungspräsident Robert Bischofberger zurück und Martin Hübscher aus Bertschikon (ZH) übernahm das Amt. Vieles blieb aber bestehen: Seit der Gründung sammelt mooh auch dezentral Milch, denn als nationale Organisation sind insbesondere auch die Randregionen wichtig. Weitere spannende Zahlen zu den ersten 5 Jahren mooh sind in der Übersicht zu finden.

5 Jahre wurden gefeiert!

Die 5 Jahre mooh wurden selbstverständlich gefeiert: Die Produzenten durften von einer leckeren Cheezy-Box profitieren, die Mitarbeitenden erlebten einen ausgiebigen Teamanlass und die Transporteure wurden zum Transporteuren-Anlass eingeladen. Ganz im mooh-Stil durften die Kunden feiern: Ende August wurden sie auf den Mattenhof in Flawil von mooh-Mitglied Werner Iten in den Stall eingeladen. Der Kuhflüsterer Christian Manser zeigte den Kunden, wie viel Arbeit hinter einem Liter Milch steckt. Anschliessend widmeten sich die Kunden in der Gruppe intensiv einer Kuh und bereiteten sich auf deren Präsentation in der Arena vor. Dort überzeugten sie das Publikum von den Vorzügen ihrer Kuh. Bewertet durch die hochkarätige Jury mit Lisa Stoll, Hanspeter Kern und Robert Bischofberger und einem Voting für das beste Gruppenbild wurde die beste Kuh auserkoren. «Für uns war das ein absolut gelungener Nachmittag und Abend. Unsere Kunden haben gesehen, wie viel es braucht, um nur einen Liter Milch zu produzieren. So kommen wir auch näher zu ihnen und können gemeinsam mehr aus Milch machen», fasst Hübscher den Anlass zusammen.

Zielgerichtet vorwärts gehen

Um ihren Auftrag, die Milch ihrer Mitglieder bestmöglich zu vermarkten, optimal zu erfüllen, entwickelt sich mooh ständig weiter. Die Basis dafür ist die Vision, welche nun aktualisiert wurde: «mooh geht wertschätzend neue Wege für ihre Milchbauern, inspiriert Kunden mit Vielfalt und schafft durch Glaubwürdigkeit Nähe zum Konsumenten. Damit macht mooh für alle mehr aus ihrer Milch.»

Als Produzentenorganisation ist selbstverständlich der Milchbauer die wichtigste Anspruchsgruppe von mooh. Zentral ist aber, dass mooh ihre Aufgabe für ihre Genossenschafter ohne die Kunden und Konsumenten nicht erfüllen kann. Die Erklärung ist einfach: Wenn der Konsument keine Milch und Milchprodukte beim mooh-Kunden kauft, wird der Kunde auch bei mooh keine Milch kaufen. Und wenn mooh die Milch nicht an Kunden verkaufen kann, gibt es kein Milchgeld für die Produzenten. Die Gesamtheit aller Anspruchsgruppen ist also für mooh zentral. Damit die Brücke vom Produzenten bis zum Konsumenten geschlagen werden kann, sind Vertrauen und Transparenz wichtig. Goldrichtig ist demnach auch das Ziel, der transparenteste und klimafreundlichste Anbieter von Schweizer Milch zu sein.

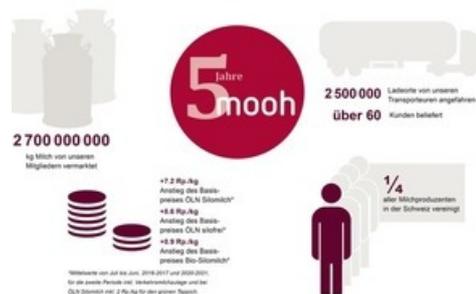
Innovativ und freundlich

Die Kernelemente von mooh wie freundlich, achtsam, transparent aber auch innovativ und flexibel stimmen dann wiederum für alle Anspruchsgruppen. mooh sucht ständig neue Wege, um ihren Produzenten interessantere Perspektiven zu ermöglichen. Damit inspiriert mooh ihre Kunden, die als Partner agieren. Durch den Ansatz «alles aus einer Hand bis hin zum Produzenten zurück» schafft mooh Nähe zum Konsumenten. «Wir sind überzeugt, mit dieser Vision und unserem neuen Claim voll ins Schwarze getroffen zu haben. Damit macht mooh mehr aus meiner Milch», sagt Hübscher überzeugt.

Martin Hübscher, Präsident des Verwaltungsrates
+41 58 220 34 50

Gabriela Küng, Leiterin Kommunikation
+41 58 220 34 06

Medieninhalte



Grafik Kennzahlen



Bild Martin Hübscher

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100054062/100877385> abgerufen werden.