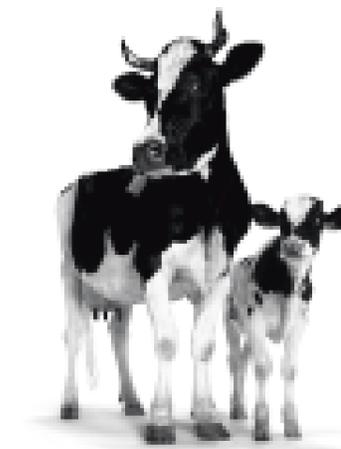




Das Jahr 2004 war für die SMP ein bewegtes und an Herausforderungen reiches Jahr: Ein Wechsel im Präsidium, die Vorbereitung des Ausstiegs aus der Milchkontingentierung und die Normalisierung der Liquidität sind wichtige Stichworte. Dazu kommt der permanente Druck, bei den Landwirtschaftsausgaben des Bundes zu sparen und die Reform der Agrarpolitik weiterzuführen. Die Milchproduzenten wird dies besonders hart treffen.





<b>Ein bewegtes, an Herausforderungen reiches Jahr</b>		<b>7</b>
<b>1.</b>	<b>Sachgeschäfte</b>	<b>12</b>
1.1	Politische Rahmenbedingungen	12
1.2	Internationale Fragen	16
1.3	Milchproduktion und -verkauf	20
1.4	Milchverarbeitung und Markt	28
1.5	Marktordnung	34
1.6	Marktstützung	36
1.7	Marketing	40
1.8	Weitere Sachgeschäfte	44
<b>2.</b>	<b>Tätigkeit der Organe</b>	<b>46</b>
2.1	Delegiertenversammlung	46
2.2	Vorstand und Vorstandsausschuss	47
2.3	Ständige Kommissionen	48
<b>3.</b>	<b>Angaben zur SMP</b>	<b>50</b>
3.1	Finanzierung und Inkasso	50
3.2	SMP-Beteiligungen und -Mitgliedschaften	52
3.3	Zusammensetzung der Gremien	53
3.4	Aufbau- und Ablauforganisation	54
3.5	Ansprechpartner für SMP-Dienstleistungen	56
3.6	Angaben zu den Mitgliedern	57
<b>4.</b>	<b>Dokumentarischer Teil</b>	<b>58</b>
	Produktions- und Marktdaten	58



2004 war für die SMP ein bewegtes und an Herausforderungen reiches Jahr. An der Frühjahrs-Delegiertenversammlung galt es, die Liquiditätslage des Verbandes zu normalisieren. Unterstützt durch mehrheitlich positive Marktentwicklungen wird das gelingen. Daneben stand die Frühjahrs-Delegiertenversammlung ganz im Zeichen des Wechsels im Präsidium der SMP. Im politischen Umfeld sind die Herausforderungen gross und vielfältig: Auch die Landwirtschaft muss dazu herhalten, den Bundeshaushalt zu sanieren; der Ausstieg aus der Milchkontingentierung ist sehr anspruchsvoll und die Agrarpolitik ist und bleibt für die Milchproduzenten eine permanente Baustelle.

**Normalisierte Liquiditätslage der SMP**

Im ausserordentlichen Jahr 2002 – Niedergang des grössten Milchverarbeiters Swiss Dairy Food SDF in einer gravierenden Marktkrise – hat sich die SMP sowohl mit der Sanierung des Marktes wie auch mit der Restrukturierung finanziell sehr stark engagiert. Damit konnte ein Zusammenbruch der Märkte mit gravierenden Folgen für die Milchproduzenten verhindert werden. Durch das Engagement für die Restrukturierung im Pulverbereich und in der Käsevermarktung wurde der nachgelagerte Bereich gestärkt, auch wenn sich insbesondere in der Vermarktung des Emmentalers nicht alles wie gewünscht entwickelte. Mit den Beschlüssen der Delegiertenversammlung für den Milchstützungsfonds kann die Liquiditätslage des Verbandes wieder ins Lot gebracht werden.

**Erfreuliche Marktentwicklung**

Mehrheitlich positive Marktentwicklungen haben die Normalisierung der Lage unterstützt. Zu Beginn des Jahres 2004 rechneten wir mit einem Milchüberschuss von zwei bis drei Prozent. Über Erwarten positive Absatzentwicklungen bei Frischmilchprodukten, Käse und Butter haben zu einer spürbar geringeren Regulierverarbeitung geführt. Gleichzeitig stiegen die Weltmarktpreise für Magermilch- und Vollmilchpulver, so dass von dieser Seite her etwas weniger Mittel beansprucht werden als budgetiert worden sind. Ende Jahr konnten noch 470 Tonnen Butter importiert werden, so dass mindestens ein Teil der Mittel für die Verbilligung von Rahm im Speiseeis in den Milchstützungsfonds zurückfliessen wird. Ungelöst und nach wie vor unbefriedigend ist die Situation beim Emmentaler. Zwar scheint das Gleichgewicht zwischen produzierter Menge und Marktpotenzial in Reichweite. Zu viele Händler und Marktakteure betreiben jedoch systematisch Wertschöpfungsvernichtung, welche als Folge vor allem von den Milchproduzenten mit sehr tiefen Milchpreisen getragen werden muss. Wir engagieren uns im Rahmen unserer Möglichkeit weiterhin, um diese Situation zu verbessern.



#### **Wechsel im Präsidium der SMP**

Die Frühjahrs-Delegiertenversammlung hat Peter Gfeller zum Präsidenten der SMP gewählt. Die Zusammenarbeit mit Vorstand und Geschäftsstelle ist konstruktiv und vorwärtsgerichtet. Für den Präsidenten war das erste Jahr im Amt interessant und anspruchsvoll zugleich. Die zahlreichen Kontakte mit der Basis stärken die unerlässlichen Bindungen sowie das gegenseitige Verständnis und Vertrauen.

#### **Spardruck auf die Landwirtschaft**

Nachdem mit dem Kernstück der Agrarreform, der Entkoppelung von Preis- und Einkommenspolitik, bewusst eine Entlastung der Konsumenten und eine Mehrbelastung des Steuerzahlers in Kauf genommen wurde, wird die Landwirtschaft nun vom Spardruck beim Bund nicht verschont. Zwar wurde der in den Finanzplänen enthaltene Stützungsabbau bei der Milch im Rahmen der Entlastungsprogramme nicht noch zusätzlich verschärft, doch müssen 2005 und 2006 zusammen rund 90 Mio. Franken gegenüber 2004 eingespart werden. Ab 1. Mai 2005 müssen deshalb die Verkäsungszulage um einen Rappen und die Beihilfen bei Butter, Eiweiss und Käseexport zum Teil erheblich reduziert werden. Wir haben uns in den Verhandlungen mit den Behörden um eine Opfersymmetrie zwischen Käserei- und Molkereimilch bemüht, um den Schaden zu minimieren. Es wird in den Milchkaufverhandlungen darüber zu entscheiden sein, wie der Stützungsabbau aufgefangen werden kann.

#### **Zentrale Herausforderung: Ausstieg aus der Milchkontingentierung**

Die grösste aktuelle Herausforderung für die Milchwirtschaft ist der Ausstieg aus der Milchkontingentierung. Für die Zeit nach dem Ausstieg ist zweierlei zentral: Der Markt muss erstens in einem vernünftigen Gleichgewicht gehalten werden und sowohl saisonal als auch bezüglich der Magermilch aus der Rahm- und Butterproduktion sinnvoll ausreguliert werden. Zweitens ist das Angebot der Produzenten so zu bündeln, dass ein organisatorisches Gleichgewicht zu den wenigen Abnehmern geschaffen wird. Die SMP ist gewillt und in der Lage, den anspruchsvollen Prozess mit den Verarbeitern, den regionalen Organisationen und ihren Mitgliedern mitzugestalten und so für den Ausstieg im Jahr 2009 stabile Verhältnisse zu schaffen. Das politische Umfeld verlangt von allen Akteuren grossen Einsatz.



**Permanente Baustelle Agrarreform**

In allen bedeutenden Agrarländern stehen die Bauern unter grossem Anpassungsdruck, ausgelöst durch die Globalisierung und Liberalisierung der gesättigten Märkte. Obwohl der Landwirtschaftsartikel als gute Grundlage gilt, wird die Agrarreform bereits nach kurzer Zeit kritisiert. Die Reformbilanz ist durchzogen. Während die Behörden ein positives Bild zeichnen, ist sie aus Sicht der betroffenen Bauern wenig erfreulich: Sie haben die geforderten Erwartungen im ökologischen Bereich erfüllt, die Preise sind gesunken, ohne dass davon beim Konsumenten viel angekommen ist. Kurz: Die Bauern haben mehr gearbeitet und weniger verdient. Der Anteil der Betriebe mit Kapitalverzehr hat sich innerhalb der letzten zehn Jahre verdoppelt. Dennoch ist die Meinung weit verbreitet, die Landwirtschaft koste zu viel. Bevor die Lage analysiert worden ist, geht die Reform mit der AP 2011 bereits in die nächste Runde. Was das Bauernopfer in der WTO unserem Land bringen soll, wird nicht beantwortet. Die weitere Reform muss sich aus Sicht der Milchproduzenten auf drei Aspekte konzentrieren: auf das Gleichgewicht der Abgeltung von Produktions- und Pflegeleistungen, auf die optimale Umlagerung der zunehmend kritisierten Produktstützungen in Direktzahlungen und auf die Verbesserung der Flächenmobilität.

Die Herausforderungen am Markt und in der Agrarpolitik werden gross bleiben! Den Bauernfamilien einen würdigen Platz in der modernen Gesellschaft zu sichern, bleibt weiterhin eine sehr wichtige und anspruchsvolle Aufgabe. Es ist das Ziel der SMP, für die Milchproduzenten möglichst günstige Rahmenbedingungen zu schaffen und ihnen zu helfen, die Herausforderungen positiv anzugehen und zu meistern. Ebenso werden wir uns mit aller Kraft für qualitativ hochstehende, sichere und natürliche Lebensmittel und eine wirtschaftliche Zukunft der Milchbauern einsetzen.

*Peter Gfeller, Präsident, und Samuel Lüthi, Direktor SMP*

## 1.1 Politische Rahmenbedingungen

«Die 1992 eingeleitete Reform der Agrarpolitik ist prioritätengerecht, konsequent und schrittweise weiterzuführen. Der in Artikel 104 der Bundesverfassung verankerte Gesellschaftsvertrag ist dabei unbestritten.» Zu diesen beiden Kernsätzen der Bundesbehörden zur Weiterentwicklung der Agrarpolitik besteht breite Zustimmung. Abweichungen gibt es bei der Konkretisierung der Massnahmen und beim Tempo der Umsetzung.

### a) Stützungsabbau und Kompensation

Der Bundesrat ist im Herbst 2003 nicht auf die Forderung der SMP und des SBV eingetreten, den Mittelabbau für Zulagen und Beihilfen durch einen Beitrag für Raufutter verzehrende Nutztiere zugunsten der Milchproduzenten zu kompensieren. Weder der Schweizerische Bauernverband noch das Bundesamt für Landwirtschaft waren bereit, auf die als berechtigt anerkannten Forderungen einzutreten, wenn dafür Kürzungen bei anderen Direktzahlungen vorgenommen werden müssten.

Anfangs 2004 hat der Vorsteher des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements in Aussicht gestellt, sich an der Suche nach einer Lösung zu beteiligen. Das in der Folge vom Bundesamt für Landwirtschaft eingesetzte Produzentenforum hat im Sommer folgenden Kompromiss beschlossen:

- Ausnahme der Mittel für Zulagen und Beihilfen von weiteren Sparmassnahmen des Bundes in den Jahren 2005 und 2006, welche über die in den Finanzplänen enthaltenen Kürzungen von 30 bzw. 60 Mio. Franken hinausgehen.
- Einführung des «Raufutter-Beitrages für Milchkühe» im Jahr 2007. Die Finanzierung soll über einen zusätzlichen Abbau der Mittel für Zulagen und Beihilfen sowie Korrekturen bei den Direktzahlungen und weiteren Budgetpositionen erfolgen.

Der weitere Abbau der Mittel für Zulagen und Beihilfen im vorgesehenen Rahmen ohne Kompensation in den Jahren 2005 und 2006 kann aus Sicht der Milchproduzenten nicht befriedigen. Der Kompromiss stellt aber unter den finanzpolitischen Vorgaben und angesichts der landwirtschaftsinternen Verteilungsproblematik das realistischere Machbare dar.

Die SMP erwartet, dass die Lösung auf 2007 nun rasch konkretisiert wird. Die Ausgestaltung muss eine ausgewogene Regelung zwischen den verschiedenen Produktionsrichtungen sein, bei welcher die Erlöseinbussen der Milchproduzenten seit 2002 angemessen berücksichtigt werden. Ein weiterer Stützungsabbau ohne entsprechende Kompensation darf den Milchproduzenten nicht mehr zugemutet werden.

### b) Ausstieg aus der Milchkontingentierung

Nachdem die Änderungen des Landwirtschaftsgesetzes zum Ausstieg aus der Milchkontingentierung auf den 1. Januar 2004 in Kraft getreten sind, hat die SMP beim Erlass der Ausführungsbestimmungen darauf hingewirkt, dass ein geordneter Ausstieg und Übergang in die liberalisierte Ordnung ermöglicht wird. Zentrale Punkte sind:

- Eine überblickbare Anzahl von Organisationen, die mit einem überblickbaren Spektrum an individuellen Regelungen aussteigen.
- Eine korrekte Erfassung und Kontrolle der vermarkteten Milch mit griffigen Massnahmen bei Nichteinhaltung der Mengenvorgaben.
- Gewährung von Mehrmengen an einzelne Organisationen nur, wenn dafür ein zusätzlicher Absatz realisiert werden kann und der übrige Markt nicht beeinträchtigt wird.

Die offensichtliche Absicht der Behörden, möglichst rasch zu liberalisieren und den Wettbewerb zu forcieren, konnte im Rahmen der Ausführungsbestimmungen nur beschränkt korrigiert werden. Die kommenden Jahre werden zeigen, wie sich die beschlossenen Regelungen auswirken werden und wo noch Korrekturen vorgenommen werden müssen (siehe auch Teil 1.3).

### c) Weiterentwicklung der Agrarpolitik

Im Hinblick auf die Ausarbeitung des Milchberichtes des Bundesrates zuhanden des Parlaments wie auch für die Agrarpolitik 2011 hat die SMP ihre Position festgelegt und bei zahlreichen Gelegenheiten in die politische Diskussion eingebracht.

Das Konzept beinhaltet folgende Eckpunkte:

- Ausreichende und zukunftsgerichtete Berücksichtigung der Weiterentwicklung der internationalen Rahmenbedingungen (EU-Politik, Bilaterale Verträge mit der EU, Grundsatzbeschlüsse WTO II und technischer Fortschritt) sowie der nationalen Besonderheiten (teures Kostenumfeld, Bundesfinanzen, spezifische schweizerische Situation der Landwirtschaft).
- Gesetzlicher Rahmen und finanzielle Mittel für die Landwirtschaft in Übereinstimmung mit Artikel 104 der Bundesverfassung.
- Ausgewogene Abgeltung zwischen Produktions- und Pflegeleistungen bei sinkenden Produzentenpreisen.
- Schaffung des nötigen Spielraumes zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit auf allen Stufen, insbesondere für das Wachstum der Produktionsbetriebe.
- Massnahmen in Abhängigkeit von Marktstützung und Grenzschutz, differenziert nach Erschwerniszonen.

*Die weitere Reform der Agrarpolitik muss sich aus Sicht der Milchproduzenten auf drei Aspekte konzentrieren: auf das Gleichgewicht der Abgeltung von Produktions- und Pflegeleistungen, auf die optimale Umlagerung der zunehmend kritisierten Produktstützungen in Direktzahlungen und auf die Verbesserung der Flächenmobilität. Die SMP wird sich weiter für eine bedeutende produktionsorientierte Schweizer Landwirtschaft engagieren.*

Konkret schlägt die SMP folgende Ausrichtung der Massnahmen vor:

■ Grenzschutz im Rahmen WTO/Bilaterale (Verhältnis Kosten/Nutzen für Landwirtschaft) optimal beibehalten.

■ Gezielte Massnahmen Produktion und Absatz wie Absatzförderung, Verkäsungszulage und soweit zweckmässig beschränkte Stützungen bei verschiedenen Sektoren (gezielt produkt- oder produktionsfaktorbezogen, je nach Möglichkeit zur Segmentierung) weiterführen.

■ Öko- und Ethobeiträge weiterführen, Vereinfachungen prüfen.

■ Hang- und TEP (Tierhaltung unter erschwerten Produktionsbedingungen)-Beiträge angepasst weiterführen oder gezielt umlagern.

■ Allgemeiner Flächenbeitrag für die Pflege der Kulturlandschaft an Betriebe mit ÖLN reduziert weiterführen.

■ Raufutterbeitrag in Abhängigkeit von Marktstützung und Grenzschutz bei Milch und Fleisch reduziert weiterführen.

■ Neu einen ergänzenden Betriebsbeitrag einführen:

- zur Abgeltung der höheren schweizerischen Auflagen und Kosten für Produktions- und Pflegeleistungen und eventuell weitere multifunktionale Leistungen.
- für bodenbewirtschaftende bäuerliche Betriebe.
- begrenzt pro Hektare Nutzfläche.
- ausgerichtet pro Standard-Arbeitskraft SAK.
- differenziert nach Erschwerniszonen (in Abhängigkeit der Hang- und TEP-Beiträge); eventueller Grundbeitrag für Regionen mit gefährdeter Bewirtschaftung oder Besiedelung.

– mit Minimalanforderungen wie beispielsweise mindestens 0,5 SAK im Talgebiet, Selbstbewirtschaftung, Ausbildung; eventuell Obergrenzen oder degressive Abstufung gegen oben (Fläche, Einkommen, Vermögen).

– finanziert aus frei werdenden Mitteln Marktstützung, allgemeinen Flächenbeiträgen, Raufutterbeitrag, weitere Positionen wie Investitionshilfen, Administration im Rahmen der vom Parlament beschlossenen Bundesmittel.

■ Gesetzliche Bestimmungen des Boden- und Pachtrechts, Raumplanungsrechts usw. lockern.

Nur mit zukunftsgerichteten agrarpolitischen Rahmenbedingungen kann längerfristig verhindert werden, dass die Landwirtschaft auf eine weitgehend auf die Landschaftspflege ausgerichtete Branche reduziert wird, bei der die unternehmerischen Akteure die Bewirtschaftung der Betriebe nur noch als Nebenerwerb mit möglichst geringem Aufwand betreiben. Die SMP wird sich weiter für eine bedeutende produktionsorientierte Landwirtschaft engagieren.



1.2 Internationale Fragen

Welt- und EU-Milchmarkt 2004

Die Weltmilchproduktion dürfte 2004 lediglich um 0,5 Prozent zunehmen und rund 612 Mio. Tonnen betragen. Davon entfallen 514 Mio. Tonnen auf Kuhmilch (+1 Mio. Tonnen resp. + 0,2 Prozent). Der weltweit unterproportionale Anstieg der Kuhmilchproduktion hat sich 2004 fortgesetzt. Insbesondere in den traditionellen Milchproduktionsgebieten (beispielsweise EU, Nordamerika) hat sich das Wachstum abgeflacht.

2004 haben sich die Preise für Basisprodukte wie Butter, Magermilch- und Vollmilchpulver auf den internationalen Märkten erholt. Der Wechselkurs des Schweizer Frankens gegenüber dem US-Dollar hat seine Abwärtsentwicklung 2004 fortgesetzt. Von 1,25 Franken pro US-Dollar im Januar ist er auf rund 1,15 Franken pro US-Dollar im Dezember (Monatsmittel) gesunken. Während sich die Markterlöse in Schweizer Währung anfangs Jahr noch auf einem langjährigen Durchschnittsniveau bewegten, konnten im Spätherbst Höchstpreise erzielt werden, die allerdings gegen Jahresende wieder leicht zurückfielen.

Bilaterale Verträge I mit der EU

Die Marktpartner in der Schweiz haben sich in der Zwischenzeit auf die Rahmenbedingungen der Bilateralen Verträge I mit der EU eingerichtet, um einerseits dem steigenden Importdruck aus dem Ausland zu begegnen und andererseits die Exportformalitäten beim Export in die EU möglichst vorteilhaft zu lösen. Insbesondere konnten 2004 die Nullzollkontingente (beispielsweise Rahmexport) wesentlich besser ausgeschöpft werden als im Vorjahr. Die SMP hat hier Unterstützung geboten.

Auch die 2003 angestiegenen Käseimporte wurden 2004 wieder etwas zurückgedrängt. Die EU hat erwartungsgemäss bei den ausgeschöpften Teilnullzollkontingenten (Mozzarella, Frisch-, diverse Halbhart- und Hartkäse) eine Ausweitung der Menge beantragt. Nach sechs Durchläufen werden einzig bei Mozzarella sowie bei Frischkäse, Schmelz- und Weichkäse nennenswerte Versteigerungserlöse realisiert (siehe Tabelle). Dieser Trend dürfte sich bei den nächsten Versteigerungen fortsetzen, so dass die Importkontingente bald bedeutungslos werden.

Versteigerung der Nullzollkontingente Käse (Import aus der EU in die Schweiz)

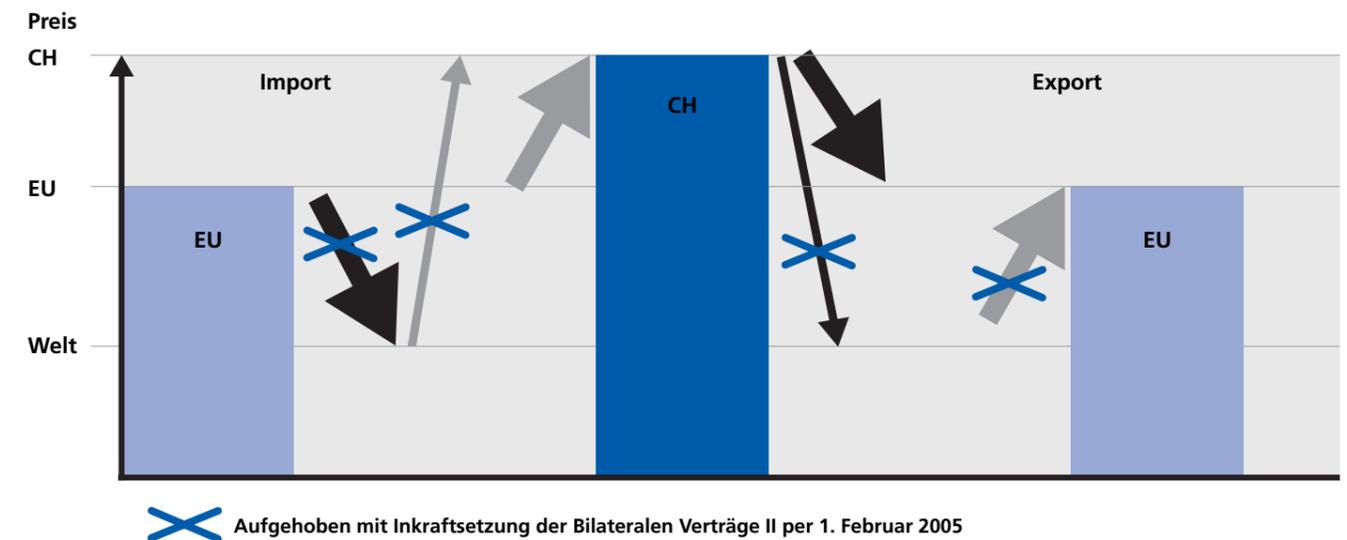
Kontingent	Menge Ausschreibung (1.+2. / 3.+4. / 5.+6. Halbjahr) in Tonnen	Ausschöpfung Kontingent						Durchschnittsgebot (CHF / kg)					
		Juni 02 – Nov. 02	Dez. 02 – Mai 03	Juni 03 – Nov. 03	Dez. 03 – Mai 04	Juni 04 – Nov. 04	Dez. 04 – Mai 05	Juni 02 – Nov. 02	Dez. 02 – Mai 03	Juni 03 – Nov. 03	Dez. 03 – Mai 04	Juni 04 – Nov. 04	Dez. 04 – Mai 05
Mozzarella	250 / 350 / 475	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	2,10	1,91	2,00	2,05	2,07	0,71
Mozzarella, Schmelz-, Frisch-, Weichkäse	500 / 1650 / 2425	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	2,86	2,74	2,74	2,76	2,78	2,79
Fontal, Saint-Nectarine, Saint-Paulin etc.	2500 / 2500 / 2500	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	0,07	0,04	0,02	0,02	0,02	0,02
Provolone	250 / 250 / 276	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	0,12	0,17	0,02	0,03	0,03	0,04
Div. Halbhart-, Hartkäse	2500 / 2500 / 2850	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Nein	0,34	0,08	0,05	0,08	0,09	0,08

Quelle: BLW

Bilaterale Verträge II mit der EU

Die Verhandlungen zu den Bilateralen Verträgen II konnten am 25. Oktober 2004 abgeschlossen werden. Im Dezember 2004 wurde das Dossier über die verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkte im Parlament praktisch einstimmig verabschiedet, so dass das Abkommen per 1. Februar 2005 in Kraft getreten ist. Das Inkrafttreten hat sich damit um einige Monate verzögert.

Der Vertrag ist aus Sicht der Milchproduzenten grundsätzlich positiv zu würdigen. Das Abkommen bringt eine Nettopreiskompensation beim Handel mit verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten zwischen der Schweiz und der EU. Dies erlaubt einen effizienteren Einsatz der finanziellen Mittel.



Des Weiteren wurde der gegenseitige Marktzugang für verschiedene verarbeitete landwirtschaftliche Produkte erweitert. Bei der Butter konnte bei den Verhandlungen gegenüber der EU bewirkt werden, dass drei Jahre nach Inkraftsetzung kein Rabatt gewährt werden muss, wie das bei den anderen Grundstoffen mehrheitlich ausgehandelt wurde.

Problematisch ist hingegen, dass auf Anraten des Bundesrates das Parlament beim «Schoggi-gesetz» in der Budgetdebatte für das Jahr 2005 massive Kürzungen vorgenommen hat. Die ursprüngliche Zusicherung seitens des Bundes, wonach die verbleibenden Mittel für gleich hohe Exportmengen ausreichen sollten, ist somit bei weitem nicht mehr erfüllt!

*Die Bilateralen Verträge II mit dem Dossier über die verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkte sind aus Sicht der Milchproduzenten positiv zu würdigen. Im Rahmen der WTO-II-Verhandlungen wurden für den Agrarbereich hingegen Massnahmen eingeleitet, welche die Milchwirtschaft schwer treffen werden.*

**WTO II-Agrarverhandlungen**

Am 1. August 2004 wurde in Genf ein Rahmenabkommen zum weiteren Verlauf der WTO II-Verhandlungen im Rahmen der Doha-Runde abgeschlossen. Es handelt sich dabei um eine politische Absichtserklärung, die rechtlich nicht bindend ist. Aus diesen Überlegungen heraus ist es sehr wichtig, dass das Verhandlungsmandat des Bundesrates weiterhin keine Veränderungen erfährt.

Für den Agrarbereich wurden politische Weichenstellungen vorgenommen, welche die schweizerische Land- und Milchwirtschaft substantiell treffen werden. Die Hauptpunkte sind:

- Abbau jeder Art von Exportsubventionen voraussichtlich ab 2012 bis 2018.
- Substanzieller Marktzutritt über alle Produkte.
- Reduktion der internen Stützung.

Aus Sicht einer multifunktionalen Landwirtschaft ist das bisher Erreichte im Bereich der nichthandelsbezogenen Aspekte ernüchternd.

Auch wenn die Auswirkungen zur Zeit nur vage abschätzbar sind, geht das Bundesamt für Landwirtschaft BLW aufgrund von ersten Berechnungen davon aus, dass der Produktionswert der schweizerischen Landwirtschaft durch die Doha-Runde bis zu 2,5 Mia. Franken vermindert werden kann. Für den Bereich Milch gehen die Schätzungen von folgenden Auswirkungen auf den Produktionswert aus:

- Milch (ohne verkäste Milch): Abbau von total 0,4 Mia. Franken oder 24 % (Vorschlag).
- Verkäste Milch: Abbau von total 0,1 Mia. Franken oder 10 % (Vorschlag).

Das tiefste Niveau beim Grenzschutz der einzelnen Milchprodukte wird letztlich über den Milchpreis insgesamt entscheiden, da der Milchmarkt als System von kommunizierenden Röhren funktioniert. Für die Milchbranche stellt sich deshalb die Frage der Festlegung von «sensiblen Produkten» im Sinne des Rahmenabkommens:

- Im Zeitrahmen der Umsetzung der WTO II richtet sich die Höhe des Grenzschutzes beim Käse aus der Optik der Schweiz nach dem Grenzschutz der EU für Käse. Es muss dafür gesorgt werden, dass der Schweizer Grenzschutz beim Käse immer etwas höher ist als jener der EU für Käse. Der Stellenwert der Verkäsungszulage wird damit ebenfalls unterstrichen.
- Verschiedene Tariflinien beim Milchpulver dürften als sensibel zu betrachten sein. Im Falle von absoluten Zollobergrenzen («Capping») trifft dies insbesondere auch für Butter zu.

Die nächste reguläre Ministerkonferenz findet vom 13. bis 18. Dezember 2005 in Hong Kong statt.

**EU-Agrarpolitik**

Während die EU im Vorjahr wegweisende Entschiede zur Weiterentwicklung der EU-Milchmarktpolitik getroffen hat, wurden 2004 erste konkrete Reformschritte umgesetzt. Dies zeigte sich insbesondere gegen Ende Jahr, als die Erzeugerpreise für Milch nicht mehr in der gewohnten Weise nach oben anzogen; dies obwohl die EU im laufenden Wirtschaftsjahr noch weniger Milch produziert hat. Das Kernstück der Agrarreform, die Betriebsprämienregelung, wird auf den 1. Januar 2005 in Kraft treten. Damit wird in der EU die Produktion sukzessive von den Direktzahlungen entkoppelt.

**«Schoggigesetz»**

Die Prognose der Exporteure von verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten hat für 2004 zu einem Finanzbedarf von 125,5 Mio. Franken geführt (Milch: 94 Mio. Franken). Das Parlament hat für diese Position im Dezember 2003 zuerst einen Budgetbetrag von 98,5 Mio. Franken (inkl. Kreditsperre) gesprochen. In der Winter-session 2004 konnte ein Nachtragskredit (II) erwirkt werden, so dass letztlich CHF 114,9 Mio. Franken zur Verfügung standen. Gleichzeitig mussten wiederum grosse Anstrengungen gegen die Freigabe des Veredelungsverkehrs von Butter unternommen werden.

Der Kredit wurde vollständig ausgeschöpft. Ein kleiner Millionenbetrag aus dem Jahre 2003 musste zu Lasten des Kredites 2004 verbucht werden. Für die vollständige Erstattung der Exporte 2004 wird – nicht zuletzt aufgrund der

verzögerten Inkraftsetzung der Bilateralen Verträge II – ein weiterer Übertrag auf den Kredit 2005 notwendig sein. Mengenmässig sind die Exporte 2004 nach einigen rückläufigen Jahren wieder angestiegen.

Die Exportprognosen für 2005 haben einen Bedarf von 153 Mio. Franken (ohne Bilaterale II) resp. 112 Mio. Franken (mit Bilaterale II) ergeben. Damit zeichnet sich ein massiver mengenmässiger und finanzieller Mehrbedarf ab. Das Parlament hat auf Antrag des Bundesrates in der Budgetdebatte vom Winter 2004 einen Kredit von 80 Mio. Franken gesprochen. Für die Milchproduzenten ist nach der Budgetdebatte klar, dass eine Lösung über einen Nachtragskredit unausweichlich ist. Der Veredelungsverkehr für Butter ist keine Lösung, weil für die dadurch verdrängte Milch keine sinnvolleren Verwertungsmöglichkeiten bestehen.

**Ausfuhrbeiträge für verarbeitete landwirtschaftliche Produkte 2004**

Produktbereiche	Vorausfestsetzung 2004		Beanspruchung 2004	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Milch, Milchprodukte inkl. Butter	94,08	74,9	86,22	75,04
Mehlprodukte	28,02	22,3	25,51	22,20
Zucker, Eiprodukte (konstant)	3,47	2,8	3,17	2,76
<b>Total / Gesamtkredit</b>	<b>125,57</b>	<b>100,0</b>	<b>114,90</b>	<b>100,0</b>

Quelle: OZD

**Codex Alimentarius**

Ende April fand die sechste Sitzung des Codex-Komitees für Milch und Milchprodukte statt. Für die Schweiz ging es darum, keine weitere «Banalisation» bei wichtigen Produktstandards (beispielsweise Emmentaler) auf internationaler Ebene zuzulassen. Die Entschiede wurden vorerst auf 2005 verschoben.



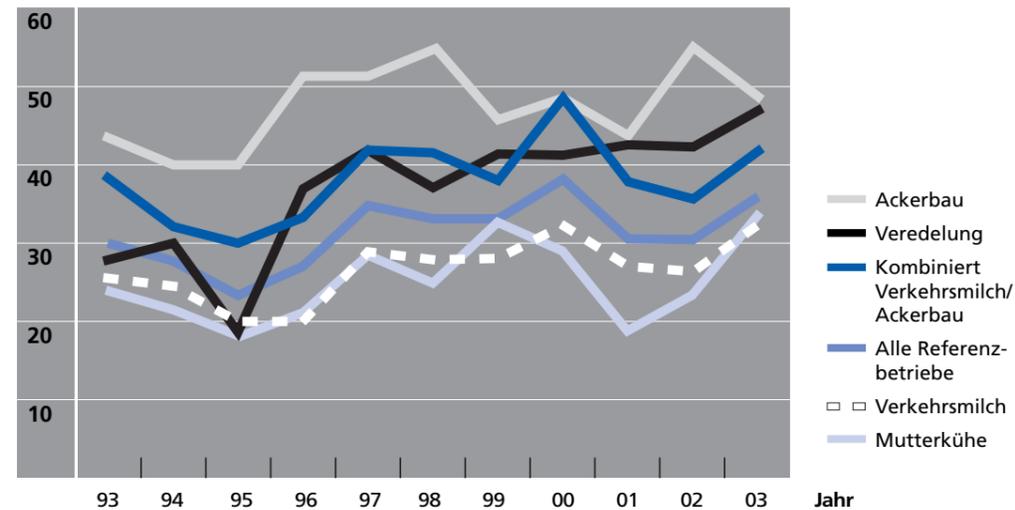
### 1.3 Milchproduktion und -verkauf

#### Wirtschaftliche Ergebnisse der Milchproduktion

Die wirtschaftlichen Ergebnisse bei der Milchproduktion waren 2003 etwas besser als in den Vorjahren (siehe Grafik). Dies ist auf die höheren Schlachtvieherlöse und die Strukturentwicklung zurückzuführen. Im Frühjahr 2004 gab es jedoch weitere Milchpreissenkungen, die in den Buchhaltungsergebnissen 2004 ihren Niederschlag finden werden; die Zahlen sind jedoch noch nicht verfügbar.

#### Arbeitsverdienst je Familienarbeitskraft nach ausgewählten Betriebstypen

Tausend CHF je Familien-Jahresarbeitsseinheit



Quelle: Referenzbetriebe der Zentralen Auswertung der FAT (Grundlagenbericht)

Die Ergebnisse der Buchhaltungsabschlüsse zeigen, dass mit der Milchproduktion durchschnittliche Arbeitsverdienste von lediglich 12 bis 15 Franken pro Stunde erzielt werden. Die Milchproduzenten können aufgrund der politischen Gegebenheiten nicht genügend auf die Herausforderungen der Zukunft reagieren. Es sind dies:

- Steigende Preise und Kosten im Umfeld.

- Die Notwendigkeit, die Wettbewerbsfähigkeit und die wirtschaftliche Lage durch zusätzliche Milchkontingente und Flächen zu verbessern, die jedoch nur gegen hohe Abgeltung oder nur sehr beschränkt verfügbar sind.

Eine wirtschaftliche Milchproduktion ist nur mit Direktzahlungen möglich. Bei zunehmenden Milchmengen ohne Flächenzuwachs der Betriebe nimmt der Sockelbeitrag an Direktzahlungen nicht zu oder er sinkt aufgrund von ökologisch motivierten Auflagen bei intensiver Produktion sogar, weil Limiten erreicht werden (beispielsweise RGVE-Beitrag in Bezug auf die Grünfläche). Fläche ist wegen der hohen Anbindung von Direktzahlungen (Flächenbeiträge) kaum verfügbar. Kontingente sind nach wie vor teuer.

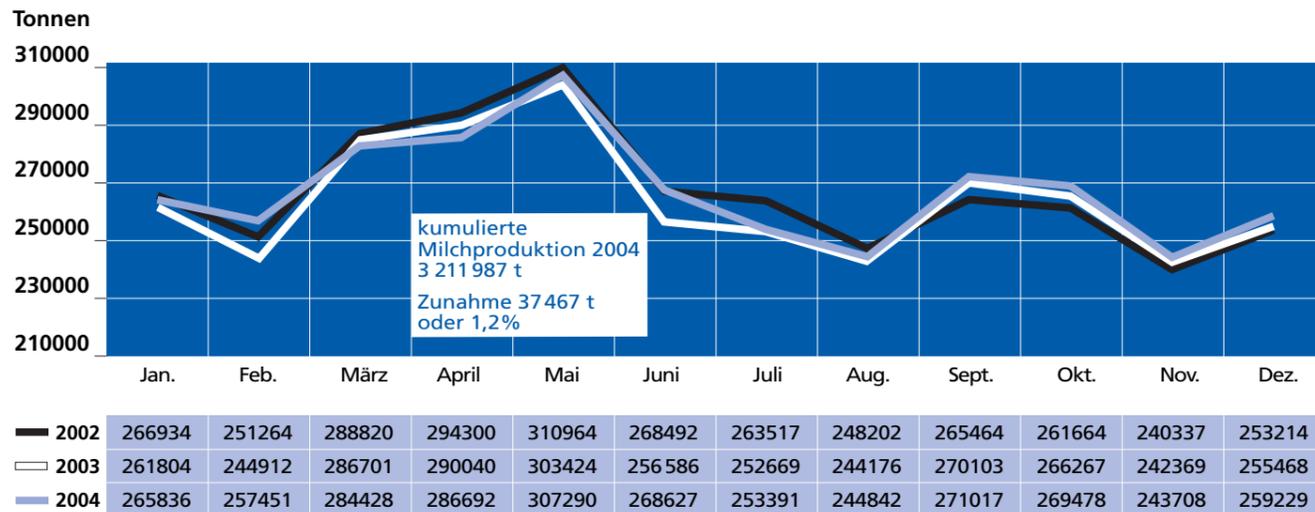
Die Produzenten sind gefordert, soweit wie möglich mit Zusammenarbeit, günstigem Bauen und weiteren Massnahmen die Kosten zu reduzieren. Für viele Produzenten bleibt nur der Ausstieg aus der Milchproduktion und die Extensivierung der Betriebe, was angesichts der ausserlandwirtschaftlichen Erwerbsmöglichkeiten nicht einfach ist.



### Milchproduktion

Der Verlauf der Einlieferungen im Geschäftsjahr 2004 ist aus nachstehender Grafik ersichtlich.

Monatliche Milchproduktion 2004 (inkl. Zonenmilch)



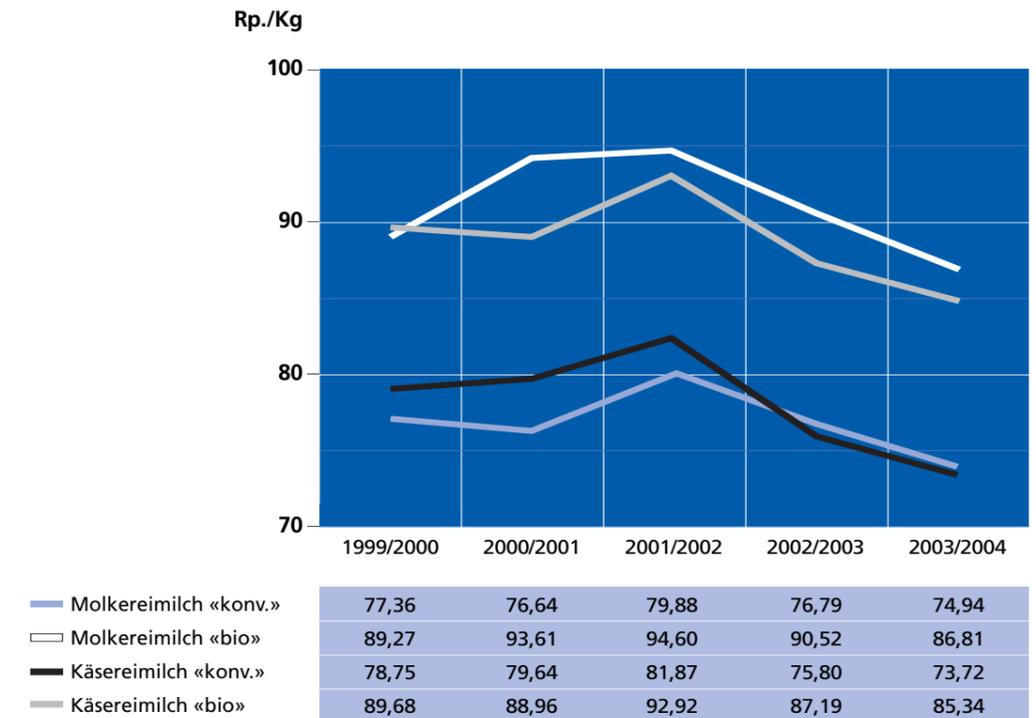
Quelle: TSM

### Milchpreismonitoring

Die durchschnittliche Entwicklung der Milchpreise ist aus nachstehender Tabelle ersichtlich. Die Milchpreissenkungen vom Frühjahr 2004 sind in der Grafik noch nicht ausgewiesen. Diese werden bei Molkereimilch auf 2,4 Rappen

geschätzt. Für Einschränkungsmilch konnten 2004 wesentlich bessere Preise als im Vorjahr realisiert werden. Trotzdem sanken die Milchpreise bei Emmentalerkäseereien als Folge der Entwicklung des Käsepreises.

Entwicklung Milchpreise ab Hof in der Schweiz



Quelle: Milchpreismonitoring der SMP, Auswertungen Milchjahr 1. Mai bis 30 April

### Milchverkauf

Der Vorstand der SMP hat an seiner Sitzung vom 16. Dezember 2004 einstimmig beschlossen, den Milchproduzenten im Hinblick auf die Milchverkaufsverhandlungen im Frühjahr 2005 folgendes zu empfehlen:

- Die Erhöhung der leistungsabhängigen Schwerverkehrsabgabe LSVA darf nicht den Milchproduzenten angehängt werden.
- Es sind keine weitergehenden mehrstufigen Preissysteme zu akzeptieren.

- Auf die Milchkaufverhandlungen soll nur mit einer klaren Zielsetzung eingetreten werden.

## Vorzeitiger Ausstieg aus der Milchkontingentierung und Milchmengenmanagement

### Rechtliche Grundlagen und Umfeld

Mit den vom Parlament beschlossenen und auf den 1. Januar 2004 in Kraft getretenen Änderungen des Landwirtschaftsgesetzes (LwG) ergibt sich in Bezug auf das Mengenmanagement folgende Ausgangslage:

- Aufhebung der Bestimmungen zur Milchkontingentierung auf 30. April 2009 gemäss Artikel 36a Absatz 1.

- Möglichkeit für den vorzeitigen Ausstieg aus der Milchkontingentierung ab 1. Mai 2006 gemäss Artikel 36a Absatz 2.

- Einschränkungen in Bezug auf den Milchverkauf und Vorgaben für die Milchkaufverträge für die nicht mehr der Kontingentierung unterstellten Produzenten, befristet bis 30. April 2012, gemäss Artikel 36b.

- Der Bundesrat kann bei Bedarf (veränderte wirtschaftliche Rahmenbedingungen oder internationale Situation) die in Art. 36a genannten Termine (1. Mai 2006, 30. April 2009) zur Ausnahme und zum Ausstieg um höchstens zwei Jahre hinausschieben.

- Gemäss Art. 187b Abs. 7 hat der Bundesrat dem Parlament bis 2006 einen Vorschlag für die Ausgestaltung der Milchmarktordnung und der flankierenden Massnahmen vorzulegen.

Der Übergang von der Milchkontingentierung zum privatrechtlichen Mengenmanagement ist in zwei Phasen vorgesehen:

- Erste Phase 2006 bis 2009 mit der Möglichkeit der privatrechtlichen Mengenregelungen innerhalb der öffentlich-rechtlich vorgegebenen Beschränkungen.

- Zweite Phase ab 2009 ohne öffentlich-rechtliche Mengenbeschränkung.

Das Bundesamt für Landwirtschaft hat im Sommer 2004 einen Entwurf der Ausstiegsverordnung zur Anhörung unterbreitet, zu der die SMP detailliert Stellung genommen hat. Der Bundesrat hat daraufhin am 10. November 2004 die Ausstiegsverordnung erlassen; sie tritt am 1. Januar 2005 in Kraft und gilt bis 30. April 2009.

Der Vorstand, die Geschäftsführerkonferenz und die Geschäftsstelle der SMP haben sich im Geschäftsjahr intensiv mit den Fragen des Ausstiegs aus der Milchkontingentierung befasst. Die Delegiertenversammlung der SMP hat am 13. Oktober 2004 Grundsätze verabschiedet (siehe Grafiken und Textkasten).

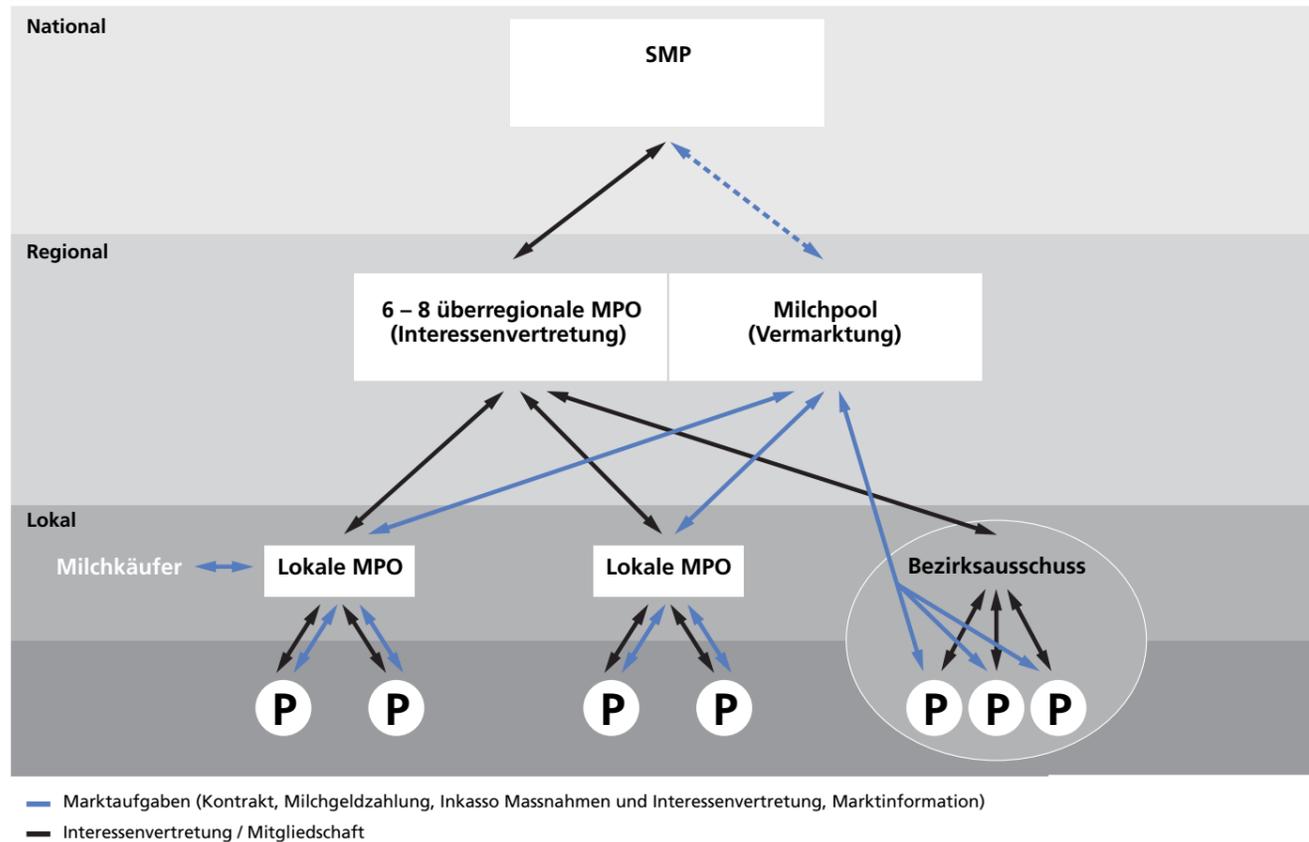
In der Erwartung, dass Gruppen von Produzenten ab 2006 in grösserem Umfang und unabhängig vom Standpunkt der SMP aus der Kontingentierung aussteigen werden, haben die Milchproduzenten-Organisationen begonnen, den Ausstieg offensiv und für möglichst alle Milchproduzenten vorzubereiten.

### Fahrplan in die privatrechtliche Milchmengenregelung ab 2006

2004	April	Grundsatzdiskussion Vorstand SMP
	Nov.	Nationales Konzept zum vorzeitigen Ausstieg fertig
	Dez.	Verabschiedung Verordnung Ausstieg Milchkontingentierung
2005	Jan.	Entscheid der Produzenten in ihren Organisationen über künftige Organisationsform
	März	Bilden von Produzentenorganisationen (PO), Genehmigen der Reglemente etc.
	Sept.	Gesuche an BLW für vorzeitige Ausnahme von der Milchkontingentierung (MK)
	Dez.	Anerkennung der PO durch BLW
2006	Jan.	PO sind operativ funktionsfähig
	Mai	PO übernehmen privatrechtliche Mengenregelung ab 1. 05. 2006
	Mai	Aufhebung der MK für Organisationen mit eigenem Milchmengenmanagement (PO, BO, PMO)
2007	Mai	Aufhebung der MK für weitere Organisationen mit eigenem Milchmengenmanagement (PO, BO, PMO)
2008	Mai	Aufhebung der MK für weitere Organisationen mit eigenem Milchmengenmanagement (PO, BO, PMO)
2009	April	Def. Aufhebung der Milchkontingentierung / Vorgaben zur Ausgestaltung der Milchkaufverträge bis 2012

■ Entscheide Produzenten ■ Eckdaten Bund

### Ideale Struktur der Milchproduzenten-Organisationen



#### Der Ausstieg aus der Milchkontingentierung

Die Delegiertenversammlung der SMP beschliesst am 13. Oktober 2004 ohne Gegenstimme:

- Ziele und Grundsätze sowie organisatorische Ausrichtung (siehe Grafik oben).
- Die Delegiertenversammlung beauftragt den Vorstand der SMP, die Milchmenge national zu koordinieren und dazu bis Frühjahr 2005 die organisatorischen Voraussetzungen zu schaffen.
- Die Delegiertenversammlung beauftragt den Vorstand, für die Überschreitung der zugewiesenen Menge einer Organisation folgende Regelung umzusetzen:
  - Organisationen, die ab 2006 die Mengenregelung für ihre Mitglieder durchführen, entrichten für die Milchmenge, welche ihre Mitglieder insgesamt über die der Organisation zugewiesene Menge hinaus liefern, eine Abgabe zur Mitfinanzierung der Regulier- bzw. Überschussverwertung (Milchstützungsfonds der SMP). Beschränkte Möglichkeiten zum Ausgleich sind zu prüfen.
  - Für Organisationen, welche die Abgabe nicht leisten wollen, beantragt die SMP – eventuell gemeinsam mit anderen Organisationen der Branche - beim Bund die Allgemeinverbindlichkeit der Abgabe bzw. die subsidiäre Erhebung einer analogen Abgabe durch den Bund.

Die Umsetzung der Regelung erfolgt unter der Voraussetzung der Gleichbehandlung aller Organisationen.

National einheitliche Grundlagen zum Ausstieg aus der Milchkontingentierung konnten nur beschränkt definiert werden. Die meisten regionalen Organisationen waren nicht bereit oder in der Lage, sich bei ihren Regelungen nach nationalen Vorgaben zu richten. Es wurde insbesondere geltend gemacht, dass einerseits jede Organisation für ihre Reglemente eine Zweidrittelmehrheit der Mitglieder benötigt, um aussteigen zu können, und andererseits mit Organisationen zu rechnen ist, die nicht bereit wären, sich nach den Beschlüssen der Delegiertenversammlung der SMP zu richten. Deshalb waren in Bezug auf die organisatorische Ausgestaltung primär die Regionalverbände gefordert. Die SMP leistete mit der Information in der Fachpresse, mittels eines Workshops des Vorstandes mit den Geschäftsführern, mit Vorträgen sowie mit bilateralen Gesprächen Unterstützung.

Die organisatorische und inhaltliche Ausgestaltung der nationalen Koordination der Milchmenge ab 2006 wird wesentlich davon abhängen, wie der vorzeitige Ausstieg in den Regionen erfolgt. Die künftige Ausgestaltung der Regulierverarbeitung hängt entscheidend von den Mengenregelungen der «aussteigenden» Organisationen und den Milchpreissystemen ab. Lösungsansätze werden im Rahmen der Branchenorganisation Molkereimilch und der Geschäftsführerkonferenz diskutiert. Erste Ergebnisse werden im Frühjahr 2005 vorliegen.

*Die grösste aktuelle Herausforderung für die Milchwirtschaft ist der Ausstieg aus der Milchkontingentierung. Die SMP will den anspruchsvollen Prozess mit den Verarbeitern, den regionalen Organisationen und ihren Mitgliedern mitgestalten und für den Ausstieg 2009 stabile Verhältnisse schaffen.*

### 1.4 Milchverarbeitung und Markt

#### Überblick

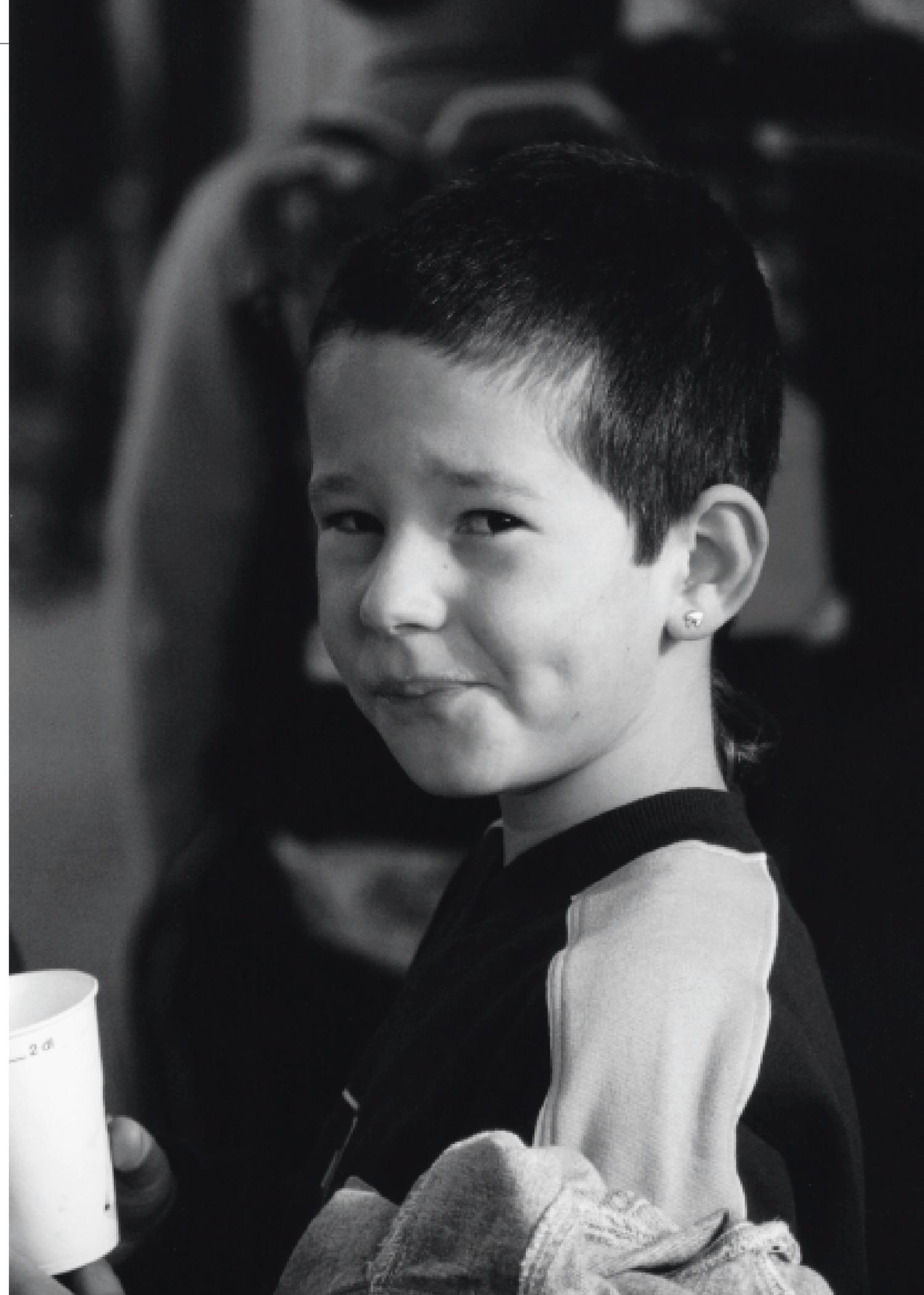
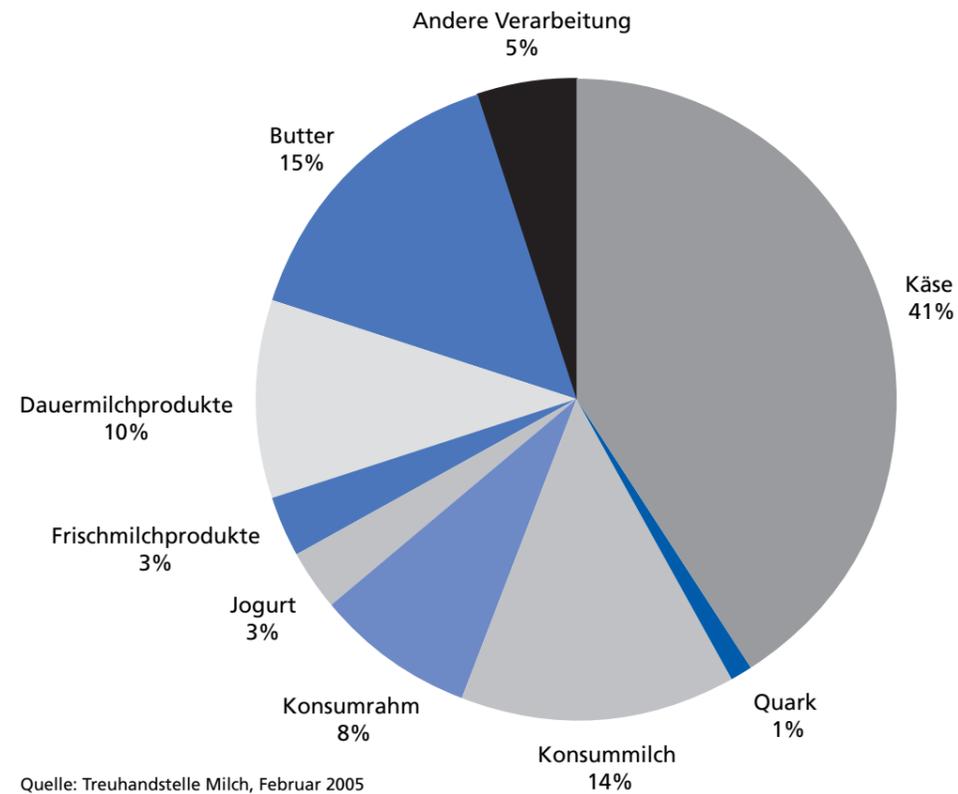
Der Milchmarkt hat sich im Berichtsjahr positiv entwickelt. So wurden gegenüber dem Vorjahr 28 119 Tonnen oder 2,2 Prozent mehr Milch zu Käse verarbeitet. Die zu Molkereiprodukten (Konsummilch, Konsumrahm und Milchspezialitäten inkl. Speiseeis) verarbeitete Milchmenge wurde um 0,8 Prozent gesteigert. Trotz leichten Rückgängen bei Quark, Konsumrahm, Butter und Jogurt wurden 14 437 Tonnen oder 4,3 Prozent weniger Dauermilchprodukte hergestellt. Diese Produktionsverschiebungen entlasten den Milchstützungsfonds, allerdings können diese Effekte erst im folgenden Berichtsjahr vollständig ausgewiesen werden.

Die Anteile der verschiedenen Produktgruppen an der gesamten Milchmenge können der untenstehenden Abbildung entnommen werden. Detaildaten zur Milchproduktion und -verarbeitung sind im dokumentarischen Teil ab Seite 58 ersichtlich.

Die SMP kommentiert gemeinsam mit der Branchenorganisation Butter, der Branchenorganisation Schweizer Milchpulver sowie der Treuhandstelle Milch die Entwicklung des Milchmarktes monatlich. Der Marktbericht erscheint elektronisch und kann per E-Mail an [verband@swissmilk.ch](mailto:verband@swissmilk.ch) bestellt werden.



Verarbeitung der Milch 2004



Zu den einzelnen Produktgruppen:

**Konsummilch und Frischmilchprodukte**

Die Konsumgewohnheiten verlagern sich von Roh- und Pastmilch zu UHT-Milch. Dabei hat der Anteil an teilentrahmter UHT-Milch stärker zugenommen (6 662 t oder + 6,0 %) als der Anteil an Vollmilch UHT (3 685 t oder + 2,3 %). Unter den Frischmilchprodukten sind insbesondere die Produktionsmengen von Milchgetränken stark gestiegen (11 634 t oder + 33,6 %).



**Käse und Quark**

Im Geschäftsjahr 2004 wurden 2232 Tonnen oder 1,4 Prozent mehr Käse produziert als im Vorjahr. Meist waren dies regionale Käsesorten, die unter einer der Positionen «übrige Halbhart- oder Hartkäse» rapportiert wurden. In diesen Kategorien stieg die totale Menge um 2 858 Tonnen oder 27,0 Prozent an. Die Produktion um mehr als 100 Tonnen ausgedehnt haben auch Gruyère, Switzerland Swiss, Tommes, Appenzeller, Bergkäse, Alpkäse, Walliser Käse und Tête de Moine. Rückläufig war die Produktion bei Emmentaler, Tilsiter, Frischkäse inkl. Feta, Sbrinz, Weisschimmelkäse sowie Schweizer Raclette.

Die Produktionszahlen bestätigen den Trend in der Käsewirtschaft, der sich weg von den traditionellen Sorten hin zu regionalen Spezialitäten bewegt. Wie auch die Einführung der Produktlinie «Heidi» in der Migros und die regionalen Produkte bei Coop und anderen Detailhandelsketten zeigen, wird für die Konsumenten der regionale Bezug immer wichtiger für den Kaufentscheid. Die Entwicklungen bei Gruyère, Appenzeller und Tête de Moine zeigen aber, dass traditionelle Käsesorten durchaus auch gute Zukunftsaussichten haben.

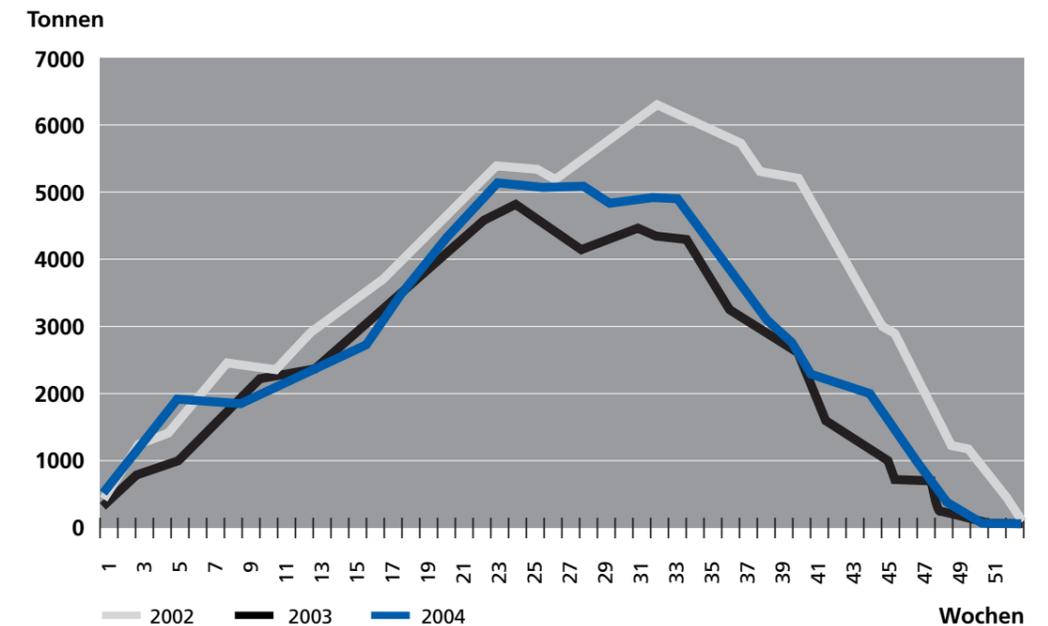
**Konsumrahm und Butter**

Die Konsumrahmproduktion sank im Berichtsjahr auf 63 989 Tonnen, das sind 117 Tonnen oder 0,2 Prozent weniger als im Vorjahr.

Die Butterproduktion wurde gemäss der Branchenorganisation Butter hingegen um 440 Tonnen oder 1,1 Prozent auf 40 590 Tonnen gesteigert. Auch die Butterverkäufe haben leicht angezogen, nämlich um 127 Tonnen oder 0,3 Prozent. Die Lagerbestände (vgl. Abbildung unten) kletterten im Juni auf über 5 000 Tonnen, konnten aber in der zweiten Jahreshälfte abgebaut werden. Im November und Dezember 2004 konnten 471 Tonnen Butter importiert werden. Ende Jahr ist durch die Feiertagsproduktion wieder ein kleines Lager von rund 430 Tonnen geschaffen worden.

Die Entwicklung des Buttermarktes kann als ausgeglichen bezeichnet werden. Allerdings ist sie nur so gut ausgefallen, weil die Butterproduktion durch Vollmilchpulverproduktion und Rahmexporte entlastet wurde.

**Butterlager: wöchentlicher Vergleich 2002 – 2004**



Quelle: Branchenorganisation Butter

#### Mit Beihilfen vermarktete Magermilch

Die 16 571 Tonnen verfütterte Magermilch sind ein neuer Tiefstwert. Aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist mit einer weiteren Abnahme der über diesen Kanal vermarkteten Milch zu rechnen.

Die Herstellung von Milchersatzfuttermittel erreichte mit 17 483 Tonnen praktisch den Vorjahreswert. Dabei wurden 6 944 Tonnen Magermilchpulver eingesetzt, was rund 29 Prozent der Magermilchpulverproduktion entspricht. Wie sich die neuen, auf die Verfütterung von Vollmilch ausgelegten Labelprogramme bei der Kälbermast auf den Absatz von Milchersatzfuttermittel auswirken werden, ist offen.

Die zu Säurekasein verarbeitete Magermilchmenge hat wiederum stark abgenommen. Können die heute erfreulich hohen Exporterlöse nicht mehr erzielt werden, muss mit dem Ende dieser Produktion gerechnet werden.

Die zur Herstellung von Kaseinaten, Milchproteinen und Promilk eingesetzte Magermilchmenge erreichte mit 242 921 Tonnen (+ 40 000 t) einen Rekordwert. Dies entspricht einer Menge von rund 22 100 Tonnen Magermilchpulver. Mit ihren spezifischen Eigenschaften erfreuen sich diese Produkte auch im Inland einer zunehmenden Nachfrage. Die Exporte sind von der Entwicklung der Weltmarktpreise und der Selbsthilfemassnahmen der Milchproduzenten abhängig.

#### Vollmilchpulver

Im Kalenderjahr 2004 wurden 16 382 Tonnen Vollmilchpulver hergestellt. Das sind 1 368 Tonnen oder 7,7 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Produktion erreichte damit den dritthöchsten Wert seit 1981. 2004 wurden über den Exportpool 2 189 Tonnen ausgeführt. Das sind 3 103 Tonnen oder 59 Prozent weniger als im Vorjahr.

#### Magermilchpulver

Im Kalenderjahr 2004 wurden 24 103 Tonnen Magermilchpulver hergestellt. Das sind 1 550 Tonnen oder 6 Prozent weniger als im Vorjahr. In diesem Zeitraum wurden über den Exportpool 11 749 Tonnen ausgeführt. Das sind 1 879 Tonnen oder 14 Prozent weniger als im Vorjahr.

#### Aussenhandelsbilanz

Der Warenaustausch mit dem Ausland war im Jahr 2004 rückläufig. Während die Exporte von Milch und Milchprodukten gegenüber dem Vorjahr um 2,3 Prozent zurückgingen, verminderten sich die Importe um 3,0 Prozent. Insgesamt verminderte sich der positive Saldo der Aussenhandelsbilanz um 1,4 Prozent.

Effektiv hat sich die Marktentwicklung in den einzelnen Produktgruppen sehr unterschiedlich ausgewirkt. Die erleichterten Exportbedingungen erlaubten eine Steigerung der Exporte von Frischmilchprodukten, Weichkäse sowie anderen Käsesorten. Zurückgegangen sind hingegen die Exporte von Milch- und Rahmpulver, Kondensmilch und sterilisierter Milch sowie Butter. Bei den Importen waren Hart- und Halbhartkäse, Schmelzkäse sowie Butter rückläufig. Mehr importiert wurde hingegen Milch- und Rahmpulver, Kondensmilch und sterilisierte Milch sowie Schokolade und Speiseeis.

Bei der Beurteilung der Ergebnisse muss auch berücksichtigt werden, dass im Jahr 2003 bedeutende Exporte von Käse als Entlastungsverkäufe getätigt wurden. Alles in allem kann festgestellt werden, dass weniger Produkte mit Interventionscharakter exportiert wurden und die Käseexporte in Normalmärkten wieder gesteigert werden konnten. Die Effekte sind zwar noch gering, aber immerhin konnte eine Änderung der Entwicklungsrichtung erreicht werden. Ebenfalls positiv zu bewerten ist, dass die Käseimporte trotz des freieren Handels mit der EU nicht zugenommen haben. Der Aussenhandel muss weiterhin sorgfältig beobachtet und allfällige Massnahmen im Hinblick auf die weitere Liberalisierung des Käsehandels müssen rechtzeitig ergriffen werden.



## 1.5 Marktordnung

Die Organisationen der verschiedenen Käsesorten verfolgen in der Regel folgende Ziele:

- Förderung der Qualität.
- Schutz der AOC oder der Marke.
- Marketing für die Käsesorte.
- Steuerung der Produktion.
- Interessenvertretung in Bezug auf die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Mitglieder in den Sortenorganisationen sind die Milchproduzenten, die Käser und die Käsehändler. Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP ist in den Gremien der wichtigen Sortenorganisationen vertreten, um die Koordination der Produzenteninteressen über die einzelnen Sorten hinweg sicher zu stellen. Dazu dient auch das Käseforum, in welchem sich die Produzentenvertreter jeweils in den Monaten März und November treffen.

Die Marketingaktivitäten für Schweizer Käse werden einheitlich im Rahmen der gemeinsamen Organisation Switzerland Cheese Marketing SCM AG konzipiert und umgesetzt. Nicht zuletzt dank der Unterstützung der SMP sowohl in konzeptioneller als auch in finanzieller Hinsicht ist es gelungen, die SCM auf eine neue strukturelle Basis zu stellen. Auf der operativen Ebene wurde auch das Inlandmarketing für Schweizer Käse von der Käseorganisation Schweiz KOS in die SCM integriert. Die erfolgte Reorganisation ist eine wesentliche Voraussetzung für einen guten Marktauftritt im In- und Ausland.

■ **Emmentaler Switzerland.** Die Sortenorganisation stand im Frühjahr 2003 vor der Wahl, den unumgänglichen Strukturwandel entweder über gezielte organisatorische Massnahmen oder über den Markt zu bewältigen. Sie hat sich für die zweite Variante entschieden. Der Druck auf die Käsepreise ist massiv gestiegen und die Anzahl Käsereien ist von knapp 400 im Mai 2003 auf rund 200 Ende 2004 zurückgegangen.

Damit mittel- und langfristig die Marke Emmentaler Switzerland stark und die Qualität des Emmentalers gesichert bleibt, konzentriert die Organisation ihre Anstrengungen auf die Hinterlegung der AOC. Die SMP ist jedoch der Auffassung, dass dies allein nicht genügt, dass vielmehr auch Menge und Preis stabilisiert werden müssen. Eine erfolgreiche Qualitäts- und Markenpolitik lässt sich nur verwirklichen, wenn parallel dazu kohärente preis- und mengenstabilisierende Massnahmen getroffen werden.

■ **Gruyère.** Trotz des starken Konkurrenzkampfs infolge der Marktsättigung hat der Gruyère beachtliche Verkäufe erzielt, die dem Budget entsprechen. In der Schweiz sind die Verkäufe stabil und der Gruyère bestätigt seine Position als meistkonsumierter Hartkäse. Die Exporte nehmen zu, wobei die Lage je nach Markt variiert. Der deutsche Markt bremst die Zunahme der Verkäufe. Sehr positiv entwickelt sich hingegen der Markt in den Vereinigten Staaten. Bisher hatte die schrittweise Öffnung des Käsemarktes gegenüber der EU keine grossen Auswirkungen, weder auf den inländischen Markt noch auf die Exporte.

Die Interprofession du Gruyère (IPG) setzt ihren Kampf gegen Betrug fort. Zum ersten Mal in der Schweiz hat ein Gericht im Kanton Neuenburg einen AOC-Betrug geahndet.

Angesichts der grossen Lager Anfang 2004 hat die IPG die Produktionseinschränkung von 3 Prozent verlängert. Durch verstärkte Werbung will sie sich vom Instrument der Einschränkung verabschieden.

■ **Vacherin Fribourgeois, Vacherin Mont d'Or, Tête de Moine, Walliser Käse.** Die Verkäufe dieser Käsesorten aus der Westschweiz haben zugenommen, wodurch ihr tatsächliches Entwicklungspotenzial bestätigt wird. Erwähnt sei insbesondere die Zunahme der Exporte von Tête de Moine und Vacherin Mont d'Or. Zum inländischen Markt ist zu bemerken, dass Raclette du Valais bei der Migros einen neuen Markt gefunden und der Konsum von Vacherin Fribourgeois erheblich zugenommen hat.

Die Branchenorganisation Tête de Moine hat ihre Aktivitäten im Verlauf des Jahres 2004 in ihre Ursprungsregion zurückverlegt. Die Reifekeller in Basel wurden im September geschlossen. Nun befindet sich das «Nervenzentrum» der Wertschöpfungskette auf dem Areal der Käserei Spielhofer AG in St-Imier (Affinage, Verwaltung und Marketing).

Dank einem Konsens zwischen den Fabrikanten konnte die Branchenorganisation des Vacherin Fribourgeois ihr AOC-Gesuch im Herbst reaktivieren.

■ **Appenzeller** kann insgesamt auf ein erfreuliches Jahr zurückblicken. Die Verkäufe konnten um 3,3 Prozent gesteigert werden. Die hohen Lagerbestände vom Vorjahr verlangten dennoch eine kleine Einschränkung der Produktion. Ein Test von viereckigem Appenzeller soll zeigen, ob damit ein neues Marktbedürfnis befriedigt werden kann. Die Sortenorganisation verfolgt konsequent eine Qualitätsstrategie und kommuniziert diese erfolgreich im In- und Ausland.

■ **Raclette Suisse** konnte die bisherige kontinuierliche Ausdehnung des Marktvolumens auch im Berichtsjahr weiterführen. Besonders stark entwickelten sich dank den intensivierten

Verkaufsförderungsaktivitäten die Exporte. Im Bereich des Markenschutzes/AOC laufen die Bemühungen betreffend einer Koexistenz mit Walliser Raclette weiter. Die Rekurskommission wird nach Einschätzung von Raclette Suisse bis spätestens Ende 2005 einen Entscheid in Sachen AOC Raclette fällen.

■ **Sbrinz.** Die Sortenorganisation hat die Produktion strikte an die realen Marktverhältnisse angepasst und profitiert so von stabileren Verhältnissen. Für die Zukunft sollen mit dem AOC-Produkt primär die Marktanteile im Inland ausgebaut, die Exporte hingegen auf einem reduzierten Niveau gehalten werden.

■ Bei **Bündner Bergkäse** stand 2004 die zukünftige Positionierung als Nischenprodukt im Zentrum der Arbeiten. Ziel ist es, die Trümpfe des Produktes (Herkunft Ferienregion, Landschaft, höchster Bioanteil) so auszuspielen, dass für die Produzenten in den abgelegenen Bergtälern weiterhin eine angemessene Wertschöpfung realisiert werden kann.

■ **Tilsiter** baut mit Alpentilsiter ein neues Exportprodukt auf. Im Berichtsjahr wurden 180 Tonnen Alpentilsiter exportiert. Im Jahr 2005 ist das Ziel, mindestens 250 Tonnen zu exportieren.

■ Die **Alpkäsehersteller** können auf ein gutes Alpkäsejahr zurückblicken. Allgemein ist die Qualität gegenüber 2003 wieder gestiegen und die Preise konnten gehalten werden. Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP unterstützt den Alpkäseabsatz mit Basiskommunikationsmassnahmen. Die **CasAlp** hat am 30. April 2004 die AOC für Berner Alpkäse und Berner Hobelkäse erhalten.

*Die SMP ist in den Sortenorganisationen vertreten und setzt sich für*

*hohe Qualität, ein gezieltes Mengenmanagement und optimale Marketing-*

*leistungen ein.*

## 1.6 Marktstützung

Der Milchstützungsfonds stabilisiert Milchmenge und -preis, reguliert saisonale Schwankungen der Milchproduktion aus, ermöglicht die Vermarktung der Magermilch aus der Rahm- und Butterproduktion zu angemessenen Preisen und korrigiert unvorhersehbare Marktungleichgewichte. Schwankungen des Milchpreises oder der Milchproduktion und -verarbeitung können dadurch aufgefangen werden – der Abbau der produktgebundenen Stützung des Bundes kann damit jedoch nur teilweise ausgeglichen werden. Der Milchstützungsfonds hat sich in schwierigen Zeiten – beispielsweise im Herbst 2002 anlässlich des Niedergangs des Milchverarbeiters SDF – bewährt. Er muss auch in Zukunft zur Stabilisierung der Marktlage und zur Stützung von Menge und Preis zur Verfügung stehen.

Der konsequente Einbezug der Marktpartner ermöglicht eine optimale Umsetzung der Massnahmen. Die regelmässige Erfolgskontrolle und die periodische Überprüfung sind die Grundlagen für die Weiterentwicklung der einzelnen Massnahmen. Ziel ist es, mit einem möglichst geringen Beitrag der Milchproduzenten die Milchmenge und den Milchpreis auf einem möglichst hohen Niveau wirksam stabilisieren zu können.

### Massnahmen vom

#### 1. Mai 2003 bis 30. April 2004

Folgende Ziele und Massnahmen charakterisieren den Milchstützungsfonds im Milchjahr 2003/04:

- Mit den Exportmassnahmen für Mager- und Vollmilchpulver sowie Milchproteine und Rahm konnten die saisonalen Schwankungen der Milchproduktion aufgefangen, die Milchverarbeitung zu jeder Zeit gewährleistet und der Milchpreis stabilisiert werden.

- Die Exportmassnahme für Magermilchpulver dient auch der Verarbeitung der Magermilch, die in der Rahm- und Butterproduktion anfällt. In der Schweiz besteht ein Überschuss an Milcheiweiss.

- Mit der Massnahme «Rahm im Speiseeis» wird die Verwendung von Rahm für die Speiseeisherstellung gefördert. Damit kann der Buttermarkt entlastet werden.

- Der Beitrag für den Export von Schmelzkäse dient der Förderung der Verwendung von Schweizer Schmelzrohware. Damit wird die Käseproduktion der Sortenkäse abgesichert und ihre Qualität gefördert.

- Firmen, die für ihre Käsespezialitäten neue Märkte in der EU aufbauen, werden mit einem Beitrag für die Absatzförderung unterstützt. Diese Massnahme ist eine Investition in die Zukunft.

- Der Absatz von Schweizer Käse in der Lebensmittelindustrie wird mit dem Ziel gefördert, die Wertschöpfung zu stützen und möglichst nur Schweizer Käse und nicht Importware zu verarbeiten.

- Die Unterstützung der Sbrinz-Exporte hilft, die aufgrund der langen Reifungszeit verstärkten Auswirkungen des Exportstützungsabbaus des Bundes abzufedern.

- Die Basiskommunikation für Alpkäse fördert den Absatz mit dem Ziel, seine Marktposition mittelfristig zu verbessern.

Insgesamt wurden rund 17 Prozent der gesamten Milchmenge (Basis Milcheiweiss) mit Beiträgen aus dem Milchstützungsfonds gestützt. Je Kilogramm Vollmilch wurde zwischen 4,09 Rappen (Aufbau des EU-Marktes) und 20,55 Rappen (Export von Vollmilchpulver) gestützt.

### Budgets 2003/04 und 2004/05 sowie Rechnung 2003/2004 des Milchstützungsfonds

Bereich	Budget 03/04 (Mio. Fr.)	Rechnung 03/04 (Mio. Fr.)	Budget 04/05 (Mio. Fr.)
Marktentlastung Käse	0,30	0,21	0,00
Marktstützung Gruyère	1,50	1,23	0,00
Aufbau EU-Markt	1,42	1,39	1,50
Exportförderung*	4,80	6,01	2,90
Alpkäse	0,44	0,44	0,00
Importverdrängung	1,39	1,23	0,51
<b>Export Magermilchpulver</b>	<b>10,12</b>	<b>13,57</b>	<b>6,30</b>
<b>Export Milchproteine</b>	<b>10,40</b>	<b>9,57</b>	<b>6,56</b>
<b>Export Vollmilchpulver</b>	<b>6,00</b>	<b>4,25</b>	<b>7,08</b>
<b>Export Rahm</b>	<b>0,42</b>	<b>0,44</b>	<b>1,00</b>
<b>Rahm im Speiseeis</b>	<b>0,00**</b>	<b>0,00**</b>	<b>5,50</b>
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>36,79</b>	<b>38,34</b>	<b>31,35</b>
<b>Absatzförderung / Marketing</b>	<b>1,95</b>	<b>2,42</b>	<b>–</b>
<b>Administration</b>	<b>0,12</b>	<b>0,14</b>	<b>0,37</b>
<b>Wiederaufbau Betriebskapital</b>	<b>–</b>	<b>–</b>	<b>8,80</b>
<b>Defizitvortrag</b>	<b>6,87</b>	<b>7,15</b>	<b>0,11</b>
<b>Total Aufwendungen</b>	<b>45,73</b>	<b>48,05</b>	<b>40,63</b>
<b>Beiträge SMP</b>	<b>45,73</b>	<b>46,65</b>	<b>40,94</b>
<b>Ausserordentliche Erträge</b>	<b>–</b>	<b>1,29</b>	<b>–</b>
<b>Total Einnahmen</b>	<b>45,73</b>	<b>47,94</b>	<b>40,94</b>
<b>Gewinn / Defizit</b>	<b>0,00</b>	<b>-0,11</b>	<b>0,31</b>

Quelle: Vorstandsbeilage vom 26. August 2004 und Beilage der Delegiertenversammlung vom 14. April 2004

\*Schmelzkäse, Sbrinz

\*\*Vollständige Rückerstattung der Kosten aus dem Butterimportfonds

*Der Milchstützungsfonds hat sich in schwierigen Zeiten bewährt.*

*Er muss auch in Zukunft zur Stabilisierung der Marktlage und zur*

*Stützung von Menge und Preis zur Verfügung stehen.*

### Erfolgskontrolle

Aufgrund der Erfolgskontrolle wurden für das Milchjahr 2004/05 folgende Änderungen vorgenommen:

- Verzicht auf Entlastungsverkäufe von Käse.
- Verzicht auf die Exportstützung für Gruyère-Exporte ausserhalb der EU.
- Umlagerung Finanzierung der marketing-bezogenen Massnahmen auf den Marketingfonds.
- Wiederaufbau Betriebskapital.

Auch die übrigen Massnahmen wurden gemeinsam mit den Partnern überprüft und optimiert. Ziel ist die Optimierung von Aufwand und Ertrag (Mengen- und Preiswirkung).

### Ausblick

Sofern im Frühling 2005 nicht überdurchschnittlich viel Milch produziert wird, werden voraussichtlich im laufenden Milchjahr nicht alle für die verschiedenen Massnahmen reservierten Mittel benötigt. Dank den erfreulichen Marktentwicklungen kann die Situation des Milchstützungsfonds positiv beurteilt werden. Dabei darf aber nicht vergessen werden, dass viele Faktoren sehr schnell ändern können und die Situation innert kürzester Zeit dann anders beurteilt werden muss.

Für das kommende Milchjahr wurde die Milch- und die Reguliermenge von der Branche wiederum gemeinsam geplant. Diese Planung wird unter anderem beeinflusst durch die Entwicklung der internationalen Märkte, die Entwicklung des Schlachtviehmarktes, den Witterungsverlauf und die Futtermittellieferung. All diese Faktoren können von der Branche nicht beeinflusst werden und eine Anpassung der Planung jederzeit notwendig machen. Das Budget wird daher regelmässig überprüft.



## 1.7 Marketing

Das Marketing der SMP sorgt mit wirksamen Massnahmen dafür, dass Milch und Milchprodukte gesamtschweizerisch bei allen wichtigen Zielgruppen das ganze Jahr hindurch präsent sind, ihr positives Image behalten und Sympathie geniessen. Dies ist wichtig, um der mächtigen Konkurrenz – Softdrinks, Frühstücksgetränke, Mineralwässer, pflanzliche Fette, Anbieter von ausländischen Agrarprodukten – die Stirne zu bieten.

Die Basiskommunikation ist eine gemeinsame Selbsthilfe der Produzenten, die Ziele im Interesse aller verfolgt. Sie soll möglichst viel Verkehrsmilch in Form von Konsummilch, Rahm, Butter oder Käse absetzen helfen und dadurch einen aktiven Beitrag an die Einkommenssicherung der Milchproduzenten leisten. Gemeinsame Aktivitäten erlauben einen effizienten, gesamtschweizerischen Marktauftritt und schaffen eine Plattform für den bäuerlichen Direktverkauf ab Hof und für Markenhersteller. Basis-Marketing und Markenwerbung ergänzen und verstärken sich gegenseitig.

Der Bund anerkennt die Bedeutung der Absatzförderung für Landwirtschaftsprodukte. Er unterstützt mit finanziellen Mitteln das Marketing, allerdings nur das Basis-Marketing der Produzenten- und Branchenorganisationen, nicht aber Markenwerbung oder Werbung einzelner Hersteller. Bedingung ist auch, dass die Produzenten angemessene eigene Beiträge leisten.

### Viele verschiedene Massnahmen

Keine Frage, die Fernsehspots mit der Kuh Lovely sind die bekannteste SMP-Werbemassnahme. Aber sie sind nur eine unter vielen. Denn für den Marketing-Erfolg ist es nötig, die relevanten Zielgruppen genügend stark und mit individuellen, massgeschneiderten Aktionen anzusprechen. Die Zielgruppen reichen von Konsumentinnen und Konsumenten über Jugendliche, Schulen, Ernährungsfachleute, Veranstalter von Anlässen, Kochbegeisterte und Medien bis hin zur Gastronomie und zum Handel. Ein dichtes Netz von über 100 Massnahmen stellt sicher, dass Milch und Milchprodukte effizient und ganzjährig präsent sind. Hier einige Beispiele:

■ Die Fernsehspots für Milch mit der virtuoson Kuh Lovely sind seit 1992 ein Publikumserfolg und erreichen eine Beachtung wie kaum eine andere Schweizer Werbekampagne. In den TV-Spots spielte Lovely Fussball und knüpfte damit an das Jahresereignis Fussball-Europameisterschaft an, auf Plakaten und in Inseraten zeigte sie sich mit Grossfamilie.

■ Symbol für die Butter ist seit einigen Jahren die Butterfrau. In der Natur und begleitet von einem erfindungsreichen Lausbuben hatte sie wieder grosse Auftritte in Fernsehspots und Inseraten. Der Werbeauftritt für die Floralp-Butter mit schön inszenierten Butterbroten, wurde weitergezogen. Ein grosser Erfolg war die Sammel-Promotion mit Floralp-Einkaufstaschen.



■ Die SMP hat sich im Lauf der Jahre einen sehr guten Ruf als Herausgeberin von Unterrichtshilfen für Schulen geschaffen. Auch im Jahr 2004 wurden Lehrmittel für alle Schulstufen angeboten. Besonders erfreulich: Die Fachkommission Lehrmittel des Bundesamtes für Gesundheit hat die Lehrmittel der SMP als «empfehlenswert» eingestuft.

■ Wissenschaftliche Studien konnten beweisen, dass Kalzium aus der Milch schlank macht. Klar, dass wir mit diesem Wissen, aber auch mit vielen weiteren Informationen über den gesundheitlichen Stellenwert von Milch und Milchprodukten, an die Öffentlichkeit gelangten. Auch die Ernährungsfachleute informierten wir regelmässig.

■ Der Tag der Milch hat eine lange Tradition. Er wird jeweils im Frühling in Zusammenarbeit mit den Jungzüchter-Organisationen in den grösseren Orten der Schweiz durchgeführt. Milchbars gab es zudem an über 1000 Anlässen: Ob Open-Air, Olma oder Jodlerfest – die Milch war vor Ort.

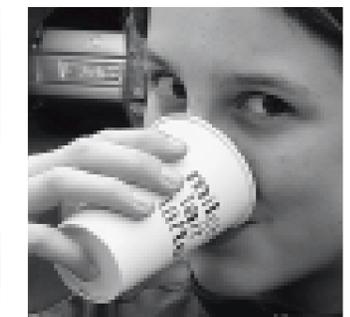
■ Im Herbst fand in Zusammenarbeit mit dem Landfrauenverband der vierte nationale «Tag der Pausenmilch» statt. Rund 220 000 Schülerinnen und Schüler in der ganzen Schweiz, zufriedene Lehrkräfte und zahlreiche Medienberichte zeugten vom Erfolg.

■ Milch und Milchprodukte werden zum grossen Teil im Kochbereich verwendet. Erfolgreiches Marketing betreiben heisst daher auch, den Konsumentinnen und Konsumenten regelmässig Kochideen zu liefern. LE MENU, das von der SMP 1998 lancierte Schweizer Kochmagazin, ist im heutigen Umfeld mit unzähligen Konkurrenzprodukten also wichtiger denn je. Es erscheint zehnmal pro Jahr und hat bereits rund 60 000 Abonnentinnen und Abonnenten. Diese erhalten eine Zeitschrift mit Rezepten aus saisonalen, einheimischen Produkten sowie mit interessanten Informationen rund ums Kochen und die Schweizer Landwirtschaft. Eine Leserbefragung zeigte, dass das Magazin sowohl inhaltlich wie optisch sehr gut ankommt und rege genutzt wird.

■ Eine wichtige Zielgruppe ist die Gastronomie, denn auswärts Essen liegt immer mehr im Trend. Deshalb sind wir in Restaurants, Take-aways und Kantinen dafür besorgt, dass Milch und Milchprodukte verwendet werden.

■ www.swissmilk.ch wurde im Jahr 2004 von über 700 000 Menschen besucht. Für Produzenten, Konsumenten, Ernährungsinteressierte oder Medienschaffende gibt es dort viele interessante Informationen.

*Basis-Marketing ist eine gemeinsame Selbsthilfe der Produzenten, das Ziele im Interesse aller verfolgt. Es hilft, möglichst viel Verkehrsmilch abzusetzen und leistet dadurch einen aktiven Beitrag an die Einkommenssicherung der Milchproduzenten. Gemeinsame Aktivitäten erlauben einen effizienten, gesamtschweizerischen Marktauftritt. Das systematische Controlling zeigt, dass die Massnahmen wirken.*



**Kampf gegen Imitate**

Rahmersatzprodukte unter der Bezeichnung «Rama»? Ein Jogurt mit Pflanzen- statt Milchl-fett? Das nimmt die SMP nicht hin! Der Nahrungsmittelkonzern Unilever brachte ein Sortiment von Rahmersatzprodukten mit der irreführenden Bezeichnung «Rama» auf den Markt. Die stark verarbeiteten Produkte mit Pflanzenfett und vielen Zusatzstoffen sollen Rahm beim Kochen ersetzen. Nestlé lancierte mit «Sunny» ein Magermilchjoghurt mit Sonnenblumenöl. Beide Produkte bedienen sich des guten Images von Milchprodukten, sind aber nicht mit ihnen hergestellt und bergen somit die Gefahr der Täuschung. Die SMP hat deshalb gegen die Hersteller Klage eingereicht. Die Intervention gegen Milchersatzprodukte ist sehr wichtig, denn zunehmend dürften hochverarbeitete Nahrungsmittel auf den Markt drängen, die sich immer öfter ein Stück des guten Ansehens herkömmlicher (Milch)Produkte ergattern wollen. Die Schweizer Milchwirtschaft ist gefordert, ihre Produkte gegenüber Imitaten und Mischprodukten zu verteidigen. Milch soll ihr hohes Ansehen erhalten und auch in Zukunft mit Natürlichkeit, Qualität, Frische, Gesundheit usw. assoziiert werden. Milchfremde, billige Ersatzstoffe würden dies jedoch gefährden!



**Informationen und Dienstleistungen für die Milchproduzenten**

Milchproduzenten sind die besten Botschafter für ihre Produkte. Deshalb stellt ihnen das Marketing eine breite Palette an Werbe-, Informations- und Infrastrukturmateriale für eigene Absatzförderungsaktivitäten oder lokale Anlässe kostenlos oder zu günstigen Konditionen zur Verfügung.

**Die SMP und die AMS**

Die AMS Agro-Marketing Suisse wurde 1997 von den wichtigsten landwirtschaftlichen Organisationen gegründet. Die Vereinigung fördert die Zusammenarbeit im Bereich der Absatzförderung für Landwirtschaftsprodukte, namentlich in den Bereichen Marketingforschung, Basiswerbung, Öffentlichkeitsarbeit und Verkaufsförderung. Die SMP nimmt in der AMS eine aktive Rolle ein und arbeitet an vorderster Front bei der Umsetzung von Massnahmen mit. So hatte das Marketing der SMP die Federführung beim AMS-Messeauftritt an der Grünen Woche in Berlin, an der Olma in St. Gallen und am Comptoir in Lausanne. Es organisierte die Vergabe des «Prix d'innovation agricole suisse», mit dem neue Schweizer Lebensmittel ausgezeichnet werden, ist zuständig für den gemeinsamen Einkauf von Media-Leistungen und arbeitet aktiv beim zweimal jährlich erscheinenden landwirtschaftlichen Lehrmittel «Pick up» mit.



**SUISSE GARANTIE: ohne die SMP gehts nicht**

Schweizer Landwirtschaftsprodukte vor zunehmender ausländischer Konkurrenz schützen, den Konsumentinnen und Konsumenten mit klarer Herkunftsangabe Orientierungshilfe beim Einkauf geben – dies ist die Motivation der Schweizer Landwirtschaft, die im Herbst 2004 unter der Federführung der AMS Agro-Marketing Suisse das Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE lancierte. Nach dem Start mit Gemüse und Früchten wurden Anfang 2005 auch Milch und Milchprodukte mit dem Logo SUISSE GARANTIE eingeführt. SUISSE GARANTIE hilft mit, in einem immer intensiveren Wettbewerb Marktanteile zu erhalten und Marktchancen zu erhöhen. Das gilt auch bei Milch und Milchprodukten. Die SMP unterstützte daher SUISSE GARANTIE von Beginn an und arbeitete an vorderster Front mit bei der Vorbereitung und Einführung. SMP-Mitarbeitende führen die Geschäftsstelle der AMS Agro-Marketing Suisse, begleiten die Umsetzung der Garantiemarke in der Milchbranche, sind verantwortlich für die Koordination der technischen und organisatorischen Belange. setzen die Kommunikationsmassnahmen um, organisieren Messeauftritte und betreuen die Internet-Homepage von SUISSE GARANTIE.

**Das Basis-Marketing wirkt**

Das SMP-Marketing hat ein systematisches Controlling etabliert. Dieses garantiert, dass die durchgeführten Massnahmen regelmässig auf ihre Wirksamkeit hin überprüft werden. So ist Gewähr geboten, dass die zur Verfügung stehenden Mittel zielgerichtet und effizient eingesetzt werden. Aufwand und Erfolg der Marketing-Massnahmen werden regelmässig vom Fachgremium Marketing kontrolliert. Die Wirkung überzeugt: Trotz eher widrigen Umständen – gesättigte Märkte, Einkaufstourismus ins Ausland, veränderte Konsumgewohnheiten, Trend zu ausländischen Spezialitäten und Fast Food, Konkurrenzdruck von Süssgetränken, Pflanzenfetten und ausländischen Produkten – blieb der gesamte Milchproduktekonsum in den letzten Jahren auf hohem Niveau konstant. Auch das Image der Milch ist sehr gut: Umfragen haben gezeigt, dass das SMP-Marketing wesentlich dazu beigetragen hat, die Milch zu modernisieren, sie gesellschaftsfähig zu machen und ihren gesundheitlichen Stellenwert zunehmend besser zu verankern.



### 1.8 Weitere Sachgeschäfte

#### Revision Milchqualitäts-Verordnung

Ausgelöst durch die Vorschläge der Milchbranche für grundlegende Änderungen bei der Qualitätssicherung und Qualitätskontrolle hat das zuständige Bundesamt für Veterinärwesen die entsprechenden Arbeiten nach längerer Vorlaufzeit in Angriff genommen. Nachdem in einer ersten Phase nur der Bereich der Qualitätskontrolle bearbeitet wurde, ist nach Einwänden von verschiedenen Seiten im Berichtsjahr ein Gesamtkonzept entwickelt worden. Der entsprechende Verordnungsentwurf ist den betroffenen Kreisen Ende 2004 zur Anhörung unterbreitet worden.

Nach den eingetretenen Verzögerungen unterstützt die SMP eine rasche Inkraftsetzung der neuen Verordnung und eine effiziente Umsetzung in den Bereichen Inspektion, Qualitätskontrolle und Beratung.

#### Branchenorganisation Molkereimilch BOM

Am 19. März 2004 wurde die BOM gegründet. Gleichzeitig führte sie die erste Delegiertenversammlung durch, konstituierte die Organe und die Geschäftsführung ad interim. Als Präsident wurde der Thurgauer Ständerat Hermann Bürgi gewählt. Die interimistische Geschäftsführung wurde den Geschäftsführern von VMI (Guy Emmenegger) und SMP (Samuel Lüthi) übertragen. Im organisatorischen Bereich wurde die Zusammenarbeit zwischen BOM und den beiden Branchenorganisationen Butter (BOB) und Pulver (BSM) geregelt. Für die einzelnen Zuständigkeiten und Aufgaben wurde ein Funktionendiagramm erarbeitet und verabschiedet.

Materiell beschäftigte sich die BOM in ihrem ersten Geschäftsjahr bereits mit wichtigen Sachfragen. Im Vordergrund stand die Ausregulierung des Milchmarktes bezüglich der Verwertung der Magermilch aus der Rahm- und Butterproduktion in Form von Magermilchpulver-Exporten sowie die Vollmilchpulverexporte in Perioden saisonaler Angebotsüberschüsse. Über Umfang, Art und Weise sowie die Finanzierung wurden für das Milchjahr 2005/2006 die entsprechenden Beschlüsse gefasst. Der Vorstand BOM hat sich weiter mit den Konsequenzen für Verarbeiter und Milchproduzenten bezüglich der Mengenregelung ab 2006 beziehungsweise 2009 befasst und eine Arbeitsgruppe mit dem Auftrag eingesetzt, die gemeinsamen und unterschiedlichen Interessen von Verarbeitern und Milchproduzenten im Zusammenhang mit dem Ausstieg und für die Zeit danach zu bestimmen und die Ziele für ein gemeinsames Vorgehen zu formulieren. Mit den absehbaren Veränderungen im Umfeld – Abbau der Stützungen, Ausstieg aus der Milchkontingentierung, weitere Liberalisierung der Märkte – wird die BOM zu einer wichtigen Organisation für einen geordneten Milchmarkt.



### 2.1 Delegiertenversammlung

Die Delegiertenversammlungen der SMP fanden am 14. April und am 13. Oktober 2004 statt. Die Delegierten und die Medien wurden umfassend über die Tätigkeiten der Schweizer Milchproduzenten informiert.

Die Delegierten behandelten folgende Geschäfte:

#### 14. April 2004

- Abnahme der Jahresrechnung und Entlastung der Organe.
- Finanzierung der SMP-Beiträge vom 1. Mai 2004 bis 30. April 2005:
  - Verwaltungskosten: 0,15 Rappen/kg
  - Milchstützungsfonds: 1,3 Rappen/kg
  - Marketingfonds: 0,525 Rappen/kg
  - Beitrag Switzerland Cheese Marketing: 0,2 Rappen/kg
  - Inkasso für den Schweizerischen Bauernverband: 0,04 Rappen/kg
- Statutenrevision: Erhöhung der Obergrenze für Marketingaufwendungen (Marketingfonds und Beitrag Switzerland Cheese Marketing) auf 0,8 Rappen/kg (bisher: 0,6 Rp./kg).
- Wahl von Moritz Erni als Mitglied des Vorstandes sowie Peter Gfeller als neuen Präsidenten.
- Wahl der Kontrollstelle.



#### 13. Oktober 2004

- Verabschiedung des Grundsatzpapiers zum Ausstieg aus der Milchkontingentierung.
- Wahl von Ruedi Schnyder als 2. Vizepräsidenten sowie von Hans-Heinrich Baier (Milchverband Winterthur) und Hans Ruckstuhl (Milchverband St. Gallen-Appenzell) als neue Vorstandsmitglieder. Josef Fuster wurde als neuer Suppleant gewählt.
- Herr Jacques Chavaz, Vizedirektor des Bundesamts für Landwirtschaft, referierte über das Thema «Milchland Schweiz im liberalisierten Umfeld».

### 2.2 Vorstand und Vorstandsausschuss

Der Vorstand hat sich an sieben ordentlichen Sitzungen mit den laufenden Verbandsgeschäften befasst. Zusätzlich bereiteten Vorstand und Geschäftsführer im Januar an einer zweitägigen Klausur die Frühjahrs-Delegiertenversammlung vor und trafen sich Ende Oktober, um Fragen im Zusammenhang mit dem Ausstieg aus der Milchkontingentierung zu koordinieren.

Der Vorstandsausschuss, dem nach statutarischer Ordnung nur noch Aufgaben im Personalbereich zugeordnet sind, traf sich Anfang Jahr zu zwei Sitzungen, um den Wechsel im Verbandspräsidium vorzubereiten und Ende Jahr zur ordentlichen Sitzung, um die Personalgeschäfte zu behandeln.

#### Schwerpunkte der Verbandstätigkeit und Vorstandsarbeit 2004

Neben der Vorbereitung der beiden Delegiertenversammlungen vom Frühjahr und Herbst, den Selbsthilfemassnahmen bei der Milchstützung und im Marketing sowie der laufenden Marktbeobachtung bearbeitete der Vorstand die folgenden wichtigen Anliegen und Geschäfte:

- Weiterentwicklung der Milchmarktordnung, insbesondere im Zusammenhang mit dem Ausstieg aus der Milchkontingentierung:
  - Mitwirkung an der Ausgestaltung der Ausstiegsverordnung
  - Erarbeiten von Zielen und Grundsätzen zum vorzeitigen Ausstieg
  - Koordination wichtiger Fragen der privatrechtlichen Ausgestaltung
    - Mengenreglemente
    - Ausregulierung des Milchmarktes
- Agrarpolitische Rahmenbedingungen:
  - Diskussionen der Agrarpolitik 2011
  - Ausgestaltung der Direktzahlungen im Zusammenhang mit dem Stützungsabbau
  - Verhandlungsmandat des Bundesrates für die WTO II-Runde
  - Engagement für die Bilateralen II
  - Mitwirkung am Leitbild des SBV für die schweizerische Landwirtschaft
- Gründung der Branchenorganisation Molkereimilch BOM:
  - Aufbau der statutarischen Ordnung
  - Bestimmung der Vertreter der Produzenten in den Organen der BOM
- Marktfragen:
  - Mengen- und Finanzierungssituation beim Milchpulver
  - Entwicklung bei einzelnen Käsesorten, insbesondere die Probleme beim Emmentaler
  - Abbau Milchstützung 2005
    - Überwälzung auf Zulagen und Beihilfen
  - Finanzierung Schoggigesetz
- Massnahmen zur Qualitätssicherung:
  - Revision Milchqualitätsverordnung
  - Neue Trägerschaft für den Rindergesundheitsdienst
- Weitere Sachgeschäfte:
  - Vorbereitung der Wahlgeschäfte zuhanden der Delegiertenversammlung
  - Beteiligung am SCM-Marketing
  - SUISSE GARANTIE für Milch und Milchprodukte
  - Fragen der Viehwirtschaft
  - Stellungnahme zu Bundeserlassen
    - Futtermittel-VO
    - Lebensmittel-VO

### 2.3 Ständige Kommissionen

#### Geschäftsführerkonferenz

Im Geschäftsjahr 2004 wurden elf Geschäftsführerkonferenzen durchgeführt. Die wichtigsten Geschäfte waren:

- Marktfragen und Entwicklung der Milchmenge
- Koordination Milchverkauf
- Milchpreis- und Offertmonitoring
- Vorzeitiger Ausstieg Milchkontingentierung und Milchmengenmanagement
- Koordination der Milchmenge und Regulierverarbeitung
- Ausrichtung der Milchstützung
- Koordination der Kommunikation und des Lobbyings (zwei Seminare)
- Revision der Milchqualitätsverordnung
- Agrarpolitik 2011
- Einschränkungen und Strukturanpassung beim Emmentaler-Käse
- Neuausrichtung der Milchproduzenten-Organisationen und Mitgliedschaften
- Reorganisation Schweizerische Vereinigung der silofreien Milchproduzenten
- Projekt «Nationale Datenbank Milch» der TSM
- IFS-Zertifizierung
- Stellungnahmen bei Vernehmlassungen und Anhörungen der Behörden

#### Käseforum

Die Vertreter der Milchproduzenten in den Gremien der Sortenorganisationen treffen sich zwei Mal pro Jahr im Käseforum zur gegenseitigen Information, zum Austausch und zur Diskussion aktueller Entwicklungen und Fragen im Bereich Käse. Damit soll gewährleistet werden, dass die Vertreter die Anliegen ihrer Berufskollegen in den Gremien der Sortenorganisationen kompetent und aktiv vertreten und Fragen fachkundig beantworten können.

An den Sitzungen vom 17. März und vom 4. November 2004 wurden folgende Themen diskutiert:

- Käsemarktlage.
- Entwicklung des internationalen Umfeldes.
- Rahmenbedingungen für den Käseverkauf per 1. Mai 2004.
- Massnahmen des Milchstützungsfonds.
- Ausstieg aus der Milchkontingentierung.
- AOC.
- Strategien für das Käseexportmarketing.

#### Fachgremium Marketing

Das seit 1999 bestehende Fachgremium Marketing widmet sich der Erarbeitung und fortlaufenden Überprüfung der strategischen Grundsätze für die Marketingstrategien und der Vorbereitung der Budgets zuhanden des SMP-Vorstandes. Es überprüft die vom Marketing erarbeiteten Massnahmen und die Gesuche um Unterstützung regionaler Aktivitäten. Das Fachgremium steht unter der Leitung des Präsidenten der SMP und setzt sich weiter aus Mitgliedern des Vorstandes sowie aus externen Fachleuten mit spezifischem Marketing-Know-how zusammen.

Im Jahr 2004 befasste sich das Fachgremium Marketing hauptsächlich mit der Behandlung der Budgets 2005. Das Fachgremium wurde auch über die Ergebnisse der durchgeführten Wirkungskontrollen informiert.



### 3.1 Finanzierung und Inkasso

Die SMP führt für die Milchproduzenten-Beiträge drei getrennte Rechnungen:

- Die Verbandsrechnung über die Verwaltungskosten und Beitragsleistungen.
- Die Rechnung über die Massnahmen zur Absicherung von Milchmenge und -preis (Milchstützungsfonds).
- Die Rechnung über das Basismarketing für Milchprodukte (Marketingfonds).

Das Geschäftsjahr des Milchstützungsfonds läuft zur Zeit noch parallel zum Milchjahr, ein Wechsel zum Kalenderjahr wird schrittweise erfolgen; die Geschäftsjahre des Marketingfonds und des Verbands entsprechen bereits seit Jahren dem Kalenderjahr.

Über die Abnahme der Rechnungen und die Höhe der Beiträge entscheiden die Delegierten normalerweise an der Frühjahresversammlung.

An der Delegiertenversammlung vom 14. April 2004 wurde nach eingehender Diskussion beschlossen, den Beitrag von 0.2 Rp. pro kg Milch zugunsten der Swiss Cheese Marketing SCM zu erheben. Dieser Beschluss gilt vorläufig für ein Jahr.

Das Inkasso der Beiträge erfolgt über die Mitglieder, die regionalen Genossenschaftsverbände sowie in einigen wenigen Fällen direkt über die örtlichen Genossenschaften. Dank der guten Zusammenarbeit mit diesen Partnern

#### Die Beitragsleistungen 2004

	Rappen pro Kilogramm Verkehrsmilch	
	Beitrag 2004	statutarische Obergrenzen
Verbandsbeitrag	0,15	0,2
Milchstützungsfonds 01.01.04 – 30.04.04 01.05.04 – 31.12.04	1,5 1,3	2,0 2,0
Marketingfonds	0,525	0,8
SCM-Marketing (neu) 01.05.04 – 31.12.04	0,2	

funktionierte das Inkasso im Berichtsjahr gut. Die Zahlungsbereitschaft der überwältigenden Mehrheit der Milchproduzenten für die Massnahmen war trotz der schwierigen wirtschaftlichen Situation äusserst erfreulich. Dafür danken wir allen Beteiligten sehr!

Der bundesrätliche Beschluss zur Allgemeinverbindlichkeit verpflichtete auch in diesem Berichtsjahr sämtliche Milchproduzenten zur Bezahlung der Beiträge in den Milchstützungsfonds und den Marketingfonds. Obwohl wir dieses rechtliche Zwangsmittel nur ungern anwenden, müssen wir es aus prinzipiellen Gründen konsequent einsetzen. Leider sind es häufig die gleichen Nichtzahler, gegen die zum Teil zum zweiten oder sogar dritten Mal rechtlich vorgegangen werden musste.

Die Prüfung der Rechnungen wird durch eine von der Delegiertenversammlung gewählte unabhängige Treuhandfirma nach den Bestimmungen des Obligationenrechts wahrgenommen. Das Geschäfts- und Organisationsreglement der SMP weist dem Vorstand die Genehmigung der Budgets zu und regelt die Finanzkompetenzen für Vorstand und Geschäftsleitung.

Sowohl für den Milchstützungsfonds als auch für den Marketingfonds hat die Delegiertenversammlung Reglemente erlassen. Die wesentlichen Elemente gehen aus den Zielsetzungen hervor (siehe Seite 51).

#### Der Milchstützungsfonds

Finanzierung gemeinsamer Massnahmen zur Absicherung von Milchmenge und Milchpreis. Der durch diese Massnahmen erzielte Nutzen muss höher sein als die Kosten. Unterstützt werden insbesondere Massnahmen, die Preiszusammenbrüche oder Preissenkungen verhindern oder das schweizerische Milchproduktionsvolumen erhalten und fördern. Wo möglich, wird eine Mitbeteiligung der Verarbeiter an den Stützungsmaßnahmen verlangt.

#### Der Marketingfonds

Der Marketingfonds dient einer gesamtwirtschaftlich ausgerichteten Absatzförderung von Milch und Milchprodukten in Form von Basismarketing.

Die Basiskommunikation verfolgt folgende Ziele:

- Steigerung der Konsummenge von inländischer Milch und inländischen Milchprodukten.
- Schaffung optimaler Rahmenbedingungen für den Absatz von Milchprodukten und Förderung eines günstigen Klimas in der Öffentlichkeit sowie bei den Konsumenten und Konsumentinnen.

Diese Ziele werden erreicht durch:

- Nationale und regionale Marktentwicklungsstrategien.
- Konkurrenzstrategien gegen Substitutionsprodukte, z.B. Margarine.
- Profilierung inländischer Milchprodukte gegenüber Importen.

Über den Marketingfonds können auch regionale Aktivitäten nach den vom Vorstand erlassenen Richtlinien unterstützt werden.

Um Kosten zu sparen und Synergien zu nutzen, wird kosequent mit der Agro-Marketing Suisse (AMS) zusammengearbeitet.

Mit Mitteln des Fonds dürfen nur Massnahmen finanziert werden, die im Gesamtinteresse der Milchproduzenten stehen. Der Vorstand entscheidet auf Grund begründeter Anträge, vorbereitet durch ein Marketing-Fachgremium aus Mitgliedern des Vorstands und externen Fachleuten.

## 3.2 SMP-Beteiligungen und -Mitgliedschaften

**Bäuerliche Organisationen und Unternehmungen**

- Schweizerischer Bauernverband SBV
- Schweizer Agrarmedien GmbH
- Hebdomadaire professionnel agricole de la Suisse romande AGRI
- Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID
- Agence d'information agricole romande AGIR
- AMS Agro-Marketing Suisse

**Branchenorganisationen**

- Branchenorganisation Molkereimilch BOM
- Branchenorganisation Butter GmbH BOB
- Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM
- Käseorganisation Schweiz KOS
- Proviande

**Sortenorganisationen**

- Emmentaler
- Gruyère
- Sbrinz
- Appenzeller Käse
- Tilsiter
- Vacherin Mont-d'Or
- Vacherin Fribourgeois
- Bündner Käse
- Alpgold
- Schweizer Raclette
- Casalp

**Weitere Beteiligungen und Mitgliedschaften**

- Switzerland Cheese Marketing SCM
- Appenzeller Schaukäserei, Stein
- Caseificio Dimostrativo del Gottardo SA, Airolo
- Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.
- Coopérative des Producteurs de Fromage d'Alpage «L'Etivaz»
- Société coopérative «Laiterie de Gruyères», Pringy
- Holding der Schweizerischen Milchproduzenten, Zollikofen
- Emmi Interfräis SA, Küssnacht
- Genossenschaft Reifungslager Bündner Käse, Landquart
- Vacherin Fribourgeois SA, Bulle
- Thurgauische Käse-Reifungs-AG, Weinfelden
- OLMA, St. Gallen
- TSM Treuhand GmbH, Bern
- Tierverkehrsdatenbank AG, Bern
- Schweizerische Milchkommission SMK
- Prokana Lait

(Stand 31. Dezember 2004)

## 3.3 Zusammensetzung der Gremien

**Ehrenpräsidenten**

Reichling Rudolf, Stäfa  
Kühne Josef, Benken

**Vorstand**

Gfeller Peter (Präsident)  
Godel Georges (erster Vizepräsident)  
Schnyder Ruedi, Ellighausen (zweiter Vizepräsident)  
Andrey Peter, Heitenried  
Baier Hans-Heinrich, Landquart  
Berlie Olivier, La Rippe  
Bischofberger Robert, Schönengrund  
Bühler Jean-Pierre, Tavannes  
Bühlmann Peter, Emmenbrücke  
Chassot André, Bussy  
Chevrier Maurice, Evolène  
Croce Nello, Campo Blenio  
Erni Moritz, Ruswil  
Fuchs Franz, Leuggern  
Robert Valentin, La Brévine  
Ruckstuhl Hans, Rosrüti  
Schmid Hansjörg, Dinhard  
Steinmann Pius, Büttikon  
Zumstein Urs, Bettenhausen

**Suppleanten des Vorstandes****LOBAG Bern:**

Alchenberger Andres, Ostermundigen

**Milchverband Winterthur:**

Eberle Albert, Walenstadt

**Milchverband Nordwestschweiz:**

Gygax Jacques, Basel

**Aargauer Milchverband:**

Emmenegger Gregor, Suhr

**Thurgauer Milchproduzenten:**

Ernst Alfred, Weinfelden

**Zentralschweizer Milchproduzenten:**

Felder Benedikt, Luzern

**Milchverband St. Gallen-Appenzell:**

Fuster Josef, Wolfhalden

**LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte:**

Maddalena Mario, S. Antonino

**ORLAIT Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise:**

Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon

**Laiteries Réunies de Genève:**

Mottier Albert, Gy

(Stand 31. Dezember 2004)

**Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie:**

Stirnimann Jean-Pierre, Posieux

**Fédération Laitière Neuchâteloise:**

Geiser Daniel, Cernier

**Fédération Laitière Valaisanne:**

Jacquier Alphonse, Sierre

**Kontrollstelle**

Dr. Röthlisberger AG, Bern

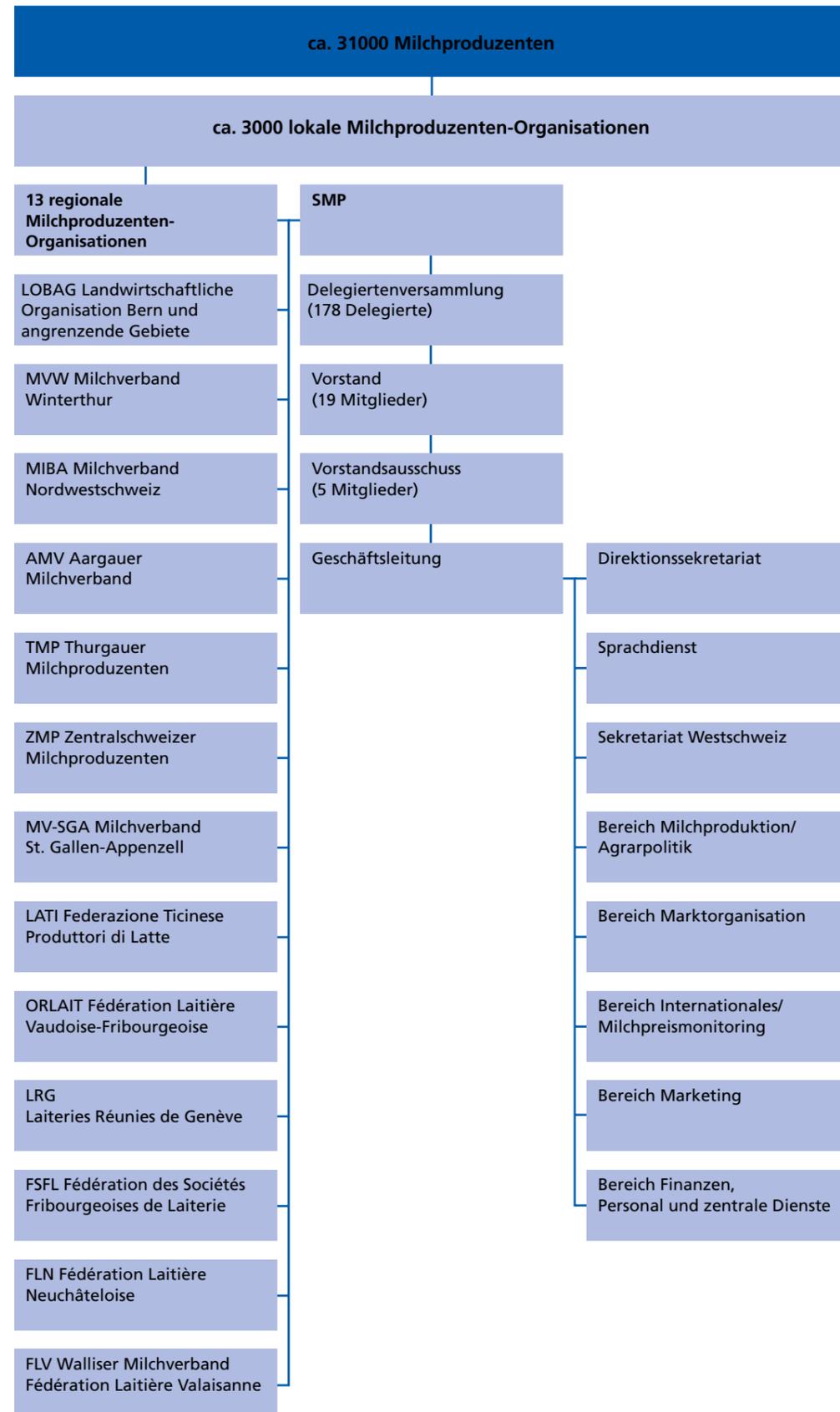
**Vorstandsausschuss**

Gemäss Statuten gehören der Präsident und die zwei Vizepräsidenten dem Vorstandsausschuss an. Weitere Mitglieder sind:  
Chassot André, Bussy  
Erni Moritz, Ruswil

**Geschäftsführerkonferenz**

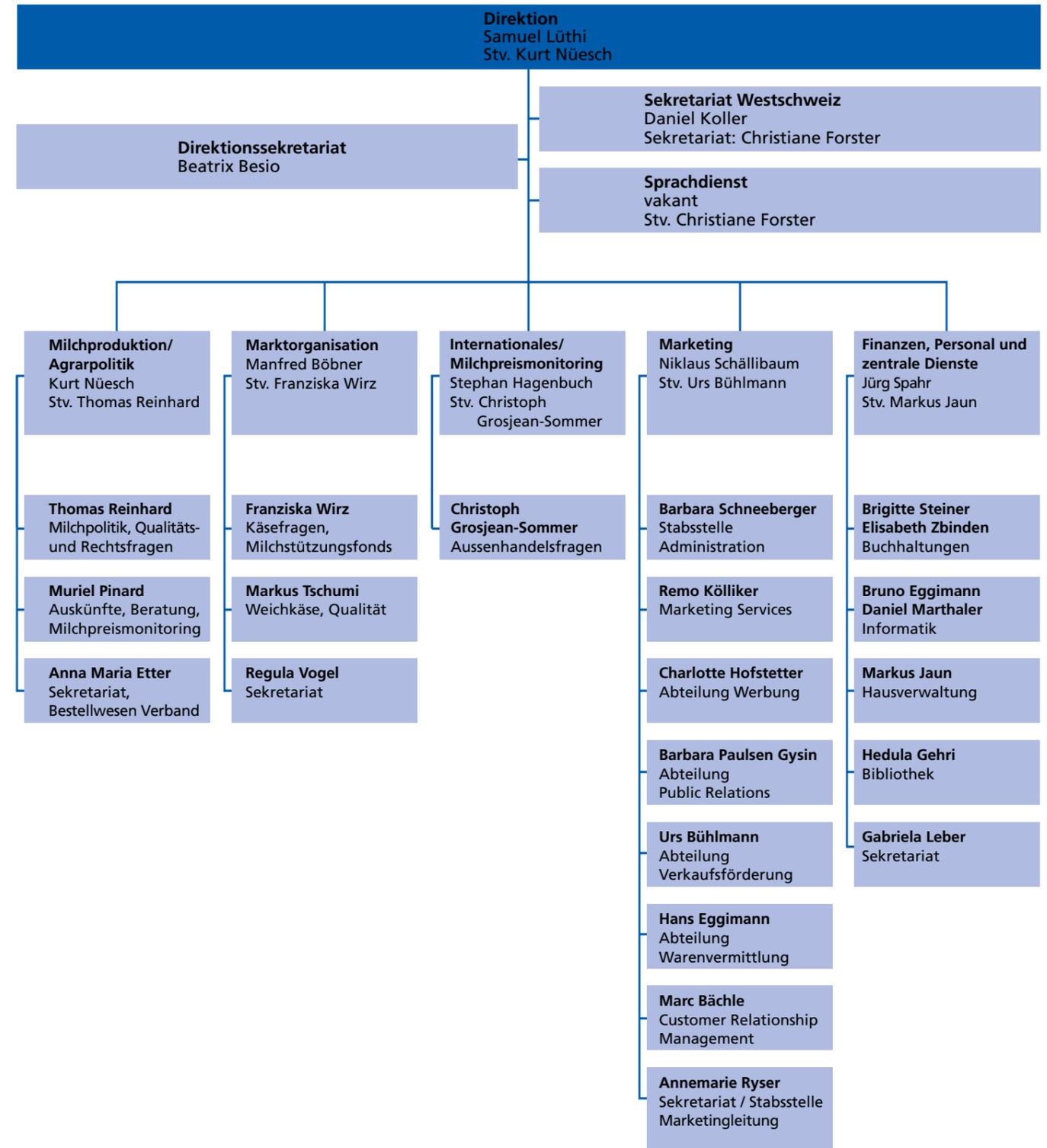
- Felder Benedikt, Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP) – Leitung
- Alchenberger Andres, LOBAG
- Ernst Alfred, Thurgauer Milchproduzenten
- Geiser Daniel, Fédération Laitière Neuchâteloise
- Guarise Claudio, Federazione ticinese produttori di latte
- Guntern Urs, Walliser Milchverband
- Gygax Jacques, Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA)
- Jordan Eric, Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise (ORLAIT-FLVF)
- Lebrun Philippe, Laiteries Réunies de Genève
- Luginbühl Rolf, Aargauer Milchverband
- Moret Clément, Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie
- Ritter Andreas, Milchverband St. Gallen-Appenzell
- Schwager René, Milchverband Winterthur
- S. Lüthi, T. Reinhard (Sekretariat) sowie weitere SMP-MitarbeiterInnen

3.4 Aufbau- und Ablauforganisation



(Stand 31. Dezember 2004)

Organigramm der Geschäftsstelle der Schweizer Milchproduzenten SMP



(Stand 31. Dezember 2004)

### 3.5 Ansprechpartner für SMP-Dienstleistungen

Die SMP bietet Dienstleistungen und Informationen für die Bereiche Produktion, Verarbeitung und Marketing an. Eine aktuelle Übersicht ist bei der Geschäftsstelle erhältlich.

#### Allgemeine Auskünfte und Beratung:

Telefon 031 359 54 51  
Telefax 031 359 58 51  
E-Mail [infoverband@swissmilk.ch](mailto:infoverband@swissmilk.ch)

#### Milchpreismonitoring:

Telefon 031 359 54 81 / 83 / 51  
Telefax 031 359 58 51  
E-Mail [milchpreis@swissmilk.ch](mailto:milchpreis@swissmilk.ch)  
[prixdulait@swissmilk.ch](mailto:prixdulait@swissmilk.ch)  
[prezzodilatte@swissmilk.ch](mailto:prezzodilatte@swissmilk.ch)

#### Unterlagen und Hilfsmittel (Formulare, Broschüren, Werbe- und Informationsmaterial)

##### Verband:

Telefon 031 359 54 12  
Telefax 031 359 58 51  
E-Mail [infoverband@swissmilk.ch](mailto:infoverband@swissmilk.ch)

##### Marketing:

Telefon 031 359 57 77  
Telefax 031 359 58 55  
E-Mail [produzenten@swissmilk.ch](mailto:produzenten@swissmilk.ch)

Verschiedene Informationen und Unterlagen sind auch über das Internet abrufbar:  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

### 3.6 Angaben zu den Mitgliedern

Mitglieder der SMP  
(regionale Milchproduzenten-Organisationen)

Name	Adresse	Telefon / Fax / E-Mail
<b>LOBAG</b>	Forelstrasse 1 Postfach 3072 Ostermundigen	Tel. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 <a href="mailto:info@lobag.ch">info@lobag.ch</a>
<b>MVW Milchverband Winterthur</b>	Archstrasse 2 Postfach 8401 Winterthur	Tel. 052 260 34 34 Fax 052 212 52 43 <a href="mailto:info@mvw.ch">info@mvw.ch</a>
<b>MIBA Milchverband der Nordwestschweiz</b>	Zeughausstrasse 31 Postfach 4002 Basel	Tel. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 <a href="mailto:info@mibabasel.ch">info@mibabasel.ch</a>
<b>AMV Aargauer Milchverband</b>	Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tel. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 <a href="mailto:rolf.luginbuehl@azm.ch">rolf.luginbuehl@azm.ch</a>
<b>TMP Thurgauer Milchproduzenten</b>	Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tel. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 <a href="mailto:info@milchthurgau.ch">info@milchthurgau.ch</a>
<b>ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten</b>	Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tel. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 <a href="mailto:zmp@zmp.ch">zmp@zmp.ch</a>
<b>MV-SGA Milchverband St. Gallen-Appenzell</b>	Mattenweg 11 9230 Flawil	Tel. 071 394 53 41 Fax 071 394 53 42 <a href="mailto:info@milch-sga.ch">info@milch-sga.ch</a>
<b>LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte</b>	Via Gorelle 6592 San Antonino	Tel. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 <a href="mailto:claudio@lati.ch">claudio@lati.ch</a>
<b>ORLAI T Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise</b>	Chemin du Petit-Flon 21 1052 Le Mont-sur-Lausanne	Tel. 021 644 22 15 Fax 021 644 22 71 <a href="mailto:flvf@orlait.ch">flvf@orlait.ch</a>
<b>LRG Laiteries Réunies de Genève</b>	Chemin des Aulx 6 Case postale 1055 1211 Genève 26	Tel. 022 884 80 00 Fax 022 884 80 09 <a href="mailto:info@laiteries-reunies.ch">info@laiteries-reunies.ch</a>
<b>FSFL Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie</b>	Rue Albert Rieter 9 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 <a href="mailto:fsfl@fsfl.ch">fsfl@fsfl.ch</a>
<b>FLN Fédération Laitière Neuchâteloise</b>	Case postale 90 2053 Cernier	Tel. 032 854 05 96 Fax 032 854 05 91 <a href="mailto:fln@ne.ch">fln@ne.ch</a>
<b>FLV Walliser Milchverband Fédération Laitière Valaisanne</b>	Rue de l'Île Falcon 5 3960 Sierre	Tel. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 <a href="mailto:urs.guntern@flv.ch">urs.guntern@flv.ch</a>

(Stand Februar 2005)

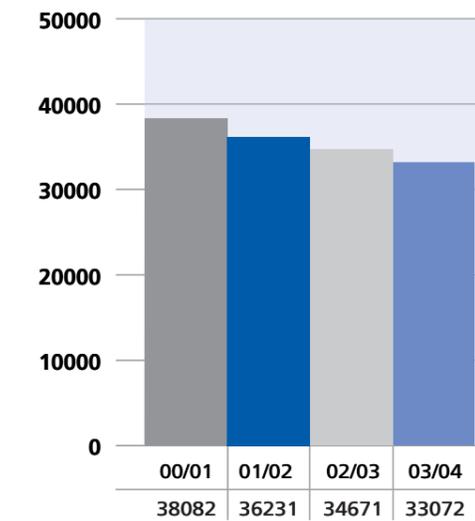
Angaben zur Milchkontingentierung

Entwicklung der Milchproduktion in der Schweiz

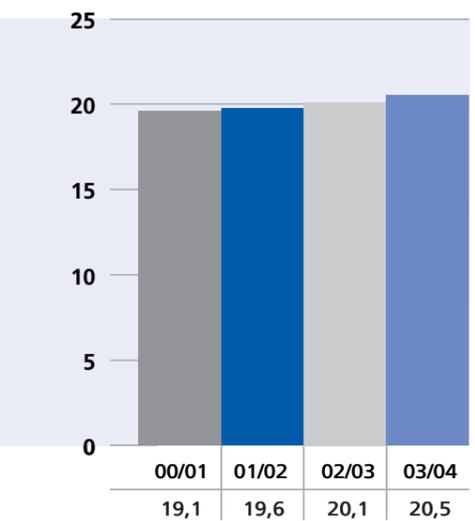
Ganzjahresbetriebe mit aktivem Kontingent (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr				Veränderung	
	95/96	01/02	02/03	03/04	01/02 bis 02/03	02/03 bis 03/04
Anzahl Produzenten	44 360	36 231	34 671	33 072	-4,3	-4,6
Landw. Nutzfläche (ha)		708 481	697 504	679 131	-1,5	-2,6
Anzahl Kühe		615 478	607 487	587 400	-1,3	-3,3
Grundkontingent (kg)		3 021 913 797	3 022 033 366	3 029 793 811	0,004	0,300
Ø Kilogramm Kontingent je Betrieb	66 341	83 407	87 163	91 612	4,5	5,1
Ø Grösse der Betriebe in ha	19,1	19,6	20,1	20,5	2,6	2,0
Ø Kilogramm Kontingent je ha	3 649	4 265	4 333	4 461	1,6	3,0
Ø Kilogramm Einlieferung je Kuh	4 512	5 049	5 070	5 230	0,4	3,2

Quelle: BLW, Statistik zur Milchkontingentierung, Dezember 2004

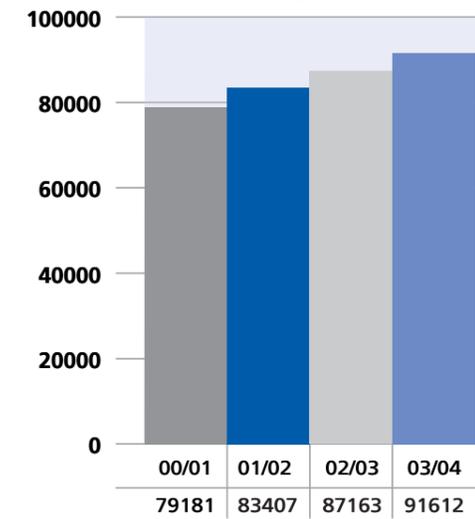
Anzahl Produzenten



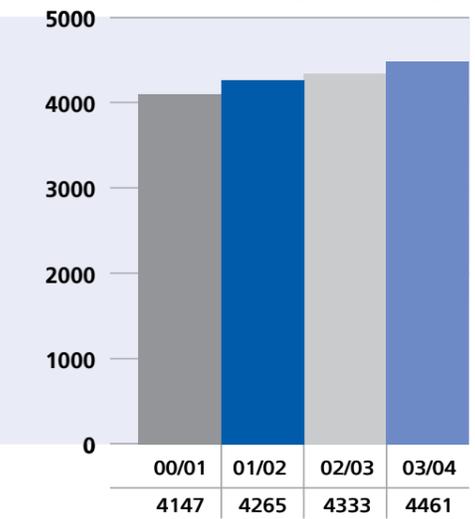
Durchschnittliche Grösse Betrieb (ha)



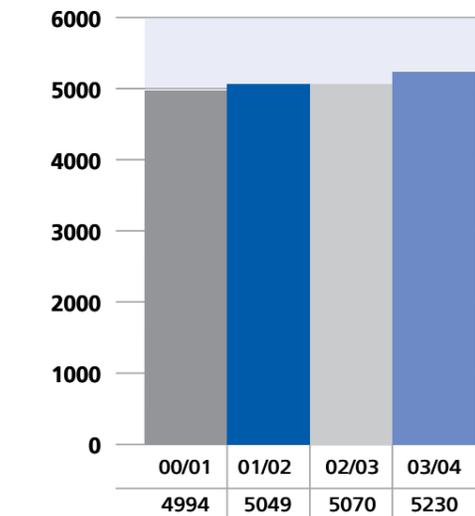
Durchschnittliches Kontingent je Betrieb (kg)



Durchschnittliches Kontingent je ha (kg)



Durchschnittliche Einlieferung je Kuh (kg)



Kommentar:

Der Strukturwandel verläuft bei den Milchproduzenten mit minus 4,6 Prozent (Milchjahr 2003/2004) wesentlich schneller als bei der Gesamtheit der Betriebe (minus 2,3 Prozent). Das durchschnittliche Milchkontingent hat um 5,1 Prozent, die durchschnittliche landwirtschaftliche Nutzfläche dagegen nur um 2,0 Prozent zugenommen (2003/04 gegenüber 2002/03).

**Milchpreismonitoring Jahresauswertung 2003/2004**

Die SMP hat im Milchjahr 2003/04 eine Vielzahl von Vertragsverhältnissen quantitativ ausgewertet und daraus die erzielten Milchpreise berechnet. Das Ziel besteht darin, grösstmögliche Transparenz bei der Bildung der Milchpreise zu schaffen.

Käsesorte	Ausbezahlter Durchschnittsmilchpreis	Ausbezahlter Siloverzichtsprämie
Mai 2003 – April 2004	CHF/kg	CHF/kg
<b>Konventionelle Milch</b>		
Emmentaler <sup>1</sup>	0,6787	0,0384
Gruyère <sup>1</sup> / Vacherin Fribourgeois	0,8015	0,0399
Sbrinz	0,7243	0,0394
Tête de Moine <sup>1</sup>	0,8099	0,0400
Vacherin Fribourgeois	0,7495	0,0370
Tilsiter	0,7332	0,0399
Appenzeller	0,7729	0,0345
Bündner Bergkäse	0,7352	0,0386
Walliser Raclette	0,7440	0,0400
Diverse Käse	0,7611	0,0300
<b>Mittel konventionell Schweiz</b> (mit Emmentaler)	<b>0,7372</b>	<b>0,0381</b>
(ohne Emmentaler)	<b>0,7793</b>	<b>0,0379</b>
<b>Anzahl Preismelder</b>	<b>152</b>	
<b>Extrapolierte Milchmenge</b>	<b>1 030 Mio. kg</b>	
<b>Bio-Milch</b>		
Emmentaler	0,8580	0,0400
Gruyère	0,8555	0,0400
Tilsiter	0,8433	0,0400
Bündner Bergkäse	0,8412	0,0378
Diverse Käse	0,8476	0,0400
<b>Mittel Bio Schweiz</b>	<b>0,8534</b>	<b>0,0399</b>
<b>Anzahl Preismelder</b>	<b>13</b>	
<b>Extrapolierte Milchmenge</b>	<b>23 Mio. kg</b>	

Bemerkungen:

1): Grundsätzlich versteht sich der Preis eingeliefert «franko Käserei». In wenigen Einzelfällen wird die Milch «ab Hof» abgeholt. Dies gilt es bei der individuellen Interpretation der Zahlen zu berücksichtigen.

Quelle: SMP

Bei den in der Tabelle aufgeführten «Käsesorten» handelt es sich um eine Auswahl. Alle mengenmässig wichtigen Käsesorten sind darin enthalten.

**Details zu den Berechnungen bei der Käsereimilch:**

■ Im «ausbezahlten Durchschnittsmilchpreis» sind enthalten:

Basispreis, Zulage für verkäste Milch, saisonale Zulage/-Abzüge, Gehaltszulagen/-abzüge, Qualitätszulagen/-abzüge, Kühlkostenzulagen/-abzüge, Vertragsmengenzulage, Lademengenzulage, Transportkosten (Abzug), Finanzierungshilfen, Nachzahlungen, ausbezahlte Boni, Bio-Prämien, Anteil Sammelstellenkosten.

■ Im «ausbezahlten Durchschnittsmilchpreis» sind nicht enthalten:

Zulage für silofreie Fütterung («Siloverzichtsprämie»), Molke, Inkasso allgemein, Basiskommunikation, Milchpreisstützung, Organisationsbeiträge und sonstige Verrechnungen von Gegenleistungen (Bezüge aller Art, Mieten etc.), angekündigte Boni.

Bei den in der Tabelle namentlich aufgeführten «Molkereimilchkäufern» handelt es sich um eine Auswahl. Alle Unternehmen von nationaler Bedeutung sind darin enthalten.

**Details zu den Berechnungen bei der Molkereimilch:**

■ Im «ausbezahlten Durchschnittsmilchpreis» sind enthalten:

Basispreis, Zulage für verkäste Milch, saisonale Zulage/-Abzüge, Gehaltszulagen/-abzüge, Qualitätszulagen/-abzüge, Kühlkostenzulagen/-abzüge, Vertragsmengenzulage, Lademengenzulage, Transportkosten (Abzug), Finanzierungshilfen, Nachzahlungen, ausbezahlte Boni, Bio-Prämien, Anteil Sammelstellenkosten.

■ Im «ausbezahlten Durchschnittsmilchpreis» sind nicht enthalten:

Zulage für silofreie Fütterung («Siloverzichtsprämie»), Molke, Inkasso allgemein, Basiskommunikation, Milchpreisstützung, Organisationsbeiträge und sonstige Verrechnungen von Gegenleistungen (Bezüge aller Art, Mieten etc.), angekündigte Boni.

Molkereimilchkäufe	Ausbezahlter Durchschnittsmilchpreis/ Durchschnittsmenge		Standardmilch <sup>1)</sup> (Basispreis)		
	Ab Hof	Ab Sammelstelle (inkl. Sammelstellenzuschlag)	(40 g F/ 33 g E)	Wertmässiger Gehaltsanteil	
Mai 2003 – April 2004	CHF/kg	Ø/kg	CHF/kg	CHF/kg	%
<b>Konventionelle Milch</b>					
Emmi AG	0,7445	165000	0,7504	0,71	46
AZM AG	0,7560	155000	0,7651	0,74	39
ELSA	0,7571	220000	0,7784	0,73	100
Nestlé SA	0,7502	150000	0,7663	0,72	51
Crema SA	0,7528	170000	0,7611	0,73	73
MIBA	0,7383	110000	0,7764	–	00
Hochdorf Nutritec AG	0,7601	220000	–	0,72	45
Groupe LRG	0,7361	140000	–	0,73	40
Baer AG	0,7477	140000	–	0,71	48
Lati	0,7582	220000	–	0,74	00
Vallait SA	0,7361	–	0,7441	0,72	74
Strähl	0,7687	230000	–	0,73	73
Arnold AG	0,7505	210000	–	0,72	51
Lanz AG	0,7634	105000	–	0,76	43
Napfmilch AG	–	–	0,7270	0,72	51
Thur-Milch AG	0,7630	280000	–	0,74	49
Milchring St. Gallen-Appenzell	0,7408	210000	–	0,73	45
Diverse Kleinmolkereien	0,7516	165000	–	0,73	50
<b>Mittel konventionell Schweiz</b>			<b>0,7494 Fr./kg</b>		
<b>Anzahl Preismelder</b>			<b>182</b>		
<b>Extrapolierte Milchmenge</b>			<b>1 925 Mio. kg</b>		
<b>Bio-Milch</b>					
Emmi AG	0,8233	95000	0,8827	0,81	36
MIBA	0,8900	110000	–	–	00
Groupe LRG	0,8550	140000	–	0,85	34
Biedermann	0,8970	160000	0,9203	0,87	42
AZM AG	0,8837	75000	–	0,88	33
Biomilchpool	0,8715	155000	–	0,86	34
Diverse Kleinmolkereien	0,8301	85000	–	0,84	43
<b>Mittel Bio Schweiz</b>			<b>0,8681 Fr./kg</b>		
<b>Anzahl Preismelder</b>			<b>28</b>		
<b>Extrapolierte Milchmenge</b>			<b>160 Mio. kg</b>		

Bemerkungen:

1): Der relative Gehaltsanteil bei der Standardmilch berechnet sich wie folgt (Beispiel):  
 – Standardmilchpreis: 73 Rp./kg (Annahme)  
 – Gehaltsbezahlung: 0,5 Rp./0,1 Prozent Fett und Eiweiss (Annahme)  
 – Relativer Gehaltsanteil:  $33 \times 0,5 + 40 \times 0,5 = 36,5$ ;  
 $100 / 73 \times 36,5 = 50$  Prozent

Quelle: SMP

**Ergebnisse der Qualitätskontrolle der vermarkteten Milch**

Die kantonalen und regionalen Milchwirtschaftlichen Inspektions- und Beratungsdienste (MIBD) prüfen die Verkehrsmilch sämtlicher Verkehrsmilchproduzenten jährlich mindestens 14-mal auf die Merkmale Keimbelastung, Zellgehalt, Hemmstoffe und Gefrierpunkt. Über die Ergebnisse der Qualitätsuntersuchungen geben die nachstehende Tabelle und Grafik Auskunft.

**Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch im gesamtschweizerischen Durchschnitt**

Qualitätsmerkmale	Beurteilungskriterien <sup>1)</sup>	Anteil %	
		1.1. bis 31.12.2003	1.1. bis 31.12.2004
<b>Keimbelastung</b>	weniger als 200000 impulse pro ml <sup>2)</sup>	<b>98,31</b>	<b>98,66</b>
(fluoreszenzoptische Zählung)	200000 impulse oder 80000 KbE und mehr pro ml	1,69	1,341
	1. Beanstandung	0,947	0,739
	2. Beanstandung	0,51	0,385
	3. Beanstandung	0,144	0,106
	4. Beanstandung	0,068	0,051
	5. Beanstandung und Sperre	0,021	0,015
		(7 Fälle/M.)	(5 Fälle/M.)
<b>Zellgehalt</b>	unter 350000 Zellen pro ml	<b>94,783</b>	<b>95,21</b>
(fluoreszenzoptische Zählung)	350000 Zellen und mehr pro ml	5,22	4,789
	1. Beanstandung	3,24	3,070
	2. Beanstandung	1,362	1,214
	3. Beanstandung	0,476	0,393
	4. Beanstandung	0,124	0,101
	5. Beanstandung und Sperre	0,015	0,012
		(5 Fälle/M.)	(4 Fälle/M.)
<b>Hemmstoffe</b>	nicht nachweisbar	<b>99,966</b>	<b>99,96</b>
(Delvotest)	nachweisbar	0,034	0,041
		(12 Fälle/M.)	(14 Fälle/M.)
	1. Beanstandung	0,0336	0,04013
	2. Beanstandung	0	0
	3. Beanstandung	0	0
<b>Gefrierpunkt</b>	tiefer als -0,520 C, meth. Streuung nicht berücksichtigt	<b>98</b>	-
(Kryoskopie bei Beanstandungen)	höher oder gleich -0,520 C	2	-

1) Für die Beanstandungen zählen bei der Keimbelastung und beim Zellgehalt die letzten fünf Monate, bei Hemmstoff die letzten zwölf Monate.

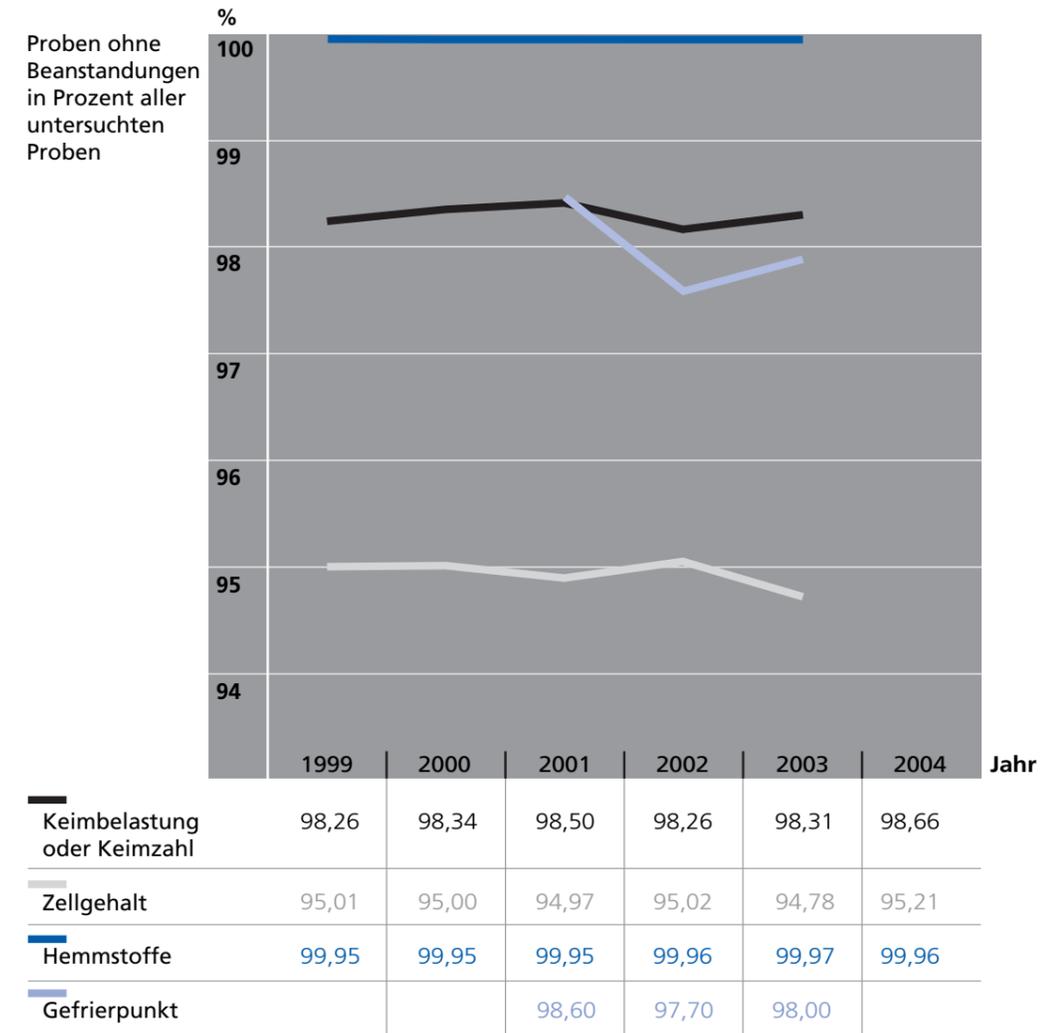
2) Ein Ergebnis ab 1000000 Impulsen pro ml Milch zählt als zwei Beanstandungen.

Angaben zum Gefrierpunkt für das Jahr 2004 sind nicht verfügbar.

Quelle der Daten: Eidgenössische Zentralstelle MIBD, Liebefeld-Bern

*Wie aus der Tabelle und der Grafik ersichtlich ist, sind bei den Kriterien Keimbelastung und Zellgehalt weniger Beanstandungen zu verzeichnen als im Vorjahr. Beim Kriterium Hemmstoffe haben die Beanstandungen etwas zugenommen. Insgesamt ist die durchschnittliche Qualität der vermarkteten Milch im Vergleich zu anderen Ländern nach wie vor sehr gut. Dies stellt den Milchproduzenten ein gutes Zeugnis aus.*

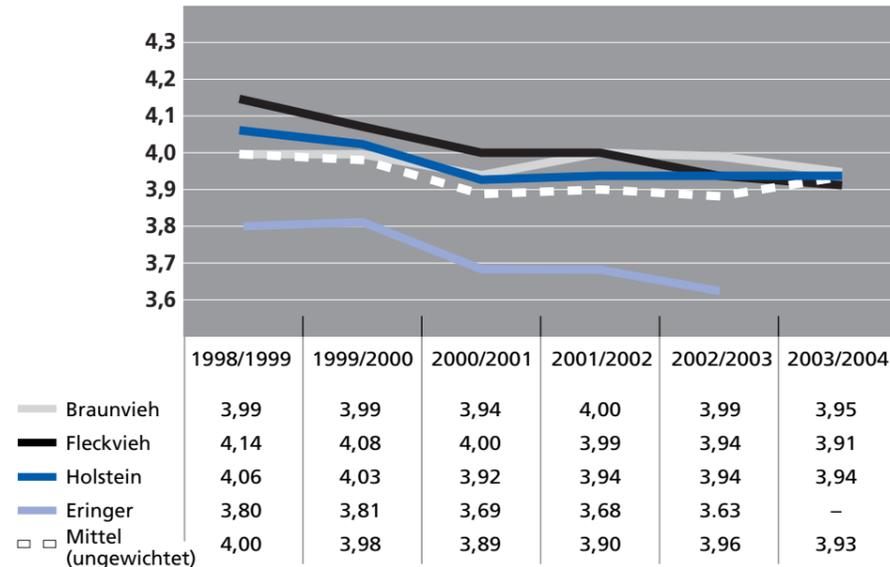
**Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch**



Für die Jahre 1997 bis 2000 und 2004 sind die Ergebnisse zum Kriterium «Gefrierpunkt» nicht verfügbar. Quelle der Daten: Eidgenössische Zentralstelle MIBD, Liebefeld-Bern

Fettgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)

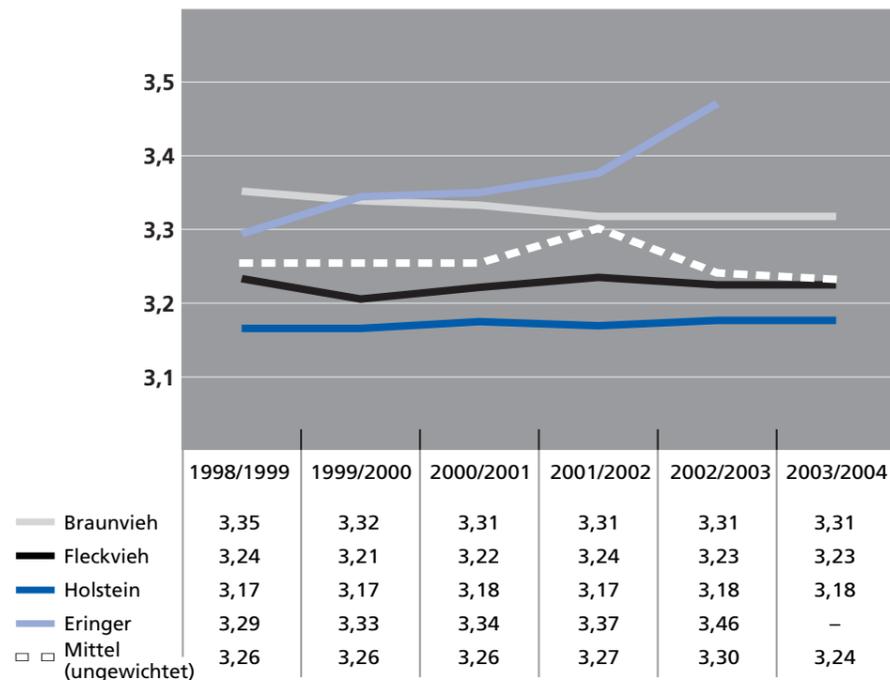
Gehaltsprozent



Quelle: Milchstatistiken der Schweiz

Eiweissgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)

Gehaltsprozent



Quelle: Milchstatistiken der Schweiz

Anzahl Milchproduzenten nach Mitgliedsorganisationen der SMP

Name Mitgliedsorganisationen der SMP	Anzahl Milchproduzenten			Durchschnittliches Grundkontingent je Betrieb in kg		
	30. 4. 2003	30. 4. 2004	Veränd. in %	30. 4. 2003	30. 4. 2004	Veränd. in %
Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete (LOBAG)	9 307	8 919	-5	68 573	71 416	4
Milchverband Winterthur	5 380	5 123	-5	84 772	89 213	5
Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP)	5 197	4 948	-3	82 887	87 283	5
Milchverband St. Gallen-Appenzell	3 637	3 478	-3	84 540	88 912	5
Thurgauer Milchproduzenten	1 790	1 697	-4	123 052	130 154	6
Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA)	2 419	2 311	-2	101 911	107 726	6
Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie (FSFL)	1 812	1 725	-2	120 965	128 917	7
Aargauer Milchverband	1 273	1 187	-5	101 434	108 617	7
Fédération Laitière Neuchâteloise (FLN)	647	645	-5	119 884	125 217	4
Fédération Laitière Valaisanne (FLV-WMV)	875	832	-8	39 219	39 539	1
Laiteries Réunies de Genève (LRG)	169	163	-27	131 673	129 391	-2
Federazione Ticinese Produttori di Latte (LATI)	259	255	-4	69 956	68 609	-2
Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise (ORLAIT)	1 906	1 789	-6	116 562	123 701	6
<b>Total</b>	<b>34 671</b>	<b>33 072</b>	<b>-4,6</b>	<b>87 163</b>	<b>91 612</b>	<b>5,1</b>

Quelle: Angaben aus den Statistiken Milchkontingentierung des BLW

## Vollmilchverwertung 2003 – 2004\*

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Käse	1 295 166	1 323 285	28 119	2,2%
Quark	19 878	18 672	-1 206	-6,1%
Konsummilch	453 706	455 701	1 995	0,4%
Konsumrahm	247 178	246 764	-414	-0,2%
Jogurt	111 641	109 985	-1 656	-1,5%
Frischmilchprodukte	74 226	81 363	7 137	9,6%
Dauermilchwaren	333 965	319 528	-14 437	-4,3%
Butter	495 510	494 016	-1 494	-0,3%
Andere Verwertung	143 250	162 673	19 423	13,6%
<b>Total Vollmilchverwertung</b>	<b>3 174 520</b>	<b>3 211 987</b>	<b>37 467</b>	<b>1,2%</b>

\* in Milchäquivalenten (ein Milchäquivalent entspricht den Inhaltsstoffen von Eiweiss und Fett eines Kilogramms Milch)  
Quelle: TSM, Februar 2005

## Produktion Konsummilch 2003 – 2004

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Rohmilch	18 523	16 643	-1 880	-10,1%
Fettangereicherte Milch past.	44	8	-36	-81,8%
Fettangereicherte Milch UHT	1 036	1 152	116	11,2%
Vollmilch past.	102 592	98 543	-4 049	-3,9%
Vollmilch UHT	162 251	165 936	3 685	2,3%
Teilentrahmte Milch past.	81 584	79 431	-2 153	-2,6%
Teilentrahmte Milch UHT	111 217	117 879	6 662	6,0%
Trinkmagermilch past.	41	228	187	456,1%
Trinkmagermilch UHT	17 348	17 201	-147	-0,8%
<b>Total Kosummilch</b>	<b>494 636</b>	<b>497 021</b>	<b>2 385</b>	<b>0,5%</b>

Quelle: TSM, Februar 2005

## Produktion Konsumrahm 2003 – 2004

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Doppelrahm	539	602	63	11,7%
Vollrahm (35 und 45 % Fett)	24 100	24 742	642	2,7%
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	13 645	13 340	-305	-2,2%
Kaffeerahm	25 822	25 305	-517	-2,0%
<b>Total Rahm</b>	<b>64 106</b>	<b>63 989</b>	<b>-117</b>	<b>-0,2%</b>

Quelle: TSM, Februar 2005

## Produktion Milchspezialitäten 2003 – 2004

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Sauermilch*	4 391	3 062	-1 329	-30,3%
Sauerrahm	434	1 068	634	146,1%
Dessertprodukte	21 698	23 470	1 772	8,2%
Milchgetränke	34 588	46 222	11 634	33,6%
Jogurt*	131 566	134 307	2 741	2,1%
Kefir	82	87	5	6,1%
Speiseeis	25 441	21 665	-3 776	-14,8%

\* Abweichung infolge Abgrenzungsänderungen bei der Erfassung von Sauermilch und Jogurt  
Quelle: TSM, Februar 2005

## Produktion Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat 2003 – 2004

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
<b>Magermilch (verarbeitet)</b>				
frisch verfüttert	22 926	16 571	-6 355	-27,7%
Säurekasein	3 072	1 296	-1 776	-57,8%
Kaseinate	11 770	10 674	-1 096	-9,3%
Promilk	165 630	205 199	39 569	23,9%
Milchprotein	25 382	27 048	1 666	6,6%
<b>Total Magermilch (ohne MEFM)</b>	<b>228 780</b>	<b>260 788</b>	<b>32 008</b>	<b>14,0%</b>
Vollmilchpulver (26%)	18 019	16 382	-1 637	-9,1%
übriges fetthaltiges Milchpulver + Rahmpulver	3 297	845	-2 452	-74,4%
Magermilchpulver	24 837	24 103	-734	-3,0%
Buttermilchpulver*	426	633	207	48,5%
Molkenpulver*	3 987	2 554	-1 433	-35,9%
<b>Total Milchpulver, Milchkondensate</b>	<b>50 566</b>	<b>44 516</b>	<b>-6 050</b>	<b>-12,0%</b>

\* 2004 inkl. Veredlungsverkehr  
Quelle: TSM, BSM, Februar 2005

## Butterproduktion 2003 – 2004

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Butter				
Vorzugsbutter	37 686	38 215	529	1,4%
Milch-Sirtenrahmbutter	2 232	2 155	-77	-3,5%
Gesammelte Butter	232	217	-15	-6,5%
<b>Total Butter (ohne Ortsverkäufe)</b>	<b>40 150</b>	<b>40 587</b>	<b>437</b>	<b>1,1%</b>

Quelle: Bo Butter, Februar 2005

## Butterverkäufe 2003 – 2004

Kategorie	Verkäufe 2003	Verkäufe 2004	Veränderung 2004 / 2005	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
<b>Butter</b>				
Vorzugsbutter	7 840	6 211	-1 629	-20,8%
«Die Butter» (Kleinpackungen)	12 418	13 085	667	5,4%
Milch-Sirtenrahmbutter	498	443	-55	-11,0%
Butter in Spezialprodukten*	501	463	-38	-7,6%
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	14 331	15 376	1 045	7,3%
<b>Total: Wasserhaltige Butter 82 % Fett</b>	<b>35 588</b>	<b>35 578</b>	<b>-10</b>	<b>0,0%</b>
<b>Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82 % Fett)</b>	<b>5 763</b>	<b>5 900</b>	<b>137</b>	<b>2,4%</b>
<b>TOTAL Butter (ohne Ortsverkäufe)</b>	<b>41 351</b>	<b>41 478</b>	<b>127</b>	<b>0,3%</b>

\* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Bo Butter, Februar 2005

## Produktion Käse 2003 – 2004

Kategorie	Produktion 2003	Produktion 2004	Veränderung 2003 / 2004	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Quark	9 781	9 136	-645	-6,6%
Mozzarella	13 322	13 336	14	0,1%
Mascarpone	603	631	28	4,6%
Übrige Frischkäse	13 394	13 717	323	2,4%
<b>Frischkäse total</b>	<b>37 101</b>	<b>36 820</b>	<b>-281</b>	<b>-0,8%</b>
Weisschimmelkäse, mager-, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 641	1 398	-243	-14,8%
Weisschimmelkäse, überfett	1 100	974	-126	-11,5%
Blau-, Grünschimmelkäse		19	19	
Tommes	1 891	2 181	290	15,3%
Vacherin Mont-d'Or	574	582	8	1,4%
Weichkäse, andere, mager-, viertelfett	61	91	30	49,2%
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	749	821	72	9,6%
Weichkäse, andere, überfett	761	662	-99	-13,0%
<b>Weichkäse total</b>	<b>6 777</b>	<b>6 727</b>	<b>-50</b>	<b>-0,7%</b>
Appenzeller	8 060	8 299	239	3,0%
Tilsiter	5 200	4 453	-747	-14,4%
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse)	2 014	2 176	162	8,0%
Schweizer Raclettekäse	11 241	10 942	-299	-2,7%
Freiburger Vacherin	2 025	2 059	34	1,7%
Tête de Moine	1 538	1 669	131	8,5%
Jurakäse	349	301	-48	-13,8%
Winzerkäse	458	438	-20	-4,4%
Mutschli	421	430	9	2,1%
Alpkäse, halbhart	1 475	1 673	198	13,4%
Bündner Bergkäse, vollfett	786	816	30	3,8%
Berg- und Schnittkäse, halbhart	1 197	1 429	232	19,4%
St. Paulin Suisse	1 107	1 089	-18	-1,6%
Schweizer Edamer	828	779	-49	-5,9%
Kaltgereifte Käse	25	26	1	4,0%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	76	115	39	51,3%
Conveniencekäse	1 120	1 215	95	8,5%
Schmelzrohware, auf Bestellung	607	689	82	13,5%
Feta aus Kuhmilch	460	126	-334	-72,6%
Halbhartkäse, andere, mager-, viertelfett	630	583	-47	-7,5%
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	6 460	7 335	875	13,5%
Halbhartkäse, andere, überfett	575	1 241	666	115,8%
<b>Halbhartkäse total</b>	<b>46 652</b>	<b>47 877</b>	<b>1 225</b>	<b>2,6%</b>
Emmentaler	34 634	33 503	-1 131	-3,3%
Switzerland Swiss	1 711	2 033	322	18,8%
Le Gruyère	25 709	26 719	1 010	3,9%
Alpkäse hart	1 793	1 892	99	5,5%
Hartkäse, andere, mager-, viertelfett	43	108	65	151,2%
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	2 855	4 151	1 296	45,4%
Hartkäse, andere, überfett	36	39	3	8,3%
<b>Hartkäse total</b>	<b>66 781</b>	<b>68 445</b>	<b>1 664</b>	<b>2,5%</b>
Sbrinz	2 147	1 716	-431	-20,1%
<b>Extra Hartkäse total</b>	<b>2 147</b>	<b>1 716</b>	<b>-431</b>	<b>-20,1%</b>
Reiner Ziegenkäse	578	658	80	13,8%
Reiner Schafkäse	130	153	23	17,7%
<b>Spezialprodukte total</b>	<b>710</b>	<b>812</b>	<b>102</b>	<b>14,4%</b>
<b>Total aller Sorten</b>	<b>160 165</b>	<b>162 397</b>	<b>2 232</b>	<b>1,4%</b>

Quelle: TSM, Februar 2005

## Milchproduzenten nach regionalen Milchverbänden



Quelle Daten: BFS, BLW, regionale Milchverbände

## Gewerbliche Käsereien nach regionalen Milchverbänden



Quelle Daten: BFS, BLW, regionale Milchverbände

## Exporte der Milchprodukte 2003–2004\*

Produkte / Kategorie	Exporte	Exporte	Veränderung	
	2003 Tonnen	2004 Tonnen	Tonnen	(%)
<b>Milch, Frischmilchprodukte</b>				
Konsummilch, Rohstoffe	98	45	-53	-54,1%
Joghurt, Kefir und Sauermilch	1 064	1 703	639	60,1%
<b>Milch, Frischmilchprodukte total</b>	<b>1 162</b>	<b>1 748</b>	<b>586</b>	<b>50,4%</b>
<b>Rahm, Butter</b>				
Rahm	1 020	1 291	271	26,6%
Speiseeis	4 431	2 738	-1 693	-38,2%
Buttermilch, Buttermilchpulver und Sauerrahm	2 382	887	-1 495	-62,5%
Butter und Butterfette	653	5	-648	-99,2%
<b>Rahm, Butter total</b>	<b>8 486</b>	<b>4 921</b>	<b>-3 565</b>	<b>-42,0%</b>
<b>Milchpulver, Milchkondensate</b>				
Magermilchpulver, Magermilchretentat	12 637	12 252	-385	-3,0%
Fetthaltiges Milchpulver, Rahmpulver	3 195	3 018	-3 177	-51,3%
Molkenpulver, Proteinkonzentrate	31 052	41 933	10 881	35,0%
Kondensmilch	4 651	639	-4 012	-86,3%
<b>Milchpulver, Milchkondensate total</b>	<b>51 535</b>	<b>57 842</b>	<b>3 307</b>	<b>6,1%</b>
<b>Käse **</b>				
Mascarpone, Ricotta Romana				
Mozzarella				
Frischkäse, andere				
<b>Frischkäse total</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>3</b>	<b>12,0%</b>
Weisschimmelkäse, mager, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett				
Weisschimmelkäse, überfett				
Blau-, Grünschimmelkäse				
Brie, Camembert, Italic				
Tommes				
Vacherin Mont-d'Or	64	59	-5	-7,8%
Weichkäse, andere, mager, viertelfett				
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	110	481	371	337,3%
Weichkäse, andere, überfett			0	
<b>Weichkäse total</b>	<b>174</b>	<b>540</b>	<b>366</b>	<b>210,3%</b>
Halbhartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Kaltgereifte Käse				
Appenzeller	4 687	4 933	246	5,2%
Tilsiter	452	395	-57	-12,6%
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse)				
Schweizer Raclettekäse	602	692	90	15,0%
Freiburger Vacherin	199	230	31	15,6%
Tête de Moine	786	872	86	10,9%
Bündner Bergkäse				
St. Paulin-Suisse				
Schweizer Edamer				
Jurakäse				
Berg- und Schnittkäse, halbhart				
Spezialkäse				
Schaf-, Ziegenkäse (Kuhmilchanteil)				
Halbhartkäse, andere, mager, viertelfett				
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	335	549	214	63,9%
Halbhartkäse, andere, überfett				
Schmelzrohware, auf Bestellung				
Halbhartkäse, gerieben				
<b>Halbhartkäse total</b>	<b>7 061</b>	<b>7 671</b>	<b>610</b>	<b>8,6%</b>
Kräuterkäse (Schabziger)				
Hartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Emmentaler	27 552	25 652	-1 900	-6,9%
Le Gruyère	9 407	10 280	873	9,3%
Hartkäse, andere, mager, viertelfett				
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	64	951	887	1385,9%
Hartkäse, andere, überfett				
Hartkäse, gerieben				
<b>Hartkäse total</b>	<b>37 023</b>	<b>36 883</b>	<b>-140</b>	<b>-0,4%</b>
Sbrinz	731	649	-82	-11,2%
andere				
<b>Extra Hartkäse total</b>	<b>943</b>	<b>884</b>	<b>-59</b>	<b>-6,3%</b>
<b>Schmelzkäse total</b>	<b>4 437</b>	<b>4 894</b>	<b>457</b>	<b>10,3%</b>
<b>Fertigfondue total</b>	<b>5 181</b>	<b>4 713</b>	<b>-468</b>	<b>-9,0%</b>
<b>Total aller Käsesorten</b>	<b>54 844</b>	<b>55 613</b>	<b>769</b>	<b>1,4%</b>

\* nicht berücksichtigt ist der Veredelungsverkehr

\*\* Quelle: TSM, Februar 2005

Quelle: OZD/SBV, Februar 2005

## Importe der Milchprodukte 2003–2004\*

Produkte/Kategorie	Importe	Importe	Veränderung	
	2003 Tonnen	2004 Tonnen	Tonnen	(%)
<b>Milch, Frischmilchprodukte</b>				
Konsummilch, Rohstoffe	22 304	22 639	335	1,5%
Joghurt, Kefir und Sauermilch	718	693	-25	-3,5%
<b>Milch, Frischmilchprodukte total</b>	<b>23 022</b>	<b>23 332</b>	<b>310</b>	<b>1,3%</b>
<b>Rahm, Butter</b>				
Rahm	318	336	18	5,7%
Speiseeis	5 513	5 574	61	1,1%
Buttermilch, Buttermilchpulver und Sauerrahm	72	100	28	38,9%
Butter und Butterfette	1 851	986	-765	-43,7%
<b>Rahm, Butter total</b>	<b>7 754</b>	<b>6 996</b>	<b>-658</b>	<b>-8,6%</b>
<b>Milchpulver, Milchkondensate</b>				
Magermilchpulver, Magermilchretentat	31	62	31	100,0%
Fetthaltiges Milchpulver, Rahmpulver	300	252	-48	-16,0%
Molkenpulver, Proteinkonzentrate	3 028	3 093	65	2,1%
Kondensmilch	866	1 011	145	16,7%
<b>Milchpulver, Milchkondensate total</b>	<b>4 225</b>	<b>4 418</b>	<b>193</b>	<b>4,6%</b>
<b>Käse</b>				
Mascarpone, Ricotta Romana	792	951	159	20,1%
Mozzarella	3 215	3 268	53	1,6%
Frischkäse, andere	5 180	5 196	16	0,3%
<b>Frischkäse total</b>	<b>9 187</b>	<b>9 415</b>	<b>228</b>	<b>2,5%</b>
Danablu, Gorgonzola, Roquefort	534	496	-38	-7,1%
Weisschimmelkäse, mager, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 622	1 639	17	1,0%
Weisschimmelkäse, überfett				
Blau-, Grünschimmelkäse				
Brie, Camembert, Italic	1 377	1 400	23	1,7%
Tommes				
Weichkäse, andere, mager, viertelfett				
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	4 419	4 253	-166	-3,8%
Weichkäse, andere, überfett				
<b>Weichkäse total</b>	<b>7 952</b>	<b>7 788</b>	<b>-164</b>	<b>-2,1%</b>
Halbhartkäse mit Schimmelbildung im Teig	11	17	6	54,5%
Caciocavallo, Fontina, Brà, u.a.	1 629	1 522	-107	-6,6%
Kaltgereifte Käse				
Tilsiter	26	22	-4	-15,4%
Raclettekäse				
St. Paulin				
Edamer				
Berg- und Schnittkäse, halbhart				
Spezialkäse				
Schaf-, Ziegenkäse (Kuhmilchanteil)				
Halbhartkäse, andere, mager, viertelfett				
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	3 114	3 366	252	8,1%
Halbhartkäse, andere, überfett				
Schmelzrohware, auf Bestellung				
Halbhartkäse, gerieben	60	73	13	21,7%
<b>Halbhartkäse total</b>	<b>4 840</b>	<b>5 000</b>	<b>160</b>	<b>3,3%</b>
Kräuterkäse (Schabziger)	2	6	4	200,0%
Hartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Caciocavallo, Fontina, Brà, u.a.	432	415	-17	-3,9%
Emmentaler	165	40	-125	-75,8%
Le Gruyère				
Hartkäse, andere, mager, viertelfett				
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	869	865	-4	-0,5%
Hartkäse, andere, überfett				
Hartkäse, gerieben	334	387	53	15,9%
<b>Hartkäse total</b>	<b>1 802</b>	<b>1 713</b>	<b>-89</b>	<b>-4,9%</b>
Grana, Parmigiano	5 836	5 353	-483	-8,3%
<b>Extra Hartkäse total</b>	<b>5 836</b>	<b>5 353</b>	<b>-483</b>	<b>-8,3%</b>
<b>Schmelzkäse total</b>	<b>2 249</b>	<b>2 192</b>	<b>-57</b>	<b>-2,5%</b>
<b>Total aller Käsesorten</b>	<b>31 866</b>	<b>31 461</b>	<b>-405</b>	<b>-1,3%</b>

\* nicht berücksichtigt ist der Veredelungsverkehr

Quelle: OZD/SBV, Februar 2005

## Aussenhandelsbilanz

Importe umgerechnet in Frischmilch	2003 Tonnen	2004 Tonnen	Veränderung 2003 / 2004	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	23 000	23 300	300	1,3%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	14 200	16 300	2 100	14,8%
Schokolade, Speiseeis	16 900	18 400	1 500	8,9%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	800	1 000	200	25,0%
Butter *	119 800	106 700	-13 100	-10,9%
Weichkäse	171 400	172 000	600	0,4%
Schmelzkäse	22 500	21 900	-600	-2,7%
Hart- und Halbhartkäse	180 500	173 000	-7 500	-4,2%
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>549 100</b>	<b>532 600</b>	<b>-16 500</b>	<b>-3,0%</b>

Quelle: OZD / SBV, Februar 2005  
\* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)

Exporte umgerechnet in Frischmilch	2003 Tonnen	2004 Tonnen	Veränderung 2003 / 2004	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	10 700	17 100	6 400	59,8%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	137 400	116 600	-20 800	-15,1%
Schokolade, Speiseeis	91 800	95 300	3 500	3,8%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	15 300	2 900	-12 400	-81,0%
Butter *	85 500	72 900	-12 600	-14,7%
Weichkäse	2 400	6 400	4 000	166,7%
Schmelzkäse	44 300	48 900	4 600	10,4%
Hart- und Halbhartkäse	560 900	566 200	5 300	0,9%
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>948 300</b>	<b>926 300</b>	<b>-22 000</b>	<b>-2,3%</b>

Quelle: OZD / SBV, Februar 2005  
\* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)

Bilanz umgerechnet in Frischmilch	2003 Tonnen	2004 Tonnen	Veränderung 2003 / 2004	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	-12 300	-6 200	6 100	-49,6%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	123 200	100 300	-22 900	-18,6%
Schokolade, Speiseeis	74 900	76 900	2 000	2,7%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	14 500	1 900	-12 600	-86,9%
Butter *	-34 300	-33 800	500	-1,5%
Weichkäse	-169 000	-165 600	3 400	-2,0%
Schmelzkäse	21 800	27 000	5 200	23,9%
Hart- und Halbhartkäse	380 400	393 200	12 800	3,4%
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>399 200</b>	<b>393 700</b>	<b>-5 500</b>	<b>-1,4%</b>

Quelle: OZD / SBV, Februar 2005  
\* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)





---

---

---

---

---

S M P • P S L

*Schweizer Milchproduzenten  
Producteurs Suisses de Lait  
Produttori Svizzeri di Latte*

Weststrasse 10

Postfach

CH-3000 Bern 6

Telefon 031 359 51 11

Telefax 031 359 58 51

[smp@swissmilk.ch](mailto:smp@swissmilk.ch)

[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

