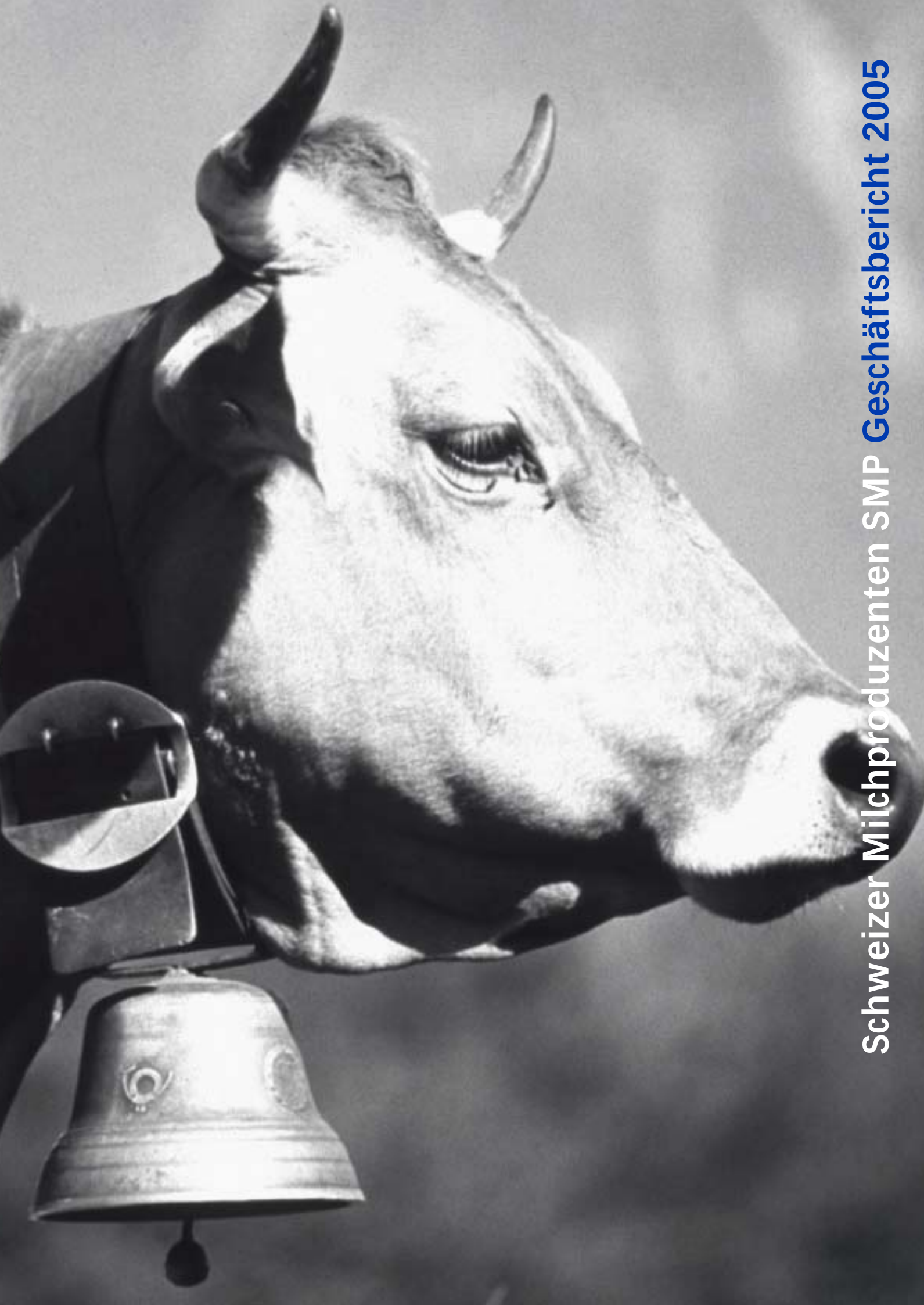




Schwierige und komplexe, aber auch erfreuliche Themen prägten die SMP-Verbandsarbeit im Jahr 2005. So stand einer guten Marktentwicklung ein weiterhin schwieriges politisches Umfeld gegenüber. Viel Energie und Sorgfalt verwendete die SMP auf die Vorbereitung des Ausstiegs aus der Milchkontingentierung und auf die Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2011. Die Zukunft der Milchproduzenten bleibt herausfordernd und schwierig zugleich. Die SMP ist aber überzeugt, dass sich der Einsatz für eine produzierende Schweizer Landwirtschaft lohnt.





Vorwort		7
1. Sachgeschäfte		12
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	38
1. 8	Weitere Sachgeschäfte	42
2. Tätigkeit der Organe		46
2. 1	Delegiertenversammlung	46
2. 2	Vorstand und Vorstandsausschuss	47
2. 3	Kommissionen und Gremien	48
3. Angaben zur SMP		50
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
4. Dokumentarischer Teil		58
	Produktions- und Marktdaten	58



Erfreuliche Marktentwicklung, anspruchsvoller Ausstieg aus der Milchkontingentierung und schwieriges politisches Umfeld

Dies waren die prägenden Themen der Verbandsarbeit im Berichtsjahr. Der Ausstieg aus der Milchkontingentierung stellt höchste Anforderungen an die Organisationen und die Milchproduzenten, wenn der ohnehin schon hohe Druck auf den Milchpreis nicht noch grösser werden soll. Im politischen Umfeld sind drei Herausforderungen zu meistern:

- dem zusätzlichen Marktöffnungsdruck im Rahmen der Doha-Runde und allfälliger Freihandelsabkommen standzuhalten,
- im anspruchsvollen Prozess der AP 2011 Einfluss zu nehmen und
- mit dem Spardruck, von dem auch die Landwirtschaft nicht verschont bleibt, optimal umzugehen.

Die Prozesse so zu gestalten, dass sie für die Bauernfamilien erträglich bleiben, ist ebenso unser Ziel wie auch eine sehr anspruchsvolle Aufgabe.

Erfreuliche Marktentwicklung

Im Berichtsjahr wurde mehr Milch zu Käse verarbeitet und mehr Käse exportiert als im Vorjahr. Zu «Schoggigesetz»-Produkten wurde ebenfalls mehr Milch verarbeitet; der Veredelungsverkehr für Butter konnte verhindert und die Finanzierung konsolidiert werden, wenn auch nur mit erheblichen finanziellen Beiträgen der Milchproduzenten. Beim Emmentaler ist nach langer Leidenszeit die Menge erstmals knapp und die Preise konnten erhöht werden. Dank den erfreulichen Marktentwicklungen konnte gegen Ende Jahr Butter im Umfang von gut einem Prozent der Verkehrsmilchmenge importiert werden. Wermutstropfen in der insgesamt erfreulichen Marktlage ist die in diesem Ausmass unnötige Milchpreissenkung einiger Molkereien im Frühjahr 2005 aufgrund des grossen Druckes der Verteiler. Für Euphorie bleibt jedoch trotz der im Grossen und Ganzen erfreulichen Entwicklung wenig Raum: Gute Futterverhältnisse vorausgesetzt, kann im nächsten Milchjahr 2006/07 mehr gemolken werden – der massive Stützungsabbau auf 2007 wird jedoch die Preise stark drücken.

Anspruchsvoller Ausstieg aus der Milchkontingentierung

Die drei gesteckten Ziele – die Milchmenge national zu koordinieren, das Milchangebot in wenigen Produzentenorganisationen zu bündeln und einheitliche Mengen- und Sanktionsregelungen zu schaffen – sind noch nicht erreicht. Die beiden letztgenannten Ziele sind bisher sogar verfehlt worden. Die «Landkarte» der aussteigenden Organisationen ist vielfältig, das Ausstiegsprozedere liegt auf der offiziellen, auf Wettbewerb ausgerichteten politischen Linie. Der Bundesrat hat dem ordnenden Begehren der SMP im Rahmen der Allgemeinverbindlichkeit eine Absage erteilt. Der Ausstieg wird für die Produzenten und ihre Organisationen ein anspruchsvoller Prozess bleiben, zumal die Interessen sehr weit auseinander gehen.

Klarer ist dagegen im Verlaufe des Berichtsjahres die Sicht auf die Kernelemente der Milchmarktordnung nach 2009 geworden, nämlich die Wichtigkeit eines hohen Organisationsgrades, ein Gleichgewicht der Kräfte zwischen Anbieter und Nachfrager, die Bedeutung eines verlässlichen Mengengerüstes, eines nationalen



Regulierungssystem, eines minimalen rechtlichen Flankenschutzes, exzellenter Vermarktungsleistungen vor allem im Export und einer nachhaltigen Qualitätsstrategie, unterstützt durch gutes Marketing. Die Übergangszeit mit den stützenden Rahmenbedingungen beim vorzeitigen Ausstieg ist eine grosse Chance, die Organisation bis 2009 zu optimieren.

Drei Baustellen, die teilweise in gegenseitiger Abhängigkeit stehen, prägen das schwierige politische Umfeld: Die Marktöffnung, die AP 2011 und die knappen Finanzen des Bundes.

Marktöffnung gefährdet Produktionsstandort Schweiz ernsthaft

Worst-case-Schätzungen für die WTO-II-Runde prognostizieren Erlöseinbussen von nochmals rund drei Milliarden Franken, ungefähr soviel wie die heutige Summe der landwirtschaftlichen Einkommen! Bei realistischer Einschätzung des Kostenumfeldes sind diese Einbussen mittels Strukturwandels niemals aufzufangen. Noch verheerender wären die Auswirkungen eines allfälligen Freihandelsabkommens mit den USA nach Vorstellungen der Amerikaner. Nicht nur müssten unsere Märkte für Hormonfleisch, Milchprodukte von gedopten Kühen oder GVO-Food geöffnet werden, die Zölle müssten noch radikaler gesenkt werden als in der Doha-Runde. Die vor- und nachgelagerten Bereiche würden massiv beeinträchtigt. Der Druck neoliberaler Kreise ist nicht nachvollziehbar, vor allem weil die Industrie und der Dienstleistungssektor selbst bei vollständigem Bauernopfer keinen substanziellen Nutzen erzielen.

Unbefriedigende Agrarreform

Was der Bundesrat zur AP 2011 in die Vernehmlassung geschickt hat, trägt den aussenhandelspolitischen Herausforderungen in keiner Weise Rechnung. Die Vorschläge sind ungenügend, unausgewogen und zum Teil auch widersprüchlich. Insbesondere wird den sinkenden Markterlösen nicht Rechnung getragen. Die Agrarpolitik entfernt sich mit diesen Vorschlägen immer mehr von den Verfassungszielen einer produzierenden Landwirtschaft. Die SMP hat viel Energie darauf verwendet, die fortschreitende Schlechterstellung der Produktion im Verhältnis zur Abgeltung der Pflegeleistungen zu korrigieren.

Finanzknappheit verlangt zielgerichteten Einsatz der Mittel

Die verschiedenen Sparübungen der letzten Jahre haben bei der Land- und Milchwirtschaft deutliche Spuren hinterlassen. Dies, obwohl man bewusst eine agrarpolitische Strategie gewählt hat, welche die Konsumentinnen und Konsumenten entlasten sollte und die Steuerzahler mehr belastet. In dieser Situation ist es dringend geboten, die knappen Mittel zielgerichtet einzusetzen und nicht zu warten, bis der Landwirtschaft aufgrund zunehmender Kritik am ineffizienten Einsatz weitere Mittel entzogen werden.



Ausblick

Die Zukunft der Milchwirtschaft bleibt herausfordernd und schwierig zugleich. Nur mit Leistung und Kompetenz, Kraft und Ausdauer, Mut und Beharrlichkeit sind die Aufgaben zu bewältigen. Wir sind überzeugt, dass es sich angesichts absehbarer globaler Entwicklungen lohnt, sich für eine produzierende Landwirtschaft in unserem Land einzusetzen. Wir sind auch überzeugt, damit nicht nur den Bauernfamilien, sondern auch den vor- und nachgelagerten Wirtschaftsbereichen, dem Tourismus, den Stimmbürgerinnen und Stimmbürgern, den Konsumentinnen und Konsumenten und insbesondere auch den kommenden Generationen zu dienen. Aus dieser Überzeugung schöpfen wir die Kraft, uns täglich den grossen Herausforderungen zu stellen, uns also für angemessene politische Rahmenbedingungen, optimale Marktverhältnisse und wirksame Absatzförderungsmassnahmen einzusetzen.

Peter Gfeller, Präsident, und Samuel Lüthi, Direktor SMP

1.1 Politische Rahmenbedingungen

Agrarpolitik 2011

Von zentraler Bedeutung waren im Berichtsjahr die Vorarbeiten sowie die Stellungnahme zu den Vorschlägen des Bundes zur Agrarpolitik 2011. Bereits im Vorjahr hatte die SMP ein zukunftsgerichtetes Konzept zur Neuausrichtung der Agrarpolitik in die politische Diskussion eingebracht, das den kommenden Herausforderungen Rechnung trägt und besser auf Artikel 104 der Bundesverfassung abgestimmt ist (vgl. Geschäftsbericht 2004). Leider war die Bundesverwaltung nicht bereit, auf die Vorschläge einzutreten. Der Bundesrat hat in der Folge am 2. Februar 2005 das Konzept der Verwaltung gutgeheissen und darauf abgestützt am 14. September die dreimonatige Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2011 eröffnet.

In der Stellungnahme der SMP, die von den Delegierten am 12. Oktober 2005 in ihren Grundzügen sowie vom Vorstand am 17. November 2005 im Detail einstimmig verabschiedet wurde, ist die Notwendigkeit der mittelfristigen Neuausrichtung der Agrarpolitik nochmals deutlich hervorgehoben. In Absprache mit dem Schweizerischen Bauernverband hat die SMP akzeptiert, dass ihr Konzept im Rahmen einer nächsten Revision und in Kenntnis der Ergebnisse von WTO II vertieft geprüft wird.

Zu den Vorschlägen der Agrarpolitik 2011 fordert die SMP, dass der Grenzschutz und die Marktstützung nicht einseitig bzw. über die geltenden Vorgaben der WTO-Verpflichtungen und der bilateralen Verträge mit der EU hinaus abgebaut werden, und dass die notwendigen Bundesmittel zur Erfüllung des Verfassungsauftrages und für eine sozialverträgliche Politik bereitgestellt werden. Es wäre inakzeptabel, wenn die Deregulierung und Liberalisierung bei den landwirtschaftlichen Produkten in hohem Tempo weitergeführt würde, während bei den Produktionsmitteln entsprechende Schritte verhindert und auch die erforderlichen finanziellen Mittel zum Ausgleich nicht bereitgestellt werden.

Die zentralen Anträge der SMP zur Agrarpolitik 2011 lauten wie folgt:

- Erhöhung des Zahlungsrahmens für die Vierjahresperiode 2008 bis 2011 gegenüber den Vorschlägen der Bundesverwaltung um CHF 1 Mrd. insgesamt und CHF 500 Mio. für die Marktstützung.
- Beibehaltung von mindestens CHF 0,15 (statt CHF 0,10) Zulage für verkäste Milch.
- Weiterführung der Zulage für silagefreie Fütterung sowie der Beihilfen zur Förderung des Inlandabsatzes und der Ausfuhrbeihilfen über 2009 hinaus.
- Schaffung der Voraussetzungen, damit Massnahmen der Organisationen zur Anpassung der Produktion und des Absatzes an die Erfordernisse des Marktes auch auf Nichtmitglieder ausgedehnt werden können.
- Verstärkung der Preis- und Mengenbeobachtung zur Schaffung von mehr Transparenz auf dem Milchmarkt.
- Einheitlicher Beitrag für die Haltung von Raufutter verzehrenden Nutztieren von CHF 700.– (statt CHF 600.–) pro GVE; Begrenzung der Zahl der beitragsberechtigten Tiere in Abhängigkeit der Raufutter- anstatt der Grünfläche und Anerkennung von Zusammenarbeitsverträgen bei der Berechnung der Raufutterfläche.
- Erhöhung des minimalen Arbeitsaufkommens für den Bezug von Direktzahlungen im Talgebiet von 0,25 auf mindestens 0,4 SAK.
- Erhöhung der Limite für den Schutz eines Heimwesens im Bodenrecht von 0,75 auf 1,0 SAK.
- Beibehaltung der Bodenpreisbegrenzung im Bodenrecht und der Pachtzinskontrolle für Grundstücke im Pachtrecht wie auch der Belastungsgrenze für landwirtschaftliche Gewerbe.
- Rasche Umsetzung der Vereinfachung der Administration und der Koordination der Kontrollen.
- Entlastungen auf der Kostenseite, insbesondere durch Zulassung von Parallelimporten für landwirtschaftliche Produktionsmittel.

Weil die Zeit nicht reicht, eine Neuausrichtung zu prüfen, soll die Agrarpolitik 2011 auf die Festlegung des Zahlungsrahmens 2008 bis 2011 und auf die zur Weiterführung der Agrarpolitik 2007 notwendigen Korrekturen beschränkt werden. Auf den vom Bund vorgeschlagenen radikalen Abbau der Marktstützung und die Änderung der Butterimportregelung ist zu verzichten. Stattdessen sind die Voraussetzungen zu schaffen, damit die Aufhebung der Milchkontingentierung im Jahre 2009 nicht zu Marktungleichgewichten mit unverantwortlichen Preiseinbrüchen führt.

Parallel zur weiteren Behandlung der Agrarpolitik 2011 sind im Jahre 2006 die Vorarbeiten für den nachfolgenden Reformschritt aufzunehmen. Der Schweizerische Bauernverband hat sich bereit erklärt, diese Arbeiten zu koordinieren.

Milchkontingentierung

Die auf Anfang 2005 in Kraft getretene Verordnung über den Ausstieg aus der Milchkontingentierung bildet zusammen mit der angepassten Kontingentierungsverordnung die Vorgabe für den Ausstieg in der Zeit von 2006 bis 2009.

In diesen Bestimmungen wurde vorgegeben, dass Produzenten, die vorzeitig aus der Milchkontingentierung aussteigen, auf Überlieferungen bis 5'000 Kilogramm anstelle der Saldierung eine Abgabe von 30 Rappen pro Kilogramm zu leisten haben. Aufgrund der günstigen Marktentwicklung und der relativ geringen Lieferrechte im Milchjahr 2005/06 hat die SMP beim Bund beantragt, auf diese Abgabe zu verzichten. Die Bundesverwaltung ist zwar aus nachvollziehbaren Gründen nicht auf den Verzichtsantrag eingetreten, beantragt aber eine Reduktion der Abgabe von 30 auf 10 Rappen pro Kilogramm Milch. Bei Zustimmung durch den Bundesrat kann der Spielraum der Milchproduzenten, die vorzeitig aus der Kontingentierung aussteigen, vergrössert werden.

Die SMP engagiert sich für eine bedeutende, produktionsorientierte Schweizer Landwirtschaft. Aus Sicht der Milchproduzenten sind folgende Aspekte bei der Reform der Agrarpolitik zentral: das Gleichgewicht der Abgeltung von Produktions- und Pflegeleistungen, die optimale Umlagerung der unter Druck geratenen Produktstützungen in Direktzahlungen und die verbesserte Flächenmobilität.

Allgemeinverbindlichkeit

Der Bundesrat hat die Anträge der SMP zur Weiterführung der Allgemeinverbindlichkeit der Beiträge der Milchproduzenten für das Basismarketing und den Milchstützungsfonds gutgeheissen. Damit werden alle Milchproduzenten verpflichtet, die von der Delegiertenversammlung für die Jahre 2006 und 2007 beschlossenen Beiträge auf der vermarkteten Milch zu leisten.

Nicht übernommen wurde der Antrag der SMP, ab Frühjahr 2006 eine zusätzliche Abgabe auf der Überlieferungsmenge an den Milchstützungsfonds zu leisten. Diese Abgabe wäre dazu verwendet worden, die infolge Überlieferung zu verwertende Mehrmenge über die Reguliervermarktung zu finanzieren. Offenbar haben beim Bund grundsätzliche Vorbehalte gegenüber einer Abgabe an eine Organisation aufgrund einer öffentlich-rechtlichen Vorgabe zur Ablehnung der begründeten und zweckmässigen Regelung geführt.



1.2 Internationale Fragen

Welt- und EU-Milchmarkt 2005

Die Weltmilchproduktion dürfte im Berichtsjahr 2005 um rund 1,5 Prozent zunehmen und auf 626 Mio. Tonnen anwachsen. 527 Mio. Tonnen entfallen auf Kuhmilch (+ 8 Mio. Tonnen resp. + 1,5 Prozent). Das Wachstum liegt damit im Mittel der letzten zehn Jahre. Während in Europa (EU) die Produktion nur leicht (+ 0,6 Prozent), in den USA und Kanada kaum angestiegen ist, sind insbesondere in südamerikanischen Staaten deutliche Produktionszunahmen zu verzeichnen.

Die sehr positive Preiserholung, welche sich 2004 auf den internationalen Märkten für Butter und Milchpulver vollzogen hat, dauerte 2005 praktisch unverändert an. Gleichzeitig hat sich der Wechselkurs des Schweizerfrankens gegenüber dem US-Dollar 2005 stark ver-

ändert. Von CHF 1,17 im Januar ist er auf rund CHF 1,30 pro US-Dollar im Dezember (Monatsmittel) angestiegen. Die Markterlöse in Schweizerfranken erreichten ab Mitte Jahr historische Höchstwerte, die bis Ende Jahr andauerten und wesentlich über dem Vorjahr (2004) liegen. Die EU hat 2005 einen weiteren Abbau-schritt bei den Interventionspreisen für Butter und Magermilchpulver vollzogen. Aufgrund der positiven Marktlage hat sich die Reduktion der Interventionspreise nicht vollständig auf den Markt übertragen.

Bilaterale Verträge I mit der EU

Im Rahmen der Bilateralen Verträge I zwischen der Schweiz und der EU wurden 2005 die sieben und achte Versteigerung der Käseimportkontingente durchgeführt (siehe hervorgehobene Spalten der Tabelle «Importkontingente Käse Bilaterale Verträge I», Seite 16). Es zeigt sich zunehmend, dass der Kontingentsbedarf erschöpft ist. Die Gebotspreise sinken bei steigenden Ausschreibungsmengen laufend. Ein Minimalgebot von einem Rappen je Kilogramm ist notwendig, damit eine Zuteilung erfolgen kann.

Aufgrund dieser Entwicklung dürfte die vollständige gegenseitige Öffnung des Käsemarktes bereits 2006 und damit faktisch ein Jahr früher Realität werden, als dies ursprünglich mit einer Übergangsphase von 5 Jahren geplant war. Der Importdruck wird dadurch allerdings für alle Beteiligten in der Wertschöpfungskette noch ansteigen.

Bilaterale Verträge II mit der EU

Das Dossier über die verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkte im Rahmen der Bilateralen Verträge II zwischen der Schweiz und der EU konnte erfreulicherweise per 1. Februar 2005 provisorisch in Kraft gesetzt werden. Die SMP hatte im Vorfeld dazu stets auf eine frühzeitige Inkraftsetzung gedrängt. Nach einer kurzen Probephase wurden per Mai 2005 kleinere technische Anpassungen vorgenommen, damit die Erstattungen in allen Bereichen den ausgewiesenen Grundstoffpreisdifferenzen entsprechen. Bereits wenige Monate danach wurden die positiven Effekte des Abkommens sichtbar. Der Export von verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten mit Milchgrundstoffen in die EU wird damit zu einer gleichwertigen Exportalternative gegenüber dem Käseexport in die EU (Bilaterale Verträge I). Für die ursprüngliche Zusicherung des Bundes, dass die verbleibenden Mitteln ausreichen sollen, um ein konstantes Exportvolumen zu finanzieren, musste 2005 sehr hart und lange gerungen werden.

Importkontingente Käse Bilaterale Verträge I

Kontingent	Menge Ausschreibung Halbjahr 2005/06 in Tonnen	Ausschöpfung Kontingent						Durchschnittsgebot (CHF / kg)					
		Juni 03 – Nov. 03	Dez. 03 – Mai 04	Juni 04 – Nov. 04	Dez. 04 – Mai 05	Juni 05 – Nov. 05	Dez. 05 – Mai 06	Juni 03 – Nov. 03	Dez. 03 – Mai 04	Juni 04 – Nov. 04	Dez. 04 – Mai 05	Juni 05 – Nov. 05	Dez. 05 – Mai 06
Mozzarella	525	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	2,00	2,05	2,07	0,71	1,44	0,50
Mozzarella, Schmelz-, Frisch-, Weichkäse	3175	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	2,74	2,76	2,78	2,79	2,78	2,52
Fontal, Saint-Nectarine, Saint-Paulin etc.	2855	Nein	Nein	Ja	Nein	Nein	Nein	0,02	0,02	0,02	0,02	0,01	0,01
Provolone	310	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	0,02	0,03	0,03	0,04	0,01	0,01
Div. Halbhart-, Hartkäse	3300	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Nein	0,05	0,08	0,09	0,08	0,06	0,04

Quelle: BLW

2005 konnte das einseitige Nullzollkontingent zu Gunsten der Schweiz von 2'000 Tonnen (Rahm, Jogurt) erstmals annähernd vollständig für den Export von Rahm in die EU eingesetzt werden. Damit konnte der MilCHFettmarkt sehr effizient entlastet werden.

Die WTO-Freihandelsgespräche der laufenden Doha-Runde werden auch 2006 fortgeführt. Obwohl die zentralen Verhandlungspunkte für die Schweiz noch offen sind, hat die Landwirtschaft wenig Grund, optimistisch zu sein. Für die SMP ist klar: Die Idee des Agrarfreihandels ist krank geworden!

WTO-II-Agrarverhandlungen

In der laufenden Doha-Runde wurden 2005 sehr wichtige Vorentscheidungen getroffen, welche für die weiteren Verhandlungen wegweisend sein werden:

WTO-Panel zu den geografischen Herkunftsangaben

Mitte März 2005 wurde ein Panel-Entscheid über die Vereinbarkeit von geografischen Herkunftsangaben und Handelsmarken mit dem WTO-Recht veröffentlicht. Die EU hat sich zum Ziel gesetzt, dass die rechtliche Verankerung von geografischen Herkunftsangaben bei allen Landwirtschaftsprodukten zwingend Bestandteil der Doha-Runde sein muss. Dies liegt ganz im Interesse der Schweiz.

Annäherung bei der Formel zur Berechnung der maximalen Einfuhrzollsätze

An der OECD-Ministerkonferenz vom 2. bis 4. Mai 2005 in Paris wurde beschlossen, dass Wertzölle als Basis für den weiteren Abbau der Zölle herangezogen werden sollen. Gleichzeitig wurde die Methode zur Umwandlung der spezifischen Zölle in Wertzolläquivalente festgelegt. Das Resultat ist aus Schweizer Sicht insgesamt als sehr ernüchternd zu beurteilen, da die vorgängig gemachten Verlautbarungen bei weitem nicht eingehalten wurden.

Exportsubventionen bis Ende 2013

An der Ministerkonferenz vom 13. bis 18. Dezember 2005 in Hong Kong wurde zwar eine abschliessende Erklärung verabschiedet, doch inhaltlich sind nur wenige Entscheide getroffen worden:

- Bis Ende 2013 sind alle Exportsubventionen abzuschaffen, sei es linear oder progressiv. Für die Schweiz umfasst dies einen Betrag von rund CHF 150 Mio. (2005), der schwerwichtig im Export von Milchprodukten (inkl. «Schoggigesetz») eingesetzt wird.
- Bei der Formel zum Abbau der Inlandstützung wurden ebenfalls Präzisierungen vorgenommen und die Länder den entsprechenden Kategorien zugeordnet.

- Sämtliche Fragen des Marktzutritts (Zollabbau) bleiben offen. Erschwerend wirkt, dass die EU in ihrer Offerte vom 28. Oktober 2005 ein «Capping» von 100 Prozent akzeptiert hat.
- Keine Fortschritte gibt es beim Thema Schutz von geografischen Herkunftsangaben.

Die WTO-Verhandlungen werden 2006 weitergeführt. Die zentralen Verhandlungspunkte im Agrarbereich sind für die Schweiz noch vollständig offen. Der Stand der Einigungsgespräche zeigt für die Schweiz aus Sicht der Landwirtschaft aber ein sehr ernüchterndes Bild. Bei den weiteren Verhandlungen wird sich deshalb die Frage stellen, wie weit Artikel 104 der Bundesverfassung noch umgesetzt werden kann.

Die Schweizer Milchproduzenten SMP haben sich am Protestmarsch der Norwegischen Bauern nach Genf vom Juli 2005 aktiv beteiligt und sie haben sich in der Fachpresse mehrfach deutlich zur WTO II und zu einem möglichen Freihandelabkommen Schweiz-USA artikuliert.



«Schoggigesetz» 2005

Die Prognose der Exporteure von verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten geht für 2005 von einem Finanzbedarf von CHF 112,5 Mio. aus (Milch: CHF 89 Mio.). Bei der Milch hatte dies eine mengenmässige Steigerung von 81 Mio. kg oder 56 Prozent gegenüber 2004 entsprochen. Die Verwaltung hat diese Grundlagen unkritisch als unveränderliche Tatsache akzeptiert und das Parlament hat im Dezember 2004 einen Betrag von CHF 80 Mio. gesprochen.

Zur Verhinderung des Veredelungsverkehrs sahen sich die Getreide- und die Milchproduzenten anfangs Februar 2005 gezwungen, mit geeigneten Massnahmen im Umfang von CHF 10 Mio. einzuspringen. Ohne diesen Schritt wären von der Bundesverwaltung gegen 2'000 Tonnen Butter für den Import freigegeben worden. Nach intensiven Diskus-

sionen konnte im Parlament zudem ein Nachtragskredit von CHF 10 Mio. erwirkt werden, der allerdings innerhalb des Landwirtschaftsbudgets kompensiert werden musste. Die Auseinandersetzungen in Politik und Verwaltung haben die Sensibilität für den Produktions- und Verarbeitungsstandort Schweiz gleichzeitig gefördert.

Der Gesamtkredit 2005 von CHF 90 Mio. wurde vollständig ausgeschöpft. Mengenmässig sind die Exporte 2005 gegenüber dem Vorjahr einzig um rund 15,5 Prozent angestiegen, wenn man den Übertrag aus dem Vorjahr mitberücksichtigt.

Ausfuhrbeiträge für verarbeitete landwirtschaftliche Produkte 2005

Produktbereiche	Vorausfestsetzung 2006		Beanspruchung 2005	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Milch, Milchprodukte inkl. Butter	75,9	77,6	70,8	78,67
Mehlprodukte	21,3	21,8	18,4	20,44
Zucker, Eiprodukte (konstant)	0,6	0,6	0,8	0,89
Total / Gesamtkredit	97,8	100,0	90,0	100,00

Quelle: OZD

Die Exportprognosen für 2006 haben einen Bedarf von CHF 98 Mio. ergeben, was etwas über dem bewilligten Kredit von CHF 90 Mio. liegt. Wenn man berücksichtigt, dass wiederum ein Mengenwachstum von rund 30 Prozent prognostiziert wurde, das kaum erreicht werden dürfte, besteht vorläufig kein Handlungsbedarf.

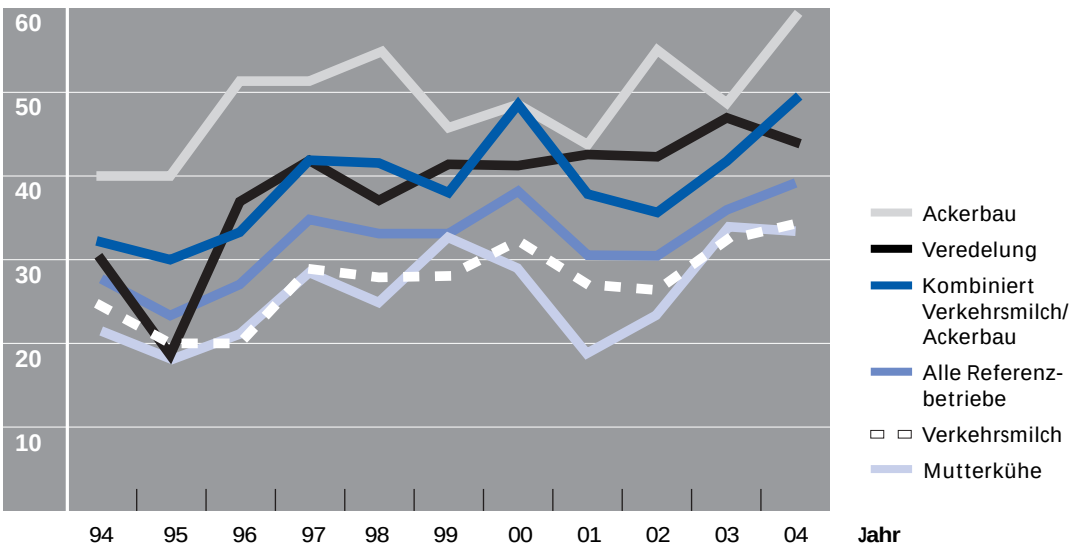
1.3 Milchproduktion und -verkauf

Einkommen der Milchproduzenten

Die Forschungsanstalt Agroscope FAT Tänikon hat im September 2005 die Ergebnisse der Zentralen Auswertung der Buchhaltungen 2004 veröffentlicht (vgl. Grafik). Im mehrjährigen Vergleich war das Jahr 2004 ein gutes Landwirtschaftsjahr. Der Ertragsrückgang bei der Milch konnte durch die positive Marktentwicklung beim Nutz- und Schlachtvieh teilweise kompensiert werden. Die höheren Preise führten aber auch zu einer höheren Bilanzbewertung, die sich nicht direkt auf das realisierte Einkommen auswirkt. Die Ergebnisse nach Produktionsrichtung sind aus der nachstehenden Grafik ersichtlich.

Entwicklung Arbeitsverdienst nach Produktionsrichtung

Tausend CHF je Familien-Jahresarbeitsinheit



Quelle: Grundlagenbericht, Agroscope FAT Tänikon, Betriebstyp «Verkehrsmilch»

Die Einkommen bei der Milchproduktion liegen im Quervergleich tiefer als bei anderen Produktionsrichtungen der Landwirtschaft und sind im Vergleich zu den übrigen Einkommen der Wirtschaft sehr tief.

SMP-interne Berechnungen zeigen Folgendes auf:

- Die Milchproduktion ist im Vergleich zu anderen Produktionsrichtungen sehr arbeitsaufwändig und erfordert hohe Investitionen.
- Die Arbeit bei der Milchproduktion ist im Vergleich zu anderen Produktionsrichtungen am wenigsten mit Agrarzahlen unterstützt.
- Die Milchproduktion generiert Arbeitsplätze in den vor- und nachgelagerten Bereichen und ist insbesondere auch deshalb volkswirtschaftlich vorteilhaft.

- Mit der heutigen Ausgestaltung des Direktzahlungssystems ist es lukrativ, möglichst viel Fläche zu haben und diese mit möglichst wenig Investitionen und Arbeitsaufwand extensiv zu bewirtschaften oder bewirtschaften zu lassen. Hauptberufliche Milchproduzenten können die Fläche wegen fehlender Verfügbarkeit nur beschränkt aufstocken.
- Nicht unproblematisch sind die hohen Zahlungen für Buntbrachen und extensive Wiesen. Dabei geht es um Naturschutz und nicht um Landwirtschaft. Die Mittel werden aber der Landwirtschaft angerechnet.

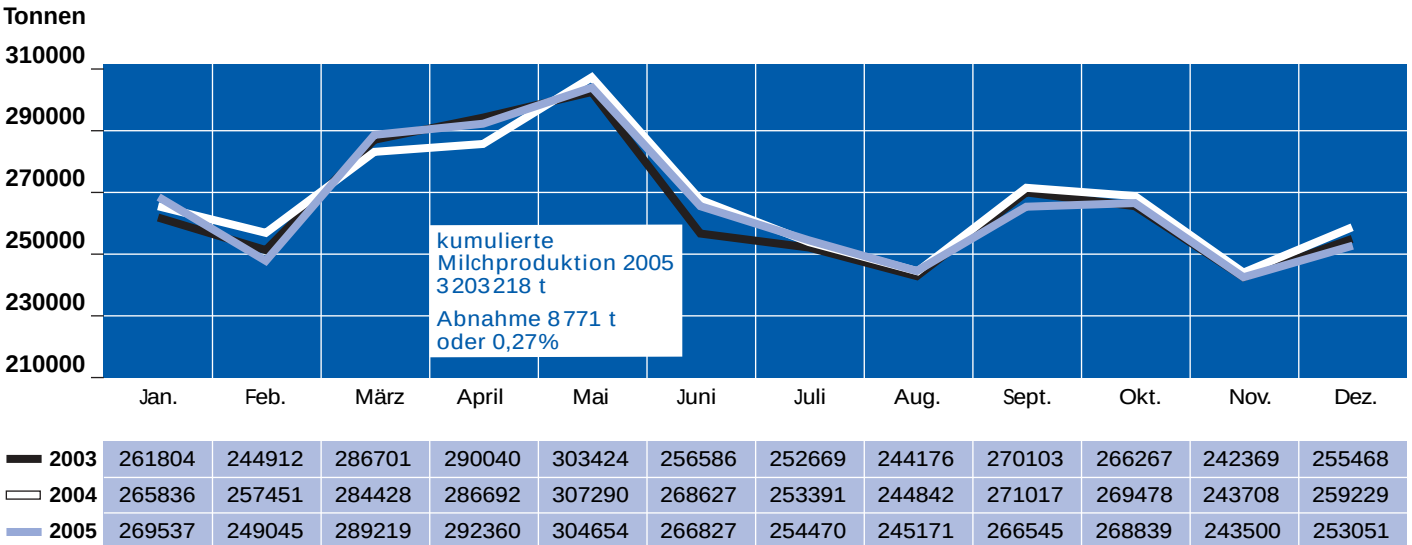
Die Fremdkosten in der Verkehrsmilchproduktion haben im Jahr 2004 gegenüber den Vorjahren zugenommen. Zugenommen haben insbesondere die Futterkosten, die Ausgaben für den Kauf und die Miete von Milchkontingenten sowie die Reparatur- und Personalkosten. Wegen dem tiefen Zinsniveau mussten demgegenüber weniger Schuldzinsen bezahlt werden.

Milchproduktion

Die 2005 produzierten Milchmengen sind aus nachstehender Grafik ersichtlich.

Massnahmen zur Reduktion der Kosten sind sehr dringlich. In der Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2011 sind abgesehen von den Futtermitteln praktisch keine wirksame bzw. realistische Vorschläge zur Senkung der Faktorpreise enthalten. Die Delegiertenversammlung der SMP hat am 12. Oktober 2005 den Vorstand der SMP beauftragt, im Frühjahr 2006 einen Strategiebericht zu kostendeckenden Milchpreisen vorzulegen. Eine Arbeitsgruppe der SMP wurde im Dezember 2005 eingesetzt. Sie befasst sich auch mit der Kostenfrage. Jeder Betriebsleiter selber ist gefordert, jede Kostenposition einzeln zu überprüfen und das Möglichste zur Reduktion der Kosten einzuleiten.

Monatliche Milchproduktion 2005 (inkl. Zonenmilch)



Quelle: TSM 2005

Die Schwankungen der Milcheinlieferungen bewegen sich im üblichen Rahmen. Die Futterversorgung ist allgemein gut.

**Vorzeitiger Ausstieg
aus der Milchkontingentierung**

Für den vorzeitigen Ausstieg aus der Milchkontingentierung per 1. Mai 2006 mussten die Gesuche bis spätestens Ende Oktober 2005

beim BLW eingereicht werden. Anträge für Mehrmengen können grundsätzlich während des ganzen Jahres eingebracht werden. Insgesamt sind von 27 Organisationen innerhalb der Frist Gesuche eingereicht worden (vgl. Tabelle).

Eingereichte Gesuche zum vorzeitigen Ausstieg aus der Milchkontingentierung

Organisationsname	Anzahl Produzenten	prov. Menge in Mio. kg
Produzentenorganisationen (PO):		
Federazione Ticinese Produttori di Latte	269	17,9
Zentralschweizer Milchproduzenten	4107	389,9
LOBAG	3494	275,0
Nordostmilch AG	2239	227,1
Prolait SA	3108	405,0
PO MIBA	2130	246,8
Biomilchpool GmbH	673	52,4
Walliser Milchverband	935	46,3
PO Ostschweiz	712	77,7
Produzenten-Milchverwerter-Organisationen (PMO):		
Association Interprofessionnelle LE MARECHAL	11	2,0
Thur Milch Ring AG	163	26,4
Bodensee Milch	152	20,7
Schwyzer Milch	326	20,8
Berner Emmi Milchproduzenten Organisation	854	82,9
Association des Producteurs Neuchâteloise et Estavayer Lait SA	319	40,8
Aargauer Zentralmolkerei	1038	128,9
Swiss Premium Milk	164	18,1
Gourmino Plus	145	21,1
Mittelthurgau	118	17,5
Chasseral	195	22,1
Bachthalkäserei Girenbad	10	1,3
Milchgenossenschaft PMO Ostschweiz	243	24,9
Biedermann / Züger	201	28,2
Strähl	61	10,9
Zentral-/Nord- und Ostschweiz	628	69,7
Bergkäsereien Untervaz-Savognin	32	2,7
NapfMilch AG	33	2,1

Quelle: BLW, Stand 6.12.2005





Neun Gesuche stammen von Produzentenorganisationen, in welchen rund 17'600 Produzenten mit einer Milchmenge von 1,74 Mio. Tonnen zusammengeschlossen sind. 18 Gesuche stammen von Produzenten-Milchverwerter-Organisationen, die zusammen rund 4'700 Produzenten mit 0,54 Mio. Tonnen Milch vereinen. Von Branchenorganisationen liegen keine Gesuche vor. Mit 22'300 von insgesamt rund 30'000 Produzenten und mit 2,28 von total 3,1 Mio. Tonnen werden auf 1. Mai 2006 also voraussichtlich rund zwei Drittel der Produzenten mit drei Vierteln der vorhandenen Kontingentsmenge vorzeitig aus der Milchkontingentierung aussteigen.

Gemäss den Rechtsgrundlagen kann das BLW ohne Rücksprache bei den Dachorganisationen der Milchbranche über die Gesuche und Anträge entscheiden.

Es stellt sich die Frage, ob mit den vielen Organisationen für das Milchmengenmanagement eine korrekte Mengenföhrung weiterhin gewährleistet ist. Die SMP versucht, über die Plattform resp. Kommission Milchmarkt alle Kreise an einen Tisch zu bringen und die Marktverhältnisse, die Auswirkung von Mehrmengen auf die Zulagen und Beihilfen des Bundes sowie die Reguliermassnahmen im Rahmen des Stützungs fonds der SMP aufzuzeigen. Ferner wird zusammen mit der TSM Treuhand GmbH daran gearbeitet, dass die Lieferrechte, die produzierten Mengen sowie die abgeschlossenen Verträge korrekt in einer Datenbank erfasst werden, damit Aussagen zur Entwicklung des Milchmarktes weiterhin möglich sind. Mit der Änderung der Abgaberegulierung soll auch die Meldepflicht präzisiert werden.

Milchkaufverhandlungen

Die Milchkaufverhandlungen zwischen den Milchproduzenten bzw. ihren Verhandlungsdelegationen und den Molkereien bzw. Käsereien wurden im Frühjahr 2005 intensiv geführt. Die SMP hat die in die Milchkaufverhandlungen involvierten Produzentenvertreter mit allen relevanten Informationen und Unterlagen versorgt und die Verhandlungen im Rahmen einer dafür eingerichteten Plattform laufend begleitet und nach Bedarf koordiniert. Erste Annäherungen entsprachen zwar nicht den Beschlüssen des Vorstandes, liessen aber ein akzeptables Ergebnis erwarten. Eine völlig neue Situation ergab sich dann mit der Bekanntgabe einer Milchpreissenkung durch eine bedeutende Molkerei, die wesentlich stärker war als vom Stützungsabbau her gesehen notwendig.

In der Folge war die Position der Produzenten nicht mehr zu halten, sodass letztlich ein für sie höchst unerfreuliches Ergebnis resultierte. Erlöseinbussen durch gegenseitige Preisunterbietungen der Milchverarbeitungsunternehmen bei ihren Kunden sind auf die Milchproduzenten abgewälzt worden. Für künftige Verhandlungsrunden sind Verbesserungen vor allem auf der organisatorischen Ebene zu treffen (siehe Kasten Beschlüsse der Delegiertenversammlung, Seite 25).

Die Beschlüsse der Delegiertenversammlung vom 12. Oktober 2005 zur Strategie Milchpreis und Rolle der SMP bei der Milchpreisbildung:

■ Kommission «Milchmarkt»

Es wird eine Kommission «Milchmarkt» durch den Vorstand der SMP eingesetzt. In diesem Gremium sind alle bedeutenden Organisationen, die Milch verkaufen bzw. den Milchverkauf auf der Anbieterseite koordinieren und die eine (Molkerei-) Milchmenge ab 1. Mai 2006 «verwalten», mit einzubeziehen.

Im Bereich der Käsereimilch werden die Milchpreisverhandlungen wie bisher zwischen den Partnern der Sortenorganisationen wahrgenommen.

Die administrative und fachliche Koordination der Kommission Milchmarkt erfolgt durch die Geschäftsstelle der SMP. Grundsätzlich beteiligt sich die Geschäftsstelle der SMP wie bisher indirekt an Verhandlungen und liefert die Entscheidungsgrundlagen. Direkt wirkt die SMP wie bisher mit, wenn dies gewünscht wird.

■ Ablauf

Die Kommission erarbeitet den Rahmen für eine gemeinsame und umfassende Verhandlungsposition für den Milchverkauf (Menge, Preis, Qualität), die dem SMP-Vorstand zur Genehmigung unterbreitet wird. Ergeben sich Differenzen zwischen Kommission und Vorstand, sind diese zu bereinigen.

■ Vertragliche Regelung

Produzenten-Organisationen, die nicht direkt SMP-Mitglied sind, sind mittels direkten Vereinbarungen und indirekten vertraglichen Regelungen einzubinden und auf die gemeinsam festgelegten Positionen zu verpflichten.

■ Weitere Beschlüsse

- Die SMP organisiert jeweils vor Eintritt in die Verhandlungen eine Informationsveranstaltung auf Ebene Schweiz für alle Verwaltungsräte, welche die Interessen der Milchproduzenten in den verbandseigenen Verwerterbetrieben vertreten. Somit wird ein einheitlicher Infostand erzielt und die Akteure wissen, wo die Messlatte positioniert ist.
- An der Delegiertenversammlung im Herbst ist die allgemeine Marschrichtung zu den Preisverhandlungen im Frühling jeweils zu beschliessen.
- An der nächsten Delegiertenversammlung legt die SMP eine Strategie dazu vor, wie kostendeckende Milchpreise mittelfristig erreicht werden können.

Erneute Milchpreisdiskussionen wurden im Dezember 2005 von der Vallait SA mit der Ankündigung ausgelöst, den Milchpreis per 1. Februar 2006 um 3 Rappen senken zu wollen. Begründet wurde dies mit Marktdruck und angeblich höheren Milchpreisen gegenüber Mitbewerbern.

Das Milchpreismonitoring ist eine Dienstleistung der SMP für die Milchproduzenten, um Daten über die vertraglich festgelegten und effektiv bezahlten Milchpreise erheben zu können. Solche Marktinformationen nützen in erster Linie bei den Milchkaufverhandlungen, andererseits schaffen diese Daten auch generelle Markttransparenz sowie Kompetenz. Auf das neue Milchjahr hin wurde die Auswertung des Milchpreismonitorings um zwei Elemente erweitert. Erstens werden die Milchpreis-Daten pro Monat ausgewertet, zweitens wird aufgrund der Milchkaufverträge für Molkereimilch ein Vertragspreis ermittelt.

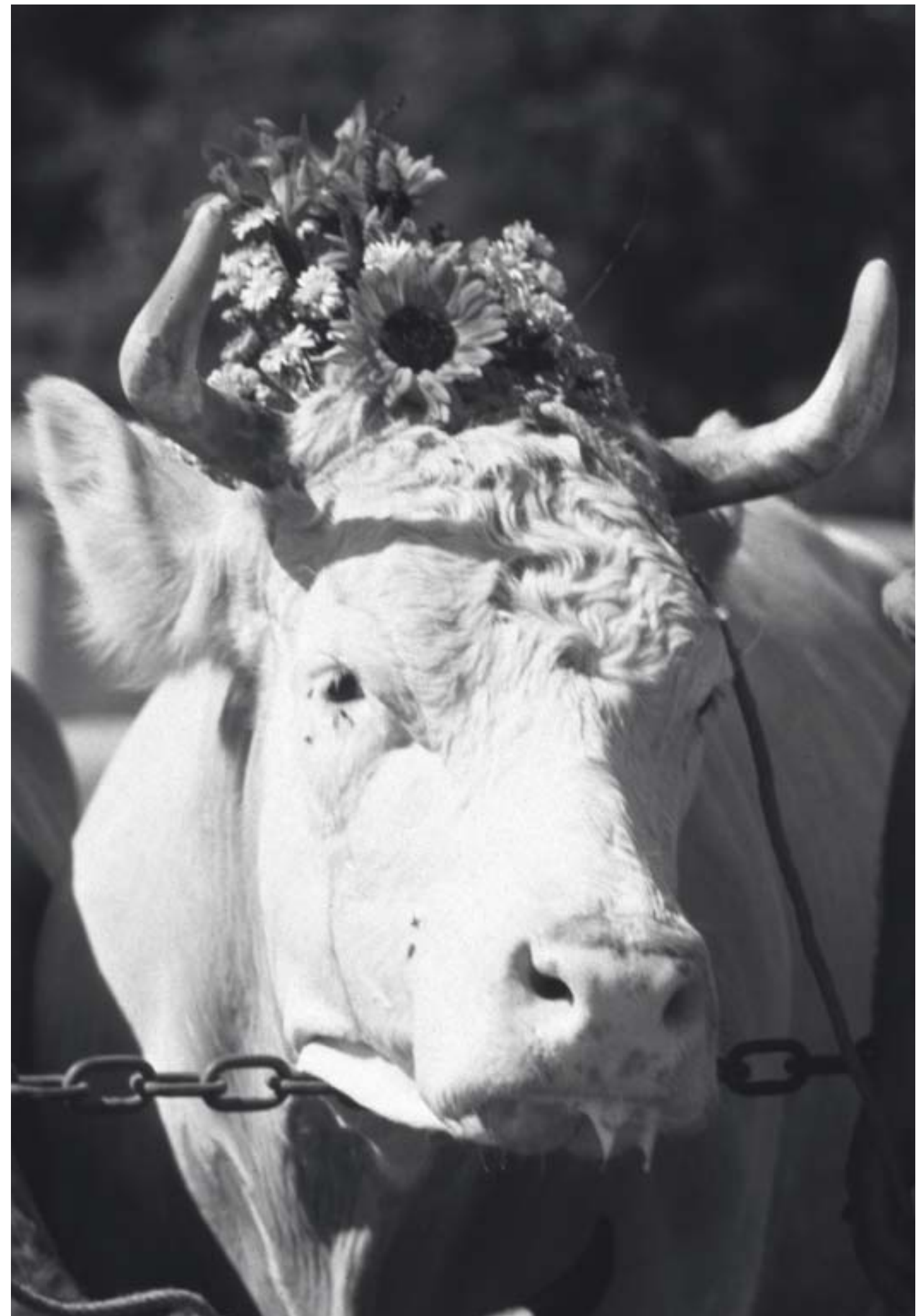
Im Milchjahr 2004/05 erzielten die im Milchpreismonitoring erfassten Preismelder folgende Durchschnittsmilchpreise pro Kilo (vgl. auch Grafik in Kap. 4, Seite 60): Für konventionell produzierte Molkereimilch abgeholt ab Hof 73,1 Rp., ab Sammelstelle 74,3 Rp. Der Preis für Käseimilch eingeliefert in die Käserei/Sammelstelle betrug 73,3 Rp./kg zuzüglich einer durchschnittlichen Siloverzichtszulage von 3,9 Rp. Für biologisch produzierte Milch wurden folgende Durchschnittsmilchpreise pro Kilo ermittelt: Molkereimilch ab Hof 84,5 Rp. und für Käseimilch eingeliefert in die Käserei 82,6 Rp. zuzüglich einer durchschnittlichen Siloverzichtszulage von 3,9 Rp.

Im Milchjahr 2004/05 wurde erstmals der Vertragspreis für die grössten Erstmilchkäufer erhoben. In diesem Vertragspreis wird der durchschnittliche Jahresmilchpreis angegeben, welcher bei einer Jahresmilchmenge von 120'000 kg mit einem standardisierten Gehalt von 73 g Fett und Eiweiss erzielt werden kann. Die monatlichen Einlieferungsmengen entsprechen dem gesamtschweizerischen Durchschnitt. Für das Milchjahr 2004/05 liegt der gewichtete durchschnittliche Vertragspreis der 15 grössten Erstmilchkäufer bei 70,5 Rp./kg. Die Preissenkung per Mai 2005 betrug im Durchschnitt 2,4 Rp./kg für Molkereimilch, so dass der Vertragspreis für das Milchjahr 2005/06 bei 68,1 Rp. liegt.

Weitere Resultate zur Auswertung per Ende Milchjahr 2004/05 befinden sich im Anhang.

Die Datengrundlage für die Milchpreisberechnung stützt sich unverändert auf die Milchgeldabrechnungen von einzelnen Produzenten, welche die Daten monatlich per Fax oder E-Mail an die SMP schicken. Alle Milchpreismelder erhalten die aufgearbeiteten Monitoring-Daten direkt zugestellt und sind so aus erster Hand informiert. Um die Datenbasis zu verbessern und den veränderten Verhältnissen im Milchmarkt ab Mai 2006 Rechnung zu tragen, nimmt die SMP wieder neue Milchpreismelder auf. Interessierte Milchproduzenten wenden sich direkt an die Geschäftsstelle der SMP.

Für die ganze Milchwirtschaft bedeutet der Ausstieg aus der Kontingentierung eine grosse Herausforderung. Die SMP hat die notwendigen Vorbereitungsarbeiten im Berichtsjahr zügig vorangetrieben. 27 Produzentenorganisationen und Produzenten-Milchverwerter-Organisationen haben ein Gesuch zum vorzeitigen Ausstieg per 1. Mai 2006 gestellt. Damit wurde leider das Ziel verfehlt, das Angebot in wenigen Organisationen zu bündeln.



1.4 Milchverarbeitung und Markt

Überblick

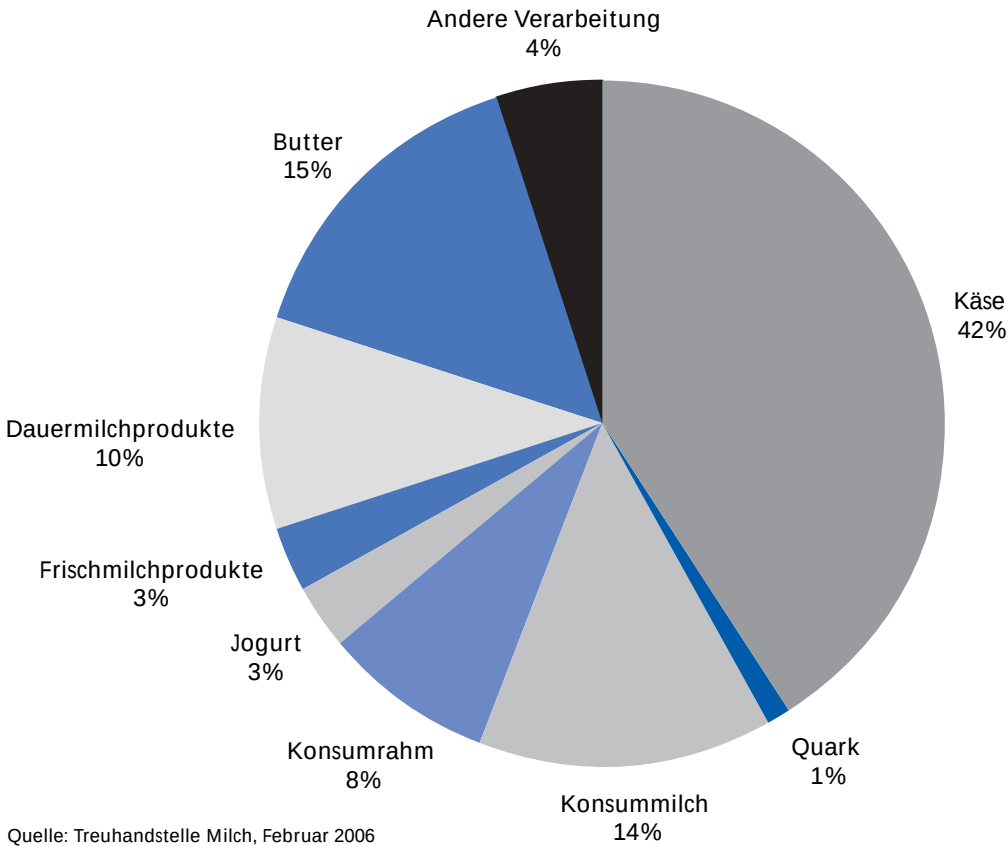
Der Milchmarkt entwickelt sich in den wertschöpfungsstarken Bereichen gut. Im Berichtsjahr 2005 wurden rund 30'000 Tonnen Milch in Äquivalent zusätzlich zu Käse verarbeitet, das sind 2,3 Prozent mehr als im Vorjahr. Mehrproduktionen verzeichnen auch Jogurt und übrige Frischprodukte inkl. Speiseeis. Die Produktionssteigerung entspricht zum grossen Teil einer grösseren Inlandnachfrage. Die Steigerung bei den übrigen Milchprodukten ist auf den Erfolg der Milchmischgetränke zurückzuführen und darauf, dass dank dem Protokoll II zu den bilateralen Verträgen mit der EU Rahmeis ohne hohe Zollabschöpfungen exportiert werden kann. Auch im langfristigen Vergleich weisen diese drei Produktgruppen positive Indices aus.

Ebenfalls gesteigert wurde im Jahr 2005 die Rahmproduktion. Bei den 4'252 Tonnen Mehrproduktion sind auch die rund 1'000 Tonnen Rahmexporte einzurechnen, die dank dem Exportkontingent für Rahm und Jogurt in die EU exportiert werden konnten.

Rückläufig hingegen ist die Produktion von Konsummilch. Im Jahr 2005 wurden nur noch 447'743 Tonnen Konsummilch produziert und konsumiert. Das sind 7958 Tonnen oder 1,7 Prozent weniger als im Vorjahr. Auch die Produktion von Dauermilchwaren ist 2005 um 9'582 Tonnen oder 3,0 Prozent und diejenige von Butter um 13'213 Tonnen oder 2,7 Prozent zurückgegangen.

Weitere Detailzahlen können der Dokumentation ab Seite 66 entnommen werden.

Verarbeitung der Milch 2005



Zu den einzelnen Produktgruppen:

Konsummilch und Frischmilchprodukte

UHT-Vollmilch liegt im Trend. Dies ist die einzige Konsummilchart, deren Absatz 2005 zunahm. Auch im langfristigen Trend (Basis 2002) weist UHT-Milch (Voll- und teilentrahmte Milch) einen positiven Index von über 109 aus. Pastmilch und Rohmilch verlieren hingegen Marktanteile. Ebenfalls im Trend liegen Milchgetränke, deren Produktion um 13'359 Tonnen oder 28,9 Prozent zugenommen hat, und Jogurt mit einer Steigerung um 6'164 Tonnen oder 4,6 Prozent.



Käse und Quark

Auf die Käsemenge bezogen wurde die Käseproduktion im Jahr 2005 gegenüber dem Vorjahr um 5'309 Tonnen oder 3,3 Prozent auf 167'706 Tonnen gesteigert. Die einzelnen Sorten haben sich jedoch unterschiedlich entwickelt. Beispielsweise konnte die Mozzarella-Produktion um 1'479 Tonnen oder 11,1 Prozent ausgedehnt werden. Gleichzeitig verringerten sich die Einfuhren um 713 Tonnen. Daraus lässt sich folgern, dass der Mozarellakonsum um rund 766 Tonnen gewachsen ist. Seit dem Jahr 2000 ist die Mozzarellaproduktion um 27,9 Prozent gestiegen.

Auch bei den klassischen Käsesorten wurde gut gearbeitet. Appenzeller Käse konnte 2005 seine Produktion um 889 Tonnen oder 10,7 Prozent und Le Gruyère AOC um 811 Tonnen oder 3,0 Prozent steigern. Auch Tête de Moine hat ein erfolgreiches Jahr mit einer Produktionssteigerung um 167 Tonnen oder 8,1 Prozent hinter sich. Diese drei Käsesorten weisen auch im langfristigen Vergleich seit dem Jahr 2000 ein konstantes Wachstum aus. Marktprobleme haben hingegen Emmentaler, Tilsiter und Sbrinz. Diese Käsesorten weisen tiefere Produktionsmengen aus. Gegenüber dem Jahr 2000 hat Emmentaler einen Index von 71,0, Tilsiter 66,1 und Sbrinz 47,3. Diese Indices beziehen sich auf die Produktionsmengen und nicht auf den Inlandkonsum, der wesentlich stabiler ist.

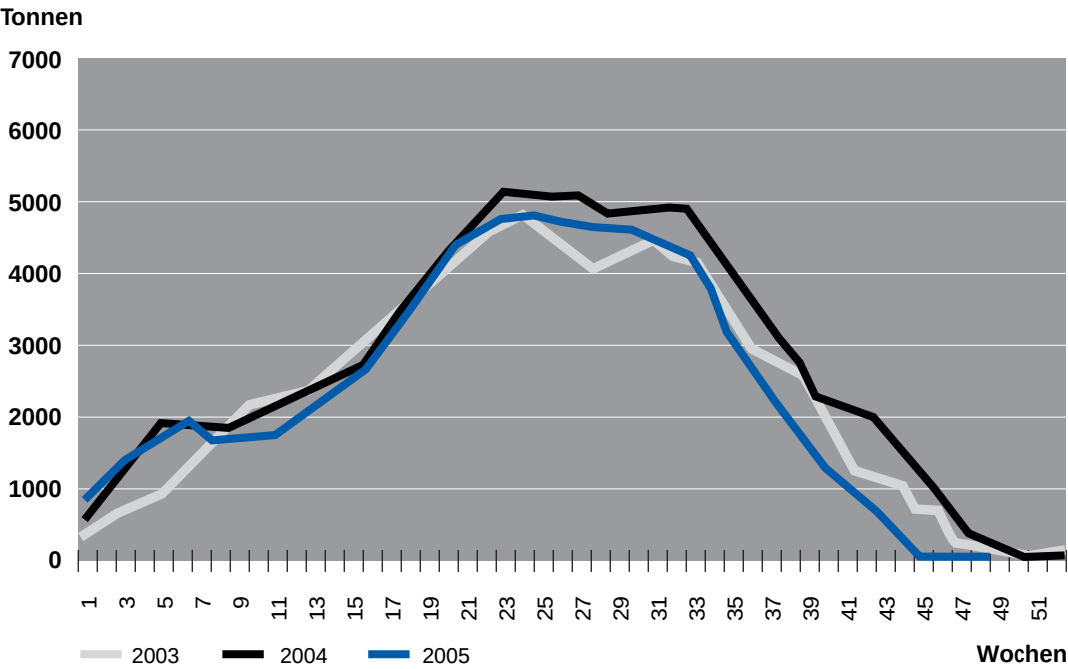
Konsumrahm und Butter

Im Jahr 2005 konnte die Rahmproduktion wieder auf 64'494 Tonnen gesteigert werden, was einer Mehrproduktion von 505 Tonnen oder 0,8 Prozent entspricht. Unter Einbezug der Rahmexporte muss jedoch davon ausgegangen werden, dass der Rahmkonsum auch 2005 rückläufig war.

Die Butterproduktion fiel 2005 um 1'469 Tonnen oder 3,7 Prozent tiefer aus als im Vorjahr. Trotz rückläufiger Konsumzahlen konnten bereits Ende Oktober die Lager vollständig abgebaut werden und bis zum Jahresende konnten 1'701 Tonnen Butter importiert werden.

Die Entwicklung des Buttermarktes wurde begünstigt durch die höhere Käseproduktion und die Rahmexporte.

Butterlager: wöchentlicher Vergleich 2003 – 2005



Quelle: Branchenorganisation Butter

Mit Beihilfen vermarktete Magermilch

Bei der verfütterten Magermilch wurde im Berichtsjahr 2005 mit 8'090 Tonnen (-48%) ein neuer Tiefstwert erreicht. Aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist mit einer weiteren Abnahme der über diesen Kanal vermarkteten Milch zu rechnen. Es ist sogar denkbar, dass diese Massnahme mangels Nachfrage noch vor 2009 entfällt.

Mit 300 Tonnen (-901 t) ist die zu Säurekasein verarbeitete Magermilchmenge auf ein so tiefes Niveau gesunken, dass in Bälde auch mit dem «Aus» dieser Vermarktungsform gerechnet werden muss.

Die zur Herstellung von Proteinkonzentraten (Kaseinate, Milchproteine und Promilk) eingesetzte Magermilchmenge verzeichnete mit 229'567 Tonnen (-14'354 t) erstmals seit Jahren einen Rückgang. Dies entspricht einer Menge von rund 21'000 Tonnen Magermilchpulver oder rund 4'000 Tonnen weniger als die Magermilchpulverproduktion. Der Rückgang ist in erster Linie mit dem Fehlen des Rohstoffs im Sommerhalbjahr zu erklären.

Vollmilchpulver

Im Kalenderjahr 2005 wurden 15'970 Tonnen Vollmilchpulver hergestellt. Das sind 412 Tonnen oder 2,5 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Differenz zum Vorjahr entspricht nahezu den auf 1'875 Tonnen reduzierten Exporten. Die Ausfuhren wurden auf die erste Jahreshälfte beschränkt.

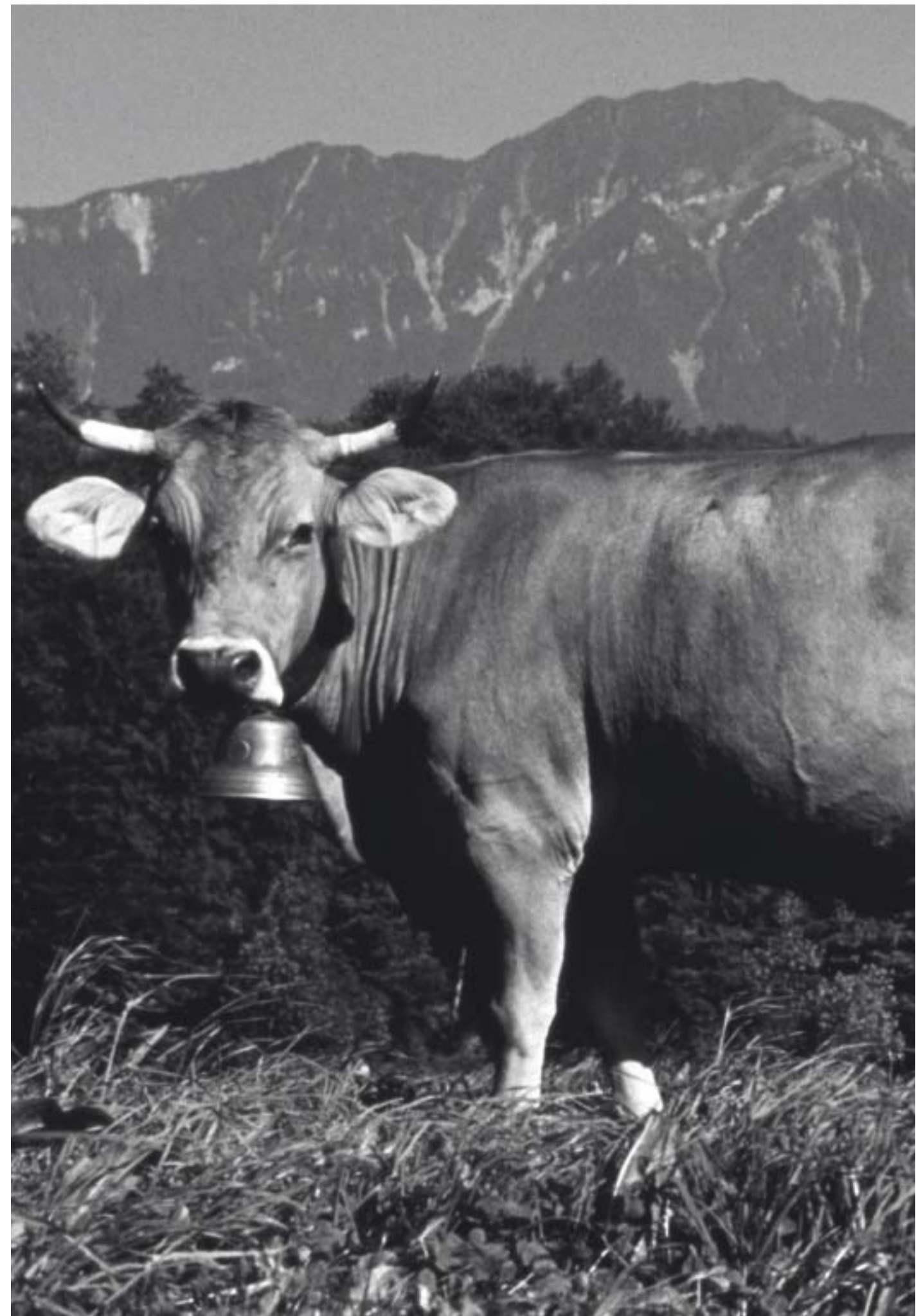
Magermilchpulver

Im Kalenderjahr 2005 wurden 24'843 Tonnen Magermilchpulver hergestellt, was gegenüber dem Vorjahr einer Zunahme um 740 Tonnen oder 3,1 Prozent entspricht. In diesem Zeitraum wurden über den Exportpool der BSM 12'937 Tonnen ausgeführt. Das sind 1'189 Tonnen oder 10 Prozent weniger als im Vorjahr. Somit wird die Hälfte der Produktion exportiert.

Aussenhandelsbilanz

Sowohl die Milchproduktexporte wie die -importe konnten im Jahr 2005 gesteigert werden. Die mit in Frischmilch gerechnete Aussenhandelsbilanz ist mit 376'400 Tonnen positiv, verschlechterte sich aber gegenüber dem Vorjahr um 17'300 Tonnen oder 4,4 Prozent.

Aufgrund der neuen Bedingungen für den Rahmeisexport ab Februar 2005 konnten 15'100 Tonnen oder 15,8 Prozent mehr Speiseeis und Schokolade exportiert werden. Gleichzeitig nahm aber auch der Import dieser Produkte um 1'500 Tonnen oder 8,2 Prozent zu. Bemerkenswert ist, dass der Import von Schmelzkäse massiv zugenommen hat und gleichzeitig weniger Schmelzkäse exportiert wurde. Dies weist auf grössere Probleme des Schmelzkäsemarktes in der Schweiz hin, die auf den Abbau der Exportbeihilfen und der Zollschränken zurückzuführen sind. Bei Weich-, Halbhart- und Hartkäse konnten hingegen die Exporte bei gleichzeitigem Importrückgang gesteigert werden.



1.5 Marktordnung

Mitglieder in den Sortenorganisationen sind die Milchproduzenten, die Käser und die Käsehändler. Die Schweizer Milchproduzenten sind in den wichtigsten Sortenorganisationen im Vorstand vertreten, um die Koordination der Produzenteninteressen in wichtigen Fragen über die einzelnen Sorten hinweg sicherzustellen, zum Beispiel:

- Steuerung der Käseproduktion
- Förderung der Qualität
- Schutz der AOC oder der Marke
- Marketing für die Käsesorte
- Interessenvertretung für die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Die Marketingaktivitäten für Schweizer Käse im Ausland und an Messen werden einheitlich im Rahmen der gemeinsamen Organisation Switzerland Cheese Marketing SCM AG konzipiert und umgesetzt.

■ **Emmentaler Switzerland.** Die schwierigen wirtschaftlichen Bedingungen führten dazu, dass in vielen Käsereien die Produktion eingestellt wurde und ein Grossteil der Milchproduzenten auf Silagefütterung umstellte. Der Markt zog im Berichtsjahr wieder an, mit dem Ergebnis, dass die Lager Tiefstwerte erreichten. Per 1. November konnte der Richtpreis nach langer Talfahrt wieder auf CHF 6,60 je Kilogramm erhöht werden. Weitere Preiserhöhungen in Abhängigkeit der Marktentwicklung sind von den Handelsfirmen in Aussicht gestellt worden. Emmi und in der Folge weitere Handelsfirmen werden den Preis per 1. Februar 2006 um weitere 20 Rappen erhöhen. Soll der Milchpreis für Emmentaler-Milch wieder auf das Niveau anderer Käsesorten angehoben werden, sind aber weitere Preiserhöhungen beim Emmentaler notwendig. An einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung im April 2005 führte die Sortenorganisation das Pflichtenheft der AOC auf privatrechtlicher Basis ein. Mit dieser Massnahme soll die Qualität und das Image von Emmentaler Switzerland gesteigert werden.

■ **Le Gruyère AOC.** Dank der guten Marktlage, insbesondere im Export, konnte die Produktion

ausgedehnt werden. Der Milchpreis ist mit rund 82 Rappen inkl. Siloverzichtszulage befriedigend. Die guten Milchpreise sind nicht zuletzt auch Grund dafür, dass sich bisher die Käsereistrukturen wenig verändert haben. Eine verstärkte Zusammenarbeit unter den Käsereien wäre wünschenswert. Die Sortenorganisation pflegt ihre Marke sehr sorgfältig und verfolgt deren Nutzung sehr genau.

■ **Appenzeller®.** Die Produktion von Appenzelkerkäse konnte 2005 aufgrund der positiven Absatzentwicklung um gut 1'000 Tonnen ausgedehnt werden. Insbesondere die Exporte nach Deutschland konnten zulegen. Rund 700 Tonnen konnten in Form von Scheiben abgesetzt werden. Milch, die zu Appenzelkerkäse verarbeitet wird, erreicht einen Preis von rund 76 Rappen je Kilogramm (exkl. Siloverzichtszulage). Im Mai 2005 hat die Sortenorganisation Appenzelker Käse GmbH beschlossen, dass Produktionsmengen zwischen Appenzelkerkäsereien verschoben werden können, wenn alle betroffenen Parteien einverstanden und die Bedingungen der Sortenorganisationen erfüllt sind. Damit wurden die Voraussetzungen geschaffen, die Strukturen massvoll weiterzuentwickeln.

■ **Tilsiter Switzerland.** Die Vorboten des Markteintrittes der Discounter, wie beispielsweise die Billiglinie «Prix Garantie» bei Coop, setzten dem Tilsiter stark zu. Die Positionierung von Tilsiter als günstigstes Markenprodukt war diesem Angriff von tieferpreisigen Produkten nicht gewachsen. Die Produktion musste eingeschränkt und mittelfristig müssen die Käsereistrukturen bereinigt werden. Die Strategie des Tilsiters wird überprüft, und an der Generalversammlung vom Frühling 2006 sollen Strategie und Massnahmen den Mitgliedern vorgelegt werden.

■ **Walliser Raclette.** Die Verkaufserwartungen blieben unerfüllt, weshalb sich per November eine Produktionseinschränkung aufdrängte. Der Feta-Entscheid des europäischen Gerichtshofes gibt Anlass zur Hoffnung, dass das AOC-Gesuch wieder vorwärts kommt. Verhandlungen dazu sind im Gange.

■ **Freiburger Vacherin.** Die Produktion und die Exportverkäufe nahmen merklich zu. Der Freiburger Vacherin erhielt Ende Jahr die AOC-Bezeichnung. Die entsprechende einstimmige Haltung des Sektors verhinderte, dass das Eintragungsgesuch im Sand verlief.

■ **Sbrinz.** Produktion und Absatz sind auf tiefem Niveau stabil. Das Problem der andauernden Einschränkung der Käsereien ist nur durch eine weitere Strukturbereinigung zu lösen.

■ **Bündner Bergkäse.** Produktion und Verkauf des Bündner Bergkäses sind insgesamt stabil. Vor allem der reife Biokäse entwickelt sich positiv. Mit der kürzlich umgesetzten Sortimentsstraffung der Sorten «Mild», «Würzig» und «Extra Reif» können die unterschiedlichen Marktsegmente noch besser bedient werden. Auf Ende 2005 wurde mit Emmi ein Exportprojekt in Deutschland lanciert. Leider immer noch hängig ist das Markenschutzverfahren. Die grosse Herausforderung bleibt daher die Abgrenzung des hochpreisigen Biorohmilchkäses gegenüber den Mitbewerbern.

■ **Raclette Suisse®.** Aufgrund des hoch gesättigten Marktes hat sich der Kampf um Image und Marktanteile verstärkt. Trotzdem herrscht aber im In- und Ausland eine rege Nachfrage nach Raclette. Auf Ende Jahr 2005 konnte die Exportmenge um 25 Prozent ausgedehnt werden. Mehrere Mitglieder von Raclette Suisse® vermelden einen knappen Lagerbestand. Der Verein ortet im Schweizerischen Markt weiterhin eine begrenzte Marktausdehnung und sieht ein grosses Potenzial im Export. Die Position von Raclettekäse in der Schweiz könnte durch eine Koexistenz betreffend AOC und einer Anerkennung der AOC Raclette (du Valais) durch die EU merklich gestärkt werden.

Die SMP ist in den wichtigsten Sortenorganisationen vertreten und setzt sich für die Interessen der Produzenten wie hohe Qualität, gezieltes Mengenmanagement und optimales Marketing ein.

1.6 Marktstützung

Der Milchstützungsfonds federt die Auswirkungen der saisonal unterschiedlichen Milchproduktion und der schwankenden Weltmarktpreise ab. Er unterstützt gezielt Exporte von Käse und Rahm in die EU, verbilligt die Vermarktung der überschüssigen Magermilch aus der Rahm- und Butterproduktion und korrigiert unvorhergesehene Marktungleichgewichte. Schwankungen der Milchproduktion und -verarbeitung können so aufgefangen werden, der grosse Trend der Preisentwicklung kann jedoch damit nicht gebrochen werden.

Ein konsequenter Einbezug der Marktpartner in die Planung und Durchführung der Massnahmen ermöglicht einen optimalen Prozess. Eine regelmässige Erfolgskontrolle und die periodische Überprüfung sind die Grundlagen für die Weiterentwicklung der Massnahmen. Ziel ist es, mit einem möglichst geringen Beitrag die Milchmenge und den Milchpreis auf einem möglichst hohen Niveau wirksam zu stabilisieren.

Durchgeführte Massnahmen vom 1. Mai 2004 bis am 30. April 2005

Mit den Massnahmen des Milchstützungsfonds konnten im Milchjahr 2004/05 folgende Ziele erreicht werden:

- Der Regulierbedarf für Milch wurde reduziert, weil wieder mehr Käse produziert und exportiert wurde und die Bedingungen auf dem Weltmarkt positiv waren.
- Der Fettmarkt wurde durch Rahmexporte und die Verwendung von Rahm in der Speiseeisherstellung entlastet.

- Der Käseimport für die Verarbeitung in der Lebensmittelindustrie wurde gebremst.
- Der Export von Sbrinz konnte aufrechterhalten werden, indem ein Teil des Stützungsabbaus des Bundes kompensiert wurde.
- Die Verwendung von Schweizer Käse in der Schmelzkäseverarbeitung wurde gesichert, indem die Exporte von Schmelzkäse unterstützt wurden.
- Käse im Export wird breiter gefördert, indem der Aufbau neuer EU-Märkte für Käsespezialitäten gezielt unterstützt wird.

■ Im Milchjahr 2004/05 wurden Stützungs- und Förderungsmassnahmen im Umfang von CHF 39,5 Mio. durchgeführt. Dem gegenüber standen Einnahmen von CHF 45,91 Mio. Unter Einbezug des Verlustvortrages von CHF 0,11 Mio. schliesst die Rechnung des Milchstützungsfonds per 30. April 2005 mit einem Einnahmenüberschuss von CHF 6,3 Mio. ab.

Massnahmen Milchjahr 2005/06

Nach Überprüfung aller bisherigen Massnahmen wurde den Delegierten im April 2005 das Budget für das Milchjahr 2005/06 zur Genehmigung unterbreitet.

Im Sinne der Kontinuität wurden die bisherigen Massnahmen weitergeführt, die Höhe der Stützungen jedoch aufgrund der Milchpreisverhandlungen angepasst. Zur Verhinderung des Veredelungsverkehrs plante die SMP beim «Schoggigesetz» zusätzlich geeignete Massnahmen. Die Höhe des Beitrags für den Milch-

Budget und Rechnung 2004/2005 des Milchstützungsfonds

Milchjahr 2004/05	Budget (Mio. Fr.) A	Rechnung (Mio. Fr.) B	Abweichung	
			(Mio. Fr.) A – B	Prozent
Milchpulver				
Export MMP	6,30	5,64	0,66	– 10%
Export Milcheiweiss	6,56	4,07	2,49	– 38%
Export Vollmilchpulver	7,08	3,19	3,89	– 55%
Total Milchpulver	19,94	12,90	7,04	– 35%
Rahm / MilCHFett				
Export Rahm in EU	1,00	1,78	– 0,78	78%
Rahm im Speiseeis MSF BIF	5,50	4,33	1,17	– 21%
Total Rahm 1 MilCHFett	6,50	6,11	0,39	– 6%
Käse				
Aufbau EU-Markt	1,50	1,08	0,42	– 28%
Exportförderung	2,90	4,20	– 1,30	45%
Importverdrängung / verarb. Käse	0,51	0,49	0,02	– 4%
Total Käse	4,91	5,77	– 0,86	18%
Total Milchprodukte (gerundet)	31,35	24,79	6,56	– 21%
Diverses				
Alpkäse		0,37	– 0,37	
Beitrag SCM / Bio-Suisse		5,15	– 5,15	
Administration MSF / Zinsen etc.	0,37	0,40	– 0,03	8%
Aufbau Betriebskapital / Liquidität	8,80	8,80	0,00	0%
Total Diverses	9,17	14,72	– 5,55	61%
Total laufende Ausgaben (gerundet)	40,52	39,51	1,01	– 3%
Defizitvortrag Vorjahr	0,81	0,11	0,70	
Gesamtaufwand (gerundet)	41,33	39,61	1,72	– 4%
Einnahmen				
Beiträge Milchstützungsfonds	– 40,94	– 41,58	0,64	2%
Rückerstattung BIF		– 4,33	4,33	
Einnahmen (gerundet)	– 40,94	– 45,91	4,97	12%
Budgetvortrag (gerundet)	– 0,39	6,29	6,68	

Quelle: Vorstandsbeilage vom 8. Juli 2005

stützungsfonds konnte aufgrund der günstigen Marktentwicklung auf CHF 0,01 je Kilogramm in Verkehr gebrachte Milch gesenkt werden. Die Delegierten stimmten dem Budget und der Beitragshöhe am 12. April 2005 zu. Es kann davon ausgegangen werden, dass aufgrund der guten Marktlage die für Massnahmen beim Milchpulver reservierten Mittel bis Ende Milchjahr 2005/06 nicht vollständig benötigt werden. Beim Käse wird das Budget voraussichtlich ausgeschöpft werden.

Der Milchstützungsfonds hat sich in schwierigen Zeiten gut bewährt und muss weitergeführt werden, um die Marktlage zu stabilisieren sowie die Milchmenge und den Milchpreis zu stützen.

1.7 Marketing

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 das Einkommen der Milchproduzenten leisten. Gemeinsame Aktivitäten erlauben einen effizienten, gesamtschweizerischen Marktauftritt und schaffen eine Plattform für bäuerliche Direktvermarkter und Markenhersteller. Basismarketing 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 Basismarketing der Branchenorganisationen, nicht aber Markenwerbung oder Werbung einzelner Hersteller. Bedingung für die Unterstützung des Bundes ist auch, dass die Produzenten angemessene eigene Beiträge leisten.



Das Marketing der SMP sorgt mit einem dichten und wirksamen Netz von rund 100 Massnahmen dafür, dass Milch und Milchprodukte in der ganzen Schweiz bei allen wichtigen Zielgruppen das ganze Jahr hindurch präsent sind, Sympathie geniessen und ihr positives Image behalten. Dies ist wichtig, um der mächtigen Konkurrenz – die von Softdrinks über Fruchstücsgetränke, Mineralwässer, pflanzliche Fette bis hin zu ausländischen Agrarprodukten reichen – die Stirne zu bieten. Schlagkräftiges Marketing heisst unter anderem, dass die SMP

- Milch nicht nur als Getränk, sondern auch als Nahrungsmittel (etwa bei den wichtigen Konsumsituationen Frühstück und Zwischenverpflegung) zeigt.
- Zielgruppen, bei denen eine Prägung des Konsumverhaltens möglich und sinnvoll ist, intensiv bearbeitet. Dies sind vor allem Familien mit Kindern sowie Teens und Twens.
- direkt zum Konsum von Milch auffordert und wo möglich auch ihre gesundheitlichen Vorteile hervorhebt.
- interne und externe Synergien aktiv nutzt und sinnvolle Kooperationen ausschöpft.



Viele verschiedene Massnahmen

Lovely, die steppende, Fussball spielende und Schanzen springende Kuh, ist seit 1992 zu einem unverwechselbaren Schlüsselbild für Milch und Milchprodukte geworden. Die Fernsehspots – zweifellos die bekannteste SMP-Marketingmassnahme – erreichen eine Beachtung wie nur ganz wenige andere Werbekampagnen. Aber die Spots sind nur eine Massnahme unter vielen:

- Seit einigen Jahren ist die Butterfrau Symbol für «Die Butter». Begleitet von einem erfindungsreichen Lausbuben hatte sie wieder grosse Auftritte in Fernsehspots und Inseraten. «Mein Name ist Eugen» ist einer der erfolgreichsten Schweizer Filme überhaupt. Und was passt besser zu den vier Lausebengeln als das Naturprodukt Butter? Die SMP hat die Gelegenheit beim Schopf gepackt, ist als Sponsoringpartnerin bei der Filmproduktion eingestiegen und hat so die Medienwirksamkeit des Films auch für die Butter genutzt. Für Floralp-Butter wurde die Werbung mit wunderschön inszenierten Butterbroten 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 2005 wurden Lehrmittel für alle Schulstufen angeboten. Besonders erfreulich: Die Fachkommission Lehrmittel des Bundesamtes für Gesundheit hat die Lehrmittel der SMP als «empfehlenswert» eingestuft.
- Kalzium aus der Milch macht schlank, das haben wissenschaftliche Studien bewiesen. Mit diesem Wissen, wie auch mit vielen weiteren Informationen über den gesundheitlichen Stellenwert von Milch und Milchprodukten, gelangen die SMP nicht nur an die Öffentlichkeit, sondern auch an Ernährungsfachleute.
- 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 gibt es landauf landab an jährlich über 1'000 Anlässen: Ob Stadtfest, Sportanlass, Olma oder Jodlerfest – die Milch ist an den wichtigsten nationalen und regionalen Anlässen der Schweiz vor Ort.
- Im Herbst fand in Zusammenarbeit mit dem Landfrauenverband der fünfte nationale «Tag der Pausenmilch» statt. Rund 250'000 Schülerinnen und Schüler in 1'500 Schulen der ganzen Schweiz, zufriedene Lehrkräfte und zahlreiche Medienberichte zeugten vom Erfolg.
- Eine wichtige Zielgruppe ist die Gastronomie, denn Auswärtsessen ist immer mehr im Trend. Deshalb ist die SMP in Restaurants, Take-aways und Kantinen dafür besorgt, dass Milch und Milchprodukte verwendet werden.
- Am Gurtenfestival, am Paléo-Festival, am Heitere Open Air und am Open Air Gampel lancierte die SMP das Pilotprojekt «Frühstück ans Bett». Ziel war es, einem jüngeren Publikum das klassische Frühstück in einer zeitgemässen Form zu vermitteln und damit die wichtigste Konsumsituation für Milch zu fördern. Die rund 3'400 verkauften Frühstückspakete zeigen, dass die Aktion bei den Festivalbesuchern auf grosse Sympathie gestossen ist.
- Eines der zentralen Ziele des Milch-Marketings ist die Verbreitung von Rezepten, da diese einen direkten Konsumanreiz darstellen. Zwei neue Medienkooperationen mit auflagestarken Titeln tragen wesentlich zur vermehrten Präsenz von Milch und Milchprodukten in der Küche bei: Seit Juni erhält die Frauenzeitschrift «Glückspost» wöchentlich zwei Rezeptseiten sowie Produkte- und Ernährungsinformationen. Und die Familienzeitschrift «Schweizer Familie» publiziert acht Mal jährlich acht Zusatzseiten Rezepte aus dem Kochmagazin LE MENU.

Das Basismarketing der SMP sorgt mit einer Vielfalt an Massnahmen, dass Milch und Milchprodukte bei allen wichtigen Zielgruppen das ganze Jahr hindurch präsent sind und ihr positives Image behalten. Es hilft, möglichst viel Verkehrsmilch abzusetzen und dadurch die Einkommen der Milchproduzenten zu sichern. Die systematischen Kontrollen zeigen, dass das Milchmarketing wirkt.

■ Was Hänschen nicht lernt ... Kinder und Jugendliche sind wichtig für die SMP. Deswegen schafft sie interessante Lehrmittel zum Thema Milch. Wir arbeiten aktiv mit Kindergärten zusammen und senden Ernährungsfachleute für Vorträge in Kindergärten und Schulen. Damit die Theorie auch in die Praxis umgesetzt wird, bieten wir neben Informationen und Broschüren auch Bechergestelle, Becher und Znüni-Böxli an. Zusammen mit dem landwirtschaftlichen Informationsdienst LID stellen wir unsere Lehrmittel regelmässig in den didaktischen Zentren aus – damit auch die zukünftigen Lehrerinnen und Lehrer wissen, dass Milch und Landwirtschaft spannende Themen sind.

■ Die Homepage www.swissmilk.ch der SMP erfreut sich steigender Beliebtheit und intensiver Nutzung. So verzeichnete sie 2005 über 1 Million Visits. Besonders beliebt sind Dateien zum Herunterladen (Werbespots, Produkte- und Ernährungsinformationen, Unterhaltung) und sehr häufig werden Bestellungen getätigt (Lehrmittel, Informationsmaterial, Kochbücher, Werbeartikel).

■ Die aktuelle Auflage- und Leserzahlen-Erhebung für Schweizer Zeitungen und Zeitschriften zeigt für das Kochmagazin LE MENU mit Rezepten aus saisonalen, einheimischen Produkten sowie interessanten Informationen

rund ums Kochen und die Schweizer Landwirtschaft Erfreuliches: Das von der SMP herausgegebene Kochmagazin weist eine beglaubigte Auflage von über 60'000 Exemplaren aus und erreicht monatlich über 230'000 Leserinnen und Leser.

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 Infrastrukturmaterial 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, vor allem in der Marketingforschung, Basiswerbung, Öffentlichkeitsarbeit und Verkaufsförderung. Die SMP nimmt in der AMS eine aktive Rolle ein und arbeitet an vorderster Front mit bei der Umsetzung von Massnahmen. 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, innovative Schweizer Produkte ausgezeichnet werden, ist zuständig für den gemeinsamen Einkauf von Media-Leistungen und arbeitet aktiv mit beim zweimal jährlich erscheinenden landwirtschaftlichen Lehrmittel «Pick up».



Die Milch und SUISSE GARANTIE

Unter der Federführung der AMS Agro-Marketing Suisse lancierte die Schweizer Landwirtschaft im September 2004 das Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE. Nach rund einem Jahr ist es nun bei allen wichtigsten Branchen eingeführt oder zur Einführung bereit: Gemüse, Früchte, Milch und Milchprodukte, Käse, Fleisch, Eier, Kartoffeln, Brotgetreide/Ölsaaten, Zucker sind mit dem Schweizer Herkunftszeichen erhältlich. SUISSE GARANTIE wird von den relevanten Akteuren unterstützt. Coop führt alle mit SUISSE GARANTIE gekennzeichneten Produkte, Migros konzentriert sich in einer Pilotphase auf Obst und Gemüse und auch weitere Handelskanäle wie Volg oder Spar führen SUISSE GARANTIE-Produkte. Unterstützt wird das Herkunftszeichen auch von der grössten Schweizer Konsumentenorganisation kf.

Unter massgeblicher Mitarbeit des SMP-Marketings werden folgende Aktivitäten für SUISSE GARANTIE durchgeführt:

■ grosse Messeauftritte (Information, Degustation, Wettbewerb, Restaurant) an den bedeutendsten Schweizer Publikumsmessen.

■ Produktion und Streuung von Informationsmitteln (Broschüren, Publireportagen für die Grossverteilerpresse).

■ Pflege der Homepage www.suissegarantie.ch

■ Support bei der Qualitätssicherung und Administration der Garantiemarke.

Um möglichst viele Synergien zu nutzen, werden wo möglich und sinnvoll die Marketingmassnahmen für Milch mit SUISSE GARANTIE verknüpft. So wird beispielsweise der TV-Spot mit der SUISSE GARANTIE-Einblendung ergänzt und Lovely trägt in der Werbung eine entsprechende Ohrmarke. Am Tag der Milch werden Milch, Gesundheit und Herkunft als gemeinsame Botschaften transportiert. Und in Informationsmaterialien sowie an Anlässen und Messen wird auf SUISSE GARANTIE hingewiesen.

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 Milchproduktkonsum 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

Anpassung der Organisationsstruktur

Die Veränderungen der Rahmenbedingungen und des Umfeldes wirken sich auf die Organisation der Milchproduzenten aus. Als Folge davon sind auch Anpassungen bei der SMP und den regionalen Mitgliedsorganisationen notwendig.

Der Vorstand der SMP hat am 25. August 2005 aufgrund eines Berichts der Arbeitsgruppe «Organisationsstruktur» des Vorstandes die Anpassung der Organisationsstruktur beraten und nachstehend aufgeführte Beschlüsse gefasst und der Delegiertenversammlung am 12. Oktober 2005 unterbreitet:

1. Das Modell «Bisher mit Kommissionen» ist umzusetzen. Dazu sind Konsultationen durchzuführen. Bis Ende Oktober 2005 nehmen die Mitgliedsorganisationen und weitere Kreise Stellung zum Konzept.

2. Zur Umsetzung sind folgende Massnahmen einzuleiten:

2.1 Arbeitsgruppe ist zu beauftragen, das Modell «Bisher mit Kommissionen» zu konkretisieren (Statuten der SMP und Reglemente der Kommissionen).

2.2 Die Reglemente der Fonds der SMP sind zu überprüfen und zu ergänzen:

- Marketingfonds im Hinblick auf die Ausrichtung auf die schweizerische Herkunft und das gesamte Basismarketing;
- Milchstützungsfonds im Hinblick auf den vorzeitigen Ausstieg und vertragliche Regelung für Leistungen.

3. Im Rahmen der Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2011 ist zu prüfen, welche Massnahmen zur Stärkung der Selbsthilfemassnahmen und der Position der Milchproduzenten am Markt zweckmässig sind.

Die Delegiertenversammlung der SMP hat entschieden, dass im Frühjahr 2006 über Änderungen der Statuten und Reglemente zu befinden ist.



Nationale Datenbank Milch (DBMilch.ch)

Die TSM Treuhand GmbH (TSM), in welcher auch die Milchverbände und die SMP Gesellschafter sind, führt das Projekt «Nationale Datenbank Milch» (DBMilch.ch) durch. DBMilch.ch bietet allen Partnern der Milchwirtschaft ein gemeinsames Arbeitsinstrument, um die Milchproduktions-, Verwertungs- und Qualitätsdaten unter Wahrung des Datenschutzes einheitlich, kundengerecht, benutzerfreundlich und kostengünstig zu bewirtschaften. Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) setzt auf DBMilch.ch und hat der TSM einen Leistungsauftrag für die gesetzlich verankerte Datenerhebung erteilt.

Revision des Lebensmittelrechts

Das neue Lebensmittelrecht der Europäischen Union tritt auf Anfang 2006 in Kraft. Für die Schweiz geht es darum, die Exportfähigkeit für schweizerische Lebensmittel zu erhalten. Auf diesen Zeitpunkt muss die Gleichwertigkeit mit den schweizerischen Vorschriften staatsvertraglich vereinbart werden. Die Bundesämter BAG, BVET und BLW führten deshalb im Frühjahr 2005 eine Anhörung zur Revision des schweizerischen Lebensmittelrechts durch.

Am 23. November 2005 wurde das neue Lebensmittelrecht publiziert. Direkt relevant für die Milchproduzenten sind die Milchqualitätsverordnung (MQV) und die Verordnung des EVD über die Hygiene bei der Milchproduktion.

Die MQV wird auf den 1.1.2007 in Kraft gesetzt (rund ein Jahr für die Umsetzung), Änderungen sind:

- Zuständigkeiten:
 - Ausschreibung der Qualitätskontrolle der Milch durch BVET
 - Kantone für die Inspektion
 - Branche für die Hygieneberatung

■ Finanzierung Qualitätskontrolle der Milch:
Bund; Inspektion: Kantone; Hygieneberatung: Mitfinanzierung in kleinem Umfang Bund.

■ Das BLW erhält mit der Verordnung über die Primärproduktion (Art. 9 und Art. 3 Abs. 3) gewisse Aufgaben bei den Erlassen und der Koordination der Kontrollen bei der Primärproduktion.

■ Die wesentlichen Änderungen bei der QS Milchproduktion wurden in die Verordnung des EVD über die Hygiene bei der Milchproduktion überführt: Der Artikel 21 zum Unterhalt der Melkanlagen lautet neu:

«Die Produzentinnen und Produzenten müssen für eine einwandfreie Funktionsweise der Melkanlagen sorgen. Die Servicearbeiten an den Melkanlagen müssen mindestens einmal pro Jahr, in Sömmerungsbetrieben mindestens einmal in zwei Jahren, von einer Fachperson nach international anerkannten Normen durchgeführt werden. Die Serviceblätter sind fünf Jahre aufzubewahren.»

Leider werden die längst überfälligen Fragen der Zuständigkeiten der Bundesämter (Lebensmittelamt) mit diesem Paket nicht geklärt.

Ende Juni 2005 hat das BVET die Ausschreibung der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch (QK) eröffnet. Eingaben konnten bis Mitte Dezember 2005 gemacht werden. Die Anbieter müssen nachweisen, dass sie die Qualitätskontrolle gesamtschweizerisch oder mit anderen Labors national koordiniert durchführen können.

Beratung der Milchproduzenten

Der Vorstand der SMP hat an der Sitzung vom 25. August 2005 den Bericht der Arbeitsgruppe «Beratung» zur Kenntnis genommen und den Anträgen zugestimmt. Es gibt ein vielfältiges Angebot an Beratung und eine heterogene Nachfrage. Die Zuständigkeiten, Finanzierungen und Organisationen sind sehr unterschiedlich. Im Zuge der tief greifenden Umstrukturierungen und der Finanzknappheit besteht das Risiko, dass Beratungsangebote verschwinden werden. Eine sehr liberale Haltung, die davon ausgeht, dass sich das Angebot nach der Nachfrage ausrichten wird, ist gefährlich. Auf der anderen Seite ist es nicht möglich, den Beratungsmarkt zu regulieren.

Ein zweckmässiges Beratungsangebot zur Sicherung der Milchqualität muss aufrechterhalten werden und soll weiterhin flächendeckend zugänglich sein. Dazu braucht es regionale Zentren, Zusammenarbeit in Netzwerken und weiterhin öffentlich-rechtliche Unterstützung und Mitfinanzierung. Es ist wichtig, dass auch die Milchverarbeiter und die Sortenorganisationen Käse in die Diskussion um die Bildung regionaler Zentren für die Milchhygieneberatung einbezogen werden.

Projekt «Standard Service und Installation Melkanlagen»

Als Grundlage für den Service und die Installation von Melkanlagen besteht eine Vereinbarung von 1994 mit der Fachgruppe D des Schweizerischen Landmaschinenverbandes. Eine Arbeitsgruppe hat die technischen Grundlagen überarbeitet. Der neue Branchenstandard, abgestützt auf Artikel 21 der Verordnung des EVD über die Hygiene bei der Milchproduktion tritt am 1. Januar 2006 in Kraft (vgl. www.swissmilk.ch).

Feta-Urteil der EU

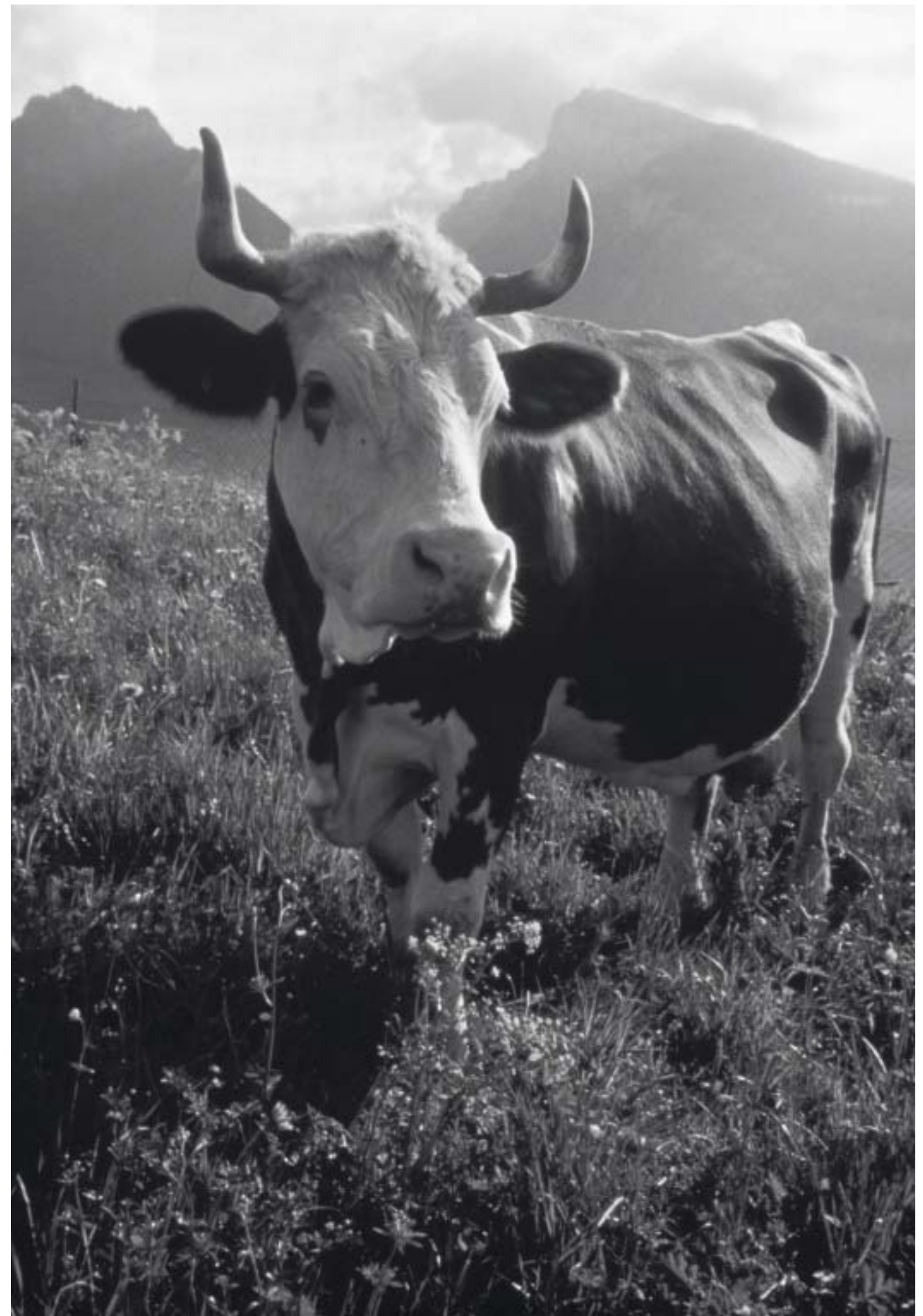
Der Europäische Gerichtshof hat am 27. Oktober 2005 sein Urteil über den berühmten Feta-Fall veröffentlicht. Er hat entschieden, dass Feta keine generische Bezeichnung ist, und daher die Eintragung als geschützte Ursprungsbezeichnung weiterhin gültig bleibt. Der Europäische Gerichtshof unterstützt mit diesem Urteil die frühere Beurteilung der EU-Kommission.

Die Vermarktung von Feta, der nicht in Griechenland hergestellt worden ist, wird damit ab dem 15. Oktober 2007 verboten sein. Auch in den laufenden WTO-Verhandlungen dokumentiert die EU mit diesem Urteil Geschlossenheit gegen aussen und bringt Klarheit in die EU-internen Meinungsdivergenzen. Zudem wird die EU anderen Staaten, beispielsweise der Schweiz, in Zukunft gleiches nicht verwehren können.

100 Jahre ZVSM/SMP am 29. Januar 2007

Der Zentralverband schweizerischer Milchproduzenten ZVSM wurde am 29. Januar 1907 gegründet. Das hundertjährige Verbandsjubiläum 2007 soll Anlass sein, das Milchland Schweiz zu stärken sowie in Politik und Gesellschaft das Bewusstsein für seine Bedeutung nachhaltig zu fördern.

Im Mai 2005 hat der Vorstand die Geschäftsstelle beauftragt, ein Jubiläumsprogramm auszuarbeiten. Ziel ist es, 2007 verschiedene regionale und nationale Aktivitäten durchzuführen. So soll zu Beginn des Jubeljahres am Gründungstag vor hundert Jahren eine grosse Festveranstaltung in Bern mit Gästen aus der Milch- und Landwirtschaft, aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft stattfinden. Um die Organisation und die Milchwirtschaft im Lauf des vergangenen Jahrhunderts möglichst lückenlos zu dokumentieren, wird im Jubiläumsjahr ein ausführlicher Quellenband zur Verbandsgeschichte erscheinen.



2.1 Delegiertenversammlung

An den Delegiertenversammlungen vom 13. April und 12. Oktober 2005 wurden die Delegierten, die Gäste und die Medien umfassend über die Tätigkeiten der Schweizer Milchproduzenten SMP informiert. Die Delegierten fassten wichtige Beschlüsse über organisatorische und politische Entscheide und wählten neue Vorstandsmitglieder.

Im Detail wurden folgende Geschäfte behandelt:

13. April 2005:

- Abnahme der Jahresrechnung und Entlastung der Organe
- Finanzierung der Beiträge SMP vom 1. Mai 2005 bis 30. April 2006:
 - Marketingfonds: 0,525 Rappen/kg
 - Milchstützungsfonds: 1,0 Rappen/kg
 - Verwaltungskosten: 0,15 Rappen/kg
 - Inkasso für das Switzerland Cheese Marketing: 0,2 Rappen/kg
 - Inkasso für den Schweizerischen Bauernverband: 0,04 Rappen/kg
- Gesuch um Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen
- Wahl von Peter Bühlmann, Christian von Känel und Hansruedi Scheuner in den Vorstand
- Wahl von Franziska Borer, Claudio Guarise und Urs Guntern als Suppleanten des Vorstandes
- Wahl der Kontrollstelle
- Ausstieg aus der Milchkontingentierung und dazu notwendige Statutenänderungen

12. Oktober 2005

- Strategie für die Milchpreisbildung und Rolle der SMP in den Milchpreisverhandlungen
- Stellungnahme zur AP 2011
- Anpassung der Organisationsstrukturen aufgrund des vorzeitigen Ausstieges aus der Milchkontingentierung
- Wahl von André Aeby und Andreas Müller in den Vorstand
- Wahl von Rolf Luginbühl als Suppleant des Vorstandes



2.2 Vorstand und Vorstands ausschuss

Der Vorstand hat sich an acht ordentlichen Sitzungen mit den laufenden Verbandsgeschäften befasst. Zusätzlich setzte der Vorstand Arbeitsgruppen ein, um die Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen vorzubereiten, das für die Produzenten unentbehrliche Beratungsangebot in der Milchproduktion im Rahmen der Neuordnung der Qualitätssicherung zu erhalten und um Strategien für kostendeckende Milchpreise zu entwickeln.

Der Vorstands ausschuss, dem nach statutarischer Ordnung Aufgaben im Personalbereich zugeordnet sind, traf sich Ende Jahr zur ordentlichen Sitzung, um die Personalgeschäfte zu behandeln.

Schwerpunkte der Verbandstätigkeit und Vorstandsarbeit 2005

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

- Weiterentwicklung der Milchmarktordnung, insbesondere im Zusammenhang mit dem Ausstieg
 - Evaluation der Möglichkeiten und Grenzen privatrechtlicher Lösungen zur Aufhebung der Milchkontingentierung
 - Nationale Koordination der Milchmenge und mögliche Sanktionen bei Überschreitung der zugeteilten Menge einer Organisation
 - Genehmigung von Bericht und Anträgen der Arbeitsgruppe Organisationsstruktur
- Agrarpolitische Rahmenbedingungen:
 - Entwicklung eines Alternativkonzeptes der SMP zur AP 2011 des EVD
 - Erarbeitung der milchspezifischen Forderungen im Rahmen der AP 2011 zuhanden des Bauernverbandes
 - Aktive Begleitung der Entwicklungen in der WTO-II-Runde
 - Mitarbeit bei der Erarbeitung von Grundlagen zu einem Freihandelsabkommen mit der EU
 - Vorbereitung des Gesuches um Allgemeinverbindlichkeit der SMP-Abgaben
- Gründung der Branchenorganisation Molkereimilch BOM:
 - Aufbau der statutarischen Ordnung
 - Bestimmung der Vertreter der Produzenten in den Organen der BOM
- Marktfragen:
 - Vorbereitung, Koordination, Unterstützung und Aufarbeitung der Milchkaufverhandlungen im Frühjahr 2005
 - Finanzierung «Schoggigesetz» und Verhinderung des Veredelungsverkehrs Butter
 - Laufende Auseinandersetzung mit den Entwicklungen auf den Milchmärkten
 - Entwicklung bei einzelnen Käsesorten
 - Umlagerung der Milchmarktstützung in Raufutterverzehrbeiträge Ende 2006
- Massnahmen zur Qualitätssicherung:
 - Genehmigung von Bericht und Anträgen der Arbeitsgruppe Beratung
- Weitere Sachgeschäfte:
 - Wahl eines neuen Bereichsleiters Finanzen, Personal, Dienste
 - Vorbereitung der Wahlgeschäfte zuhanden der Delegiertenversammlung
 - Fragen der Viehwirtschaft wie zum Beispiel Ausrottung der BVD
 - Stellungnahme zur Revision des Lebensmittelrechtes

2.3 Kommissionen und Gremien

Fachgremium Marketing

Das seit dem Jahr 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 2005 befasste sich das Fachgremium Marketing hauptsächlich mit den Budgets 2006 sowie mit den Ergebnissen der durchgeführten Wirkungskontrollen.

Käseforum

Die Vertreter der Milchproduzenten in den Gremien der Sortenorganisationen sowie der Vorstand der Vereinigung der silofreien Milchproduzenten treffen sich zweimal 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 ihrer Berufskollegen fachkundig beantworten können.

An den Sitzungen vom 21. März und vom 2. November 2005 wurden folgende Themen diskutiert:

- Käsemarktlage
- Rahmenbedingungen für den Käseverkauf per Mai 2005
- Massnahmen des Milchstützungsfonds
- Ausstieg aus der Milchkontingentierung
- Arbeiten in den Sortenorganisationen
- Agrarpolitik 2011
- Neue Organisationsstruktur im Hinblick auf den Ausstieg aus der Milchkontingentierung

Geschäftsführerkonferenz

Die Geschäftsführerkonferenz ist ein Gremium der SMP und der regionalen Milchproduzentenorganisationen.

Im Geschäftsjahr 2005 wurden acht Geschäftsführerkonferenzen durchgeführt. Die wichtigsten Geschäfte waren:

- Vorzeitiger Ausstieg Milchkontingentierung und Milchmengenmanagement (separater Workshop am 8. Februar 2005 in Luzern)
- Marktfragen und Entwicklung der Milchmenge
- Koordination Milchverkauf und Regulierverarbeitung
- Milchpreis- und Offertmonitoring
- Ausrichtung der Milchstützung
- Agrarpolitik
- Revision Lebensmittelrecht und Milchqualitätsverordnung, Beratung, Qualitätsprüfung Rohmilch, Ablösung MIBD
- Inkasso und Datenadministration, Projekt «Nationale Datenbank Milch» der TSM
- Organisation Regionaltagungen der SMP
- Vorbereitung Jubiläum 100 Jahre SMP/ZVSM
- Neuausrichtung der Milchproduzentenorganisationen und Mitgliedschaften
- Präsentation Projekte: «Stallvisite» (LID); «Milchmarktorganisation» (Agroscope Tänikon); «Admin Milch 2006» (BLW)
- Allgemeiner Informationsaustausch
- Koordination der Kommunikation und des Lobbyings



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 Frühjahrsversammlung.

Die Beitragsleistungen 2005

	Rappen pro Kilogramm Verkehrsmilch	
	Beitrag 2005	statutarische Obergrenzen
Verbandsbeitrag	0,15	0,2
Milchstützungsfonds	1,0	2,0
Marketingfonds	0,525	0,6
SCM-Marketing (seit Mai 2004)	0,2	0,8

An der Delegiertenversammlung vom 13. April 2005 wurde beschlossen, den ursprünglich auf ein Jahr befristeten Beitrag von 0,2 Rp./kg Milch zugunsten der Swiss Cheese Marketing (SCM) auch im Milchjahr 2005/06 zu erheben.

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 funktionierte das Inkasso im Berichtsjahr gut. Die Zahlungsbereitschaft der überwältigenden Mehrheit der Milchproduzenten für die Massnahmen war trotz der schwierigen wirtschaftlichen Situation äusserst erfreulich und dafür dankt die SMP 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 die SMP dieses rechtliche Zwangsmittel nur ungern

anwendet, muss sie es aus prinzipiellen Gründen konsequent einsetzen. Leider sind es häufig die gleichen Nichtzahler, gegen die teilweise zum zweiten oder sogar zum 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 nachstehenden Zielsetzungen hervor.

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
- Caseifico 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 Interfrais SA, Küsnacht
- Genossenschaft Reifungslager Bündner Käse, Landquart
- Vacherin Fribourgeois SA, Bulle
- Thurgauische Käse-Reifungs-AG, Weinfelden
- OLMA, St. Gallen
- TSM Treuhandstelle Milch GmbH, Bern
- Tierverkehrsdatenbank AG, Bern
- Schweizerische Milchkommission SMK
- Progana Lait

3.3 Zusammensetzung der Gremien

Ehrenpräsidenten

Reichling Rudolf, Stäfa
Kühne Josef, Benken

Vorstand

Gfeller Peter, Kappelen BE (Präsident)
Godel Georges, Ecublens (erster Vizepräsident)
Schnyder Ruedi, Ellighausen (zweiter Vizepräsident)
Aeby André, La Brévine
Baier Hans-Heinrich, Landquart
Berlie Olivier, La Rippe
Bischofberger Robert, Schönengrund
Bühlmann Peter, Emmenbrücke
Chassot André, Bussy
Chevrier Maurice, Evolène
Croce Nello, Campo Blenio
Erni Moritz, Ruswil
Fuchs Franz, Leuggern
Müller Andreas, Walkringen
Ruckstuhl Hans, Rossrüti
Schmid Hansjörg, Dinhard
Scheuner Hansruedi, Schwarzenegg
Steinmann Pius, Büttikon
von Känel Christian, Lenk im Simmental

Suppleanten des Vorstandes

LOBAG Bern:
vakant
Milchverband Winterthur:
Eberle Albert, Walenstadt
Milchverband Nordwestschweiz:
Gygax Jacques, Basel
Aargauer Milchverband:
Luginbühl Rolf, Suhr
Thurgauer Milchproduzenten:
Ernst Alfred, Weinfelden
Zentralschweizer Milchproduzenten:
Felder Benedikt, Luzern
Milchverband St. Gallen-Appenzell:
Fuster Josef, Wolfhalden
LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte:
Guarise Claudio, S. Antonino
ORLAIT Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise:
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon
Laiteries Réunies de Genève:
Mottier Albert, Gy
Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie:
Stirnimann Jean-Pierre, Posieux
Fédération Laitière Neuchâteloise:
Geiser Daniel, Cernier
Fédération Laitière Valaisanne:
Guntern Urs, Sierre

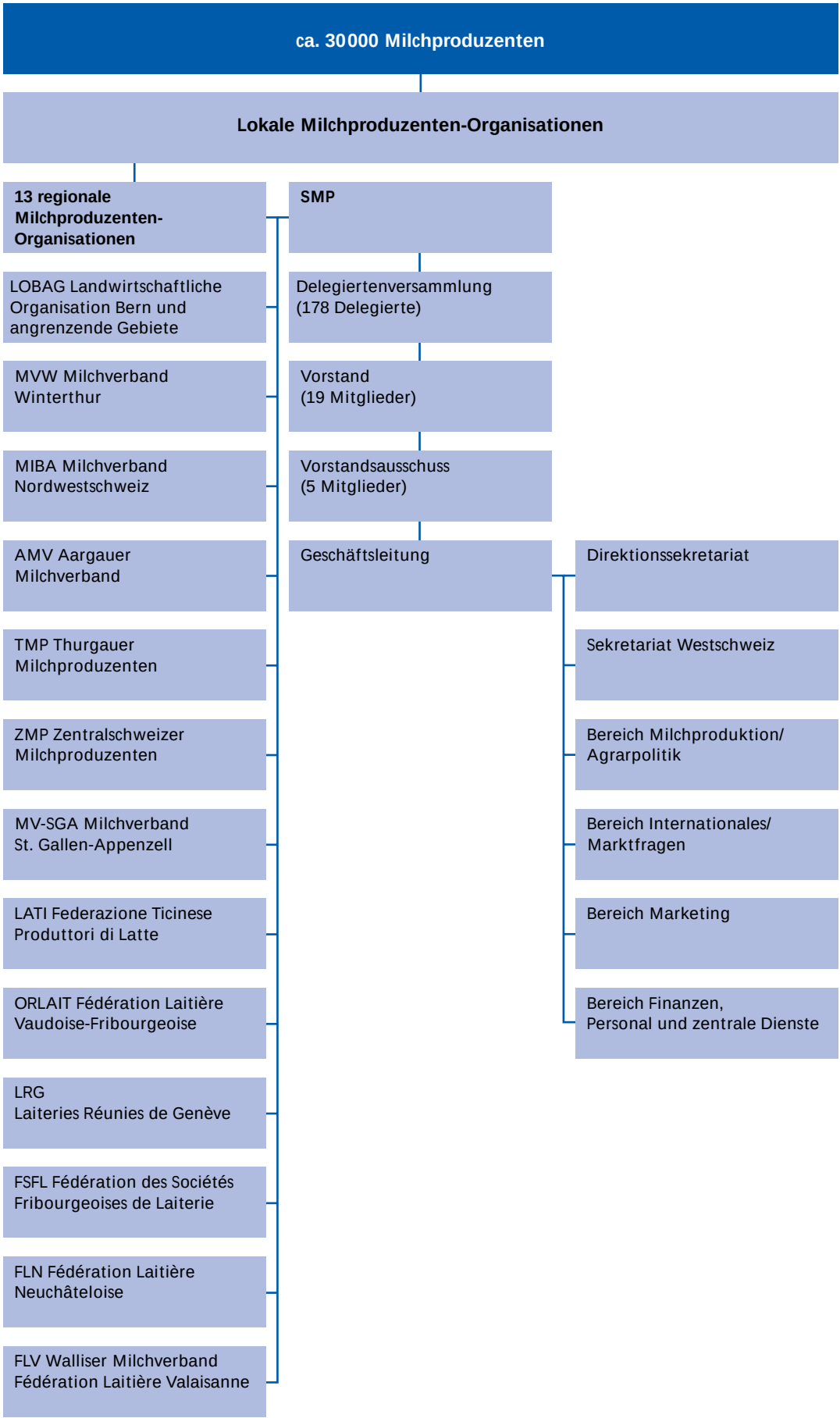
Kontrollstelle

Dr. Röthlisberger AG, Bern

Vorstandsausschuss

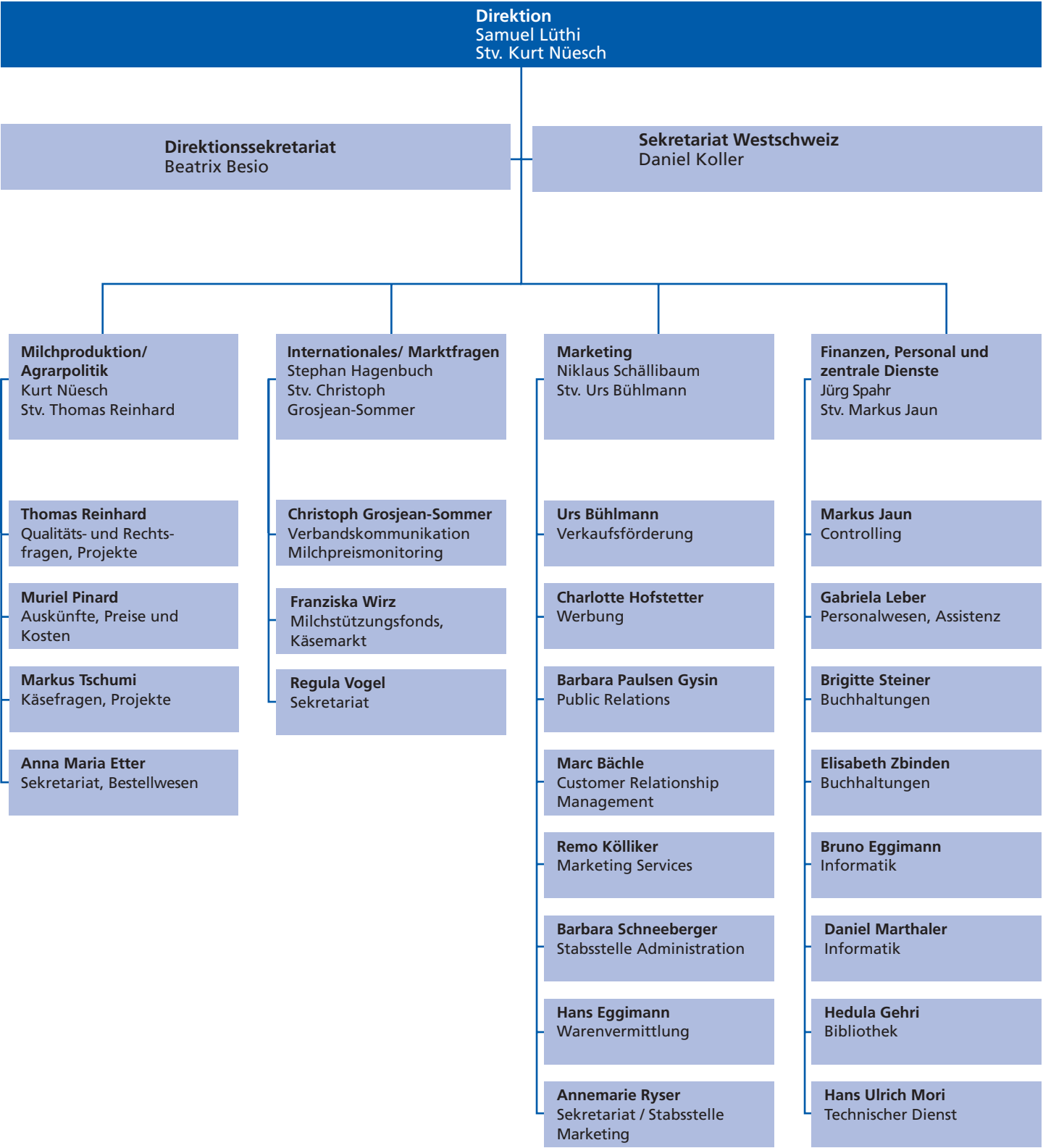
Gemäss Statuten gehören der Präsident und die zwei Vizepräsidenten dem Vorstandsausschuss an. Der Vorstand wählte am 26. Juni 2003 die zwei weiteren Mitglieder:
Chassot André, Bussy
Erni Moritz, Ruswil

3.4 Aufbau- und Ablauforganisation



(Stand Dezember 2005)

Organigramm der Geschäftsstelle der Schweizer Milchproduzenten SMP



(Stand Dezember 2005)

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 smp@swissmilk.ch

Milchpreismonitoring:

Telefon 031 359 54 81 /83 /51
Telefax 031 359 58 51
E-Mail milchpreis@swissmilk.ch
prixdulait@swissmilk.ch
prezzodilatte@swissmilk.ch

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

Verband:

Telefon 031 359 54 12
Telefax 031 359 58 51
E-Mail smp@swissmilk.ch

Marketing:

Telefon 031 359 57 77
Telefax 031 359 58 55
E-Mail marketing@swissmilk.ch

Verschiedene Informationen und Unterlagen sind auch über das Internet abrufbar:
www.swissmilk.ch

Mitglieder der SMP
(regionale Milchproduzenten-Organisationen)

3.6 Angaben zu den Mitgliedern

Name	Adresse	Telefon / Fax / E-Mail	
LOBAG	Forelstrasse 1 Postfach 3072 Ostermundigen	Tel. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@lobag.ch	
MVW Milchverband Winterthur	Archstrasse 2 Postfach 8401 Winterthur	Tel. 052 260 34 34 Fax 052 212 52 43 info@mvw.ch	
MIBA Milchverband der Nordwestschweiz	Zeughausstrasse 31 Postfach 4002 Basel	Tel. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch	
AMV Aargauer Milchverband	Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tel. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 rolf.luginbuehl@azm.ch	
TMP Thurgauer Milchproduzenten	Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tel. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 info@milchthurgau.ch	
ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten	Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tel. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch	
MV-SGA Milchverband St. Gallen-Appenzell	Poststrasse 13 9200 Gossau	Tel. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milch-sga.ch	
LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte	Via Gorelle 6592 San Antonino	Tel. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 claudio@lati.ch	
ORLAIT Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise	Chemin du Petit-Flon 21 1052 Le Mont-sur-Lausanne	Tel. 021 644 22 15 Fax 021 644 22 71 flvf@orlait.ch	
LRG Laiteries Réunies de Genève	Chemin des Aulx 6 Case postale 1055 1211 Genève 26	Tel. 022 884 80 00 Fax 022 884 80 09 info@laiteries-reunies.ch	
FSFL Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie	Rue Albert Rieter 9 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	
FLN Fédération Laitière Neuchâteloise	Case postale 90 2053 Cernier	Tel. 032 854 05 96 Fax 032 854 05 91 fln@ne.ch	
FLV Walliser Milchverband Fédération Laitière Valaisanne	Rue de l'Ile Falcon 5 3960 Sierre	Tel. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 urs.guntern@flv.ch	

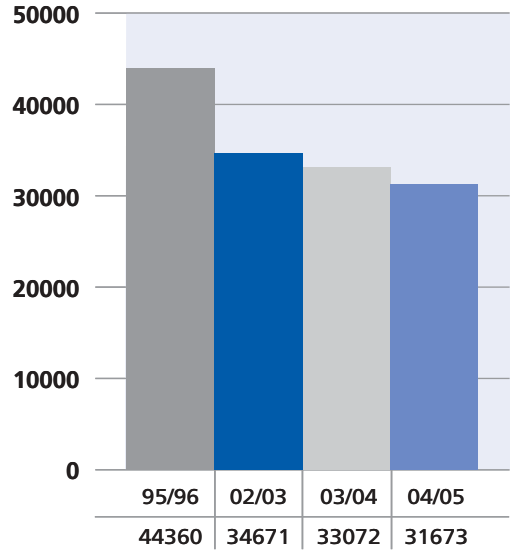
Angaben zur Milchkontingentierung

Entwicklung der Milchproduktion in der Schweiz

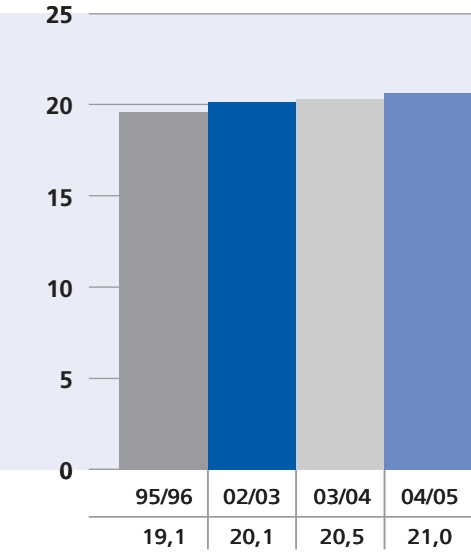
Ganzjahresbetriebe mit aktivem Kontingent (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr				Veränderung	
	95/96	02/03	03/04	04/05	02/03 bis 03/04	03/04 bis 04/05
Anzahl Produzenten	44 360	34 671	33 072	31 673	-4,6	-4,2
Landw. Nutzfläche (ha)		697 504	679 131	664 166	-2,6	-2,2
Anzahl Kühe		607 487	587 400	566 420	-3,3	-3,6
Grundkontingent (kg)		3 022 033 366	3 029 793 811	3 039 272 521	0,3	0,3
Ø Kilogramm Kontingent je Betrieb	66 341	87 163	91 612	95 958	5,1	4,7
Ø Grösse der Betriebe in ha	19,1	20,1	20,5	21,0	2,0	2,3
Ø Kilogramm Kontingent je ha	3 649	4 333	4 461	4 576	3,0	2,6
Ø Kilogramm Einlieferung je Kuh	4 512	5 070	5 230	5 462	3,2	4,4

Quelle der Daten: BLW, Statistik zur Milchkontingentierung

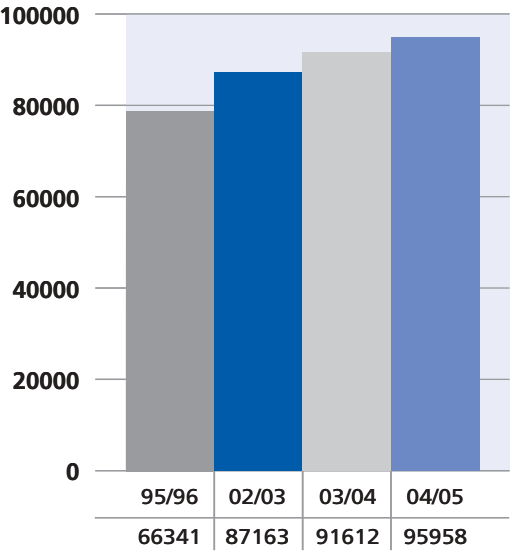
Anzahl Produzenten



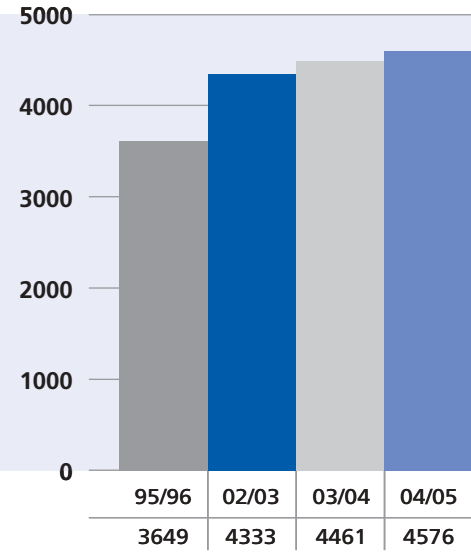
Durchschnittliche Grösse der Betriebe (ha)



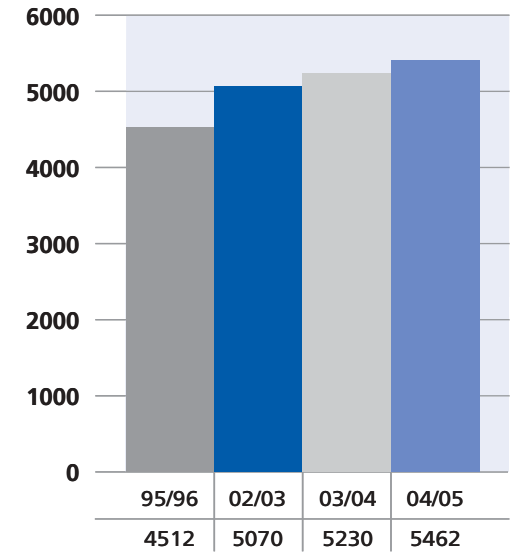
Durchschnittliches Kontingent je Betrieb (kg)



Durchschnittliches Kontingent je ha (kg)



Durchschnittliche Einlieferung je Kuh (kg)



Kommentar:
Der Strukturwandel findet bei der Milchproduktion mit minus 4,2 Prozent im Vergleich zu allen Betrieben mit minus 2,1 Prozent pro Jahr beschleunigt statt (Quelle Agrarberichte des BLW).

Bezogen auf die Hektare wird mehr Milch produziert.

Die Milchleistung je Tier steigt weiter an.

Die in der Tabelle aufgeführten 9 Käsesorten aus konventioneller Milch mit silagefreier Fütterung machen rund drei Viertel der gesamten Käseproduktion aus. In der Position «Diverse Käse» sind vorwiegend Käsespezialitäten zusammengefasst.

■ Im «ausbezahlten Durchschnittspreis» sind **enthalten:** Basispreis, Zulage für verkäste Milch, Zulagen/Abzüge für Saisonalität, Gehalt, Qualität, Kühlkosten, Lademengen, Transportkosten, Finanzierungshilfen, Nachzahlungen, ausbezahlte Boni, Bioprämien, Einschränkungsmilch (nicht verkäst), Spezialitätenmilch (nicht verkäst).

■ Im «ausbezahlten Durchschnittspreis» sind **nicht enthalten:** Siloverzichtszulage (wird separat ausgewiesen), Molke, Inkasso allgemein, Inkasso für Basismarketing, Milchpreisstützung, Organisationsbeiträge, sonstige Verrechnungen von Gegenleistungen wie Bezüge aller Art, Mieten, angekündigte Boni etc.

Milchpreismonitoring Jahresauswertung 2004/2005

Die SMP hat im Vertragsjahr 2004/05 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 1):	Ausbezahlter Siloverzichtsprämie:
Mai 2004 – April 2005	CHF/kg	CHF/kg
Konventionelle Milch		
Appenzellerkäse ®	77,13	3,64
Bündner Bergkäse	76,56	3,95
Emmentaler Switzerland	67,39	3,85
Le Gruyère AOC / Vacherin Fribourgeois	79,34	3,99
Raclette du Valais	76,73	4,00
Sbrinz AOC	71,97	3,96
Tête de Moine AOC	80,75	3,98
Tilsiter Switzerland	73,38	3,96
Vacherin Fribourgeois	73,50	3,04
Diverse Käse	80,00	3,91
Mittel konventionell Schweiz (mit Emmentaler)	73,32	3,87
(ohne Emmentaler)	77,79	3,89

Bio-Milch		
Bündner Bergkäse	84,57	3,78
Emmentaler Switzerland	82,89	3,93
Le Gruyère AOC	83,31	4,00
Tilsiter Switzerland	77,46	4,00
Mittel Bio Schweiz	82,56	3,93

Bemerkungen:
1) Die ausgewiesenen Durchschnittsmilchpreise sind Preise eingeliefert «franko Käserei». Wird die Milch ab Hof abgeholt, ist dies beim Vergleich und der Intrepretation der Zahlen zu berücksichtigen.

Quelle: SMP

Bei der Molkereimilch wird der Vergleich unter den verschiedenen Erstmilchkäufern neu auf den «Vertragspreis» abgestützt. Die Jahresvertragspreise sind für ein Standardmilchkontingent von 120'000 kg bei einem Gehalt von 4,0 % Fett und 3,3 % Eiweiss berechnet. Die Abfuhr erfolgt ab Hof alle 48 Stunden. Im Jahresvertragspreis sind insbesondere die Zuschläge/Abzüge für Saisonalität und Lademenge berücksichtigt.

Molkereimilchkäufer	Jahresvertragspreise	
	Ab Hof bei 120 000 kg Kontingent und 7,3 % Gesamtgehalt (Fett und Eiweiss)	
Konventionelle Milch	Milchjahr 2004/05	Milchjahr 2005/06
Arnold AG	68,95	67,53
AZM AG	71,24	67,74
Baer AG	72,15	70,02
Crema SA	71,17	68,37
Elsa SA	70,50	67,75
Emmi AG	71,19	68,49
Lati SA	75,49	71,81
MIBA	70,53	67,73
Nestlé SA	70,23	67,88
Nordostmilch (bis 2004/05)	69,59	–
Nordostmilch AG (ab 2005/06)	–	67,33
Nutrilait LRG	73,00	71,00
SMG Hochdorf AG	70,19	67,30
Strähl	71,15	69,12
Thur-Milch AG	70,88	68,88
Vallait SA	72,06	69,28
Mittel konventionelle Milch Schweiz	70,55	68,12

Molkereimilchkäufer	Jahresvertragspreise	
	Ab Hof bei 120 000 kg Kontingent und 7,3 % Gesamtgehalt (Fett und Eiweiss)	
Bio-Milch		Milchjahr 2005/06
AZM AG	–	83,24
Biedermann Molkerei AG	–	81,82
Biomilchpool	–	80,45
Emmi AG	–	84,35
LRG Nutrilait SA	–	82,00
MIBA	–	83,23
Mittel Bio-Milch Schweiz	–	81,59

Beim Vergleich der Jahresvertragspreise für Biomilch muss berücksichtigt werden, das insbesondere bei der Biedermann Molkerei AG sowie dem Biomilchpool die Abzüge für den Verwertungskostenbeitrag (Umlenkung von Biomilch in den Nicht-Bio-Milchmarkt) im Vertragspreis enthalten sind.

	Realisierte Milchpreise	
Konventionelle Milch	Milchjahr 2004/05	
Durchschnitt ab Hof	73,11	–
Durchschnitt franko Sammelstelle	74,32	–
Bio-Milch	Milchjahr 2004/05	
Durchschnitt ab Hof	84,50	–

Im Durchschnitt über alle Molkereimilchkäufer ist der im Milchpreismonitoring ausgewiesene realisierte Milchpreis ab Hof gegenüber dem durchschnittlichen Vertragspreis um 1,85 Rp./kg Milch höher. Diese Differenz hat folgende Gründe: Die im Milchpreismonitoring erfassten Preismelder haben überdurchschnittlich hohe Kontingentsmengen und Gehalte an Milchinhaltsstoffen, was höhere Zuschläge auslöst. Weiter sind im realisierten Milchpreis auch vom Unternehmenserfolg abhängige Boni, Prämien und Vergütungen ausgewiesen, welche nicht in den Vertragspreis eingerechnet werden dürfen.

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

Wie aus der Tabelle und der Grafik ersichtlich ist, sind bei den Kriterien Keimbelastung, Zellgehalt und Hemmstoffe etwas mehr Beanstandungen zu verzeichnen als im Vorjahr.

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. In der Produktion von qualitativ guter Milch darf aber nicht nachgelassen werden.

Qualitätsmerkmale	Beurteilungskriterien ¹⁾	Anteil %	
		1.1.04 bis 31.12.2004	1.1.05 bis 31.12.2005
Keimbelastung	weniger als 200 000 impulse pro ml ²⁾	98,66	98,65
(fluoreszenzoptische Zählung)	200000 impulse oder 80000 KbE und mehr pro ml	1,341	1,352
	1. Beanstandung	0,739	0,768
	2. Beanstandung	0,385	0,412
	3. Beanstandung	0,106	0,113
	4. Beanstandung	0,051	0,046
	5. Beanstandung und Sperre	0,015	0,013
		(5 Fälle/M.)	(4 Fälle/M.)
Zellgehalt	unter 350 000 Zellen pro ml	95,21	94,96
(fluoreszenzoptische Zählung)	350000 Zellen und mehr pro ml	4,789	5,040
	1. Beanstandung	3,070	3,141
	2. Beanstandung	1,214	1,305
	3. Beanstandung	0,393	0,461
	4. Beanstandung	0,101	0,119
	5. Beanstandung und Sperre	0,012	0,015
		(4 Fälle/M.)	(4 Fälle/M.)
Hemmstoffe	nicht nachweisbar	99,96	99,95
(Delvotest)	nachweisbar	0,041	0,048
		(14 Fälle/M.)	(16 Fälle/M.)
	1. Beanstandung und Sperre	0,04013	0,04810
	2. Beanstandung und Sperre	0	0
	3. Beanstandung und Sperre	0	0
Gefrierpunkt	tiefer als –0,520 C, meth. Streuung nicht berücksichtigt	98,05	-
(Kryoskopie bei Beanstandungen)	höher oder gleich –0,520 C	1,94	-

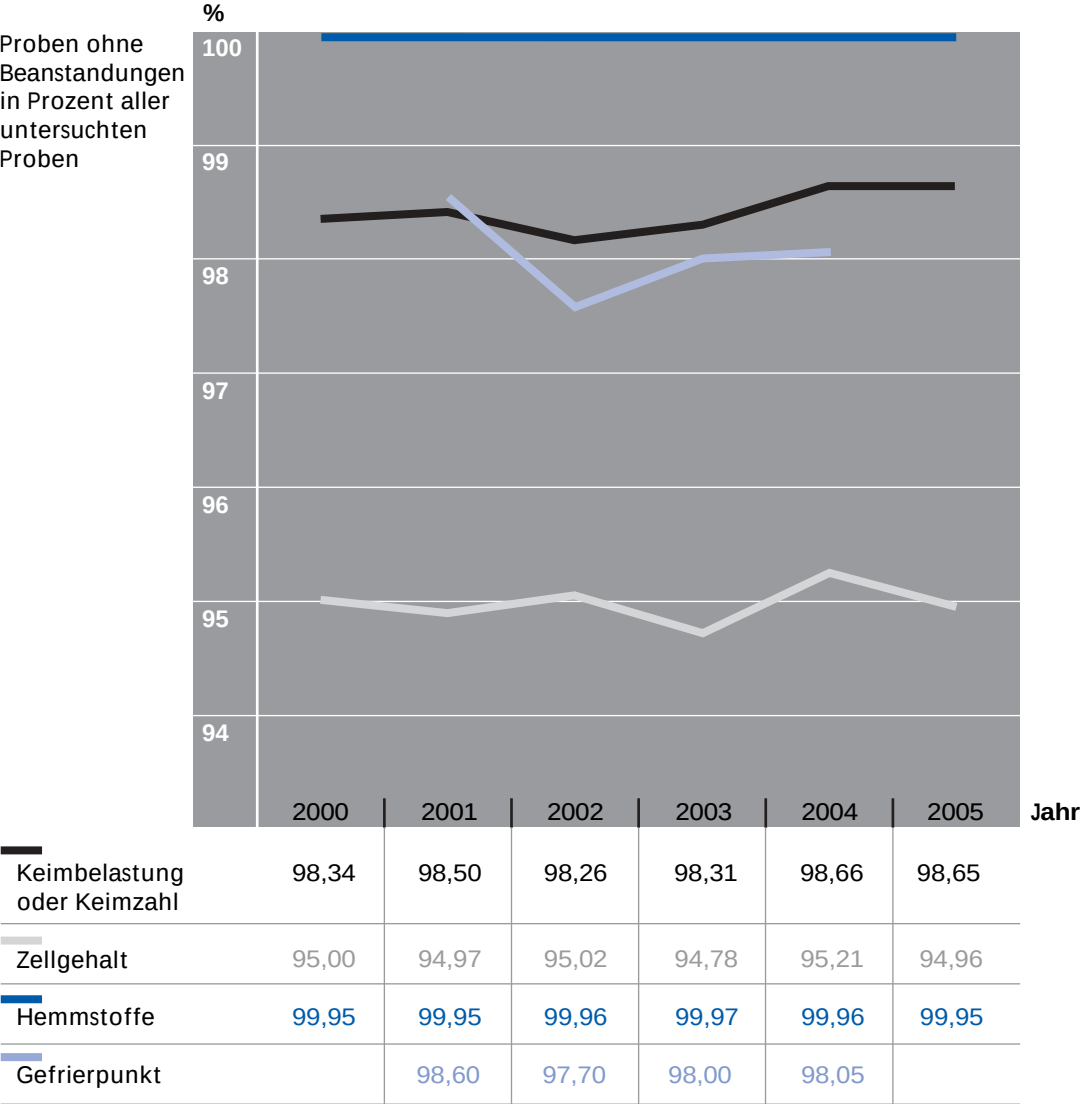
1) Für die Beanstandungen zählen bei der Keimbelastung und beim Zellgehalt die letzten fünf Monate, bei Hemmstoff die letzten zwölf Monate.

2) Ein Ergebnis ab 1 000 000 Impulsen pro ml Milch zählt als zwei Beanstandungen.

Angaben zum Gefrierpunkt für das Jahr 2005 sind nicht verfügbar.

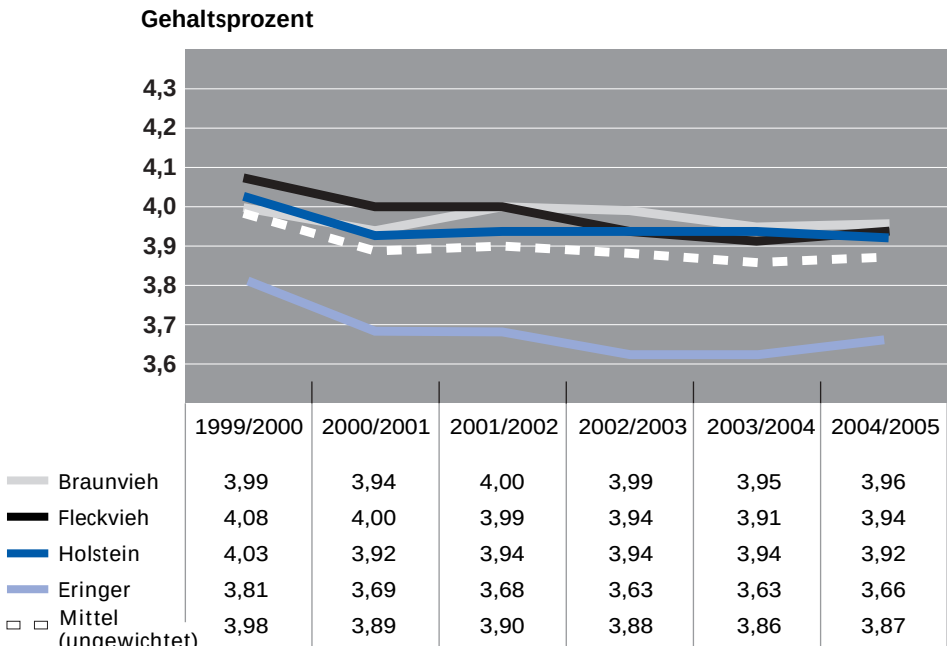
Quelle der Daten: Eidgenössische Zentralstelle MIBD, Liebefeld-Bern

Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch



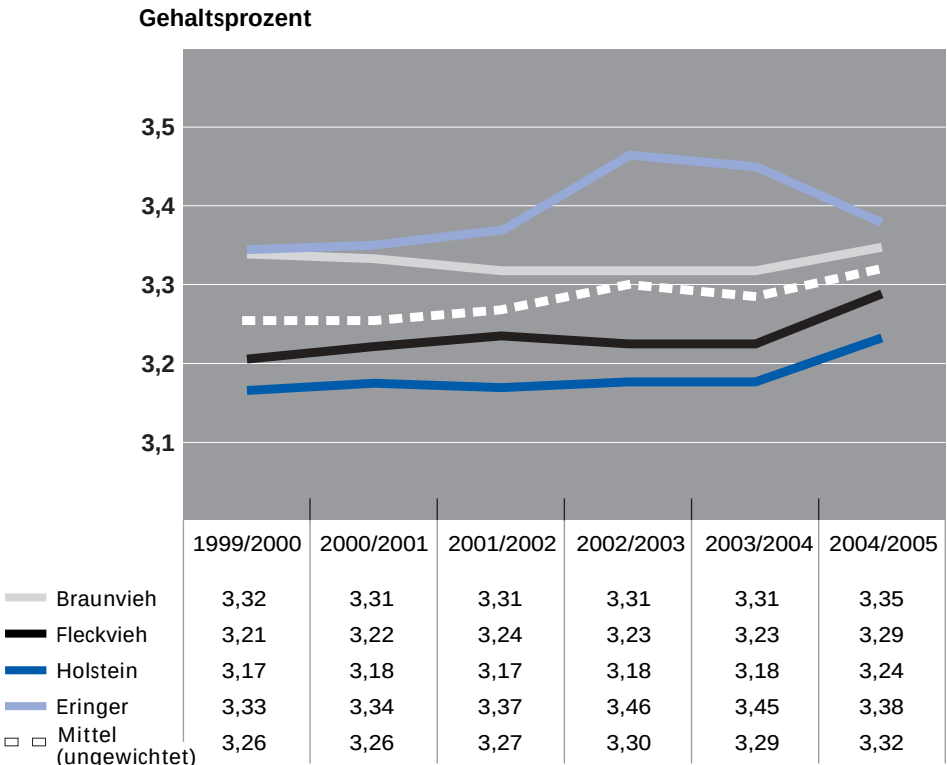
Für die Jahre 2000 und 2005 sind die Ergebnisse zum Kriterium «Gefrierpunkt» nicht verfügbar.
Quelle der Daten: Eidgenössische Zentralstelle MIBD, Liebefeld-Bern

Fettgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)



Quelle: Milchstatistiken der Schweiz

Eiweissgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)



Quelle: Milchstatistiken der Schweiz

Anzahl Milchproduzenten nach Mitgliedsorganisationen der SMP

Name Mitgliedsorganisationen der SMP	Anzahl Milchproduzenten			Durchschnittliches Grundkontingent je Betrieb in kg		
	30. 4. 2004	30. 4. 2005	Veränd. in %	30. 4. 2004	30. 4. 2005	Veränd. in %
Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete (LOBAG)	8 919	8 582	-3,8	71 416	74 531	4,4
Milchverband Winterthur	5 123	4 950	-3,4	89 213	93 291	4,6
Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP)	4 948	4 710	-4,8	87 283	92 068	5,5
Milchverband St. Gallen-Appenzell	3 478	3 364	-3,3	88 912	91 776	3,2
Thurgauer Milchproduzenten	1 697	1 615	-4,8	130 154	136 938	5,2
Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA)	2 311	2 213	-4,2	107 726	114 594	6,4
Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie (FSFL)	1 725	1 647	-4,5	128 917	136 348	5,8
Aargauer Milchverband	1 187	1 099	-7,4	108 617	116 242	7,0
Fédération Laitière Neuchâteloise (FLN)	645	6414	-4,8	125 217	131 136	4,7
Fédération Laitière Valaisanne (FLV-WMV)	832	795	-4,4	39 539	40 038	1,3
Laiteries Réunies de Genève (LRG)	163	154	-5,5	129 391	139 369	7,7
Federazione Ticinese Produttori di Latte (LATI)	255	237	-7,1	68 609	72 479	5,6
Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise (ORLAIT)	1 789	1 693	-5,4	123 701	128 428	3,8
Total	33 072	31 673	-4,2	91 612	95 958	4,7

Erläuterung

Berechnung durchschnittliches Grundkontingent je Betrieb insgesamt: Gesamtes Grundkontingent geteilt durch Gesamtzahl Produzenten

Quelle: Angaben aus den Statistiken Milchkontingentierung des BLW

Vollmilchverwertung 2004 – 2005*

Kategorie	Produktion 2004 Tonnen	Produktion 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Käse	1 323 285	1 353 285	30 000	2,3%
Quark	18 672	18 229	-443	-2,4%
Konsummilch	455 701	447 743	-7 958	-1,7%
Konsumrahm	246 764	251 016	4 252	1,7%
Jogurt	109 985	111 971	1 986	1,8%
Frischmilchprodukte	81 363	90 508	9 145	11,2%
Dauermilchwaren	319 528	309 946	-9 582	-3,0%
Butter	494 016	480 803	-13 213	-2,7%
Andere Verwertung	162 673	139 721	-22 952	-14,1%
Total Vollmilchverwertung	3 211 987	3 203 222	-8 765	-0,3%

* in Milchäquivalenten (ein Milchäquivalent entspricht den Inhaltsstoffen von Eiweiss und Fett eines Kilogramms Milch)
Quelle: TSM, Februar 2006

Produktion Konsummilch 2004 – 2005

Kategorie	Produktion 2004 Tonnen	Produktion 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Rohmilch	16 643	14 404	-2 239	-13,5%
Fettangereicherte Milch past.	8	0	-8	-100,0%
Fettangereicherte Milch UHT	1 152	1 101	-51	-4,4%
Vollmilch past.	98 543	97 248	-1 295	-1,3%
Vollmilch UHT	165 936	166 636	700	0,4%
Teilenträhmte Milch past.	79 431	78 124	-1 307	-1,6%
Teilenträhmte Milch UHT	117 879	114 433	-3 446	2,9%
Trinkmagermilch past.	228	84	-144	-63,2%
Trinkmagermilch UHT	17 201	16 390	-811	-4,7%
Total Kosummilch	497 021	488 420	-8 601	-1,7%

Quelle: TSM, Februar 2006

Produktion Konsumrahm 2004 – 2005

Kategorie	Produktion 2004 Tonnen	Produktion 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Doppelrahm	602	609	7	1,2%
Vollrahm (35 und 45% Fett)	24 742	25 388	646	2,6%
Halbrahm (25 bis 30% Fett)	13 340	13 383	43	0,3%
Kaffeerahm	25 305	25 114	-191	-0,8%
Total Rahm	63 989	64 494	505	-0,8%

Quelle: TSM, Februar 2006

Produktion Milchspezialitäten 2004 – 2005

Kategorie	Produktion 2004 Tonnen	Produktion 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Sauermilch*	3 062	3 520	458	15,0%
Sauerrahm	1 068	1 501	433	40,5%
Dessertprodukte	23 470	23 919	449	1,9%
Milchgetränke	46 222	59 581	13 359	28,9%
Jogurt*	134 307	140 471	6 164	4,6%
Kefir	87	83	-4	-4,6%
Speiseeis	21 665	23 051	1 386	6,4%

* Abweichung infolge Abgrenzungsänderungen bei der Erfassung von Sauermilch und Jogurt
Quelle: TSM, Februar 2006

Produktion Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat 2004 – 2005

Kategorie	Produktion 2004 Tonnen	Produktion 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Magermilch (verarbeitet)				
frisch verfüttert	16 571	8 090	-8 481	-51,2%
Säurekasein	1 296	395	-901	-69,5%
Kaseinate	10 674	13 837	3 163	29,6%
Promilk	205 199	191 132	-14 067	-6,9%
Milchprotein	27 048	23 598	-3 450	-12,8%
Total Magermilch (ohne MEFM)	260 788	357 052	-23 736	-9,10%
Vollmilchpulver (26%)	16 382	15 970	-412	-2,5%
übriges fetthaltiges Milchpulver + Rahmpulver	845	863	18	-2,1%
Magermilchpulver	24 103	3 045	-21 058	-87,4%
Buttermilchpulver*	633	24 843	24 210	
Molkenpulver*	2 554	686	-1 868	-73,1%
Total Milchpulver, Milchkondensate	44 516	45 407	891	2,00%

* 2005 inkl. Veredlungsverkehr
Quelle: TSM, BSM, Februar 2006

Butterproduktion 2004 – 2005

Kategorie	Produktion 2004 Tonnen	Produktion 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Butter				
Vorzugsbutter	38 215	36 438	-1 777	-4,7%
Milch-Sirtenrahmbutter	2 155	2 251	96	4,5%
Gesammelte Butter	217	227	10	4,6%
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	40 587	38 916	-1 671	-4,1%

Quelle: Bo Butter, Februar 2006

Butterverkäufe 2004 – 2005

Kategorie	Verkäufe 2004 Tonnen	Verkäufe 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Butter				
Vorzugsbutter	6 211	5 903	-308	-5,0%
«Die Butter» (Kleinpackungen)	13 085	12 437	-648	-5,0%
Milch-Sirtenrahmbutter	443	352	-91	-20,5%
Butter in Spezialprodukten*	463	653	190	41,0%
Industrie-/und Gewerbe-Butter (inkl.Bäckereibutter)	15 376	15 628	252	1,6%
Total: Wasserhaltige Butter 82 % Fett	35 578	34 973	-605	-1,7%
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82 % Fett)	5 900	6 057	157	2,7%
TOTAL Butter (ohne Ortsverkäufe)	41 478	41 030	-448	-1,1%

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.
Quelle: Bo Butter, Februar 2006

Produktion Käse 2004 – 2005

Kategorie	Produktion 2004	Produktion 2005	Veränderung 2004/2005	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Quark	9 136	9 799	663	7,3%
Mozzarella	13 336	14 815	1 479	11,1%
Mascarpone	631	617	-14	-2,2%
Übrige Frischkäse	13 717	14 549	832	6,1%
Frischkäse total	36 820	39 782	2 962	8,0%
Weisseschimmelkäse, mager-, viertelfett				
Weisseschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 398	1 455	57	4,1%
Weisseschimmelkäse, überfett	974	1 124	150	15,4%
Blau-, Grünschimmelkäse	19	0	-19	
Tommes	2 181	2 036	-145	-6,6%
Vacherin Mont-d'Or	582	538	-44	-7,6%
Weichkäse, andere, mager-, viertelfett	91	76	-15	-16,5%
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	821	706	-115	-14,0%
Weichkäse, andere, überfett	662	629	-33	-5,0%
Weichkäse total	6 727	6 564	-163	-2,4%
Appenzeller	8 299	9 118	889	10,7%
Tilsiter	4 453	4 141	-312	-7,0%
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse)	2 176	2 123	-53	-2,4%
Schweizer Raclettekäse	10 942	11 080	138	1,3%
Freiburger Vacherin	2 059	2 226	167	8,1%
Tête de Moine	1 669	1 791	122	7,3%
Jurakäse	301	230	-71	-23,6%
Winzerkäse	438	472	34	7,8%
Mutschli	430	485	55	12,8%
Alpkäse, halbhart	1 673	1 727	54	3,2%
Bündner Bergkäse, vollfett	816	763	-53	-6,5%
Berg- und Schnittkäse, halbhart	1 429	1 349	-80	-5,6%
St. Paulin Suisse	1 089	817	-272	-25,0%
Schweizer Edamer	779	577	-202	-25,9%
Kaltgereifte Käse	26	20	-6	-23,1%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	115	151	36	31,3%
Conveniencekäse	1 215	1 131	-84	-6,9%
Schmelzrohware, auf Bestellung	689	1 033	344	49,9%
Feta aus Kuhmilch	126	0	-126	-100,0%
Halbhartkäse, andere, mager-, viertelfett	583	674	91	15,6%
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	7 335	8 057	722	9,8%
Halbhartkäse, andere, überfett	1 241	1 394	153	12,3%
Halbhartkäse total	47 877	49 435	1 558	3,3%
Emmentaler	33 503	32 181	-1 322	-3,9%
Switzerland Swiss	2 033	2 181	148	7,3%
Le Gruyère	26 719	27 530	811	3,0%
Alpkäse hart	1 892	1 897	5	0,3%
Hartkäse, andere, mager-, viertelfett	108	57	-51	-47,2%
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	4 151	5 630	1 479	35,6%
Hartkäse, andere, überfett	39	16	-23	-59,0%
Hartkäse total	68 445	69 492	1 047	1,5%
Sbrinz	1 716	1 564	-152	-8,9%
Extra Hartkäse total	1 716	1 564	-152	-8,9%
Reiner Ziegenkäse	658	698	40	6,1%
Reiner Schafkäse	153	180	27	17,6%
Spezialprodukte total	812	877	65	8,0%
Total aller Sorten	162 397	167 706	5 309	3,3%

Quelle: TSM, Februar 2006



Exporte der Milchprodukte 2004 – 2005*

Produkte / Kategorie	Exporte 2004 Tonnen	Exporte 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	Prozent
Milch, Frischmilchprodukte				
Konsummilch, Rohstoffe	45	53	8	17,8%
Jogurt, Kefir und Sauermilch	1 703	20 320	18 617	1093,2%
Milch, Frischmilchprodukte total	1 748	20 373	18 625	1 065,5%
Rahm, Butter				
Rahm	1 291	2 067	776	60,1%
Speiseeis	2 738	344	-2 394	-87,4%
Buttermilch, Buttermilchpulver und Sauerrahm	887	1 104	217	24,5%
Butter und Butterfette	5	2	-3	-60,0%
Rahm, Butter total	4 921	3 517	-1 404	-28,5%
Milchpulver, Milchkondensate				
Magermilchpulver, Magermilchretentat	12 252	14 173	-1 921	15,7%
Fetthaltiges Milchpulver, Rahmpulver	3 018	2 607	-411	-13,6%
Molkenpulver, Proteinkonzentrate	41 933	33 142	-8 791	-21,0%
Kondensmilch	639	329	-310	-48,5%
Milchpulver, Milchkondensate total	57 842	50 251	-7 591	13,1%
Käse **				
Mascarpone, Ricotta Romana				
Mozzarella				
Frischkäse, andere				
Frischkäse total	28	24	-4	14,3%
Weisschimmelkäse, mager, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett				
Weisschimmelkäse, überfett				
Blau-, Grünschimmelkäse				
Brie, Camembert, Italico				
Tommes				
Vacherin Mont-d'Or	59	63	4	-6,8%
Weichkäse, andere, mager, viertelfett				
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	481	544	63	13,1%
Weichkäse, andere, überfett				
Weichkäse total	540	607	67	12,4%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Kaltgereifte Käse				
Appenzeller	4 933	5 476	543	11,0%
Tilsiter	395	415	20	-5,1%
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse)				
Schweizer Raclettekäse	692	819	127	18,4%
Freiburger Vacherin	230	259	29	12,6%
Tête de Moine	872	1 024	152	17,4%
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	549	923	374	68,1%
Halbhartkäse, andere, überfett				
Schmelzrohware, auf Bestellung				
Halbhartkäse, gerieben				
Halbhartkäse total	7 671	8 916	1 245	16,2%
Kräuterkäse (Schabziger)				
Hartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Emmentaler	25 652	23 652	-1 761	-6,9%
Le Gruyère	10 280	10 600	320	3,1%
Hartkäse, andere, mager, viertelfett				
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	951	833	-118	-12,4%
Hartkäse, andere, überfett				
Switzerland Swiss		1 322		
andere	235	163	-72	-30,6%
Hartkäse, gerieben				
Hartkäse total	37 113	36 570	-9	-1,1%
Sbrinz	649	456	-193	-29,7%
Extra Hartkäse total	649	456	-193	-29,7%
Schmelzkäse total	4 894	4 610	-284	-5,8%
Fertigfondue total	4 713	5 312	599	12,7%
Total aller Käsesorten	55 613	56 940	-1 327	2,4%

* nicht berücksichtigt ist der Veredelungsverkehr
** Quelle: TSM, Februar 2006

Quelle: OZD/SBV, Februar 2006

Importe der Milchprodukte 2004 – 2005*

Produkte/Kategorie	Importe 2004 Tonnen	Importe 2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Milch, Frischmilchprodukte				
Konsummilch, Rohstoffe	22 639	22 048	-591	-2,6%
Jogurt, Kefir und Sauermilch	693	1 855	1 162	167,7%
Milch, Frischmilchprodukte total	23 332	23 903	571	2,4%
Rahm, Butter				
Rahm	336	340	4	1,2%
Speiseeis	5 574	316	-5 258	-94,3%
Buttermilch, Buttermilchpulver und Sauerrahm	100	216	116	116,0%
Butter und Butterfette	986	2 041	1 055	107,0%
Rahm, Butter total	6 996	2 913	-4 083	-58,4%
Milchpulver, Milchkondensate				
Magermilchpulver, Magermilchretentat	62	14	-48	-77,4%
Fetthaltiges Milchpulver, Rahmpulver	252	239	-13	-5,2%
Molkenpulver, Proteinkonzentrate	3 093	4 098	1 005	32,5%
Kondensmilch	1 011	1 081	70	6,9%
Milchpulver, Milchkondensate total	4 418	5 432	1 014	23,0%
Käse				
Mascarpone, Ricotta Romana	951	1 027	76	8,0%
Mozzarella	3 268	2 554	-714	-21,8%
Frischkäse, andere	5 196	5 389	193	3,7%
Frischkäse total	9 415	8 970	-445	-4,7%
Danablu, Gorgonzola, Roquefort	496	431	-65	-13,1%
Weisschimmelkäse, mager, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 639	1 610	-29	-1,8%
Weisschimmelkäse, überfett				
Blau-, Grünschimmelkäse				
Brie, Camembert, Italico	1 400	1 361	-39	-2,8%
Tommes				
Weichkäse, andere, mager, viertelfett				
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	4 253	4 418	165	3,9%
Weichkäse, andere, überfett				
Weichkäse total	7 788	7 820	32	0,4%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung im Teig	17	36	19	111,8%
Caciocavallo, Fontina, Brä, u.a.	1 522	1 356	-166	-10,9%
Kaltgereifte Käse				
Tilsiter	22	29	7	31,8%
Raclettekäse				
St. Paulin				
Edamer				
Berg- und Schnittkäse, halbhart				
Spezialkäse				
Schaf-, Ziegenkäse (Kuhmilchanteil)				
Halbhartkäse, andere, mager, viertelfett				
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	3 366	3 477	111	3,3%
Halbhartkäse, andere, überfett				
Schmelzrohware, auf Bestellung				
Halbhartkäse, gerieben	73	53	-20	-27,4%
Halbhartkäse total	5 000	4 951	-49	-1,0%
Kräuterkäse (Schabziger)	6	0	-6	-100,0%
Hartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Caciocavallo, Fontina, Brä, u.a.	415	333	-82	-19,8%
Emmentaler	40	251	211	527,5%
Le Gruyère				
Hartkäse, andere, mager, viertelfett				
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	865	1 071	206	23,85%
Hartkäse, andere, überfett				
Hartkäse, gerieben	387	404	17	4,4%
Hartkäse total	1 713	2 059	346	20,2%
Grana, Parmigiano	5 353	5 535	182	3,4%
Extra Hartkäse total	5 353	5 535	182	3,4%
Schmelzkäse total	2 192	2 173	-19	-0,9%
Total aller Käsesorten	31 461	31 508	47	0,1%

* nicht berücksichtigt ist der Veredelungsverkehr

Quelle: OZD/SBV, Februar 2006

Aussenhandelsbilanz

Importe umgerechnet in Frischmilch	2004 Tonnen	2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	23 300	23 900	600	2,6%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	16 300	15 400	-900	-5,5%
Schokolade, Speiseeis	18 400	19 900	1 500	8,2%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	1 000	1 200	200	20,0%
Butter *	106 700	142 000	35 300	33,1%
Weichkäse	172 000	167 700	-4 100	-2,4%
Schmelzkäse	21 900	179 200	157 300	718,3%
Hart- und Halbhartkäse	173 000	21 700	-151 300	-87,5%
Total Milchprodukte	532 600	571 200	38 600	7,2%

Quelle: OZD / SBV, Februar 2006
* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen («Schoggigesetz»)

Exporte umgerechnet in Frischmilch	2004 Tonnen	2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	17 100	7 400	-9 400	-56,7%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	116 600	127 100	10 500	9,0%
Schokolade, Speiseeis	95 300	110 400	15 100	15,8%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	2 900	2 200	-700	-24,1%
Butter *	72 900	71 800	-1 100	-1,7%
Weichkäse	6 400	6 500	100	1,6%
Schmelzkäse	48 900	46 100	-2 800	-5,7%
Hart- und Halbhartkäse	566 200	76 100	9 900	1,7%
Total Milchprodukte	926 300	947 600	-21 300	2,3%

Quelle: OZD / SBV, Februar 2006
* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen («Schoggigesetz»)

Bilanz umgerechnet in Frischmilch	2004 Tonnen	2005 Tonnen	Veränderung 2004/2005	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	-6 200	-16 500	-10 300	166,1%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	100 300	111 700	11 400	11,4%
Schokolade, Speiseeis	76 900	90 500	13 600	17,7%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	1 900	1 000	-900	-47,4%
Butter *	-33 800	-70 200	-36 400	107,7%
Weichkäse	-165 600	-161 400	4 200	-2,5%
Schmelzkäse	27 000	-133 100	-160 100	-593,0%
Hart- und Halbhartkäse	393 200	554 400	161 200	41,0%
Total Milchprodukte	393 700	376 400	-17 300	-4,4%

Quelle: OZD / SBV, Februar 2006
* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen («Schoggigesetz»)

Budget Milchstützungsfonds 2005/06

Bereich (Angaben in Mio. Franken)	Budget 05/06
Milchpulver	
Export Magermilchpulver	9,70
Export Milcheiweiss / Kaseinate	9,00
Export Vollmilchpulver	2,70
Total Milchpulver	21,40
Rahm / Milchfett	
Export Rahm in die EU	1,65
Verbilligung Rahm im Speiseeis	8,15
Verhinderung Veredelungsverkehr Butter	2,80
Total Rahm / Milchfett	12,60
Käse	
Aufbau EU-Markt	1,20
Exportförderung	5,21
Alpkäse (Marketingprojekt)	0,15
Importverdrängung / verarb. Käse	0,47
Total Käse	7,03
Total Milchprodukte	41,03
Diverses	
Beitrag SCM / Bio-Suisse	
Administration MSF / Zinsen etc.	0,12
Total Diverses	0,12
Total laufende Ausgaben	41,15
Gewinnvortrag/Einnahmenüberschuss Vorjahr (aktualisiert)	– 7,33
Gesamtausgaben netto	33,82
Beiträge Milchstützungsfonds	31,61
Rückerstattung BIF	1,00
Einnahmen	32,61
Defizitvortrag	– 1,21

Impressum

Schweizer Milchproduzenten SMP
Weststrasse 10
3000 Bern 6

Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51

www.swissmilk.ch
smp@swissmilk.ch

© Copyright by SMP
April 2006

Fotos: SMP, Marcus Gyger, Peter Zbinden
Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Bern
Druck: Merkur Druck AG, Langenthal

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

www.swissmilk.ch

