

Schweizer Milchproduzenten SMP

Geschäftsbericht 2006



Titelbild:

Vom Ersten Weltkrieg bis in die Nachkriegszeit hinein war sich die Politik einig, dass jeder Einwohner täglich ein Anrecht auf frische Milch in ausgezeichneter Qualität haben sollte. Auch die Eisenbahnen wurden in den Dienst der Trinkmilchversorgung gestellt.

Im Jahr 2007, dem Erscheinungsjahr des Geschäftsberichtes 2006, feiert die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP ihr 100-jähriges Jubiläum. Im Rahmen der Jubiläumsvorbereitungen hat die SMP altes Fotomaterial aus Werbung und Geschichte der Milchproduktion, der Milchpolitik und der Milchwirtschaft aufbereitet und neu zugänglich gemacht. Eine Auswahl der Fotos und alten Werbesujets wurde im vorliegenden Geschäftsbericht als Illustration verwendet.



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	30
1.5 Marktordnung	36
1.6 Marktstützung	38
1.7 Marketing	42
1.8 Weitere Sachgeschäfte	46
2. Tätigkeit der Organe	52
2.1 Delegiertenversammlung	52
2.2 Vorstand und Vorstandsausschuss	53
2.3 Ständige Kommissionen	54
3. Angaben zur SMP	56
3.1 Finanzierung und Inkasso	56
3.2 SMP-Beteiligungen und -Mitgliedschaften	58
3.3 Zusammensetzung der Gremien	59
3.4 Aufbau- und Ablauforganisation	60
3.5 Ansprechpartner für SMP-Dienstleistungen	62
3.6 Angaben zu den Mitgliedern	63
4. Dokumentarischer Teil	66
Produktions- und Marktdaten	66



Erfreuliche Marktentwicklungen, grosses Interesse am vorzeitigen Ausstieg aus der Milchkontingentierung und an Mehrmengen sowie anhaltende Unsicherheiten bei den politischen Rahmenbedingungen prägten das Geschäftsjahr 2006.

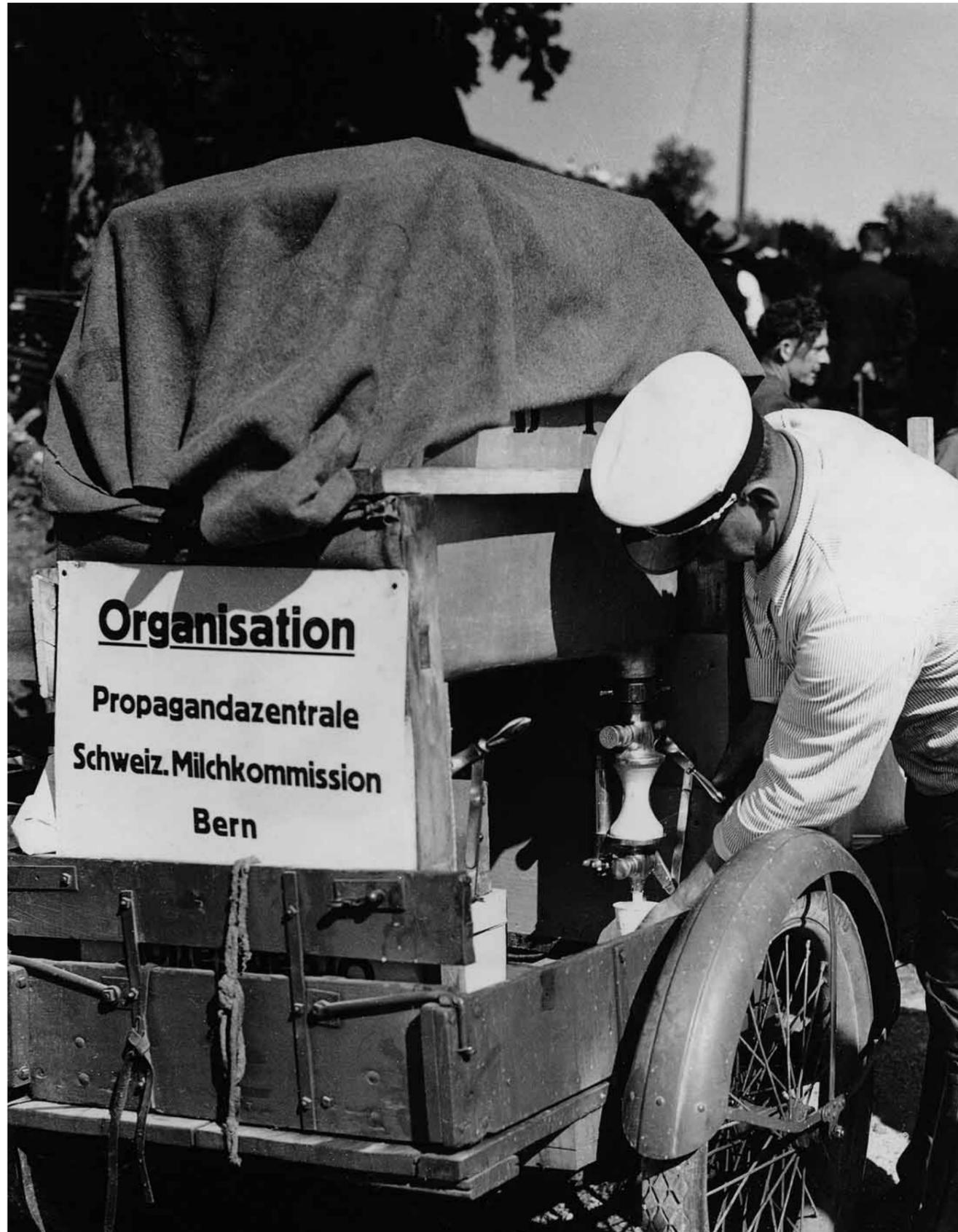
Erfreuliche Marktentwicklungen

Die Marktentwicklungen verliefen grossmehrheitlich positiv: Bei den Molkereiprodukten konnte der Absatz auf hohem Niveau gehalten werden, die Käseproduktion nahm über drei Prozent zu und Butter konnte mehr verkauft werden als im Vorjahr. Die Regulierverarbeitung bei Butter, Magermilchpulver und Vollmilchpulver ging zurück, sodass im Berichtsjahr über 4'000 Tonnen Butter importiert werden konnten. Einziger Schatten in der erfreulichen Bilanz ist der Käseaussenhandel: Die Importe nahmen zu und die Exporte stagnierten. Im Wissen, dass Nahrungsmittelmärkte ausgesprochen unelastisch sind, zuviel und zuwenig nahe beieinander liegen, könnten wir uns an den Entwicklungen freuen, wenn nicht per anfangs 2007 rund 120 Mio. Franken Stützungen abgebaut und auf die Marktteilnehmer überwältzt werden müssten.

Grosses Interesse am vorzeitigen Ausstieg und an Mehrmengen

Per 1. Mai 2006 sind rund zwei Drittel der Milchproduzenten mit etwa drei Viertel der Milchmenge aus der Milchkontingentierung ausgestiegen, wobei es sich nicht um einen eigentlichen Ausstieg aus der Mengenbegrenzung handelt, sondern um einen Umstieg von der öffentlich-rechtlichen Einzelkontingentierung in eine kollektive Mengenregelung durch die PO und PMO, welche für die Verwaltung der Lieferrechte ihrer Mitglieder verantwortlich sind. Das grosse Interesse der Milchproduzenten am vorzeitigen Ausstieg zeigt unter anderem auch, dass die Produzenten Willens sind, nach dem weitgehenden Rückzug des Bundes aus der Marktstützung und der Preisgarantie auch für die Mengenführung Verantwortung zu übernehmen. Die Ausstiegsordnung ist ausserordentlich komplex und beinhaltet angesichts der zu vielen Ausstiegsorganisationen erhebliche Risiken für die Zeit nach dem Ausstieg. Doch hat die Branche nun drei Jahre Zeit, sich auf die eigentliche Liberalisierung der Mengenführung per 1. Mai 2009 vorzubereiten. Aus Sicht der Milchproduzenten ist es sehr wichtig, das Verständnis für eine gute Organisation am Markt zu schärfen. Der neu gebildeten Kommission Milchmarkt kommt dabei eine wichtige Funktion zu.

Mitarbeiter der Propagandazentrale der Schweizerischen Milchkommission (SMK) schenken seit den späten 1920er-Jahren überall in der Schweiz Milch im öffentlichen Raum aus.



Zu intensiven Diskussionen Anlass gaben die Mehrmengen. Dies obwohl teilweise das Futter und die Kühe fehlen, um die zusätzliche Milch produzieren zu können. Unproblematisch sind Mehrmengen überall dort, wo es an Milch fehlt, um den Markt zu Normalpreisen mit gut positionierten Produkten zu versorgen, insbesondere bei einzelnen Käsespezialitäten. Problematisch sind aber Mehrmengen dort, wo nach Abzug aller Stützungen auf Stufe Milchpreis nur geringe Wertschöpfungen resultieren. Im Rahmen der Branchenorganisation Molkereimilch haben Produzenten und Verarbeiter Grundsätze entwickelt, die auch für die Zukunft gültig sind:

- Mehrmengenprojekte müssen nachhaltig sein.
- Der sensible Milchfettmarkt darf durch Mehrmengen nicht zusätzlich belastet werden.
- Für Mehrmengen gilt grundsätzlich der gleiche Preis. Produzenten sind allenfalls bereit, sich an ausgewiesenen Kosten zum Aufbau nachhaltiger Märkte zu beteiligen.

Diese Grundsätze zeugen von einem hohen Marktverständnis, ohne die wirtschaftliche Situation in der Milchproduktion aus den Augen zu verlieren.

Anhaltende Unsicherheiten bei den Rahmenbedingungen

Von zwei Seiten her bleibt der wirtschaftliche Druck auf die produzierende Landwirtschaft und insbesondere die Milchproduzenten hoch: Von der AP 2011 und dem darin enthaltenen Abbau der produktgebundenen Stützung sowie von der Handelsliberalisierung im Rahmen der WTO und bilateralen Freihandelsabkommen, insbesondere mit der EU.

Die Konsequenzen für das Sektoreinkommen der Landwirtschaft von heute drei Milliarden Franken wurden in verschiedene Szenarien berechnet. Je nach Wahl optimistischer oder pessimistischer Varianten sinkt das Einkommen bei der AP 2011 bei ungünstigen WTO-Szenarien auf 2,5 Milliarden Franken, bei einem Freihandelsabkommen mit der EU auf 1,6 Milliarden Franken und bei einem Freihandelsabkommen mit den USA auf 1,2 Milliarden. So unsicher diese Zahlen auch sein mögen, sie sind mehr als politische Sandkastenspiele. Der Druck, die Märkte zu öffnen, bleibt gross. Es ist auch richtig, die einzelnen Szenarien gründlich auf ihre Konsequenzen hin auszuleuchten. Das Verständnis hört dort auf, wo die Landesregierung von einer Übung zur andern springt, ohne irgendwo etwas zu Ende zu führen und gleichzeitig nicht in der Lage ist, im autonomen Bereich der internen Ausgestaltung der Agrarpolitik überfällige Korrekturen anzubringen. Die zuständige Kommission des Ständerates für die AP 2011 verlangt vom Bundesrat einen Bericht, wie das Direktzahlungssystem weiter entwickelt werden soll, «damit der Landwirtschaft ein Rahmen zur Verfügung steht, der es ihr erlaubt, ihren verfassungsmässigen Auftrag weiterhin zu erfüllen». Wir erwarten, dass diese Auseinandersetzung rasch und gründlich erfolgt und eine auf die übergeordneten Ziele ausgerichtete Politik nicht durch innerlandwirtschaftliche Umverteilungsdiskussionen neutralisiert wird. Die Probleme für die produzierende Landwirtschaft bei zunehmender Marktöffnung und weiterem Abbau der Marktstützung wurden bisher stark unterschätzt. Dank einer starken Exportwirtschaft im Bereich der Finanzdienstleistungen sowie der Pharma-, Chemie- und Maschinen-

Zwei italienische Vertreter der Firma Goldbach AG in Milano auf Besuch im Emmental, wo sie sich über die Herstellung, Lagerung und Pflege der von der Kundenschaft besonders gewünschten Laibe mit einer grossen Lochung informieren.



industrie können in der Schweiz hohe Löhne bezahlt werden. Der Arbeitsmarkt ist aus politischen Gründen stark geschützt und hält deshalb auch das Kosteniveau hoch. Für die produzierende Landwirtschaft, die zu einem grossen Teil austauschbare Güter mit tiefen Markteintrittskosten für internationale Mitbewerber produziert, sind offene Märkte bei hohen Kosten existenzbedrohend. Umso mehr darf insbesondere im Talgebiet die Entwicklung konkurrenzfähiger Strukturen nicht zu sehr behindert werden.

Albert Rösti wird neuer Direktor

Am 18. Mai hat der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP in Bern Dr. Albert Rösti zum neuen Direktor gewählt. Er löste Samuel Lüthi, der in den Ruhestand trat, am 1. Januar 2007 in seinem Amt ab. Albert Rösti ist Ingenieur Agronom ETH und hat einen Abschluss als Master of Business Administration MBA der Universität Rochester. Er war Landwirtschaftslehrer und Beratungsleiter an der Bergbauernschule Hondrich und wechselte dann zum Amt für Landwirtschaft des Kantons Bern, wo er als Vorstehender der Abteilung Produktion und ländliche Entwicklung tätig war. 2003 wurde er zum Generalsekretär der Volkswirtschaftsdirektion des Kantons Bern ernannt. Der Vorstand ist überzeugt, dass mit der Wahl von Albert Rösti eine optimale Besetzung gefunden wurde, um den Verband durch den Ausstieg aus der Milchkontingentierung und die Liberalisierung des Umfeldes zu leiten und in die Zukunft zu führen.

Vorbereitungen für das 100-Jahr-Jubiläum

Mit den breit angelegten Aktivitäten zum 100-Jahr-Jubiläum unserer Organisation hoffen wir, der gesamten Bevölkerung wie auch der Politik, den Marktpartnern und den Medien zeigen zu können, dass eine Schweiz ohne Kühe und ohne Milchwirtschaft eine ärmere Schweiz wäre.

Peter Gfeller, Präsident, und Samuel Lüthi, Direktor SMP

Als Nebenprodukt der Käseherstellung mit Lab fällt Schotte an, die wegen ihres Eiweißgehalts als Schweinefutter verwendet wird. Viele Bauern sömmeren deshalb nebst den Kühen auch die Schweine auf den Alpen, wo gekäst wurde und Schotte anfiel.



1.2 Internationale Fragen

Welt- und EU-Milchmarkt 2006

Die Weltmilchproduktion dürfte 2006 um rund 1,6 Prozent zunehmen und auf 642 Mio. Tonnen anwachsen. 540 Mio. Tonnen entfallen auf Kuhmilch (+ 9 Mio. Tonnen resp. + 1,7 Prozent). Während in Europa (EU) die Produktion stagniert, findet das Wachstum vor allem in Asien (China, Indien) und Südamerika (Argentinien, Brasilien) und zum Teil auch in den USA statt.

Die Preise auf den internationalen Märkten konnten sich 2006 durchwegs auf hohem Niveau halten und haben gegen Jahresende sogar nochmals zugelegt. Insbesondere aufgrund der rückläufigen Milchproduktion in der EU sind die Magermilchpulverpreise gegen Jahresende regelrecht in die Höhe geschossen. Der Magermilchpulverpreis hat sich damit vom Interventionspreisniveau in der EU abgekoppelt.

Der Wert des US-Dollars in Schweizer Franken ist 2006 leicht gesunken, nämlich von 1,28 Franken pro US-Dollar im Januar auf rund 1,22 Franken pro US-Dollar im Dezember (Monatsmittel). Die Markterlöse für Magermilchpulver in Schweizerfranken erreichten gegen Jahresende wiederum einen überdurchschnittlich hohen Stand. Die EU hat 2006 einen weiteren Abbauschritt beim Interventionspreis für Butter vollzogen. Aufgrund der positiven Marktlage in der EU hat sich die Reduktion allerdings nicht vollständig auf den Rohstoffmarkt übertragen.



Bilaterale Verträge I mit der EU

Im Rahmen der Bilateralen Verträge I zwischen der Schweiz und der EU wurden 2006 die beiden letzten Versteigerungen der Käseimportkontingente durchgeführt. Beim Frisch-, Weich- und Schmelzkäse wurden die Kontingente trotz anfänglich abweichenden Anzeichen bis zur letzten Möglichkeit vollumfänglich ausgeschöpft. Allerdings sind die Gebotspreise wiederum gesunken. Die gesamte Branche hat vor der vollständigen Öffnung Mitte 2007 trotzdem grossen Respekt.

Anfangs Dezember 2006 hat der Gemischte Ausschuss zum Agrarabkommen von 1999 zwischen der Schweiz und der EU beschlossen, dass sämtliche Lizenzen und Zertifikate per 1. Juni 2007 abgeschafft werden. Ab diesem Datum soll nur noch das Ursprungszeugnis für den bilateralen Käsehandel verlangt werden. Dieser Schritt ist insbesondere für die mengenmässig kleineren Exporteure aus der Schweiz ein Vorteil gegenüber der heutigen Praxis, bringt aber auch für die Importeure gewisse Erleichterungen.

Bilaterale Verträge II mit der EU

Mit der EU konnte die Schweiz per 1. Februar 2006 die Vereinbarung treffen, dass beim Export von Milchmischgetränken wieder Erstattungen nach dem Prinzip der «Nettopreiskompensation» gewährt werden können. Somit konnte in diesem Bereich das Engagement der SMP zur Verhinderung des Veredelungsverkehrs reduziert werden. Das Dossier über die verarbeiteten landwirtschaftlichen Rohstoffe der Bilateralen Verträge II mit der EU hat sich insgesamt für die schweizerische Milchwirtschaft bewährt.

Importkontingente Käse Bilaterale Verträge I

Kontingent	Menge Ausschreibung Halbjahr 2006/07 in Tonnen	Ausschöpfung Kontingent						Durchschnittsgebot (CHF / kg)					
		Juni 04 – Nov. 04	Dez. 04 – Mai 05	Juni 05 – Nov. 05	Dez. 05 – Mai 06	Juni 06 – Nov. 06	Dez. 06 – Mai 07	Juni 04 – Nov. 04	Dez. 04 – Mai 05	Juni 05 – Nov. 05	Dez. 05 – Mai 06	Juni 06 – Nov. 06	Dez. 06 – Mai 07
Mozzarella	525	Ja	Nein	Ja	Ja	Ja	Ja	2,07	0,71	1,44	0,50	0,65	0,62
Mozzarella, Schmelz-, Frisch-, Weichkäse	3925	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja	Ja	2,78	2,79	2,78	2,52	1,72	0,70
Fontal, Saint-Nectarine, Saint-Paulin etc.	2909	Ja	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	0,02	0,02	0,01	0,01	0,01	0,01
Provolone	337	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	Nein	0,12	0,04	0,01	0,01	0,03	0,02
Div. Halbhart-, Hartkäse	3 750	Ja	Nein	Ja	Nein	Ja	Nein	0,34	0,08	0,06	0,04	0,04	0,03

Quelle: BLW

2006 wurde das einseitige Nullzollkontingent für Rahm und Jogurt zu Gunsten der Schweiz zu etwas mehr als der Hälfte ausgeschöpft. Die nicht ausgeschöpfte Menge wird auf 2007 übertragen, sodass im Frühjahr 2007 eine grössere Menge zur Entlastung des Milchfettmarktes zur Verfügung stehen wird.

Freihandelsabkommen Schweiz – USA

Nachdem der Bundesrat umfangreiche Abklärungen zu einem umfassenden Freihandelsabkommen zwischen der Schweiz und den USA vornehmen liess, hat er am 18. Januar 2006 offiziell davon Abstand genommen. Auch wenn dies in der Öffentlichkeit nicht so kommuniziert wurde, hätte ein solches Abkommen nur sehr geringfügige Vorteile für die schweizerische Volkswirtschaft gehabt, wie aus wissenschaftlichen Studien hervorgeht. Zudem hätte die EU Gleichbehandlung verlangt, wie das bei solchen Abkommen üblich ist.

Aus Sicht der Landwirtschaft war dies zweifellos ein richtiger Entscheid. In der breiten Öffentlichkeit wurde er als Rücksichtnahme auf den Agrarsektor dargestellt, obwohl Studien zeigen, dass andere Faktoren dafür verantwortlich waren.

Agrarfreihandelsabkommen Schweiz – EU

Mitte Januar 2006 hat der Bundesrat das Integrationsbüro beauftragt, einen Bericht über ein Freihandelsabkommen mit der EU im Landwirtschaftsbereich zu erarbeiten und insbesondere die Machbarkeit sowie die wirtschaftlichen Vor- und Nachteile abzuklären.

Die SMP hat im Mai 2006 an der Konsultation zu einem möglichen Agrarfreihandelsabkommen mit der EU teilgenommen. Es hat sich sehr schnell gezeigt, dass brauchbare Grundlagen zu einer seriösen Beurteilung eines solchen Projektes in der Bundesverwaltung kurzfristig nicht verfügbar sind und sich deshalb vertiefte Detailabklärungen aufdrängen, insbesondere zu den Punkten Produktpreise, Faktorkosten und -preise, Ausgestaltung Direktzahlungen sowie Marktchancen und -risiken.

Im Gegensatz zu anderen Produktionsbereichen verfügt die Schweiz im Milchsektor bereits heute weitgehend über Marktzugang in die EU. Demgegenüber besteht bei der «weissen» Linie ein wirksamer Grenzschutz. Die Beurteilung der Auswirkungen eines solchen Abkommens auf die Milchproduktion hängt zu einem wesentlichen Teil von der künftigen Ausge-

staltung der Direktzahlungen an die Landwirtschaft sowie von den strukturpolitischen Rahmenbedingungen ab. Hier müsste der Bund ebenfalls Klarheit schaffen. Um die Kostennachteile gegenüber der Milchproduktion in der EU zu beseitigen, greift ein Agrarfreihandelsabkommen jedoch viel zu kurz. Dazu wären Schritte notwendig, die wesentlich weiter gehen als ein sektorales Abkommen und die gesamte schweizerische Volkswirtschaft einbeziehen würden.

Aus Sicht der Milchproduzenten und im Interesse einer produzierenden Landwirtschaft ist zum heutigen Zeitpunkt eine Weiterentwicklung der Bilateralen Verträge im Rahmen der Evolutivklausel vorteilhafter einzustufen als ein umfassendes Agrarfreihandelsabkommen.

Der Bundesrat hat Ende Juni 2006 entschieden, mit der EU «Sondierungsgespräche» zu führen. Bis Ende März 2007 soll dazu aus der Bundesverwaltung ein Grundlagenbericht vorliegen.



WTO-II-Agrarverhandlungen

Nachdem die ursprünglichen Termine für den Agrarbereich bei den WTO-Verhandlungen nicht eingehalten werden konnten, war es absehbar, dass der gesamte Terminplan nicht realistisch war. Die Interessen der verschiedenen Länder bezüglich Industriezölle, Agrarzölle und interne Stützung im Agrarbereich waren zu unterschiedlich, um einen Abschluss zu erreichen. Die Verhandlungen der Doha-Runde wurden deshalb auf unbestimmte Zeit ausgesetzt. In wichtigen Ländern (Indien, USA, Brasilien, Japan, Frankreich) finden zudem in nächster Zeit Wahlen statt, so dass die WTO voraussichtlich für längere Zeit verminderte (Ver-) Handlungsfähigkeit aufweisen wird. Für die schweizerische Landwirtschaft wird die Situation dadurch nicht einfacher, weil die Globalisierung auf dem bilateralen Weg (bilaterale Handelsabkommen) weitergehen wird.

«Schoggigesetz» 2006

Die Prognose der Exporteure von verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten hat für 2006 einen Finanzbedarf von 97,8 Mio. Franken ergeben (Milch: 76 Mio. Franken). Mengemässig liegt der gemeldete Bedarf ungefähr auf dem Niveau von 2004. Das Parlament hat im Dezember 2005 einen Betrag von 90 Mio. Franken gesprochen. Somit waren keine zusätzlichen Massnahmen notwendig, weil die Vorausfestsetzung erfahrungsgemäss immer etwa 10 bis 20 Prozent zu hoch ausfällt. Der Gesamtkredit 2006 wurde vollständig ausgeschöpft. Mengemässig sind die Milchexporte 2006 gegenüber dem Vorjahr um rund 15,2 Prozent angestiegen (total: 205 Mio. kg Milch). Dies ist ein positives Signal für den Produktions- und Werkplatz Schweiz, auch wenn die anfänglichen Prognosen der Experten nicht ganz eingetroffen sind.

Ausfuhrbeiträge für verarbeitete landwirtschaftliche Produkte 2006

Produktbereiche	Vorausfestsetzung 2007		Beanspruchung 2006	
	Mio. CHF	%	Mio. CHF	%
Milch, Milchprodukte (inkl. Butter)	88,3	81,2	72,5	80,56
Mehlprodukte	20,0	18,4	17,3	19,22
Zucker, Eiprodukte (konstant)	0,5	0,4	0,2	0,22
Total / Gesamtkredit	108,8	100,0	90,0	100,00

Quelle: OZD

Die Exportprognosen für 2007 haben einen Bedarf von 108 Mio. Franken ergeben, was über dem bewilligten Kredit von CHF 80 Mio. liegt. Wenn man berücksichtigt, dass die Vorausfestsetzung von einem Milchmengenbedarf von 250 Mio. kg ausgeht (+ 22 % gegenüber 2006), bedürfen diese Prognosen noch einer detaillierten Prüfung, bevor die Milchproduzenten allfällige weitere Massnahmen zur Mitfinanzierung ernsthaft in Erwägung ziehen.

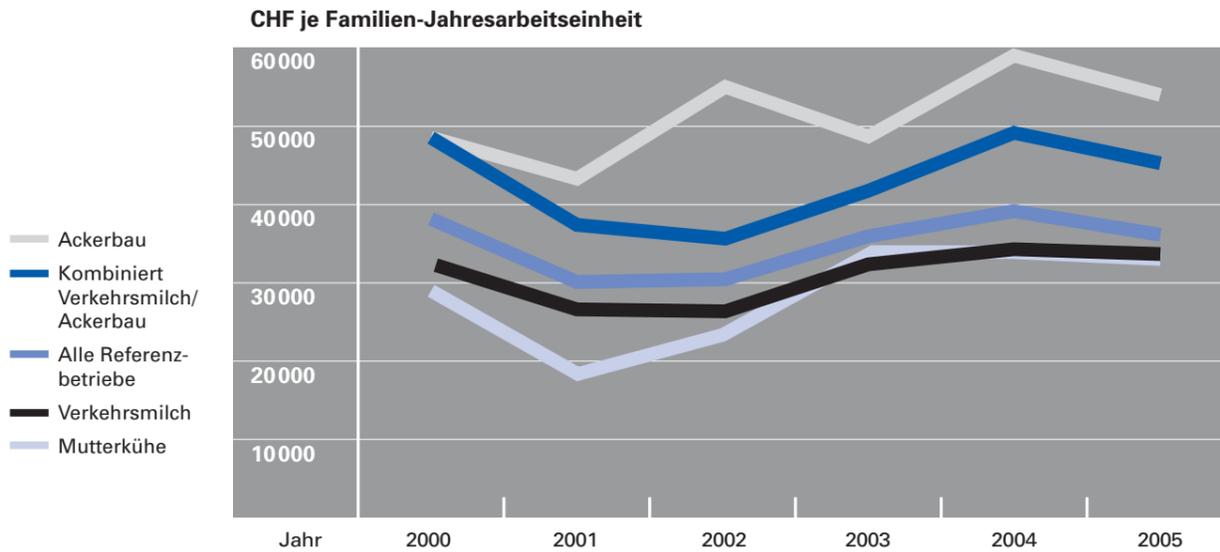
1.3 Milchproduktion und -verkauf

Einkommen der Milchproduzenten

Die Agroscope FAT Tänikon hat im September 2006 die Ergebnisse der Zentralen Auswertung der Buchhaltungen 2005 veröffentlicht. Sowohl der Arbeitsverdienst je Familienarbeitskraft als auch das landwirtschaftliche Einkommen je Betrieb gingen zurück. Der Rückgang

bei der Milchproduktion ist etwas geringer als bei anderen Produktionsrichtungen, jedoch ausgehend von einem unterdurchschnittlichen Niveau (vgl. Grafik).

Entwicklung Arbeitsverdienst nach Produktionsrichtung



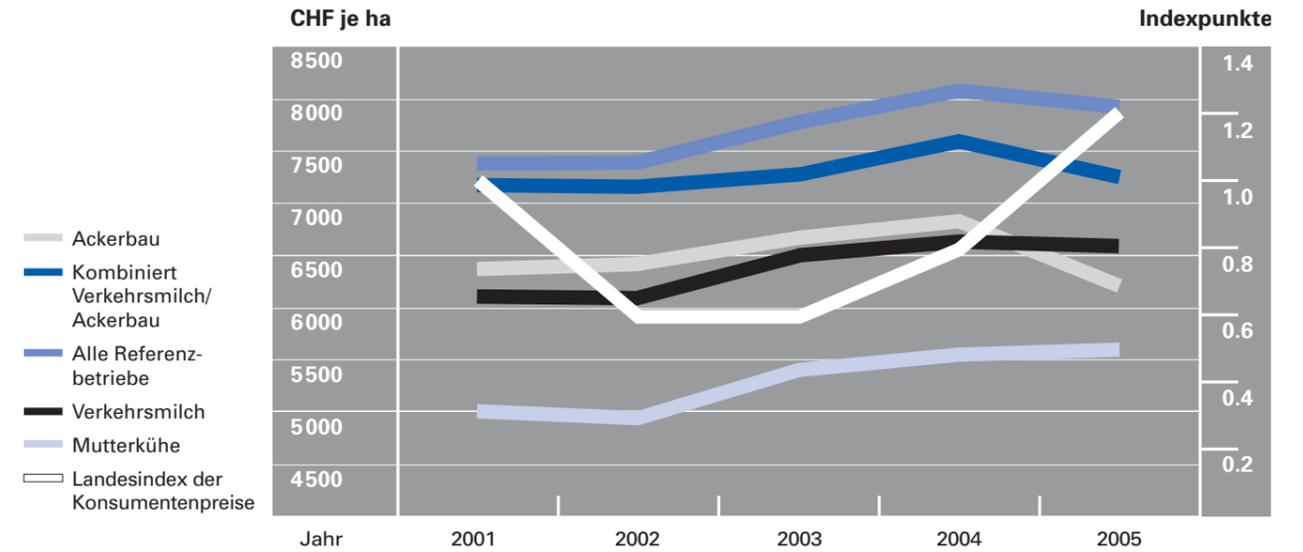
Quelle: Grundlagenbericht, Agroscope FAT Tänikon, Betriebstyp «Verkehrsmilch»

Die Einkommen bei der Milchproduktion sind im Vergleich zu den übrigen Einkommen der Wirtschaft sehr tief. Der gesunkene Milchpreis konnte 2005 durch bessere Preise beim Nutz- und Schlachtvieh teilweise kompensiert werden. Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu beachten, dass wegen der günstigen Marktentwicklung die Bilanzbewertung des Rindviehs Ende 2005 angepasst wurde. Ebenso ist zu beachten, dass die Milchmenge pro Betrieb jährlich um 5 Prozent steigt.

Die Fremdkosten je ha bei der Milchproduktion sind insgesamt im Vergleich zum Vorjahr etwas zurückgegangen (vgl. Grafik). Die Treibstoff- und Personalkosten sind angestiegen. Wegen guten Raufutterjahren musste weniger Futter zugekauft werden. Die Futtermittelpreise gingen etwas zurück.



Entwicklung der Kosten der Milchproduktion



Quelle: Referenzbetriebe der Zentralen Auswertung der FAT (Grundlagenbericht) Überblick Preise, Bundesamt für Statistik

Die Milchproduktionsbetriebe haben sich in den zurückliegenden Jahren stark entwickelt. Faktorpreissteigerungen und tiefere Milchpreise konnten durch Rationalisierungen und verbesserte Erlöse für Nutz- und Schlachtvieh zum Teil kompensiert werden. Gemäss Prognosen werden die Teuerung eher weiter zunehmen und der Druck auf die Milchpreise wegen weiterem Stützungsabbau, vermehrtem Zugang von ausländischen Milchprodukten auf den schweizerischen Markt, der Produktion von Mehrmengen und dem Konkurrenzkampf des Handels und der Verarbeiter hoch bleiben.

Die Analyse der SMP zum Umfeld der Milchproduktion lautet:

- Die Milchproduktion ist im Vergleich zu anderen Produktionsrichtungen wie Ackerbau oder extensive Tierhaltung sehr arbeitsaufwendig und erfordert hohe Investitionen.
- 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 bewirtschaften zu lassen. Hauptberufliche Milchproduzenten können die Betriebsflächen nur beschränkt erweitern.

Korrekturen der AP 2011 zur Verbesserung der Situation sind notwendig. Die SMP hat die entsprechenden Eingaben gemacht. Notwendig ist eine öffentliche Diskussion zur Neuausrichtung der Direktzahlungen, ohne diese als Ganzes zu gefährden, und zu den Rahmenbedingungen für die strukturelle Entwicklung.

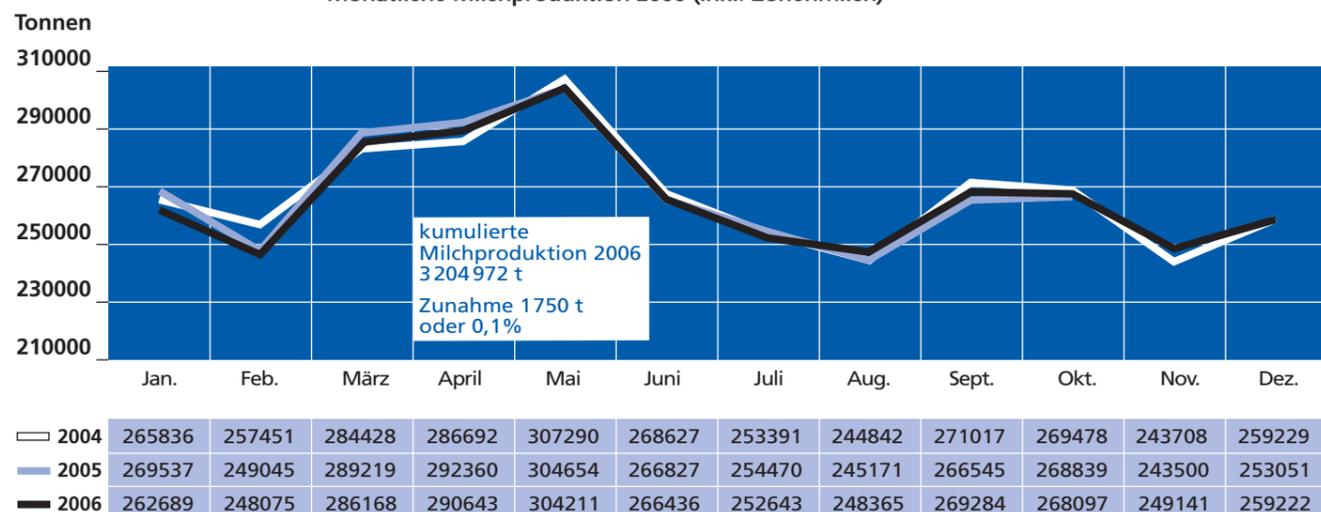
Die aktuelle Politik, die Grenzen für landwirtschaftliche Produkte insbesondere gegenüber den Staaten der EU weiter zu öffnen, erfordert auch Massnahmen zur weiteren Reduktion der Kosten. Der Bundesrat hat am 29. November 2006 eine Vernehmlassung zur Revision des Bundesgesetzes über die technischen Handelshemmnisse (THG) eröffnet. Gemäss den Vor-

schlägen des Bundesrates könnten nach dem Cassis-de-Dijon-Prinzip, unabhängig der schweizerischen Produktionsvorschriften, Erzeugnisse aus dem EU- und dem EWR-Raum frei in der Schweiz vermarktet werden. Für die Landwirtschaft besteht die Gefahr, dass bei den landwirtschaftlichen Erzeugnissen und den Lebensmitteln die Anforderungen harmonisiert werden, die Produktionsauflagen in der Schweiz aber bleiben. Dabei wird mit Umweltschutz, Tierschutz, Raumplanung und Konsumentenschutz argumentiert. Das könnte die schweizerische Urproduktion in eine schwierige Lage bringen.

Milchproduktion

Die 2006 produzierten Milchmengen sind aus nachstehender Grafik ersichtlich.

Monatliche Milchproduktion 2006 (inkl. Zonenmilch)



Quelle: TSM 2006

Die Schwankungen der Milcheinlieferungen bewegen sich im üblichen Rahmen.

Vorzeitiger Ausstieg aus der Milchkontingentierung per 1. Mai 2006

Per 1. Mai 2006 stiegen 27 Organisationen aus der Milchkontingentierung aus. Davon 9 Produzenten-Organisationen (PO) und 18 Produzenten/Milchverwerter-Organisationen (PMO). Insgesamt stiegen rund 22'000 Produzenten mit einer Milchmenge von 2'400 Mio. kg Milch aus der Milchkontingentierung aus und haben von ihren Organisationen privatrechtlich administrierte Lieferrechte oder Vertragsmengen zugeteilt erhalten. Gemäss der aktuellen Gesetzgebung beaufsichtigt der Bund die Organisationen noch bis Ende April 2009. Eine Zusammenstellung zu den Organisationen befindet sich im dokumentarischen Teil.

Der Entzug der Kontingente hat viele Rekurse bei den regionalen Rekurskommissionen ausgelöst. Ferner gibt es zahlreiche und engagierte Diskussionen zwischen Juristen und dem BLW über die Rechtmässigkeit des Entzugs von vermieteten Kontingenten bzw. Schadenersatzansprüche der Vermieter.

Vorzeitiger Ausstieg aus der Milchkontingentierung per 1. Mai 2007

Für den Ausstieg per 1. Mai 2007 wurden sieben Gesuche von Produzenten-Milchverwerter-Organisationen beim BLW eingereicht (Laiteries Réunis de Genève, Napfbergland, Pro Milch Ost, Aletsch-Goms, Käsereimilch, Freiamt, Altendorf). Diese beinhalten eine Milchmenge von 54 Mio. kg und rund 400 Milchproduzenten. Bis Ende Februar 2007 können Milchproduzenten nachgemeldet werden, die sich bei bestehenden Ausstiegsorganisationen anschliessen wollen.



Mehrmengen und Preise

Die Bewilligungskriterien gemäss Ausstiegsverordnung und Weisungen für Mehrmengen jeweils für ein Milchjahr sind:

1. Bedarfsnachweis;
2. Minimum der Exporte bei Exportprojekten: 80 Prozent MAE (Milchäquivalent) bei Käseprojekten, 90 Prozent MAE bei anderen Milchprodukten;
3. Keine Verdrängung auf Inlandmarkt: Innovation, Marktwachstum bei AOC-Produkten, Importkonzernierung;
4. Controlling vierteljährlich durch BLW;
5. Verarbeiter haftet für projektkonforme Vermarktung.

Die Plattform «Milchmarkt» und der Vorstand haben im Frühjahr 2006 folgende Beschlüsse zu den Mehrmengen gefasst:

1. Mehrmengenprojekte müssen nachhaltig sein. Davon ist auszugehen, wenn effektiv neue Märkte erschlossen und die Mehrmengen auch über 2009 hinaus vermarktet werden können.
2. Die Einführung einer Ersatzabgabe für Mehrmengen zur Stabilisierung des Milchfettmarktes im Rahmen der Branchenorganisation Molkereimilch (BOM) wird als richtig erachtet und soll bei der BOM zur Umsetzung beantragt werden (wurde von dieser inzwischen beschlossen).

Gesuche und bewilligte Mehrmengen (Stand Januar 2007)

91 Gesuche von 23 Organisationen

81 bewilligt: 73 Exportprojekte (v.a. Käse)
8 Inlandprojekte

Menge: total 73,8 Mio. kg (2,5% der Gesamtmenge)
keine Gesuchsfrist; Bewilligung für ein Milchjahr

Quelle: BLW

3. Es besteht Einvernehmen darüber, dass die Organisationen der SMP Mehrmengesuche auf vertraulicher Basis mitteilen. Die SMP stellt zusammen mit der BOM die korrekte Administration sicher und weist die aggregierten Beträge in der Branche aus.
4. Für Mehrmengen soll grundsätzlich der gleiche Milchpreis wie für Normalmilch realisiert werden. Dies gilt insbesondere bei silagefreier Milch und bei Milch für Produkte, die über das «Schoggigesetz» vermarktet werden. Bei Projekten zum Aufbau neuer Märkte kann den Kosten der Markterschliessung Rechnung getragen werden.

Im August 2006 haben das Staatssekretariat für Wirtschaft, das Bundesamt für Landwirtschaft und die Oberzolldirektion schriftlich auf die Problematik von tiefen Preisen für Mehrmengen und den Ausgleich über das «Schoggigesetz» verwiesen. Das BLW wurde verpflichtet, das Kriterium «Preis» bei der Bewilligung von Mehrmengen auch zu gewichten.

Heikle Gesuche lagen für Mehrmengen Milch zur Produktion von Emmentaler vor. Die vereinbarten Milchpreise bei Mehrmengen liegen 0 bis 15 Rappen unter dem Preis der Normalmilch. Es schien, dass einige Vertreter der Ausstiegsorganisationen die Mengenausdehnung höher gewichten als den Milchpreis und deshalb ein untergeordnetes Interesse an einer gemeinsamen Mengen- und Preiskoordination haben.

Bis Ende 2006 haben sich die beantragten Mehrmengen noch nicht in einem entsprechenden Anstieg der gesamten Milchmenge ausgewirkt. Anträge für Mehrmengen können grundsätzlich während des ganzen Jahres eingebracht werden. Gemäss den Rechtsgrundlagen kann das BLW ohne Rücksprache mit den Dachorganisationen der Milchbranche über die Gesuche und Anträge entscheiden, was nicht dem allgemeinen Postulat der Politik für mehr Markt und Verantwortung der Branche entspricht.

Das BLW hat kommuniziert, die Mehrmengen der Ausstiegsorganisationen zu überwachen. Bei Abweichungen der Produktion und der Vermarktung kann den Organisationen die Mehrmenge vom BLW entzogen werden.



Für die Ausbreitung und Entwicklung des Verbandes wichtig wurde u.a. auch die Gründung des «Zentralblattes» Anfang 1912.

Die «Industrie laitière suisse» veröffentlichte ab 1921 als eines der ersten Publikationsorgane regelmässig Artikel der Bäuerin Augusta Gillibert-Randin.



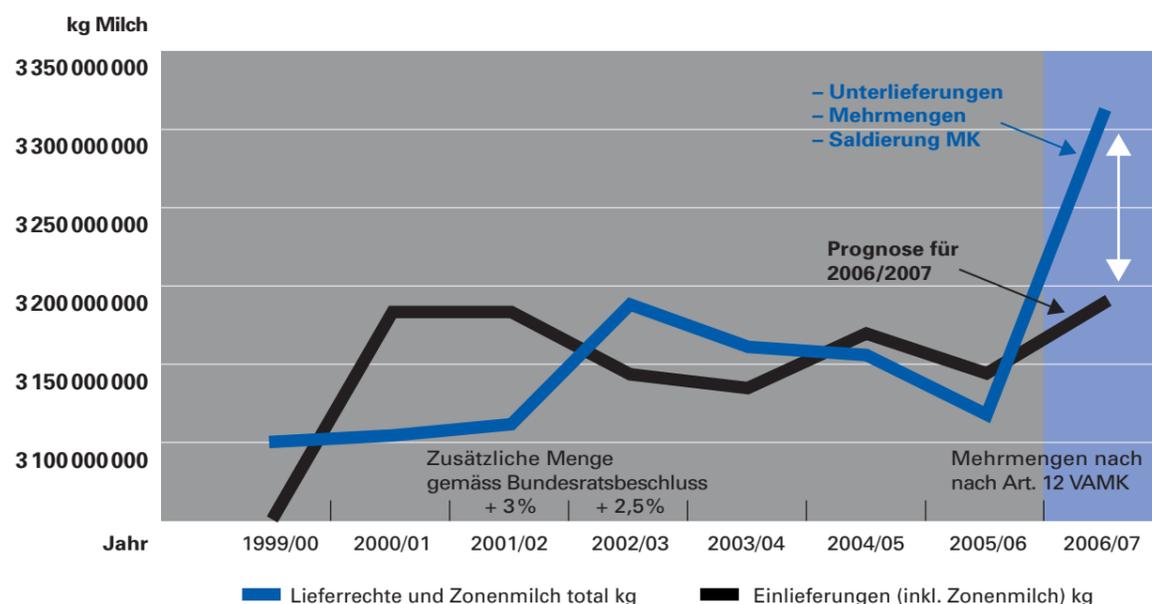
Einen wahren Mitgliederschub bescherte dem ZVSM die Übertragung des Auftrags zur Trinkmilchversorgung im Jahr 1916, weil der Verband neben den für alle Produzenten geltenden Produktionsvorschriften seinen Mitgliedern nun auch materielle Anreize bieten konnte.

Ausblick

Die Grafik Einlieferungen und Lieferrechte zeigt auf, dass es hinsichtlich Milcheinlieferungen im kommenden Milchjahr 2007/08 grosse Unsicherheiten gibt. Bereits aufgrund der noch

nicht ausgeschöpften Lieferrechte und den grösseren Möglichkeiten, abgabefrei zu produzieren, besteht mehr Produktionspotential. Zudem ist nicht bekannt, wie viel Mehrmengen im Milchjahr 2007/2008 beantragt werden.

Einlieferungen und Lieferrechte



Es stellt sich die Frage, ob mit den vielen Organisationen für die Verwaltung der Milchmengen eine korrekte Mengenföhrung weiterhin gewährleistet ist. Die SMP versucht, über die Kommission Milchmarkt alle Kreise an einen Tisch zu bringen und die Marktverhältnisse sowie die Auswirkung von Mehrmengen auf die Zulagen und Beihilfen des Bundes sowie die Reguliermassnahmen im Rahmen des Milchstützungsfonds der SMP aufzuzeigen. Verhandlungen über Mehrmengen müssen wie bei Normalmilch koordiniert geföhrt werden, sonst könnte der Preis für Normalmilch unter Druck geraten. Bei Mehrmengen Milch für Käse muss auch die Vermarktung der Fettkomponente beachtet werden.

Milchverkauf Frühjahr 2006

Weil keine Anpassungen der Zulagen und Beihilfen des Bundes anstanden, gab es im Frühjahr 2006 keine allgemeinen Milchpreisverhandlungen. Es traten hingegen neue Organisationen als Milchkäufer auf oder bestehende Milchringe übernahmen die Verwaltung von Lieferrechten und nahmen neue Lieferanten auf. In einzelnen Regionen wie in der Zentralschweiz änderten deshalb auf das Frühjahr 2006 die Vertragsverhältnisse und teilweise auch die Milchpreise.

Milchverkauf per 1. Januar 2007

Am 1. März 2006 hat der Bundesrat Beschlüsse gefällt, die Auswirkungen auf die Milchpreise 2007 haben werden. Der Stützungsabbau für 2007 gegenüber 2006 beträgt rund 120 Mio. Franken. Die Zulage für verkästete Milch wird per 1. Januar 2007 um 3 Rappen, die Siloverzichtsulage um 1 Rappen, die Ausfuhrbeihilfen werden um rund 44 Prozent und die Inlandbeihilfen um rund 47 Prozent gekürzt. Verteilt auf die gesamte Milchmenge macht der Abbau 3,7 Rappen aus. In gestützten Teilsegmenten entsteht durch den Beihilfeabbau ein grösserer Preisdruck. Die Auswirkungen des Stützungsabbaus per 1. Januar 2007 sind je nach Unternehmen sehr unterschiedlich. Im Frühjahr hat die SMP eine teilweise Abfederung bei der Butter beschlossen, Ende Jahr zusätzlich eine solche für Magermilchpulver und Milcheiweiss, um den Druck auf die Milchpreise zu reduzieren.

Im Gegenzug zum Stützungsabbau erhalten die Milchproduzenten ab dem 1. Januar 2007 einen reduzierten Beitrag von 200 Franken pro Milchkuh, soweit sie aufgrund der im Vorjahr gelieferten Milchmenge bisher von den Raufutterverzehr-Beiträgen ausgeschlossen waren. Damit soll den Milchproduzenten ein Teil der Milchpreisreduktionen kompensiert werden. Nach Berechnungen des BLW soll diese Massnahme den Milchproduzenten rund 115 Mio. Franken Einkommen bringen. Die Verteilungswirkungen auf die einzelnen Betriebe sind je nach Ausstattung des Betriebes mit Grünfläche, Viehbesatz und Leistungsintensität sehr unterschiedlich. Dazu kommt, dass als Folge der Sparmassnahmen des Bundes der allge-

meine Flächenbeitrag um 50 Franken reduziert wurde.

Die Unternehmen haben erst in den Sommermonaten erkannt, dass Milchpreissenkungen zu Turbulenzen bei den Produktemärkten führen können (Milchpreissenkungen von Unternehmen, die von der Milchstützung wenig betroffen sind sowie Ausweichen auf weniger gestützte Segmente führen zu weiteren Milchpreissenkungen). Es gab Anträge von Unternehmen zur stärkeren Abfederung über den Milchstützungsfonds, Anträge zur Umlagerung bei der verbleibenden Stützung des Bundes und Anträge zur Schaffung weiterer Solidaritätskreise wie einer Abgabe auf der Molkereimilch. Es gab dabei auch die mittel- und längerfristige Optik (keine straffe Mengenregelung mehr, allenfalls nur noch Koordination), die effiziente Ausgestaltung der Massnahmen des Milchstützungsfonds sowie das Gleichgewicht zwischen der weissen und der gelben Linie zu beachten.

Die Haltung des Vorstandes der SMP lautete, dass die Milchproduzenten nicht, wie bei früheren Runden, das Doppelte des Stützungsabbaus an Milcherlös verlieren sollen. Das Ziel des Vorstandes war, keine weitere Einkommenseinbusse in Kauf zu nehmen. Die Delegierten haben am 10. Oktober 2006 die Ziele der SMP mit 90 zu 43 Stimmen wie folgt beschlossen:

«Der Stützungsabbau ist zu 100 Prozent durch die nachgelagerten Stufen zu tragen. Die Milchpreise sind stark gesunken. Aufgrund der Vollkostenrechnung verdienen die Milchproduzenten heute nur noch rund 15 Franken Stundenlohn. Deshalb muss der Abbau zu 100 Prozent von den Verarbeitern und den Verteilern getragen werden.»

Die Milchkaufverhandlungen zwischen den Milchproduzenten bzw. ihren Verhandlungsdelegationen und den Molkereien und Käseereien wurden ab Herbst 2006 intensiv geföhrt. Die SMP hat Informationen bereitgestellt und sich dafür eingesetzt, dass je Verarbeiter nur eine Delegation über die Milchpreise verhandelt.

Milchpreismonitoring

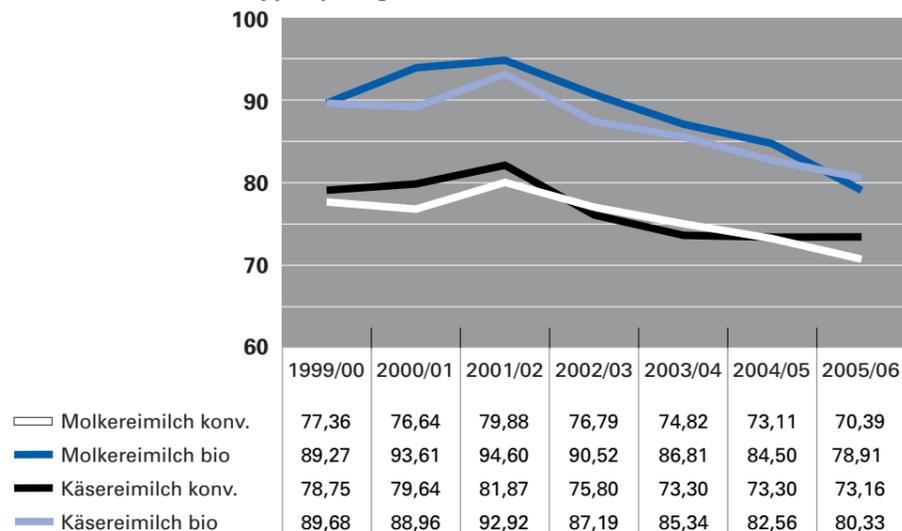
Das Milchpreismonitoring ist eine Dienstleistung der SMP für die Milchproduzenten, um Daten über die vertraglich festgelegten und effektiv bezahlten Milchpreise erheben zu können. Solche Marktinformationen nützen in erster Linie bei den Milchverkaufsverhandlungen, andererseits schaffen diese Daten auch generelle Markttransparenz, die vor allem im Interesse der Milchproduzenten ist.

Die Auswertung per Ende 2006 befindet sich im dokumentarischen Teil.

Die Datengrundlage für die Milchpreisberechnung stützt sich unverändert auf die Milchgeldabrechnungen von einzelnen Produzenten, welche die Daten monatlich per Fax oder Email 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, nimmt die SMP wieder neue Milchpreismelder auf. Interessierte wenden sich direkt an die Geschäftsstelle SMP.

Entwicklung der Milchpreise

Rappen pro kg Milch



Quelle: Milchpreismonitoring der SMP

Eckwerte Milchkaufverträge

Im Jahr 2000 hat die SMP mit der Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie Eckwerte für die Milchkaufverträge ausgehandelt (vgl. www.swissmilk.ch). Insbesondere wurden geregelt:

- die Rechts- und Vertragsverhältnisse;
- die Definition der Standardmilch, für welche der Basispreis gilt;
- die Bezahlung der Milch nach Qualität und Gehalt;
- die Schadenhaftung;
- die Mess- und Zahlungsmodalitäten;
- die Vertragsanpassungen.

Die vereinbarten Eckwerte wurden bisher bei den Kaufverträgen für Molkereimilch mehrheitlich angewandt. Auch für Käsereimilch finden sie Anwendung.

Für Produzenten, die von der Kontingentierung ausgenommen sind, ist vom öffentlichen Recht her Artikel 36b des Landwirtschaftsgesetzes zu beachten. Es besteht die Pflicht, Verträge von mindestens einem Jahr Dauer abzuschliessen. Gemäss Artikel 43 Absatz 3 müssen die Milchverwerter resp. Milchkäufer die Laufzeit der abgeschlossenen Verträge sowie die vereinbarten Mengen einer vom Bund bezeichneten Stelle (Treuhandstelle Milch) melden.

Mit Eckwerten für die Milchkaufverträge sollen klare, rechtlich einwandfreie Verhältnisse zwischen den Vertragspartnern und die Transparenz beim Milchkauf resp. -verkauf gefördert werden. Deshalb wurden 2006 Verhandlungen mit den Produzentenorganisationen mit Milchkauf und den Organisationen der Milchverarbeiter geführt.

Ein Entwurf der Vereinbarung zur Gestaltung der Milchkaufverträge mit Eckwerten sowohl für den Erst- wie den Zweitmilchkauf liegt Ende 2006 vor. Die Entwürfe werden 2007 mit der Arbeitsgruppe «Rohstoffbeschaffung» der VMI und Vertretern der Fromarte bereinigt.

Restfinanzierung der Qualitätskontrolle (QK)

Die VMI, die Fromarte und die SMP sind gemäss einer unterzeichneten Vereinbarung verpflichtet, ab dem Jahr 2008 die Restfinanzierung der QK, basierend auf einem Qualitätsabzugssystem, sicherzustellen. Mit der Revision der Milchqualitätsverordnung (MQV) wurde die Rechtsgrundlage geschaffen, damit die Mittel für die Restfinanzierung der QK und allenfalls der Beratung aus dem Qualitätsabzugssystem der QK generiert werden können. Die Branche wird mit der MQV verpflichtet, ein Qualitätsabzugssystem zu bestimmen. Konkrete Vorschläge zum Inkasso bei den Erstmilchkäufern wurden diskutiert, aber noch keine Beschlüsse gefasst. Der Vorstand der SMP hat im Dezember 2006 eine Arbeitsgruppe eingesetzt, welche die offenen Fragen klären soll.



1.4 Milchverarbeitung und Markt

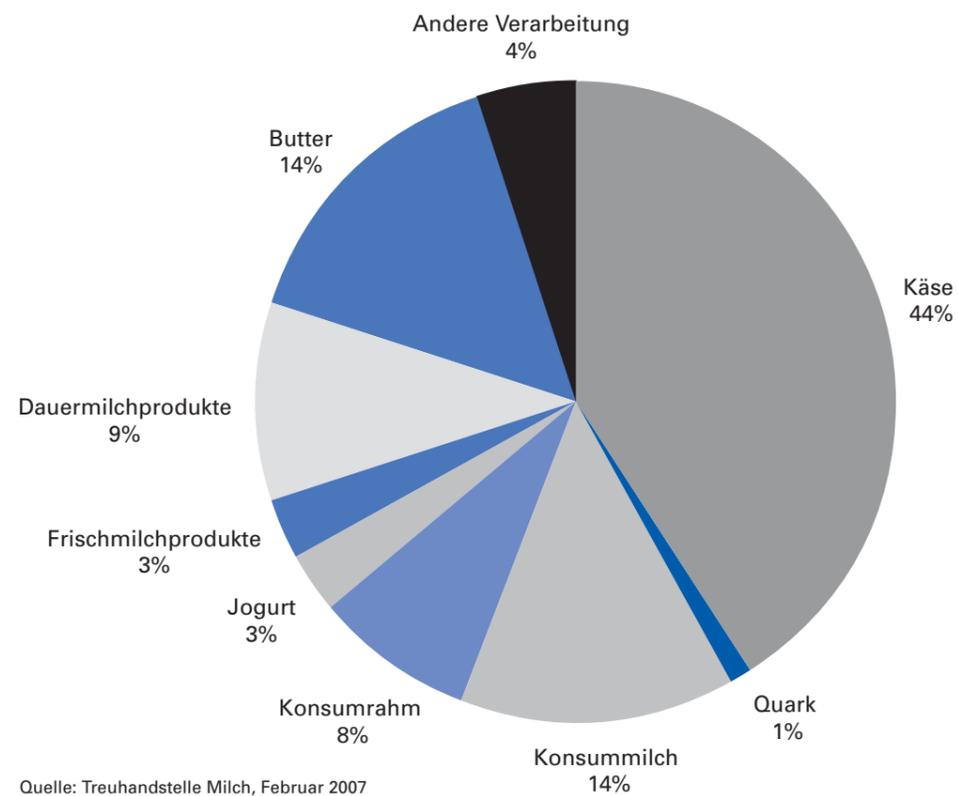
Überblick

Die wertschöpfungsstarken Bereiche der Milchverarbeitung wie Käse und Frischmilchprodukte konnten weiter zulegen. Im Berichtsjahr 2006 wurden in Milchäquivalenten gerechnet 49'267 Tonnen oder 3,6 Prozent mehr Milch zu Käse verarbeitet als im Jahr 2005. Mehrproduktionen verzeichneten verschiedene Frischmilchprodukte. Die Produktionssteigerung entspricht zum grossen Teil einer grösseren Inlandnachfrage. Während die Produktion von Konsummilch leicht steigend ist, wurde weniger Konsumrahm produziert.

Rückläufig waren im Berichtsjahr die Produktionen von Dauermilchwaren, Butter sowie anderen Verwertungsarten. Die Marktanteile der einzelnen Milchprodukte konnten weiter von klassischen Interventionsprodukten zu wertschöpfungsstarken Produkten verschoben werden. Diese Verschiebung darf allerdings nicht zu hoch gewichtet werden, da aufgrund der Witterung im Sommer 2006 gleichzeitig die Milchproduktion geringer ausfiel als erwartet.

Weitere Detailzahlen können im dokumentarischen Teil entnommen werden.

Verarbeitung der Milch 2006



Der grosse Erfolg der Schulmilch in den 1930/40er-Jahren basierte zu einem wesentlichen Teil auf der technisch nun möglich gewordenen Verteilung von pasteurisierter Milch in Gasflaschen, die wieder retourniert werden konnten.



Zu den einzelnen Produktgruppen:

Konsummilch und Frischmilchprodukte

UHT-Milch lag im Trend. Ob UHT-Vollmilch oder teilentrahmte UHT-Milch, diese Form des Milchangebotes war aufgrund der langen Haltbarkeit und der einfachen Handhabung beliebt und der Absatz entsprechend steigend. Der Absatz von UHT-Vollmilch konnte im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr um 7'610 Tonnen oder 4,6 Prozent, derjenige von teilentrahmter UHT-Milch um 2'495 Tonnen oder 2,1 Prozent gesteigert werden. Rückläufig ist der Absatz von Rohmilch und vor allem von pasteurisierter Vollmilch.

Käse und Quark

Die Käseproduktion wurde 2006 gegenüber dem Vorjahr um 5'208 Tonnen oder 3,1 Prozent auf 172'914 Tonnen gesteigert. Damit lag die Käseproduktion erstmals wieder über der Produktion von 2001.

Die einzelnen Sorten entwickelten sich unterschiedlich. Augenfällig ist vor allem die Produktionssteigerung bei Emmentaler AOC um 1'713 Tonnen oder 5,3 Prozent. Diese Steigerung ist darauf zurückzuführen, dass die Produktion im Jahr 2005 eher gering und die Lager Ende Jahr entsprechend tief waren. Gleichzeitig wurde die Produktion auch bei Switzerland Swiss, Le Gruyère AOC und den übrigen Hartkäsen gesteigert. Das Hartkäse-segment dehnte sich dadurch um 3'949 Tonnen oder 5,7 Prozent aus. Beim Halbhartkäse blieb die Gesamtproduktion konstant. Den Produktionssteigerungen bei Tête de Moine AOC, Vacherin Fribourgeois AOC, Schmelzkäse und übrigen Käsen standen Produktionsrückgänge bei Appenzeller® und Raclettekäse gegenüber. Beim Weichkäse konnte die Produktion beim überfetten Weisschimmelkäse gesteigert werden und beim Frischkäse boomte Mozzarella.



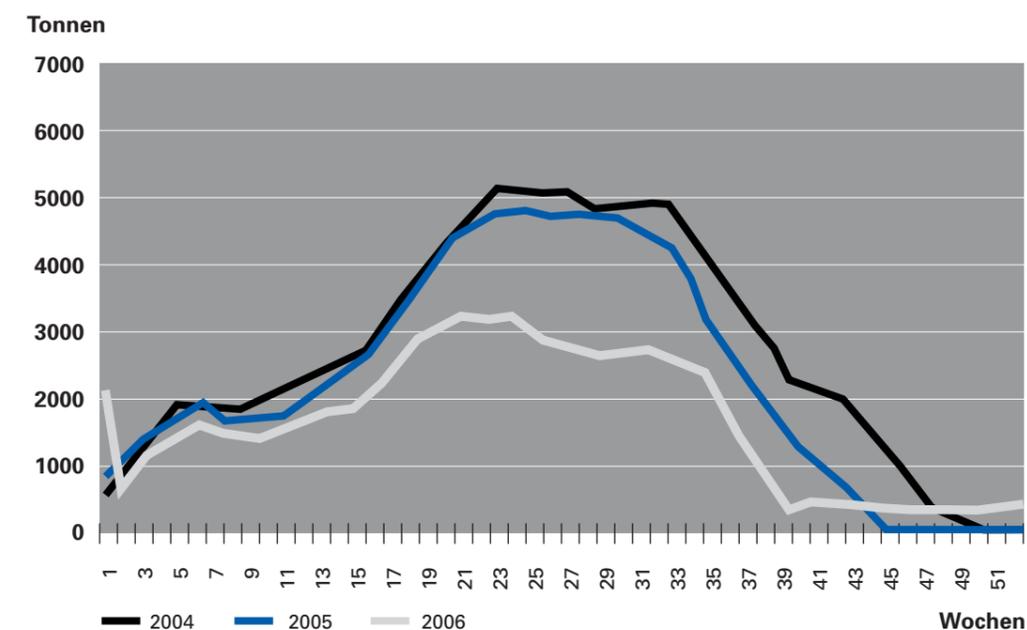
Konsumrahm und Butter

Die Rahmproduktion war im Jahr 2006 gegenüber dem Vorjahr wiederum leicht höher. Insgesamt stieg die Rahmproduktion um 283 Tonnen oder 0,4 Prozent auf 64'777 Tonnen. Die Produktionssteigerung betraf allein den Vollrahm; die Halbrahm- und Kaffeerahmproduktion war rückläufig.

Die Butterproduktion fiel 2006 um 1'767 Tonnen oder 4,5 Prozent tiefer aus als im Vorjahr. Die Butterverkäufe nahmen um 519 Tonnen oder 1,3 Prozent auf 41'549 Tonnen Butter zu, womit im Jahr 2006 die höchste Verkaufsmenge seit 2001 erreicht wurde.

Die Butterlagerbestände waren aufgrund der guten Marktlage und der tieferen Butterproduktion bereits im September abgebaut. Um die Inlandversorgung sicherzustellen, wurden bis Ende 2006 4'283 Tonnen Butter importiert.

Butterlager: wöchentlicher Vergleich 2004 – 2006



Quelle: Branchenorganisation Butter

Mit Beihilfen vermarktete Magermilch

Im Berichtsjahr wurden 5950 Tonnen Magermilch (-27 Prozent) verfüttert. Damit setzte sich der Abwärtstrend auch im Jahr 2006 fort. Aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ist mit einer weiteren Abnahme der über diesen Kanal vermarkteten Milch zu rechnen.

Mit 367 Tonnen (-7 Prozent) sank die zu Säurekasein verarbeitete Magermilchmenge im Jahr 2006 weit weniger stark als in den Vorjahren.

Die zur Herstellung von Proteinkonzentraten (Kaseinate, Milchproteine und Promilk) eingesetzte Magermilchmenge verzeichnete mit 224'884 Tonnen (-3'683 Tonnen; -1,6 Prozent) gegenüber dem Vorjahr nur noch einen leichten Rückgang. Die so vermarktete Magermilchmenge entspricht einer Produktion von 20'500 Tonnen Magermilchpulver. Der Rückgang ist wie im Vorjahr in erster Linie mit dem Fehlen des Rohstoffs im Sommerhalbjahr zu erklären.

Vollmilchpulver

Im Kalenderjahr 2006 wurden 15'481 Tonnen Vollmilchpulver hergestellt. Das sind 488 Tonnen oder 3 Prozent weniger als im Vorjahr. Berücksichtigt man den starken Lagerabbau beim Vollmilchpulver und die um 1'512 Tonnen geringeren Exporte, welche seit Frühjahr gänzlich gestoppt wurden, ist der export- und lagerbereinigte Absatz 2006 mit den Rekordjahren 2002 und 2003 vergleichbar.

Magermilchpulver

Im Kalenderjahr 2006 wurden 23'488 Tonnen Magermilchpulver hergestellt, was gegenüber dem Vorjahr einer Abnahme um 1'355 Tonnen (-5,5 Prozent) entspricht. In diesem Zeitraum wurden über den Exportpool der BSM 11'357 Tonnen ausgeführt. Das sind 1'579 Tonnen oder 12,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Somit wurde rund die Hälfte der Produktion exportiert.

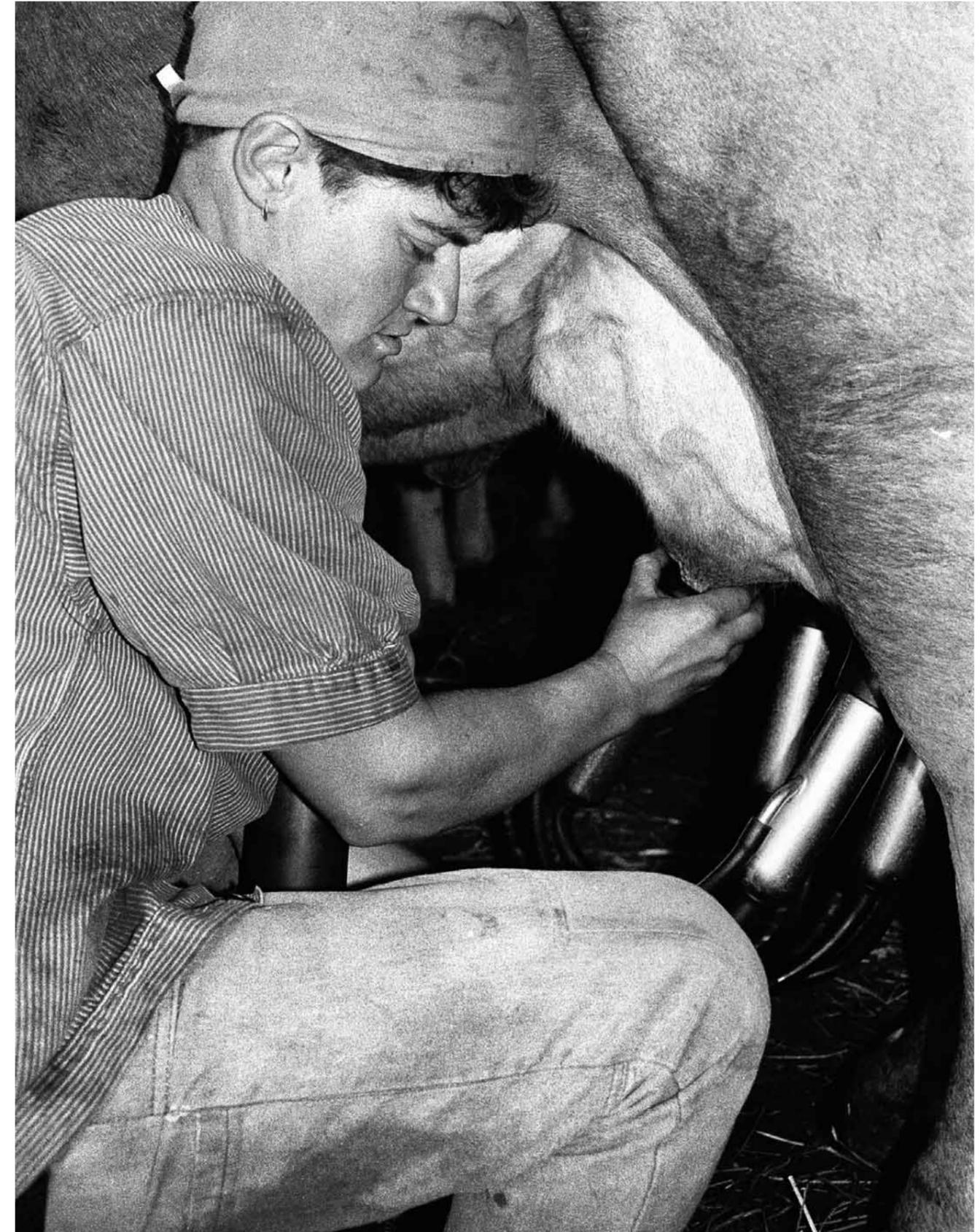
Aussenhandelsbilanz

Obwohl im Jahr 2006 in Frischmilch umgerechnet 22 Prozent mehr Milchprodukte importiert und nur 1,1 Prozent mehr exportiert wurden, ist die Aussenhandelsbilanz nach wie vor positiv. Allerdings verschlechterte sie sich um 30,7 Prozent auf 260'900 Tonnen Frischmilch!

In der Detailbetrachtung stellt man fest, dass die Importsteigerung in erster Linie auf die Butterimporte zurückzuführen war, die aufgrund des mangelnden Inlandangebotes um 65 Prozent gesteigert wurden. Das zweite Segment mit einem starken Importanstieg war der Käse mit einem Anstieg von umgerechnet 19'800 Tonnen Frischmilch oder 4,8 Prozent. Diesen Bereich gilt es gut zu beobachten, wenn im Sommer 2007 die Grenzen für den Käsehandel mit der EU vollständig aufgehoben werden.

Bei den Exporten können einzig im Bereich der verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkte erhebliche Steigerungen festgestellt werden. Die Entwicklung beim Käse insgesamt ist negativ. Dies ist vor allem auf die geringeren Emmentalerexporte zurückzuführen. Im ersten Halbjahr war nicht genügend Menge in der gewünschten Qualität vorhanden. Dies änderte sich jedoch in der zweiten Jahreshälfte. Dennoch zogen die Emmentalerexporte nicht an.

Mit der Kommerzialisierung der Milchproduktion im 19. Jahrhundert wurde das Melken weitgehend zu einer Sache der Männer.



1.5 Marktordnung

Die Sortenorganisationen der verschiedenen Käsesorten verfolgen folgende Ziele:

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

Mitglieder in den Sortenorganisationen sind die Milchproduzenten, die Käser und die Affineure. Die SMP ist in wichtigen Sortenorganisationen im Vorstand vertreten, um die Produzenteninteressen über die einzelnen Sorten hinweg sicherzustellen.

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.** Nach über neun Jahren Vorarbeit konnte im September 2006 endlich der Eintrag des Emmentalers im Register der Ursprungsbezeichnungen erfolgen. Nachdem das Pflichtenheft bereits seit Mai 2005 vollumfänglich angewendet wurde, hat letztlich das Bundesgericht durch die eindeutige Abweisung der letzten Beschwerden den Weg frei gemacht. Die nächsten Schritte werden die Durchsetzung des Schutzes allgemein und die Verhandlungen zur europäischen beziehungsweise internationalen Anerkennung sein. Weiter positiv hat sich die Marktlage entwickelt. Als Folge des massiven Strukturwandels auf noch rund 200 Emmentaler Käsereien ist auch die Angebotsmenge auf rund 33'000 Tonnen zurückgegangen. Nachdem in den ersten Monaten nicht die gesamte Nachfrage nach Emmentaler Käse befriedigt werden konnte, waren Angebot und Nachfrage in der zweiten Jahreshälfte weitgehend im Gleichgewicht. Die Zunahme der Verkäufe ab Oktober hat zu einem Lagerbestand geführt, der mit rund 6'500 Tonnen per Ende Jahr am unteren Rand des optimalen Bereichs lag. Mit der Normalisierung der Marktlage konnten auch die Käse-

und Milchpreise in mehreren Schritten angehoben werden. Mit knapp 70 Rappen lag der durchschnittliche Milchpreis aber immer noch rund 8 Rappen unter demjenigen anderer wichtiger Käsesorten wie Gruyère oder Appenzeller. Die auf das Milchjahr 2006/07 neu eingeführte Mengensteuerung konnte – vor allem auch dank der günstigen Marktlage – ohne gravierende Probleme umgesetzt werden.

■ **Le Gruyère AOC.** Wie die übrigen Westschweizer Käsesorten zeigt auch der Gruyère erfreuliche Resultate. Er hält seine Marktanteile in der Schweiz und legt beim Export zu, wo die Schwelle von 10'000 Tonnen wiederum überschritten werden konnte. Diese erfreuliche Lage erlaubte es, die Mengen für das Milchjahr 2006/2007 um 3 Prozent zu erhöhen; die Mehrmenge wurde ausschliesslich jenen Produzenten zugeteilt, die aus der öffentlich-rechtlichen Milchkontingentierung ausgestiegen sind.

Die Anstrengungen zur Positionierung des Gruyère AOC als hochwertigen Käse gehen weiter. Zu diesem Zweck wurde im Vergleich zum öffentlich-rechtlichen System eine restriktivere Milchqualitätsbezahlung erarbeitet. Dazu hat die Interprofession du Gruyère (IPG) in Zusammenarbeit mit Agroscope Liebefeld Posieux ein Forschungsprogramm lanciert, um die Ursachen von Qualitätsproblemen im Zusammenhang mit modernen Melkanlagen besser erfassen zu können. Schliesslich leistet die IPG einen bedeutenden finanziellen Beitrag an die neuen Beratungsstellen für Milchproduktionsbetriebe und Käsereien.

Der internationale Schutz der Bezeichnung Gruyère ist für die Zukunft der Branche von strategischer Bedeutung. Zur europäischen Anerkennung bedarf es der vorherigen Übereinkunft mit Frankreich. Auf französischer Seite wurde die AOC vom Nationalen Komitee für Milchprodukte gutgeheissen. Die Verabschiedung eines restriktiveren Pflichtenheftes sollte das Produktionspotenzial von französischem Gruyère einschränken, was der Schweizer Branche zuträglich ist.

Die Übergangsfrist von fünf Jahren zur Anwendung des AOC-Pflichtenheftes lief im Juli ohne grössere Probleme ab. In diesem Zu-

sammenhang verstärkt der Beitritt von Cremonen den Organisationsgrad der Branche. Er ist das Ergebnis langjähriger Anstrengungen und Verhandlungen über unterschiedliche Auffassungen in Bezug auf Etikettierung und Produktionsquoten. Weitere Nichtübereinstimmungen bezüglich der Etikettierung bildeten Gegenstand harter Verhandlungen zwischen mehreren Affineuren und der IPG.

■ **Appenzeller®.** Dank strikter Produktionsplanung bewegten sich die Lagermengen in der anvisierten Bandbreite. Die Sortenorganisation Appenzeller Käse GmbH hat ihre permanenten Anstrengungen zum Schutz der Marke im In- und Ausland mit Nachdruck fortgesetzt. Neben dem Käse ist die Marke das Hauptkapital der Sortenorganisation. Gleichzeitig wurden die Marketingmassnahmen auf dem Deutschen Markt intensiviert. 2006 war organisatorisch ein anspruchsvolles Jahr, weil durch den plötzlichen Tod von Hans-Ueli Stämpfli die Nachfolge der operativen Leitung der Sortenorganisation Appenzeller Käse neu geregelt werden musste. Auf den 1. Oktober wurde Christoph Kemper zum Direktor gewählt.

■ **Raclette Suisse®.** Im Inland herrscht eine rege Nachfrage nach Raclette. Aufgrund des gesättigten Marktes hat sich der Kampf um Marktanteile und Preise aber weiter verstärkt. Der Verein Raclette Suisse ortet weiterhin gewisse Möglichkeiten für eine Marktausdehnung. Im Export dürfte langfristig die Erzielung eines Marktvolumens von 4'000 bis 5'000 Tonnen möglich sein. Gemeinsam mit dem Walliser Milchverband wird ein letzter Versuch unternommen, die Position von Raclettekäse in der Schweiz wie auch in der EU durch eine Ko-existenz von Marken und einer geschützten Ursprungsbezeichnungen zu verstärken.

■ **Tilsiter Switzerland.** Mit der Neuausrichtung der Marketingstrategie Tilsiter Switzerland für die nächsten vier Jahre wurde festgelegt, dass Herkunft, Handwerk und Originalität des Tilsiter stärker kommuniziert werden. Der angestrebten Hinterlegung einer AOC für den roten Tilsiter (Rohmilch-Variante) liegen noch einige

Steine rechtlicher Natur im Wege. Eine Arbeitsgruppe klärt weiter ab, ob und wie der AOC-Schutz erreicht werden kann.

■ **Sbrinz.** Der konsequente Marktaufbau am Verkaufspunkt zeigt seine Wirkung im Verzicht auf die generelle Einschränkung und teilweise einer vorsichtigen Erhöhung der Produktionsmengen.

Mit der Wahl von Nationalrat Franz Brun als Nachfolger von Hanspeter Käslin als Präsident konnte wiederum ein umsichtiger Milchproduzent gewonnen werden, der die Anliegen aller Branchenpartner ausgewogen zu vertreten weiss.

■ **Alpkäse.** Nebst der Weiterführung der Basis-kommunikation für Schweizer Alpkäse stand die Gründung einer Produzentenorganisation Alpkäse des Schweizerischen Alpwirtschaftlichen Verbandes (SAV) im Zentrum der Aktivitäten. Dazu wurden verschiedene Abklärungen zur Allgemeinverbindlichkeit der Selbsthilfebeiträge der SMP gemacht.

Die Zusammenarbeit zwischen SMP und SAV ist in einem Zusammenarbeitsvertrag im Jahr 2000 geregelt worden und muss jetzt überprüft und weiterentwickelt werden.

■ **Bündner Bergkäse.** Erfreulich entwickelt sich das Exportprojekt des Bündner Bergkäses nach Deutschland sowie die Sortimentsstraffung. Der in diesem Jahr in allen Bündner Bergkäse-Käsereien erstmals durchgeführte Tag der offenen Tür stiess bei den Konsumenten auf reges Interesse.

■ **Weitere Westschweizer Sorten.** An dieser Stelle seien vor allem zwei wichtige Tatsachen genannt: Zum Einen wurde nach über zehnjähriger Diskussion dem Vacherin Fribourgeois die Appellation d'Origine Contrôlée verliehen. Zum Anderen wies die Rekurskommission des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements die Eintragung der Bezeichnung Raclette als AOC ab.



1.6 Marktstützung

Der Milchstützungsfonds reguliert saisonale Schwankungen der Milchproduktion aus, 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 des Milchpreises oder der Milchproduktion und -verarbeitung können so aufgefangen werden. Der Milchpreis kann wirkungsvoll gestützt werden, der grosse Trend der Preisentwicklung kann jedoch damit nicht gebrochen werden.

Der Milchstützungsfonds hat sich bereits in schwierigen Situationen bewährt und muss auch in Zukunft zur Stabilisierung der Marktlage zur Verfügung stehen. Störungen und Preisdruck in einzelnen Verwertungsbereichen beeinflussen stets das gesamte Mengen- und Preisgefüge und können über effiziente Eingriffe durch den Milchstützungsfonds wesentlich abgeschwächt werden. Dies ist aber nur dann möglich, wenn sich alle Partner solidarisch verhalten und die Einzelinteressen dem Gesamtinteresse unterordnen.

Die Massnahmen des Milchstützungsfonds sind der permanenten Erfolgskontrolle unterworfen. Der Nutzen der Massnahmen muss höher sein als die Kosten. Ausserdem müssen sich die Partner ebenfalls an den Massnahmen beteiligen. An diesen Grundsätzen wird sich auch in Zukunft nichts ändern. Über den Milchstützungsfonds wird eine eigene Rechnung geführt, über die Aktivitäten ist der Delegiertenversammlung und dem Bund jährlich Rechenschaft abzulegen.

Die Rechnungslegung des Milchstützungsfonds basiert auf dem Kalenderjahr. Die Delegiertenversammlung legte die Beiträge jeweils für das Milchjahr fest. Auf das Jahr 2008 wird auch das Beitragsjahr auf das Kalenderjahr angepasst.

Rahmenbedingungen

Der Erfolg des Milchstützungsfonds ist von verschiedenen (welt-) wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen abhängig.

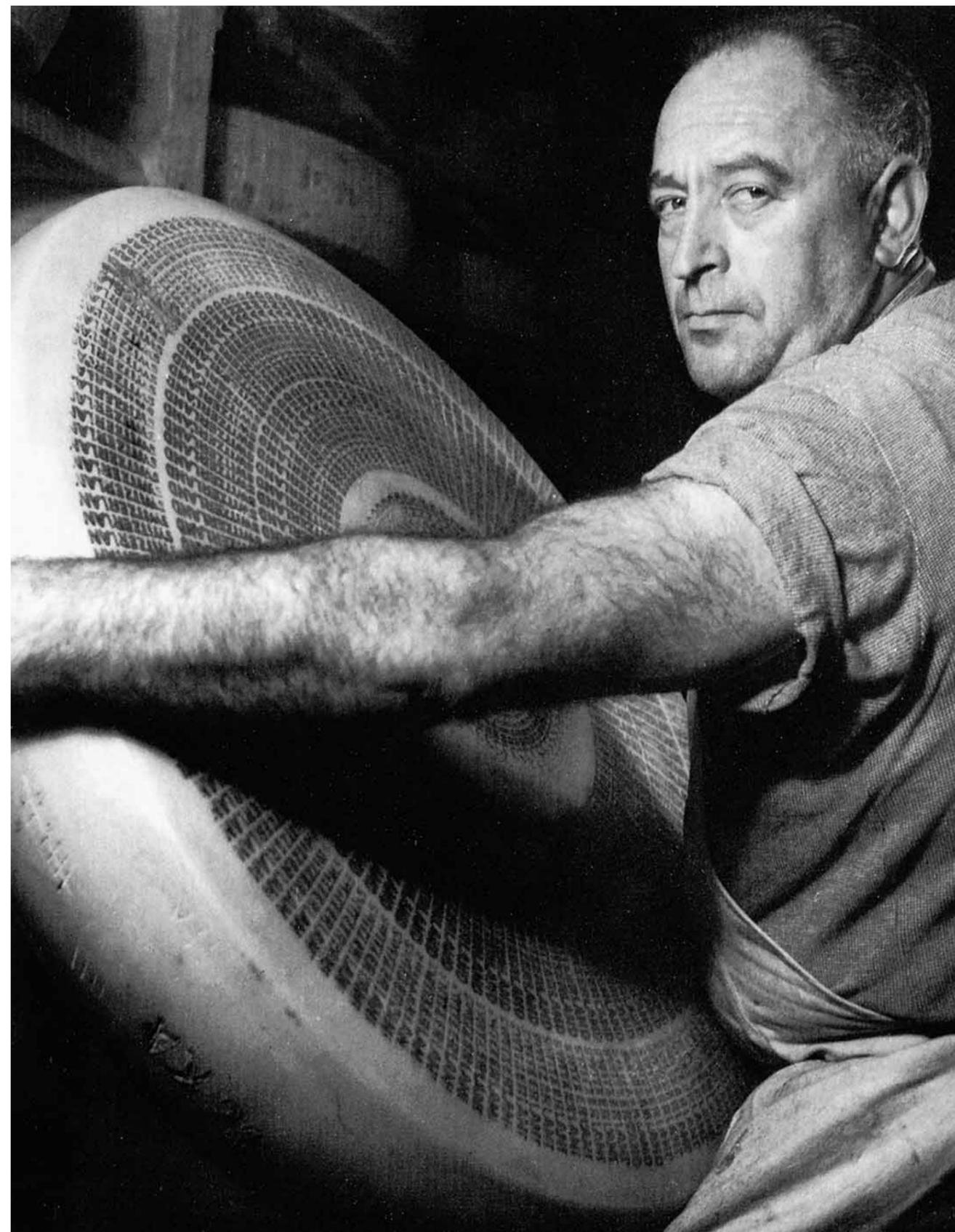
- Die Wechselkursentwicklung des Schweizer Franken zum US-Dollar sowie die Notierungen des Magermilchpulvers haben direkten Einfluss auf die notwendige Stützungshöhe und den Mittelbedarf bei den Magermilchpulverexporten.

- Die Entwicklung der Milch- und Produktpreise in der EU ist massgebend für die Exportentwicklungen bei den Rahm- und Käseexporten.

- Die auf der Beurteilung der gesamten Branche aufgebauten Mengenplanung legt die Grössenordnung der auszuregulierenden Milchmenge fest.

- Die vom Bund bewilligten Mehrmengen können direkten Einfluss (Projekte Aufbau EU) oder indirekten Einfluss (Massnahmen für die Fettverwertung) auf den Mittelbedarf haben.

Der Obersalzer der Firma Muther AG bei der Pflege der rund 100 Kilogramm schweren Emmentalerlaibe.



Erträge 2006

■ Beiträge der Milchproduzenten

Gestützt auf die Allgemeinverbindlichkeit der Verordnung über Branchen- und Produzentenorganisationen bezahlen die Milchproduzenten auf der gesamten in Verkehr gebrachten Milch, also auch auf den Mehrmengen, die Milchstützungsfondsbeiträge. Ausgenommen ist diejenige Menge von Nichtmitgliedern, die direkt vom Produzenten an Konsumenten verkauft wird. Weitere Informationen zum Beitragsinkasso der Schweizer Milchproduzenten sind im Teil 3.1 zusammengefasst.

■ Rückerstattungen aus dem Butterimportfonds (BIF)

Bis Ende Dezember 2006 konnten 4'283 Tonnen Butter importiert werden. Aus den Abschöpfungen kann unter anderem die Massnahme «Rahm im Speiseeis» vollständig finanziert werden.

■ Rückerstattung Alpkäse

Gestützt auf die Zusammenarbeitsvereinbarung mit dem SAV werden die Marketingfondsbeiträge auf der verkästen Alpmilch dem Milchstützungsfonds zurückerstattet. Massnahmen der Absatzförderung werden vom BLW mit Absatzförderungsmitteln unterstützt.

■ Ausserordentliche Erträge

Mit den Mitteln aus dem BIF kann 2006 ebenfalls die Defizitgarantie der SMP für die um zwei Monate hinausgeschobene Milchpreissenkungen an das BLW vom 19. Januar 2006 bezahlt werden. Die gerichtlichen Auseinandersetzungen mit dem Nachlass der Firma SDF AG konnten 2006 endgültig zugunsten der SMP abgeschlossen werden. Deshalb können früher vorgenommene Rückstellungen aufgelöst werden.

Ausgaben 2006

Die Ausgaben sind in den Rubriken Milchpulver, Rahm/Milchfett, Käse und Diverses zusammengefasst. Es handelt sich dabei um die zu erwartenden Trends. Über den effektiven Rechnungsabschluss wird den Delegierten an der Frühjahrsdelegiertenversammlung Bericht erstattet.

■ Milchpulver

- Die budgetierten **Magermilchpulverexporte** werden mengenmässig voraussichtlich knapp ausgeschöpft. Aufgrund der guten Weltmarktpreise besteht ein gewisser finanzieller Spielraum.
- Die **Exporte von Milcheiweiss** blieben unter Budget, weil die Milch teilweise in wertschöpfungsstärkeren Bereichen verarbeitet wurde.
- Die **Vollmilchpulverexporte** konnten dank günstiger Marktentwicklung der Käseproduktion und der guten Marktlage ab April 2006 gestrichen werden.

■ Rahm/Milchfett

- Die **Rahmexporte** in die EU wurden lediglich in der ersten Jahreshälfte unterstützt.
- Die Verbilligung von **Rahm im Speiseeis** erfolgte gemäss der Vereinbarung mit der Speiseeisindustrie, der BOB und dem BLW für Rahmglace in der Schweiz. Die Mittel werden dank Butterimporten aus dem BIF zurückerstattet.
- Die **Frischmilchmassnahmen im Rahmen des «Schoggigesetzes»** konnten für den Milchstützungsfonds deutlich reduziert werden, weil ab 1. Februar 2006 für Milchmischgetränke wieder Erstattungen über das «Schoggigesetz» bezahlt wurden.
- Die **Massnahmen für Rahm in der Butterverarbeitung** wurden nach der formellen Verabschiedung durch den Vorstand der SMP im April 2006 in Angriff genommen. Das Projekt dauert 3 Jahre.

■ Käse

- Die **Exporte für den Aufbau des EU-Marktes** entwickelten sich mengenmässig besser als erwartet. Obwohl damit das Budget überschritten wird, darf diese Abweichung als positiv beurteilt werden, da die Beiträge einzig und allein aufgrund der exportierten Menge bezahlt werden.
- Die **Exportförderungen für Schmelz- und Weichkäse sowie Sbrinz** lagen sich im budgetierten Rahmen.
- Die **Massnahmen für Verarbeitungskäse** liegen voraussichtlich im budgetierten Rahmen.

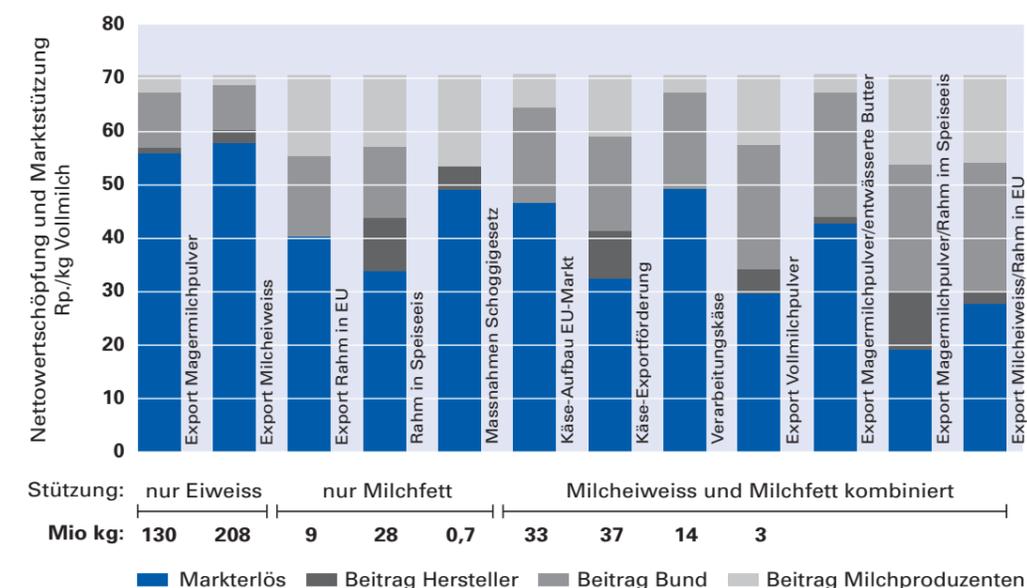
■ Diverser Aufwand

- Zusätzliche Mittel sind reserviert für die Förderung des Alpkäses, die administrativen Ausgaben, die Marktschwankungen, Steuern und ausserordentliche Aufwände.

Effizienz der Massnahmen

Die Beurteilung der Massnahmeneffizienz ist ein wichtiger Indikator für die Weiterentwicklung des Milchstützungsfonds. Dabei darf nicht der Milchstützungsfondsbeitrag allein in Betracht gezogen werden, sondern muss in den Gesamtzusammenhang mit den Stützungen des Bundes und der Beiträge der Verarbeiter gestellt werden.

Milchstützungsfonds 2006: Markterlös und Marktstützung



Über die Rechnung und die Beiträge entscheiden die Delegierten an der Frühjahrsversammlung. Die Branchenpartner werden für die Massnahmenplanung konsultiert. Einen Überblick über alle Selbsthilfemassnahmen der SMP ist im Internet unter www.swissmilk.ch/selbsthilfe publiziert.

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 Schweizer Milchprodukte generell wie auch für Markenhersteller und bäuerliche Direktvermarkter. 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 Produzenten und der Branchenorganisationen, nicht aber Markenwerbung oder Werbung einzelner Hersteller. Bedingung 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 Frühstücksgetränke, Mineralwässer, pflanzliche Fette bis hin zu ausländischen Agrarprodukten reichen – die Stirne zu bieten.



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-Marketing-massnahme – 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. Die Butter ist zudem seit 2004 Sponsoringpartnerin der erfolgreichsten Kochsendung des Schweizer Fernsehens, «al dente» von Betty Bossi. Für Floralp-Butter wurde die Werbung mit wunderschön inszenierten Butterbroten weitergezogen. Ein Erfolg war die Sammel-Promotion mit mobilen Floralp-Frühstückstischchen.



■ Was Hänschen nicht lernt ... Kinder und Jugendliche sind wichtig für die Milch. Deswegen schafft die SMP interessante Lehrmittel zum Thema Milch. Neu erschienen ist ein umfangreicher Ordner für die Mittelstufe, der es ermöglicht, die Milchwirtschaft, die Milch und die gesunde Ernährung umfassend im Unterricht aufzugreifen. Die SMP arbeitet auch aktiv mit Kindergärten zusammen und sendet Ernährungsberaterinnen für Vorträge in Kindergärten und Schulen. Damit die Theorie auch in die Praxis umgesetzt wird, bietet sie neben Informationen und Broschüren auch Bechergestelle, Becher und Znüni-Böxli an. Zusammen mit dem landwirtschaftlichen Informationsdienst LID stellt die SMP die Lehrmittel regelmässig in den didaktischen Zentren aus – damit auch die zukünftigen Lehrerinnen und Lehrer wissen, dass Milch und Landwirtschaft spannende Themen sind.



■ 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, gelangt die SMP mit Publikationen, Newslettern, Vorträgen und Veranstaltungen 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 1000 Anlässen: Ob Stadtfest, Sportanlass, Olma oder Jodlerfest – die Milch ist an den wichtigsten nationalen und regionalen Anlässen der Schweiz vor Ort. Einer der Höhepunkte war das Unspunnenfest vom 1. bis 3. September in Interlaken mit einem konzentrierten Milchauftritt (Milchbars, Milchzelt mit VIP-Anlass, Radiosendung).

■ Im Herbst fand in Zusammenarbeit mit dem Landfrauenverband der sechste nationale «Tag der Pausenmilch» statt. Rund 296'000 Schülerinnen und Schüler 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.

■ Eines der zentralen Ziele des Milch-Marketings ist die Verbreitung von Rezepten, da diese einen direkten Konsumanreiz darstellen. Nicht nur verschiedene Rezeptbroschüren, sondern auch Medienkooperationen mit auflagestarken Titeln tragen wesentlich zur Präsenz von Milch und Milchprodukten in der Küche bei: Die Frauenzeitschrift «Glückspost» publiziert wöchentlich zwei Rezeptseiten sowie Produkte- und Ernährungsinformationen. Und die Familienzeitschrift «Schweizer Familie» bringt acht Mal jährlich acht Zusatzseiten Rezepte aus dem Kochmagazin der SMP LE MENU.

■ 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: LE MENU weist eine beglaubigte Auflage von über 62'000 Exemplaren aus und erreicht monatlich über 256'000 Leserinnen und Leser. In einer qualitativen Marktforschung haben die Leserinnen und Leser dem Kochmagazin sehr gute Noten hinsichtlich Inhalt, Präsentation und Qualität gegeben.



■ Die Internetseite www.swissmilk.ch erfreut sich steigender Beliebtheit und intensiver Nutzung. So verzeichnete sie 2006 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). Im Berichtsjahr wurde der Netzauftritt komplett überarbeitet und auf die neuen technischen Möglichkeiten und kommunikativen Anforderungen ausgerichtet. Seit Anfang September hat die SMP nun eine erfrischende und moderne Visitenkarte im weltweiten Netz.

■ 2005 wurde an den grossen Open-Air-Veranstaltungen das Projekt «Frühstück» lanciert, ein trendig verpacktes Zmorge-Angebot für die Festivalbesucher. Der Erfolg ermunterte die SMP, die Aktion auch 2006 weiterzuführen. So kann einem jüngeren Publikum das Frühstück in einer attraktiven und zeitgemässen Form vermittelt und damit die wichtigste Konsumsituation für Milch gefördert werden. Die Aktion stiess bei den Festivalbesuchern wiederum auf grosse Sympathie.

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 bei der Umsetzung von Massnahmen mit. So hatte das Marketing der SMP die Federführung beim AMS-Messeauftritt an der Grünen Woche in Berlin, an der Olma in St. Gallen und am Comptoir in Lausanne. Es organisierte die Vergabe des «Prix d'innovation agricole suisse PIAS», mit dem neue, innovative Schweizer Produkte ausgezeichnet werden, ist zuständig für den gemeinsamen Einkauf von Media-Leistungen und arbeitet aktiv beim zweimal jährlich erscheinenden landwirtschaftlichen Lehrmittel «Pick up» mit.

Das Basismarketing 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 der SMP 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 – konnte der gesamte Milchproduktekonsum in den letzten Jahren von insgesamt 360 auf 388 Liter gesteigert werden. 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

Jubiläum 100 Jahre ZVSM/SMP

Die SMP hat Geburtstag! Gegründet 1907 als Zentralverband schweizerischer Milchproduzenten ZVSM feiert die inzwischen zur SMP gewordene Dachorganisation der Schweizer Milchbauern im Jahr 2007 ihr 100-Jahr-Jubiläum. Die Milchwirtschaft spielte im Grasland Schweiz seit jeher eine wichtige Rolle. Denn die Milch ist nicht nur für die Produzenten eine bedeutende Einkommensquelle, sie ist auch ein tägliches und für die gesunde Ernährung wichtiges Grundnahrungsmittel. Mit vielfältigen Aktivitäten im ganzen Land macht die SMP im Jubiläumsjahr daher auf die Milch und auf ihre gesundheitliche, ökologische, wirtschaftliche und politische Bedeutung aufmerksam. 2006 wurde intensiv an der Vorbereitung der vielfältigen Aktivitäten für das Jubiläum gearbeitet:

An den grossen nationalen Messen erleben Besucherinnen und Besucher die Milch an einer 500 Quadratmeter grossen Sonderschau auf abwechslungsreiche, interaktive Art. Der Themenbogen spannt sich vom Grasland Schweiz über die Kuh, die Milchverarbeitung, die Rolle der Milch in der gesunden Ernährung bis hin zu einem Spaziergang durch die Geschichte. Neues wie auch Bekanntes zur Schweizer Milchwirtschaft, audiovisuelle und virtuelle Einblicke in die Wunderwelt der Milch sowie Essen und Trinken zu Jubiläumspreisen verlocken zum Verweilen. So kann der Weg der Milch vom Gras bis ins Glas erlebt werden. Die Milch geht aber auch auf Wanderschaft: Eine mobile Ausstellung in Form eines Trucks trägt die Sonderschau in alle Regionen der Schweiz. Eine Broschüre fasst die Inhalte der Sonderschau zusammen und ein Geschichtsband informiert Interessierte über die Milchwirtschaft im vergangenen 20. Jahrhundert. Netzbesucher können sich im Internet informieren, bei einem Einblick in die Werbegeschichte über historische Plakate schmunzeln oder KUHLE Werbeartikel bestellen. Bereits Ende Januar 2007 waren die Delegierten sowie Gäste aus Landwirtschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zu einer feierlichen Jubiläums-Delegiertenversammlung nach Bern geladen.

Produktionskostendeckende Milchpreise

Die Delegiertenversammlung der SMP hat am 12. April 2006 den Bericht «Strategie für produktionskostendeckende Milchpreise» verabschiedet und den Vorstand mit der Umsetzung betraut. Dieser hat im Dezember 2006 eine weitere Analyse mit dem Bericht «Produktionskosten und Milchwirtschaft» verabschiedet. Die Unterlagen können unter www.swissmilk.ch eingesehen oder heruntergeladen werden.

Aufnahme neuer Mitglieder bei der SMP

Die Delegiertenversammlung hat im Frühjahr 2006 die Produzentenorganisation «BEMO» als neues Mitglied aufgenommen. Der Milchverband Winterthur und der Milchverband St. Gallen-Appenzell fusionierten Ende 2006 zur Milchproduzenten-Organisation «Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost». Der Aargauer Milchverband hat beschlossen, sich von der Mittelland Molkerei rechtlich zu trennen und ab 2008 den Namen «Milchproduzenten Mittelland» zu verwenden. Angaben zu den Mitgliedsorganisationen sind aus dem dokumentarischen Teil ersichtlich.

Gespräche mit den Verwaltungsräten der Molkereien in bäuerlichem Besitz

Gemäss Auftrag der Delegiertenversammlungen von Oktober 2005 und Frühjahr 2006 wurden die Verwaltungsräte der Molkereien in bäuerlichem Besitz im Berichtsjahr zu Gesprächen eingeladen und über die Herausforderungen am Milchmarkt, vor allem im Hinblick auf den Stützungsabbau von 120 Mio. Franken per 1.1.2007, umfassend orientiert.

Stellungnahmen

Die SMP hat zu verschiedenen Erlassen wie der Koordination der Kontrollen, dem Lebensmittelrecht und der Tierschutzverordnung Stellung genommen.

Forschungsfragen und Profi-Lait

Die SMP ist an der Plattform «Profi-Lait» beteiligt. Peter Gfeller, der Präsident der SMP, wurde im Sommer 2006 zum Präsidenten gewählt. Die Geschäftsstelle diskutierte Ansätze für neue Forschungsprojekte und die zukünftige Ausrichtung von Profi-Lait.





SUISSE GARANTIE

Unter der Federführung der AMS Agro-Marketing Suisse lancierte die Schweizer Landwirtschaft im September 2004 das Herkunftszeichen SUISSE GARANTIE. Nach gut zwei Jahren ist es nun bei den wichtigsten Branchen eingeführt: Gemüse, Früchte, Milch und Milchprodukte, Käse, Fleisch, Eier, Kartoffeln, Brotgetreide/Ölsaaten, Zucker, Pilze und Rapsöl. Auch Schnittblumen und Zierpflanzen dürfen das Zeichen tragen. SUISSE GARANTIE wird von den relevanten Akteuren unterstützt. Coop führt alle gekennzeichneten Produkte, während sich Migros auf Obst und Gemüse konzentriert. Unterstützt wird SUISSE GARANTIE auch von der grössten Schweizer Konsumentenorganisation KF. Anfang September 2006 sind gut 600 benutzungsberechtigte Betriebe registriert.

Die Erwartungen an die Marke SUISSE GARANTIE sind sehr vielschichtig:

- Möglichst starke Marke für alle schweizerischen landwirtschaftlichen Produkte und alle Produktkategorien, die in der Schweiz und im Ausland im Verkauf sind.
- Maximal mit Kontrollen und Zertifizierungen abgesichert.
- Möglichst kein zusätzlicher Aufwand und keine zusätzlichen Kosten auf allen Stufen.
- Möglichst keine höheren Produktpreise (Handel) im Gegensatz zu bestmöglicher Abdeckung des Aufwandes und der Kosten über den Markt (Produzenten, Verarbeiter).
- Möglichst den Absatz von Schweizer Produkten sicherstellend.

Dies führt unweigerlich zu Zielkonflikten und hat bisher massive Investitionen in die Marke verhindert. Zudem gibt es Forderungen, über die Marke die absolut gentechfreie Produktion in der Schweiz abzusichern und die zur Verwirrung führende Unübersichtlichkeit der verschiedenen Labels zu reduzieren.

Die Gremien der AMS haben mehrere Änderungen des Dachreglements der Marke SUISSE GARANTIE beschlossen. Deshalb wurde 2006 das Branchenreglement für Milch und Milchprodukte revidiert. Die neue Fassung tritt am 1. Januar 2007 in Kraft.

Es bleibt das Ziel, die Marke SUISSE GARANTIE noch besser für Schweizer Produkte an der Verkaufsfond im In- und Ausland zu verankern.

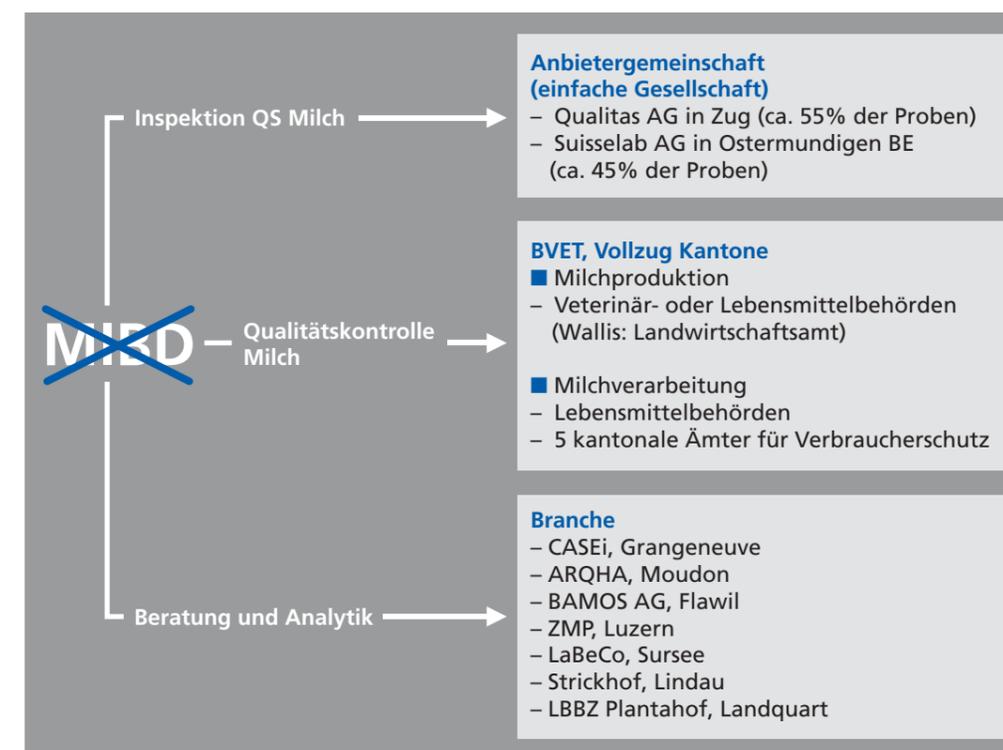
Die Marketing-Aktivitäten SUISSE GARANTIE werden unter massgeblicher Mitarbeit des SMP-Marketings durchgeführt:

- Grosse Messeauftritte (Information, Degustation, Wettbewerb, Restaurant) an den bedeutendsten Schweizer Publikumsmessen Bea, Comptoir und Olma.
- Produktion und Streuung von Informationsmitteln (Broschüren, Publireportagen für die Grossverteilerpresse).
- Pflege der Homepage www.suissegarantie.ch.
- Support im QS-Bereich und Administration der Garantiemarke.

Weiterentwicklung QS und MIBD

Der MIBD wird per Ende 2006 aufgelöst. Die Zuständigkeiten ändern gemäss der Grafik.

Zuständigkeiten nach der Auflösung des MIBD



SMP INFO-EXPRESS

Mit der Liberalisierung des Milchmarktes und der Agrarpolitik nimmt die Bedeutung der Information für die Meinungsbildung stark zu. Einzelbetriebliche Entscheide wirken sich in ihrer Gesamtheit viel stärker als bisher auf das Marktgefüge aus, wenn der Staat sich in seiner Funktion als Regulator weiter zurückzieht. Um das wachsende Informationsbedürfnis der Milchproduzenten zu befriedigen und Entscheidungsgrundlagen bereitzustellen, hat die SMP am 20. August 2004 den ersten INFO-EXPRESS veröffentlicht, eine von der SMP redigierte Seite in der Bauernzeitung und im Agri. Während in den Jahren 2004 und 2005 Entscheidungshilfen im Hinblick auf den Ausstieg aus der Milchkontingentierung dargestellt wurden, so waren im 2006 Markt und Agrarpolitik die beherrschenden Themen.

Folgende Ausgaben sind 2006 erschienen:

20. Januar 2006

Milchpreismonitoring Molkereimilch

17. Februar 2006

Milchpreismonitoring Käsereimilch

24. März 2006

Milchstützungsfonds

21. April 2006

Delegiertenversammlung

2. Juni 2006

Freihandelsabkommen Schweiz-EU

23. Juni 2006

Marktlage, Milchpreis und Milchmenge

1. September 2006

Milchpreisverhandlungen I

29. September 2006

Milchpreisverhandlungen II

20. Oktober 2006

Delegiertenversammlung vom 11. Oktober 2006

24. November 2006

SUISSE GARANTIE

29. Dezember 2006

100 Jahre ZVSM/SMP

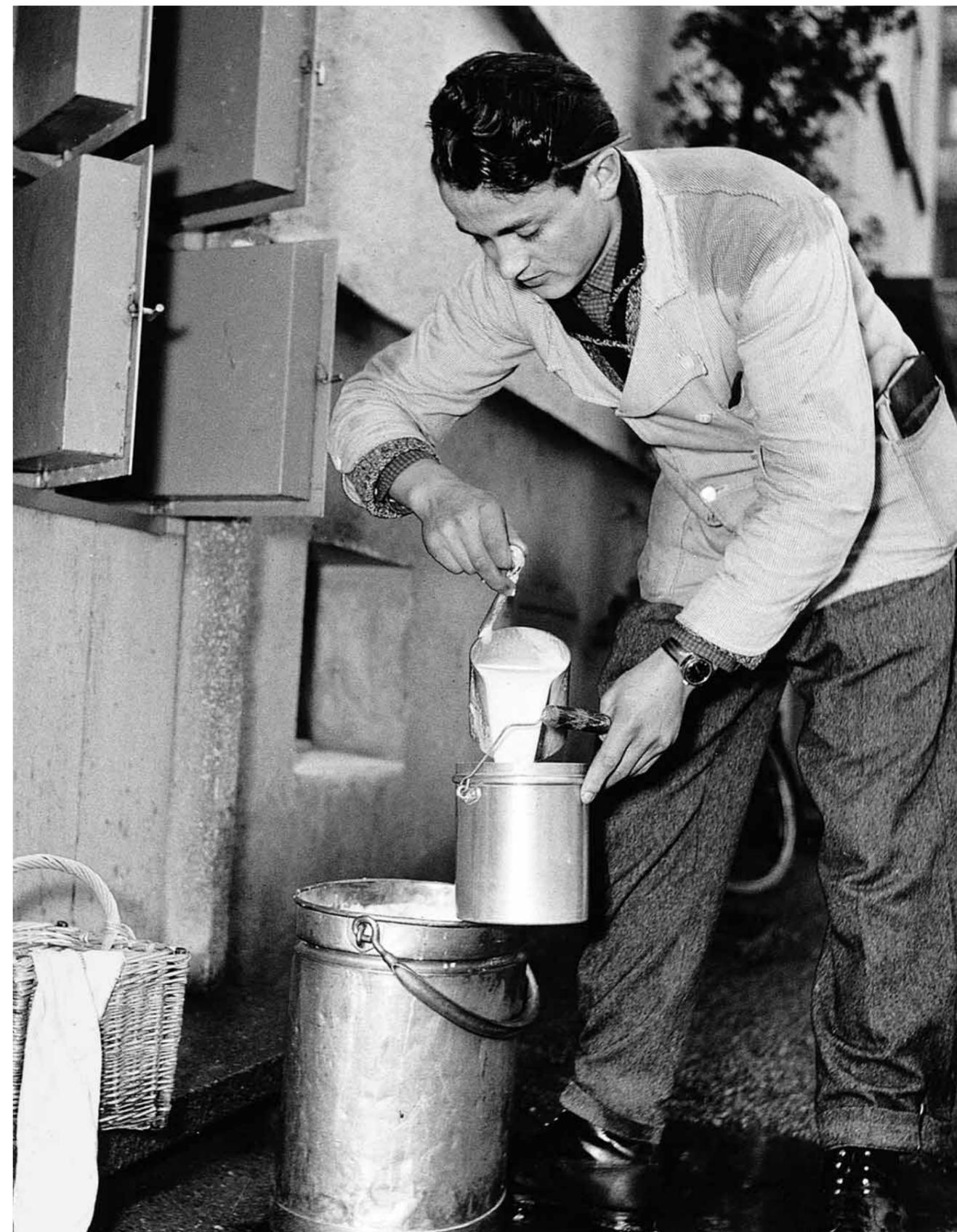
(siehe www.swissmilk.ch «Medienarchiv»)

Codex Alimentarius zum Emmentaler (AOC)

2006 wurde im Rahmen des Codex Alimentarius ein weiteres Kapitel in der lange andauernden Auseinandersetzung um die so genannten Käsestandards hinzugefügt. Das Interesse der Schweiz liegt vor allem beim Emmentaler. Im nach wie vor geltenden Emmentaler-Standard aus dem Jahre 1967 wird die Schweiz als Ursprungsland festgehalten. Darunter versteht man jenes Land, in dem die Käsesorte ursprünglich einmal entstanden ist. Der Begriff Ursprungsland ist nicht zu verwechseln mit dem Herstellungsland (= Herkunftsland).

An der Sitzung des Codex-Komitees von anfangs Juli 2006 wurde beschlossen, die neuen Käsestandards nicht mehr aufzugreifen, bis die Frage der Herkunftslandkennzeichnung geklärt ist. Dadurch wird die Entscheidung um ein weiteres Jahr verschoben. Die Schweiz wird weiterhin alles daran setzen, ihre Interessen zum Schutz der Bezeichnung Emmentaler einzubringen.

Bis in die 1960er-Jahre war die Hauszustellung von Offenmilch durch private Milchhändler die am weitesten verbreitete Art des Milchbezugs.



2.1 Delegiertenversammlung

An den Delegiertenversammlungen vom 12. April und 11. Oktober 2006 wurden die Delegierten, die Gäste und die Medien umfassend über die Tätigkeiten der Schweizer Milchproduzenten SMP informiert. Die Delegierten fassten Beschlüsse über organisatorische und politische Entscheide und wählten neue Vorstandsmitglieder.

Im Detail wurden folgende Geschäfte behandelt:

12. April 2006:

- Abnahme der Jahresrechnung und Entlastung der Organe.
- Finanzierung der Beiträge SMP vom 1. Mai 2006 bis 30. April 2007:
 - Marketingfonds: 0,525 Rappen/kg Milch
 - Milchstützungsfonds: 1,0 Rappen/kg Milch
 - Verwaltungskosten: 0,15 Rappen/kg Milch
 - Inkasso für das Switzerland Cheese Marketing: 0,2 Rappen/kg Milch
 - Inkasso für den Schweizerischen Bauernverband: 0,04 Rappen/kg Milch
- Statuten- und Reglementsanpassungen aufgrund des vorzeitigen Ausstieges aus der Milchkontingentierung.
- Aufnahme der Produzentenorganisation PO BEMO als 14. Mitglied der SMP.
- Zustimmung zur Ausrottung der BVD/MD.
- Verabschiedung der Strategie kosten-deckender Milchpreise.
- Antrag des Neuenburger Milchverbandes zur Weiterentwicklung des Milchstützungsfonds.

11. Oktober 2006

- Forderungen zur AP 2011, insbesondere zur Verkäsungszulage, Siloverzichtszulage, Beihilfenabbau, Zahlungsrahmen, Buttereinfuhr, Vorgaben für Milchkaufverträge sowie der Produzenten- und Branchenorganisationen.
- Festlegen der Grundsätze für die Milchpreisverhandlungen per 1. Januar 2007.
- Weiterentwicklung des Milchstützungsfonds.
- Wahl von Christian Burren, PO BEMO als Vorstandsmitglied, sowie Markus Wyss als deren Suppleant.
- Wahl von Daniel Flotron als Suppleant für Orlait.

2.2 Vorstand und Vorstandsausschuss

Der Vorstand hat sich an acht ordentlichen Sitzungen mit den laufenden Verbandsgeschäften befasst. Mit den Verwaltungsräten von Molkereien im bäuerlichen Besitz wurden zwei Aussprachen geführt.

Der Vorstandsausschuss, dem nach statutarischer Ordnung Aufgaben im Personalbereich zugeordnet sind, traf sich im Frühjahr zur Vorbereitung der Wahl des neuen Direktors und Ende Jahr zur ordentlichen Sitzung, um die Personalgeschäfte zu behandeln.

Schwerpunkte der Verbandstätigkeit und Vorstandsarbeit 2006

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
 - Einsetzung der Kommissionen Milchmarkt und Käse zur Begleitung des Marktgeschehens im zunehmend liberalisierten Umfeld
 - Einsetzung einer Arbeitsgruppe zur Organisation des Milchmarktes ab 2009
- Agrarpolitische Rahmenbedingungen:
 - Begleitung der AP 2011 im parlamentarischen Prozess, insbesondere bezüglich
 - des finanziellen Rahmens
 - der Mittelverteilung
 - der Ausgestaltung der einzelnen Instrumente wie
 - Zulagen, Beihilfen
 - Einfuhrregelungen
 - Allgemeinverbindlichkeit Mengenkoordination und
 - Ersatzmassnahmen für Zusatzkontingente
 - Umlagerung der Marktstützung in Direktzahlungen
 - Laufende Auseinandersetzung mit den Entwicklungen im Rahmen der WTO II-Runde und Freihandelsabkommen
 - Vernehmlassung Absatzförderungs- und Tierschutzverordnung
- Marktfragen
 - Strategie und Begleitung der Milchpreisrunde per 1.1.2007
 - Auseinandersetzung mit verschiedenen Fragen im Zusammenhang mit Mehrmengen
 - Erarbeitung von Eckwerten für den Milchverkauf
- Massnahmen zur Qualitätssicherung:
 - Organisation und Finanzierung der QK
 - Verabschiedung der Branchenstandards für Melkanlagen
- Weitere Sachgeschäfte:
 - Statutarische Verankerung und Reglemente der Kommissionen Käse und Milchmarkt
 - Erarbeitung einer Strategie produktionskostendeckender Milchpreise zuhanden der Delegiertenversammlung
 - Bericht über Kosten und Wirtschaftlichkeit der Milchproduktion
 - Richtlinien zur Aufnahme neuer Organisationen
 - Aufnahme der BEMO als 14. Mitgliedsorganisation
 - Vorbereitung des Jubiläums 100 Jahre ZVSM/SMP
 - BVD/MD-Ausrottung in der Schweiz
 - Forschungsprogramme ALP und ART
 - Auseinandersetzung mit dem Nachlass der SDF
 - Finanzielle Unterstützung der Appenzeller Schaukäserei

2.3 Ständige Kommissionen

Fachgremium Marketing

Das seit dem Jahr 1999 bestehende Fachgremium Marketing widmet sich der Erarbeitung und fortlaufenden Überprüfung der strategischen Grundsätze für das Marketing 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 2006 befasste sich das Fachgremium Marketing hauptsächlich mit den Budgets 2007 sowie mit den Ergebnissen der durchgeführten Wirkungskontrollen.

Die Plattform «Milchmarkt»

wird zur Kommission Milchmarkt

Mit der an der Frühjahrs-Delegiertenversammlung beschlossenen Statutenänderung ist die Plattform «Milchmarkt» in die Kommission Milchmarkt übergeführt worden. Der Vorstand hat dazu das Reglement festgelegt und die Mitglieder der Kommission gewählt. Die Kommission ist ein sehr wichtiges Gremium, um die Kommunikation mit und zwischen den sogenannten Ausstiegsorganisationen sicherzustellen und im Rahmen der Möglichkeiten zu koordinieren.

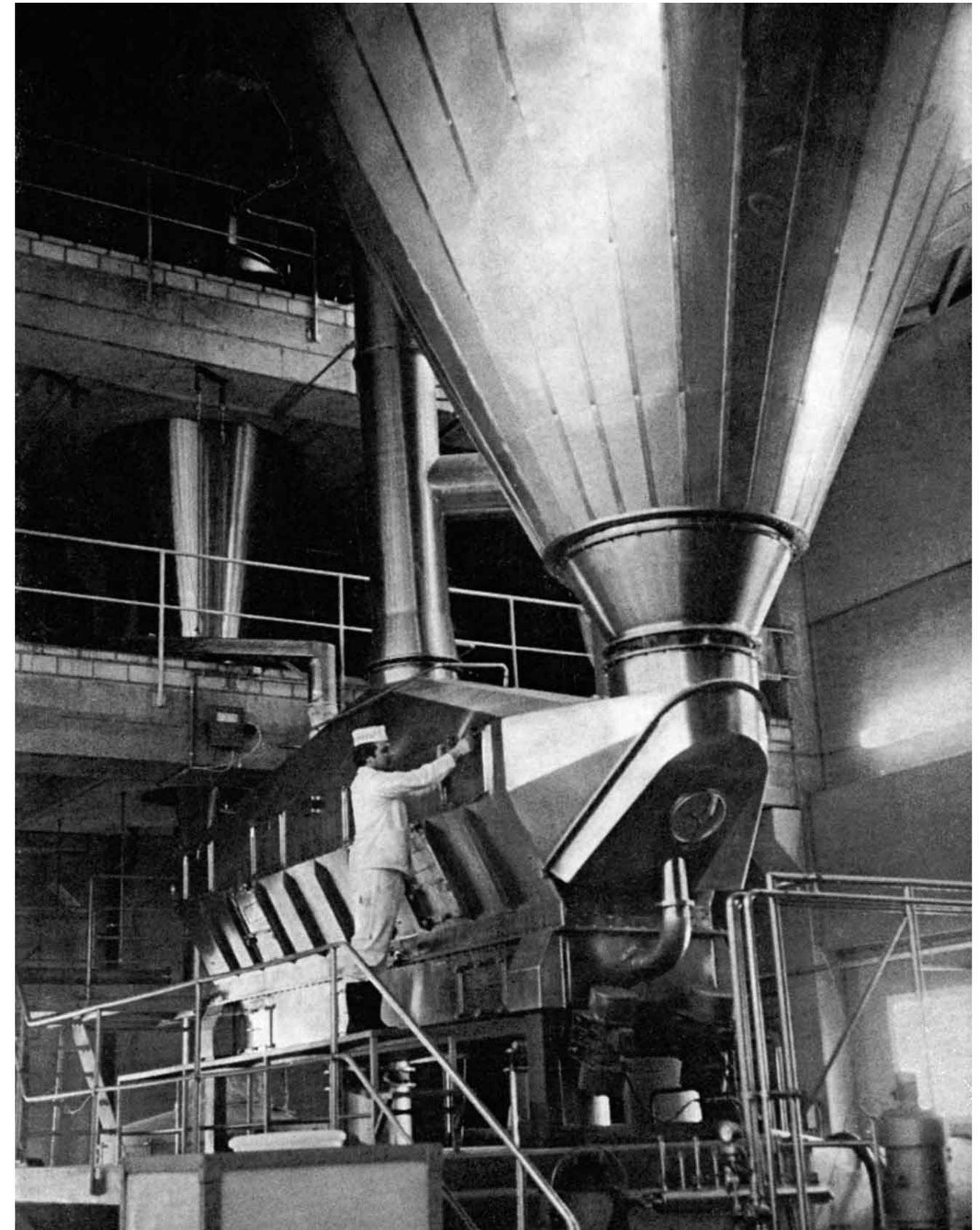
Die Kommission hat sich im Berichtsjahr unter anderem mit den anspruchsvollen Themen Mehrmengen/Milchpreise auseinandergesetzt. Die Kommissionsarbeit ist längerfristig ausgerichtet und soll einen wesentlichen Beitrag zur Bewältigung der Herausforderungen bei der Aufhebung der Milchkontingentierung im Jahre 2009 leisten.

Das Käseforum wird zur Kommission Käse

Das Käseforum ist im Berichtsjahr mit den Beschlüssen der Frühjahrs-Delegiertenversammlung und des Vorstandes zur Kommission Käse aufgewertet worden. Mitglieder sind die Vertreter der Milchproduzenten in den Gremien der Käse-Sortenorganisationen und der Käseorganisation Schweiz sowie die Vorstandsmitglieder der schweizerischen Vereinigung der silofreien Milchproduzenten. Ziele der Kommission Käse sind insbesondere der gegenseitige Informationsaustausch und die Diskussion der aktuellen Entwicklungen im Milch- und Käsemarkt. Themen der beiden Sitzungen waren

- Käsemarktlage
- Selbsthilfemassnahmen
- Rahmenbedingungen für den Käseverkauf per Januar 2007
- Arbeiten in den Sortenorganisationen
- Agrarpolitik 2011
- Positionierung des Schweizer Käses

Sprühtrocknungsanlage in der Milchverarbeitungsstelle Dagmarsellen. Der Pulverturm kann pro Stunde eine Tonne Milchpulver herstellen.



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).

Die Budgetierung des Milchstützungsfonds für 2006 ist erstmals parallel zum Kalenderjahr

Die Beitragsleistungen 2006

	Rappen pro Kilogramm Verkehrsmilch	
	Beitrag 2006	statutarische Obergrenzen
Verwaltungskosten	0,15	0,2
Milchstützungsfonds	1,0	1,0 / 2,0*
Marketing – Basismarketing – Käse-Export-Marketing	0,525 0,2	0,6 0,2
Inkasso für den Schweiz. Bauernverband	0,04	
Total Abzüge bei den Milchgeldabrechnungen	1,915	

*) Für die Bewältigung von ausserordentlichen temporären Ungleichgewichten auf dem Milchmarkt kann die Delegiertenversammlung die Beiträge für eine befristete Zeit auf höchstens 2 Rappen je Kilogramm Milch erhöhen.

An der Delegiertenversammlung vom 12. April 2006 wurde beschlossen, die bisher erhobenen Beiträge auch im Milchjahr 2006/07 in unveränderter Höhe zu belassen.

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 wiederum äusserst erfreulich und dafür danken wir allen Beteiligten sehr.

erfolgt. Die Rechnungslegung erfolgt bereits seit mehreren Jahren nach dem Kalenderjahr. Die Geschäftsjahre des Marketingfonds und des Verbandes entsprechen bereits seit Jahren dem Kalenderjahr. Die Umstellung der Beitragsjahre vom Milch- zum Kalenderjahr wurde vom Vorstand beschlossen und erfolgt auf das Jahr 2008.

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

Seit dem 1. Mai 2006, dem Stichtag des vorzeitigen Ausstiegs aus der Milchkontingentierung, stehen über die Datenbank der TSM Treuhand GmbH (DBMilch.ch) die für das Inkasso erforderlichen Informationen der SMP zur Verfügung.

Der bundesrätliche Beschluss zur Allgemeinverbindlichkeit vom 23. November 2005 verpflichtete auch in diesem Berichtsjahr sämtliche Milchproduzenten zur Bezahlung der Beiträge in den Milchstützungs- und den Marketingfonds. Die SMP wendet dieses rechtliche Zwangsmittel nur ungern an, muss es aus prinzipiellen Gründen aber konsequent einsetzen. Leider sind es häufig Nichtzahler, gegen die zum Teil mehrfach 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.

Finanzsituation der SMP

Gesamthaft hat sich die Finanzsituation der SMP gegenüber dem Vorjahr nochmals verbessert; sie darf aktuell als stabil und gesund beurteilt werden. Im Hinblick auf die weiteren anstehenden Veränderungen, speziell mit der

Liberalisierung der Märkte, mit dem Stützungsabbau und mit dem Wegfall der Milchkontingentierung, ist dies unerlässlich. Bereits kleine Markteinbrüche können nämlich finanziell massive Auswirkungen mit sich bringen.

Daten und Inkasso

Der Vorstand der SMP hat eine Richtlinie zum Inkasso bei den Mitgliedsorganisationen und bei Nichtmitgliedern für die Selbsthilfemassnahmen verabschiedet. Die Daten zur Abwicklung des Inkassos und der Selbsthilfemassnahmen werden neu über die Datenbank «Milch» der TSM verwaltet. Die Geschäftsstelle hat Massnahmen für das Mitgliedermarketing erarbeitet.

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.

Weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel 1.6.

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, arbeitet die SMP soweit möglich mit der Agro-Marketing Suisse (AMS) zusammen.

Weitere Informationen dazu finden sich im Kapitel 1.7.

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

3.2 SMP-Beteiligungen und -Mitgliedschaften

Bäuerliche Organisationen und Unternehmungen

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

Branchenorganisationen

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

Sortenorganisationen

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

Weitere Beteiligungen und Mitgliedschaften

- Switzerland Cheese Marketing SCM
- Appenzeller Schaukäserei, Stein
- Caseificio Dimostrativo del Gottardo SA, Airolo
- Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.
- Coopérative des Producteurs de Fromage d'Alpage «L'Etivaz»
- Société coopérative «Laiterie de Gruyères», Pringy
- Holding der Schweizerischen Milchproduzenten, Zollikofen
- Emmi Interfrais SA, Küssnacht
- 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
- Prokana 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
Burren Christian, Gasel
Chevrier Maurice, Evolène
Croce Nello, Campo Blenio
Erni Moritz, Ruswil
Fuchs Franz, Leuggern
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon
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:
Oesch Christian, Ostermundigen
Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost:
Fuster Josef, Wolfhalden
Milchverband Nordwestschweiz:
Gygax Jacques, Basel
Aargauer Milchverband:
Luginbühl Rolf, Suhr
Thurgauer Milchproduzenten:
Ernst Alfred, Weinfelden
Zentralschweizer Milchproduzenten:
Felder Benedikt, Luzern
BEMO, Berner Emmi-Milchlieferanten:
Wyss Markus, Grasswil
LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte:
Guarise Claudio, S. Antonino
ORLAIT Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise:
Flotron Daniel, Forel (Lavaux)
Laiteries Réunies de Genève:
Pradervand Jean-Marc, Céligny GE
Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie:
Stirnemann Jean-Pierre, Posieux
Fédération Laitière Neuchâteloise:
Geiser Daniel, Cernier
Fédération Laitière Valaisanne:
Guntern Urs, Sierre

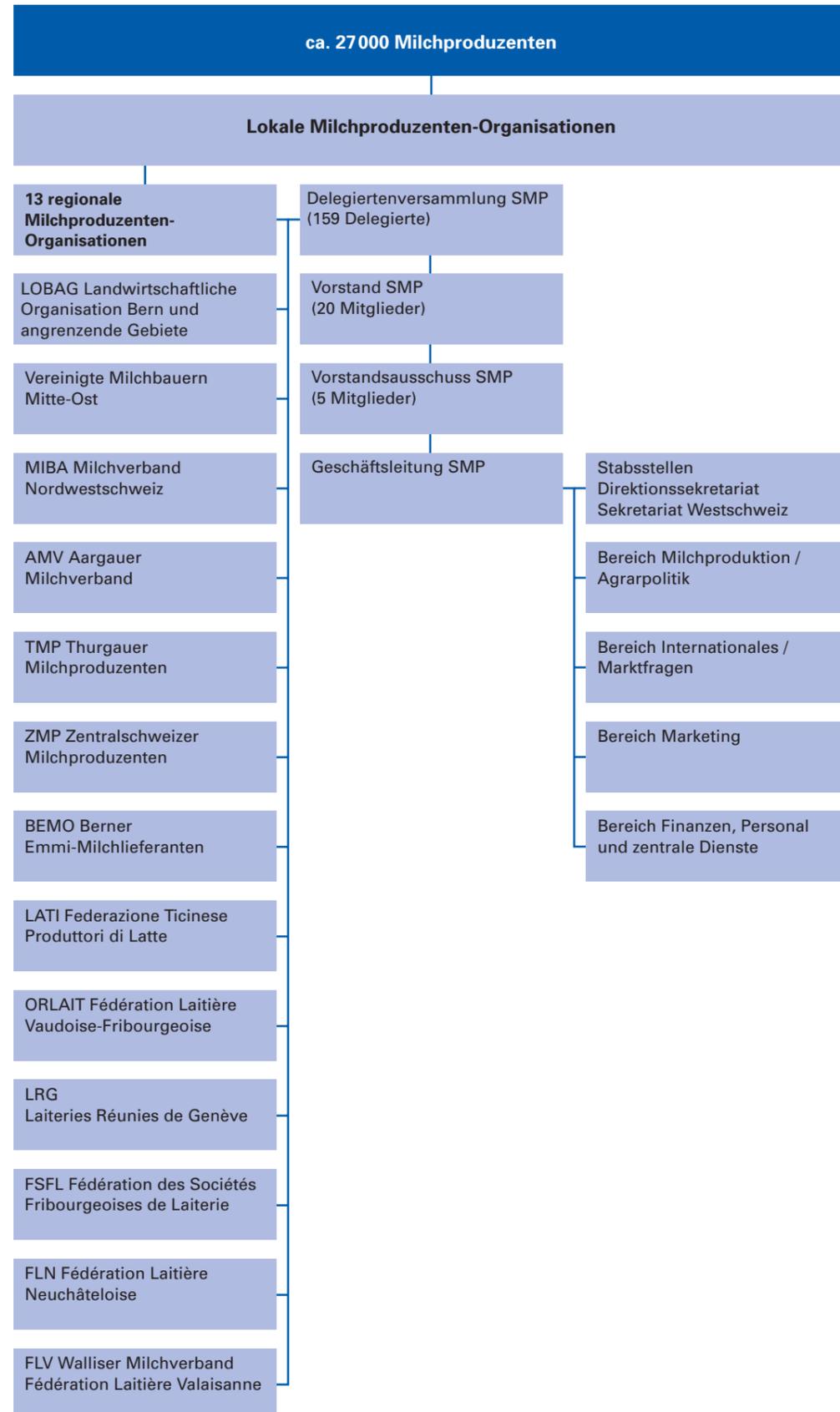
Kontrollstelle

Dr. Röthlisberger AG, Bern

Vorstandsausschuss

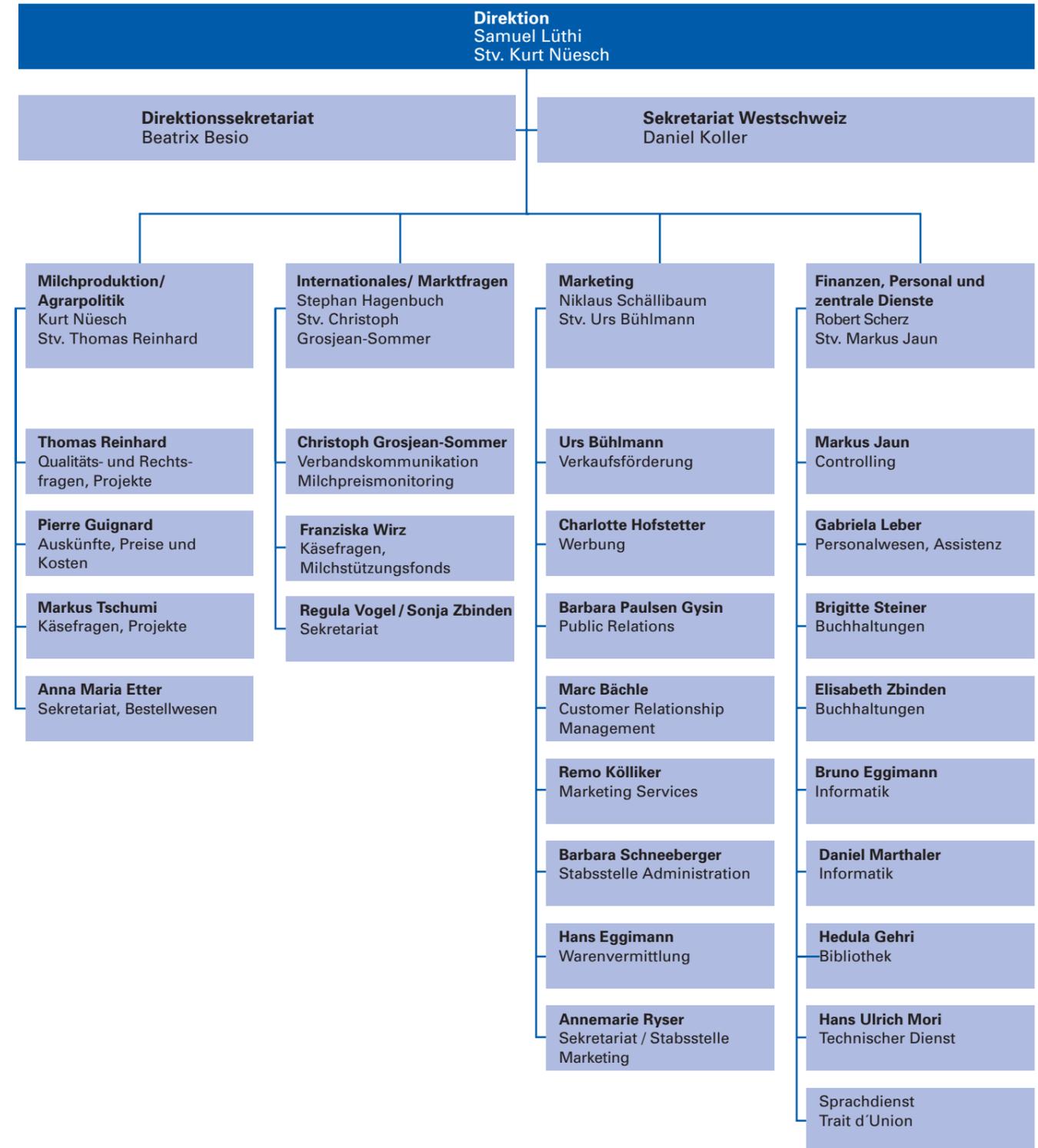
Gemäss Statuten gehören der Präsident und die zwei Vizepräsidenten dem Vorstandsausschuss an. Weitere Mitglieder sind:
Erni Moritz, Ruswil
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon

3.4 Aufbau- und Ablauforganisation



(Stand 1. Januar 2007)

Organigramm der Geschäftsstelle der Schweizer Milchproduzenten SMP



(Stand 1. Januar 2007)

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

3.6 Angaben zu den Mitgliedern

Mitglieder der SMP
(regionale Milchproduzenten-Organisationen)

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
Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	Poststrasse 13 9200 Gossau	Tel. 071 / 387 48 48 Fax 071 / 387 48 42 info@milchbauern.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
BEMO Berner Emmi-Milchlieferanten	Settibuchstrasse 40 3144 Gasel	Tel. 031 / 971 18 50 c-burren@bluewin.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
ORLAI Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise	Chemin du Petit-Flon 21 1052 Le Mont-sur-Lausanne	Tel. 021 644 22 15 Fax 021 644 22 19 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'Île Falcon 5 3960 Sierre	Tel. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 urs.guntern@flv.ch

(Stand 1. Januar 2007)



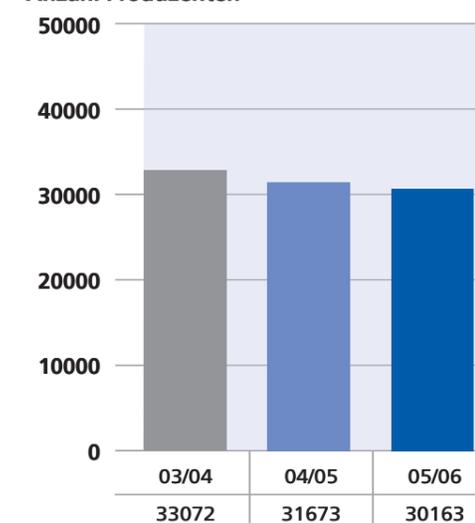
Angaben zur Milchkontingentierung und den Lieferrechten

Entwicklung der Milchproduktion in der Schweiz

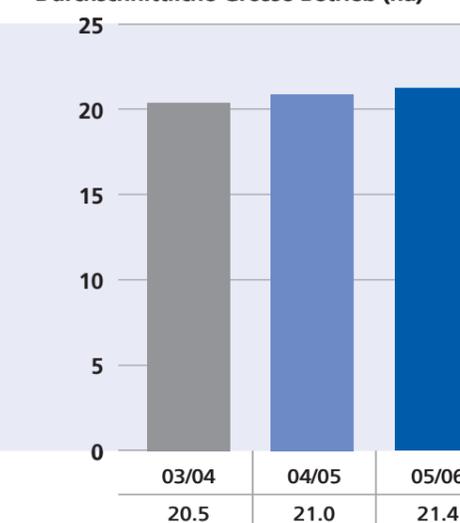
Ganzjahresbetriebe mit aktivem Kontingent (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr			Veränderung in %	
	95/96	03/04	04/05	03/04 bis 04/05	04/05 bis 05/06
Anzahl Produzenten	44360	33 072	31 673	-4,2	-4,8
Landw. Nutzfläche (ha)		679 131	664 166	-2,2	-2,7
Anzahl Kühe		587 400	566 420	-3,6	-0,3
Grundkontingent (kg)		3 029 793 811	3 039 272 521	0,3	0,0
Einlieferungen (kg)		3 072 044 412	3 093 638 408	0,7	-1,0
Ø Kilogramm Kontingent je Betrieb	66341	91612	95958	4,7	5,0
Ø Grösse der Betriebe in ha	19,1	20,5	21,0	2,3	2,2
Ø Kilogramm Kontingent je ha	3649	4461	4576	2,6	2,7
Ø Kilogramm Einlieferung je Kuh	4512	5230	5462	4,4	-0,7

Quelle der Daten: BLW, Statistik zur Milchkontingentierung

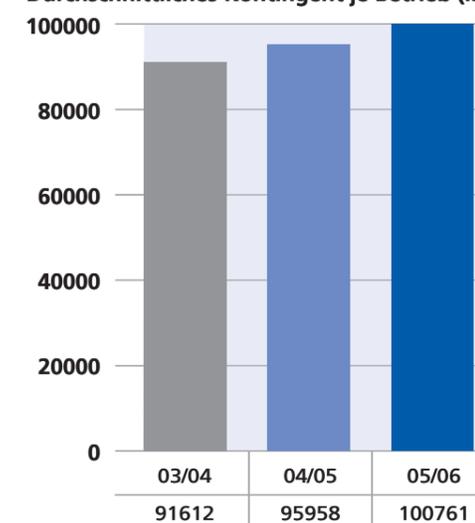
Anzahl Produzenten



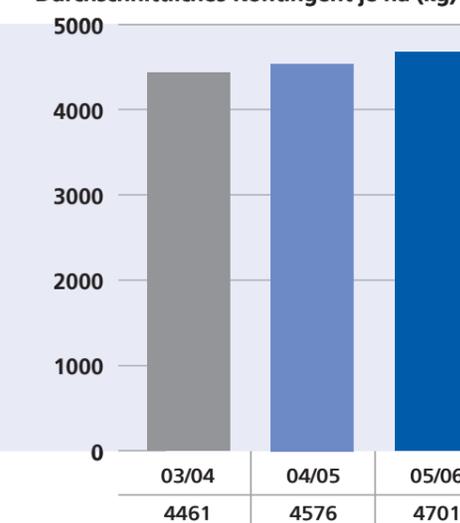
Durchschnittliche Grösse Betrieb (ha)



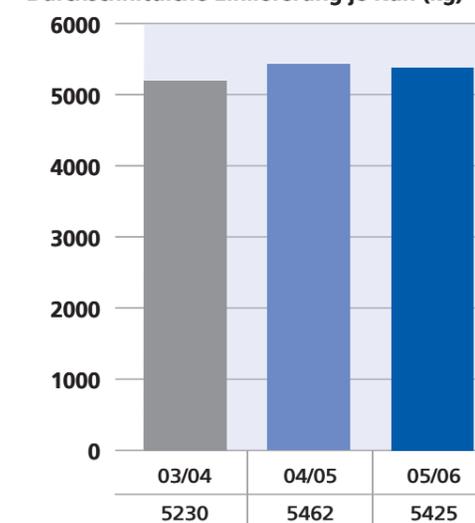
Durchschnittliches Kontingent je Betrieb (kg)



Durchschnittliches Kontingent je ha (kg)



Durchschnittliche Einlieferung je Kuh (kg)



Kommentar:
Der Strukturwandel findet bei der Milchproduktion mit minus 4,8 Prozent im Vergleich zu allen Betrieben mit minus 1,3 Prozent pro Jahr (Quelle Agrarberichte des BLW) beschleunigt statt.

Bezogen auf die Hektare wird mehr Milch produziert.

Der Rückgang der Anzahl Kühe hat sich verlangsamt.

Milchpreismonitoring Jahresauswertung 2005/2006

Die SMP hat im Milchjahr 2005/06 eine Vielzahl von Milchgeldabrechnungen und Milchkaufverträgen statistisch ausgewertet. Das Ziel besteht darin, grösstmögliche Transparenz bei den Milchpreisen zu schaffen.

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.

Käsesorte	Ausbezahlter Durchschnittsmilchpreis ¹⁾ :	Ausbezahlter Siloverzichtsprämie:
Mai 2005 – April 2006	CHF/kg	CHF/kg
Konventionelle Milch		
Appenzellerkäse ®	76,69	3,68
Bündner Bergkäse	74,48	4,00
Emmentaler Switzerland (AOC)	67,37	3,99
Le Gruyère AOC / Vacherin Fribourgeois	78,23	4,00
Raclette du Valais	76,44	4,00
Sbrinz AOC	71,24	4,00
Tête de Moine AOC	78,26	4,00
Tilsiter Switzerland	74,36	4,00
Vacherin Fribourgeois	78,16	4,00
Diverse Käse	78,40	3,90
Mittel konventionell Schweiz (mit Emmentaler)	73,16	3,97
(ohne Emmentaler)	77,40	3,95

Bio-Milch		
Bündner Bergkäse	83,96	3,83
Emmentaler Switzerland (AOC)	83,75	3,89
Le Gruyère AOC	77,71	4,00
Tilsiter Switzerland	75,32	4,00
Mittel Bio Schweiz	80,33	3,93

Bemerkungen:

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

Quelle: SMP

Bei der Molkereimilch wird der Vergleich unter den verschiedenen Erstmilchkäufern 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.

Beim Vergleich der Jahresvertragspreise für Biomilch muss berücksichtigt werden, dass Abzüge für die Umlenkung von Biomilch in den Nicht-Bio-Milchmarkt nicht bei allem Milchkäufern im Vertragspreis enthalten sind.

Molkereimilchkäufer	Jahresvertragspreise	
	Ab Hof bei 120 000 kg Kontingent und 7,3 % Gesamtgehalt (Fett und Eiweiss)	
Konventionelle Milch	Milchjahr 2005/06	Periode Mai – Dezember 2006 ¹⁾
Arnold AG	67,53	69,38
AZM AG, ab Mai 2006 Mittellandmolkerei AG	67,74	68,31
Baer AG (Erstmilchkäufer bis April 2006)	70,02	–
Crema SA	68,37	69,54
Elsa SA	67,75	66,80
Emmi AG, ab Mai 2006 BEMO / ZENOS	68,49	71,44
Lati SA	71,81	73,71
Miba	67,73	67,41
Nestlé SA	67,88	67,85
Nordostmilch AG	67,79	69,86
Nutrilait LRG SA	71,00	72,47
SMG Hochdorf AG (Erstmilchkäufer bis April 2006)	67,30	–
Strahl Käse AG	69,12	70,12
Thur-Milch AG	68,88	69,88
Vallait SA	69,28	68,73
ZMP (Erstmilchkäufer seit Mai 2006)	–	73,04
Mittel konventionelle Milch Schweiz	68,12	69,82

¹⁾ Die Milchpreise für das Milchjahr 2006/07 konnten nur für die Periode Mai bis Dezember 2006 fixiert werden, da der Abbau der Marktstützung per Januar 2007 neue Milchpreisverhandlungen erwarten liess.

Molkereimilchkäufer	Jahresvertragspreise	
	Ab Hof bei 120 000 kg Kontingent und 7,3 % Gesamtgehalt (Fett und Eiweiss)	
Bio-Milch	Milchjahr 2005/06	Periode Mai – Dezember 2006 ¹⁾
AZM AG, ab Mai 2006 Mittellandmolkerei AG	83,24	83,40
Biedermann Molkerei AG	81,82	–
Biomilchpool	80,45	78,43
Crema SA	–	84,04
LRG Nutrilait SA	82,00	82,54
MIBA	83,23	82,91
Nordostmilch AG	–	75,15
ZMP	–	82,75
Mittel Bio-Milch Schweiz	81,59	80,53

Konventionelle Milch	Realisierte Milchpreise	
	Milchjahr 2004/05	Milchjahr 2005/06
Durchschnitt ab Hof	73,11	70,39
Durchschnitt franko Sammelstelle	74,32	71,14
Bio-Milch		
Durchschnitt ab Hof	84,50	78,91

Im Durchschnitt über alle Molkereimilchkäufer von konventioneller Milch ist der im Milchpreismonitoring ausgewiesene realisierte Milchpreis ab Hof gegenüber dem durchschnittlichen Vertragspreis um 2,27 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 bis Ende 2006 jährlich mindestens 14-mal auf die Merkmale Keimbelastung, Zellgehalt, Hemmstoffe und Gefrierpunkt.

Über die Ergebnisse der Qualitätsuntersuchungen geben die nachstehende Tabelle und Grafik Auskunft.

Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch im gesamtschweizerischen Durchschnitt

Qualitätsmerkmale	Beurteilungskriterien ¹⁾	Anteil %	
		1.1.05 bis 31.12.2005	1.1.06 bis 31.12.2006
Keimbelastung	weniger als 200000 impulse pro ml ²⁾	98,65	98,66
(fluoreszenzoptische Zählung)	200000 impulse oder 80000 KbE und mehr pro ml	1,352	1,337
	1. Beanstandung	0,768	0,709
	2. Beanstandung	0,412	0,396
	3. Beanstandung	0,113	0,109
	4. Beanstandung	0,046	0,033
	5. Beanstandung und Sperre	0,013	0,009
		(4 Fälle/M.)	(3 Fälle/M.)
Zellgehalt	unter 350000 Zellen pro ml	94,96	94,84
(fluoreszenzoptische Zählung)	350000 Zellen und mehr pro ml	5,040	5,157
	1. Beanstandung	3,141	3,218
	2. Beanstandung	1,305	1,340
	3. Beanstandung	0,461	0,463
	4. Beanstandung	0,119	0,125
	5. Beanstandung und Sperre	0,015	0,011
		(4 Fälle/M.)	(3 Fälle/M.)
Hemmstoffe	nicht nachweisbar	99,95	99,96
(mikrobiologischer Hemmtest)	nachweisbar	0,048	0,038
		(16 Fälle/M.)	(12 Fälle/M.)
	1. Beanstandung	0,04810	0,03826
	2. Beanstandung	0	0
	3. Beanstandung	0	0
Gefrierpunkt	tiefere als -0,520 C, meth. Streuung nicht berücksichtigt	-	-
(Kryoskopie bei Beanstandungen)	höher oder gleich -0,520 C	-	-

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.

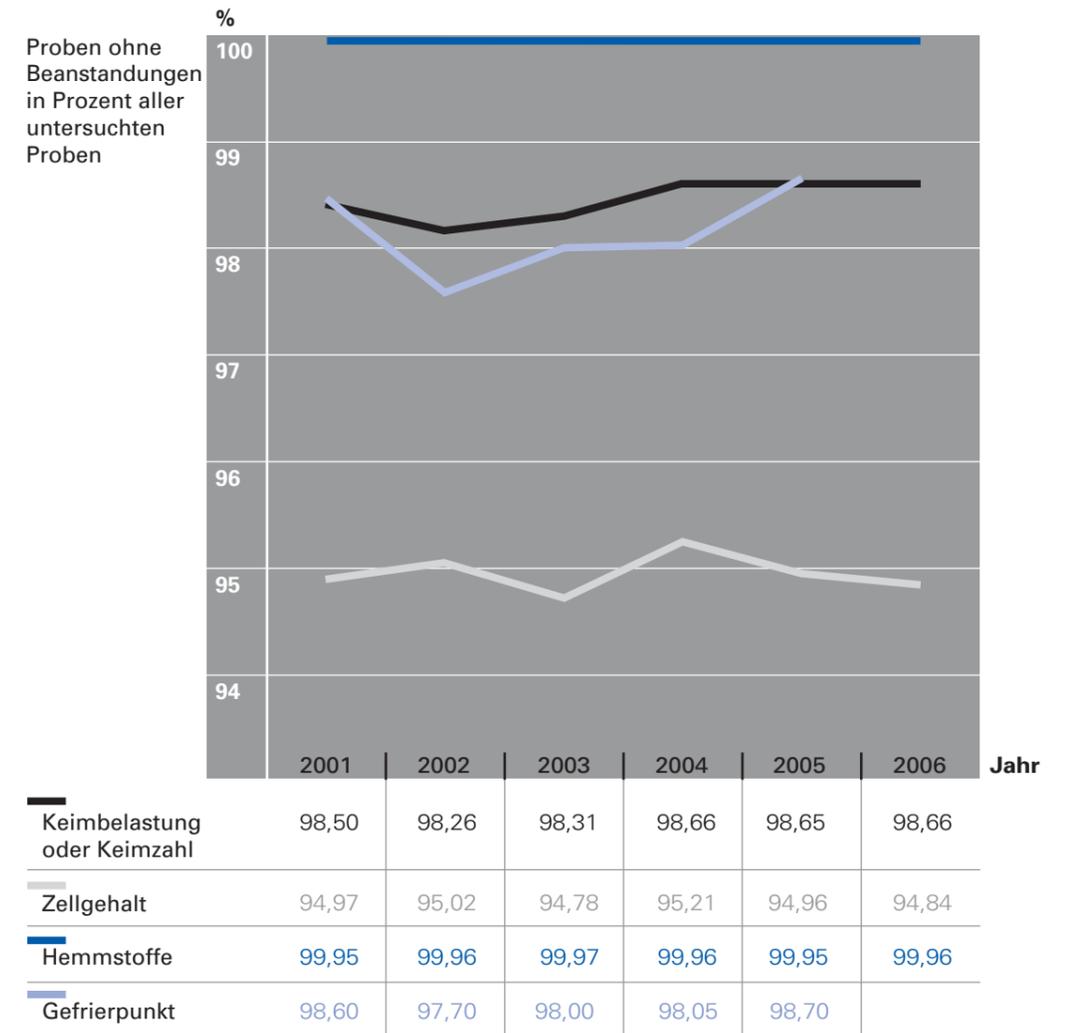
Angaben zum Gefrierpunkt sind für das Jahr 2006 nicht verfügbar.

Quelle der Daten: ALP, Liebefeld, Bern

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.

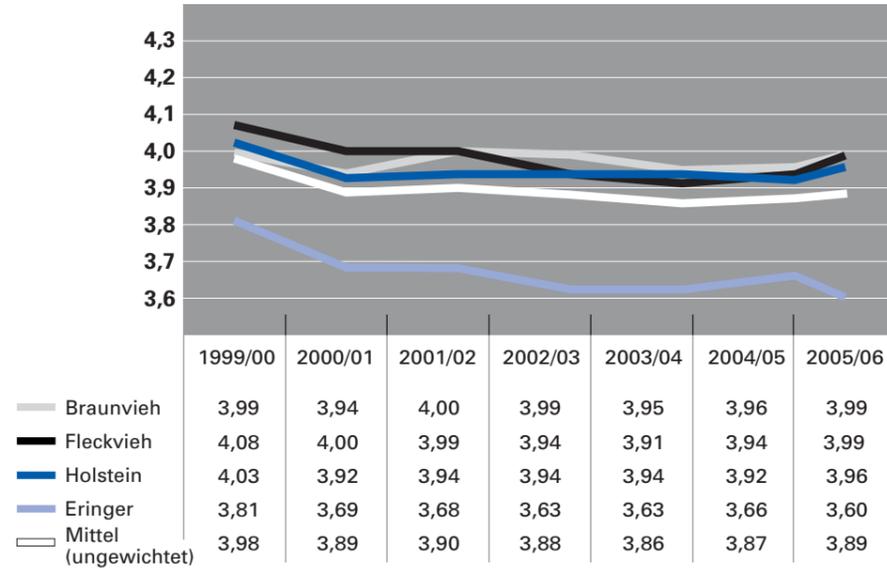
Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch



Für das Jahr 2006 sind die Ergebnisse zum Kriterium «Gefrierpunkt» nicht verfügbar.
Quelle der Daten: ALP, Liebefeld-Bern

Fettgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)

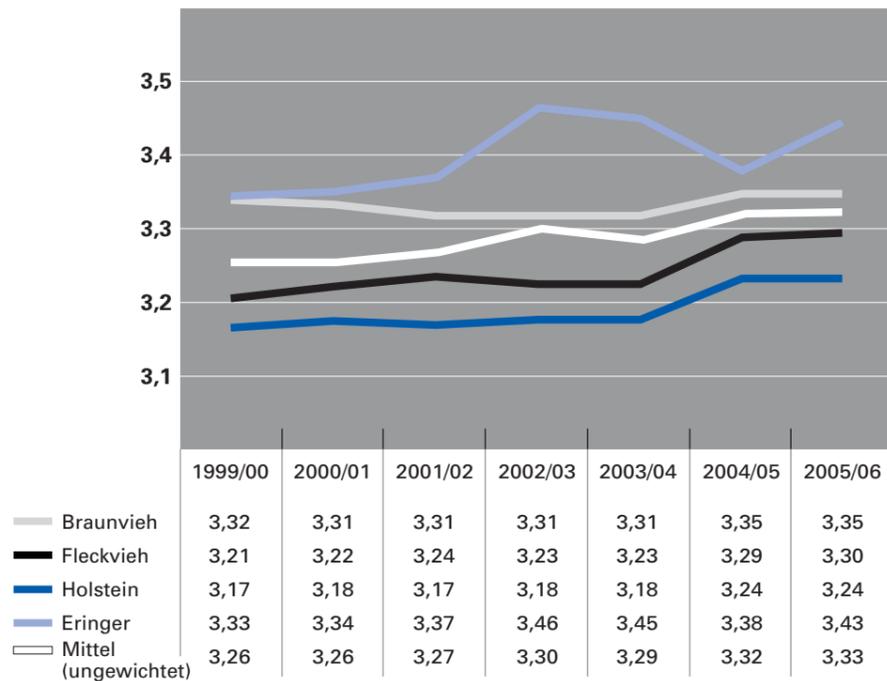
Gehaltsprozent



Quelle: Milchstatistiken der Schweiz

Eiweissgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)

Gehaltsprozent



Quelle: Milchstatistiken der Schweiz

Anzahl Milchproduzenten nach Mitgliedsorganisationen der SMP

Name Mitgliedsorganisationen der SMP	Anzahl Milchproduzenten			Durchschnittliches Grundkontingent je Betrieb in kg		
	30. 4. 2005	30. 4. 2006	Veränd. in %	30. 4. 2005	30. 4. 2006	Veränd. in %
Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete (LOBAG)	8 582	8 048	-6,2	74 531	77 676	4,2
Milchverband Winterthur	4 950	4 511	-8,9	93 291	96 701	3,7
Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP)	4 710	4 449	-5,5	92 068	97 331	5,7
Milchverband St. Gallen-Appenzell	3 364	3 240	-3,7	91 776	95 335	3,9
Thurgauer Milchproduzenten	1 615	1 548	-4,1	136 938	141 621	3,4
Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA)	2 213	2 244	1,4	114 594	122 180	6,6
Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie (FSFL)	1 647	1 598	-3,0	136 348	143 703	5,4
Aargauer Milchverband	1 099	1 211	10,2	116 242	122 934	5,8
Fédération Laitière Neuchâteloise (FLN)	614	589	-4,1	131 136	138 442	5,6
Fédération Laitière Valaisanne (FLV-WMV)	795	792	-0,4	40 038	40 241	0,5
Laiteries Réunies de Genève (LRG)	154	139	-9,7	139 369	150 792	8,2
Federazione Ticinese Produttori di Latte (LATI)	237	231	-2,5	72 479	71 880	-0,8
Fédération Laitière Vaudoise-Fribourgeoise (ORLAIT)	1 693	1 563	-7,7	128 428	136 348	6,2
Total	31 673	30 163	-4,8	95 958	100 761	5,0

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

Quellen der Daten: Statistiken zur Milchkontingentierung des BLW

Vollmilchverwertung 2005 – 2006*

Kategorie	Produktion 2005	Produktion 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Käse	1 353 285	1 402 552	49 267	3,6%
Quark	18 229	18 498	269	1,5%
Konsummilch	447 743	450 491	2 748	0,6%
Konsumrahm	251 016	250 588	-428	-0,2%
Jogurt	111 971	111 920	-51	0,0%
Frischmilchprodukte	90 508	91 816	1 308	1,4%
Dauermilchwaren	309 946	288 845	-21 101	-6,8%
Butter	480 803	463 774	-17 029	-3,5%
Andere Verwertung	139 721	126 488	-13 233	-9,5%
Total Vollmilchverwertung	3 203 222	3 204 972	1 750	0,1%

* in Milchequivalenten (ein Milchequivalent entspricht den Inhaltsstoffen von Eiweiss und Fett eines Kilogramms Milch)
Quelle: TSM, Februar 2007

Produktion Konsummilch 2005 – 2006

Kategorie	Produktion 2005	Produktion 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Rohmilch	14 404	13 007	-1 397	-9,7%
Fettangereicherte Milch past.				
Fettangereicherte Milch UHT	1 101	1 088	-13	-1,2%
Vollmilch past.	97 248	93 410	-3 838	-3,9%
Vollmilch UHT	166 636	174 246	7 610	4,6%
Teilentrahmte Milch past.	78 124	78 599	475	0,6%
Teilentrahmte Milch UHT	114 433	116 892	2 459	2,1%
Trinkmagermilch past.	84	14	-70	-83,3%
Trinkmagermilch UHT	16 390	15 998	-392	-2,4%
Total Kosummilch	488 420	493 254	4 834	1,0%

Quelle: TSM, Februar 2007

Produktion Konsumrahm 2005 – 2006

Kategorie	Produktion 2005	Produktion 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Doppelrahm	609	581	-28	-4,6%
Vollrahm (35 und 45 % Fett)	25 388	26 066	678	2,7%
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	13 383	13 251	-132	-1,0%
Kaffeerahm	25 114	24 879	-235	-0,9%
Total Rahm	64 494	64 777	283	0,4%

Quelle: TSM, Februar 2007

Produktion Milchspezialitäten 2005 – 2006

Kategorie	Produktion 2005	Produktion 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Sauermilch*	3 520	4 098	578	16,4%
Sauerrahm	1 501	1 500	-1	-0,1%
Dessertprodukte	23 919	23 533	-386	-1,6%
Milchgetränke	59 581	65 145	5 564	9,3%
Jogurt*	140 471	139 904	-567	-0,4%
Kefir	83	63	-20	-24,1%
Speiseeis	23 051	20 995	-2 056	-8,9%

* Abweichung infolge Abgrenzungsänderungen bei der Erfassung von Sauermilch und Jogurt
Quelle: TSM, Februar 2007

Produktion Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat 2005 – 2006

Kategorie	Produktion 2005	Produktion 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Magermilch (verarbeitet)				
frisch verfüttert	8 090	5 950	-2 140	-26,5%
Säurekasein	395	367	-28	-7,1%
Kaseinate	13 837	8 989	-4 848	-35,0%
Promilk	191 132	189 778	-1 354	-0,7%
Milchprotein	23 598	26 117	2 519	10,7%
Total Magermilch (ohne MEFM)	237 052	231 201	-5 851	-2,4%
Vollmilchpulver (26%)	15 970	15 481	-489	-3,1%
übriges fetthaltiges Milchpulver + Rahmpulver	3 908	4 270	362	9,3%
Magermilchpulver	24 843	23 488	-1 355	-5,5%
Buttermilchpulver*	690	658	-32	-4,6%
Molkenpulver*	4 130	4 106	-24	-0,6%
Total Milchpulver, Milchkondensate	49 541	48 003	-1 538	-3,1%

* 2006 inkl. Veredelungsverkehr
Quelle: TSM, BSM, Februar 2007

Butterproduktion 2005 – 2006

Kategorie	Produktion 2005	Produktion 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Butter				
Vorzugsbutter	36 438	34 722	-1 716	-4,7%
Milch-Sirtenrahmbutter	2 251	2 239	-12	-0,5%
Gesammelte Butter	227	188	-39	-17,2%
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	38 916	37 149	-1 767	-4,5%

Quelle: Bo Butter, Februar 2007

Butterverkäufe 2005 – 2006

Kategorie	Verkäufe 2005	Verkäufe 2006	Veränderung 2005 / 2006	
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	(%)
Butter				
Vorzugsbutter	5 903	5 846	-57	-1,0%
«Die Butter» (Kleinpackungen)	12 437	12 417	-20	-0,2%
Milch-Sirtenrahmbutter	352	282	-70	-19,9%
Butter in Spezialprodukten*	653	567	-86	-13,2%
Industrie-/und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	15 628	16 336	708	4,5%
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	34 973	35 448	475	1,4%
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	6 057	6 101	44	0,7%
TOTAL Butter (ohne Ortsverkäufe)	41 030	41 549	519	1,3%

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Bo Butter, Februar 2007

Produktion Käse 2005 – 2006

Kategorie	Produktion	Produktion	Veränderung	
	2005 Tonnen	2006 Tonnen	Tonnen	(%)
Quark	9 799	10 100	301	3,1%
Mozzarella	14 815	15 470	655	4,4%
Mascarpone	617	673	56	9,1%
Übrige Frischkäse	14 549	14 305	-244	-1,7%
Frischkäse total	39 782	40 551	769	1,9%
Weissschimmelkäse, mager-, viertelfett				
Weissschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 455	1 489	34	2,3%
Weissschimmelkäse, überfett	1 124	1 370	246	21,9%
Blau-, Grünschimmelkäse				
Tommes	2 036	1 987	-49	-2,4%
Vacherin Mont-d'Or	538	511	-27	-5,0%
Weichkäse, andere, mager-, viertelfett	76	77	1	1,3%
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	706	772	66	9,3%
Weichkäse, andere, überfett	629	566	-63	-10,0%
Weichkäse total	6 564	6 774	210	3,2%
Appenzeller	9 188	8 662	-526	-5,7%
Tilsiter	4 141	4 122	-19	-0,5%
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse)	2 123	2 058	-65	-3,1%
Schweizer Raclettekäse	11 080	10 871	-209	-1,9%
Freiburger Vacherin	2 226	2 343	117	5,3%
Tête de Moine	1 791	2 064	273	15,2%
Jurakäse	230	185	-45	-19,6%
Winzerkäse	472	391	-81	-17,2%
Mutschli	485	505	20	4,1%
Alpkäse, halbhart	1 727	1 629	-98	-5,7%
Bündner Bergkäse, vollfett	763	754	-9	-1,2%
Berg- und Schnittkäse, halbhart	1 349	1 396	47	3,5%
St. Paulin Suisse	817	809	-8	-1,0%
Schweizer Edamer	577	606	29	5,0%
Kaltgereifte Käse	20	21	1	5,0%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	151	159	8	5,3%
Conveniencekäse	1 131	1 107	-24	-2,1%
Schmelzrohware, auf Bestellung	1 033	1 257	224	21,7%
Halbhartkäse, andere, mager-, viertelfett	674	728	54	8,0%
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	8 057	8 255	198	2,5%
Halbhartkäse, andere, überfett	1 394	1 643	249	17,9%
Halbhartkäse total	49 435	49 560	125	0,3%
Emmentaler	32 181	33 894	1 713	5,3%
Switzerland Swiss	2 181	2 361	180	8,3%
Le Gruyère	27 530	28 367	837	3,0%
Alpkäse hart	1 897	1 913	16	0,8%
Hartkäse, andere, mager-, viertelfett	57	96	39	68,4%
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	5 630	6 784	1 154	20,5%
Hartkäse, andere, überfett	16	26	10	62,5%
Hartkäse total	69 492	73 441	3 949	5,7%
Sbrinz	1 564	1 664	100	6,4%
Extra Hartkäse total	1 564	1 664	100	6,4%
Reiner Ziegenkäse	698	743	45	6,4%
Reiner Schafkäse	180	185	5	2,8%
Spezialprodukte total	877	925	48	5,5%
Total aller Sorten	167 706	172 914	5 208	3,1%

Quelle: TSM, Februar 2007

Exporte der Milchprodukte 2005 – 2006*

Produkte/Kategorie	Exporte	Exporte	Veränderung	
	2005 Tonnen	2006 Tonnen	Tonnen	Prozent
Milch, Frischmilchprodukte				
Konsummilch, Rohstoffe	298	309	11	3,7%
Joghurt, Kefir und Sauermilch	7 300	6 918	-382	-5,2%
Milch, Frischmilchprodukte total	7 598	7 227	-371	-4,9%
Rahm, Butter				
Rahm	3 321	3 157	-164	-4,9%
Speiseeis	6 179	7 374	1 195	19,3%
Buttermilch, Buttermilchpulver und Sauerrahm	2 366	758	-1 608	-68,0%
Butter und Butterfette	2	5	3	150,0%
Rahm, Butter total	11 868	11 294	-574	-4,8%
Milchpulver, Milchkondensate				
Magermilchpulver, Magermilchretentat	14 198	11 642	-2 556	-18,0%
Fetthaltiges Milchpulver, Rahmpulver	2 607	1 055	-1 552	-59,5%
Molkenpulver, Proteinkonzentrate	40 250	44 215	3 965	9,9%
Kondensmilch	1 681	741	-940	-55,9%
Milchpulver, Milchkondensate total	58 736	57 653	-1 083	-1,8%
Käse **				
Mascarpone, Ricotta Romana				
Mozzarella				
Friskäse, andere				
Friskäse total	24	333	309	1287,5%
Weisschimmelkäse, mager, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett				
Weisschimmelkäse, überfett				
Blau-, Grünschimmelkäse				
Brie, Camembert, Italic				
Tommies				
Vacherin Mont-d'Or	63	51	-12	-19,0%
Weichkäse, andere, mager, viertelfett				
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	544	323	-221	-40,6%
Weichkäse, andere, überfett				
Weichkäse total	607	374	-233	-38,4%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Kaltgereifte Käse				
Appenzeller	5 476	5 362	-114	-2,1%
Tilsiter	415	447	32	7,7%
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse)				
Schweizer Raclettekäse	819	819	0	0,0%
Freiburger Vacherin	259	265	6	2,3%
Tête de Moine	1 024	1 175	151	14,7%
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	923	1 241	318	34,5%
Halbhartkäse, andere, überfett				
Schmelzrohware, auf Bestellung				
Halbhartkäse, gerieben				
Halbhartkäse total	8 916	9 309	393	4,4%
Kräuterkäse (Schabziger)				
Hartkäse mit Schimmelbildung im Teig				
Emmentaler	23 891	21 702	-2 189	-9,2%
Le Gruyère	10 600	11 186	586	5,5%
Hartkäse, andere, mager, viertelfett				
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	833	1 769	936	112,4%
Hartkäse, andere, überfett				
Switzerland Swiss	1 322	1 278	-44	-3,3%
andere	163	293	130	79,8%
Hartkäse, gerieben				
Hartkäse total	36 809	36 228	-581	-1,6%
Sbrinz	456	424	-32	-7,0%
Extra Hartkäse total	456	424	-32	-7,0%
Schmelzkäse total	4 610	4 241	-369	-8,0%
Fertigfondue total	5 312	5 159	-153	-2,9%
Total aller Käsesorten	56 734	56 068	-666	-1,2%

* nicht berücksichtigt ist der Veredelungsverkehr

** Quelle: TSM, Februar 2007

Quelle: OZD/SBV, Februar 2007

Importe der Milchprodukte 2005 – 2006*

Produkte/Kategorie	Importe	Importe	Veränderung	
	2005 Tonnen	2006 Tonnen	Tonnen	(%)
Milch, Frischmilchprodukte				
Konsummilch, Rohstoffe	23 054	23 926	872	3,8%
Joghurt, Kefir und Sauermilch	1 876	3 903	2 027	108,0%
Milch, Frischmilchprodukte total	24 930	27 829	2 899	11,6%
Rahm, Butter				
Rahm	762	332	-430	-56,4%
Speiseeis	7 009	8 611	1 602	22,9%
Buttermilch, Buttermilchpulver und Sauerrahm	650	474	-176	-27,1%
Butter und Butterfette	2 041	4 487	2 446	119,8%
Rahm, Butter total	10 462	13 904	3 442	32,9%
Milchpulver, Milchkondensate				
Magermilchpulver, Magermilchretentat	206	9	-197	-95,6%
Fetthaltiges Milchpulver, Rahmpulver	331	360	29	8,8%
Molkenpulver, Proteinkonzentrate	5 988	6 778	790	13,2%
Kondensmilch	2 789	1 766	-1 023	-36,7%
Milchpulver, Milchkondensate total	9 314	8 913	-401	-4,3%
Käse				
Mascarpone, Ricotta Romana	1 029	1 101	72	7,0%
Mozzarella	2 638	2 595	-43	-1,6%
Friskäse, andere	5 562	6 194	632	11,4%
Friskäse total	9 229	9 890	661	7,2%
Danablu, Gorgonzola, Roquefort	431	318	-113	-26,2%
Weisschimmelkäse, mager, viertelfett				
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 610	1 707	97	6,0%
Weisschimmelkäse, überfett				
Blau-, Grünschimmelkäse				
Brie, Camembert, Italic	1 361	1 332	-29	-2,1%
Tommies				
Weichkäse, andere, mager, viertelfett				
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	4 421	4 425	4	0,1%
Weichkäse, andere, überfett				
Weichkäse total	7 823	7 782	-41	-0,5%
Halbhartkäse mit Schimmelbildung im Teig	38	51	13	34,2%
Caciocavallo, Fontina, Brà, u.a.	1 356	1 176	-180	-13,3%
Kaltgereifte Käse				
Tilsiter	34	31	-3	-8,8%
Raclettekäse				
St. Paulin				
Edamer				
Berg- und Schnittkäse, halbhart				
Spezialkäse				
Schaf-, Ziegenkäse (Kuhmilchanteil)				
Halbhartkäse, andere, mager, viertelfett				
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	3 503	4 296	793	22,6%
Halbhartkäse, andere, überfett				
Schmelzrohware, auf Bestellung				
Halbhartkäse, gerieben	53	3	-50	-94,3%
Halbhartkäse total	4 984	5 557	573	11,5%
Kräuterkäse (Schabziger)	0	1	1	-
Hartkäse mit Schimmelbildung im Teig	0	2	2	-
Caciocavallo, Fontina, Brà, u.a.	333	297	-36	-10,8%
Emmentaler	292	161	-131	-44,9%
Le Gruyère				
Hartkäse, andere, mager, viertelfett				
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	1 137	1 355	218	19,2%
Hartkäse, andere, überfett				
Hartkäse, gerieben	404	361	-43	-10,6%
Hartkäse total	2 166	2 177	11	0,5%
Grana, Parmigiano	5 535	5 532	-3	-0,1%
Extra Hartkäse total	5 535	5 532	-3	-0,1%
Schmelzkäse total	2 175	2 408	233	10,7%
Total aller Käsesorten	31 912	33 346	1 434	4,5%

* nicht berücksichtigt ist der Veredelungsverkehr

Quelle: OZD/SBV, Februar 2007

Aussenhandelsbilanz

Importe umgerechnet in Frischmilch	2005 Tonnen	2006 Tonnen	Veränderung 2005 / 2006	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	23 900	27 800	3 900	16,3%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	15 400	19 600	4 200	27,3%
Schokolade, Speiseeis	19 900	24 500	4 600	23,1%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	1 200	1 500	300	25,0%
Butter *	142 000	235 000	93 000	65,5%
Weichkäse	167 900	176 700	8 800	5,2%
Hart- und Halbhartkäse	179 200	187 800	8 600	4,8%
Schmelzkäse	21 700	24 100	2 400	11,1%
Total Milchprodukte	571 200	697 000	125 800	22,0%

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

Exporte umgerechnet in Frischmilch	2005 Tonnen	2006 Tonnen	Veränderung 2005 / 2006	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	7 400	7 200	-200	-2,7%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	127 100	121 500	-5 600	-4,4%
Schokolade, Speiseeis	110 400	114 000	3 600	3,3%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	2 200	700	-1 500	-68,2%
Butter *	71 800	91 100	19 300	26,9%
Weichkäse	6 500	8 500	2 000	30,8%
Hart- und Halbhartkäse	576 100	572 400	-3 700	-0,6%
Schmelzkäse	46 100	42 500	-3 600	-7,8%
Total Milchprodukte	947 600	957 900	10 300	1,1%

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

Bilanz umgerechnet in Frischmilch	2005 Tonnen	2006 Tonnen	Veränderung 2005 / 2006	
			Tonnen	(%)
Frischmilch, Joghurt	-16 500	-20 600	-4 100	24,8%
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmehl	111 700	101 900	-9 800	-8,8%
Schokolade, Speiseeis	90 500	89 500	-1 000	-1,1%
Kondensmilch, sterilisierte Milch	1 000	-800	-1 800	-180,0%
Butter *	-70 200	-143 900	-73 700	105,0%
Weichkäse	-161 400	-168 200	-6 800	4,2%
Hart- und Halbhartkäse	396 900	384 600	-12 300	-3,1%
Schmelzkäse	24 400	18 400	-6 000	-24,6%
Total Milchprodukte	376 400	260 900	-115 500	-30,7%

Quelle: OZD / SBV, Februar 2007
* inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)

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 2007

Fotos: SMP und Archiv für Agrargeschichte
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

