

S M P • P S L

*Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producents Svizzers da Latg*

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
smp@swissmilk.ch
www.swissmilk.ch



Schweizer Milchproduzenten SMP

Geschäfts- bericht 2008

S M P • P S L

1	Wille und Kraft
3	Turbulentes Milchjahr
4	Agrarpolitisches Umfeld
5	Milchkontingentierung am Ende
6	Milchproduktion
7	Marktlage und Milchverkauf
8	Milchverarbeitung
9	Käsemärkte
10	Strategie Milchmarkt 2015
11	Stand der Umsetzung
12	Marketing
14	Delegiertenversammlungen
15	Vorstand, Ausschuss, Kommissionen
17	Kommunikation
18	Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2008
20	Finanzberichterstattung: Anhang
21	Bericht der Revisionsstelle
22	Mitglieder der SMP
23	Zusammensetzung der Gremien
24	Organigramm der SMP
25	Dokumentarischer Teil: Kennzahlen
	Kontakt und Impressum

Das Jahr 2008 war für viele Milchproduzenten eines der wirtschaftlich besten Jahre. Doch davon dürfen wir uns nicht blenden lassen. Im Hinblick auf die Aufhebung der Milchkontingentierung sind wir schlecht positioniert. In den eigenen Organisationen fehlte der Wille und die Kraft, die SMP-Strategie befriedigend umzusetzen.

Das Jahr 2008 war für viele Milchproduzenten wirtschaftlich eines der besten Jahre seit längerer Zeit, obschon nicht alle gleichermassen profitieren konnten. Die Verarbeiter bezahlten im Durchschnitt Milchpreise, die uns Milchproduzenten unserem strategischen Ziel einer kostendeckenden und einkommensbildenden Milchproduktion einen Schritt näher brachten. Klar, die Messlatte hängt tief, denn der in den Produktionskosten einkalkulierte Arbeitsverdienst von 25 Franken pro Stunde bleibt im Vergleich zu anderen Branchen ungenügend. Gemessen an den Lebenshaltungskosten im Hochlohnland Schweiz bieten solche Einkommen weiterhin keine Perspektive für Familienbetriebe. Doch wir Milchproduzenten erlebten in der ersten Jahreshälfte immerhin für kurze Zeit einen Aufschwung, der uns Zuversicht und Hoffnung gab.

Aussenhandel überträgt Weltmarkt-Turbulenzen

So gut die Märkte noch zu Jahresbeginn waren, so heftig brachen nach der Stagnation schliesslich die Weltmarkt- und EU-Preise ein. Insbesondere die mit dem Aussenhandel stark verflochtenen Marktsegmente wie der Käsemarkt und der Export von verarbeiteten Produkten brachten kaum die Hausse, dafür die Krise auf dem Weltmarkt, in die Schweiz.

Erfreulicher Binnenmarkt

Anders präsentierte sich die Situation im schweizerischen Binnenmarkt: Trotz zweimaligen Preiserhöhungen haben die Konsumentinnen und Konsumenten den Schweizer Milchprodukten die Treue gehalten und die Märkte verzeichneten sogar ein erfreuliches Absatzwachstum. Auf dieses treue Kaufverhalten sind wir Milchproduzentinnen und Milchproduzenten, sind alle Bäuerinnen und Bauern angewiesen. Und wir wollen alles daran setzen, dass für die Produkte aus unserer Schweizer Landwirtschaft auch in Zukunft der Mehrwert sichtbar und genussvoll ist.

Organisationsgrad ist eine Hypothek

Wir müssen jedoch ehrlich sein. Das gute wirtschaftliche Ergebnis haben wir vor allem den internationalen Entwicklungen und der verstärkten Koordination der Milchpreisverhandlungen zu verdanken. Dass die Krise Ende Jahr mit voller Wucht auch auf die Schweiz schlug, lag wesentlich an unseren ungenügenden Marktstrukturen. Trotz grössten Bemühungen und deutlichen Entscheiden der Basis in der Konsultativabstimmung ist es uns nicht gelungen, marktrelevante Parameter nachhaltig positiv zu beeinflussen. Die produzierte Milchmenge lag weit über der Aufnahmefähigkeit des Marktes, die Angebotsbündelung konnte nicht verbessert werden und die Branchenregelung zwischen Produzenten und Verarbeitern für die privatrechtliche Organisation des Milchmarktes wurde auch aus den eigenen Reihen bekämpft.

Wille und Kraft fehlten

Die Uneinigkeit unter unseren eigenen Organisationen drückt auf den Milchpreis. Dies wird drastische Folgen für die Betriebe haben, wenn es nicht gelingt, minimale gemeinsame Spielregeln für den Milchmarkt ab Mai 2009 festzulegen. Die SMP hat die Strategie aufgezeigt – jedoch fehlte im 2008 in unseren Mitgliedsorganisationen der Wille und die Kraft, die Massnahmen umzusetzen. Dies muss sich rasch ändern, wenn wir Milchproduzenten eine gemeinsame Zukunft haben wollen.

Peter Gfeller
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



Turbulentes Milchjahr

Das Jahr 2008 war turbulent, einerseits aufgrund der Preisvolatilität auf den Milchmärkten und andererseits aufgrund des Zielkonfliktes unter den Produzentengruppierungen. Auch deshalb konnte eine privatrechtliche Mengensteuerung noch nicht umgesetzt werden.

Das Jahr 2008 war turbulent, einerseits aufgrund der Preisvolatilität auf den Milchmärkten und andererseits aufgrund des Zielkonfliktes unter den Produzentengruppierungen. Diese wollten möglichst hohe Marktanteile im Hinblick auf den Ausstieg aus der Milchkontingentierung für sich gewinnen, aber gleichzeitig möglichst kostendeckende Preise realisieren.

Dieser Zielkonflikt verunmöglichte im Jahr 2008 vorerst die Umsetzung einer privatrechtlichen Mengensteuerung. Dabei wurde oft argumentiert, es lägen keine Lösungen auf dem Tisch, womit man regionale Zusammenschlüsse zwischen PO, PMO und Verarbeitern rechtfertigte, die zuweilen der Strategie der SMP entgegenliefen. Der eigentliche Grund für diese Aktivitäten lag aber vielmehr darin, dass diese Akteure die für das Gesamtwohl notwendigen kleinen Einschränkungen nicht hinnehmen wollten.

Vor diesem Hintergrund war die anvisierte Bildung einer nationalen Verkaufsorganisation per 1. Mai 2008 nicht möglich. In der Folge wurde deshalb seitens SMP der Schwerpunkt auf die Erarbeitung einer Branchenregelung gelegt. Der SMP-Vorstand hatte bereits im Frühjahr 2008 der Vereinigung der schweizerischen Milchindustrie (VMI) ein Konzept, das auch die Integration der Fromarte beinhaltete, vorgelegt. Dieses wurde in der Vorstandssitzung der Branchenorganisation Molkereimilch (BOM) im Juni 2008 konstruktiv diskutiert. Überraschenderweise wies die VMI aber im September 2008 alle Massnahmen zurück. Die wichtigsten VMI-Mitglieder sahen die Lösung offensichtlich in der Gründung des Vereins Schweizer Milch (VSM), der Rahmenbedingungen explizit ohne SMP festlegen wollte. Nichtsdestotrotz hat die SMP an ihrer Herbstdelegiertenversammlung das Konzept temporäre Fettstützung und Segmentierung der Milchmenge auf der Basis der bisherigen Kontingents- bzw. Lieferrechts-

menge 08/09 inklusive Zusatzkontingente, aber ohne Mehrmengen, verabschiedet. Diese Beschlüsse waren mit der Strategie des VSM nicht kompatibel. Der VSM strebte im Grundsatz nicht wie die SMP die Erhaltung einer möglichst hohen Wertschöpfung, sondern einen verstärkten Wettbewerb und eine rasche Preisannäherung an das EU-Niveau an. Da aber inzwischen der Druck auf den Produzentenpreis bereits derart hoch war, fanden sich die Branchenpartner an einem runden Tisch, zuerst unter Federführung des Schweizerischen Bauernverbandes SBV und anschliessend des Bundesamtes für Landwirtschaft BLW, ein, um wesentliche Elemente der SMP-DV-Beschlüsse umzusetzen. Unter anderem einigten sich die Partner, dem Allgemeinverbindlichkeitsgesuch der SMP für die temporäre Fettstützung zuzustimmen. Bei den Preissenkungen per 1. Januar 2009, die für die Milchproduzenten einen harten Schlag bedeuten, zeigten sich erste Ansätze der Bereitschaft zur Preissegmentierung. Trotzdem blieb der Preisdruck hoch. Es wird im Jahr 2009 an den regionalen Produzentenorganisationen liegen, ob sie dem Konzept VSM oder dem Konzept SMP mit temporärer Fettstützung, Segmentierung und Bündelung des Angebots, wie dies während des Milchstreiks von der Basis und in der Konsultativabstimmung der SMP im Sommer 2008 von 80 Prozent der Milchproduzenten unterstützt wurde, folgen wollen. Wir sind davon überzeugt, dass nur mit Letzterem über die nächsten Jahre Wertschöpfung für die Produzenten erhalten werden kann. Dafür werden wir uns einsetzen, denn dies ist unser Auftrag.

Albert Rösti

Dr. Albert Rösti
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Bild linke Seite:
Moderne Infrastruktur und klare
Botschaften: So erfahren Kinder,
Jugendliche und Erwachsene
den Wert der Schweizer Milch.



Agrarpolitisches Umfeld

2008 war das erste Umsetzungsjahr der Agrarpolitik 2011. Doch die nächsten Veränderungen sind bereits eingeleitet: Die Neuausrichtung der Direktzahlungen und die Verhandlungen über den Agrar-Freihandel mit der EU.

Umsetzung Agrarpolitik 2011

2008 war das erste Umsetzungsjahr der Agrarpolitik 2011. Für die Milchproduzenten war wichtig, dass die Verkäszungszulage bei 15 Rappen und die Siloverzichtsulage bei 3 Rappen pro Kilo Milch gehalten werden konnten, obzshon der Bund eine Kürzung der Verkäszungszulage und die Streichung der Siloverzichtsulage vorsah. 2008 bezahlte der Bund zudem letztmals Inlandbeihilfen insbesondere für Butter und Milchpulver sowie Exportbeihilfen für Käse im Umfang von rund 45 Millionen Franken. Diese fallen 2009 im ordentlichen Budget weg.

Änderungen ab 2009

Im Hinblick auf 2009 wurden im Berichtsjahr jedoch weitere Verordnungspakete geschnürt, welche den Milchbereich insbesondere in folgenden Punkten betreffen:

- Neue Importregelung für Butter und Milchpulver: Die Nullzollkontingente für Butter und Milchpulver wurden für die Importperiode 2009 erstmals versteigert.
- Änderung der Direktzahlungsverordnung: Der allgemeine Flächenbeitrag wurde um 40 auf 1'040 Franken gekürzt. Die Beiträge für Milchkühe, welche für den reduzierten Ansatz der Raufutter verzehrenden Grossvieheinheiten (RGVE) berechtigt sind, wurden von 200 auf 450 Franken angehoben. Die Mais- und Futterrübenflächen werden zur Hälfte an die Futterfläche angerechnet.
- Der Stichtag für die Viehzählung fällt weg. Der durchschnittliche Rindviehbestand wird neu aus der Tierverkehrsdatenbank abgeleitet.

WTO-Verhandlungen ohne Ende

Die Verhandlungen um weitere Liberalisierungsschritte innerhalb der Welthandelsorganisation WTO wurden 2008 mit Hochdruck weitergeführt. Mit immer neuen Vorschlägen hofften die Verhandlungsleiter auf einen Durchbruch. Doch die Zwischenergebnisse stiessen auf ungenügende Akzeptanz. Es ist offen, ob die WTO-Verhandlungen 2009 substanziell vom Fleck kommen.

Agrarfreihandel mit der EU

Während die WTO lahmte, sucht der Bundesrat über bilaterale Abkommen einen Weg, der Exportwirtschaft neue Horizonte zu öffnen. Deshalb hat sich der Bundesrat im März 2008 dafür ausgesprochen, mit der EU Verhandlungen um ein Freihandelsabkommen im Agrar- und Lebensmittelbereich aufzunehmen. Der Bundesrat sieht darin vor allem einen volkswirtschaftlichen Nutzen, weil dadurch ein dauerhaftes Wachstum von etwa zwei

Milliarden Franken erzielt werden könne und die Kaufkraft der Konsumenten durch die billigeren Nahrungsmittel steige. Die Urproduktion ist hauptsächlich von den tieferen Rohstoffpreisen und einem Verdrängungswettbewerb um Inland-Marktanteile betroffen. In welchem Umfang tiefere Produktionskosten und die noch zu bestimmenden Begleitmassnahmen das drastische Absinken der Einkommen auffangen könnten, ist ungewiss. Die SMP hat sich entschieden, die Entwicklung des Agrarfreihandelsabkommens durch die Mitarbeit in verschiedenen Arbeitsgruppen zu begleiten und erst das Gesamtpaket zu bewerten.

Baustelle Direktzahlungen

Eine weitere agrarpolitische Grossbaustelle ist bei den Direktzahlungen eröffnet. Im Auftrag des Parlaments arbeitet das BLW Vorschläge, wie das System der Direktzahlungen verbessert werden muss, damit die einzelnen Zahlungen wirkungsvoller auf die agrarpolitischen Ziele abgestimmt werden können. Auch hier arbeitet die SMP in der producentenseitigen Delegation in der Arbeitsgruppe des BLW mit. Darin sind auch alle übrigen Interessengruppen vertreten: Wirtschaft, Konsumentinnen und Konsumenten, Nahrungsmittelverarbeiter und Umwelt- und Tierschutzverbände.

BVD-Ausrottung und Blauzungenkrankheit

Im Jahr 2008 startete das Programm zur Ausrottung der Bovinen Virus-Diarrhoe BVD. In einer vom Bund mitgetragenen Kampagne wurde der gesamte Rindviehbestand untersucht und die mit dem Virus infizierten Tiere ausgemerzt. Die Krankheit verursachte durch Leistungseinbussen, Fruchtbarkeitsstörungen und Aborte jährlich wirtschaftliche Einbussen in der Höhe von rund zehn Millionen Franken.

Weil sich im umliegenden Ausland die Blauzungenkrankheit, eine durch Mücken übertragene Viruskrankheit, rasch ausbreitete, ergriff der Bund Notmassnahmen. Das für den Menschen ungefährliche Virus löst bei den erkrankten Tieren sehr schmerzhaft Veränderungen aus und verläuft oft tödlich. Der Bund verordnete ebenfalls in Abstimmung mit der Branche eine obligatorische Impfkampagne, um die Wiederkäuerherden vor einer unkontrollierten Ausbreitung dieser Seuche zu schützen und die wirtschaftlichen Schäden einzugrenzen.

swissmilk.ch > Für Produzenten > Politik

Milchkontingentierung am Ende

Vor fast 10 Jahren wurde die Idee geboren, die staatliche Milchkontingentierung aufzuheben. Nun ist der Tag X bald da. Am Ende der Übergangszeit ist ein Blick auf die damaligen Erwartungen notwendig, um am Vorabend des Ausstiegs eine Zwischenbilanz zu ziehen.

Drei Jahre Übergangsphase gewährte das Parlament der Milchbranche, um sich zwischen Mai 2006 und April 2009 auf die definitive Aufhebung der staatlichen einzelbetrieblichen Milchkontingentierung vorzubereiten. Manche bezeichneten diese Übergangsphase als «Trainingslager» für den liberalisierten Milchmarkt. Das Bundesamt für Landwirtschaft BLW versprach sich durch die Abschaffung der Milchkontingentierung wirtschaftlichere Strukturen in der Milchproduktion. Oder waren die Jahre der Vorbereitung auf die Aufhebung der Milchkontingentierung doch ein «Blindflug ohne Instrumente», wie der frühere SMP-Direktor die einschlägige Gesetzesgrundlage bezeichnete? Am Vorabend der definitiven Aufhebung kann eine Zwischenbilanz gezogen werden.

Das BLW versprach mehr Wirtschaftlichkeit

«Die Aufhebung der Milchkontingentierung führt zu wirtschaftlicheren Strukturen», prophezeite das BLW am 14. September 2001 in einer Medienmitteilung. Gestützt auf eine Studie des Instituts für Agrarwirtschaft der ETH Zürich erwartete das BLW, dass eine Milchwirtschaft ohne Mengenbeschränkung volkswirtschaftlich effizienter und die Milchproduktion im Talgebiet mit jährlichen Produktionsmengen zwischen 150'000 und 300'000 kg betriebswirtschaftlich lohnend seien. Wie sieht die Situation nun 2008 aus? Das Beratungszentrum BBZN Hohenrain hat von 233 Talbetrieben die Vollkosten analysiert: Trotz einem Betriebsdurchschnitt von über 200'000 kg Milch betrug der Arbeitsverdienst auf diesen Betrieben inklusive Direktzahlungen nicht mehr als 15 Franken pro Stunde. Wirtschaftliche Strukturen werden also nicht mit Wachstum allein erreicht.

6 bis 8 Organisationen wären genug

Bereits im Sommer 2004, lange bevor der Gesetzgeber die Details für den Ausstieg festlegte, formulierte die SMP in einem Positionspapier, dass sechs bis acht Milchverkaufsorganisationen in den Händen der Produzenten genug wären. Die asymmetrische Marktstruktur insbesondere im Bereich der Molkereimilch würde eine solche Angebotsbündelung notwendig machen. Die Realität sieht anders aus. Im Mai 2008 gab es 38 Organisationen, die mit ihren Produzenten vorzeitig aus der Milchkontingentierung ausgestiegen waren. Immerhin umfassen die 9 Produzentenorganisationen PO etwa 64 Prozent aller Produzenten, die 29 Produzenten-Milchverarbeiterorganisationen PMO knapp 18 Prozent. Knapp 18 Prozent der Betriebe blieben in der Kontingentierung.

Wo ist das Marktgleichgewicht?

Das Marktgleichgewicht stelle sich bei einer gesamtschweizerischen Milchmenge von rund 3,5 Millionen Tonnen und einem Milchpreis von 62 bis 65 Rappen pro Kilo Milch ein, errechnete die ETH-Studie von 2001. Vier Jahre später korrigierte der «Milchbericht» des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartements den Milchpreis auf 50 bis 55 Rappen und die Milchmenge auf 3,8 Millionen Tonnen. Im Jahr 2007, als die ganze Welt nach Milch rief und die internationalen Märkte boomten, verharrte der Produzentenpreis bei 70 Rappen bei einer Milchmenge von 3,26 Millionen Tonnen. Und 2008? Die Nachfrage zeigte ein erfreuliches Wachstum, der Milchpreis ist auf durchschnittlich 76 Rappen gestiegen. Doch der Wettlauf der Produzenten um Mehrmengen und Lieferrechte liess die Produktion auf über 3,4 Millionen Tonnen ansteigen – zuviel für eine gesunde Marktlage. Die scharfen Korrekturen erfolgten um den Jahreswechsel 2008/09.

Schwacher Organisationsgrad

Welche Rolle wollen die Milchproduzenten ab 1. Mai 2009 in einer privatrechtlichen Marktordnung spielen? Diese alles entscheidende Frage konnte auch nach fünfjähriger Vorarbeit bis Ende 2008 nicht zufriedenstellend beantwortet werden. Zwar haben sich sowohl die Delegierten wie auch die Produzenten in der Konsultativabstimmung klar für gemeinschaftliche Massnahmen ausgesprochen, im Wissen darum, dass ein Zusammenrücken der Produzenten die beste Möglichkeit ist, gleichberechtigt mit den Verarbeitern Einfluss auf die Milchmenge und den Milchpreis und damit auch auf die Einkommensbildung zu nehmen. Doch die unterschiedliche Ausrichtung der einzelnen regionalen Marktorganisationen machte dies bisher unmöglich. Unter den PO und PMO findet ein gegenseitiger Kampf um Marktanteile statt, was letztlich nur den Milchpreis senkt und damit bäuerliches Einkommen langfristig vernichtet.

Milchproduktion

Die Milchproduktion erreichte im Jahr 2008 mit 3'423'048 Tonnen einen neuen Rekord. Die Einlieferungen übertrafen das Vorjahr um 5,0 Prozent. Einzelbetrieblich waren die Anreize gut, die Milchproduktion auszudehnen.

Rekordproduktion mit Folgen

Im Kalenderjahr 2008 vermarkteten die Milchproduzenten 3'423'048 Tonnen Milch. Damit übertrafen die Einlieferungen das bisherige Rekordjahr 2007 um 162'960 Tonnen beziehungsweise 5,0 Prozent. Bereits im ersten Quartal 2008 lagen die kumulierten Einlieferungen 5,8 Prozent über der Vorjahresperiode, in den üblicherweise «milch-trockenen» Sommermonaten von Juli bis September übertrafen die Einlieferungen die Vorjahresperiode sogar um 6,4 Prozent. Die Produktionskurve (siehe Grafik unten) zeigt deutlich auf, welches Potenzial auf den Schweizer Milchviehbetrieben vorhanden ist. Sind die Tierbestände aufgebaut und ist die Futterversorgung gut, kann die Produktion sehr rasch ausgedehnt werden und die vom Markt gut aufnahmefähige Milchmenge übersteigen (siehe auch Seite 7).

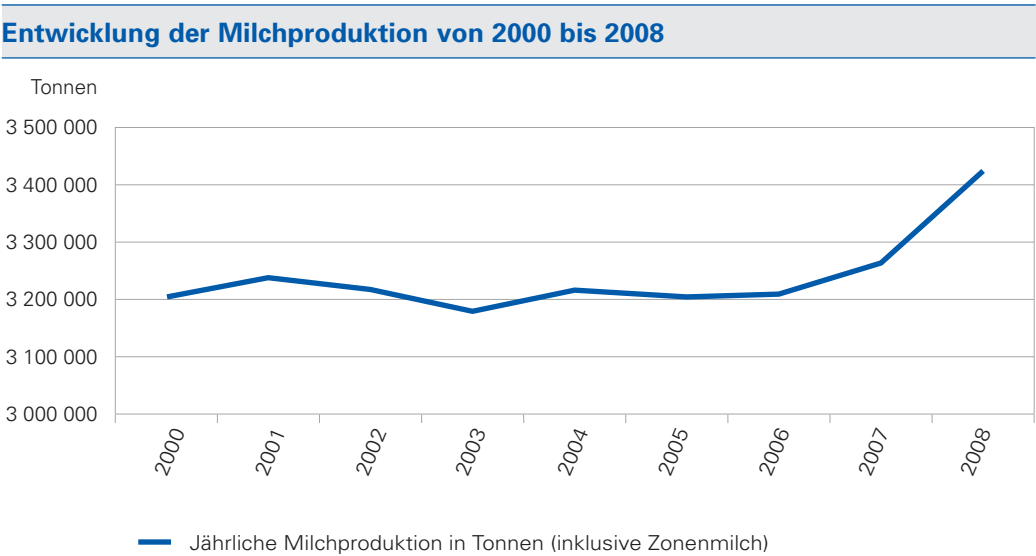
Anreize zur Produktionsausdehnung

2008 hatten die Milchproduzenten mehrere Anreize, einzelbetrieblich die Milchproduktion auszudehnen:

- Unter dem Einfluss der Milchhausse riefen zu Jahresbeginn die Milchverarbeiter zur Ausdehnung der Milchproduktion auf, weil das Angebot die Nachfrage offenbar nicht zu decken vermochte.
- Die im Milchjahr 2007/08 bewilligten Mehrmengen von 196 Millionen Kilo konnten erst ab der Abkalb-saison 2008/09 gemolken werden, weil vorher die Kühe fehlten.

Im Jahr 2008 wurde soviel gemolken wie noch nie: Die Einlieferungen übertrafen das Vorjahr um 5,0 und das Jahr 2006 um 6,8 Prozent.

Quelle: TSM Treuhand GmbH



- Viele Milchverkaufsorganisationen versprachen den Produzenten, dass die abgelieferten Mehrmengen an die zukünftige Vertragsmenge angerechnet würden.
- Die Milchpreiserhöhungen per Januar und Juli 2008 führten im Molkereimilchsektor zu Preisen, die zusammen mit den saisonalen Zuschlägen in den Sommermonaten die Produktionskosten im Durchschnitt zu decken vermochten.
- Weil die letzten Inlandbeihilfen per 1. Januar 2009 wegfallen sollten, war eine grössere Preissenkung auf diesen Zeitpunkt hin absehbar. Wer einzelbetrieblich das Einkommen optimieren wollte, lieferte möglichst viel Menge des Lieferrechts vor Ende Jahr ab.

Aus dem Jahr 2008 muss die Erkenntnis gezogen werden, dass die Milchproduzenten einzelbetrieblich zwar richtig entschieden haben, doch in der Summe wirkten sich alle diese Entscheide stark negativ auf den Gesamtmarkt aus. Es ist eine Tatsache, dass die einzelbetriebliche Sichtweise die Auswirkungen auf den Gesamtmarkt nie genügend berücksichtigen kann.

swissmilk.ch > Für Produzenten > Milchverarbeitung > Marktlage

Marktlage und Milchverkauf

Der Milchmarkt war 2008 von starken Gegensätzen geprägt. Stand die erste Jahreshälfte noch deutlich unter dem Einfluss der Hausse von 2007, so brachten die Finanzkrise und die hausgemachte Überproduktion einen hohen Druck auf die Absatzmärkte und damit auf den Milchpreis.

Zinsen der Hausse im ersten Halbjahr

Der Milchmarkt war 2008 von starken Gegensätzen geprägt. Die erste Jahreshälfte stand noch deutlich unter dem Einfluss der Hausse an den internationalen Märkten. Zwar kühlte sich die Lage bereits im 1. Quartal etwas ab, die Phase der Höchstpreise an den internationalen Milchpulver-, Butter- und Käsemärkten war jedoch vorbei. Trotzdem war das europäische Preisniveau deutlich über der Marke von 33 Eurocent, welche für die Schweizer Milchpreisverhandlungen per 1. Januar 2008 als Referenz diente. Die Anwendung der einfachen SMP-Preisformel (EU-Milchpreis + 10 Prozent Swissness + Verkäsungszu-lage) zeigte plakativ auf, dass die Schweizer Milch seit Juli 2007 mehrere Rappen unter ihrem Wert verkauft wurde.

Milchpreisgespräche ohne Ergebnisse

Vor diesem Hintergrund führte die SMP-Spitze von Februar bis Mitte Mai mehrere Milchpreisgespräche mit den industriellen Milchverarbeitern, jedoch ohne Resultat. Erst die sich im Milchstreik manifestierende Ohnmacht der Milchbauern brachte Ende Mai die Verhandlungen wieder in Gang. Im Interesse des Images der Schweizer Milch bei den Konsumentinnen und Konsumenten forderte

der SMP-Vorstand von den Verarbeitern Zugeständnisse beim Milchpreis und von den Streikführern ein Ende der Kampfmassnahmen. In den frühen Morgenstunden des 3. Juni willigten die Parteien in den Kompromiss ein: sechs Rappen Milchpreiserhöhung für die Molkereimilch bis Ende Jahr und Abbruch des Milchstreiks.

Talfahrt in der zweiten Jahreshälfte

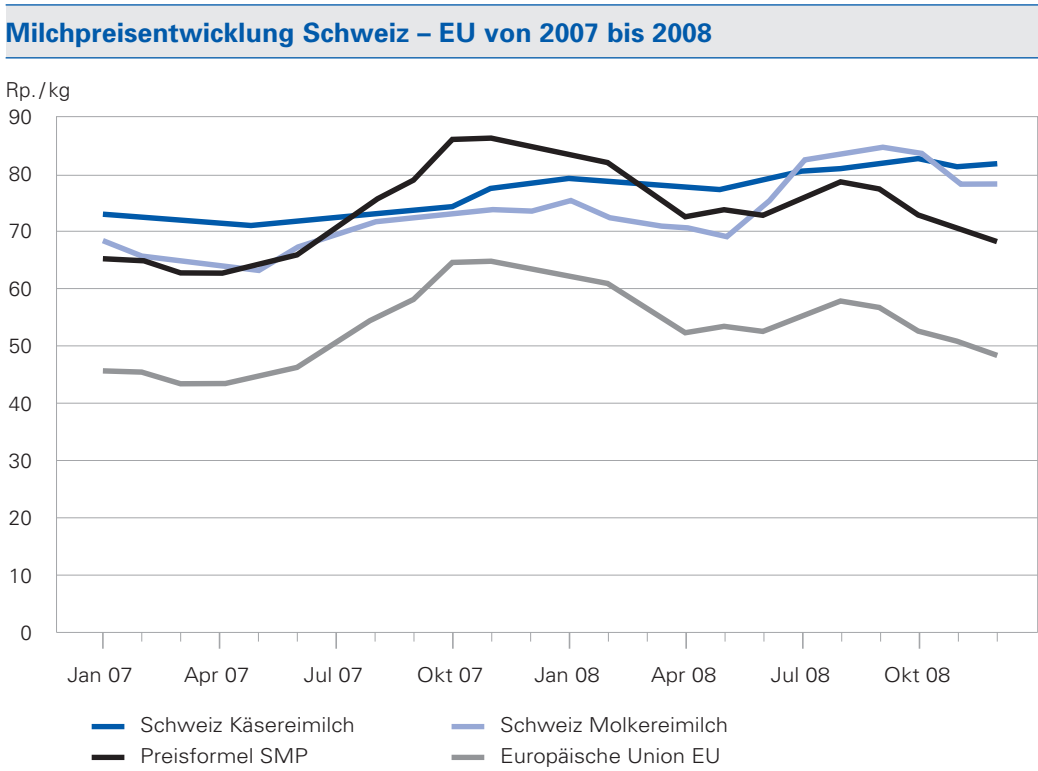
Dass sich alle wichtigen Einflussfaktoren auf den Milchmarkt in der zweiten Jahreshälfte negativ entwickeln sollten war – genauso wie der plötzliche Aufschwung – nicht vorhersehbar. Finanzkrise, Abschwächung des Konsums und stark steigende Käseimporte führten zusammen mit dem Überangebot an Milch zu einem starken Druck auf den Milchpreis.

Käseremilchpreise im Krebsgang

Schwer verdaulich blieb die Situation auch für die Käseremilchproduzenten. Aufgrund der zu späten Käsepreiserhöhung erst im Frühjahr und der schwächelnden europäischen Absatzmärkte blieb ihnen eine zweite Preiserhöhung verwehrt. Die Emmentaler und Appenzeller Milchproduzenten mussten sogar erhebliche Einschränkungen und damit Einbussen beim Milchpreis hinnehmen.

Die europäischen Milchpreise waren bis im Sommer 2008 auf sehr hohem Niveau. Im Jahresdurchschnitt lag der EU-Produzentenpreis bei 35,1 Eurocent. Dies entspricht gemäss der SMP-Formel etwa dem schweizerischen Durchschnitt von 77 Rappen.

Quelle: BLW, LTO, SNB



Milchverarbeitung

Im Jahr 2008 wurde mehr Milch zu Käse, Jogurt und Frischmilchprodukten verarbeitet. Dieses erfreuliche Wachstum wurde auch an den Absatzmärkten erzielt. Hingegen widerspiegelt die Zunahme der verarbeiteten Milch zu Butter und Dauermilchwaren den Angebotsüberhang am Milchmarkt.

Mehr Spezialitäten und Regulierprodukte

Die rekordhohen Milcheinlieferungen von 3'423'048 Tonnen stellten im 2008 für die Verarbeiter und für den Absatzmarkt eine erhebliche Herausforderung dar. Im Gegensatz zum Vorjahr verlief der Absatz nicht so flüssig. Zwar betrug das Absatzwachstum in den Märkten mit guter Wertschöpfung wie Käse und Frischmilchprodukten gut ein Prozent. Doch bei einer Angebotsausdehnung von 5,0 Prozent musste ein Grossteil davon der Rahm/Butter- und Milchpulverproduktion zugeführt werden, dies zusätzlich zur saisonalen Marktausregulierung. Entsprechend verschoben sich auch die Anteile der einzelnen Produktgruppen an der verarbeiteten Milchmenge.

Käse ist die wichtigste Produktgruppe

Mit einem Anteil von 42,2 Prozent beziehungsweise 1'443'644 Tonnen Milchäquivalent an der verarbeiteten Milchmenge nimmt der Käse unangefochten die Spitzenposition ein. Gegenüber dem Vorjahr wurden 16'908 Tonnen Milchäquivalent mehr verkäst (siehe Grafik unten bzw. Tabelle Seite 29). Sinkende Verarbeitungsmengen verzeichneten Quark (-1'924 t bzw. -10,2 %), Konsumrahm (-2'645 t bzw. -1,0 %) und Konsummilch (-9'178 t bzw. -2,1 %). Bei der Konsummilch muss berücksichtigt werden, dass der Detailhandel seit Sommer 2008 die Milchfettgehalte gesenkt hat. Dies wirkt sich vermindern auf die verarbeiteten Tonnen in Milchäquivalenten aus.

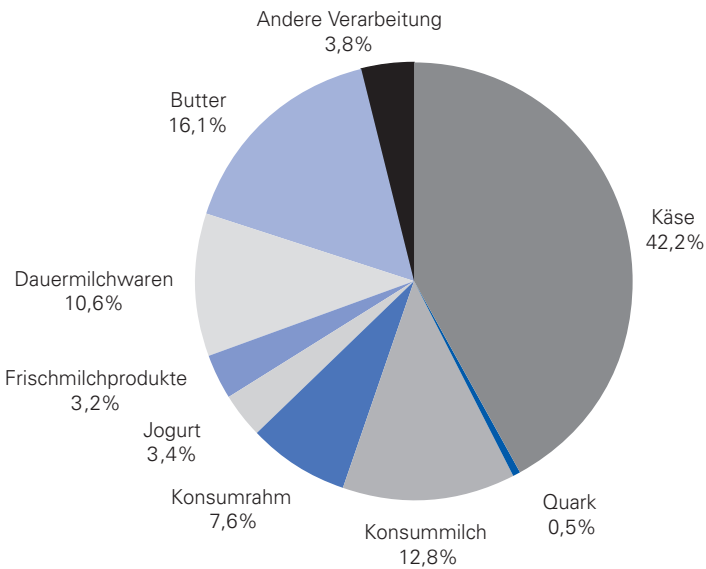
Der genaue Effekt konnte aufgrund fehlender Marktdaten bisher nicht beziffert werden. Erfreuliche Produktionszunahmen in wertschöpfungsstarken Segmenten verzeichneten die Produktgruppen Jogurt (+2'849 t bzw. +2,5 %) und übrige Frischmilchprodukte inklusive Speiseeis (+11'147 t bzw. +11,4 %).

Wirksame Milchstützung

Wegen des Angebotsüberhangs von drei bis vier Prozent der Milchmenge nahm entsprechend die Milchverarbeitung zu Dauermilchwaren (+54'972 t bzw. +18,0 %) und zu Butter (+98'935 t bzw. +21,9 %) zu. So bildete der Milchstützungsfonds einen wichtigen Pfeiler in der Einkommensbildung der Milchproduzenten. Nur dank den getroffenen Massnahmen konnte ein grösserer Einbruch des Produzentenpreises vor Ende Jahr verhindert werden. Rund 49 Millionen Franken waren notwendig, um Druckversuche der Verarbeiter auf Milchmenge und Milchpreis abzdämpfen. Die wichtigsten Massnahmen betrafen die Verhinderung des Veredelungsverkehrs von Butter und Milchpulver, die Exportförderung von Käse, die Absatzförderung von Milchfett und die Marktabräumung von rund 60 Millionen Kilo Milch im 4. Quartal.

swissmilk.ch > Für Produzenten > Selbsthilfemassnahmen

Verarbeitung der Milch 2008



Käse, Butter, Konsummilch und Dauermilchwaren sind die grössten Produktgruppen in der Milchverarbeitung. Bei den rekordhohen Einlieferungen von 3,423 Millionen Tonnen nahm der Verarbeitungsanteil zu Butter und Dauermilchwaren gegenüber dem Vorjahr zu.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Käsemärkte

Die Käseproduktion erreichte mit 179'338 Tonnen einen neuen Höchststand und übertraf die Vorjahresproduktion um 1,7 Prozent. Trotz einem erfreulichem Wachstum bei vielen Sortenkäsen und den Exportzunahmen um 1'888 Tonnen bereiteten Emmentaler AOC und der Verlust von Marktanteilen im Aussenhandel Sorge.

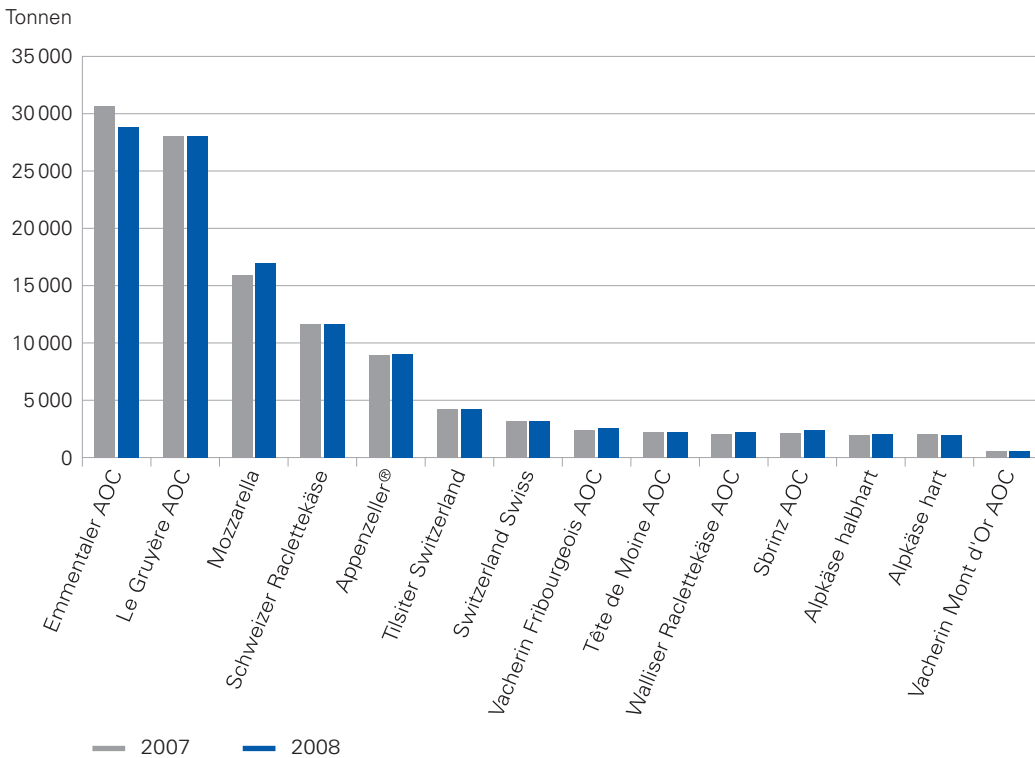
Käseproduktion mit 1,7 Prozent im Plus

Die Käseproduktion erreichte mit 179'338 Tonnen einen neuen Höchststand und übertraf die Vorjahresproduktion um 1,7 Prozent beziehungsweise 3'058 Tonnen. Weil die zu Käse verarbeitete Milchmenge in Milchäquivalent lediglich um 1,2 Prozent zunahm, war insgesamt eine Verschiebung von den Hartkäsen mit einer geringeren Ausbeute hin zu Halbhart- und Frischkäse feststellbar. Bei den Hauptsorten musste Emmentaler AOC die Produktion auf 28'830 Tonnen (-1'943 t bzw. -6,3 % gegenüber dem Vorjahr) einschränken. Le Gruyère AOC war nun mit 28'206 Tonnen (-5 t) megenmässig praktisch gleichauf (siehe Grafik unten und Tabelle Seite 31). Hohe Produktionszunahmen erzielten Mozzarella (+993 t), übrige Frischkäse (+1'128 t), Conveniencekäse (+860 t) und andere halb- bis vollfette Halbhartkäse (+1'123 t). Bei den Sortenkäsen musste einzig Tête de Moine AOC eine leichte Produktionseinbusse hinnehmen (-1,1 %). Die übrigen Sorten konnten ihre Produktion ausdehnen: Vacherin Mont d'Or AOC (+1,7 %), Appenzeller® (+0,9 %), Tilsiter Switzerland (+1,2 %), Walliser Raclettekäse AOC (+2,9 %), Vacherin Fribourgeois AOC (+9,7 %) und Sbrinz AOC (+6,3 %).

Absatzmärkte auf Wackelfüssen

Das Wachstum in der Produktion täuscht leicht darüber hinweg, dass der Exporthandel Probleme beklagte. Lagen die Ausfuhren in den ersten beiden Monaten 2008 noch weit über dem Vorjahr, so brachen sie im Frühjahr aufgrund der (zu) späten Preiserhöhung ein und erholten sich erst im Dezember nochmals (letztmalig Exportbeihilfen). Die grössten Exportverluste verzeichnete Emmentaler AOC (-1'390 t bzw. -6,0 %). In der Aussenhandelsbilanz stehen dem Exportwachstum von 1'888 t (+3,2 %) Importzunahmen von 3'751 t (+10,0 %) gegenüber. Die Importe nahmen insbesondere im Bereich der preisgünstigen Industrieware zu, was zu einem Verlust von Marktanteilen und zu Preisdruck führte. Insgesamt verlor die Schweiz im Käse-Aussenhandel Marktanteile von umgerechnet 20'500 t Milchäquivalent (siehe auch Tabellen Seite 32).

Produktion ausgewählter Käsesorten 2007 und 2008



Die Käseproduktion stieg 2008 gegenüber dem Vorjahr um 3'058 Tonnen. Der starke Produktionsrückgang beim Emmentaler AOC konnte von den übrigen Sortenkäsen nicht aufgefangen werden.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Vor eineinhalb Jahren hat der SMP-Vorstand die «Strategie Milchmarkt 2015» festgelegt. Das Ziel, den Arbeitsverdienst aus der Milchproduktion langfristig zu verbessern, ist gefährdet, weil die Milchproduktion schneller anstieg als der Absatz.

Umsetzen der Strategie als Hauptziel

Das Geschäftsjahr 2008 stand gemäss den strategischen Vorgaben ganz im Zeichen der Umsetzung der «Strategie Milchmarkt 2015», welche der SMP-Vorstand Ende Juni 2007 verabschiedet hatte. Wie sieht die Zwischenbilanz nach einem Jahr aus? Trotz guten Milchpreisen ist das strategische Ziel – die Verbesserung des Arbeitsverdienstes – stark gefährdet, denn die Milchproduktion war viel schneller gewachsen als die Nachfrage.

Umsatzziel

Der Umsatz aus der Milchproduktion dürfte 2008 das strategische Ziel um rund 350 Millionen Franken übertroffen haben. Grund dafür waren die höhere Milchmenge und die Milchpreiserhöhung von etwa sieben bis acht Rappen im Jahresdurchschnitt. Zwar sind auch die meisten Produktionsfaktoren, insbesondere Treibstoff, Futtermittel und Dünger, teuer geworden. Unter dem Strich dürften trotzdem mindestens fünf Rappen Milchgeld einkommenswirksam bei den Milchbauern angekommen sein. Für einen Durchschnittsbetrieb waren dies etwa sieben- bis achthundert Franken Zusatzeinkommen pro Monat bei einem Einkommen von gut 3'000 Franken.

Produktions- und Absatzziel

Die Strategie geht von einem jährlichen Mengenwachstum von etwa 1,5 Prozent aus. 2008 hat sich gezeigt, dass der Absatz auf den Normalmärkten etwa in diesem Umfang gesteigert werden konnte. Äusserst problematisch hingegen war die Ausdehnung der Milchproduktion um rund 5,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr und sogar 6,8 Prozent gegenüber 2006, dem Basisjahr der Strategie. Die aus dem Ruder laufenden Einlieferungen führten denn auch insbesondere im 4. Quartal zu einem enormen Preis- und Mengendruck, der zwar grösstenteils mit aus dem Milchstützungsfonds finanzierten Notmassnahmen abgefedert wurde, jedoch den Markt nicht ins Gleichgewicht bringen konnte.

Swissness-Bonus

Was ist «Swissness» dem Handel wert? Viele Unternehmer schaffen es, die Marke «Schweiz» in Mehrwert für ihre Produkte umzuwandeln. Die Milchproduzenten der Schweiz erwarten, dass dies auch im Bereich der Schweizer Milch, Milchprodukte und Käse möglich sein muss. Die Trümpfe liegen auf der Hand: Höchste Qualitätsstandards, eine durch die Milchproduktion einzigartige Vielfalt an Kulturlandschaften, eine grosse Auswahl an Produkten mit Tradition oder Innovation. Produkte, die mit Schweizer Rohstoffen in der Schweiz hergestellt wurden

haben einen am Markt realisierbaren Mehrwert und müssen diesen auch erzielen, weil in jedem Produkt immer auch das hohe Schweizer Lohn- und Kostenumfeld steckt. Davon wollen auch die Milchproduzenten ihren Anteil.

Produktionskosten senken

Die Differenz zwischen Produkterlös und Produktionskosten ist für die Einkommensbildung entscheidend. In der Milchproduktion, wo sich der überwiegende Teil der Kosten aus Fixkosten und den Arbeitskosten zusammensetzt, sind die kurzfristigen Möglichkeiten zum Kosten-senken begrenzt. Wirksam Kosten senken kann letztlich nur, wer seine betriebsspezifischen Kosten analysiert und diese mit Referenzwerten vergleichen kann. Die SMP hat zusammen mit der Beratung ein Projekt lanciert, das unter anderem die Entwicklung eines Tools zur Analyse der Kosten beinhaltet und eine Beratungsoffensive vorsieht.

Direktzahlungen

Seit 2009 sind alle Marktstützungen, ausser die Zulagen für Käsereimilch, in Direktzahlungen umgelagert. Dies ist als Sockelerlös für die Milchproduktion wichtig. Doch die Direktzahlungen dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass für die Milchproduzenten, die von der Produktion leben wollen, der Erlös aus dem Milchverkauf weiterhin eine entscheidende Grösse bleibt.

swissmilk.ch > Für Produzenten > Aktuell > Entwicklungsstrategie Milchmarkt

Die Massnahmen zur Umsetzung der Strategie konnten unterschiedlich umgesetzt werden. Während die SMP-Delegierten die Marktstützung strategiekonform auf die Absatzförderung für MilCHFett ausrichteten, war der Wille der PO und PMO zur Gründung einer nationalen Milchverkaufsorganisation nicht genügend gross.

Sieben Massnahmen zur Umsetzung der Strategie

Um die strategischen Ziele zu erreichen, beschlossen der SMP-Vorstand und die Geschäftsführer der Mitgliedsorganisationen, sieben Massnahmen umzusetzen. Wie ist der Stand dieser Umsetzung?

Nationale Angebotsbündelung vorerst verfehlt

Die Arbeiten im Hinblick auf den definitiven Ausstieg aus der Milchkontingentierung fokussierten sich immer wieder auf dieselbe Frage: Welche Rolle können und wollen die Milchproduzenten am Markt einnehmen? Die Markttheorie gibt eine einfache Antwort: Wollen die Milchproduzenten eine gleichwertige Rolle spielen wie ihre Verarbeiter, dann dürfen die Produzenten nicht mehr als vier Organisationen haben, die den vier national tätigen Molkereien die Milch verkaufen. Weiter brauchen die Produzenten mehr Transparenz über Angebot und Nachfrage, und schliesslich benötigen die Produzenten auch Instrumente, um das Angebot möglichst rasch an die Nachfrage anzupassen, insbesondere bei einem Angebotsüberhang. Diese Aufgaben könnten in einer nationalen Milchverkaufsorganisation optimal gelöst werden.

Bei der Ausgestaltung zeigte sich jedoch, dass die Interessen der involvierten Produzentenorganisationen PO und der Produzenten-Milchverarbeiterorganisationen PMO zu unterschiedlich waren, um sich für den Milchverkauf gemeinsam zu organisieren. Die von der SMP vorgelegten Kompromissvorschläge waren zum Scheitern verurteilt, weil letztendlich aus Angst vor Übervorteilung der Wille zur nationalen Zusammenarbeit fehlte.

Absatzförderung mit SUISSE GARANTIE

Bei offenen Märkten ist die Kennzeichnung der Produkt-herkunft ein entscheidendes Kaufargument. Nicht nur im Inland, sondern auch im Export. Aus diesem Grund unterstützt die SMP die Positionierung des Herkunftszeichens SUISSE GARANTIE der AMS Agro-Marketing Suisse. Seit 2008 knüpft die SMP die Exportbeiträge für Käse an die Bedingung, dass die Produkte mit SUISSE GARANTIE ausgelobt werden. Diese Massnahme zur Absatzförderung wird – nebst den bekannten Aktivitäten des SMP-Basismarketings – auch im Jahr 2009 weitergeführt. Mit einem Wachstum von zirka 1,5 Prozent ist der Absatz von Milch und Milchprodukten auf Kurs.

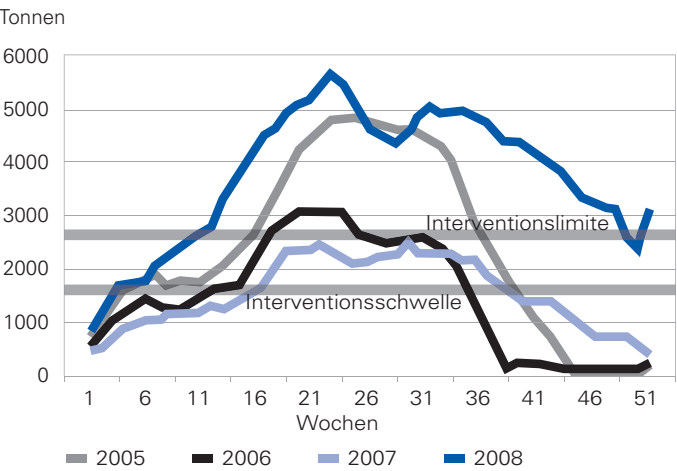
Milchstützung umgestalten

An der Herbst-Delegiertenversammlung vom 19. November 2008 legten die Delegierten die Neuausrichtung der Milchstützung fest. Danach äufnen die Produzenten im Jahr 2009 mit einem Rappen pro Kilo in Verkehr gebrachte Milch den Fonds, damit in Krisensituationen Butterüberschüsse durch Absatzförderung abgebaut werden können. Dafür erteilte der Bundesrat am 25. Februar 2009 die Allgemeinverbindlichkeit.

Branchenorganisation Molkereimilch

2008 wurden die Geschäftsstellen der Branchenorganisation Butter (BOB) und der Branchenorganisation Schweizer Milchpulver (BSM) zusammengelegt. Weiter verfolgte die SMP das Ziel, die Branchenorganisation Molkereimilch (BOM) um die Interessenvertretung der Käsereimilch zu erweitern. Das Ansinnen, die BOM zu stärken, wurde im November 2008 mit der Gründung des Vereins Schweizer Milch (VSM) gestoppt, weil die Industriemilchvertreter die branchenübergreifenden operativen Geschäfte neu im VSM abwickeln wollten. Die Gründung des VSM führte auch zur Demission des BOM-Präsidenten Hermann Bürgi.

Butterlager und Fettintervention



Die Milchstützung basiert ab 2009 auf dem Prinzip der zeitlich begrenzten MilCHFett-Intervention. Die Absatzförderung setzt erst ein, wenn die Butterlager die Interventionsschwelle übersteigen. Sie ist bis zur Höhe der Interventionslimite begrenzt.

Marketing

Als bekannte und beliebte Botschafterin prägt die Kuh Lovely ein modernes Image von Milch und Milchprodukten, erklärt, weshalb diese so gesund sind und verlockt auf vielfältige Art zum Milchgenuss. Das SMP-Basismarketing trägt mit wirksamen Massnahmen wesentlich dazu bei, dass das Grundnahrungsmittel Milch seinen Stellenwert im Menüplan behält.

Von allen, für alle

Nur gemeinsame Aktivitäten aller Produzenten erlauben einen effizienten, gesamtschweizerischen Marktauftritt der Milch. Und den hat sie nötig, um ihre starke Stellung zu erhalten und dadurch einen wesentlichen Beitrag an das Einkommen der Milchproduzenten zu leisten. Mehr noch als bisher wird es in Zukunft notwendig sein, die bis anhin positive Grundstimmung der Konsumentinnen und Konsumenten aufrecht zu erhalten. Denn die Liberalisierung der Märkte, der Importdruck und die zurzeit angespannte Wirtschaftslage erhöhen tendenziell die Bereitschaft der Bevölkerung, zu günstigeren ausländischen Nahrungsmitteln zu greifen. Ein gezieltes Basismarketing für Milch und Milchprodukte kann hier wirksam Gegensteuer geben.

Strategisch, massgeschneidert und kontrolliert

Mit gezielten und kreativen Massnahmen sorgt das SMP-Marketing nicht nur dafür, dass Milch und Milchprodukte in der ganzen Schweiz präsent sind, sondern auch, dass der mächtigen Konkurrenz – die von Softdrinks über Mineralwässer und pflanzliche Fette bis hin zu ausländischen Agrarprodukten reicht – die Stirne geboten wird. Das SMP-Marketing ist strategisch aufgebaut und setzt die Mittel dort ein, wo sie am wirksamsten sind. Es hat messbare Ziele definiert und klare, einheitliche Botschaften formuliert. Es konzentriert sich auf sechs prioritäre Zielgruppen, die für das Produkt Milch relevant sind und bei denen Einstellungen und Konsumverhalten positiv beeinflusst werden können. Dabei fokussiert es auf drei für die Milch wichtige Dimensionen: Erstens darauf, das positive Image zu festigen; zweitens zu erklären, welche wichtigen gesundheitlichen Stellenwert Milchprodukte haben und drittens Konsumgelegenheiten zu bieten und dank vielfältigen Rezepten konkrete Verwendungsmöglichkeiten zu zeigen. Ein systematisches Controlling prüft sowohl die Marketingstrategie wie auch die durchgeführten Massnahmen regelmässig auf ihre Wirksamkeit hin.

Angebote für jeden Milchproduzenten

Milchproduzenten sind die besten Botschafter für ihre Produkte. Deshalb stellt ihnen das SMP-Marketing eine breite Palette an Werbe-, Informations- und Infrastrukturmaterial für eigene Absatzförderungsaktivitäten oder lokale Anlässe kostenlos oder zu günstigen Konditionen zur Verfügung. Bestellen kann man unter swissmilk.ch > Für Produzenten > Milchmarketing.



Verbestar Lovely hat 2008 in Werbespots zusammen mit ihren Kolleginnen die Fussballer an der Euro 08 angespornt oder auf Plakaten dem Nachwuchs zu starken Knochen verholfen. Seit 1992 ist sie ein bekanntes und unverwechselbares Schlüsselbild für Milch.

Zusammenarbeit ist wichtig

Das SMP-Marketing nutzt die zahlreichen Möglichkeiten für koordiniertes Vorgehen innerhalb der Schweizer Landwirtschaft aktiv: So nimmt es in der AMS Agro-Marketing Suisse eine zentrale Rolle ein, beispielsweise bei Inlandmessen und beim Schweizer Auftritt an der Grünen Woche in Berlin oder beim gemeinsamen Einkauf von Media-Leistungen der Landwirtschaftsorganisationen. Es arbeitet auch an vorderster Front mit bei den Massnahmen für SUISSE GARANTIE, dem inzwischen fest verankerten Kennzeichen für Nahrungsmittel schweizerischer Herkunft.

Auf einen Klick

Ob Informationen über Produkte oder über die gesunde Ernährung, ob TV-Spots oder Werbeartikel, ob Schulungshilfen oder Rezepte – alles Nützliche und Wissenswerte ist online abrufbar.

swissmilk.ch



Gemeinsam sind wir stark – unter diesem Motto arbeitet die SMP mit den Milchproduzentinnen und Milchproduzenten zusammen. Ob am Milchstand in Innenstädten oder auf dem Schulhof, Gross und Klein freuen sich über einen Becher Milch, den sie von Jungzüchtern oder von Landfrauen erhalten.



Um den Dialog mit den wichtigsten Konsumentenzielgruppen zu pflegen, gibt es neu je ein Magazin für Familien mit Schulkindern und für junge Erwachsene, flankiert von monatlichen elektronischen Newslettern.



Über 60'000 Abonentinnen und Abonnenten lassen sich gerne von feinen Rezepten inspirieren und haben daher das Kochmagazin LE MENU abonniert. Pro Jahr erscheinen 10 Ausgaben mit rund 380 Rezepten und viel Wissenswertem rund um die Landwirtschaft.



Für Ernährungsfachleute. Rund um das Nahrungsfett ranken sich noch viele Legenden und auch das Wissen über Butter lässt zu wünschen übrig. Deshalb erhalten Ernährungsfachleute regelmässig wissenschaftlich abgestützte Informationen über Butter sowie Milch und Milchprodukte.



Frühstücken sei out? Keineswegs! An den Open-Air-Festivals ist die SMP nicht nur mit einer viel besuchten Milchbar vertreten, sie verteilt auch Päckli mit feinen Milchprodukten fürs Zmorge.



Milch ist ein interessantes und vielfältiges Unterrichtsthema. Die SMP unterstützt Lehrpersonen auf allen Stufen mit Lehrmitteln, Arbeitsblättern, Vorträgen zur gesunden Ernährung, Rezepten sowie elektronischen Newsletters, damit auch Stadtkinder wissen woher die Milch kommt und weshalb sie so wertvoll ist.

Am 16. April und am 19. November 2008 hielt die SMP ihre ordentlichen Delegiertenversammlungen ab. An beiden Delegiertenversammlungen rief SMP-Präsident Peter Gfeller die Produzenten zur Einigkeit untereinander auf, weil die Zukunft nur gemeinsam erfolgreich gestaltet werden könne.

16. April: Frühjahrs-Delegiertenversammlung

Bis zur definitiven Aufhebung der Milchkontingentierung verbleiben noch 380 Tage. «Es liegt im Interesse von uns Milchproduzenten, dass wir ab dem 1. Mai 2009 zusammen mit den Milchverarbeitern privatrechtliche Rahmenbedingungen für die künftige Milchmarktordnung vereinbaren können», appelliert SMP-Präsident Peter Gfeller. Abgestützt auf die Strategie Milchmarkt 2015 vom Juli 2007 fokussieren sich die Haupttätigkeiten auf die Bereiche Angebotsstruktur, Milchmarktstützung, Produktionskosten und Markterweiterung, wie SMP-Direktor Albert Rösti ausführt.

Beschlüsse

- Die Delegierten folgen in allen Geschäften den Anträgen des Vorstandes. Der neu gestaltete Geschäftsbericht 2007 wird genehmigt, ebenso die erstmals im Geschäftsbericht publizierte Jahresrechnung 2007 mit den Teilrechnungen Verbandsrechnung, Marketingfonds und Milchstützungsfonds. Die Delegierten entlasten die Organe.
- Die Delegierten genehmigen die Budgets 2008 und stimmen folgender Finanzierung zu (Beiträge je Kilogramm in Verkehr gebrachte Milch vom 1. Mai 2008 bis 30. April 2009):
 - Verwaltungskosten: 0,15 Rappen
 - Marketingfonds: 0,525 Rappen
 - Milchstützungsfonds: 0,5 Rappen
 - SCM-Beitrag: 0,2 Rappen
 - SBV-Beitrag: 0,04 Rappen
- Die Delegierten erteilen der SMP den Auftrag, beim Bundesamt für Landwirtschaft das Gesuch einzureichen, dass die Allgemeinverbindlichkeit für den Milchstützungsfonds bis zum 30. April 2009 verlängert wird.

swissmilk.ch > Über uns > Die Organisation SMP > Organigramm und Organe > Delegiertenversammlung

19. November: Herbst-Delegiertenversammlung

Das Ziel, gemeinsam mit den Milchverarbeitern eine Branchenregelung für die Zeit nach der Aufhebung der Milchkontingentierung zu finden, wurde zwar mit allen Mitteln angestrebt, aber bis zur Herbst-Delegiertenversammlung nicht erreicht. Zusätzlich zu den Tätigkeiten im Sinne der Strategie müssen kurzfristige Massnahmen durchgeführt werden, weil sich die Marktsituation grundlegend verändert hat. Die Tätigkeiten fokussieren sich auf das Fünf-Punkte-Programm: Preisverhandlungen, Markt-

entlastungsmassnahmen für das vierte Quartal, Neuausrichtung des Milchstützungsfonds für die Zeit nach der Aufhebung der Milchkontingentierung ab Mai 2009, Marktsegmentierung und Verbesserung der Angebotsstruktur.

Beschlüsse

- Milchstützungsfonds: Für die Monate November und Dezember wird der Beitrag pro Kilo in Verkehr gebrachte Milch auf 1,0 Rappen erhöht, um die Marktentlastungsmassnahmen zu finanzieren. Dies ermöglicht eine Stabilisierung des Preisgefüges bis Ende 2008.
- Neuausrichtung Milchstützungsfonds: Ohne Milchmengenbeschränkung sind die Möglichkeiten für die Milchstützung stark eingeschränkt. Zudem lässt das Gesetz nur noch temporäre Massnahmen zu. Die Delegierten genehmigen die Ausrichtung auf die temporäre Fettstützung und erteilen den Auftrag, dafür die Allgemeinverbindlichkeit zu beantragen.
- Marktsegmentierung: Die Delegierten beschliessen, dass Mengen über der heutigen Basismenge (dies entspricht der Kontingents- beziehungsweise Lieferrechtsmenge ohne Mehrmengen) bei schlechter Marktlage zu einem tieferen Preis verkauft werden können. Die Entscheidkompetenz für die Umsetzung liegt bei den Produzentenorganisationen PO und den Produzenten-Milchverwerterorganisationen PMO.

Wahlen

- Laurent Tornay, Orsières VS, Präsident des Walliser Milchverbandes, wird in den SMP-Vorstand gewählt. Tornay ersetzt den zurückgetretenen Maurice Chevrier, Evolène VS.
- Als Suppleanten des Vorstandes sind Alfred Ernst (Thurgauer Milchproduzenten), Daniel Flotron (Orlait) und Daniel Geiser (Neuenburger Milchverband) zurückgetreten. Neu gewählt werden Jürg Fatzer, Geschäftsführer der Thurgauer Milchproduzenten, Weinfelden, und Marc Benoît, Landwirt, Romainmôtier VD, für Prolait.

Die sieben ordentlichen Sitzungen des Vorstandes reichten nicht aus, um den Herausforderungen des Milchmarktes gerecht zu werden. Die sich überschlagenden Ereignisse machten vier ausserordentliche Sitzungen notwendig.

31. Januar: Milchpreise und Jahresziele

- Milchpreise: Die Erhöhung des Produzentenpreises um 6 Rappen per 1. Januar ist umgesetzt. Weil das europäische Preisniveau weiter ansteigt, finden weitere Milchpreisgespräche statt.
- Jahresziele: Die Geschäftsleitung unterbreitet dem Vorstand die operativen Jahresziele, die sich an den Massnahmen der Strategie Milchmarkt 2015 ausrichten.

13. März: Auftrag für Branchenregelung

- Delegiertenversammlung: Der Vorstand berät und verabschiedet die Geschäfte zuhanden der April-Delegiertenversammlung.
- AP 2011: Der Vorstand verlangt vom Bund Korrekturen beim 2. Verordnungspaket, insbesondere beim Direktzahlungs-Ansatz für Milchkühe und bei der neuen Importregelung für Butter und Milchpulver.
- Veredelungsverkehr: Trotz guter Marktlage muss der Vorstand zur Verhinderung des aktiven Veredelungsverkehrs von Milchpulver Geldmittel freigeben, um Preisdruck abzufedern.
- Käseeremilch: Der Vorstand stimmt zu, dass die Kommission Käseeremilch der SMP die Aufgaben der Schweizerischen Vereinigung der silofreien Milchproduzenten SVSM übernimmt.
- Milchmarktordnung 2009: Der Vorstand beauftragt die Geschäftsleitung, eine Branchenregelung zu entwerfen, welche die Zusammenarbeit mit den Milchverkaufsorganisationen (Produzentenorganisationen PO, Produzenten-Milchverarbeiterorganisationen PMO) sowie mit den Milchverarbeitern ab Mai 2009 regelt.

8. Mai: Milchpreisgespräche

- Milchpreisgespräche: Die EU-Milchpreise sind weit über der Referenz von 33 Eurocent. Deshalb hat die SMP sowohl mit dem Detailhandel als auch mit den Milchverarbeitern intensive Gespräche geführt, um eine weitere Milchpreiserhöhung zu erreichen.
- Branchenregelung: Der Entwurf wird zur Weiterbearbeitung zusammen mit den PO, PMO und den Verarbeitern verabschiedet.
- Agrarfreihandel Schweiz – EU: Der Vorstand beschliesst die Mitarbeit in der Arbeitsgruppe Begleitmassnahmen des BLW, um sich die Einflussnahme zu sichern. Dies ist kein Präjudiz für eine spätere Entscheidung.
- Jahresbericht Selbsthilfemassnahmen: Der Bericht legt Rechenschaft über die allgemeinverbindlichen Selbsthilfemassnahmen ab.

27. Mai: 1. ausserordentliche Sitzung

- Milchpreisgespräche: Seit wenigen Tagen ist klar, dass die Milchpreisgespräche zwischen der SMP und den Verarbeitern geplatzt sind. Am 27. Mai schwappt jedoch der Milchstreik von Deutschland in die Schweiz über. Der SMP-Vorstand tritt zusammen, bekräftigt die Preisforderung und ruft die Unternehmen auf, sofort an den Verhandlungstisch zurückzukehren.

31. Mai: 2. ausserordentliche Sitzung

- Milchstreik: Der Milchstreik weitet sich aus. Die marktbeherrschenden Stufen haben es zu verantworten, dass die Preisforderungen nun mit dem Druck der Basis bekräftigt werden. Der SMP-Vorstand will mit allen Mitteln eine tragbare Lösung am Verhandlungstisch erreichen.

26. Juni: Absatzförderung für Butter

- MilCHFett-Risikoabsicherung: Die Butterlager sind aussergewöhnlich hoch. Der SMP-Vorstand gibt weitere Mittel frei, um Ende Jahr eine ausgeglichene Marktlage beim MilCHFett anzustreben.
- Branchenregelung Milchmarkt: Die Kompromissfindung geht weiter. Der Vorstand bekräftigt die Beschlüsse der Strategie Milchmarkt 2015 und deren Umsetzung. Zur Erfassung des Basiswillens führt die SMP eine Konsultativabstimmung zu Fragen der Milchpreisverhandlung, der Angebotsbündelung und der zukünftigen Mengensteuerung durch.

In der ersten Jahreshälfte standen Massnahmen für die Milchpreiserhöhung im Vordergrund. In der zweiten Jahreshälfte war der Vorstand gefordert, kurzfristig Notmassnahmen zur Stabilisierung des Milchmarkts zu treffen, um eine vorzeitige Preissenkung abzuwenden.

14. Juli: 3. ausserordentliche Sitzung

- Branchenregelung: Der Vorstand nimmt Stellung zu offenen Punkten der Branchenregelung. Mit deutlichem Mehr befürwortet er eine Möglichkeit zur Mengenführung ab Mai 2009 sowie eine Segmentierung des Milchfettmarktes und eine allgemeinverbindliche Interventionsmöglichkeit für den Milchfettmarkt. Allerdings zeigt sich, dass einige Vorstandsmitglieder die Massnahmen kategorisch ablehnen oder sich der Stimme enthalten.
- Konsultativabstimmung: Die Konsultativabstimmung wird im Zeitraum vom 21. Juli bis 8. August durchgeführt. Die Resultate sollen für die Vorstandssitzung vom 28. August zur Diskussion und Publikation aufbereitet sein.

28. August: Konsultativabstimmung

- Konsultativabstimmung: Bei einer Stimmbeteiligung von 43,6 Prozent stimmen rund 80 Prozent den vorgeschlagenen Massnahmen zu. Der Vorstand erteilt der Geschäftsstelle die entsprechenden Aufträge: Koordination der Milchpreisgespräche, Gründung einer nationalen Verkaufsorganisation und Erarbeiten der Grundsätze für eine Mengenführung zuhanden der Delegiertenversammlung.

25. September: 4. ausserordentliche Sitzung

- Angebotsüberhang: Die Milcheinlieferungen liegen seit Monaten deutlich über der Nachfrage. Neue Gesuche um Veredelungsverkehr erzeugen Druck. Emmi kürzt einigen Lieferanten selektiv die Vertragsmengen. Um zwecks Einkommenssicherung den Milchpreis zu stabilisieren, schnürt der Vorstand ein Paket von Notmassnahmen.

16. Oktober: Neuausrichtung der Milchstützung

- Milchmarkt: Die im Fonds verfügbaren Mittel reichen für die Milchstützung nicht aus. Die Delegiertenversammlung müsste den Ansatz auf 1,0 Rappen erhöhen.
- Anträge an die Herbst-Delegiertenversammlung: Um producentenseitig den Markt zu beeinflussen, sollen die Delegierten über folgende Geschäfte abstimmen: Neuausrichtung des Milchstützungsfonds auf die temporäre Fettintervention; Erlangung der Allgemeinverbindlichkeit für diese Fettstützung; Erarbeiten und Umsetzen einer Mengensteuerung zusammen mit den PO und PMO.

11. Dezember: Neustart im Marketing

- Bereichsleiter Marketing: Der Vorstand wählt die Werberin Dr. Charlotte Hofstetter, Leiterin der Abteilung Werbung und Media bei der SMP, zur Nachfolgerin von Niklaus Schällibaum, der Ende Juni 2009 nach fast 40-jähriger Tätigkeit bei der SMP in den Ruhestand treten wird.
- Milchpreisverhandlungen: Die Milcheinkäufer der Industrie schlagen Verhandlungen mit der SMP aus. Die SMP bezieht ihre Position und dokumentiert die einzelnen Milchverkäufer in den PO und PMO.
- Budgets 2009: Die Budgets lassen kaum Spielraum. Insbesondere beim Milchstützungsfonds besteht mit der Neuausrichtung auf das MilCHFett kaum mehr Spielraum.

Vorstands-Ausschuss

- Der fünfköpfige Ausschuss trat viermal zusammen. Er entschied in Personalfragen beziehungsweise bereitete diese zuhanden des Vorstandes vor, behandelte Geschäfte der Vorsorgestiftung und vollzog wichtige Geschäfte des Vorstandes.

Kommission Käse/Käsereimilch

- Nach einer letzten Sitzung der Kommission Käse im Februar tagte im Juni erstmals die Kommission Käsereimilch. Das Ziel, die für die Käsereimilchproduzenten wichtigen Fragen zu Markt, Politik und Organisation in einer nationalen Produzenten-Plattform zu diskutieren, war erreicht. Entsprechend breit war die Themenvielfalt an den insgesamt fünf Sitzungen: Marktverlauf, Preisverhandlungen, Milchstützung, SUISSE GARANTIE bei Käse, Strategie SMP und nochmals Preisverhandlungen.

Kommission Milchmarkt

- Die Kommission Milchmarkt umfasst alle PO und PMO. Sie trat zu vier Sitzungen zur Erörterung der Marktlage und zum gegenseitigen Austausch zusammen.

swissmilk.ch > Über uns > Medien

Der Milchmarkt bot 2008 unendlich viel Stoff für gute Geschichten. Die Milchproduzenten und Verantwortungsträger haben diese Chance gut genutzt. Die SMP hat die Kommunikation zu den Milchproduzenten, Verantwortungsträgern und Medienschaffenden weiter verstärkt.

Unendlich viel Stoff für gute Geschichten

Der Milchmarkt gab im letzten Jahr soviel Anregung wie nie, damit jeder Journalist aus den feilgebotenen Zutaten seine würzige Geschichte kochen konnte. Die Hausse und der anschliessende freie Fall der Milchpulverpreise und die Spekulationsblase an den Agrarmärkten boten den Wirtschaftsjournalisten viel Stoff. Die Inlandredaktoren rückten die Milchpreise zwischen Produzenten und Ladentheke in den Fokus ihres Interesses. In den Tagen und Nächten des Milchstreiks hatten die Lokalressorts ihre Top-Stories mit Helden und Anti-Helden. Eine Frage beschäftigte aber alle Medienschaffenden gleichermassen: Wie funktioniert eigentlich der Milchmarkt? Es waren gerade diese aussergewöhnlichen Ereignisse, welche die Neugierde der Journalisten, insbesondere der Publikumsmedien, für das Thema Milch weckten.

Breites Wohlwollen in der Öffentlichkeit

Diese Öffentlichkeitsarbeit, an der unzählige Milchproduzenten und Kommunikationsverantwortliche beteiligt waren, war sehr viel wert. In der Öffentlichkeit ist dadurch eine positive Grundstimmung entstanden. Diese wiederum hat ihren Teil dazu geleistet, dass die Konsumentinnen und Konsumenten die beiden Milchpreiserhöhungen nicht nur einfach hingenommen hatten, sondern diese vielfach auch noch als richtig und für die Milchproduzenten notwendig erachteten. Die SMP hat diese Öffentlichkeitsarbeit mit allen ihr zur Verfügung stehenden Möglichkeiten mitgestaltet.

Direktkontakte zu Produzenten verstärkt

Die SMP hat ihre Kommunikation auch zu den Milchproduzentinnen und Milchproduzenten im Jahr 2008 nochmals intensiviert. Mit dem Anspruch, die Entscheide und Ereignisse aus nationaler Perspektive zu beleuchten und die Produzenten entsprechend zu informieren, hat die SMP beispielsweise an den Kreisversammlungen fast aller Mitgliedorganisationen teilgenommen, an mehreren Dutzend Anlässen Referate zum Milchmarkt gehalten, über 30 Medienmitteilungen zu den Entwicklungen im Milchmarkt publiziert und sehr viele telefonische Auskünfte erteilt.

Konsultativabstimmung

Ein ausserordentliches Ereignis war auch die vom SMP-Vorstand in Auftrag gegebene Konsultativabstimmung unter allen 27'500 Milchproduzentinnen und Milchproduzenten. Innerhalb von knapp zwei Monaten wurde eine Befragung zu Mitsprache und Organisation der Milchproduzenten im Milchmarkt lanciert und unter notarieller Aufsicht ausgewertet. Die Ergebnisse stützten ganz klar die Strategie der SMP: Bei einer Stimmbeteiligung von 43,6 Prozent stimmten die Milchproduzenten mit jeweils rund 80 Prozent den vorgelegten Fragen zu. Dem Produzenten-Willen entsprechend soll die SMP die Milchpreisverhandlungen koordinieren und zusammen mit den Marktorganisationen eine Mengensteuerung und eine Marktsegmentierung über eine Abgabe umsetzen.

SMP-Infoexpress

Ein bewährtes Kommunikationsinstrument blieb der SMP-Infoexpress. Folgende Ausgaben erschienen 2008:

- 29. Februar Milchpreisverhandlungen
- 4. April Milchstützungsfonds
- 25. April SMP-Delegiertenversammlung
- 11. Juli Käsepreis-Verhandlungen
- 18. Juli Start Konsultativabstimmung
- 12. September Ergebnisse Konsultativabstimmung
- 5. Dezember Milchmarkt und Segmentierung

Mail, Internet und Telefon

Damit die Produzenten rasch informiert sind, verstärkt die SMP weiterhin die elektronische Kommunikation über E-Mail und Internet. Weitere Kontaktmöglichkeiten mit den Auskunftspersonen sind auf Seite 33 dieses Geschäftsberichts enthalten.

swissmilk.ch

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2008

Die finanzielle Kraft der SMP ist in einer wichtigen Phase der Neuausrichtung der Schweizer Milch-wirtschaft stark in Anspruch genommen worden. Die Liquiditäts- und Finanzsituation der SMP hat einen erheblichen Mittelabfluss zur Stabilisierung des Milchmarktes erlaubt. Der Handlungsspielraum für 2009 und die Folgejahre ist jedoch massgeblich reduziert.

Allgemeines

Marktbedingt musste im Geschäftsjahr 2008 ein aussergewöhnlich hoher Mittelbedarf bereitgestellt werden. Die Abdeckung dieser Mittel innerhalb des Milchstützungsfonds konnte nur teilweise durch laufende ordentliche Produzentenbeiträge erfolgen. Der grössere Teil – rund CHF 27 Millionen oder 55 Prozent – musste zulasten der bestehenden Substanz durch die Auflösung von Rückstellungen innerhalb des Milchstützungsfonds erbracht werden. Nur diese buchhalterisch geschaffenen ausserordentlichen Erträge haben es gestattet, die Jahresrechnung 2008 des Milchstützungsfonds einmalig auszugleichen. Dieses Vorgehen lässt sich ohne Mittelzuflüsse nicht wiederholen.

Konsolidierte Jahresrechnung

Die konsolidierte Jahresrechnung 2008 der drei Teilrechnungen Verband, Milchstützungsfonds und Marketing weist einen Überschuss von CHF 3,2 Millionen aus. Die Verbandsrechnung und der Milchstützungsfonds schliessen in etwa mit einem ausgeglichenen Ergebnis ab. Der Marketingfonds weist seinerseits einen erfreulichen Ertragsüberschuss von CHF 3,2 Millionen aus.

Bei der Darstellung und Präsentation gilt unverändert die Zielsetzung einer hohen Transparenz. Der handelsrechtliche Abschluss bildet grundsätzlich auch die Grundlage für die steuerrechtliche Behandlung der Schweizer Milchproduzenten SMP. Hier konnte im 2006 mit den Steuerbehörden ein Abkommen für die nächsten drei Jahre, also bis und mit 2008, getroffen werden.

In allen drei Teilrechnungen haben sich die Produzentenbeiträge über den Budgetwerten entwickelt.

Verbandsrechnung

Die Verbandsrechnung hat ertrags- wie kostenseitig das Budget aus der ordentlichen operativen Tätigkeit eingehalten. Deutlich höheren Betriebserträgen stehen tiefere Aufwendungen gegenüber. Aus der operativen Tätigkeit – vor Abschreibungen, Zinsen und Steuern – resultiert ein zum Vorjahr um rund einen Drittel reduziertes Negativ-Ergebnis von CHF 0,6 Millionen.

Dieses negative operative Ergebnis konnte im Jahr 2008 wie auch bereits 2007 nicht mit dem budgetierten Netto-Finanzergebnis von CHF 1,6 Millionen aufgefangen werden. Das effektive Netto-Finanzergebnis 2008 fällt mit CHF -1,2 Millionen deutlich negativ aus. Obschon die Liquidität im «Cash Pooling» und mit Festgeldanlagen bewusst hoch gehalten wurde, hat die in der zweiten Jahreshälfte 2007 aufgekommene weltweite Finanzkrise sich im Jahr 2008 weiter auf den Kurswert des Wertschriften-Portefeuilles der SMP ausgewirkt.

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2008				
Aktiven (in 1000 CHF)	2008	%	2007	%
Flüssige Mittel	20 818	22,3	45 736	41,5
Wertschriften	19 593	20,9	27 077	24,5
Forderungen Dritte	35 345	37,7	17 499	15,9
Forderungen Vorsorgeeinrichtungen	1	0,0	–	0,0
Vorräte	276	0,3	307	0,3
Aktive Rechnungsabgrenzung	5 411	5,8	6 094	5,5
Total Umlaufvermögen	81 444	87,0	96 713	87,7
Finanzanlagen	9 506	10,1	10 852	9,8
Mobile Sachanlagen	516	0,6	646	0,6
Geschäftsliegenschaft	1 495	1,6	1 533	1,4
Total Anlagevermögen	11 517	12,3	13 031	11,8
Vermögenswerte	697	0,7	573	0,5
Total betriebsfremdes Vermögen	697	0,7	573	0,5
Total Aktiven	93 658	100,0	110 317	100,0
Passiven (in 1000 CHF)				
Kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	10 546	11,3	8 173	7,4
Kurzfristige Verbindlichkeiten Vorsorgeeinrichtungen	122	0,1	271	0,3
Passive Rechnungsabgrenzung	12 737	13,6	3 122	2,8
Kurzfristige Rückstellungen	1 032	1,1	6 067	5,5
Total Fremdkapital kurzfristig	24 437	26,1	17 633	16,0
Hypothekarverbindlichkeiten	400	0,4	400	0,3
Andere langfristige Verbindlichkeiten	110	0,1	110	0,1
Rückstellungen langfristig	15 099	16,2	41 708	37,8
Rückstellung Milchstützungsmassnahmen	8 800	9,4	8 800	8,0
Total Fremdkapital langfristig	24 409	26,1	51 018	46,2
Genossenschaftskapital	3 000	3,2	3 000	2,7
Kapital Spezialfonds	19 923	21,2	16 273	14,8
Fonds Milch-Express	– 3	0,0	28	0,0
Reserven, Bilanzgewinn	18 715	20,0	20 147	18,3
Jahresergebnis	3 177	3,4	2 218	2,0
Total Eigenkapital	44 812	47,8	41 666	37,8
Total Passiven	93 658	100,0	110 317	100,0

Konsolidierte Bilanz

Die konsolidierte Bilanzsumme liegt noch bei CHF 94 Millionen (-15 %). Die Aufteilung zwischen Umlauf- und Anlagevermögen entspricht annähernd der Bilanzstruktur des Vorjahres. Innerhalb des Umlaufvermögens hat eine Verschiebung zwischen tieferen flüssigen Mitteln und Wertschriften sowie höheren Forderungen Dritter stattgefunden. Die Passivseite ist geprägt durch die markant tieferen Rückstellungen im Kurz- wie Langfristbereich. Die SMP hat noch eine angemessene buchmässige Eigenmittelausstattung sowie eine geringe zinsbelastete Fremdfinanzierung.

Der ausserordentliche Ertrag führt zu einem annähernd ausgeglichenen Ergebnis. Die Wertberichtigung auf Finanzanlagen konnte deutlich reduziert werden. Eingegangen ist eine Abschlagszahlung aus dem SDF-Nachlassverfahren.

Die Bilanz der Verbandsrechnung zeigt eine deutliche Reduktion der Bilanzsumme. Aktivseitig schlägt sich dies im Umlaufvermögen vornehmlich in der Abnahme der Liquidität und dem Wertschriftenbestand, passivseitig im Rückgang der Verbindlichkeiten gegenüber dem Milchstützungsfonds nieder.

Rechnung Milchstützungsfonds

Die Rechnung des Milchstützungsfonds widerspiegelt in deutlichen Konturen die Entwicklungen im Hinblick auf die Neuausrichtung des schweizerischen Milchmarktes und die damit verbundenen Risiken. Im Jahr 2008 ist insgesamt ein Mitteleinsatz von gegen CHF 50 Millionen erbracht worden. Produzentenbeiträge und übrige Beiträge von CHF 22,3 Millionen sind geleistet worden. Obschon die Herbst-Delegiertenversammlung vom 19. November 2008 einer Anhebung des Beitrages an den Milchstützungsfonds für die Zeit vom 1. November bis 31. Dezember 2008 um 0,5 Rappen je Kilogramm vermarktete Milch zugestimmt hat, ist ein negatives Betriebsergebnis von CHF 27 Millionen abzudecken. Nur mittels Auflösung von Rückstellungen für Massnahmen «Schoggigesetz» und für Milchstützungsmassnahmen kann in der Jahresrechnung 2008 ein ausgeglichenes Ergebnis präsentiert werden.

Rechnung Marketingfonds

Die Rechnung des Marketingfonds für 2008 ist auf der Kostenseite in den Hauptelementen absolut budgetkonform bzw. leicht darunter verlaufen. Durch Mehrerträge gegenüber dem Budget, vornehmlich bei den Produzentenbeiträgen und im Bereich Medien und PR, liegt der effektive Ertragsüberschuss mit CHF 3,2 Millionen deutlich über dem Budgetwert von CHF 1,4 Millionen. Dies erlaubt dem Marketingfonds, eine minimale Eigenmittelbasis zu schaffen.

Fazit

Die finanzielle Kraft der SMP ist in einer wichtigen Phase der Neuausrichtung der Schweizer Milchwirtschaft stark in Anspruch genommen worden. Die in den Vorjahren aufgebaute gesunde und stabile Liquiditäts- und Finanzsituation der SMP hat es zugelassen, den bereits im Rahmen des ordentlichen Budgets 2008 des Milchstützungsfonds erwarteten Mittelabfluss sowie die zusätzlich durch den Vorstand während des Jahres genehmigten, zur Stabilisierung des Milchmarktes notwendig gewordenen Zusatzkredite abzufangen und bewältigen zu können. Der Handlungsspielraum für 2009 und Folgejahre ist massgeblich reduziert. Weitere Mitteleinsätze im Umfang des Jahres 2008 sind ohne entsprechende Mittelzuflüsse nicht mehr denkbar. Parallel dazu ist aufgrund der aktuellen Finanzkrise vornehmlich buchmässig bedingt erstmals seit Jahren ein negativer Beitrag aus dem Netto-Finanzergebnis angefallen. Eine Prognose für 2009 zu stellen ist kaum möglich. Wir bevorzugen eine vorsichtige Einschätzung.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2008				
(in 1000 CHF)	2008	%	2007	%
Produzentenbeiträge	41 779	60,6	50 526	66,1
Beiträge	9 876	14,3	9 102	11,9
Übriger Ertrag	17 331	25,1	16 861	22,0
Total Betriebsertrag	68 986	100,0	76 489	100,0
Direktaufwand	– 73 743	– 106,9	– 55 509	– 72,6
Total Direktaufwand	– 73 743	– 106,9	– 55 509	– 72,6
Personalaufwand	– 12 003	– 17,5	– 11 664	– 15,3
Organe	– 336	– 0,5	– 279	– 0,4
Raumaufwand	– 1 451	– 2,1	– 1 398	– 1,8
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	– 21	0,0	– 37	0,0
Fahrzeug- und Transportaufwand	– 207	– 0,3	– 193	– 0,3
Sachversicherungen, Abgaben	– 54	– 0,1	– 65	– 0,1
Energie- und Entsorgungsaufwand	– 85	– 0,1	– 80	– 0,1
Verwaltungs- und Informatikaufwand	– 1 174	– 1,7	– 1 334	– 1,7
Beiträge	– 3 952	– 5,7	– 3 926	– 5,1
Werbeaufwand	– 155	– 0,2	– 136	– 0,2
Übriger Betriebsaufwand	– 8	0,0	– 9	0,0
Total Betriebsaufwand	– 93 189	– 135,1	– 74 630	– 97,6
Total betrieblicher EBDIT aus operativer Tätigkeit	– 24 203	– 35,1	1 859	2,4
Abschreibungen	– 473	– 0,7	– 1 628	– 2,1
Total Betriebsergebnis vor Erfolg Finanzen und Steuern	– 24 676	– 35,8	231	0,3
Finanzertrag	7 072	10,3	3 468	4,5
Finanzaufwand	– 8 234	– 12,0	– 3 366	– 4,4
Total Betriebsergebnis vor Steuern	– 25 838	– 37,5	333	0,4
Erfolg Geschäftsliegenschaft	240	0,3	228	0,3
Ausserordentlicher Ertrag	28 893	41,9	2 295	3,0
Ausserordentlicher Aufwand	– 22	0,0	– 140	– 0,2
100-Jahr-Jubiläum	–	0,0	– 420	– 0,5
Steuern	– 96	– 0,1	– 78	– 0,1
Total Ertragsüberschuss	3 177	4,6	2 218	2,9

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Der ausgewiesene konsolidierte Ertragsüberschuss von CHF 3,2 Millionen, der dem Ergebnis des Marketingfonds entspricht, liegt über jenem des Vorjahres von CHF 2,2 Millionen. Dieses Resultat darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass massgebliche Reserverpositionen im Berichtsjahr verwendet wurden. Es hat ein massgeblicher Substanzabfluss stattgefunden.

Die Produzentenbeiträge liegen mit CHF 41,8 Millionen über Budget. Einerseits ist dies auf die 2008 deutlich angewachsene gemolkene Milchmenge, anderseits auf die beschlossene Beitragsanhebung im November/Dezember 2008 für den Milchstützungsfonds zurückzuführen. Die Kostendisziplin beim Betriebsaufwand ist gewährleistet. Der Direktaufwand ist ein Abbild des getätigten Mitteleinsatzes des Milchstützungsfonds.

Finanzberichterstattung: Anhang

Der Anhang ist Teil der Jahresrechnung und beinhaltet weitere wichtige Informationen, welche nicht direkt aus Bilanz und Erfolgsrechnung ersichtlich sind. Die Jahresrechnung soll dem Bilanzleser einen möglichst umfassenden Einblick in die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Genossenschaft vermitteln.

Offenlegung Risikomanagement

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP hat von der Gesamtübersicht der aktuellen Risikolage des Genossenschaftsverbandes Kenntnis genommen und dem von der Geschäftsleitung vorgeschlagenen Massnahmenkatalog zur Risiko-Steuerung zugestimmt.

Die Geschäftsleitung orientiert den Vorstand zumindest jährlich mit einer Berichterstattung und Dokumentierung über den weiteren Verlauf des systematisierten Risiko-Managementprozesses.

Das Risikomanagement-System ermöglicht sowohl die frühzeitige Erkennung und Analyse von Risiken als auch die Ergreifung entsprechender Massnahmen. Zum Risikobeurteilungsprozess gehören die Vorgaben der systematischen Erfassung und Auswertung der Risiken, deren Priorisierung, die Beurteilung der Einflüsse auf das gesamte Unternehmen sowie die Einleitung und Überwachung von Massnahmen zur Vermeidung oder Minimierung von Risiken.

Die Schweizer Milchproduzenten SMP haben die identifizierten Risiken in die vier Gefahrenbereiche 1. Umwelt, Politik und Gesellschaft, 2. Milchproduzenten und Mitgliedsorganisationen, 3. Verwerter, Handel und Endkonsumenten sowie 4. Interne Umwelt eingeteilt. Die Risiko-Wahrscheinlichkeits-Matrix der Schweizer Milchproduzenten SMP zeigt 12 zentrale Risikofelder, 7 weitere betrachtete und beurteilte Risikofelder sowie 6 potenzielle Risikofelder, welche proaktiv als mögliche zukünftige Gefahrenherde auf der Risikolandkarte aufgeführt sind.

Anhand dieser Zusammenfassung sind keine bestandesgefährdenden Risiken zu erkennen. Gegenüber dem Vorjahr hat sich die Risikolage des Genossenschaftsverbandes im Wesentlichen nicht verändert.

Der Vorstand hat im Berichtsjahr am 8. Mai 2008 das Thema der Risikobeurteilung in seiner Vorstandssitzung behandelt.

Auf Negativbestätigungen im Anhang wird verzichtet.

Anhang zur Jahresrechnung 2008		
Zur Sicherung eigener Verpflichtungen abgetretene oder verpfändete Aktiven		
(in 1000 CHF)	2008	2007
Immobilien (Bilanzwert per 31.12.)	1 495	1 533
Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	–	–
Total	1 495	1 533
Auf der Liegenschaft Weststrasse 10, Bern, besteht eine hypothekarische Finanzierung von CHF 400 000, sichergestellt mit Schuldbriefen.		

Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten

(in 1000 CHF)		
Summe aller zukünftigen Leasingraten Kopiergeräte (inkl. Zins)	61	71
Total	61	71

Brandversicherungswerte der Sachanlagen

(in 1000 CHF)		
Bürogebäude Weststrasse 10, Bern	5 188	5 188
Mobilien und Einrichtungen Verband (Weststrasse)	1 500	1 500
Mobilien und Einrichtungen Marketing (Gümligen/Brunnmatt, inkl. Fremdeinlagerungen)	13 500	13 500
Total	20 188	20 188

Wesentliche Beteiligungen an Unternehmungen

(in 1000 CHF)		
35.77% Beteiligung Holding der Schweizerischen Milchproduzenten, Zollikofen	1 789	1 789
31.47% Beteiligung Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.	1 559	1 559
30.60% Beteiligung Genossenschaft Appenzeller-Schaukäserei, Stein AR	1 380	1 380
32.87% Beteiligung Société cooperative «Laiterie de Gruyères», Bulle	664	664
35.00% Beteiligung Emmi Interfrais SA, Küssnacht	350	350
30.00% Beteiligung Schweizer Agrarmedien GmbH, Bern	300	300
33.60% Beteiligung Branchenorganisation Butter GmbH, Bern	168	168
20.60% Beteiligung AGRI, hebdomadaire prof. agricole, Lausanne	104	104
22.96% Beteiligung TSM Treuhand GmbH, Bern	62	62
Total	6 376	6 376

Bericht der Revisionsstelle

Bericht der Revisionsstelle zur konsolidierten Jahresrechnung an die Delegiertenversammlung der Genossenschaft Schweizer Milchproduzenten SMP, Bern.

Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende konsolidierte Jahresrechnung (bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) sowie die Geschäftsführung der Genossenschaft Schweizer Milchproduzenten SMP für das am 31. Dezember 2008 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Vorstandes

Der Vorstand ist für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Vorstand für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle

Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die konsolidierte Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die konsolidierte Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der konsolidierten Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der konsolidierten Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der konsolidierten Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten

Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entsprechen die konsolidierte Jahresrechnung sowie die Geschäftsführung für das am 31. Dezember 2008 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbare Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Vorstandes ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

Bern, 20. Februar 2009 sw/kz

Dr. Röthlisberger AG

René Peterhans dipl. Wirtschaftsprüfer Revisionsexperte	Urs Schwab dipl. Wirtschaftsprüfer Revisionsexperte (Leitender Revisor)
---	--

Mitglieder der SMP

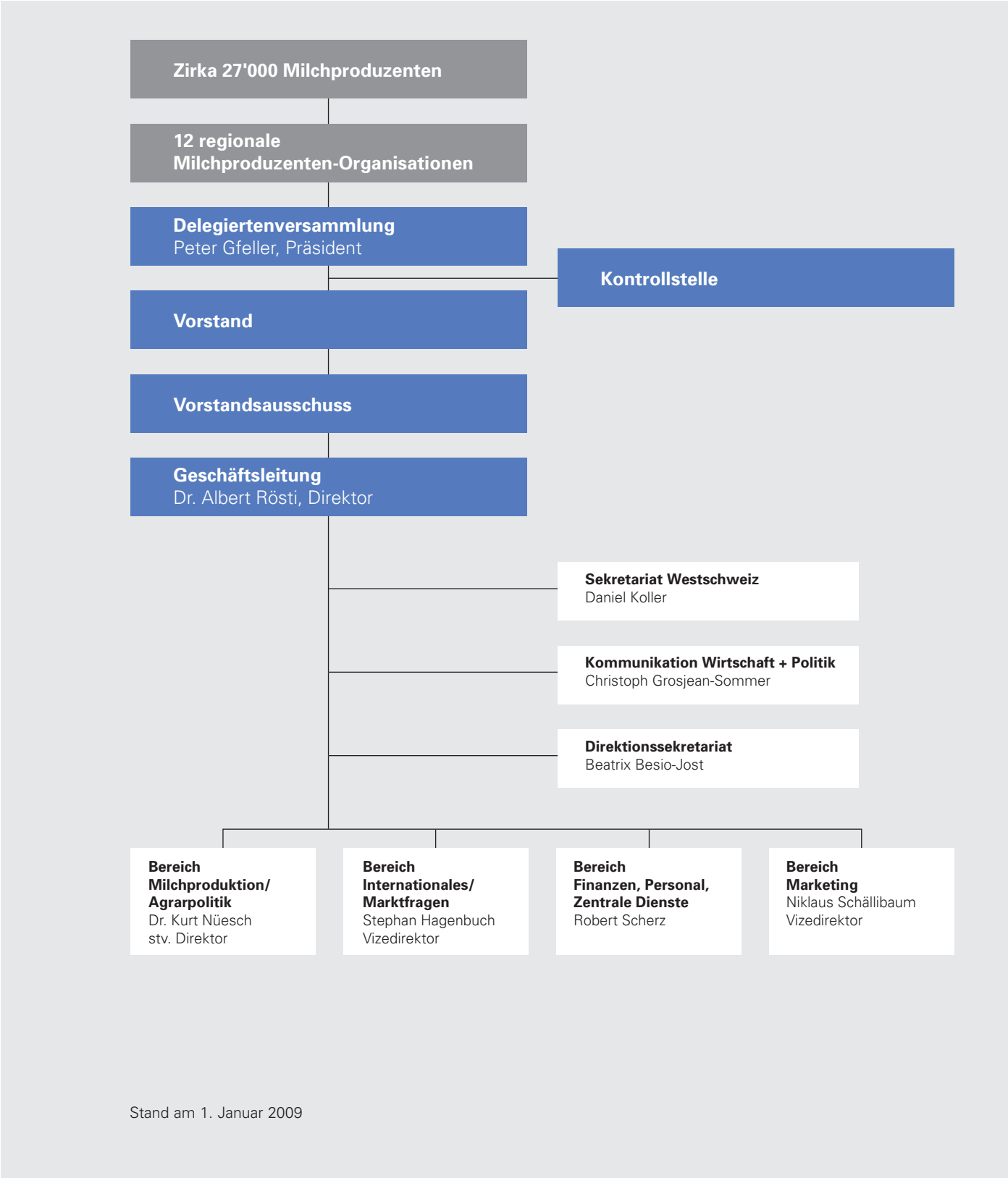
Organisation	Geschäftsführer Adresse	Telefon Fax E-Mail Internet	Anzahl Delegierte
VMMO Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	Andreas Ritter Poststrasse 13 9200 Gossau	Tel. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milchbauern.ch www.milchbauern.ch	35
LOBAG Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete	Donat Schneider Forelstrasse 1 Postfach 3072 Ostermundigen	Tel. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@lobag.ch www.lobag.ch	26
ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten	Benedikt Felder Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tel. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch www.zmp.ch	21
MIBA Milchverband der Nordwestschweiz	Jacques Gygax Zeughausstrasse 31 Postfach 4002 Basel	Tel. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch www.mibabasel.ch	14
TMP Thurgauer Milchproduzenten	Jürg Fatzer Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tel. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 info@milchthurgau.ch www.milchthurgau.ch	12
MPM Milchproduzenten Mittelland	Rolf Luginbühl Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tel. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 rolf.luginbuehl@mpm-suhr.ch www.mpm-suhr.ch	8
BEMO Berner Emmi-Milchlieferanten	Christian Burren Settibuchstrasse 40 3144 Gasel	Tel. 031 971 18 50 c-burren@bluewin.ch	6
LATI Federazione Ticinese Produttori di Latte	Paolo Degiorgi Via Gorelle 6592 San Antonino	Tel. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 claudio@lati.ch www.lati.ch	3
FSFL Fédération des Sociétés Fribourgeoises de Laiterie	Clément Moret Rue Albert Rieter 9 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	12
PROLAIT Fédération Laitière	Eric Jordan Route de Lausanne 23 1400 Yverdon-les-Bains	Tel. 024 424 20 10 Fax 024 424 20 19 info@prolait.ch www.prolait.ch	17
LRG Laiteries Réunies de Genève	Pierre Charvet Chemin des Aulx 6 Case postale 1055 1211 Genève 26	Tel. 022 884 80 00 Fax 022 884 80 09 info@laiteries-reunies.ch www.lrgg.ch	3
FLV Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband	Urs Guntern Rue de l’Ile Falcon 5 3960 Sierre	Tel. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 urs.guntern@flv.ch www.flv.ch	3

Zusammensetzung der Gremien

Ehrenpräsidenten		
Reichling Rudolf, Stäfa ZH Kühne Josef, Benken SG		
Vorstand	Organisation	Suppleanten des Vorstandes
Gfeller Peter, Kappelen BE, Präsident		
Baier Hans-Heinrich, Landquart GR	VMMO	Fuster Josef, Wolfhalden AR
Bischofberger Robert, Schönengrund AR	VMMO	
Kern Hanspeter, Buchberg SH	VMMO	
Ruckstuhl Hans, Rossrüti SG	VMMO	
Müller Andreas, Walkringen BE	LOBAG	Oesch Christian, Ostermundigen BE
Scheuner Hansruedi, Schwarzenegg BE	LOBAG	
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE	LOBAG	
Bühlmann Peter, Emmenbrücke LU	ZMP	Felder Benedikt, Luzern LU
Erni Moritz, Ruswil LU	ZMP	
Jenni Daniel, Langenbruck BL	MIBA	Gygax Jacques, Basel BS
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident	TMP	Fatzer Jürg, Weinfelden TG
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MPM	Luginbühl Rolf, Suhr AG
Burren Christian, Gasel BE	BEMO	Wyss Markus, Grasswil BE
Feitknecht Ulrico, Contone TI	LATI	Guarise Claudio, S. Antonino TI
Stirnimann Jean-Pierre, Posieux FR	FSFL	Vonlanthen René, Praroman FR
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD	PROLAIT	Benoit Marc, Romainmôtier VD
Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident	PROLAIT	
Berlie Olivier, La Rippe VD	LRG	Pradervand Jean-Marc, Céligny GE
Tornay Laurent, Orsières VS	FLV	Guntern Urs, Sierre VS
Vorstandsausschuss		
Gfeller Peter, Kappelen BE, Präsident Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident Erni Moritz, Ruswil LU Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD		
Kontrollstelle		
Dr. Röthlisberger AG, Bern		
Geschäftsleitung		Beisitzer
Rösti Albert, Direktor, Uetendorf BE Nüesch Kurt, stv. Direktor, Lyss BE Schällibaum Niklaus, Vizedirektor, Lugnorre FR Hagenbuch Stephan, Vizedirektor, Marly FR Scherz Robert, Bremgarten BE Koller Daniel, Delémont JU		Grosjean-Sommer Christoph, Kirchlindach BE Besio-Jost Beatrix, Niederwangen BE

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2007 bis 2011.

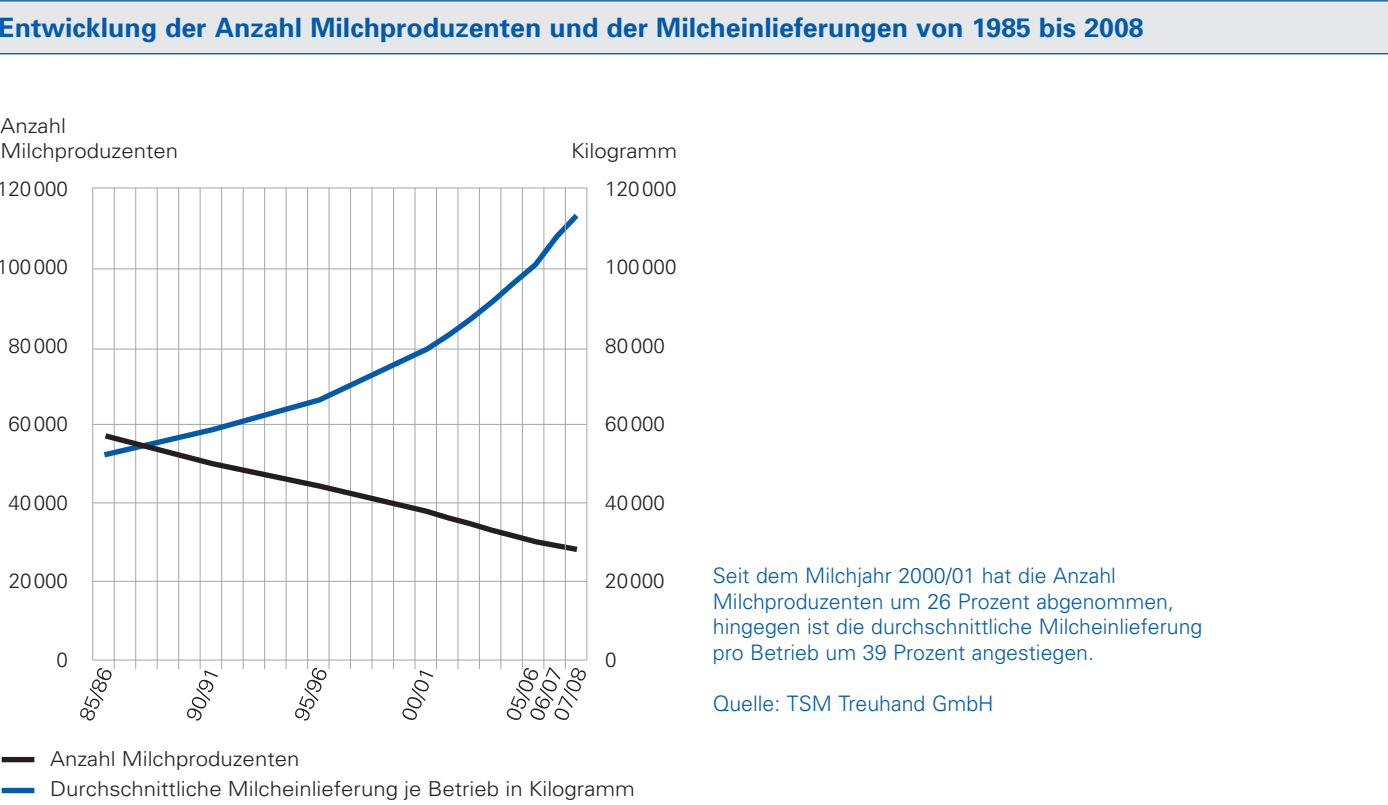
Organigramm der SMP



Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz								
Ganzjahresbetriebe mit aktivem Lieferrecht/ Kontingent (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr 90/91	95/96	00/01	05/06	06/07	07/08	Veränderung 07/08 zu 06/07 %	
Anzahl Produzenten	50 334	44 360	38 082	30 163	29 172	28 014	- 1 158	- 4,1
Ø Nutzfläche je Betrieb in Hektaren	16,5	19,1	19,1	21,4	21,7	22,1	0,4	1,8
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	58 650	68 100	81 691	101 589	106 904	113 625	6 721	5,9
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 547	3 561	4 278	4 740	4 933	5 135	202	3,9
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 101	4 512	4 994	5 422	5 457	5 647	190	3,4

Quelle: BLW



Vertragspreise für Molkereimilch ÖLN

(Basis 120'000 kg, Gehalt 73 g/kg)			
	Kalenderjahr 2007	Kalenderjahr 2008	Differenz 2007/2008
Erstmilchkäufer	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Arnold Produkte AG	66,70	75,02	8,32
Crema SA	65,66	74,29	8,63
ELSA SA	68,23	76,40	8,17
Emmi-Direktlieferanten BEMO / ZeNoOS	67,35	75,02	7,67
Fédération LRG	67,52	72,38	4,86
Fromalp AG	67,00	76,00	9,00
Lanz Molkerei AG	68,52	76,43	7,91
LATI PO	66,62	75,55	8,93
Lobag Milch AG	–	73,33	–
MIBA	65,72	72,40	6,68
Mittellandmolkerei AG	67,43	75,02	7,59
NordOstMilch AG	67,23	74,56	7,33
Swisspremium AG	68,19	77,14	8,95
Thur Milch Ring AG	68,10	75,26	7,16
Vallait SA	65,43	74,37	8,94
ZMP	69,00	77,20	8,20
Züger Frischkäse AG	68,19	76,41	8,22
Gewichtetes Mittel	67,12	74,79	7,67

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Vertragspreise für Molkereimilch Bio

(Basis 120'000 kg, Gehalt 73 g/kg)			
	Kalenderjahr 2007	Kalenderjahr 2008	Differenz 2007/2008
Erstmilchkäufer	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Crema SA	79,16	87,82	8,66
Fédération LRG	77,35	85,47	8,12
MIBA	79,68	86,15	6,47
Mittellandmolkerei AG	83,50	88,30	4,80
NordOstMilch AG	73,32	80,64	7,32
ZMP	78,50	89,12	10,62

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Wichtige Selbsthilfemassnahme

Bestmögliche Markttransparenz ist eine wichtige Voraussetzung, damit der Milchmarkt überhaupt funktionieren kann. Dabei interessiert die Milchproduzenten vor allem, welcher Milchkäufer wie viel für die Molkereimilch bezahlt und welcher Milchpreis für die verschiedenen Sortenkäse realisiert wird. Weil die Preisbeobachtung des Bundesamtes für Landwirtschaft diese Detailinformationen nie liefern kann, ist das SMP-Milchpreismonitoring für die wirtschaftliche Interessenvertretung der Milchproduzenten äusserst wichtig. Die aus dem Milchpreismonitoring verfügbaren Informationen sind für die Milchpreisverhandlungen entscheidend.

swissmilk.ch/milchpreis

Erläuterungen zum Vertragspreis

Der Vertragspreis wird berechnet für eine jährliche Liefermenge von 120'000 kg Milch bei einem standardisierten Gehalt von 4,0 % Fett und 3,3 % Eiweiss. Im Vertragspreis sind die saisonale Preisstaffelung sowie die Lademengenzuschläge enthalten. Der Milchproduzent gilt als Stammlieferant. Die Abfuhr erfolgt jeden zweiten Tag ab Hof. Im Vertragspreis nicht enthalten sind Boni und Prämien, die in ihrer Höhe nicht vertraglich festgelegt sind. Der hier wiedergegebene Jahresvertragspreis setzt sich aus dem arithmetischen Durchschnitt der zwölf Monatsvertragspreise von Januar bis Dezember zusammen.

Vertragspreise ÖLN 2008

Für die Molkereimilchlieferanten waren im Jahr 2008 zwei Preiserhöhungen um je 6 Rappen wirksam, die erste per 1. Januar, die zweite per 1. Juli. Der Preisanstieg betrug jedoch nicht wie erwartet 9, sondern lediglich 7,67 Rappen pro Kilo Milch. Der Grund dafür liegt bei den zu hohen Milcheinlieferungen, die insbesondere im 4. Quartal 2008 auf das allgemeine Preisniveau zu drücken begannen. Nur dank den Notmassnahmen aus dem Stützungsfonds gelang es, das allgemeine Preisniveau bis Ende Jahr vor einem grösseren Zusammenbruch zu bewahren.

Erläuterungen zum Käseeremilchpreis

- Im «ausbezahlten Milchpreis für Käseeremilch» sind enthalten: Basispreis, Zulage für verkäste Milch, Zulagen/Abzüge für Saisonalität, Gehalt, Qualität, Kühlkosten, Lademengen, Transportkosten, Finanzierungshilfen, Nachzahlungen, ausbezahlte Boni, Einschränkungsmilch.
- Im «ausbezahlten Milchpreis für Käseeremilch» sind nicht enthalten: Siloverzichtszulage (wird separat ausgewiesen), Molke, Inkasso allgemein, Inkasso für Basismarketing, Milchpreisstützung, Organisationsbeiträge, sonstige Verrechnungen von Gegenleistungen wie Bezüge aller Art, Mieten etc.
- Die Siloverzichtszulage betrug 2007 und 2008 3 Rappen pro Kilo verkäste Milch aus silagefreier Fütterung.

Erläuterungen zur Qualitätskontrolle

Die Qualität der Verkehrsmilch war, wie bereits in den vorangehenden Jahren, auch im Kontrolljahr 2008 ausserordentlich gut. In den beiden Labors Qualitas und Suisse-lab wurden total 360'325 Milchproben untersucht. Bezüglich der Keimbelastung beziehungsweise der Keimzahl waren 98,87 Prozent der Proben ohne Beanstandung, bezüglich des Zellgehalts 95,36 Prozent und bezüglich des Hemmstoffnachweises 99,97 Prozent. Bezüglich des Gefrierpunkts waren 96,61 Prozent ohne Beanstandung. Der Grund für die Differenz zum Vorjahr ist noch offen und wird von Fachleuten abgeklärt.

Milchlieferungen mussten aufgrund der Keimbelastung in nur 49 Fällen verhängt werden, wegen zu hohem Zellgehalt in 47 Fällen und wegen positivem Hemmstoffnachweis in 121 Fällen.

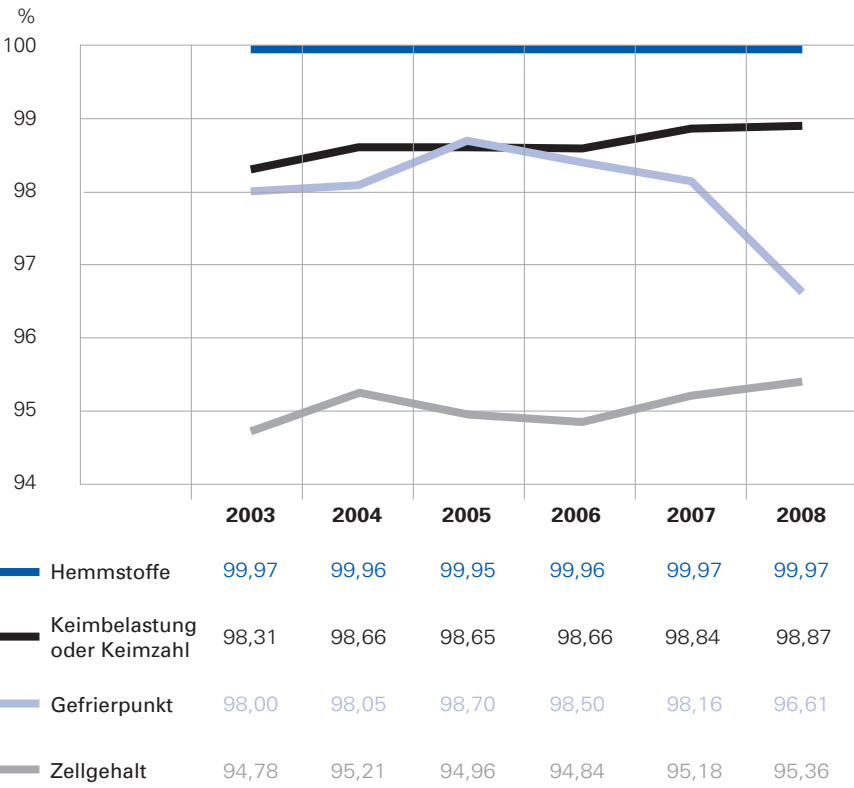
Ausbezahlte Milchpreise für Käseeremilch ÖLN, franko Käseerei/Sammelstelle

Lademengen und Gehalte effektiv gemäss den Einlieferungen bzw. Abrechnungen, ohne Siloverzichtszulage

	Kalenderjahr 2007	Kalenderjahr 2008	Differenz 2007/2008
Käsesorte	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Appenzeller ®	75,29	83,90	8,61
Bündner Bergkäse	73,91	83,71	9,80
Diverse Käse	85,80	86,45	0,65
Emmentaler Switzerland AOC	69,56	76,55	6,99
Le Gruyère AOC	76,97	81,27	4,30
Sbrinz AOC	72,00	77,42	5,42
Tête de Moine AOC	75,27	79,44	4,17
Tilsiter Switzerland	73,63	81,58	7,95
Gewichtetes Mittel	73,47	79,65	6,18

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

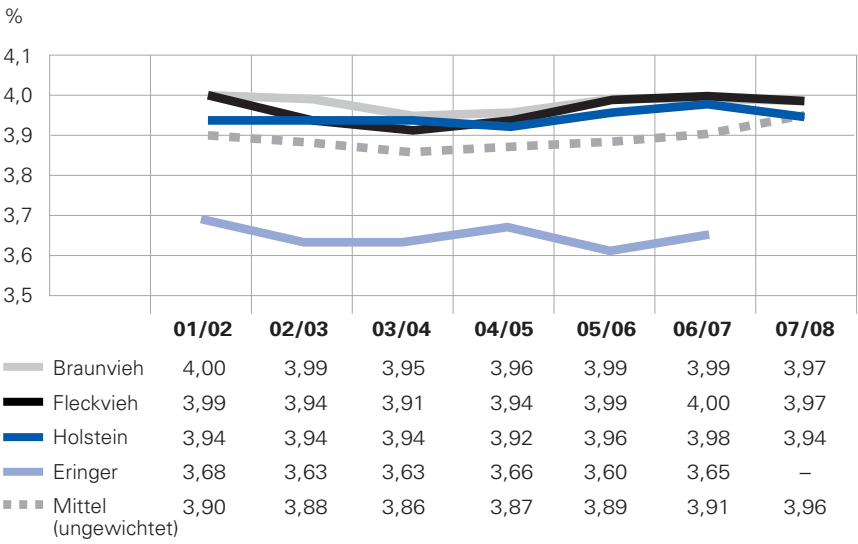
Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung



Quelle: ALP, Liebefeld-Bern

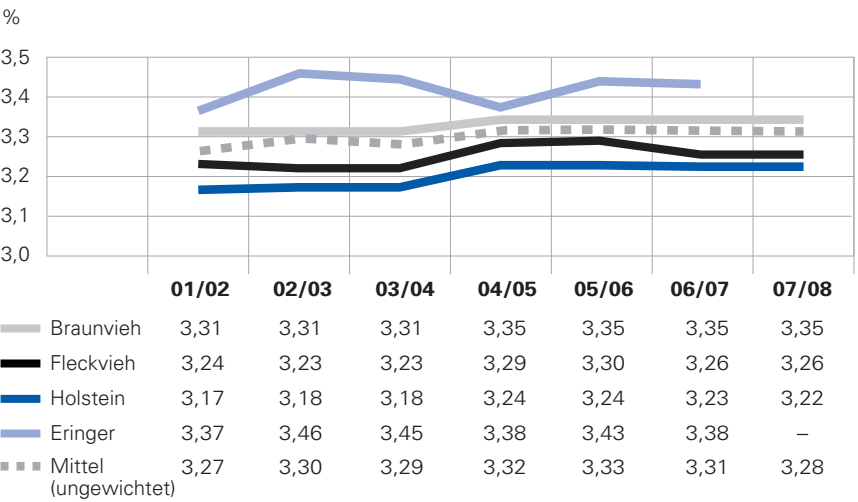
Dokumentarischer Teil: Gehalt

Fettgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)



Quelle: Milchstatistik der Schweiz

Eiweissgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)



Quelle: Milchstatistik der Schweiz

Verarbeitung

Milchverwertung nach Milchäquivalent (MAQ)*

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen MAQ	Produktion 2008 Tonnen MAQ	Veränderung 2008 Tonnen MAQ	Veränderung 2008 %
Käse	1 426 736	1 443 644	16 908	1,2
Quark	18 779	16 855	– 1 924	– 10,2
Konsummilch	447 445	438 267	– 9 178	– 2,1
Konsumrahm	261 331	258 686	– 2 645	– 1,0
Jogurt	112 586	115 435	2 849	2,5
übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	98 148	109 295	11 147	11,4
Dauermilchwaren	306 172	361 144	54 972	18,0
Butter	451 701	550 636	98 935	21,9
Andere Verwertung	137 190	129 086	– 8 104	– 5,9
Total Vollmilchverwertung	3 260 088	3 423 048	162 960	5,0

* Ein Milchäquivalent (MAQ) entspricht den Inhaltsstoffen Eiweiss und Fett eines Kilogramms Milch.
Quelle: TSM Treuhand GmbH

Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen	Produktion 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Rohmilch	12 206	10 918	– 1 288	– 10,6
Fettangereicherte Milch pasteurisiert	0	0	–	–
Fettangereicherte Milch UHT	1 064	1 007	– 57	– 5,4
Vollmilch pasteurisiert	90 920	92 656	1 736	1,9
Vollmilch UHT	167 643	176 881	9 238	5,5
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	79 713	81 085	1 372	1,7
Teilentrahmte Milch UHT	122 707	110 031	– 12 676	– 10,3
Trinkmagermilch pasteurisiert	258	110	– 148	– 57,4
Trinkmagermilch UHT	14 723	15 716	993	6,7
Total Kosummilch	489 234	488 404	– 830	– 0,2

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen	Produktion 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Doppelrahm	663	635	– 28	– 4,2
Vollrahm (35 und 45 % Fett)	27 595	27 389	– 206	– 0,7
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	13 459	14 007	548	4,1
Kaffeerahm	25 428	25 581	153	0,6
Total Konsumrahm	67 145	67 612	467	0,7

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen	Produktion 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Sauermilch	5 535	6 286	751	13,6
Sauerrahm	1 959	2 208	249	12,7
Dessertprodukte	23 226	23 457	231	1,0
Milchgetränke	65 668	79 017	13 349	20,3
Jogurt	139 755	141 784	2 029	1,5
Kefir	67	201	134	200,0
Speiseeis	21 531	22 440	909	4,2

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Dokumentarischer Teil: Milchpulver/Butter

Produktion Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen	Produktion 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Magermilch (verarbeitet)				
frisch verfüttert	6 106	6 824	718	11,8
Säurekasein	266	11	– 255	– 95,9
Kaseinate	8 662	9 418	756	8,7
Promilk	199 234	222 016	22 782	11,4
Milchprotein	26 849	29 276	2 427	9,0
Total Magermilch (ohne MEFM)	241 117	267 545	26 428	11,0
Vollmilchpulver (26%)	16 265	17 695	1 430	8,8
übriges fetthaltiges Milchpulver + Rahmpulver	4 717	4 782	65	1,4
Magermilchpulver	21 980	29 531	7 551	34,4
Buttermilchpulver*	395	853	458	115,9
Molkenpulver*	5 938	4 030	– 1 908	– 32,1
Total Milchpulver, Milchkondensate	49 295	56 891	7 596	15,4

* inkl. Veredelungsverkehr
MEFM: Milchersatz-Futtermittel
Quelle: TSM Treuhand GmbH

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen	Produktion 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Butter				
Vorzugsbutter	33 258	41 474	8 216	24,7
Sirtenrahmbutter	2 074	1 920	– 154	– 7,4
Gesammelte Butter	104	79	– 25	– 24,0
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)*	35 436	43 473	8 037	22,7

*Die Butterproduktion gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrug 2008 45 736 t (Vorjahr 36 935 t)
Quelle: BO Butter

Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2007 Tonnen	Verkäufe 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Butter				
Vorzugsbutter	5 973	5 856	– 117	– 2,0
«Die Butter» (Kleinpackungen)	12 522	12 642	120	1,0
Milch-Sirtenrahmbutter	212	181	– 31	– 14,6
Butter in Spezialprodukten*	802	727	– 75	– 9,4
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	16 768	16 616	– 152	– 0,9
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	36 277	36 022	– 255	– 0,7
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	6 305	6 246	– 59	– 0,9
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)**	42 582	42 268	– 314	– 0,7

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.
** Die Butterverkäufe gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrugen 2008 45 166 t (im Vorjahr 43 811 t)
Quelle: BO Butter

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2007 Tonnen	Produktion 2008 Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Quark	10 463	9 633	– 830	– 7,9
Mozzarella	16 191	17 184	993	6,1
Mascarpone	660	610	– 50	– 7,6
Übrige Frischkäse	14 066	15 194	1 128	8,0
Frischkäse total	41 382	42 617	1 235	3,0
Weissschimmelkäse, mager bis viertelfett	0	0	–	–
Weissschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 417	1 236	– 181	– 12,8
Weissschimmelkäse, überfett	1 461	1 475	14	1,0
Blau- , Grünschimmelkäse	3	9	6	200,0
Tommes	2 062	2 283	221	10,7
Vacherin Mont d’Or AOC	520	529	9	1,7
Weichkäse, andere, mager- bis viertelfett	118	279	161	136,4
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	816	941	125	15,3
Weichkäse, andere, überfett	511	432	– 79	– 15,5
Weichkäse total	6 909	7 182	273	4,0
Appenzeller®	8 841	8 924	83	0,9
Tilsiter Switzerland	4 126	4 177	51	1,2
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse AOC)	2 102	2 164	62	2,9
Schweizer Raclettekäse	11 609	11 538	– 71	– 0,6
Vacherin Fribourgeois AOC	2 322	2 547	225	9,7
Tête de Moine AOC	2 222	2 197	– 25	– 1,1
Jurakäse	233	229	– 4	– 1,7
Winzerkäse	338	422	84	24,9
Mutschli	554	584	30	5,4
Alpkäse, halbhart	1 805	1 960	155	8,6
Bündner Bergkäse	777	840	63	8,1
Berg- und Schnittkäse, halbhart	1 712	2 075	363	21,2
St. Paulin Suisse	803	732	– 71	– 8,8
Schweizer Edamer	339	389	50	14,7
Kaltgereifter Käse	20	18	– 2	– 10,0
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	177	201	24	13,6
Conveniencekäse	1 191	2 051	860	72,2
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	1 490	1 636	146	9,8
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	719	632	– 87	– 12,1
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	8 825	9 948	1 123	12,7
Halbhartkäse, andere, überfett	1 958	2 387	429	21,9
Halbhartkäse total	52 159	55 649	3 490	6,7
Emmentaler AOC	30 773	28 830	– 1 943	– 6,3
Switzerland Swiss	3 103	3 139	36	1,2
Le Gruyère AOC	28 211	28 206	– 5	0,0
Alpkäse hart	1 918	1 829	– 89	– 4,6
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	53	47	– 6	– 11,3
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	8 704	8 596	– 108	– 1,2
Hartkäse, andere, überfett	76	30	– 46	– 60,5
Hartkäse total	72 838	70 677	– 2 161	– 3,0
Sbrinz AOC	2 002	2 128	126	6,3
Extra Hartkäse total	2 002	2 128	126	6,3
Reiner Ziegenkäse	801	869	68	8,5
Reiner Schafkäse	197	209	12	6,1
Spezialprodukte total	997	1 080	83	8,3

Total alle Käsesorten	176 280	179 338	3 058	1,7
-----------------------	---------	---------	-------	-----

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Importe				
umgerechnet in Frischmilch				
	2007 Tonnen	2008* Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Frischmilch, Jogurt	29 900	32 000	2 100	7,0
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmittel	24 500	34 900	10 400	42,4
Schokolade, Speiseeis	24 900	25 300	400	1,6
Kondensmilch, sterilisierte Milch	2 300	2 300	0	0,0
Butter**	294 300	122 300	– 172 000	– 58,4
Weichkäse	205 800	233 600	27 800	13,5
Hart- und Halbhartkäse	198 600	213 700	15 100	7,6
Schmelzkäse	23 900	21 200	– 2 700	– 11,3
Total Milchprodukte	804 200	685 300	– 118 900	– 14,8
* Provisorische Daten ** Inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz) Quelle: OZD, SBV				

Exporte				
umgerechnet in Frischmilch				
	2007 Tonnen	2008* Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Frischmilch, Jogurt	8 900	6 800	– 2 100	– 23,6
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmittel	164 000	197 100	33 100	20,2
Schokolade, Speiseeis	123 400	125 300	1 900	1,5
Kondensmilch, sterilisierte Milch	3 000	22 800	19 800	660,0
Butter**	94 200	89 200	– 5 000	– 5,3
Weichkäse	15 000	30 100	15 100	100,7
Hart- und Halbhartkäse	605 400	612 600	7 200	1,2
Schmelzkäse	43 400	40 800	– 2 600	– 6,0
Total Milchprodukte	1 057 300	1 124 700	67 400	6,4
* Provisorische Daten ** Inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz) Quelle: OZD, SBV				

Bilanz (Exporte – Importe)				
umgerechnet in Frischmilch				
	2007 Tonnen	2008* Tonnen	Veränderung 2008 Tonnen	Veränderung 2008 %
Frischmilch, Jogurt	– 21 000	– 25 200	– 4 200	20,0
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmittel	139 500	162 200	22 700	16,3
Schokolade, Speiseeis	98 500	100 000	1 500	1,5
Kondensmilch, sterilisierte Milch	700	20 500	19 800	2 828,6
Butter**	– 200 100	– 33 100	– 167 000	– 83,5
Weichkäse	– 190 800	– 203 500	– 12 700	6,7
Hart- und Halbhartkäse	406 800	398 900	– 7 900	– 1,9
Schmelzkäse	19 500	19 600	100	0,5
Total Milchprodukte	253 100	439 400	186 300	73,6
* Provisorische Daten ** Inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz) Quelle: OZD, SBV				

Die SMP bietet Dienstleistungen und Informationen unter anderem für die Bereiche Wirtschaft, Politik, Produktion, Verarbeitung, Marketing und Ernährungsberatung an. Kontaktieren Sie uns bei Fragen entweder über die Zentrale oder wenden Sie sich direkt an die entsprechenden Auskunftspersonen. Sehr viele Informationen sind auch im Internet abrufbar.

Zentrale
Schweizer Milchproduzenten SMP
Weststrasse 10, Postfach, 3000 Bern 6
Telefon: 031 359 51 11, Telefax: 031 359 58 51
smp@swissmilk.ch, www.swissmilk.ch

SMP Marketing
Schweizer Milchproduzenten SMP
Brunnmattstrasse 21, 3007 Bern
Telefon: 031 359 57 28, Telefax: 031 359 58 55
marketing@swissmilk.ch, www.swissmilk.ch

Auskünfte für Produzenten
Thomas Reinhard, Telefon 031 359 54 82

Auskünfte für Marketing-Dienstleistungen
Daniele Garofalo, Telefon 031 359 57 77

Bestellungen von Broschüren, Werbeartikeln etc.
Contact Center, Telefon 031 359 57 28

Medienauskünfte für Wirtschaft und Politik
Christoph Grosjean-Sommer, Telefon 031 359 53 18

Medienauskünfte für Marketing/PR
Nicole Huwyler, Telefon 031 359 57 58

Online
www.swissmilk.ch
www.swissmilk.ch/smpnews

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 2009
Fotos: SMP, Konzertbilder.ch
Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Bern
Druck: Merkur Druck AG, Langenthal