

SMP · PSL

*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 2010

SMP · PSL

1	Gemeinsam stark – zusammen erfolgreich
3	Die Milchproduzenten stehen im Zentrum
4	Wirtschaft und Politik
7	Marktordnung und BO Milch
8	Marktlage und Milchverkauf
9	Milchproduktion
10	Milchverarbeitung
11	Käsemärkte
12	Marketing
14	Vision, Strategie und Aufgaben der SMP
15	Delegiertenversammlung
16	Vorstand
18	Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2010
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

Die wirtschaftliche Situation von uns Milchproduzenten befriedigt nicht. Als Schweizer Milchproduzenten SMP ist es unsere Aufgabe, stets von neuem nach Wegen in eine bessere Zukunft zu suchen. Unsere Aktivitäten konzentrieren sich dabei auf die drei Handlungsachsen Branchenorganisation Milch, Politik und die Organisationen der Milchproduzenten.

Mit der Milchproduktion Geld verdienen: Dies ist das wirtschaftliche Ziel jedes Milchbauern, der Monat um Monat die Rechnungen für den Familienunterhalt und die Betriebskosten aus dem Milchgeld berappen muss. Und ich weiss, dass besonders diese Milchproduzenten von ihren regionalen Berufsorganisationen und ihrer Dachorganisation in wirtschaftlicher Hinsicht Verbesserungen erwarten. Deshalb ist es auch unser Ziel und unser Auftrag, die wichtigsten Stellschrauben der Milchproduktion so zu beeinflussen, dass sie eine günstige Einkommensbildung ermöglichen. Dies tut die SMP beispielsweise mit wirkungsvollem Basismarketing für die Konsumstimulierung von Milch und Milchprodukten oder mit Informationsvermittlung und Dienstleistungen im Bereich Wirtschaft und Politik.

### Milchpreis bleibt wichtigste Stellschraube

Jedoch die grösste und damit wirksamste Stellschraube für die Einkommensbildung ist und bleibt der Milchpreis. Genau deswegen muss und will die SMP mit ihren Möglichkeiten Einfluss darauf nehmen, wie unser Milchpreis zustande kommt.

Die Schweizer Milchpreise sind nicht ein Spiegel des Marktes, sondern ein Spiegel der Marktorganisation. Deshalb kostete die Milch für die inzwischen grösste Schweizer Käsesorte Le Gruyère AOC im vergangenen Jahr rund 80 Rappen pro Kilogramm, während sehr viele Milchbauern für ihre Molkereimilch nur noch 55 Rappen erhielten. Es ist offensichtlich: Die Marktorganisation macht den Unterschied aus. Le Gruyère AOC hat eine funktionierende und starke Branchenorganisation, welche die Produktionsmengen sorgfältig auf den Absatz abstimmt. Le Gruyère AOC erarbeitete sich, trotz starkem Schweizer Franken, im Export ein Wachstum von über neun Prozent!

### Marktversagen bei der Molkereimilch

Von einer solchen Marktorganisation ist die Molkereimilch meilenweit entfernt. Statt sich gemeinsam für die Erhaltung der Wertschöpfung einzusetzen, kämpfen die Detailhändler, Milchverarbeiter und Milchhändler mit Preisdumping um Marktanteile. Statt die Produktionsmengen dem Absatz anzupassen, wird mehr produziert als der Markt aufnehmen kann. Statt Vollmilchprodukte zu exportieren, gehen immer mehr Magermilchprodukte in den Export und das zusätzliche MilCHFett bleibt im Inland und vergrössert den Butterberg. Dies sind die Folgen des Marktversagens bei der Molkereimilch.

### Drei Handlungsachsen

Als Schweizer Milchproduzenten SMP ist es deshalb unser Auftrag und unsere Verpflichtung, an allen möglichen Ansatzpunkten gegen dieses Marktversagen anzutreten. Unsere Aktivitäten konzentrieren sich dabei auf die drei möglichen Handlungsachsen Branchenorganisation Milch, Politik und Produzentenorganisationen. Erstens die Branchenorganisation, weil gemeinsame Spielregeln und Massnahmen besser sind als gar keine. Zweitens die Politik, weil sie mit flankierenden Massnahmen die Trittbrettfahrer einbinden muss. Und drittens die Organisationen der Produzenten: Weil wir Bauern es immer noch selbst in der Hand haben, gemeinsam stark und zusammen erfolgreich zu sein. In diesem Sinn danke ich allen Milchproduzenten, die mit ihren Beiträgen und Aktivitäten unsere gemeinsamen Anliegen unterstützen.



Peter Gfeller  
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



# Die Milchproduzenten stehen im Zentrum

Was die SMP für die Milchproduzenten bewirken konnte, ist im vorliegenden Geschäftsbericht zusammengefasst. Wohin die SMP will, diese Vision hat der Vorstand neu formuliert. Wie gut die SMP unterwegs ist, wird auch in den kommenden Jahren massgeblich vom gemeinsamen Gestaltungswillen der Milchproduzenten abhängen.

## Milchproduzent steht im Zentrum der Strategie

«Effizient und effektiv wirtschaftende Milchproduzenten erzielen im Milchland Schweiz einen Arbeitsverdienst, der mit jenem übriger Erwerbstätiger mit gleichen beruflichen Anforderungen vergleichbar ist».

An dieser Vision orientieren sich die strategischen und operativen Tätigkeiten der Schweizer Milchproduzenten SMP. Denn es ist naheliegend: Für jeden einzelnen Milchbauern ist letztlich der Arbeitsverdienst aus der Milchproduktion massgebend, ob er mit seiner finanziellen Situation in der Milchwirtschaft zufrieden ist oder nicht.

## Regional stark verankert

Die SMP vereint national über ihre zwölf Mitgliedsorganisationen 97 Prozent aller Milchbauern. Damit ist die SMP nicht nur umfassend organisiert, sondern auch in den Regionen föderalistisch und basisdemokratisch verankert. Die Delegierten und Vorstände bringen die Interessen der Regionen in die SMP ein. Aber sie stehen ebenso in der Verantwortung, die national gemeinsam gefällten Entscheide in ihren Regionen zu vertreten. Dieses Zusammengehörigkeitsdenken ist wichtig, damit die Geschäftsstelle der SMP ihre operativen Tätigkeiten mit Blick auf die Vision wirksam erfüllen kann.

## Offen und ehrlich informieren

Der hohe Organisationsgrad der SMP ist nicht selbstverständlich. In zwei Mitgliedsorganisationen lagen – bezeichnenderweise aus ganz gegensätzlichen Motiven – Anträge zum Austritt vor. Beiderorts gaben die Milchproduzenten jedoch nach einer ausführlichen Diskussion ein eindrückliches Bekenntnis zu Gunsten ihrer Dachorganisation ab. Dies stimmt zuversichtlich. Denn es zeigt: wo offen, ehrlich und kompetent über die Aufgaben und Leistungen der SMP informiert werden kann, fühlen sich die Milchproduzenten von ihrer Dachorganisation ernst genommen und auch vertreten.

## Basismarketing ist erfolgreich unterwegs

Im Berichtsjahr 2010 konnte die SMP viele Ziele erreichen. Der SMP-Vorstand und das Fachgremium Marketing bescheinigten beispielsweise dem Basismarketing Milch eine erfolgreiche strategische Ausrichtung und eine effiziente Umsetzung der Massnahmen. Nicht umsonst nimmt die Schweiz beim Pro-Kopf-Konsum von Milch, Butter und Käse weltweit Spitzenplätze ein. Im Bereich der politischen Interessensvertretung gelang es beispielsweise, beantragte Sparpläne zu Lasten der Milchproduzenten wieder umzustossen und Finanzmittel zu sichern.

## BO Milch und Motion Aebi

Weiterhin unbefriedigend waren jedoch die Entwicklungen am schweizerischen Milchmarkt. Statt die vereinbarten Massnahmen zur Erhaltung der Wertschöpfung anzuwenden, änderte die BO Milch ihren Kurs und schaffte die Instrumente zur nationalen Mengensteuerung kurzerhand ab. Der Markverlauf bestätigte damit die Einschätzung der SMP: Ohne minimalen politischen Flankenschutz gibt es keinen stabilen Milchmarkt. Deshalb unterstützte die SMP – parallel zur Zusammenarbeit in der BO Milch – auch die Motion von Nationalrat Andreas Aebi für eine Mengensteuerung in Produzentenhand.

## Gemeinsam besser unterwegs

Was die SMP für die Milchproduzenten bewirken konnte, ist im vorliegenden Geschäftsbericht zusammengefasst. Wohin die SMP will, diese Vision hat der Vorstand neu formuliert. Wie gut die SMP unterwegs ist, wird auch in den kommenden Jahren massgeblich vom gemeinsamen Gestaltungswillen der Milchproduzenten abhängen.



Dr. Albert Rösti  
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Dein natürliches Fitnessprogramm.  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



Bild linke Seite:  
Das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest in Frauenfeld war der weitaus bedeutendste nationale Anlass des Sommers 2010. Auch die Milch war mit einem Stand präsent, und Lovely bezwang sogar den abtretenden Schwingerkönig. Drei Portionen Milch täglich bringen ihn bestimmt wieder auf die Beine.

Im 2010 trat der Bundesrat auf die Sparsbremse. Glücklicherweise entwickelten sich die Bundesfinanzen besser als die Prognose. Dank der überzeugenden Informationsarbeit der SMP und verbündeter Organisationen machte das Parlament die geplanten Kürzungen bei der Verkäsungszulage und beim Schoggigesetz rückgängig.

## Positive Korrekturen bei den Finanzen

Die finanziellen Aussichten des Bundeshaushalts und die Schuldenbremse veranlassten den Bundesrat bei der Finanzplanung für 2011 und die Folgejahre zu Sparmassnahmen. Das Konsolidierungsprogramm 2011/13 verschonte auch die Landwirtschaft nicht. Insbesondere in den Bereichen Verkäsungszulage, Schoggigesetz und ursprünglich auch Absatzförderung wären die Milchproduzenten massiv von den Kürzungen betroffen gewesen. Glücklicherweise kam es anders. Die Bundesfinanzen und die Konjunktur entwickelten sich besser als ursprünglich erwartet. So konnte das Parlament in der Budgetdebatte der Dezembersession 2010 auf die geplanten Kürzungen verzichten. Dank der überzeugenden Informationsarbeit der Schweizer Milchproduzenten SMP, des Schweizerischen Bauernverbandes und weiterer gleichgesinnter Organisationen korrigierte das Parlament die Sparsentscheide des Bundesrates auch zu Gunsten der Milchwirtschaft.

## Verkäsungszulage bleibt bei 15 Rappen

Das Parlament legte im Voranschlag 2011 den Kredit für die Zulagen auf 292 Millionen Franken fest. Das sind 21,5 Millionen Franken mehr als im Budget 2010 und 45 Millionen Franken mehr als vom Bundesrat beantragt wurden. Dank dieser Erhöhung reichen die Finanzmittel aus, um die Zulagen im Jahr 2011 auch bei einer erhöhten Käseproduktion unverändert weiterzuführen: die Verkäsungszulage mit 15 und die Siloverzichtszulage mit 3 Rappen pro Kilogramm Milch.

Unbefriedigend ist hingegen, dass das Bundesamt für Landwirtschaft nicht auf das Anliegen von SMP, Fromarte (Käser) und VMI (Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie) eintrat, für die Ausrichtung der Zulage für verkäste Milch eine Eintrittsschwelle für den minimalen Fettgehalt im Käse festzulegen. Mit einem Mindestfettgehalt könnte der «Verdünnung» der Finanzmittel durch die zunehmende Produktion von Magerkäse entgegengewirkt und der Buttermarkt etwas entlastet werden.

## Schoggigesetz sichert elf Prozent Molkereimilchmenge ab

Ebenso wichtige Entscheide traf das Parlament beim «Schoggigesetz». Dieses Instrument gleicht die Rohstoffpreisdifferenz von Schweizer Milchprodukten aus, wenn diese in verarbeiteten Produkten wie z.B. Milkschokolade exportiert werden. Über diesen Mechanismus wurden im Jahr 2010 Milchprodukte im Umfang von 235 Millionen Milchäquivalent exportiert. Dies entspricht rund elf Prozent der Molkereimilchproduktion. Für den Preisausgleich von Milch und Getreide sprach der Bund einen Kredit von 70 Millionen Franken und 15 Millionen als Nachtragskredit. Zusätzlich steuerten die Milchproduzenten über Abzüge auf der Milch rund 25 Millionen Franken bei, um die Finanzierungslücke zu füllen.

Für 2011 bewilligte das Parlament erneut 70 Millionen Franken. Zusammen mit den Mitteln der Milchproduzenten können wiederum in etwa gleichem Umfang Exporte getätigt werden. Die Option der Verarbeiter auf Veredelungsverkehr sollte damit wirksam unterbunden sein.

Weil der Bundesrat in seiner Aufgabenüberprüfung für die Jahre 2012/13 auf eine weitere Kürzung der Schoggigesetzmittel verzichtete, sollte auch in diesen beiden Jahren die Nachfrage von rund elf Prozent der Molkereimilchproduktion über den Export von verarbeiteten Nahrungsmitteln abgesichert sein.

## Zahlungsrahmen 2012/13

In der Dezembersession 2010 behandelte der Nationalrat als Erstrat die Zahlungsrahmen Landwirtschaft für die Jahre 2012 und 2013. Dabei korrigierte der Nationalrat die vom Bundesrat vorgesehene Kürzung und erhöhte die Mittel für beide Jahre auf 6'858 Millionen Franken. Im Frühjahr 2011 wird der Ständerat Stellung nehmen. Seine vorberatende Finanzkommission schlug bereits vor, dass die Mittel im Umfang der ursprünglichen Kürzung um 122 Millionen auf 6'850 Millionen Franken aufgestockt werden sollen.

Qualität bleibt wichtig: Bei der Qualitätskontrolle Milch gibt es neue Standards.

Das Volkswirtschaftsdepartement will eine Qualitätsstrategie mit Qualitätsführerschaft und Qualitätspartnerschaft. Und schliesslich wird noch mehr Ökoqualität gefordert, wenn es um die Neuverteilung der Direktzahlungen geht. Warum soll dann alles billiger werden?

## Neue Qualitätsvereinbarung beim Milchkauf

Per 1. Januar 2011 traten neue Gesetzesgrundlagen für die Milchprüfung in Kraft, welche die bisherige Qualitätskontrolle der Milch ablösen. Die SMP führte mit den beiden Verarbeiterorganisationen VMI (Schweizerische Vereinigung der Milchindustrie) und Fromarte (Verband der Schweizer Käser) komplexe Verhandlungen, um gemeinsame Eckwerte für die Milchkaufverträge zu vereinbaren.

Die öffentlich-rechtlichen Grenzen der Milchlieferersperre spielen dabei nur noch eine untergeordnete Rolle. Viel wichtiger für die Sicherung und Förderung der Milchqualität sind die privatrechtlich vereinbarten Standards und Sanktionen. Jeden Monat werden zwei Proben gefasst, die in jedem der vier Kriterien Keimzahl, somatische Zellen, Gefrierpunkt und Hemmstoff die festgelegten Werte erfüllen müssen. Dies dürfte zu mehr Beanstandungen führen. Im Gegenzug erhalten Milchproduzenten, die Milch mit besonders tiefen Keim- und somatische Zellzahlen produzieren, einen Bonus ausbezahlt.

## Swissness, Qualitätsstrategie und Goldblume

Wieviel «Schweiz» muss drin sein, damit das «Schweizerkreuz» drauf sein darf? Diese Frage bereitet einiges Kopfzerbrechen. Alle sind sich einig, dass Schweizer Herkunft und damit die so genannte «Swissness» bares Geld wert sind. Deshalb wurde 2006 ein Gesetzgebungsprojekt angestossen, um die Verwendung der Herkunft Schweiz und des Schweizerkreuzes zu regeln und vor Missbrauch zu schützen. Bei den Nahrungsmitteln ist der Streitpunkt, wieviel Schweizer Rohstoff im Produkt sein muss, damit es als Schweizer Produkt gekennzeichnet werden darf. Parallel dazu strebt das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement an, die Basiskommunikation der Landwirtschaft an eine «Qualitätsstrategie» zu knüpfen und mit dem Symbol der Basiskommunikation von Schweiz Tourismus, der so genannten Goldblume, zu verbinden. Diese Qualitätsstrategie bringt dann Vorteile, wenn sie überall am Verkaufspunkt, im Laden und in der Gastronomie, für den Konsumenten klar erkennbar ist.

## Weiterentwicklung der Direktzahlungen

Die Weiterentwicklung der Direktzahlungen, im Jahr 2006 als Motion der ständerätlichen Kommission für Wirtschaft und Abgaben an den Bundesrat überwiesen, entwickelt sich zum Herzstück der agrarpolitischen Planungsperiode für die Jahre 2014–2017. Am 17. September 2010 diskutierte der Bundesrat erstmals die Stossrichtung dieser Agrarpolitik AP 2017. Er legte dabei folgende vier Schwerpunkte fest: Sichere Nahrungsmittelproduktion, effiziente Nutzung der Ressourcen, vitaler ländlicher Raum sowie Unternehmertum in der Land- und Ernährungswirtschaft.

Das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement mit seinem Bundesamt für Landwirtschaft arbeitet nun die konkreten Massnahmen zur Umsetzung dieser Schwerpunkte aus. Kurz zusammengefasst lautet die Stossrichtung: «Mit Direktzahlungen öffentliche Güter der landwirtschaftlichen Produktion fördern». Das Bundesamt für Landwirtschaft lässt seine Vorschläge jeweils von einer vielfältig zusammengesetzten Begleitgruppe beurteilen. Während Wirtschaft und Naturschützer die Vorschläge begrüßen, nimmt die produktionsorientierte Landwirtschaft eine konstruktiv-kritische Haltung ein. Denn diese Direktzahlungen dürfen nicht dazu missbraucht werden, dass auf die Produzentenpreise noch mehr Preisdruck ausgeübt wird. Zudem sind die Verarbeiter und Detailhändler aufgefordert, mit der Vermarktung dieser Produkte einen Mehrwert zu erzielen und diesen mit den Produzenten über höhere Produktpreise zu teilen.

## Beratungsangebot «Kosten senken»

Unabhängig von den Qualitätsbestrebungen und Qualitätsvorschriften drücken die Marktkräfte unerbittlich auf den Milchpreis und damit das Einkommen. Das Dienstleistungs- und Beratungsangebot der SMP für Milchproduzenten, die einen Kurs zur Berechnung ihrer Vollkosten besuchen, ist inzwischen im zweiten Kampagnenjahr. Parallel dazu wurde der Kostenrechner im Internet mit den neusten betriebswirtschaftlichen Vergleichs- und Kennzahlen aktualisiert ([www.swissmilk.ch/kostenrechner](http://www.swissmilk.ch/kostenrechner)). Zusätzlich veröffentlichten verschiedene Autoren Fachartikel zum Thema. Auch diese sind im Internet abrufbar (Fachportal Milch).

Während die Schweiz die Qualitätsvorschriften weiter erhöht, öffnet das einseitig eingeführte Cassis-de-Dijon-Prinzip dem Qualitätsdumping alle Schleusen. Wässriger Rahm und gestreckter Käse sind die ersten Botschafter, mit denen der Bundesrat die Konsumentenpreise um zwei Milliarden Franken senken wollte.

## Cassis-de-Dijon: wässriger Rahm, gestreckter Käse

Per 1. Juli 2010 setzte der Bundesrat Neuerungen im Bundesgesetz über die technischen Handelshemmnisse in Kraft: Das Cassis-de-Dijon-Prinzip. Damit können nun Produkte, die in der EU oder im EWR-Raum rechtmässig in Verkehr sind, auch in der Schweiz hergestellt und verkauft werden. Dies soll den Konsumentinnen und Konsumenten Einsparungen von zwei Milliarden Franken bringen. Die ersten Erfahrungen machen nun deutlich: Die Produkte werden nicht billiger, weil die teure Umetikettierung entfällt, sondern weil sie nicht den hohen Schweizer Qualitätsnormen entsprechen. Beim Schlagrahm mit 30 statt der in der Schweiz vorgeschriebenen 35 Prozent Fettgehalt wird einfach mehr Wasser verkauft. Oder beim Reibkäse, der mit drei Prozent Stärke versetzt werden kann, dient der Vorwand des «Trennmittels» dazu, den Reibkäse zu strecken. Ob die Beschwerden der SMP zusammen mit dem Schweizerischen Bauernverband Erfolgchancen haben, ist offen.

## Scheinbarer Stillstand beim Freihandel verhandeln

Sowohl im Rahmen der multilateralen Doha-Runde für die weitere Liberalisierung der Agrarmärkte als auch bei den bilateralen Verhandlungen mit der EU für ein Freihandelsabkommen im Agrar- und Lebensmittelbereich (FHAL) gab es scheinbaren Stillstand. Bei der WTO ist das Agrardossier zwar weitgehend verhandelt. Ob und wann die Blockaden in den übrigen Dossiers gelöst werden, ist weiterhin sehr spekulativ.

Etwas anders ist die Situation beim FHAL. Der zunehmende innenpolitische Widerstand und die Annahme der parlamentarischen Initiative Joder im Nationalrat, welche einen Abbruch dieser Verhandlungen verlangt, veranlassen den Bundesrat zum Umdenken. Statt sektoriell und isoliert ein Agrar- und Lebensmitteldossier zu verhandeln, nimmt der Bundesrat die Idee wieder auf, ein drittes Bilaterales Verhandlungspaket mit weiteren Themen zu schnüren.

Ob letztlich ein WTO-Abkommen oder ein Agrarfreihandel mit der EU schlimmere Auswirkungen auf die produzierende Landwirtschaft hätte, wird kontrovers beurteilt.

## Position zur BO Milch und Motion Aebi

Nachall den Enttäuschungen über die Branchenorganisation Milch (BO Milch) in der ersten Jahreshälfte 2010, den anhaltend starken Preisdruck im Inland durch den Milchfettüberhang, die ungenügenden Massnahmen zum Butterlagerabbau und die sich weiter drehende Preisdumpingspirale auf allen Stufen, musste die SMP im August einen Richtungsentscheid fällen. Zwei Handlungsoptionen standen zur Wahl:

Entweder akzeptiert die SMP den stattfindenden Verdrängungskampf in der Milchproduktion und verzichtet darauf, Möglichkeiten für die Stabilisierung des Marktes zu suchen. Im Wissen darum, dass sich die Situation damit noch deutlich verschlechtern würde. Oder die SMP fordert flankierende politische Massnahmen und unterstützt aktiv entsprechende Vorstösse, wie beispielsweise die von Nationalrat Andreas Aebi am 16. Juni 2010 eingereichten Motion «Milchmengensteuerung für marktgerechte Milchmengen».

«Laissez faire» war für den SMP-Vorstand keine Option. Um der Marktstabilisierung zum Durchbruch zu verhelfen war er der Auffassung, dass es in Ergänzung zur BO Milch flankierende politische Massnahmen braucht. Der SMP-Vorstand unterstützte deshalb an seiner Sitzung vom 10. August die Motion Aebi als Massnahme, welche das Instrumentarium der Branchenorganisation sinnvoll ergänzt. Am 1. Oktober 2010 überwies der Nationalrat die Motion Aebi mit einer Mehrheit von 104 zu 60 Stimmen an den Ständerat.

## Was die Motion Aebi beinhaltet

Die Motion Aebi beinhaltet die Forderung, dass die Milchproduzenten mit der Allgemeinverbindlichkeit des Bundesrates solidarisch und nach dem Verursacherprinzip bei den einzelnen Milchproduzenten Geldmittel beschaffen können, wenn es die Marktsituation erfordert. Diese Geldmittel sollen über das Instrumentarium der Branchenorganisation Milch für Entlastungsmassnahmen eingesetzt werden.

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

Aus Sicht der Milchproduzenten erfüllte die BO Milch im Jahr 2010 die Erwartungen nicht. Es fehlte am Willen ihrer Mitglieder, die Beschlüsse umzusetzen. Mit dem Strategiewechsel – weg von der gemeinsamen Mengensteuerung hin zur individuellen Preis- und Mengestaffelung – nahm der Druck auf die Milchpreise nochmals zu.

## Chance zur Bewährung verpasst

Die junge und labile Branchenorganisation Milch (BO Milch) hätte das Jahr 2010 zur Bewährung und Konsolidierung nutzen können. Ende 2009 waren die Statuten, Reglemente und das neue Marktmodell so weit verabschiedet, dass ab Januar 2010 die neuen Instrumente der privatrechtlichen Marktordnung ihre Wirkung hätten entfalten können. Richtpreis, Mengenindex, Milchbörse und Marktabräumung hätten dafür sorgen sollen, dass der Milchabsatz und insbesondere das Milchfettüberangebot an die Aufnahmefähigkeit des Marktes hätten angepasst werden können.

Doch bereits an der ersten Sitzung im Januar 2010 deutete der Vorstand der BO Milch an, was sich bis Ende Jahr mehrmals bestätigen sollte: Die BO Milch wollte und konnte allein mit privatrechtlichen Mitteln das Marktgleichgewicht nicht korrigieren und damit auch nicht die einseitige Verteilung von Lasten und Gewinn innerhalb der Wertschöpfungskette Milch zum Nutzen der Produzenten verändern. Zu unterschiedlich waren die Interessen der Akteure, zu unverbindlich die Umsetzung der gefällten Beschlüsse, zu schwach die möglichen Sanktionen. Deshalb wurden selbst einstimmig gefasste Beschlüsse nicht umgesetzt.

## Unterschiedliche Interpretation des Zweckartikels

In ihren Statuten gibt sich die BO Milch den Zweck, die Wirtschaftlichkeit ihrer Mitglieder aus der Schweizer Milchwirtschaft durch Erhalt und Förderung der Wertschöpfung und der Marktanteile in den in- und ausländischen Märkten zu stärken.

Letztlich dürfte es die grundlegend unterschiedliche Interpretation dieses Zweckartikels sein, warum sich zu viele Mitglieder der BO Milch nicht an die Beschlüsse ihres Vorstandes hielten. Während die meisten Milchproduzenten ihre Wirtschaftlichkeit verbessern können, indem sie Überschüsse als treibende Kraft des Milchpreiserfalls vermeiden, erreichen die nachgelagerten Wertschöpfungsstufen über Mengenausdehnung und tiefere Preise mehr Wettbewerbskraft und Umsatz.

## Chronologie der Enttäuschungen

Die Liste der Versprechungen und nicht umgesetzten Beschlüsse der BO Milch ist lang:

- Seit Januar 2010 forderten die Milchproduzenten eine Richtpreiserhöhung, weil der Molkereimilchpreisindex deutlich angestiegen war. Doch erst auf Anfang Juli

hob die BO Milch den Richtpreis um 3,0 Rappen an. Die Daten aus dem Milchpreismonitoring zeigten jedoch, dass die Milchkäufer den Produzentenpreis im Durchschnitt lediglich um 1,2 Rappen erhöhten.

- Die als zweite Marktstufe installierte Milchbörse blieb praktisch trocken, obwohl die ansteigenden Butterlager die Milchüberschüsse deutlich sichtbar machten. Ende Mai durchbrachen die Butterlager erstmals die Marke von 10'000 Tonnen. Faktisch wurde auf dem Markt B-Milch nicht über die Börse, sondern als Vertragsmilch unter dem B-Preis gehandelt.
- Selbst mit der im Februar beschlossenen Massnahme, in der Periode März bis Juni 62 Millionen Kilogramm Milch an die Börse und in die Abräumung zu lenken, blieb das Angebot an der Börse aus.
- Wegen der wachsenden Milchfettüberproduktion und der steigenden Differenz zwischen Molkereimilchpreisindex und ausbezahlten Produzentenpreisen verlangte die SMP eine Senkung des Mengenindex auf deutlich unter 100. Dieses Begehren wurde nicht akzeptiert.
- Auf Druck der SMP-Delegiertenversammlung rang sich die BO Milch anfangs Mai dazu durch, eine teilweise verursachergerechte Finanzierung für den Export von 3'000 Tonnen Butter zu beschliessen. Doch statt der budgetierten 15 Millionen Franken kamen nur knapp zwei Drittel der Mittel zusammen. Die Marktorganisationen, die bis zu sechs Rappen pro Kilogramm Mehrmengenmilch hätten bezahlen müssen, erreichten durch ihren aktiven Widerstand und Austrittsdrohungen eine Amnestie auf das Niveau von 2,5 Rappen.

## BO verabschiedet sich von der Mengensteuerung

Es erstaunt nicht, dass die BO Milch mit diesem Leistungsausweis zunehmend und von verschiedenen Seiten in Kritik geriet. So liess die BO Milch die Instrumente der Mengensteuerung fallen. Die Mengen- und Preisstaffelung sollte ab 2011 den einzelnen Marktakteuren überlassen werden. Mit diesem Weg des geringsten Widerstandes wurden die Probleme der Überproduktion und des Butterberges in keiner Weise gelöst. Im Gegenteil, die Gefahr von Preisdruck und Einkommensvernichtung bestand weiterhin. Entsprechend setzte sich die SMP parallel zur Arbeit in der BO Milch dafür ein, dass eine minimale Marktstabilisierung über einen politischen Flankenschutz mittels der von Nationalrat Andreas Aebi eingereichten Motion erreicht werden kann.

# Marktlage und Milchverkauf

Der unerbittlich wachsende Butterberg zog sich wie ein roter Faden durch das Milchmarktjahr 2010. Die Branchenorganisation Milch war nicht fähig, diese Milchfettüberschüsse einzudämmen. Das Debakel berappten die Produzenten über Abgaben, Rückbehalte und sinkende Milchpreise.

## Wachsende Menge trifft auf gesättigte Märkte

Wie in den Vorjahren 2008 und 2009 zog sich der unerbittlich wachsende Butterberg als roter Faden durch das Milchmarktjahr 2010. Der ansteigenden Milchproduktion standen gesättigte Märkte bei den wertschöpfungsstarken Produkten im Inland gegenüber.

## Protein in den Export, Fett bleibt im Inland

Das Milcheiweiss aus der Mehrproduktion konnte über den freien Käsemarkt mit der EU, dank der Verkäufszulage und über die Stützung durch das Schoggigesetz, mehr oder weniger gut abgesetzt werden. Doch wie in den beiden Vorjahren fand das Milchfett von rund 160 Millionen Kilogramm Milch, dies entspricht etwa 8'000 Tonnen Butteräquivalent, keine Käufer im Inland. Diese Butterüberschüsse sorgten für starken Druck auf dem Milchfettmarkt und damit auf den Milchpreis. Einzelne Anbieter kämpften mit unterpreisigen Angeboten um Marktanteile und die Produzenten verbilligten rund 4'000 Tonnen Butteräquivalent für den Export. Der Rest füllte die Butterlager, welche im Mai erstmals die Marke von 10'000 Tonnen überschritten.

Dass dies so kommen musste, zeichnete sich bereits in den ersten Wochen des Jahres 2010 ab. Die für die Marktsegmentierung vorgesehenen Instrumente der Branchenorganisation Milch (BO Milch) griffen nicht, und die Akteure liessen mehrere von der BO Milch beschlossene Massnahmen zur Marktabräumung ins Leere laufen. Schliesslich konnten Butterexporte im Umfang von 4'000 Tonnen Butter getätigt werden.

## Milchproduzenten bezahlen das Marktdebakel

Für die sich türmenden Butterlager und die Überproduktion bezahlten die Milchproduzenten mehrfach. Über den Fonds der BO Milch mit 0,5 Rappen pro Kilogramm Milch, über Abzüge und Rückbehalte für nicht näher bestimmte Markt-massnahmen im Umfang von durchschnittlich einem Rappen, über die Zwangsproduktion von C-Milchmenge und über einen um drei Rappen gesenkten Milchpreis. Diese Milchpreissenkung war allein die Folge der Milchfettüberschüsse, denn der Nachteil des starken Frankens wurde durch die in der EU steigenden Milchpreise mehr als wettgemacht.

## Verluste in der Aussenhandelsbilanz

Auch im Aussenhandel hatten die Schweizer Milchprodukte im Jahr 2010 einen schweren Stand, trotz namhaften Mengen sehr günstig eingekaufter B- und C-Milch. Gegenüber dem Vorjahr wurde vor allem weniger Milchfett über Butter und Milchpulver exportiert, und beim Käse-Aussenhandel legten die Importe um 4,8 Millionen Milchäquivalent stärker zu als die Exporte. In der Aussenhandelsbilanz stiegen die Importe um 17,5 Millionen Milchäquivalent, während die Exporte um 23,4 Millionen Milchäquivalent sanken. Damit verschlechterte sich die Milch-Aussenhandelsbilanz im vergangenen Jahr um 40,9 Millionen Milchäquivalent.

## Problematik beim Milchverkauf

Einmal gemolken findet die Milch immer einen Käufer. Die Frage ist nur, zu welchem Preis. Immer stärker lagern die Erstmilchkäufer das finanzielle Risiko aus, indem der Preis erst Ende Monat festgelegt wird, oder die Milchkäufer sichern sich über Marktrückbehalte ab. Tatsächlich wird das Geschäft unberechenbar, wenn zuviele Milchverkäufer zuviel Milch bei den wenigen grossen Verarbeitern plazieren müssen. In einem gesättigten Markt geht dies nur über Zugeständnisse beim Preis. Gemäss der Auswertung des SMP-Milchpreismonitorings sank der Vertragspreis für Molkereimilch im Jahr 2010 um 3,04 auf 57,48 Rappen. Auch die Preise für Käseemilch sanken um 1,98 auf 72,85 Rappen. Insbesondere die Käsesorten Emmentaler AOC, Sbrinz AOC und Tilsiter Switzerland waren überdurchschnittlich von sinkenden Milchpreisen betroffen.

## Nichtproduzieren wäre günstigste Lösung

Jede Tonne Butter, die nicht im Inland zum Schweizer Preis vermarktet werden kann, kostet im Export rund fünftausend Franken. Bei 7'000 Tonnen Butterüberhang sind jährlich Mittel von 35 Millionen Franken nötig, um den Buttermarkt ins Lot zu bringen. Andererseits droht eine massive Preissenkung, wenn diese Menge Butter durch Preisunterbietung auf den Schweizer Markt drängt. Mit einer Milchbüchlein-Rechnung lassen sich die drastischen Folgen abschätzen: Wird der Inlandpreis für die 43'000 Tonnen im Inland vermarktete Butter auf EU-Niveau gedrückt, dann geht Wertschöpfung im Umfang von weit über 200 Millionen Franken verloren. Im Extremfall bedeutet dies eine Milchpreissenkung von über 20 Rappen. Am günstigsten wäre es deshalb, diese Butterüberschüsse gar nicht erst zu produzieren.

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

# Milchproduktion

Im Kalenderjahr 2010 produzierten 26'097 Milchproduzenten mit 566'047 Kühen eine Milchmenge von 3,438 Millionen Tonnen. Während die Milchmenge gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Prozent anstieg, nahm die Zahl der Milchproduzenten um 3,4 Prozent und die Zahl der Kühe um 1,1 Prozent ab. Diese Entwicklung liegt im langjährigen Trend.

## Rekordhohe Milchproduktion

Im Kalenderjahr 2010 produzierten die Milchbauern 3'437'622 Tonnen Milch für den Verkauf. Dies sind 22'270 Tonnen beziehungsweise 0,7 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit molken die 26'097 Milchproduzenten (-919 bzw. -3,4%) erneut eine Rekordmenge. Im Jahr 2010 waren 566'047 Kühe (-6'571 bzw. -1,1%) für die Verkaufsmilchproduktion registriert. Die durchschnittliche Einlieferung je Betrieb lag bei 127'082 Kilogramm (+5'434kg bzw. 4,5%), und die durchschnittlich verkaufte Milchmenge je Kuh betrug 5'859 Kilogramm (+120kg bzw. 2,1%).

## Weniger Bauern, weniger Kühe, mehr Milch

Die wichtigsten Kennzahlen der Milchproduktion liegen im langjährigen Trend: Immer weniger Milchbauern produzieren mit weniger Kühen eine höhere Milchmenge. Seit dem Jahr 2000 stellten annähernd 12'000 Produzenten (-31,5%) die Milchproduktion ein, die Zahl der Kühe für die Verkaufsmilchproduktion sank um rund 50'000 Tiere (-8,1%), die Milcheinlieferungen stiegen um 240'000 Tonnen (7,5%) und der durchschnittliche Betrieb erhöhte die Milchproduktion um 45'000 kg (55%). Weitere Kennzahlen zur Milchproduktion in der Schweiz sind auf Seite 25 tabellarisch dargestellt.

## Steigende Produktion trotz sinkenden Preisen

Trotz den seit 2008 stark gesunkenen Milchpreisen dehnten die Milchbauern ihre Produktion weiter aus. Die Gründe dafür sind vielfältig, kurzfristig folgen sie aber der ökonomischen Logik der landwirtschaftlichen Tretmühle. Wenn der Preis sinkt, dann muss der Bauer mehr produzieren, um die in der Milchproduktion hohen Fixkosten zu decken. Dies gilt insbesondere für Betriebe, die investierten. In den vergangenen drei Jahren wurden über 1'000 Um- und Neubauten für Milchvieh realisiert. Damit wurden neue Produktionskapazitäten geschaffen. Einzelbetrieblich können dank den Skaleneffekten die Produktivität erhöht und die Kosten gesenkt werden. Die Fortschritte in den Bereichen Futterbau, Fütterung, Tierhaltung und Management trugen ebenfalls dazu bei, dass mit einem tieferen Ressourcenverbrauch die Produktion gesteigert werden kann.

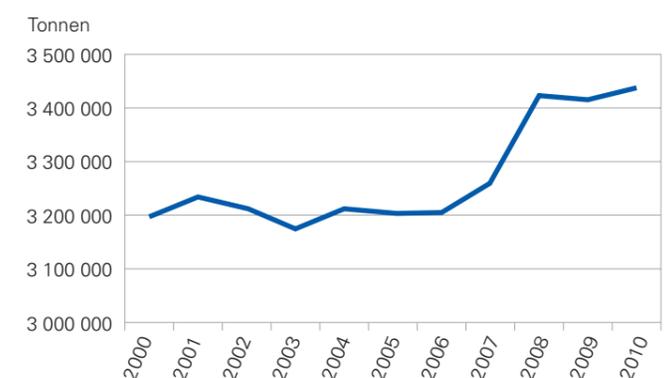
[www.swissmilk.ch/fachportal-milch](http://www.swissmilk.ch/fachportal-milch)

## Kühe zur Verkaufsmilchproduktion 2000 bis 2010



Quelle: TSM Treuhand GmbH

## Vermarktete Milchproduktion 2000 bis 2010



# Milchverarbeitung

Die Milchverarbeitung zeigt 2010 eine ähnliche Aufteilung wie im Vorjahr. Käse blieb mit 42,3 Prozent (+1,6%) Anteil an der Verarbeitungsmenge die wichtigste Produktgruppe und absorbierte die gesamte Milch-Mehrproduktion. Hingegen war der Bedarf für Milchspezialitäten, Milchpulver und Joghurt rückläufig. Diese Menge floss in die Butterherstellung.

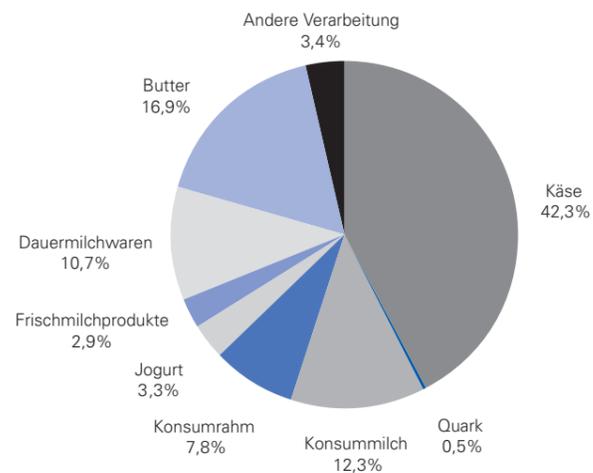
## Stabile Aufteilung auf die Produktgruppen

Die Verarbeitung der 3'437'622 Tonnen Milch zu den verschiedenen Produktgruppen veränderte sich im Kalenderjahr 2010 gegenüber dem Vorjahr kaum. Mit 42,3 Prozent der gesamten verarbeiteten Milchmenge blieb die Produktgruppe Käse unangefochten an der Spitze (siehe Grafik unten links). Gegenüber dem Vorjahr flossen sogar 23,6 Millionen Milchäquivalent (MAQ) beziehungsweise 1,6 Prozent mehr in die Käseverarbeitung. Die zweitgrösste Produktgruppe war Butter mit einem Verarbeitungsanteil von 16,9 Prozent (+8,5 Mio. MAQ bzw. +1,5%), gefolgt von Konsummilch mit 12,3 Prozent (-2,5 Mio. MAQ bzw. -0,6%), Dauermilchwaren mit 10,7 Prozent (-0,2 Mio. MAQ bzw. -0,1) und Konsumrahm mit 7,8 Prozent (+4,6 Mio. MAQ bzw. +1,8%) Anteil an der Milchverarbeitung.

Insgesamt wurden im Jahr 2010 folgende Produkte hergestellt (siehe auch Seiten 29 – 31):

- 493'421 Tonnen Konsummilch (+0,4%)
- 230'743 Tonnen Magermilchprodukte (+4,3%)
- 181'328 Tonnen Käse (+1,7%)
- 141'031 Tonnen Joghurt (-0,4%)
- 98'167 Tonnen Milchspezialitäten (-5,4%)
- 68'164 Tonnen Konsumrahm (-0,2%)
- 57'214 Tonnen Milchpulver und -kondensate (-5,4%)
- 48'575 Tonnen Butter (+1,4%).

## Verarbeitung der Milch 2010



Quelle: TSM Treuhand GmbH

# Käsemärkte

Le Gruyère AOC blieb im 2010 trotz einem Rückgang von 0,9 Prozent auf 28'164 Tonnen der meistproduzierte Käse. Das grösste Wachstum verzeichnete Mozzarella, dessen Produktion um 1'643 auf 18'819 Tonnen zunahm. Die Mehrproduktion wurde im Export abgesetzt, was eine zusätzliche Belastung des Inlandmarktes mit Milchfett bedeutet.

## Emmentaler holt auf, Gruyère bleibt an der Spitze

Im Kalenderjahr 2010 erholte sich die Käseproduktion gegenüber dem schwächeren Vorjahr wieder etwas. Aus 1'453 Millionen Milchäquivalent wurden insgesamt 181'323 Tonnen Käse und Quark hergestellt. Dies entspricht einer Zunahme von 22,7 Millionen Milchäquivalent (+1,6%) beziehungsweise 3'052 Tonnen Käse (+1,7%). Damit geht der Trend weiter, dass zwar mehr Käse produziert wird, dieser jedoch weniger Inhaltsstoffe enthält. Dies ist insbesondere bei Frischkäsen mit einer hohen Ausbeute und unterfetten Käse der Fall. Über die Hälfte des Produktionszuwachses entfiel auf Mozzarella.

## Mozzarella wächst am stärksten

Auch im Kalenderjahr 2010 stand Le Gruyère AOC mit einer Produktionsmenge von 28'164 Tonnen (-256t bzw. -0,9%) an der Spitze der meistproduzierten Käse, gefolgt von Emmentaler AOC mit 27'058 Tonnen (+1'336t bzw. +5,2%), Mozzarella mit 18'819 Tonnen (+1'643t bzw. 9,6%), übrige Frischkäse mit 15'846 Tonnen (+37t bzw. 0,2%) und Schweizer Raclettekäse mit 11'746 Tonnen (+537t bzw. 4,8%).

## Gewinner und Verlierer bei den Mengen

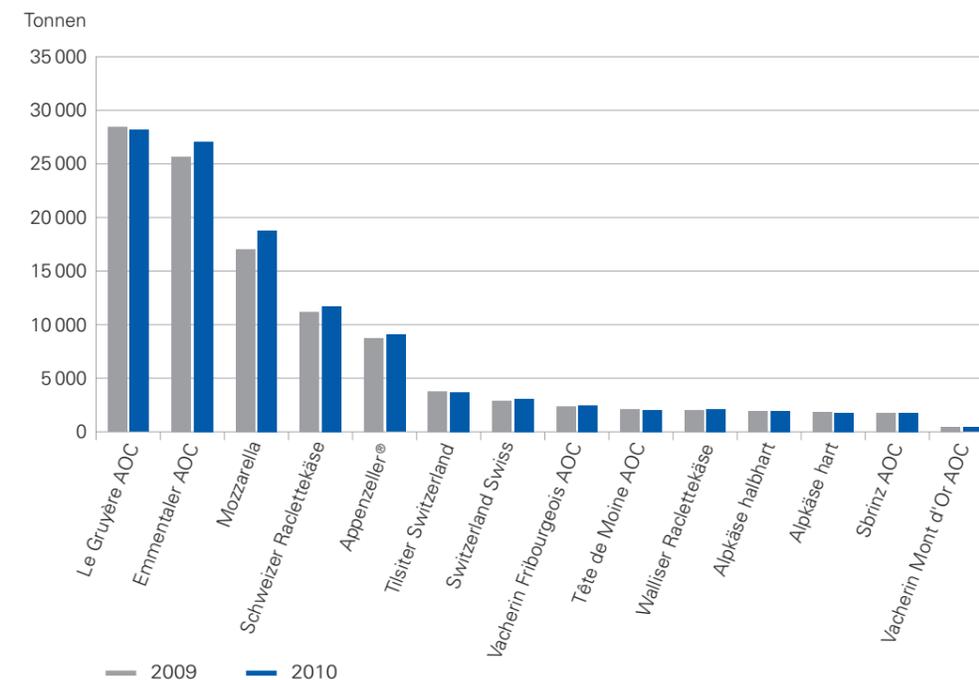
Mengenmässig den stärksten Produktionszuwachs verzeichneten Mozzarella (+1'643t), gefolgt von Emmentaler AOC (+1'336t), Schweizer Raclettekäse (+537t), anderen mageren bis viertelfetten Hartkäsen (+534t), anderen überfetten Halbhartkäsen (+480t), anderen mageren bis viertelfetten Weichkäsen (+468t) und halbharten Berg- und Schnittkäsen (+326t).

Mengenmässig bedeutende Verluste erlitten die Kategorien andere halb- bis vollfette Hartkäse (-1'511t), Quark (-594t), Schmelzrohware (-304t) und Le Gruyère AOC (-256t).

## Problematischer Trend im Käse-Aussenhandel

Als zunehmend problematisch für den schweizerischen Käsemarkt erweist sich die hohe Importfreudigkeit des Käse- und Lebensmittelhandels. Seit 2006 stiegen die Käseimporte jeweils mehr als doppelt so stark an wie die Exporte. Während im Kalenderjahr 2010 lediglich 1'560 Tonnen Käse mehr exportiert werden konnten, stiegen die Importe um 2'791 Tonnen an. Den 63'607 Tonnen exportierten Käse stehen inzwischen Importe von 46'892 Tonnen gegenüber. Auf zehn Tonnen exportierte Käse werden heute bereits deren acht importiert; im Jahr 2006 waren es erst sechs Tonnen.

## Produktion ausgewählter Käsesorten 2009 und 2010



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Schweizer Milchprodukte sind starker Konkurrenz ausgesetzt durch Softdrinks, Pflanzenfette oder ausländische Käse. Das professionelle Basismarketing gibt schlagkräftig Gegensteuer. Mit vielfältigen Massnahmen stärkt die SMP das Image der Milch, erklärt den gesundheitlichen Nutzen und schafft Konsumanreize. Ohne diese Aktivitäten wären die für die Produzenten so wichtigen Volumenprodukte kaum am Markt präsent.

## Gemeinsam stark

Ein Kaffee ohne Milch, ein Stück Zopf ohne Butter oder eine Apéroplatte ohne Käse – lange Zeit war das undenkbar. Leider ist die regelmässige Wahl von Milchprodukten immer weniger selbstverständlich. Zu verlockend sind die vielen Konkurrenzprodukte, zu sehr verändern sich die Konsumgewohnheiten hin zu internationaler Küche und damit tendenziell weg von inländischen Grundnahrungsmitteln. Basismarketing ist ein wirksames Mittel, die bis anhin positive Grundstimmung der Konsumentinnen und Konsumenten weiterhin aufrecht zu erhalten. Allerdings können nur gemeinsame Aktivitäten aller Produzenten erfolgreich sein, denn nur sie erlauben einen effizienten, gesamtschweizerischen Marktauftritt der Milch. Den hat sie nötig, um ihre starke Stellung zu halten und um einen wesentlichen Beitrag an das Einkommen der Milchproduzenten zu leisten.

## Immer präsent

Das Milchmarketing legt den Fokus auf drei wichtige Dimensionen: Erstens will es das positive Image von Milch und Milchprodukten festigen, zweitens den wichtigen gesundheitlichen Stellenwert erklären und drittens vielfältige Verwendungsgelegenheiten zeigen. Das strategisch aufgebaute SMP-Marketing setzt die Mittel dort ein, wo sie am wirksamsten sind, also bei relevanten Zielgruppen, bei denen Einstellungen und Konsumverhalten positiv beeinflusst werden können. Das sind beispielsweise Familien mit Kindern oder junge Erwachsene. Strategisches Vorgehen, messbare Ziele, klare Botschaften, kreative und vielfältige Massnahmen sowie ein systematisches Controlling sorgen dafür, dass Milch und Milchprodukte das ganze Jahr hindurch präsent sind und dass der mächtigen Konkurrenz – die von Softdrinks über Mineralwasser und pflanzliche Fette bis hin zu ausländischen Agrarprodukten reicht – die Stirne geboten wird.

## Koordiniert aktiv

Das SMP-Marketing nutzt die zahlreichen Zusammenarbeitsmöglichkeiten innerhalb der Schweizer Landwirtschaft: Es nimmt in der AMS Agro-Marketing Suisse eine zentrale Rolle ein, organisiert die Messeauftritte im Inland und den Schweizer Auftritt an der Grünen Woche in Berlin, betreut den gemeinsamen Einkauf von Media-Leistungen der Landwirtschaftsorganisationen und arbeitet mit bei den Aktivitäten für SUISSE GARANTIE, dem Kennzeichen für echte Schweizer Lebensmittel.



Im Sommer 2010 war die Fussball-WM das wichtigste Gesprächsthema. Lovely nahm selbstverständlich auch teil und beherrschte einmal mehr den Fussball besser als mancher Schweizer Spieler in Südafrika. Der pfiffige Werbespot war während der besten Sendezeit zu sehen und wurde schnell zum Publikumsliedling.



## Nützlich für jeden Milchproduzenten

Weil die Milchproduzenten die besten Botschafter für ihre Produkte sind, 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 [www.swissmilk.ch/milchmarketing](http://www.swissmilk.ch/milchmarketing).

## Lovely im Web

Ob Informationen über Produkte oder über die gesunde Ernährung, ob TV-Spots oder Werbeartikel, ob Schulungshilfen oder Rezepte – ein Besuch des Milchmarketings unter [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch) lohnt sich.

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

Der Dialog mit wichtigen Zielgruppen findet immer häufiger elektronisch statt. Die SMP verschickt nicht nur regelmässig Newsletter an Lehrpersonen, Ernährungsfachleute und Produzenten, sondern auch an Familien. Mit dieser wichtigen Zielgruppe pflegt sie den Kontakt auch durch den Versand eines halbjährlichen Magazins.



Festivals und Konzerte halten im Sommer Jung und Alt in Bewegung. Und was macht die Milch? Sie mischt sich unter die Menge! Im Sommer 2010 natürlich am Eidgenössischen Schwingfest in Frauenfeld, aber auch am slowUp für Bewegungsfreudige, an Kinderkonzerten, an Openair-Festivals für junge Erwachsene oder an Stadtfesten.

Käse ist die wichtigste Verwertungsart für Milch und die Entwicklung des inländischen Käsekonsums für die Milchproduzenten von entsprechend hoher Bedeutung. Deshalb bezahlen sie eine Werbeabgabe für das inländische Käsemarketing, das der SCM übertragen wurde. 2010 wurden verschiedene promotionelle Werbespots zur Ankurbelung des Absatzes eingesetzt. Für intensive Geniesser gab es ein echtes Schweizer Käsemesser.



Das wichtigste Merkmal der Milch ist ihr gesundheitlicher hoher Stellenwert. Weshalb das so ist und was es täglich braucht, das kommuniziert die SMP regelmässig allen wichtigen Zielgruppen. Denn ausreichendes Wissen ist eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass man genügend Milch, Milchprodukte und Butter konsumiert.



Der Tag der Pausenmilch feierte sein zehnjähriges Jubiläum mit einem neuen Teilnahmerecord: 357'000 Schülerinnen und Schüler freuten sich über den Besuch der Milch. Der Anlass sensibilisiert Kinder, Lehrpersonen und Eltern für ein gesundes Znüni und die Bedeutung der Milch. Die SMP konnte wieder auf tatkräftige Unterstützung des Schweizerischen Bäuerinnen- und Landfrauenverbandes SBLV zählen.



Gluschtige Rezepte verlocken zum Nachkochen. Deshalb pflegt die SMP die grösste bebilderte Schweizer Rezept- und Backdatenbank. Inspirationen finden Köchinnen und Köche auch im Schweizer Kochmagazin LE MENU, das zehnmal jährlich erscheint und von jeweils 330'000 Leserinnen und Lesern genutzt wird.

# Vision, Strategie und Aufgaben der SMP

«Effizient und effektiv wirtschaftende Milchproduzenten erzielen im Milchland Schweiz einen Arbeitsverdienst, der mit jenem übriger Erwerbstätiger mit gleichen beruflichen Anforderungen vergleichbar ist.» Diese Vision stellt die Milchproduzenten und deren wirtschaftlichen Erfolg ins Zentrum der Interessensvertretung. Daran richten sich die Aufgaben der SMP aus.

## Viele wichtige Fragen

Welche Vision hat die SMP als Dachorganisation aller Milchproduzenten in der Schweiz? Welche Strategie verfolgt die SMP und mit welchen Massnahmen erreicht sie die Ziele? Und wie müssen sich die Milchproduzenten in der Schweiz und die Schweizer Milchproduzenten SMP für die Zukunft im Markt und in der Politik organisieren, um erfolgreich zu sein?

## Entscheid für klare Antworten

Diesen Fragen stellten sich im Geschäftsjahr 2010 die SMP-Vorstandsmitglieder, die Geschäftsführer der Mitgliedsorganisationen und die Geschäftsleitung der SMP. Das Ergebnis und die Überlegungen dazu fasst der Bericht «Vision, Strategie und Massnahmen der Schweizer Milchproduzenten SMP 2010 bis 2015» zusammen. Am 17. August 2010 verabschiedeten alle Beteiligten diesen Bericht einstimmig und legten damit die strategische und operative Stossrichtung für die kommenden Jahre fest.

Grundsätzlich bestätigten die Vertreter der Mitgliedsorganisationen das bisherige Tätigkeits- und Aufgabengebiet der SMP. Entscheidend ist, dass diese Zustimmung auf einer sorgfältig erarbeiteten Analyse der Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren beruht, und die Mitglieder ihre Anliegen und Ansprüche an ihre Dachorganisation einbrachten.

## Vision: Der Milchproduzent steht im Zentrum

«Effizient und effektiv wirtschaftende Milchproduzenten erzielen im Milchland Schweiz einen Arbeitsverdienst, der mit jenem übriger Erwerbstätiger mit gleichen beruflichen Anforderungen vergleichbar ist.» Diese Vision stellt die Milchproduzenten und deren wirtschaftlichen Erfolg ins Zentrum der Interessensvertretung. Effizient und effektiv beziehen sich dabei auf das natürliche Umfeld des einzelnen Betriebs. Damit ist die optimale Ausrichtung des Betriebs und die professionelle Milchproduktion gemeint.

## Strategie: Entscheidende Faktoren beeinflussen

Die Strategie, mit welcher die Vision angestrebt wird, ist im Kern denkbar einfach: Die SMP beeinflusst zusammen mit den Mitgliedsorganisationen alle für den Arbeitsverdienst der Milchproduzenten relevanten Faktoren in Richtung einer Verbesserung des Arbeitsverdienstes. Dies geschieht insbesondere durch:

- Beeinflussung der Direktzahlungen und weiteren politischen Rahmenbedingungen
- Beeinflussung des Markterlöses (unter anderem auch durch die Beeinflussung von politischen Rahmenbedingungen und Marktstabilisierungsmassnahmen)

- Basismarketing zur Konsumstimulierung von Schweizer Milch und Milchprodukten
- Beeinflussung der Kosten
- Information und Dienstleistungen.

## Aufgabenschwerpunkte

Die SMP erfüllt ihre von der Strategie abgeleiteten Aufgaben in enger Zusammenarbeit mit ihren Mitgliedsorganisationen. Dabei nimmt die SMP alle nationalen Aufgaben im Interesse und Dienste der Milchproduzenten wahr. Die SMP unterstützt gleichzeitig eine starke Präsenz der Mitgliedsorganisationen in den Regionen und deren Tätigkeit.

In überregionalen Fragen ist die SMP integrale Interessensvertreterin gegenüber Behörden, Politik und Gesellschaft. Die Rolle der SMP liegt bei Marktfragen insbesondere bei der umfassenden Grundlagenbeschaffung, der Koordination und der Vermittlung. Die SMP betreibt eine schlagkräftige Basiskommunikation für Milch und Milchprodukte und erbringt Dienstleistungen im Interesse aller Milchproduzenten.

## Strukturen an der Aufgabenerfüllung ausrichten

Die Milchproduzenten erwarten unabhängig von ihrer organisatorischen Eingliederung, dass diese Aufgabenbereiche erfüllt werden. Dennoch musste die Frage geklärt sein, ob nicht eine andere Organisationsform als die heutige Struktur mit dem Genossenschaftsverband und seinen zwölf Mitgliedsorganisationen schlagkräftiger wäre. Insbesondere die Möglichkeit der Eingliederung in den Schweizerischen Bauernverband oder die direkte Einzelmitgliedschaft bei der SMP wurden verschiedentlich auch von der Basis ins Spiel gebracht. Prüfwert war aber auch eine mit einer «Milchkammer» erweiterten Struktur, um allen Marktakteuren eine Plattform zu bieten, sowie die direkte Einbindung der Produzenten-Vertreter der Branchenorganisation Milch in die SMP-Strukturen.

## Bester Nutzen mit den bewährten Strukturen

Unter Abwägung aller Vor- und Nachteile beurteilten die Mitgliedsorganisationen eine grundlegend neue Ausrichtung der organisatorischen Eingliederung der Interessensvertretung der Milchproduzenten als wenig zielführend. Hingegen wird zur Verbesserung der Organisationsstruktur auf Bestehendem aufgebaut. Insbesondere soll ein verstärkter Interessenausgleich der Marktorganisationen (PO, PMO) innerhalb der SMP-Mitgliedsorganisationen und damit ein einheitlicher Auftritt der Milchproduzenten gefördert werden.

[www.swissmilk.ch/vision2015](http://www.swissmilk.ch/vision2015)

# Delegiertenversammlung

Am 21. April 2010 hielt die SMP ihre ordentliche Delegiertenversammlung ab. Nebst den statutarischen Geschäften stand die Branchenorganisation Milch im Fokus. Die SMP kritisierte jene Marktakteure, die keinen Willen zeigten, die vereinbarten Instrumente anzuwenden. Auf die Herbst-Delegiertenversammlung wurde verzichtet.

## 21. April: Frühjahrs-Delegiertenversammlung

Die Bemühungen der SMP, die Marktakteure in der Branchenorganisation Milch auf die vereinbarte Wertschöpfungsstrategie zu verpflichten, haben nicht gefruchtet. Die Milchpreise sind weiter unter Druck, obwohl das Marktumfeld freundlicher wird und der Molkereimilchpreisindex mehrere Rappen über dem ausbezahlten Industriemilchpreis liegt. Trotzdem ist der Vorstand der Branchenorganisation Milch nicht bereit, den Richtpreis zu erhöhen und den Mengenindex auf eine marktkonforme Menge zu senken. Ebenso wurden die beschlossenen Massnahmen zur Butterabräumung nicht umgesetzt.

Anlässlich der Delegiertenversammlung spricht SMP-Präsident Peter Gfeller erneut in der Öffentlichkeit Klartext. «Der Milchpreis ist weiterhin unter Druck. Schuld daran tragen jene Marktakteure in der Branchenorganisation Milch, die keinen Willen zeigen, die vereinbarten Instrumente richtig anzuwenden und die gefällten Beschlüsse auch umzusetzen», sagt Gfeller.

## Resolution zuhanden der BO Milch

Aus diesem Grund fordern die SMP-Delegierten mit einer Resolution die Branchenorganisation Milch zum raschen Handeln auf:

- Die SMP fordert von der Branchenorganisation Milch, alle Massnahmen darauf auszurichten, dass eine weitere Senkung des Molkereimilchpreises verhindert wird.
- Die bereits beschlossene Abräumung von 52 Millionen Kilogramm Milch ist sofort, bis spätestens Mitte Mai, umzusetzen, und der Mengenindex ist auf 93 Prozent zu reduzieren, um die Vertragsmenge den effektiven Absatzmöglichkeiten anzupassen.
- Die Beschlüsse der Branchenorganisation Milch müssen konsequent umgesetzt und deshalb der Vollzug verstärkt werden.

Die Delegierten stimmen der Resolution mit einem überwältigenden Mehr von 141 zu 7 Stimmen (95,3 Prozent) zu.

## Beschlüsse

- Die Delegierten stimmen den statutarischen Geschäften (Protokoll, Geschäftsbericht 2009 und Jahresrechnung 2009) zu und entlasten die Organe.
- Die Delegierten beschliessen die Beiträge zur Finanzierung der Aufgaben. Demnach erheben die Mitgliedsorganisationen auf der von den einzelnen oder indirekt angeschlossenen Produzenten vermarkteten Milch für die Periode 1. Mai 2010 bis 30. April 2011 folgende Ansätze:

- Verwaltungskosten: 0,15 Rappen
- Marketingfonds: 0,525 Rappen\*
- Basismarketing Schweizer Käse: 0,2 Rappen\*
- SBV-Beitrag: 0,04 Rappen.

\* Die Beiträge für den Marketingfonds und das Basismarketing Schweizer Käse sind allgemeinverbindlich. Für den Milchstützungsfonds werden im Jahr 2010 keine Beiträge erhoben, da auch keine Stützungs-massnahmen daraus finanziert werden.

## Ersatzwahlen

Die Delegiertenversammlung wählt für zurückgetretene Vorstandsmitglieder und Suppleanten folgende Personen:

- Fritz Wyss, Landwirt, Wengi b. Büren BE, als Vorstandsmitglied für die Lobag (ersetzt Hansruedi Scheuner)
- Max Stalder, Visp VS, Vizepräsident Walliser Milchverband WMV, als Suppleant (ersetzt Urs Guntern)
- Gianmarco Fattorini, Geschäftsführer der Federazione ticinese produttori di latte FTPL, San Antonino TI, als Suppleant (ersetzt Claudio Guarise).

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

Der Vorstand erledigte seine Geschäfte an acht ordentlichen und zwei ausserordentlichen Sitzungen. Anfangs Jahr gab zu reden, dass einige Marktakteure die Instrumente der Branchenorganisation Milch unterlaufen. So setzte sich ab Mitte Jahr die Erkenntnis durch, dass die Milchproduzenten ohne politischen Flankenschutz kaum Einfluss auf den Milchmarkt nehmen können.

## 28. Januar: SMP koordiniert «Produzentenfamilie»

- Der Vorstand fordert, dass die Branchenorganisation Milch (BO Milch) ihre Instrumente anwendet. Aufgrund der Marktlage muss der Mengenindex reduziert und der Richtpreis erhöht werden.
- Der Vorstand löst die «Kommission Milchmarkt» auf, in welcher die Produzentenvertreter der 38 Milchverkaufsorganisationen Einsitz nahmen. Mit den neuen Strukturen der Branchenorganisation Milch koordiniert die SMP ab sofort die producentenseitigen Mitglieder der BO Milch. Vor den Delegiertenversammlungen beziehungsweise Vorstandssitzungen lädt die SMP ein, um die Geschäfte vorzubesprechen, Positionen zu klären und nach Möglichkeit die Stellungnahmen zu koordinieren.
- Der Vorstand genehmigt die strategischen Ziele für 2010. Neue Schwerpunkte bilden das Umsetzen der von der BO Milch beschlossenen Instrumente. Zudem sollen Strategie, Organisationsstruktur und Aufgaben der SMP überprüft werden.
- Die Risiken der SMP verändern sich mit dem Wandel des politischen, wirtschaftlichen und organisatorischen Umfeldes. Schwelende bis offen ausgetragene Meinungsverschiedenheiten stärken die Position der Milchproduzenten gegenüber Politik und Marktakteuren nicht. Dies nimmt der Vorstand anlässlich der periodischen Risikobeurteilung zur Kenntnis.

## 18. März: Keine Viehexporte ohne Finanzierung

- Der Vorstand verabschiedet die Jahresrechnungen und Finanzierungsbeschlüsse zuhanden der Delegiertenversammlung.
- Erstmals fehlen in diesem Jahr die Bundesbeiträge für den Export von 5'000 Stück Nutztvieh. Der Vorstand sieht keine Möglichkeit, auf eigene Rechnung eine nutzbringende Alternative zur Reduktion der Kuhzahl zu bieten.
- Für die finanzielle Unterstützung von regionalen Marketingprojekten durch die SMP genehmigt der Vorstand das Reglement.
- Der Vorstand bestätigt die gemeldeten Vertreter und Suppleanten der Kommission Käseemilch.

## 19. April: 1. ausserordentliche Sitzung

- Aus Sicht der Milchproduzenten erfüllt die BO Milch die ihr zugewiesenen Aufgaben nicht. Der Vorstand bespricht eine Resolution, welche die SMP-Delegiertenversammlung an den Vorstand der BO Milch richten soll. Die Resolution fordert, dass eine weitere Preissenkung verhindert und der Mengenindex auf 93 Prozent reduziert wird, und dass die Butterabräumung unverzüglich erfolgen muss.

## 6. Mai: Milchfett – viele Probleme, kaum Lösungen

- Der Vorstand diskutiert die aktuelle Lage am Milchmarkt und hofft, dass die neuen Vorschläge der BO Milch zur Butterabräumung wirken werden.
- Für die Milchfett-Überschüsse verantwortlich sind in absteigender Priorität die Milchmenge, die Konsummilch-Standardisierung, die Entwicklungen bei der Käseverarbeitung sowie die zunehmenden Gehalte. Stossend ist, dass auf Milch mit zu wenig Fett Abzüge gemacht werden, während gleichzeitig für die Überschussverwertung bezahlt werden muss. Die Handlungskompetenz liegt jedoch bei den Marktorganisationen.

## 24. Juni: Zahnlose Branchenorganisation

- Der Vorstand diskutiert die Umsetzung der von der BO Milch beschlossenen Richtpreiserhöhung um drei Rappen pro Kilogramm Milch. Einmal mehr droht, dass Beschlüsse der BO Milch nur teilweise oder gar nicht umgesetzt werden.
- Die Butterlager türmen sich weiter auf. Die BO Milch schafft es nicht, die Marktakteure zur Umsetzung des dreistufigen Marktmodells zu verpflichten. Weil kaum Milch über die Börse gehandelt wird, fällt auch keine Milch zur Abräumung an. Um die Butterüberschüsse abzubauen, sollen die Produzenten mit einer ausserordentlichen, teilweise verursachergerechten Finanzierungsaktion 15 Millionen Franken für den Export von 3'000 Tonnen Butter bereitstellen.
- Der Vorstand informiert sich über die «Qualitätsstrategie» von Bundesrätin Doris Leuthard. Unter der Federführung des Bundesamtes für Landwirtschaft arbeiten Verantwortliche aus Ernährungswirtschaft, Gastronomie, Tourismus und Umweltverbänden an einem gemeinsamen Konzept mit den Teilen Qualitätsführerschaft, Marktoffensive und Qualitätspartnerschaft.
- Der Vorstand diskutiert ein erstes Mal die «Motion Aebi: Milchmengensteuerung für marktgerechte Milchmengen».

## 10. August: Unterstützung für die Motion Aebi

- Es zeichnet sich immer deutlicher ab, dass die Mengensteuerung über die Instrumente der BO Milch nicht funktioniert. Die Milchmenge und damit die Butterüberschüsse nehmen weiter zu. In der Analyse gelangt der Vorstand zum Schluss, dass die Produzenten zwingend flankierende politische Massnahmen brauchen, um das Milchangebot der tatsächlichen Nachfrage anzupassen. Der Vorstand unterstützt deshalb die Motion von Nationalrat Andreas Aebi deutlich. Eine Minderheit lehnt sie ab.
- Der Vorstand beschliesst den Beitritt zu Agridea, der Schweizerischen Vereinigung für die Entwicklung der Landwirtschaft und des ländlichen Raums. Agridea betreibt die beiden Beratungszentralen Lindau und Lausanne.

## 20. September: Strategie und Aufgaben der SMP

- Der Vorstand verabschiedet den Bericht «Vision, Strategie und Massnahmen der Schweizer Milchproduzenten SMP 2010–2015». Diesen Bericht erarbeiteten alle Vorstandmitglieder und Geschäftsführer gemeinsam, um die strategische, organisatorische und operative Ausrichtung zu klären.
- Der Vorstand ist einverstanden, dass Proviande die tierbezogenen Abgaben zur Absatzförderung von Schweizer Fleisch schrittweise erhöhen kann.
- Der Vorstand nimmt Kenntnis davon, dass der Vorstand der BO Milch sich gegen eine nationale Mengensteuerung ausspricht. Entsprechend setzt die BO Milch die Steuerungsinstrumente aus und entwickelt ein neues Marktmodell für das Jahr 2011.

## 14. Oktober: Keine DV im Herbst

- Der Vorstand verschiebt die Herbst-Delegiertenversammlung auf einen späteren Zeitpunkt, da keine statutarischen Geschäfte zu behandeln sind. Auch zu den Entwicklungen in der Branchenorganisation Milch und zur Motion Aebi können den Delegierten keine Anträge zur Beschlussfassung unterbreitet werden.
- Der Vorstand beschliesst, dass die SMP dem «Schweizer Netzwerk nachhaltige Soja» beitrifft.

## 3. November: 2. ausserordentliche Sitzung

- Der Vorstand gibt den beiden SMP-Delegierten in der Branchenorganisation Milch den Auftrag, dem Massnahmenkatalog zur Stabilisierung des Milchmarktes zuzustimmen.
- Der Vorstand genehmigt die «Vereinbarung zur Ausgestaltung der Milchkaufverträge», die so genannten «Eckwerte Milchkauf». Neu ist die Einführung eines Qualitätsbonus. Hingegen wird bei den Abzügen nicht mehr auf den Durchschnitt, sondern auf die Einzelprobe abgestützt.

## 9. Dezember: Milchfettverwertung beschäftigt

- Der Vorstand genehmigt die Teilbudgets Marketing und Verband für 2011.
- Auf Antrag der Thurgauer Milchproduzenten will der Vorstand eine koordinierte und vertiefte Diskussion über Massnahmen zum Milchfettgehalt und zur Milchfettverwertung führen. Die Geschäftsstelle wird dazu ein Grundlagenpapier erstellen.
- Der Vorstand orientiert sich über den Stand zur Weiterentwicklung des Direktzahlungssystems. Die möglichen Auswirkungen auf die Milchbetriebe können erst vermutet, aber noch nicht beziffert werden. Insbesondere die Abkehr von den tierbezogenen Beiträgen hin zur Bindung an die Fläche wird kritisch beurteilt.
- Der Vorstand begrüsst die Aktivitäten der SMP, dass die vom Bundesrat beschlossene Kürzung der Verkäsungszulage rückgängig gemacht werden kann.

## Vorstandsausschuss

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

## Kommission Käseemilch

Unter dem Vorsitz von SMP-Vizepräsident André Aeby traf sich die Kommission Käseemilch zu fünf Sitzungen. Nebst der Information über den Marktverlauf standen die ungenügende Vertretung der Käseemilchproduzenten in der Branchenorganisation Milch, die Massnahmen zur Buttermarktlastung, die Sicherung der Zulagen sowie die Neuausrichtung der Milchprüfung und Qualitätsbezahlung im Vordergrund. Die Kommission hat sich inzwischen als Interessensvertreterin der Käseemilchproduzenten innerhalb der SMP etabliert.

# Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2010

Die Budgetvorgaben und finanziellen Zielsetzungen der SMP für das Geschäftsjahr 2010 sind erreicht. Bei der Verbandsrechnung wie der Rechnung des Milchstützungsfonds konnte bei einem budgetierten leichten Verlust in der definitiven Jahresrechnung 2010 im leicht positiven Bereich abgeschlossen werden.

Die Budgetvorgaben und finanziellen Zielsetzungen der SMP für das Geschäftsjahr 2010 sind erreicht. Bei der Verbandsrechnung wie der Rechnung des Milchstützungsfonds konnte bei einem budgetierten leichten Verlust in der definitiven Jahresrechnung 2010 im leicht positiven Bereich abgeschlossen werden.

In der Teilrechnung des Marketingfonds ist ein zumindest mittelfristig angestrebter Ausbau der Eigenkapitalquote vorzeitig erreicht worden. Vornehmlich ist dies auf nicht erwartete und auch nicht unbedingt absehbare Faktoren zurück zu führen. Die Eigenkapitalbasis des Marketingfonds ist damit auf einem Stand, welcher es erlaubt, eine kurzfristige Verzögerung der Beitragsmittel des Bundes oder einen Beitragsausfall im Sinne eines Krisenszenarios zu überbrücken oder einmalig aufzufangen. Dies ist umso wichtiger, als dass die Planungshorizonte und Vorlaufzeiten im Marketing bedeutend sind und weit über die einzelnen Geschäfts- und Kalenderjahre hinaus gehen. Eine finanzielle Risikoposition ist damit teilweise entschärft.

Auf konsolidierter Ebene resultiert schwergewichtig als Folge des Ausbaus einer verbesserten Eigenkapitalbasis im Marketingfonds insgesamt ein Ertragsüberschuss von CHF 3,8 Mio.

Auf den Bilanzstichtag per 31.12.2010 kann wie im Vorjahr ein weiter gesundes Bilanzbild gewahrt werden. Die Liquiditätssituation hat sich nochmals verbessert, unter anderem verursacht durch die Rückzahlung von kurzfristigen Überbrückungsfinanzierungen und langfristigen Aktivdarlehen, aber auch durch die Rechnungsstellung von tieferen Beiträgen. Die ausgewiesene Eigenkapitalquote erreicht 55% (Vorjahr: 56%).

Bei der Darstellung und Präsentation der Jahresrechnung wollen wir unverändert die Zielsetzung einer hohen Transparenz sicherstellen. Der handelsrechtliche Abschluss bildet grundsätzlich auch die Grundlage für die steuerrechtliche Behandlung der Schweizer Milchproduzenten SMP.

## Verbandsrechnung

In der Verbandsrechnung kann ein Ertragsüberschuss von CHF 0,2 Mio. (Budget: -CHF 0,2 Mio.) ausgewiesen werden.

Das gegenüber dem Budget leicht bessere Gesamtergebnis kommt von höheren Erträgen aus der eigenen Geschäftstätigkeit (+24 %), aber auch von tieferen Betriebsaufwendungen (-5 %). Ein hohes Kostenbewusstsein und eine konsequente Kostendisziplin über alle Stufen sind vorhanden. Davon zeugen stellvertretend der zum Vorjahr unveränderte Personalaufwand, tiefere Betriebskosten durch die Investition in eine neue IT-Plattform und unter anderem ein restriktives Vorgehen bei Beiträgen. Ebenso ist 2010 die Herbst-DV entfallen und hat sich die Sitzungstätigkeit der verschiedenen Gremien reduziert.

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2010				
Aktiven (in 1000 CHF)	2010	%	2009	%
Flüssige Mittel	43570	46,4	29740	34,4
Wertschriften	26073	27,7	20790	24,0
Forderungen Dritte	13099	13,9	21673	25,1
Forderungen Vorsorgeeinrichtungen	4	0,0	19	0,0
Vorräte	91	0,1	150	0,2
Aktive Rechnungsabgrenzung	4562	4,9	5721	6,6
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>87399</b>	<b>93,0</b>	<b>78093</b>	<b>90,3</b>
Finanzanlagen	4480	4,8	5852	6,7
Mobile Sachanlagen	647	0,7	745	0,9
Geschäftsliegenschaft	1265	1,3	1380	1,6
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>6392</b>	<b>6,8</b>	<b>7977</b>	<b>9,2</b>
Vermögenswerte	231	0,2	428	0,5
<b>Total betriebsfremdes Vermögen</b>	<b>231</b>	<b>0,2</b>	<b>428</b>	<b>0,5</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>94022</b>	<b>100,0</b>	<b>86498</b>	<b>100,0</b>
<b>Passiven (in 1000 CHF)</b>				
Kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	10751	11,5	7358	8,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten Vorsorgeeinrichtungen	280	0,3	170	0,2
Passive Rechnungsabgrenzung	3562	3,8	4580	5,3
Kurzfristige Rückstellungen	1154	1,2	867	1,0
<b>Total Fremdkapital kurzfristig</b>	<b>15747</b>	<b>16,8</b>	<b>12975</b>	<b>15,0</b>
Hypothekerverbindlichkeiten	-	0,0	400	0,5
Andere langfristige Verbindlichkeiten	109	0,1	110	0,1
Rückstellungen langfristig	17251	18,3	15864	18,3
Rückstellungen Milchstützungsmassnahmen	8800	9,4	8800	10,2
<b>Total Fremdkapital langfristig</b>	<b>26160</b>	<b>27,8</b>	<b>25174</b>	<b>29,1</b>
Genossenschaftskapital	3000	3,2	3000	3,5
Kapital Spezialfonds	22929	24,4	23159	26,7
Reserven, Bilanzgewinn	22421	23,8	18656	21,6
Jahresergebnis	3765	4,0	3534	4,1
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>52115</b>	<b>55,4</b>	<b>48349</b>	<b>55,9</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>94022</b>	<b>100,0</b>	<b>86498</b>	<b>100,0</b>

## Konsolidierte Bilanz

Die konsolidierte Bilanzsumme liegt bei CHF 94 Mio. Mit einem Anteil des Umlaufvermögens von 93% der Bilanzsumme befindet sich die Liquiditätssituation absolut im grünen Bereich. Die Passivseite ist geprägt durch ein gesundes Verhältnis zwischen kurz- wie langfristigem Fremd- und Eigenkapital. Die Finanzierungssituation mit einem kurzfristigen, nicht zinstragenden Fremdkapital von lediglich 17% darf als komfortabel bezeichnet werden. Das bis anhin noch zinsbelastete Fremdkapital im langen Bereich ist per 31.12.2010 zurückbezahlt worden. Die SMP hat eine angemessene Eigenmittelausstattung.

Aus der operativen Tätigkeit muss – vor Abschreibungen, Finanz- & neutralem Ergebnis sowie Steuern – wie in den Vorjahren ein Negativ-Resultat ausgewiesen werden, für das Berichtsjahr 2010 von -CHF 0,2 Mio. Dieses negative operative Ergebnis wird mit dem Finanz- und neutralen Ergebnis aufgefangen. Dem Finanzergebnis wurde nach den ordentlichen, stetig angewendeten Bewertungsgrundsätzen eine Äufnung der Wertschwankungsrückstellung auf kotierten Wertschriften von CHF 1,3 Mio. belastet; im neutralen Bereich wurde die Wertberichtigung für kurzfristige Forderungen um CHF 0,4 Mio. nach unten und die Rückstellung für Abnahmeverpflichtungen um CHF 0,3 Mio. nach oben angepasst.

## Milchstützungsfonds

Die Rechnung des Milchstützungsfonds widerspiegelt die mit dem Ablauf der Geltungsdauer der Allgemeinverbindlichkeit sistierte Beitragspflicht für die SMP-Mitglieder per 31.12.2009. Im 2010 sind offene Geschäftsvorfälle aus dem Vorjahr erledigt und abgeschlossen worden. Einerseits hat dies das Beitragsinkasso, andererseits die Massnahmen- bzw. Verwendungsseite betroffen. Daraus ergibt sich per Saldo ein leicht über Budget liegender Ertragsüberschuss von CHF 0,3 Mio. Budgetiert wurde ein annähernd ausgeglichenes Ergebnis. Erfolgsneutral verhalten sich die Erträge und Aufwendungen für die Basiskommunikation Schweizer Alpkäse.

## Marketingfonds

Die Jahresrechnung des Marketingfonds schneidet deutlich besser als budgetiert ab. Die Rechnung schliesst – bei einem budgetierten Aufwandüberschuss von CHF 0,5 Mio. – mit einem Ertragsüberschuss von CHF 3,3 Mio. ab.

Einige massgebliche und ergebniswirksame Faktoren haben sich im 2010 fast einmalig kumuliert und positiv auf die Rechnung des Marketingfonds ausgewirkt. Dazu beigetragen haben höhere Produzentenbeiträge, ein angepasster Beitrag des BLW, zusätzliche Dienstleistungserträge bei einem gleichzeitig unterdurchschnittlichen Anstieg des Direktaufwandes und schliesslich ebenso reduzierte Betriebskosten, unter anderem aufgrund der Ressourcenplanung auf der Personalseite und der neuen IT-Plattform.

## Fazit

Die Zielsetzung, eine gesunde und stabile Liquiditäts- und Finanzsituation der SMP sicher zu stellen, ist im Berichtsjahr gewährleistet worden. Ebenso konnte die finanzielle Unabhängigkeit der SMP durch eine Entschärfung des finanziellen Risikos im Marketingbereich gestärkt werden.

Die Wahrung der finanziellen Kraft der SMP läuft zwingend parallel mit der Wahrung der Interessen der Milchproduzenten.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2010				
(in 1000 CHF)	2010	%	2009	%
Produzentenbeiträge	23319	49,4	57412	71,6
Beiträge	8163	17,3	7900	9,9
Übriger Ertrag	15704	33,3	14779	18,5
<b>Total Betriebsertrag</b>	<b>47186</b>	<b>100,0</b>	<b>80091</b>	<b>100,0</b>
Direktaufwand	-25235	-53,5	-63194	-78,9
<b>Total Direktaufwand</b>	<b>-25235</b>	<b>-53,5</b>	<b>-63194</b>	<b>-78,9</b>
Personalaufwand	-11505	-24,5	-12195	-15,3
Organe	-243	-0,5	-266	-0,3
Raumaufwand	-1490	-3,2	-1430	-1,8
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	-18	0,0	-22	0,0
Fahrzeug- und Transportaufwand	-173	-0,4	-204	-0,3
Sachversicherungen, Abgaben	-65	-0,1	-69	-0,1
Energie- und Entsorgungsaufwand	-69	-0,1	-75	-0,1
Verwaltungs- und Informatikaufwand	-897	-1,9	-1106	-1,4
Beiträge	-3820	-8,1	-3951	-4,9
Werbeaufwand	-62	-0,1	-100	-0,1
Übriger Betriebsaufwand	-12	0,0	-10	0,0
<b>Total Betriebsaufwand</b>	<b>-43589</b>	<b>-92,4</b>	<b>-82622</b>	<b>-103,2</b>
<b>Total betrieblicher EBITDA aus operativer Tätigkeit</b>	<b>3597</b>	<b>7,6</b>	<b>-2531</b>	<b>-3,2</b>
Abschreibungen	-476	-1,0	-571	-0,7
<b>Total Betriebsergebnis vor Erfolg Finanzen und Steuern (EBIT)</b>	<b>3121</b>	<b>6,6</b>	<b>-3102</b>	<b>-3,9</b>
Finanzertrag	3061	6,5	4324	5,4
Finanzaufwand	-2748	-5,8	-1199	-1,5
<b>Total Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)</b>	<b>3434</b>	<b>7,3</b>	<b>23</b>	<b>0,0</b>
Erfolg Geschäftsliegenschaft	245	0,5	227	0,3
Ausserordentlicher Ertrag	465	1,0	3732	4,7
Ausserordentlicher Aufwand	-284	-0,6	-377	-0,5
Steuern	-95	-0,2	-71	-0,1
<b>Total Ertrags-/Aufwandüberschuss</b>	<b>3765</b>	<b>8,0</b>	<b>3534</b>	<b>4,4</b>

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

Der ausgewiesene, konsolidierte Ertragsüberschuss von CHF 3,8 Mio. ergibt sich grösstenteils bereits aus dem operativen Bereich. Auf Stufe Betriebsergebnis/EBIT resultiert ein positives Ergebnis von CHF 3,1 Mio., gegenüber einem Minus von CHF 3,1 Mio. im Vorjahr. Stark belastet hatte im Vorjahr mit fast CHF 4 Mio. das Ergebnis des Milchstützungsfonds. Im 2010 wirkt sich demgegenüber der Marketingfonds einmalig positiv aus.

Die von der SMP für das Basismarketing für Milch und Milchprodukte sowie die Verbands-tätigkeit und Interessenvertretung vereinnahmten Produzentenbeiträge liegen mit CHF 23,3 Mio. noch bei 40% des Vorjahreswertes von CHF 57,4 Mio. Ab Januar 2010 nicht mehr erhoben wurde der Beitrag von 1,0 Rp./kg an den Milchstützungsfonds der SMP.

# 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 «Politik und Gesellschaft», «Milchproduzenten und Mitgliedsorganisationen», «Verwerter, Handel und Endkonsumenten» sowie «Interne Umwelt» eingeteilt. Die Risiko-/Wahrscheinlichkeits-Matrix der Schweizer Milchproduzenten SMP zeigt neun zentrale Risikofelder, sieben weitere betrachtete und beurteilte Risikofelder sowie sechs potentielle Risikofelder, welche proaktiv als mögliche zukünftige Gefahrenherde auf der Risikolandkarte aufgeführt sind.

Die Geschäftsleitung der SMP hat beim Review des Risikoprofils 2009 unverändert die Unternehmensziele gemäss dem Zweckartikel der Statuten (Art. 2), die Entwicklungsstrategie für den schweizerischen Milchmarkt bis 2015 sowie die Jahresziele 2010 zugrunde gelegt. Die 2008 identifizierten Risiken aus den vier Gefahrenbereichen wurden in der Risikolandkarte in die drei Kategorien «Zentrale Risikofelder», «Weitere betrachtete Risikofelder» und «Schwache Signale» zusammengestellt. Massstab bildete die aktuelle Risikogrösse als Produkt aus Eintrittswahrscheinlichkeit und Ausmass. Neubeurteilungen für 2010 sind in der Landkarte vermerkt.

Der Vorstand hat im Berichtsjahr am 28. Januar 2010 das Thema der Risikobeurteilung in seiner Vorstandssitzung behandelt.

Auf Negativbestätigungen im Anhang wird verzichtet.

## Anhang zur Jahresrechnung 2010

Zur Sicherung eigener Verpflichtungen abgetretene oder verpfändete Aktiven (in 1000 CHF)	2010	2009
Immobilien (Bilanzwert per 31.12.)	–	1380
Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	–	–
<b>Total</b>	<b>–</b>	<b>1380</b>

Die bisher bestehende hypothekarische Finanzierung von TCHF 400 wurde per 31.12.2010 aufgehoben.

## Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten

(in 1000 CHF)		
Summe aller zukünftigen Leasingraten Kopiergeräte (inkl. Zins)	41	57
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>57</b>

## Brandversicherungswerte der Sachanlagen

(in 1000 CHF)		
Bürogebäude Weststrasse 10, Bern	5188	5188
Mobilien und Einrichtungen Verband (Weststrasse)	1500	1500
Mobilien und Einrichtungen Marketing (Gümligen/Brunnmatt, inkl. Fremdeinlagerungen)	12200	13500
<b>Total</b>	<b>18888</b>	<b>20188</b>

## Wesentliche Beteiligungen an Unternehmungen

(Nominalwert in 1000 CHF)		
35,77% Beteiligung Holding der Schweizerischen Milchproduzenten, M'buchsee	1789	1789
31,47% Beteiligung Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.	1559	1559
30,60% Beteiligung Genossenschaft Appenzeller-Schaukäserei, Stein AR	1380	1380
32,87% Beteiligung Société cooperative «Laiterie de Gruy�res», 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 Le Journal AGRI Sàrl, Lausanne	104	104
22,96% Beteiligung TSM Treuhand GmbH, Bern	62	62
<b>Total</b>	<b>6376</b>	<b>6376</b>

# 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 2010 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 2010 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, 4. März 2011

Dr. Röthlisberger AG

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

# Mitglieder der SMP

Organisation Präsident	Geschäftsführer Adresse	Telefon Fax E-Mail Internet	Anzahl Delegierte
<b>VMMO</b> Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost Hanspeter Kern	Andreas Ritter Poststrasse 13 9200 Gossau	Tel. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milchbauern.ch www.milchbauern.ch	35
<b>LOBAG</b> Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete Christian von Känel (Lobag Milch AG)	Donat Schneider Forelstrasse 1 Postfach 3072 Ostermundigen	Tel. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@lobag.ch www.lobag.ch	26
<b>ZMP</b> Zentralschweizer Milchproduzenten Moritz Erni	Pirmin Furrer Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tel. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch www.zmp.ch	21
<b>MIBA</b> Milchverband der Nordwestschweiz Daniel Jenni	Christophe Eggenschwiler Andlauring 30b Postfach 430 4147 Aesch BL	Tel. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch www.mibabasel.ch	14
<b>TMP</b> Thurgauer Milchproduzenten Ruedi Schnyder	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
<b>MPM</b> Milchproduzenten Mittelland Andreas Hitz	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
<b>BEMO</b> Berner Emmi-Milchlieferanten Christian Burren	Christian Burren Settibuchstrasse 40 3144 Gasel	Tel. 031 971 18 50 c-burren@bluewin.ch	6
<b>FTPL</b> Federazione ticinese produttori di latte Nello Croce	Gianmarco Fattorini Via Gorelle 6592 San Antonino	Tel. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 info@ftpl.ch www.lati.ch	3
<b>FSFL</b> Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie René Vonlanthen	Clément Moret Rue Albert Rieter 9 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	12
<b>PROLAI</b> Fédération laitière Benjamin Henchoz	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
<b>LRG</b> Fédération des Laiteries Réunies de Genève Olivier Berlie	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
<b>FLV</b> Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband Laurent Tornay	Jean-Jacques Favre Rue de l'Île Falcon 5 3960 Sierre	Tel. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 ecla@flv.ch www.flv.ch	3

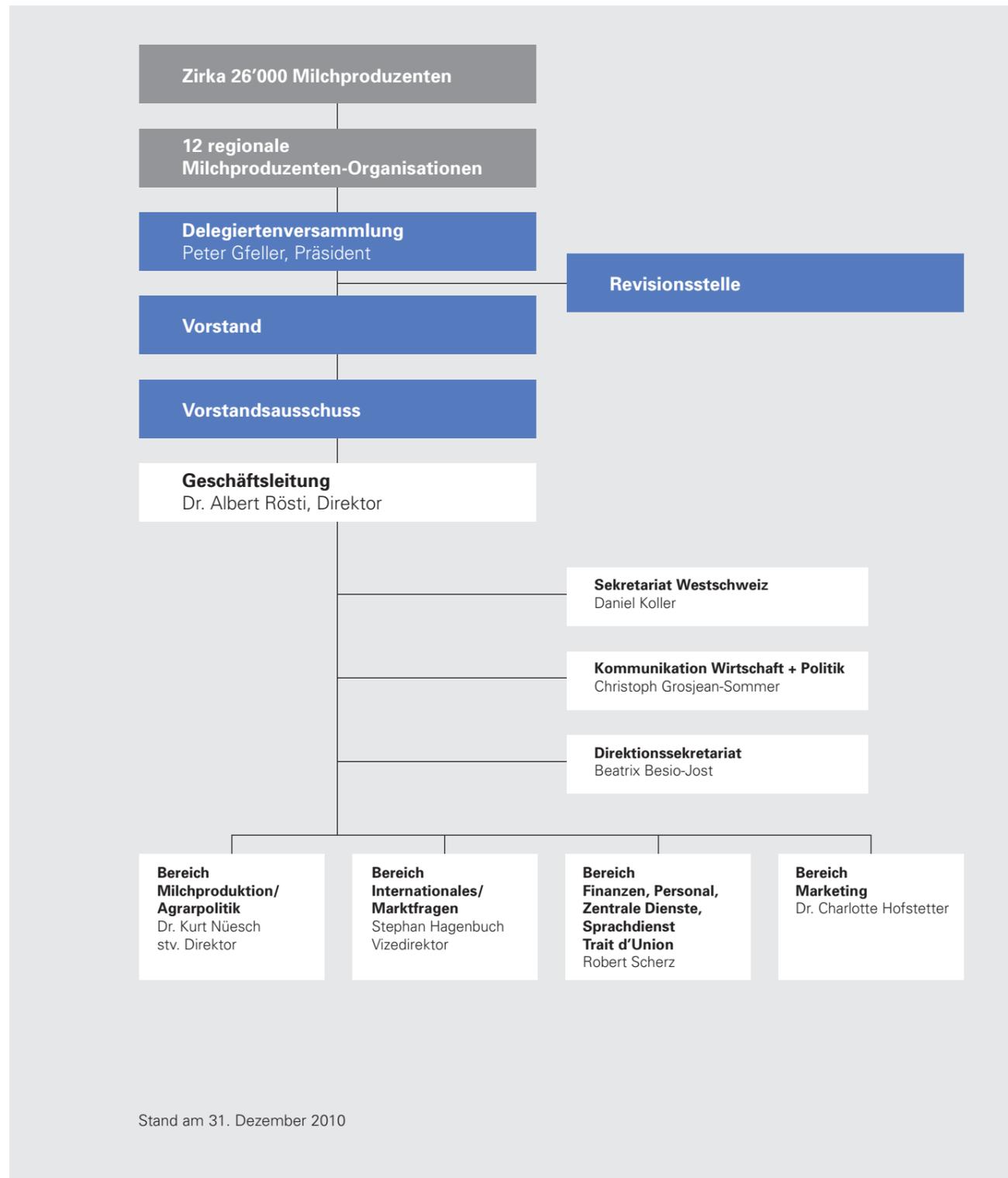
Stand am 31. Dezember 2010

# 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, Rosrüti SG	VMMO	
Müller Andreas, Walkringen BE	LOBAG	Affolter Adrian, Ostermundigen BE*
Wyss Fritz, Wengi b. Büren BE	LOBAG	
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE	LOBAG	
Erni Moritz, Ruswil LU	ZMP	Furrer Pirmin, Luzern LU
Oehen Thomas, Lieli LU*	ZMP	
Jenni Daniel, Langenbruck BL	MIBA	Eggenschwiler Christophe, Aesch BL
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	FTPL	Fattorini Gianmarco, S. Antonino TI
Vonlanthen René, Praroman FR*	FSFL	Yerly Gabriel, Berlens FR*
Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident	PROLAI	Benoit Marc, Romainmôtier VD
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD	PROLAI	
Berlie Olivier, La Rippe VD	LRG	Pradervand Jean-Marc, Céligny GE
Tornay Laurent, Orsières VS	FLV	Stalder Max, Visp 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	Grosjean-Sommer Christoph, Kirchlindach BE	
Nüesch Kurt, stv. Direktor, Bern BE	Besio-Jost Beatrix, Niederwangen BE	
Hagenbuch Stephan, Vizedirektor, Marly FR		
Hofstetter Charlotte, Villars-sur-Glâne FR		
Scherz Robert, Bremgarten BE		
Koller Daniel, Montsevelier JU		
Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2007 bis 2011 * Der Delegiertenversammlung zur Wahl vorgeschlagen		
<a href="http://www.swissmilk.ch/smp">www.swissmilk.ch/smp</a>		

Stand am 31. Dezember 2010

# Organigramm der SMP



# Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

## Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

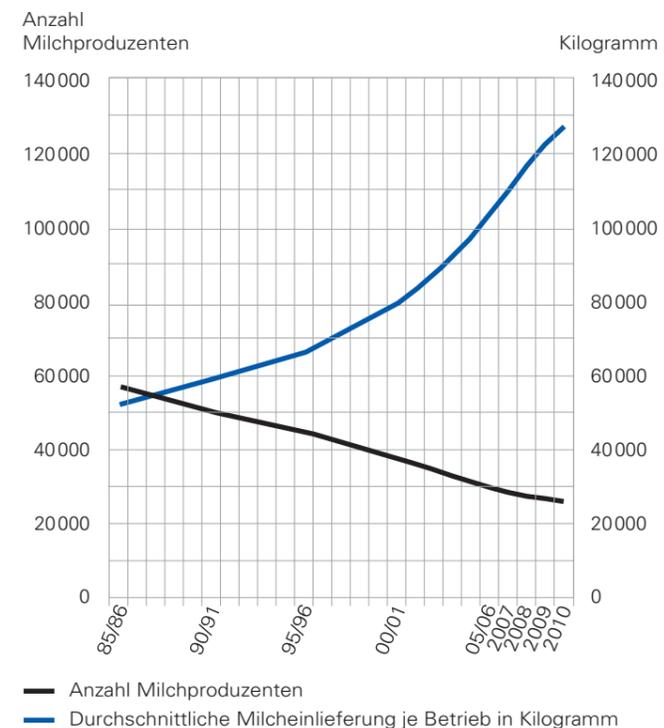
Ganzjahresbetriebe mit aktivem Lieferrecht / Kontingent (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr			Kalenderjahr			Veränderung	
	95/96	00/01	05/06	2008	2009	2010	2009/2010	%
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	27 749	27 016	26 097	- 919	- 3,4
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	22,1	22,3	23	0,7	3,3
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	578 330	572 618	566 047	- 6 571	- 1,1
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	20,8	21,2	21,7	0,5	2,4
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	118 616	121 648	127 082	5 434	4,5
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 367	5 462	5 518	56	1,0
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	5 691	5 739	5 859	120	2,1
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm **	5 842	6 405	6 997	6 996	7 066	7 178	112	1,6

\* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)

\*\* Kontrolljahr Mai-April

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Milchstatistik

## Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2010



Seit dem Milchjahr 2000/01 nahm die Anzahl Milchproduzenten um 31,5 Prozent ab, hingegen stieg die durchschnittliche Milcheinlieferung pro Betrieb um 55,6 Prozent an.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

## Vertragspreise für Molkereimilch ÖLN und Bio

	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Differenz 2009/2010
	2009	2010	
<b>Erstmilchkäufer ÖLN-Milch</b>			
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Arnold Produkte AG	58,92	56,56	- 2,36
Crema SA	61,87	56,38	- 5,49
Elsa SA	64,00	59,17	- 4,83
Emmi-Berno	60,47	57,58	- 2,89
Emmi-Mittellandmolkerei	60,88	57,69	- 3,19
Emmi-ZeNoOs	60,63	57,58	- 3,05
Fédération LRG	61,48	58,67	- 2,81
Fromalp AG	62,00	-	
FTPL-LATI	66,67	65,80	- 0,87
Hochdorf Swiss Milk AG	-	58,49	
Lanz Molkerei AG	65,19	63,10	- 2,09
Lobag Milch AG	60,14	54,70	- 5,44
MIBA	58,44	55,07	- 3,37
NordOstMilch AG	59,31	57,60	- 1,71
Prolait SA	60,87	55,91	- 4,96
Schwyz Milchhuus	64,21	62,00	- 2,21
Strähl Käse AG	63,50	60,08	- 3,42
Swiss Premium AG	61,41	55,96	- 5,45
Thur Milch Ring AG	59,60	57,18	- 2,42
Vallait SA	65,97	60,20	- 5,77
ZMP	60,26	59,92	- 0,34
Züger Frischkäse AG	65,08	61,17	- 3,91
<b>Gewichtetes Mittel</b>	<b>60,52</b>	<b>57,48</b>	<b>- 3,04</b>
<b>Erstmilchkäufer Bio-Milch</b>			
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Crema SA	75,40	72,66	- 2,74
Fédération LRG	77,92	78,58	0,66
Lobag Milch AG	73,28	67,78	- 5,50
MIBA	75,99	70,31	- 5,68
Mittellandmolkerei AG	78,14	73,29	- 4,85
NordOstMilch AG	66,14	-	
Schwyz Milchhuus	78,42	74,95	- 3,47
ZMP	79,39	75,39	- 4,00
Züger Frischkäse AG	78,38	75,29	- 3,08
<b>Gewichtetes Mittel</b>	<b>76,47</b>	<b>73,25</b>	<b>- 3,22</b>

## Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch ÖLN

	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Differenz 2009/2010
	2009	2010	
<b>Käsesorte</b>			
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Appenzeller®	75,12	73,07	- 2,05
Diverse Käse	79,22	73,12	- 6,10
Emmentaler Switzerland AOC	69,78	66,32	- 3,46
Le Gruyère AOC	79,93	79,16	- 0,77
Sbrinz AOC	70,69	66,39	- 4,30
Tête de Moine AOC	80,61	79,75	- 0,86
Tilsiter Switzerland	70,89	68,18	- 2,71
Vacherin Fribourgeois	-	82,58	
<b>Gewichtetes Mittel</b>	<b>74,83</b>	<b>72,85</b>	<b>- 1,98</b>

## SMP Milchpreismonitoring

Wer bezahlt wieviel für die Milch? Im Rahmen des Milchpreismonitorings berechnet und publiziert die SMP die Milchpreise von einzelnen Milchkäufern und Käsesorten sowohl für ÖLN- als auch für Bio-Milch. Das SMP Milchpreismonitoring ist eine freiwillige Selbsthilfemassnahme der Milchbauern und beruht nebst der Berechnung der Vertragspreise auf der systematischen monatlichen Auswertung der Milchgeldabrechnungen von einzelnen Milchproduzentinnen und Milchproduzenten.

## Vertragspreise Molkereimilch

Für die beobachteten Milchkäufer von Molkereimilch berechnet die SMP aufgrund der Vertragskonditionen den standardisierten Vertragspreis. Die Berechnungsbasis bildet eine jährliche Liefermenge von 120'000 Kilogramm Milch mit einem standardisierten Gehalt von 4,0 Prozent Fett und 3,3 Prozent Eiweiss. Die Milch wird jeden zweiten Tag ab Hof abgeholt. Im Vertragspreis sind alle zum Voraus festgelegten Preisbestandteile enthalten, insbesondere die saisonale Preisstaffelung sowie Lademengenzuschläge. Nicht enthalten sind in ihrer Höhe nicht festgelegte Bestandteile wie Boni und Prämien sowie die Beiträge an Selbsthilfemassnahmen und Organisationen.

## Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch

Im ausbezahlten Milchpreis für Käseemilch franko Käserei eingeliefert sind folgende Preiskomponenten enthalten: Basispreis, Verkäsungszulage, saisonale Preisstaffelung, Lademengen, Zuschläge beziehungsweise Abzüge für Gehalt und Qualität, Transport, periodische Nachzahlungen sowie Boni und Prämien aller Art. Im ausbezahlten Käseemilchpreis nicht enthalten sind: Siloverzichtszulage, Molke, Beiträge an Selbsthilfemassnahmen und Organisationen, sonstige Verrechnungen, Gegenleistungen aller Art wie beispielsweise Warenbezüge oder Mieten.

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

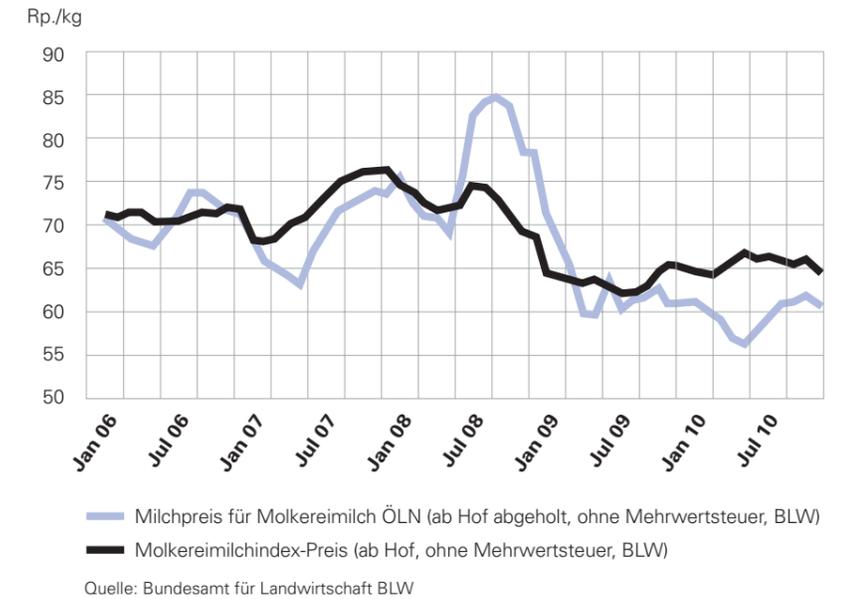
## Erläuterungen zum Molkereimilchindex-Preis

Seit Herbst 2009 publiziert das Bundesamt für Landwirtschaft BLW monatlich den Molkereimilchpreis-Index. Die Art und Weise der Index-Berechnung beruht auf einem Branchenkonsens, um die Diskussion der Milchpreisentwicklung und damit auch die Milchpreisverhandlungen zu versachlichen. Der Molkereimilchpreis-Index 100 entspricht dem durchschnittlichen Produzentenpreis für Industriemilch aus dem Jahr 2005, der damals bei 71,04 Rappen pro Kilogramm Milch (ab Hof oder Sammelstelle abgeholt) lag. Diese Eichung ermöglicht es, den Index in einen Produzentenpreis, den so genannten Molkereimilchindex-Preis umzurechnen. Dieser bildet vergangenheitsbezogen die Entwicklung der Preise von Molkereimilchprodukten für den Detailhandel und die Industrie sowie die Produzentenpreise für Milch in den umliegenden Ländern ab. Die Grafik stellt den Indexpreis dem realisierten Preis gegenüber.

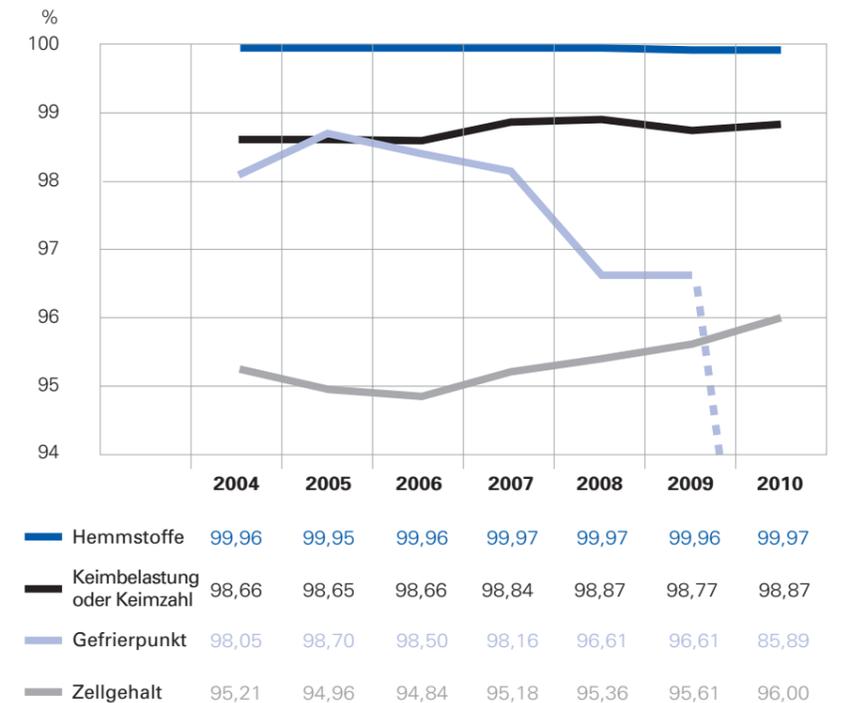
## Erläuterungen zur Qualitätskontrolle

Die Qualität der Verkehrsmilch war, wie bereits in den vorangehenden Jahren, auch im Kontrolljahr 2010 ausserordentlich gut. In den beiden Labors Qualitas und Suisselab wurden total 353'510 Milchproben untersucht. Bezüglich der Keimbelastung beziehungsweise der Keimzahl waren 98,87 Prozent der Proben ohne Beanstandung, bezüglich des Zellgehalts 96,00 Prozent und bezüglich des Hemmstoffnachweises 99,97 Prozent. Bezüglich des Gefrierpunkts waren 85,89 Prozent ohne Beanstandung. Warum dieser Wert so stark fiel, wird untersucht. Denn als Ursache müssen auch Veränderungen bei der Analyseverfahren in Betracht gezogen werden. Milchlieferungen mussten wegen einer zu hohen Keimbelastung und eines zu hohen Zellgehaltes in je 37 Fällen verhängt werden, wegen positivem Hemmstoffnachweis in 115 Fällen.

## Molkereimilchpreis und Molkereimilchindex-Preis

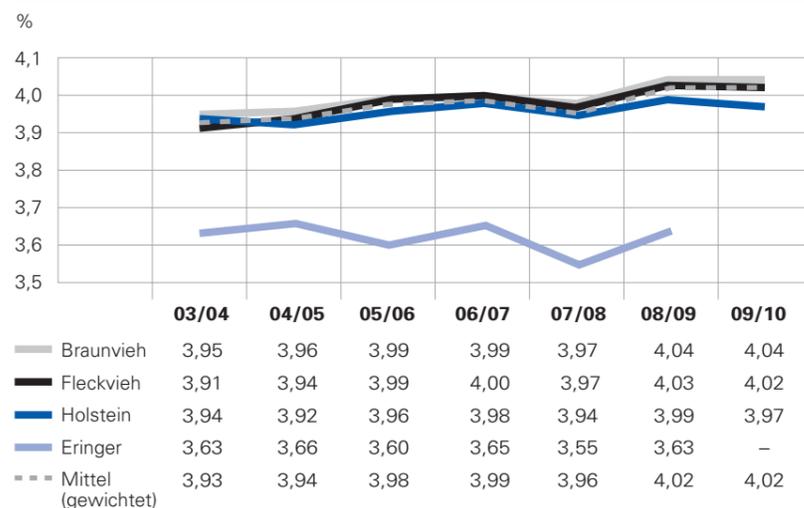


## Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung



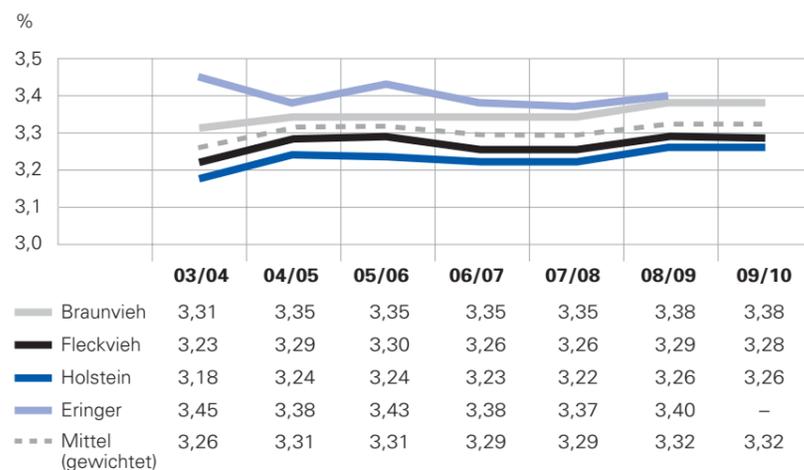
# Gehalt

## 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 2009 kMAQ	Produktion 2010 kMAQ	Veränderung 2009/2010 kMAQ	Veränderung 2009/2010 %
Käse	1 429 872	1 453 442	23 570	1,6
Quark	16 808	15 999	- 809	- 4,8
Konsummilch	425 410	422 867	- 2 543	- 0,6
Konsumrahm	262 261	266 864	4 603	1,8
Jogurt	114 997	114 555	- 442	- 0,4
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	99 010	98 429	- 581	- 0,6
Dauermilchwaren	367 990	367 795	- 195	- 0,1
Butter	572 021	580 541	8 520	1,5
Andere Verwertung	126 983	117 130	- 9 853	- 7,8
<b>Total Vollmilchverwertung</b>	<b>3 415 352</b>	<b>3 437 622</b>	<b>22 270</b>	<b>0,7</b>

\* Ein Milchäquivalent entspricht der Eiweiss- und Fettmenge eines kg Rohmilch mit 73 g Eiweiss und Fett. 1 kMAQ = 1000 MAQ

## Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2009 Tonnen	Produktion 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
Rohmilch	9 594	9 095	- 499	- 5,2
Fettangereicherte Milch pasteurisiert	0	0	0	-
Fettangereicherte Milch UHT	958	925	-33	- 3,4
Vollmilch pasteurisiert	58 501	51 496	- 7 005	- 12,0
Vollmilch UHT	22 190	22 336	146	0,7
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* pasteurisiert	33 967	40 321	6 354	18,7
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* UHT	158 803	156 831	- 1 972	- 1,2
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	80 213	81 007	794	1,0
Teilentrahmte Milch UHT	112 474	117 281	4 807	4,3
Trinkmagermilch pasteurisiert	7	2	- 5	- 71,4
Trinkmagermilch UHT	14 915	14 127	- 788	- 5,3
<b>Total Konsummilch</b>	<b>491 622</b>	<b>493 421</b>	<b>1 799</b>	<b>0,4</b>

\* Milchfett

## Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2009 Tonnen	Produktion 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
Doppelrahm	674	715	41	6,1
Vollrahm (35 % Fett)	28 056	28 587	531	1,9
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	14 541	14 185	- 356	- 2,4
Kaffeerahm	25 000	24 677	- 323	- 1,3
<b>Total Konsumrahm</b>	<b>68 271</b>	<b>68 164</b>	<b>- 107</b>	<b>- 0,2</b>

## Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2009 Tonnen	Produktion 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
Sauermilch	6 664	6 886	222	3,3
Sauerrahm	2 447	2 650	203	8,3
Dessertprodukte	22 480	22 766	286	1,3
Milchgetränke	72 018	65 712	- 6 306	- 8,8
Jogurt	141 585	141 031	- 554	- 0,4
Kefir	174	153	- 21	- 12,1
Speiseeis	23 606	22 560	- 1 046	- 4,4

Quelle: TSM Treuhand GmbH

# Milchpulver/Butter

## Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2009 Tonnen	Produktion 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
<b>Magermilch (verarbeitet)</b>				
Frisch verfüttert*	–	–	–	–
Säurekasein	59	0	– 59	– 100,0
Kaseinate	12 253	10 482	– 1 771	– 14,5
Promilk	194 816	200 652	5 836	3,0
Milchprotein	14 062	19 609	5 547	39,4
<b>Total Magermilch (ohne MEFM**)</b>	<b>221 190</b>	<b>230 743</b>	<b>9 553</b>	<b>4,3</b>
Vollmilchpulver (26%)	15 666	15 863	197	1,3
Teilentrahmtes Milchpulver	3 983	3 792	– 191	– 4,8
Fettangereichertes Milchpulver + Rahmpulver	270	313	43	15,9
Magermilchpulver	36 818	33 206	– 3 612	– 9,8
Buttermilchpulver ***	168	134	– 34	– 20,2
Molkenpulver ***	1 163	1 100	– 63	– 5,4
Milchkondensat	2 398	2 806	408	17,0
<b>Total Milchpulver, Milchkondensate</b>	<b>60 466</b>	<b>57 214</b>	<b>– 3 252</b>	<b>– 5,4</b>

\* Nach Aufhebung der Beihilfe keine Daten mehr verfügbar \*\* MEFM = Milchersatz-Futtermittel \*\*\* inklusive Veredelungsverkehr  
Quelle: TSM Treuhand GmbH, Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM

## Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2009 Tonnen	Produktion 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
<b>Butter</b>				
Vorzugsbutter	45 090	45 867	777	1,7
Sirtenrahmbutter	1 820	1 798	– 22	– 1,2
Gesammelte Butter	59	50	– 9	– 15,3
<b>Total Butter (ohne Ortsverkäufe)*</b>	<b>46 969</b>	<b>47 715</b>	<b>746</b>	<b>1,6</b>

\* Die Butterproduktion gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrug 2010 48'575 t (Vorjahr 47'894 t)  
Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

## Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2009 Tonnen	Verkäufe 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
<b>Butter</b>				
Vorzugsbutter	6 433	6 294	– 139	– 2,2
«Die Butter» (Kleinpackungen)	12 747	12 885	138	1,1
Milch-Sirtenrahmbutter	146	109	– 37	– 25,3
Butter in Spezialprodukten*	1 094	870	– 224	– 20,5
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	15 944	16 618	674	4,2
<b>Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett</b>	<b>36 364</b>	<b>36 776</b>	<b>412</b>	<b>1,1</b>
<b>Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)</b>	<b>6 094</b>	<b>6 104</b>	<b>10</b>	<b>0,2</b>
<b>Total Butter (ohne Ortsverkäufe)</b>	<b>42 458</b>	<b>42 880</b>	<b>422</b>	<b>1,0</b>

\* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.  
Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

# Käseproduktion

## Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2009 Tonnen	Produktion 2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 Tonnen	Veränderung 2009/2010 %
Quark	10 038	9 444	– 594	– 5,9
Mozzarella	17 176	18 819	1 643	9,6
Mascarpone	623	811	188	30,2
Übrige Frischkäse	15 809	15 846	37	0,2
<b>Frischkäse total</b>	<b>43 643</b>	<b>44 920</b>	<b>– 1 277</b>	<b>2,9</b>
Weisseschimmelkäse, mager bis viertelfett	0	0	0	
Weisseschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 301	1 357	56	4,3
Weisseschimmelkäse, überfett	1 655	1 809	154	9,3
Blau-, Grün-, Schimmelkäse	6	3	– 3	
Tommes	2 044	2 031	– 13	– 0,6
Vacherin Mont d'Or AOC	548	505	– 43	– 7,8
Weichkäse, andere, mager- bis viertelfett	676	1 144	468	69,2
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	751	687	– 64	– 8,5
Weichkäse, andere, überfett	398	336	– 62	– 15,6
<b>Weichkäse total</b>	<b>7 378</b>	<b>7 874</b>	<b>496</b>	<b>6,7</b>
Appenzeller®	8 855	9 114	259	2,9
Tilsiter Switzerland	3 873	3 812	– 61	– 1,6
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse AOC)	2 099	2 186	87	4,1
Schweizer Raclettekäse	11 209	11 746	537	4,8
Vacherin Fribourgeois AOC	2 427	2 536	109	4,5
Tête de Moine AOC	2 213	2 151	– 62	– 2,8
Jurakäse	264	288	24	9,1
Winzerkäse	397	396	– 1	– 0,3
Mutschli	518	568	50	9,7
Alpkäse, halbhart	2 038	2 029	– 9	– 0,4
Bündner Bergkäse	725	687	– 38	– 5,2
Berg- und Schnittkäse, halbhart	2 248	2 574	326	14,5
St. Paulin Suisse	651	554	– 97	– 14,9
Schweizer Edamer	311	323	12	3,9
Kaltgereifter Käse	8	11	3	37,5
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	250	222	– 28	– 11,2
Conveniencekäse	1 811	1 807	– 4	– 0,2
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	1 633	1 329	– 304	– 18,6
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	962	942	– 20	– 2,1
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	11 567	11 424	– 143	– 1,2
Halbhartkäse, andere, überfett	2 491	2 972	481	19,3
<b>Halbhartkäse total</b>	<b>56 560</b>	<b>57 666</b>	<b>1 106</b>	<b>2,0</b>
Emmentaler AOC	25 722	27 058	1 336	5,2
Switzerland Swiss	2 972	3 161	189	6,4
Le Gruyère AOC	28 420	28 164	– 256	– 0,9
Alpkäse hart	1 916	1 892	– 24	– 1,3
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	378	912	534	141,3
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	8 168	6 657	– 1 511	– 18,5
Hartkäse, andere, überfett	130	62	– 68	– 52,3
<b>Hartkäse total</b>	<b>67 706</b>	<b>67 906</b>	<b>200</b>	<b>0,3</b>
Sbrinz AOC	1 863	1 856	– 7	– 0,4
<b>Extra Hartkäse total</b>	<b>1 863</b>	<b>1 856</b>	<b>– 7</b>	<b>– 0,4</b>
Reiner Ziegenkäse	894	878	– 16	– 1,8
Reiner Schafkäse	225	230	5	2,2
<b>Spezialprodukte total</b>	<b>1 120</b>	<b>1 105</b>	<b>– 15</b>	<b>– 1,3</b>
<b>Total alle Käsesorten</b>	<b>178 276</b>	<b>181 328</b>	<b>3 052</b>	<b>1,7</b>

Quelle: TSM Treuhand GmbH

<b>Importe</b>				
<b>umgerechnet in Milchäquivalente (MAQ) <sup>1)</sup></b>				
	<b>2009</b>	<b>2010*</b>	<b>Veränderung</b>	<b>Veränderung</b>
	<b>kMAQ</b>	<b>kMAQ</b>	<b>2009/2010</b>	<b>2009/2010</b>
			<b>kMAQ</b>	<b>%</b>
Frischmilch, fermentierte Milch	34 900	34 900	0	0,0
Milch- und Rahmpulver	18 200	8 800	- 9 400	- 51,6
Butter und Rahm **	28 700	32 600	3 900	13,6
Kondensmilch, sterilisierte Milch	1 600	1 600	0	0,0
Weichkäse	130 100	139 000	8 900	6,8
Halbhartkäse	52 400	53 500	1 100	2,1
Hartkäse	61 500	63 600	2 100	3,4
Schmelzkäse	14 800	16 600	1 800	12,2
Fondue, Käse in Fertigprodukt	500	500	0	0,0
Schokolade, Speiseeis	32 000	32 000	0	0,0
Übrige Lebensmittelzubereitungen	34 200	43 300	9 100	26,6
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>408 900</b>	<b>426 400</b>	<b>17 500</b>	<b>4,3</b>

<b>Exporte</b>				
<b>umgerechnet in Milchäquivalente (MAQ) <sup>1)</sup></b>				
	<b>2009</b>	<b>2010*</b>	<b>Veränderung</b>	<b>Veränderung</b>
	<b>kMAQ</b>	<b>kMAQ</b>	<b>2009/2010</b>	<b>2009/2010</b>
			<b>kMAQ</b>	<b>%</b>
Frischmilch, fermentierte Milch	6 000	7 000	1 000	16,7
Milch- und Rahmpulver	156 200	132 100	- 24 100	- 15,4
Butter und Rahm **	83 500	75 400	- 8 100	- 9,7
Kondensmilch, sterilisierte Milch	20 200	9 600	- 10 600	- 52,5
Weichkäse	24 000	34 600	10 600	44,2
Halbhartkäse	100 200	96 900	- 3 300	- 3,3
Hartkäse	272 700	277 000	4 300	1,6
Schmelzkäse	18 500	14 800	- 3 700	- 20,0
Fondue, Käse in Fertigprodukt	20 700	21 900	1 200	5,8
Schokolade, Speiseeis	129 700	137 100	7 400	5,7
Übrige Lebensmittelzubereitungen	131 200	133 100	1 900	1,4
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>962 900</b>	<b>939 500</b>	<b>- 23 400</b>	<b>- 2,4</b>

<b>Bilanz (Exporte – Importe)</b>				
<b>umgerechnet in Milchäquivalente (MAQ) <sup>1)</sup></b>				
	<b>2009</b>	<b>2010*</b>	<b>Veränderung</b>	<b>Veränderung</b>
	<b>kMAQ</b>	<b>kMAQ</b>	<b>2009/2010</b>	<b>2009/2010</b>
			<b>kMAQ</b>	<b>%</b>
Frischmilch, fermentierte Milch	- 28 900	- 27 900	1 000	3,5
Milch- und Rahmpulver	138 000	123 300	- 14 700	- 10,7
Butter und Rahm **	54 800	42 800	- 12 000	- 21,9
Kondensmilch, sterilisierte Milch	18 600	8 000	- 10 600	- 57,0
Weichkäse	- 106 100	- 104 400	1 700	1,6
Halbhartkäse	47 800	43 400	- 4 400	- 9,2
Hartkäse	211 200	213 400	2 200	1,0
Schmelzkäse	3 700	- 1 800	- 5 500	- 148,6
Fondue, Käse in Fertigprodukt	20 200	21 400	1 200	5,9
Schokolade, Speiseeis	97 700	105 100	7 400	7,6
Übrige Lebensmittelzubereitungen	97 000	89 800	- 7 200	- 7,4
<b>Total Milchprodukte</b>	<b>554 000</b>	<b>513 100</b>	<b>- 40 900</b>	<b>- 7,4</b>

<sup>1)</sup> Ein Milchäquivalent entspricht der Eiweiss- und Fettmenge eines kg Rohmilch mit 73g Eiweiss und Fett. 1 kMAQ = 1000 MAQ  
 \* 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

## Marketing-Dienstleistungen für Produzenten Bestell-Hotline

Amanda Züttel, Telefon 031 359 57 77

## Auskünfte und Beratung

Hans Eggimann, Telefon 031 359 57 31

## Bestellungen von Broschüren, Werbeartikeln etc.

Contact Center, Telefon 031 359 57 28

## Medienauskünfte Wirtschaft und Politik

Christoph Grosjean-Sommer, Telefon 031 359 53 18

## Marketing/PR

Barbara Paulsen Gysin, Telefon 031 359 57 51

## Online

www.swissmilk.ch  
 www.swissmilk.ch/smpnews  
 www.swissmilk.ch/medien

## 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 2011  
 Fotos: SMP  
 Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Bern  
 Druck: Merkur Druck AG, Langenthal