

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

swissmilk



Schweizer Milchproduzenten SMP

Geschäfts- bericht 2011

SMP · PSL

1	In den eigenen Händen
3	Rechenschaft gegenüber den Milchproduzenten
4	Wirtschaft und Politik
8	Marketing
10	Gute Beschlüsse, lückenhafte Umsetzung
11	Marktlage und Milchverkauf
12	Milchproduktion
13	Milchverarbeitung
14	Käseproduktion
15	Delegiertenversammlung
16	Vorstand
18	Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2011
21	Bericht der Revisionsstelle
22	Mitglieder der SMP
23	Zusammensetzung der Gremien
24	Organigramm der SMP
25	Dokumentarischer Teil: Kennzahlen
	Kontakt und Impressum

Bei vielen Tätigkeiten gelingt es der SMP, mit den zur Verfügung stehenden Mitteln ansprechende Resultate zu erzielen. Das trifft insbesondere in jenen Handlungsfeldern zu, wo wir uns in der Ausrichtung der Ziele und Massnahmen nicht nur einig sind, sondern auch die Umsetzung in unseren Händen liegt.

Wirtschaftlicher Erfolg ist unser Ziel

«Effizient und effektiv wirtschaftende Milchproduzenten erzielen im Milchland Schweiz einen Arbeitsverdienst, der mit jenem übriger Erwerbstätiger mit gleichen beruflichen Anforderungen vergleichbar ist». Diese Vision als Leitlinie für die Tätigkeiten der Schweizer Milchproduzenten SMP rückt ganz klar den wirtschaftlichen Erfolg von uns Milchproduzenten in das Zentrum aller Tätigkeiten.

Die Substanz zur Erneuerung fehlt

Nach dem dritten aufeinander folgenden Jahr, in dem in bedeutenden Vermarktungskanälen die Milchpreise so tief sind, dass die durchschnittlichen Produktionskosten eines gut aufgestellten Milchwirtschaftsbetriebs im Talgebiet noch zu höchstens 80 Prozent gedeckt sind, geht es immer mehr Betrieben an die Substanz und den betroffenen Familien um die Existenz. Das ist verheerend und im Prinzip nicht tolerierbar; nicht nur für die betroffenen Milchbauern, sondern für den gesamten Berufsstand und die Wertschöpfungskette.

Fünf Handlungsfelder im Fokus der SMP

Um die Situation der Produzenten zu verbessern, hat die SMP in ihrer Strategie fünf Handlungsfelder definiert:

- Beeinflussung des Absatzes mittels Basismarketing zur Konsumstimulierung von Schweizer Milch, Milchprodukten und Käse
- Beeinflussung des Markterlöses
- Beeinflussung der Direktzahlungen
- Beeinflussung der Kosten
- Information und Dienstleistungen.

In den eigenen Händen ist vieles gut aufgehoben

Bei vielen Tätigkeiten gelingt es uns, mit den zur Verfügung stehenden Mitteln ansprechende Resultate zu erzielen. Das trifft insbesondere in jenen Handlungsfeldern zu, wo wir uns in der Ausrichtung der Ziele und Massnahmen nicht nur einig sind, sondern auch die Umsetzung in unseren Händen liegt. Ich denke hier insbesondere an das Basismarketing für Schweizer Milch und Milchprodukte.

Anspruchsvoller wird es dort, wo wir unsere Ziele nur in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen erreichen können. Aber auch hier gibt es ganz erfreuliche Beispiele. Ich denke da an die Projekte und Tätigkeiten rund um die Milchproduktionskosten und die Zusammenarbeit mit verschiedensten Kreisen innerhalb Profi-Lait. Aber auch die politische Arbeit zusammen mit dem Schweizerischen Bauernverband trägt Früchte. Ebenso dürfen wir stolz auf unseren Direktor sein, weil er im Herbst des Berichtsjahres glanzvoll die Wahl in den Nationalrat schaffte. Das verschafft uns Milchproduzenten direkten Zugang ins Herz der Politik.

Strukturen bleiben unsere Herausforderung

Schwierig bis unmöglich bleibt die Zielerreichung dort, wo sich die viel zu vielen Organisationen der Milchproduzenten selbst nicht einig sind. Dies ist zwar keine neue Erkenntnis. Sie bleibt aber trotzdem die zentrale Herausforderung, wenn wir Milchbauern auch im Handlungsfeld des Milchmarktes erfolgreicher sein wollen.



Peter Gfeller
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



Rechenschaft gegenüber den Milchproduzenten

Zum Abschluss des Geschäftsjahres 2011 stelle ich fest, dass die Arbeiten in drei von vier Aufgabenbereichen gut laufen und geschätzt werden. Es sind dies die Interessenvertretung Politik und Gesellschaft, das Basismarketing Milch sowie die Information und Dienstleistungen. Dies darf gerade auch bei der schwierigen Situation in Teilbereichen des Milchmarktes erwähnt werden.



Milch macht fit. Mit dieser Botschaft ist Swissmilk an Breitensport-Events wie den Slowup-Erlebnistagen unterwegs.

Marktereignisse überschatten Erfreuliches

Wenn die SMP-Geschäftsleitung jeweils an der Januarsitzung dem Vorstand gegenüber Rechenschaft ablegt über die gesetzten Ziele und die Zielerreichung, so ist dies nicht nur eine statutarische Notwendigkeit gegenüber den vorgesetzten Organen, sondern dieser bewusste Rückblick tut auch gut. Denn im Geschäftsalltag ist es allzu oft dasselbe: Die vollste Aufmerksamkeit benötigen doch jene Geschäfte, bei denen es Schwierigkeiten gibt und deshalb die Zielerreichung gefährdet ist. Ein solch schwieriges Geschäft ist der Milchmarkt. Der ungenügende Arbeitsverdienst unserer Milchproduzenten erfordert und rechtfertigt hier auch jedes erdenkliche Engagement. Der SMP-Vorstand hat sich in seiner Strategie ja darauf verpflichtet, alle Tätigkeiten auf die Verbesserung des Arbeitsverdienstes auszurichten. Doch ob dieser Fokussierung auf die harten Brocken darf auch erwähnt werden, dass andernorts die Arbeit der SMP Früchte trägt.

Interessen in Politik und Marketing vertreten

Zum Abschluss des Geschäftsjahres 2011 darf ich feststellen, dass unsere Arbeiten in den drei Aufgabenbereichen ausserhalb bestimmter Teile des Milchmarktes gut laufen. Viele unserer Produkte und Dienstleistungen werden von den Mitgliedsorganisationen und den Milchproduzenten rege genutzt und nach meiner Beurteilung auch geschätzt. Es sind dies die Interessenvertretung Politik und Gesellschaft, das Basismarketing Milch sowie die Information und Dienstleistungen.

Intensive Basisarbeit für die AP 2014 – 2017

Im Zentrum der Interessenvertretung stand im vergangenen Jahr das Paket Agrarpolitik 2014 bis 2017, wo wir wichtige Anliegen der Milchproduzenten in enger Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Bauernverband beim Bund einbringen konnten. Auch wenn dieser Prozess noch im Gange ist, so hat sich die intensive Basisarbeit in unseren Organisationen bisher gelohnt und der einheitliche Auftritt von uns Milchproduzenten hat in einigen Punkten bereits zu einer merklichen Verbesserung der Vorlage geführt.

Controlling bestätigt Marketingstrategie

Im Bereich Basismarketing zeigen unsere Controllingwerte, dass dank den durchgeführten Massnahmen die Milchbotschaften bei den anvisierten Zielgruppen gut ankommen und auch am Markt ihre Wirkung nicht verfehlen. So konnte beispielsweise in einem schrumpfenden Fettmarkt der Marktanteil unseres Aushängeschildes Floralp gesteigert werden. Auch der Bereich Information und Dienstleistungen wird bei uns rege nachgefragt.

Ich bin dankbar, dass ich mich für all diese verschiedensten Tätigkeitsbereiche auf ein tolles Team verlassen kann. Denn dies ist die beste Voraussetzung, dass wir uns im Vorstand und in der Geschäftsleitung um die strategisch harten Brocken kümmern und auch hier den gemeinsamen Erfolg anpeilen können.

Dr. Albert Rösti
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Die Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2014–2017 prägte im Berichtsjahr die landwirtschafts-politische Diskussion. In intensiven Gesprächen gelang es der SMP, einige wichtige Änderungen in die Botschaft zu bringen, wie beispielsweise gewisse Korrekturen beim Versorgungssicherheitsbeitrag auf dem Grünland oder die Erhöhung der Mittel für die Zulagen.

Agrarpolitik 2014–2017

Am 23. März 2011 schickte das Eidgenössische Volkswirtschaftsdepartement EVD die Vorschläge zur Weiterentwicklung der Agrarpolitik für die Jahre 2014–2017 (AP 14–17) in die Vernehmlassung. Bereits in den Jahren zuvor arbeitete die Bundesverwaltung intensiv an Teilen dieser Gesetzesrevision. Insbesondere die von der ständerätlichen Kommission für Wirtschaft und Abgaben geforderte Weiterentwicklung des Direktzahlungssystems wurde zum Herzstück dieser Agrarreform, die der Bund inzwischen losgelöst von den internationalen Entwicklungen anging. Die bäuerlichen Organisationen nahmen die Vorschläge insgesamt kritisch auf. Denn die Befürchtung, dass die mit der fortschreitenden Ökologisierung der Schweizerischen Landwirtschaft verbundene Extensivierung zu zusätzlichen Importen und damit auch zu einem verschärften Verdrängungskampf führen dürfte, bleibt unverändert aktuell.

In einer ersten Beurteilung teilte die SMP die Ansicht, dass am heutigen agrarpolitischen Instrumentarium aus wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Überlegungen ein gewisser Anpassungsbedarf bestehe. Die SMP unterstützte deshalb im Grundsatz den Vorschlag, die Instrumente stärker und besser auf die Ziele auszurichten. Doch die Festlegung der Einzelziele und die Gewichtung der Ziele untereinander stiessen bei den Milchproduzenten auf grosse Vorbehalte. Die SMP verlangte Korrekturen, um erstens die wirtschaftliche Position der Milchproduzenten innerhalb der Wertschöpfungskette insgesamt zu stärken und zweitens die einzelbetriebliche Wahlfreiheit zwischen Produktionsleistung und ökologischen Leistungen auch aus betriebswirtschaftlicher Optik zu gewährleisten.

Ein besonders heikler Punkt in der Vernehmlassung stellte die beabsichtigte Abschaffung der tierbezogenen Beiträge dar. In intensiven Gesprächen gelang es der SMP, innerlandwirtschaftlich ein Konzept mehrheitsfähig zu machen, das die Stossrichtung der Vernehmlassungsunterlage mit den Anliegen der Tierhalter in Einklang bringen könnte. Konkret verlangte die SMP, dass auf das Fundament des einheitlichen Flächenbeitrags ein in Abhängigkeit des Tierbesatzes abgestufter, aber auch limitierter Zusatzbeitrag ausgerichtet werden soll.

Die SMP forderte auch in drei weiteren Bereichen substanziale Verbesserungen:

- Zahlungsrahmen: Teilweise Umverteilung und Aufstockung, da die vorgeschlagenen Zahlungsrahmen weder Teuerungsausgleich noch zusätzliche Mittel für zusätzlich geforderte Leistungen enthalten.
- Milchwirtschaftliche Bestimmungen: Der Bund soll in jedem Fall von Marktungleichgewichten Massnahmen, die von den Organisationen beschlossen wurden, für allgemein verbindlich erklären können. Weiter verlangte die SMP griffigere Bestimmungen für Milchkaufverträge und das Verankern von 15 Rappen Verkäsungszulage und 3 Rappen Siloverzichtszulage im Gesetz.
- Qualitätsstrategie: Die SMP unterstützte die Vorschläge zur Qualitätsstrategie. Sie verlangte aber, dass der Bund nicht nur einseitig das Beseitigen von Qualitätsdefiziten fördern solle, sondern auch jene Branchen wie beispielsweise die Milch unterstützt, die bereits ein hohes Niveau von Qualitätsmassnahmen erreicht haben.

Statt wie erwartet im Dezember 2011 verabschiedete der Bundesrat die Botschaft an das Parlament erst am 1. Februar 2012. Die SMP würdigte in ihrer ersten Stellungnahme, dass einige Forderungen seitens der Land- und Milchwirtschaft in die Botschaft aufgenommen wurden. Die Korrekturen gingen grösstenteils in die richtige Richtung, beachten aber die künftigen Herausforderungen noch zu wenig. Insbesondere die stark zunehmende Bedeutung der Versorgung einer global wie auch national rasant wachsenden Bevölkerung mit nachhaltig erzeugten Nahrungsmitteln ist aus Sicht der Milchproduzenten noch nicht genügend berücksichtigt.

Letztlich ist jedoch die parlamentarische Beratung entscheidend. Diesbezüglich muss man realistisch sein. Einerseits wird die SMP auch dank der Wahl ihres Direktors Albert Rösti in den Nationalrat zusammen mit den übrigen bäuerlichen Parlamentariern und weiteren Verbündeten an vorderster Front mitkämpfen, um zusätzliche Verbesserungen einzubringen. Andererseits werden auch all jene Kreise mobilisieren, denen es primär um zusätzliche Auflagen für die Landwirtschaft geht. Der Beginn der parlamentarischen Beratung ist ab April 2012 vorgesehen.

Dank intensiver Überzeugungsarbeit der SMP und der Milchbranche im Parlament konnte die Verkäsungszulage nicht nur im Jahr 2011 bei 15 Rappen gehalten werden, sondern es stehen auch für die Jahre 2012 und 2013 gleichviel Mittel zur Verfügung. Erfreulich ist auch, dass ab 2012 die Kennzeichnung von Produkten mit den Begriffen «Berg» und «Alp» strengeren Regeln unterworfen wird.

Kürzung der Verkäsungszulage abgewendet

In der Dezembersession 2010 mussten die beiden Räte in den Budgetdebatten die Notbremse ziehen und die vom Bundesrat vorgeschlagene Mittelkürzung für die Verkäsungszulage rückgängig machen. Mit einem Budget von 292 Millionen Franken war es möglich, im Berichtsjahr die Verkäsungszulage mit 15 und die Siloverzichtszulage mit 3 Rappen pro Kilogramm Milch weiterzuführen. Im Jahr 2011 legten die Räte auch die Budgets für 2012 und 2013 in etwa gleicher Höhe fest.

Swissness-Regelung muss glaubwürdig bleiben

Schweizer Produkte, allen voran Nahrungsmittel, genießen einen hervorragenden Ruf. Die Landwirtschaft und auch die Nahrungsmittelindustrie haben längst erkannt, dass dieses Image von Qualität, Beständigkeit und Tradition in der Vermarktung Mehrwert schafft. Die SMP setzt sich zusammen mit dem Bauernverband vehement dafür ein, dass diese Swissness bei den Konsumentinnen und Konsumenten glaubwürdig bleibt. Dies setzt voraus, dass gerade bei Lebensmitteln ein möglichst hoher Anteil Schweizer Rohstoffe enthalten ist.

Schoggigesetz sichert Molkereimilchmenge

Das Schoggigesetz zum Ausgleich des Rohstoffpreisanstiegs beim Export von verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten entfaltete im Jahr 2011 seine volle Wirkung. Mit Bundesmitteln von rund 59 Millionen Franken und Mitteln aus dem Interventionsfonds der Branchenorganisation Milch von etwa vier Millionen Franken konnte eine Milchmenge von rund 240 Millionen Kilogramm im Export gestützt und damit der Veredelungsverkehr verhindert werden. Für 2012 legte das Parlament einen Kredit von 70 Millionen Franken fest. Davon gab der Bund aber nicht alle Mittel frei und zudem steht für die Milch nur ein Teil zur Verfügung, so dass die Milchbranche mit Bundesmitteln von etwa 51 Millionen Franken rechnen kann. Wie gross die Deckungslücke 2012 sein wird und wie diese «gestopft» wird, muss im Verlauf des Frühjahrs 2012 geklärt werden.

Forderung nach besser koordinierten Kontrollen

Die bessere Koordination der Kontrollen auf landwirtschaftlichen Betrieben und vereinfachte Verwaltungsabläufe sind wichtige Anliegen der Schweizer Milchproduzenten. Bei der Anhörung zur Totalrevision der Inspektionskoordinationsverordnung brachte die SMP einmal mehr die Anliegen zur administrativen Vereinfachung und zentralen Ablage der Kontroll- und Vollzugsdaten ein.

Besserer Schutz für die Begriffe «Berg» und «Alp»

Am 25. Mai 2011 verabschiedete der Bundesrat die total revidierte Verordnung über die Verwendung der Bezeichnungen «Berg» und «Alp» für landwirtschaftliche Erzeugnisse und daraus hergestellte Lebensmittel (Berg- und Alp-Verordnung, BAIV). Damit beugt die Gesetzgebung einerseits einer missbräuchlichen Verwendung dieser beiden eng an Tradition und Image gebundenen Begriffe vor. Andererseits erhalten die Produzenten und Verarbeiter des Berg- und Alpgebietes die Möglichkeit, mit einer gezielten Auslobung bei der Vermarktung ihrer Produkte einen Mehrwert zu erzielen. Die SMP begrüsst in ihrer Stellungnahme einen strengen Schutz ohne jegliche Verwässerung. Die Verordnung trat per 1. Januar 2012 in Kraft.

Zwei Neuerungen bei der Milchprüfung

Per 1. Januar 2011 traten zwei wesentliche Neuerungen bei der Milchprüfung in Kraft. Erstens verständigten sich der Bund und die Dachorganisationen der Milchbranche (SMP, Vereinigung der Milchindustrie VMI und Fromarte) auf eine Vereinbarung zur gemeinsamen Durchführung der öffentlich-rechtlichen Milchprüfung und der privatrechtlichen Untersuchungen für die Qualitätsbezahlung. Die Vereinbarung regelt im Wesentlichen die Rechte und Pflichten der an der Milchprüfung involvierten Parteien sowie die Übernahme der Restkosten, welche nicht durch den Beitrag des Bundes von jährlich 3,9 Millionen Franken bis ins Jahr 2014 gedeckt sind. Die ungedeckten und teilweise auf die Milchproduzenten abgewälzten Restkosten betragen im Berichtsjahr 35 Franken pro Produzent. Die zweite Neuerung betraf die neu festgelegten Eckwerte für die Qualitätsbezahlung. Wie vereinbart evaluierten SMP, VMI und Fromarte Ende 2011 deren Wirksamkeit. Dabei bemängelte die SMP, dass die Kriterien zum Erhalt des Qualitätszuschlags zu hoch angesetzt sind, respektive der Anreiz des Zuschlags mit 0,5 Rappen zu tief ist. Nach intensiven Verhandlungen wurde neben weiteren lediglich geringfügigen Änderungen die Limite für Zuschläge bei der Keimzahl von kleiner 8'000 auf kleiner gleich 10'000 und bei der Zellzahl von kleiner 100'000 auf kleiner gleich 100'000 festgelegt.

Die Welthandelsorganisation WTO vertagte den Abschluss der laufenden Doha-Runde auf unbestimmte Zeit, und die Verhandlungen mit der EU über ein Freihandelsabkommen im Agrar- und Lebensmittelbereich stocken. Dies nimmt zwar Druck weg. Doch im Schatten dieser grossen Runden schliesst die Schweiz laufend neue bilaterale Abkommen mit kleineren und grösseren Wirtschaftsmächten ab.

Wenig WTO, dafür mehr Bilateralismus

Seit längerer Zeit zeichnete es sich ab, dass die Welthandelsorganisation WTO auch im 2011 keinen Vertragsabschluss würde erzielen können. Ende Mai 2011 erklärte schliesslich das WTO-Sekretariat, dass der Abschluss der Doha-Entwicklungsrunde auf unbestimmte Zeit vertagt sei. Damit fiel innenpolitisch auch ein wichtiges Argument für den raschen Abschluss eines Agrarfreihandelsabkommens mit der Europäischen Union EU weg. Trotz des Aufschubs der WTO-Verhandlungen auf unbestimmte Zeit gilt es zu beachten, dass insbesondere die grossen Wirtschaftsmächte zunehmend auf bilaterale Abkommen setzen, um sich Marktzugang für Exportgüter im Dienstleistungs- und Industriebereich in vielversprechende Märkte der Entwicklungs- und Schwellenländer zu verschaffen. Die Schweiz partizipiert einzeln oder innerhalb der Europäischen Freihandelsassoziation EFTA auch an diesem Bilateralismus. Im Jahr 2011 traten Freihandelsabkommen mit Uruguay, Kolumbien und Peru in Kraft, 2012 sollen jene mit der Ukraine, Montenegro und Hong Kong folgen. Verhandlungen laufen weiter mit der Zollunion Russland-Belarus-Kasachstan, Bosnien-Herzegowina, Thailand, Indonesien, China, Indien, Vietnam, sechs zentralamerikanischen Staaten und sechs arabischen Golfstaaten.

Agrarfreihandelsabkommen mit der EU

Seit Herbst 2008 verhandelt die Schweiz mit der EU über ein Abkommen in den vier Bereichen Landwirtschaft, Lebensmittelsicherheit, Produktsicherheit und öffentliche Gesundheit. Mit diesem Abkommen werden eine Marktöffnung der gesamten ernährungswirtschaftlichen Produktionskette sowie die verstärkte Zusammenarbeit mit der EU in den erwähnten Bereichen angestrebt. Nach drei umfassenden Verhandlungsrunden sind die Gespräche ins Stocken geraten. Nicht nur der innenpolitische Widerstand nimmt zu, sondern auch die EU verschärfte ihre Bedingungen. In den so genannt «institutionellen Fragen» pocht die EU unter anderem darauf, dass die Schweiz in jenen Bereichen, wo bilaterale Abkommen bestehen, künftige Änderungen des EU-Rechts automatisiert übernimmt.

Cassis-de-Dijon: Kampf gegen wässrigen Rahm

Das Cassis-de-Dijon-Prinzip, welches den Import von Lebensmitteln erlaubt, die nicht den schweizerischen Normen entsprechen, entwickelt sich weiter zum gesetzgeberischen Irrläufer. Neu hinzu kam, dass sich nun auch die Konsumentinnen und Konsumenten getäuscht sehen, weil nicht wie erhofft die Preise sinken, sondern sich die Produktqualität und -information verschlechtert. Und auch auf Produzentenseite muss man mit Erstaunen zur Kenntnis nehmen, dass das eingeräumte Beschwerderecht eine Farce ist. Denn nur noch das Bundesgericht kann der SMP die Beschwerdelegitimation erteilen. Alle Vorinstanzen lehnten dies bisher ab. Das juristische Seilziehen um den wässrigen Rahm und den gestreckten Käse bleibt also weiterhin offen. Deshalb unterstützt die SMP alle Bestrebungen, auf parlamentarischem Weg die Lebensmittel im Sinne der Motion Bourgeois von diesem Cassis-de-Dijon-Prinzip auszuklammern.

Starker Franken: Wechselkurs- und Exportkrise

Im Zuge der europäischen Banken-, Schulden- und Wirtschaftskrise setzten Anleger und Spekulanten zunehmend auf die sichere Währung des Schweizer Frankens. Folglich schoss der Wechselkurs gegenüber Euro und Dollar derart in die Höhe, dass dem Exporthandel grosse Währungsverluste entstanden. Diese wurden teilweise auf den Absatzmarkt oder den Beschaffungsmarkt übertragen. Als der Bundesrat signalisierte, Sofortmassnahmen zugunsten des Arbeitsplatzes Schweiz mit weit über einer Milliarde Franken zu unterstützen, erarbeitete die SMP zusammen mit der Branche sofort Vorschläge. Verkäuferschutzzulage aufstocken, Absatzförderungsmittel für eine Marketingoffensive im Käseexport und Aufhebung des Milchabzugs beim RGVE-Beitrag waren die Ansätze. So rasch wie der Bundesrat die Mittel versprach, so rasch löste sich die Unterstützung jedoch wieder in Luft auf. Einzig die Mittel für das Schoggigesetz wurden um zehn Millionen Franken aufgestockt. So konnte zumindest die Deckungslücke einfacher gefüllt werden als wie bisher im Nachtragskreditverfahren.

Im Berichtsjahr wurden verschiedene Konzepte diskutiert, wie Mehrwert für Schweizer Milch geschaffen werden kann. Für die SMP ist immer entscheidend, dass auch die Produzenten vom Mehrwert profitieren und die Differenzierung nicht den hohen Schweizer Produktionsstandard herabwürdigt.

2. SMP-Milchforum: Mehrwert für Schweizer Milch

Anlässlich der Eröffnung der Swiss Expo Lausanne lud die SMP am 13. Januar 2011 zum 2. SMP Milchforum ein. «Mehrwert für Schweizer Milch» lautete das Thema. Mehrwert lasse sich nicht nur mit Schweizer Käsespezialitäten erzielen, sondern zunehmend auch mit spezifisch aus der Milch entnommenen Zusatzstoffen für die Lebensmittelindustrie. Darin waren sich die CEO der Unternehmen Cremo, Hochdorf und Camille Bloch einig. Und sie vertrauten auch auf die Qualitäts- und Imagewerte von Schweizer Milch. Und noch in einem weiteren Punkt stimmten verschiedene Verarbeiter überein: Damit die Verarbeitungsindustrie wettbewerbsfähig bleibe, benötige sie mehr Milch um die Kapazitäten auslasten und im Export wachsen zu können. Angesichts der hohen Produktionskosten stiess diese Forderung bei den Milchproduzenten jedoch auf kritische Ohren.

Schweizer Milch ist Gras- und Raufuttermilch

In einer eher politisch motivierten Auftragsstudie kritisierten die Autoren den zunehmenden und überhöhten Kraftfuttereinsatz in der Milchviehfütterung. Aus den statistisch richtigen Daten zogen die Autoren jedoch verkehrte Schlüsse. Mit einem Mischfuttereinsatz von durchschnittlich 556 Kilogramm pro Kuh und Jahr beträgt die Milchleistung aus dem Grundfutter in der Schweiz weit über 80 Prozent. In einer üblichen Futterration von 16 Kilogramm Trockensubstanz beträgt der durchschnittliche Sojaanteil 300 Gramm beziehungsweise zwei Prozent. In den Ländern, aus denen die Schweiz hauptsächlich Milchprodukte importiert, fressen die Kühe ein Mehrfaches an Mischfutter und Soja. Mehr ausländische Milch importieren heisst deshalb zusätzliche Regenwälder in Südamerika abholzen. Dies sind die Realitäten.

Wiesenmilch®

Mitte der 1990er-Jahre begann der Detailhandel mit dem Verkauf von Biomilch. Seither weiss die Branche, dass die Milchproduktionsmethode auf dem Bauernhof einen entscheidenden Unterschied in der Vermarktung ausmachen kann. Im Jahr 2002 lancierte die damalige Schweizerische Vereinigung der silofreien Milchproduzenten mit der Marke Wiesenmilch® eine Milchqualität, welche die Käsereimilchproduktion mit silagefreier Fütterung auszeichnete. Seit 2008 ist die SMP Lizenzgeberin dieser Marke. Im Sommer 2011 wandte sich die Vereinigung IP Suisse an die SMP, um die Marke Wiesenmilch® für die Lancierung einer raufutterbasierten Molkereimilch verwenden zu dürfen. Weil das Konzept einen um fünf bis zehn Rappen höheren Milchpreis für die Produzenten

vorsah, entschloss sich die SMP, die Markenverwendung auf die Prozessqualität der raufutterbasierten Milch zu erweitern. Seit Herbst 2011 stehen nun interessierten Milchproduzenten, Verarbeitern und Vermarktern die beiden Produktionsreglemente «ohne Silagefütterung» und «raufutterbasiert» zur Verfügung. Punkto Raufutteranteil sind die Anforderungen gleichwertig.

Produktionskosten

Bei sinkenden Markterlösen bleibt die Reduktion der Produktionskosten eine zentrale Herausforderung der Landwirtschaft. Mit der Beratungskampagne «Kostenoptimierung der Milchproduktion» und dem im Internet verfügbaren einfachen Deckungsbeitrags-Kostenrechner unterstützt die SMP direkt die Milchproduzenten auf ihren Betrieben. Diese Kampagne lief 2011 bereits im zweiten Jahr und wird 2012 weitergeführt. Wer insbesondere die Beratungsgutschriften für den Besuch eines Kurses zur Erstellung der Vollkostenrechnung nutzt, profitiert doppelt. Erstens und kurzfristig von der Kursvergünstigung. Und zweitens langfristig von der sichtbaren Verbesserung des Arbeitsverdienstes, wie die zahlreichen Rückmeldungen aus den Arbeits- und Beratungskreisen immer wieder bestätigen.

Nebst der einzelbetrieblichen Kostenoptimierung treiben natürlich auch die Rahmenbedingungen der Landwirtschaft die Kosten und die administrative Belastung in die Höhe. Hier unterstützt die SMP die Arbeit des Schweizerischen Bauernverbandes, um kostentreibende Auflagen zu verhindern und abzubauen. Dazu erfolgte im Jahr 2011 eine breit angelegte Bestandesaufnahme. Daraus will die Arbeitsgruppe Kostenoptimierung des SBV nun Massnahmen ableiten und entsprechende politische Vorstösse formulieren.

Marketing

Milch und Milchprodukte sind wichtige Grundnahrungsmittel. Mit rund 380 Kilogramm Milch ist der Pro-Kopf-Konsum in der Schweiz im internationalen Vergleich hoch. Braucht es da noch Marketing? Ja, zweifellos! Denn Konsumentinnen und Konsumenten müssen laufend umworben und überzeugt werden. Das Swissmilk-Basismarketing ist ein wirksames Mittel, die positive Grundstimmung zu erhalten.

Notwendig und sinnvoll

Nicht nur auf Produktions-, sondern auch auf Absatzseite kann viel für die einheimischen Milchproduzenten bewirkt werden. Gemeinsames Basismarketing ist sinnvoll und notwendig. Es:

- erhält die Sympathie für Schweizer Milch und Milchprodukte aufrecht,
- gibt Volumenprodukten am Markt eine Stimme,
- bietet der Konkurrenz aktiv die Stirn,
- fördert das Wissen über die Milch und profiliert ein gesundes Nahrungsmittel,
- gewinnt wichtige Beeinflusser, damit sie Milch weiterempfehlen,
- stimuliert mit Kochrezepten den Konsum,
- ist ganzjährig mit vielen verschiedenen Aktivitäten präsent,
- arbeitet professionell und effizient, und
- zeigt, dass Schweizer Milch beste Qualität ist und nachhaltig produziert wird.

Gesundheit als Hauptbotschaft

Milch ist gesund, das wissen fast alle. Milch gibt starke Knochen, das wissen viele. Milch kann aber noch einiges mehr: Sie macht auch fit, schlau und schlank. Alle, ob Kinder, Jugendliche oder Erwachsene, profitieren in jeder Lebenssituation vom gesundheitlichen Nutzen des «Zaubertranks der Natur» und brauchen deshalb täglich genügend Milch. Tatsächlich enthält kein anderes Nahrungsmittel so viele Nährstoffe, Vitamine und Mineralstoffe. Daher ist es folgerichtig und sinnvoll, dass das Swissmilk-Marketing die einzigartige Bedeutung der Milch für die Gesundheit ausspielt und zur zentralen Botschaft der Kampagnen und Massnahmen macht. Denn damit Marketing erfolgreich ist, muss es den Produktnutzen hervorheben, der aus Sicht der Konsumentin und des Konsumenten so bedeutend ist, dass er in Erinnerung bleibt. Dass das bei der Milch die Gesundheit ist, liegt auf der Hand. 2011 hat das Marketing das Potenzial der Milch für Gesundheitsbotschaften detailliert überprüft und alle Argumente auf ihre wissenschaftliche Relevanz und Solidität hin durchleuchtet. Entstanden ist ein Botschaftenkonzept mit konkreter Handlungsanleitung für den Marketingeinsatz. Dadurch ist Gewähr geboten, dass die relevanten Informationen regelmässig und auf konsistente Art kommuniziert werden – damit keine Schweizerin und kein Schweizer ohne drei Portionen Milch täglich bleibt.

Messbare Erfolge

Die systematischen Erfolgskontrollen zeigen, dass das Basismarketing wirkt: Die Imagewerte der Milch sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Milch hat sich vom Kinder- und Frühstücksprodukt zum salonfähigen Gesellschaftsprodukt gewandelt. An Openairs betrachten Jugendliche den Milchshake mittlerweile sogar als Trendgetränk – ein besonders wertvoller Erfolg, denn in diesem Alter lassen sich Ernährungsgewohnheiten noch prägen. Dank den Ernährungsinformationen weiss die Bevölkerung heute, dass Milch der wichtigste Kalziumlieferant ist und starke Knochen und gesunde Zähne gibt. Und sie weiss, dass tierische Fette und Cholesterin kein Gesundheitsrisiko darstellen. Swissmilk inspiriert auch Kochfreudige, keine andere Rezeptsammlung wird so häufig genutzt wie die Swissmilk-Rezeptdatenbank.

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 Infrastrukturmateriale für eigene Absatzförderungsaktivitäten oder für lokale Anlässe kostenlos oder zu günstigen Konditionen zur Verfügung. Bestellen kann man unter www.swissmilk.ch/Produzenten > Services für Milchproduzenten > Angebote für Anlässe und Shop.

Lovely online

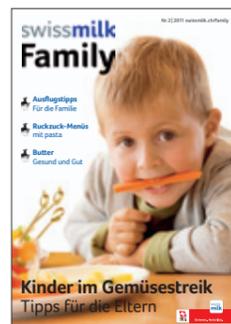
2011 hat der Webauftritt der Milch ein komplett neues Online-Kleid erhalten – modern, frisch, informativ und benutzerfreundlich. Mehr noch als früher ist www.swissmilk.ch zu einer zentralen Plattform für alles rund um die Schweizer Milch geworden, die weit über eine Million Besucherinnen und Besucher jährlich anlicken. Ob Informationen über Produkte oder die gesunde Ernährung, ob TV-Spots oder Werbeartikel, ob Schulungshilfen oder Rezepte – ein Besuch des Milchmarketings unter www.swissmilk.ch lohnt sich.



Werbespots, Plakate und Inserate wecken Aufmerksamkeit und stärken die Sympathie für die Milch.



Swissmilk lädt mit einem Kochmagazin und der grössten Schweizer Rezept- und Backdatenbank zum Geniessen ein.



Familien sind eine wichtige Zielgruppe. Sie erhalten regelmässig ein informatives Magazin und elektronische Newsletter.



Ernährungsfachleute sind wichtige Beeinflusser. Sie erhalten regelmässig Informationen aus der Milch-Wissenschaft.



Swissmilk ist auch im Internet stark – mit einer attraktiven Homepage und elektronischen Newsletter für die wichtigsten Zielgruppen.



Für Schulen gibt es vielfältige Unterrichtshilfen. Und dank tatkräftiger Unterstützung der Bäuerinnen und Landfrauen ist der Tag der Pausenmilch ein Fest für über 370'000 Schulkinder.



Zusammen mit den Jungzüchtern feiert Swissmilk jedes Jahr den Tag der Milch.



Ob Festival, Sportevent oder Schwingfest, ob Anlass für Familien oder junge Erwachsene – die Milch ist dabei.

Gute Beschlüsse, lückenhafte Umsetzung

Nach der politischen Debatte rund um die Motion Aebi beschloss die Branchenorganisation Milch anfangs Mai 2011 ein Massnahmenpaket zur Stabilisierung des Milchmarktes. Trotzdem blieb die Umsetzung lückenhaft. Auch, weil sich der Bundesrat aufgrund rechtlicher Streitereien nicht dazu entschliessen konnte, das gesamte Massnahmenpaket für allgemein verbindlich zu erklären.

Welcher Flankenschutz für die Produzenten?

Unter dem Eindruck des ersten gescheiterten Marktmodells der Branchenorganisation Milch (BO Milch) traute der Nationalrat der Branche Ende 2010 nicht mehr zu, dass die Marktakteure in gemeinsamer Verantwortung und privatrechtlich ein System zur Mengensteuerung finden würden. Der Nationalrat überwies die von Andreas Aebi eingereichte Motion «Mengensteuerung für marktgerechte Milchmengen» an den Ständerat. In dessen Kommission für Wirtschaft und Abgaben (WAK-S) begann in der Folge das Feilschen um einen für alle Seiten tragbaren Kompromiss. Denn bereits im Vorfeld der Debatte machten zu viele Ständeräte klar, dass sie die in der Motion vorgeschlagene Abgabe auf den ausgedehnten Milchmengen nicht akzeptieren würden. Erstens formulierte die WAK-S selbst noch eine Kommissionsmotion. Zweitens wies der Ständerat am 17. März 2011 nach einer schwierigen Debatte beide Motionen an die Kommission zurück. Der Ständerat wollte so der BO Milch eine «letzte Gelegenheit» geben, eigenverantwortlich Massnahmen zur Stabilisierung des Milchmarktes zu treffen.

Ständerat macht Druck auf BO Milch

Trotz intensiver inhaltlicher Begleitung durch die SMP gelang es nicht, den Ständerat auf eine verbindliche Haltung zur Stabilisierung des Milchmarktes zu verpflichten. Das grosse Engagement war dennoch nicht vergebens. Die Haltung des Ständerates bewog die BO Milch schliesslich, an ihrer Delegiertenversammlung vom 3. Mai 2011 folgendes aus drei Teilen bestehende Massnahmenpaket zu verabschieden und dafür beim Bundesrat die Allgemeinverbindlichkeit zu beantragen:

- Fonds für die Marktentlastung mit einer linearen Abgabe von 1,0 Rappen pro Kilogramm Milch auf der Gesamtmenge und mit einer Abgabe von 4,0 Rappen pro Kilogramm auf der ausgedehnten Milchmenge;
- Interventionsfonds mit einer linearen Produzentenabgabe von 0,5 Rappen pro Kilogramm Milch zur Deckung der Finanzierungslücke beim «Schoggigesetz»;
- Standardvertrag mit der Verpflichtung zur Segmentierung von Milchmenge und Milchpreis sowie zur Gewährung der vertikalen und horizontalen Transparenz.

Diese Beschlüsse seien für die Milchproduzenten ein bedeutender Schritt, kommentierte die SMP im Anschluss an die Delegiertenversammlung. Im Interesse einer grossen Mehrheit der Milchproduzenten habe man mehrere Jahre für ein solches Massnahmenpaket gekämpft.

Klagen und Beschwerden bremsen Umsetzung

Doch der grosse Durchbruch blieb leider aus. Die an der Delegiertenversammlung der BO Milch unterlegenen Milchwändler und Milchverarbeiter erhoben Beschwerde gegen die Beschlüsse der Delegiertenversammlung und reichten beim Bund eine Anfechtungsklage gegen die Allgemeinverbindlichkeit ein.

Massnahmenpaket wird aufgeschnürt

Darob verunsichert zögerte der Bundesrat nicht nur seinen Entscheid hinaus, sondern versetzte auch allen Organisationen einen Dämpfer, welche sich auf Treu und Glauben für das Massnahmenpaket als Ganzes eingesetzt hatten. Denn der Bundesrat gewährte am 31. August 2011 lediglich auf der linearen Abgabe des Marktentlastungsfonds und dem Standardvertrag die Allgemeinverbindlichkeit mit Gültigkeit von 1. Oktober 2011 bis 30. April 2013.

SMP-Vorstand tritt aus der BO Milch aus

Auf diese Enttäuschung folgte gleich die nächste. Am 23. September 2011 senkte der Vorstand der BO Milch den Richtpreis um vier Rappen. Aus Sicht der SMP war diese vom Markt her nicht gerechtfertigt und bei der herrschenden Einkommenssituation der Milchproduzenten unhaltbar. Nach all diesen Erfahrungen, dass die berechtigten Anliegen der Milchproduzenten in der BO Milch nur ungenügend eingebracht werden konnten und auch berücksichtigt werden, beschloss der SMP-Vorstand am 27. September 2011 einstimmig den Austritt aus der aktuellen BO Milch.

Gleichzeitig bekräftigte der SMP-Vorstand seine Überzeugung, dass es eine gute Zusammenarbeit in der Branche brauche und die SMP sich für den Aufbau von neuen, funktionierenden Strukturen einsetzen werde.

Marktlage und Milchverkauf

In einem schwierigen Marktumfeld konnten sich im vergangenen Jahr lediglich jene Sortenkäse behaupten, die auf eine starke Sortenorganisation zählen konnten. Bei der Molkereimilch herrschte unverändert hoher Preisdruck. Und auch im Aussenhandel zeigten sich verstärkt strukturelle Schwächen.

Differenzierte Signale vom Milchmarkt

Der schweizerische Milchmarkt entwickelte sich im Berichtsjahr 2011 nicht einheitlich. In einzelnen Verarbeitungssegmenten gelang es, die Märkte zu halten oder sogar leicht zu wachsen. In anderen Zielmärkten wirkten Überangebot und Konkurrenzkampf enorm Preis drückend.

Starke Käsesorten konnten sich behaupten

Trotz hohem Importdruck von Industrie- und «Schnäppchenkäse» darf die Marktsituation bei wichtigen Sortenkäse wie Le Gruyère AOC, Appenzeller® und Tête de Moine AOC insgesamt als erfreulich bezeichnet werden. Im einem schwierigen Marktumfeld konnte die Käseproduktion etwa gehalten oder beim Le Gruyère AOC sogar leicht ausgedehnt werden. Im inländischen Detailhandel hielt sich der Preisdruck in Grenzen und allen drei Käsesorten gelang es, dank gewaltigen Anstrengungen im Export der Frankenstärke die Stirn zu bieten und trotz Preisaufschlägen die Exportmengen zu halten. Der Markterfolg dieser drei Sorten ist auch dem Zusammenhalt in den Sortenorganisationen zu verdanken und spiegelt sich im Produzentenmilchpreis, der sich um 75 Rappen pro Kilogramm Milch bewegte.

Emmentaler AOC rutschte in eine tiefe Krise

In eine tiefe Krise hingegen rutschte der Emmentaler AOC. Nach dem Scheitern der Mengensteuerung im Frühjahr 2011 fielen Preise und Umsätze sowohl im Inland als auch im Export drastisch. Etliche Händler wälzten den Preiszerfall auf die Käsereien und diese wiederum auf die Milchproduzenten ab, es blieb ein Milchpreis von 50 bis 55 Rappen pro Kilogramm übrig. Dies erhöhte den wirtschaftlichen Druck auf die Milchproduzenten und Käsereien und leitete so einen Strukturwandel ein, der noch nicht ausgestanden ist.

Molkereimilch auf tiefem Niveau im Krebsgang

Bei der Molkereimilch bewegten sich die Vertragspreise für eine Jahresmenge von 120'000 Kilogramm Milch nun im dritten Jahr in Folge um etwa 58 Rappen pro Kilogramm Milch. Dies zeigt, dass die von schwachen Milchverkaufsstrukturen und Milchüberschüssen geprägte Marktsituation im Inland massgebend für das Tiefpreinsniveau mitverantwortlich ist. Denn beim preislichen Aufschwung, der in Europa festzustellen war, blieb die Schweiz aussen vor. Im Gegenteil, der Kampf um Marktanteile im schweizerischen Detailhandel sorgte im Jahr 2011 erneut für sinkende Konsumentenpreise in den Teilmärkten Konsummilch, Käse, Konsumrahm und gegen Ende Jahr auch Butter. Dies war auch eine Folge der Wechselkursituation.

Wichtiger Aussenhandel

Der Aussenhandel mit Käse, konservierten und verarbeiteten Milchprodukten spielte auch im Jahr 2011 eine bedeutende Rolle für den Milchmarkt. Bei einem Export von 950,8 Millionen Milchäquivalent (MAQ) und einem Import von 446,5 Millionen MAQ resultierte ein Exportüberschuss von 504,3 Millionen MAQ. Dies entspricht einem Nettoexportvolumen von 14,5 Prozent der schweizerischen Milchmenge.

Käseaussenhandel: Bilanz- und Wertverluste

In der Aussenhandelsbilanz gibt es allerdings mehrere beunruhigende Feststellungen. Beim Käse beliefen sich die Exporte im Jahr 2011 auf 64'528 Tonnen (+921t bzw. +1,4% ggü. Vorjahr) und die Importe auf 48'892 Tonnen (+2'002 t bzw. +4,3%). Der Trend, dass die Importe stärker wachsen als die Exporte hält seit 2006 an. Zudem sinkt der Exportwert für Schweizer Käse laufend. Konnte im Jahr 2007 für ein Kilo exportierter Schweizer Käse im Durchschnitt noch 10,10 Franken erzielt werden, so sank der Erlös im vergangenen Jahr auf 8,76 Franken. Dabei fiel der Erlös in der Kategorie «Hartkäse» um nur -0,72 Franken, während «Halbhartkäse» -2,53 Franken und Mozzarella -4,96 Franken verloren. In diesem Preiszerfall dürfte gerade der Grund liegen, warum diese beiden letzten Kategorien ein überdurchschnittlich hohes Exportwachstum aufwiesen.

Ebenfalls keine Wertschöpfungsstütze im Aussenhandel waren die notwendigen Butterexporte zum Ausgleich des schweizerischen Milchfetthaushalts. Bei einer Produktion von 48'563 Tonnen und einer Nachfrage von 42'249 Tonnen resultierte ein Überschuss von mehr als 6'300 Tonnen. Insgesamt wurden Butterexporte von 9'009 Tonnen getätigt, um den Produktionsüberhang und einen wesentlichen Teil der Butterlager aus dem Jahr 2010 abzubauen. Die Exporte wurden etwa je hälftig aus horizontalen Massnahmen der Branchenorganisation sowie vertikalen Massnahmen der Butterhersteller finanziert. Letztlich bezahlten die Zeche jedoch die Milchproduzenten mittels Marktrückhalten, Segmentierungsabzügen und Milchpreissenkungen. Dies ist eine Folge des hohen Produktionsvolumens mit tiefer Wertschöpfung.

Milchproduktion

Im Kalenderjahr 2011 produzierten 25'232 Betriebe mit 555'039 Kühen eine Milchmenge von 3'471'973 Tonnen. Während die Menge gegenüber dem Vorjahr um 1,0 Prozent anstieg, nahm die Zahl der Milchproduzenten um 3,3 Prozent und die Zahl der Kühe um 1,9 Prozent ab. Die grössten Betriebe mit über 300'000 Kilogramm Milch lieferten bereits 22 Prozent der gesamten vermarkteten Milchmenge ab.

Fünftes Rekordjahr in Folge

Im Kalenderjahr 2011 produzierten die Milchbauern 3'471'973 Tonnen Milch für die Verarbeitung in den Molkeereien und Käseereien. Dies entspricht einer Zunahme von 34'351 Tonnen beziehungsweise 1,0 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Milchproduktion erreichte damit im fünften aufeinander folgenden Jahr einen neuen Höchststand, denn die Produktion 2009 fiel nur wegen dem Schalttag 2008 tiefer aus.

Die Jahreszahlen 2011 der TSM Treuhand zeigen, dass die Anzahl der Milchproduktionsbetriebe im Berichtsjahr um 874 auf 25'232 Betriebe zurück ging. Dies entspricht einem Minus von 3,3 Prozent. Diese Ganzjahresbetriebe hielten 555'039 Milchkühe. Dies sind 11'008 beziehungsweise 1,9 Prozent weniger als im Jahr zuvor. Damit schreitet der langjährige Trend in der Milchproduktion ungebrochen voran. Immer weniger Bauern produzieren mit weniger Kühen mehr Milch. Im Zehnjahresvergleich veränderten sich die Strukturen drastisch. Die Anzahl Milchproduzenten reduzierte sich um einen Drittel, die durchschnittliche Milchproduktion je Betrieb nahm um fast zwei Drittel zu und die durchschnittliche Milcheinlieferung je Kuh um über 20 Prozent.

1'686 Betriebe produzierten 22 Prozent der Menge

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass die Strukturen zwischen Berg- und Talgebiet und auch zwischen den Betrieben eine grosse Streuung aufweisen. Gemäss Zahlen des Bundesamtes für Landwirtschaft wurden im vergangenen Milchjahr 2010/2011 im Talgebiet im Betriebsdurchschnitt 160'000 Kilogramm Milch gemolken, während es im Berggebiet 90'000 Kilogramm waren. Auch verlief der Strukturwandel unterschiedlich rasch. Während in den vergangenen neun Jahren im Berggebiet einer von vier Betrieben mit der Milchproduktion aufhörte, so war es im Talgebiet bereits einer von drei.

Eine Folge des Strukturwandels ist auch die stark zunehmende Bedeutung der Grossbetriebe am gesamten Milchaufkommen. Die 1'686 Betriebe mit über 300'000 Kilogramm Jahresmilchmenge produzierten im Jahr 2011 bereits 22 Prozent der gesamten vermarkteten Milch.

Kühe zur Verkaufsmilchproduktion 2001 bis 2011



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Vermarktete Milchproduktion 2001 bis 2011



Milchverarbeitung

Mit einem Verarbeitungsanteil von 41,6 Prozent blieb Käse im Jahr 2011 die wichtigste Produktgruppe. Ein Vergleich der Jahre 2007 und 2011 zeigt, dass der Milchbedarf in den Segmenten mit guter Wertschöpfung nahezu stabil ist, jedoch 191 Millionen Milchäquivalente mehr der Verarbeitung von Butter- und Dauermilchwaren zugeführt wurden.

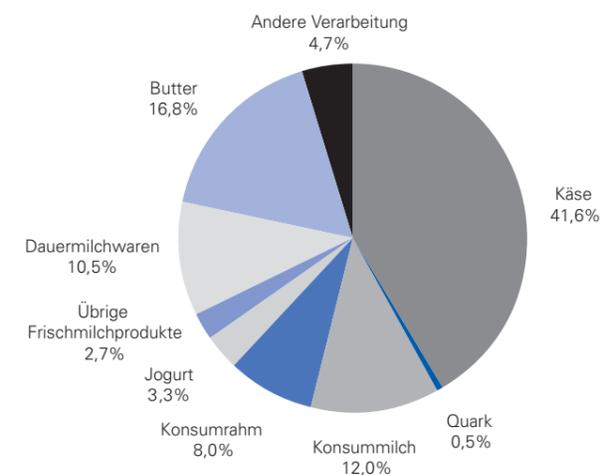
Käse verliert Anteile, bleibt jedoch an der Spitze

Die Verarbeitung der 3'471'973 Tonnen Milch zu den verschiedenen Produktgruppen zeigt im Jahr 2011 ein ähnliches Muster wie im Vorjahr. Mit 41,6 Prozent der gesamten verarbeiteten Milchmenge blieb Käse die wichtigste Produktgruppe. Gegenüber dem Vorjahr wurden jedoch 10,3 Millionen Milchäquivalent (MAQ) beziehungsweise 0,7 Prozent weniger verkäst, obwohl die Käseproduktion um 347 Tonnen anstieg. Der Grund liegt darin, dass die Käseproduktion vor allem bei den unterfetteten Sorten zulegte (siehe auch Seiten 14 und 31). Die zweitgrösste Produktgruppe war Butter mit einem Verarbeitungsanteil von 16,8 Prozent (+3,2 Mio. MAQ bzw. +0,5%), gefolgt von Konsummilch mit 12,0 Prozent (-7,0 Mio. MAQ bzw. -1,6%), Dauermilchwaren mit 10,5 Prozent (-3,0 Mio. MAQ bzw. -0,8%) und Konsumrahm mit 8,0 Prozent (+12,4 Mio. MAQ bzw. +4,6%) Anteil an der Milchverarbeitung.

Insgesamt wurden im Jahr 2011 folgende Produkte hergestellt (siehe auch Seiten 29 – 31):

- 486'682 Tonnen Konsummilch (-1,4%)
- 284'880 Tonnen Magermilchprodukte (+23,5%)
- 181'675 Tonnen Käse (+0,2%)
- 139'697 Tonnen Jogurt (-0,9%)
- 95'818 Tonnen Milchspezialitäten (-2,4%)
- 69'750 Tonnen Konsumrahm (+2,3%)
- 60'812 Tonnen Milchpulver und Kondensate (-2,2%)
- 48'563 Tonnen Butter (+1,8%)

Verarbeitung der Milch 2011

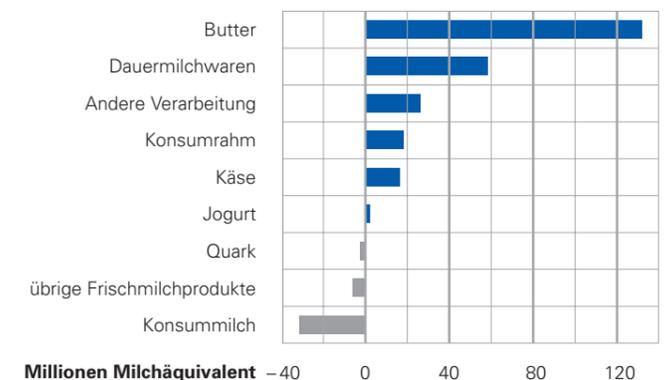


Quelle: TSM Treuhand GmbH

Mehrjahresvergleich zeigt Schwächen auf

Während sich das Verarbeitungsmuster der Milch von Jahr zu Jahr nur unwesentlich ändert, so werden im Vergleich der beiden Jahre 2007 und 2011 doch die Potentiale und Schwächen des Absatzmarktes deutlich sichtbar. In dieser Periode ging wegen der Fettgehaltsstandardisierung und den veränderten Konsumgewohnheiten der Verarbeitungsbedarf für Konsummilch um 32 Millionen MAQ zurück. Bei den Produktgruppen übrige Frischmilchprodukte (-6 Mio. MAQ), Quark (-3 Mio. MAQ) und Jogurt (+1 Mio. MAQ) blieb der Bedarf nahezu stabil. Bei Käse war das Wachstum mit +16 Millionen MAQ gemessen an der gesamten Verarbeitungsmenge von 1'443 Millionen MAQ sehr bescheiden (+1,1%). Die grösste Zunahme fiel auf die Produktgruppen Dauermilchwaren (+59 Mio. MAQ) und Butter (+132 Mio. MAQ). Dies bedeutet, dass gegenüber 2007 im Jahr 2011 die Inhaltsstoffe von 191 Millionen Kilogramm Milch zusätzlich der Milchpulver- und Butterverwertung zugeführt wurden. Insbesondere das Milchfett konnte nur zu tiefen Preisen im Export vermarktet werden, was sich in Form von tiefen Milchpreisen und Abzügen auf den Milchgeldabrechnungen der Produzenten spiegelte.

Veränderung der Milchverarbeitung 2007 bis 2011



Le Gruyère AOC baute im 2011 mit einer Jahresproduktion von 28'691 Tonnen seine Leaderstellung weiter aus. Auf den Plätzen zwei und drei folgten Emmentaler AOC mit 25'256 Tonnen und Mozzarella mit 20'558 Tonnen. Bei den weiteren Rohmilchkäsen konnten die meisten Sorten das Produktionsvolumen gegenüber dem Vorjahr etwa halten.

Starke Veränderungen bei den grossen Drei

Im Kalenderjahr 2011 stellten die Schweizer Käsefabrikanten insgesamt 181'675 Tonnen Käse her. Dies waren 347 Tonnen beziehungsweise 0,2 Prozent mehr als im Vorjahr. Dabei erfuhren die mengenmässig bedeutendsten Käsesorten starke Veränderungen. Le Gruyère AOC baute mit einer Jahresproduktion von 28'691 Tonnen (+527t bzw. +1,9%) seine Leaderstellung weiter aus. Emmentaler AOC als mengenmässig zweitwichtigste Sorte musste die Produktion hingegen weiter zurückfahren, die Menge lag bei 25'256 Tonnen (-1'802t bzw. -6,7%). Mozzarella als drittgrösste Kategorie legte stark auf 20'558 Tonnen (+1'739t bzw. +9,2%) zu.

Sortenkäse konnten sich behaupten

Die meisten Sortenkäse konnten gegenüber dem Vorjahr die Produktionsmengen mehr oder weniger halten. Appenzeller® Käse produzierte 9'096 Tonnen (-18t bzw. -0,2%), Vacherin Fribourgeois AOC 2'574 Tonnen (+38t bzw. 1,5%), Walliser Käse und Raclettekäse AOC 2'132 Tonnen (-54t bzw. -2,5%), Tête de Moine AOC 2'075 Tonnen (-76t bzw. -3,5%) und Sbrinz AOC 1'939 Tonnen (+83t bzw. +4,5%). Nahezu konstant war die Produktion

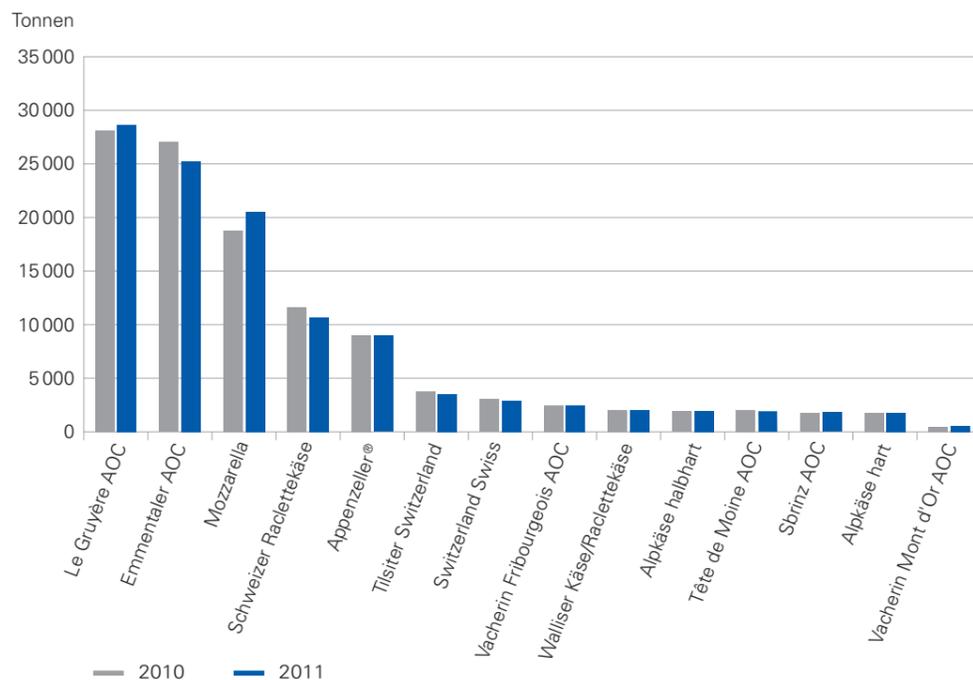
von Alpkäse halbhart mit 2'079 Tonnen (+50t bzw. +2,5%) und Alpkäse hart mit 1'895 Tonnen (+3t bzw. +0,2%).

Während Bündner Bergkäse eine Ausdehnung auf 1'426 Tonnen (+739t bzw. +107,6%) erfuhr, fiel Tilsiter Switzerland auf 3'603 Tonnen (-209t bzw. -5,5%) zurück.

Spezialitäten und Dumpingprodukte

Wie in den Vorjahren nahm auch die Produktion von übrigen Halbhart- und Hartkäsen zu, insbesondere solche der Mager- und Viertelfettstufe. Zweifellos befinden sich darunter echte Käsespezialitäten, die punkto Form, Konsistenz und Geschmack innovativ sind und sich wachsender Beliebtheit erfreuen. Kritisch hingegen muss einerseits die Produktionssteigerung von Magerkäse betrachtet werden. Andererseits ist es gerade bei den in der Ostschweiz beheimateten Käsesorten eine Tatsache, dass vermehrt Imitate hergestellt und diese unterpreisig angeboten werden. Dies schafft keinen zusätzlichen Absatz, sondern kannibalisiert das Original und beschleunigt dessen Wert- und Preiszerfall. Dies untergräbt letztlich nicht nur im Inland, sondern auch im Export die dringend notwendige Wertschöpfungsstrategie.

Produktion ausgewählter Käsesorten 2010 und 2011



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Am 13. April und 30. November 2011 hielt die SMP ihre beiden ordentlichen Delegiertenversammlungen ab. Im Frühjahr fällten die Delegierten mit den Gesamterneuerungswahlen und den Statutenänderungen wegweisende Entscheide. Im Herbst standen die Diskussionen rund um die sinkenden Milchpreise und die Zukunft der Branchenorganisation Milch im Zentrum.

13. April: Frühjahrs-Delegiertenversammlung

An der ordentlichen Frühjahrs-Delegiertenversammlung verabschiedeten die Schweizer Milchproduzenten SMP mehrere Geschäfte mit zukunftsweisender Bedeutung. Gestützt auf die im Herbst 2010 geführte Diskussion um die Strategie und Aufgaben der SMP verabschiedeten die Delegierten die vorgeschlagenen Statutenänderungen. Insbesondere der Zweckartikel wurde dabei auf die veränderten Bedürfnisse und Möglichkeiten neu ausgerichtet. Wie in der Vision 2015 formuliert, steht nun auch im Zweckartikel der Statuten der Arbeitsverdienst aus der Milchproduktion im Zentrum:

«Die SMP bezweckt insbesondere ... einen Erlös aus der Milchproduktion zu erzielen, der unter Berücksichtigung der Direktzahlungen zu einem Arbeitsverdienst führt, der mit jenem anderer Erwerbstätiger vergleichbar ist» (Statuten SMP, Art. 2, Lit. a).

Einstimmig beschlossen die Delegierten, die Basiskommunikation für Milch und Milchprodukte weiterzuführen und dafür beim Bundesamt für Landwirtschaft das Gesuch um Allgemeinverbindlichkeit für die vier Jahre 2012 – 2015 einzureichen.

Gesamterneuerungswahlen

Bei den Gesamterneuerungswahlen für die neue vierjährige Amtsperiode 2011–2015 wurden SMP-Präsident Peter Gfeller, die beiden Vizepräsidenten André Aeby (Prolait) und Ruedi Schnyder (Thurgauer Milchproduzenten TMP) sowie die zwölf zur Wiederwahl stehenden Vorstandsmitglieder im Amt bestätigt. Die drei Vakanzen wurden neu mit Nello Croce (Federazione ticinese produttori di latte FTPL), Thomas Oehen (Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP) und René Vonlanthen (Freiburger Milchverband FSFL) besetzt.

Finanzierungsbeschlüsse

Gemäss Beschluss der Delegierten erheben die Mitgliedsorganisationen auf der von den einzelnen oder indirekt angeschlossenen Produzenten vermarkteten Milch in der Periode vom 1. Mai 2011 bis 30. April 2012 folgende Beiträge pro Kilogramm Milch:

- Marketingfonds: 0,525 Rappen*
- Basismarketing Schweizer Käse: 0,2 Rappen*
- Finanzierung der Interessenvertretung SMP: 0,15 Rappen
- Beitrag Schweizerischer Bauernverband: 0,4 Rappen

* Die Beiträge für den Marketingfonds und das Basismarketing Schweizer Käse sind allgemein verbindlich.

30. November: Herbst-Delegiertenversammlung

An der Herbst-Delegiertenversammlung der Organisation Schweizer Milchproduzenten SMP standen die Informationen und Diskussionen rund um die sinkenden Milchpreise, die brennendsten Marktfragen sowie die Zukunft der Branchenorganisation Milch im Zentrum. In seinem Eröffnungswort nahm SMP-Präsident Peter Gfeller den ungenügenden Arbeitsverdienst von durchschnittlich 12 Franken als Ausgangspunkt, um Lösungsansätze aufzuzeigen, wie die Milchproduzenten langfristig bessere Einkommen erzielen könnten. «Wir Milchproduzenten müssen an den Schrauben Milchabsatz, Markterlös, Direktzahlungen und Kosten gemeinsam in die richtige Richtung drehen», fasste Gfeller die Strategie zusammen.

Debatte um die Mitgliedschaft bei der BO Milch

Zu Reden gab insbesondere die Mitgliedschaft der SMP bei der Branchenorganisation Milch (BO Milch). Der vom SMP-Vorstand gefällte Entscheid zum Austritt aus der BO Milch sei ein Alarmsignal der Milchproduzenten gewesen, weil deren Anliegen missachtet wurden, begründete SMP-Direktor Albert Röstli. Die SMP sei bereit, mit fundierten Lösungsvorschlägen die BO Milch zum Funktionieren zu bringen. In der Diskussion forderten einzelne Votanten die SMP zum sofortigen Wiedereintritt in die BO Milch auf, andere meinten, die SMP könnte ausserhalb der BO Milch besser agieren und solle deshalb auf einen Wiedereintritt verzichten. Die Mehrheit der Votanten plädierte jedoch dafür, dass über einen Wiedereintritt der SMP in die BO Milch diskutiert werden solle, wenn die Ursachen, die zum Austritt geführt hätten, behoben seien.

Ersatzwahlen

Für die zurückgetretenen Vorstandsmitglieder Daniel Jenni (Milchverband der Nordwestschweiz Miba) und Hans Ruckstuhl (Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost VMMO) wählten die Delegierten den neuen Miba-Präsidenten Daniel Schreiber, Wegenstetten AG, sowie VMMO-Vorstandsmitglied Urs Werder, Ganterschwil SG, in den SMP-Vorstand.

Der SMP-Vorstand traf sich zu sieben ordentlichen und drei ausserordentlichen Sitzungen. Die sich zuspitzenden Entwicklungen am Milchmarkt verbunden mit einer ungenügenden Durchsetzungskraft der Produzenteninteressen innerhalb der Branchenorganisation Milch (BO Milch) verlangten eine intensive Diskussion und Suche nach Lösungen.

27. Januar: Arbeitsgruppe Milchfett

- Der Nationalrat überwies die «Motion Aebi: Milchmengensteuerung für marktgerechte Milchmengen» an den Ständerat. Mit der Überzeugung, dass die Milchproduzenten politischen Flankenschutz brauchen, diskutierte der Vorstand Anpassungsvorschläge, um im Ständerat eine Konsenslösung zu erwirken.
- Auf Antrag der Thurgauer Milchproduzenten unterbreitete die Geschäftsstelle dem Vorstand eine Auslegeordnung, mit welchen Massnahmen die Produktions- und Absatzprobleme beim Milchfett gelöst werden können. Der Vorstand beschloss die Einsetzung einer Kerngruppe, welche Vorschläge zur Umsetzung erarbeiten sollte.
- Der Vorstand diskutierte SMP-Statutenänderungen zuhanden der Gremien der Mitgliedsorganisationen. Die Änderungen waren für die SMP-Frühjahrsdelegiertenversammlung zur Verabschiedung vorgesehen.
- Der Vorstand verabschiedete die Stellungnahme zur Revision der Berg-/Alp-Verordnung.

23. Februar: 1. ausserordentliche Sitzung

- Tags zuvor beriet die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Ständerates (WAK-S) die Motion Aebi. Überraschenderweise hielt die Kommission eine eigene Motion entgegen. Der Vorstand anerkannte zwar, dass die WAK-S mit ihrem Kommissionsvorschlag dem Milchmarkt einen gewissen politischen Flankenschutz gewähren wollte. Doch der Vorschlag war zu wenig griffig.

17. März: Branchenlösung im Vordergrund

- Der Vorstand bereitete die Geschäfte für die Frühjahrs-Delegiertenversammlung vor, insbesondere die Abnahme der Jahresrechnung, die Finanzierungsbeschlüsse, die Wahlgeschäfte und das Gesuch um Allgemeinverbindlichkeit für das Basismarketing Schweizer Milch und Milchprodukte.
- Die «Arbeitsgruppe Milchfett» kam zum Schluss, dass sich mit den zur Verfügung stehenden Mitteln das Marktungleichgewicht auf Stufe Milchproduktion allein nicht lösen lasse. Im Vordergrund soll deshalb eine Branchenlösung stehen mit den Instrumenten Marktentlastungsfonds, Interventionsfonds Schoggi-gesetz und Marktspaltung durch Segmentierung.

5. Mai: Bericht über die Selbsthilfemassnahmen

- Die Vernehmlassung zur Weiterentwicklung der Agrarpolitik für die Jahre 2014–17 wurde eröffnet. Nach einer ersten Diskussion beschloss der Vorstand das weitere Vorgehen und die Abstimmung mit den der SMP nahe stehenden Organisationen.
- Der SMP-Vorstand stimmte zu, das Engagement an der Holding der Schweizerischen Milchproduzenten AG zu beenden.
- Der Vorstand nahm vom Jahresbericht 2010 über die Selbsthilfemassnahmen Kenntnis.

23. Juni: Positionsbezug zur AP 2014–17

- Der Vorstand verabschiedete die Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2014–17. Er begrüsst den Grundsatz, die Instrumente und Mittel besser auf die Ziele auszurichten, verlangte aber substanzielle Änderungen. An den Tierbesatz gekoppelte Beiträge für die Versorgungssicherheit sollen die bisherigen Tierbeiträge ablösen. Und zudem soll die Möglichkeit, Selbsthilfemassnahmen durch den Bundesrat allgemeinverbindlich erklären zu lassen, ausgeweitet werden.
- Die Produzentenbeiträge der Tierhalter für die Basis-kommunikation «Gut gibt's die Schweizer Bauern» des Schweizerischen Bauernverbands werden seit 2002 mit einer Abgabe auf den Ohrmarken erhoben. Der SMP-Vorstand stimmte der Erneuerung des Gesuchs um Allgemeinverbindlichkeit und der Weiterführung dieser Inkassopraxis zu.
- Der Vorstand verabschiedete die Wahlvorschläge für die Delegiertenversammlung und Landwirtschaftskammer des Schweizerischen Bauernverbandes.
- Nach den Gesamterneuerungswahlen des SMP-Vorstands anlässlich der Delegiertenversammlung wurden die bisherigen fünf Mitglieder des Vorstandsausschusses im Amt bestätigt.

25. August: Beschwerden lähmen die BO

- Das Hin und Her um wirksame Massnahmen hielt weiter an. Nachdem die Delegiertenversammlung der BO Milch anfangs Mai in einem Massnahmenpaket gute Beschlüsse gefällt und das Begehren um Allgemeinverbindlichkeit gestellt hatte, blockierten vier Organisationen deren Umsetzung. Nach Verhandlungen zeichnete sich ab, dass das Massnahmenpaket aufgeschnürt und nur Teile des Allgemeinverbindlichkeits-begehrens in Kraft treten würden. Der SMP-Vorstand protestierte gegen das erpresserische Vorgehen dieser Minderheit.

- Der Vorstand nahm davon Kenntnis, dass die SMP mit IP Suisse einen Lizenzvertrag zur Nutzung der Marke «Wiesenmilch» ausarbeitet und stimmte den notwendigen Anpassungen im Grundreglement zu.
- Der Vorstand bestätigte die nominierten Mitglieder und Suppleanten der «Kommission Käseemilch» und nahm von den Tätigkeiten Kenntnis.
- Zusammen mit den Mitgliedsorganisationen plante die SMP im Herbst vier Regionaltagungen.

27. September: Austritt aus der BO Milch

- Die Vorstandsentscheide der BO Milch, allen voran die Richtpreissenkung um vier Rappen, stiessen auf Unverständnis. Der Vorstand beschloss einstimmig, aus der BO Milch auszutreten und neue Strukturen für die Zusammenarbeit in der Branche auszuhandeln. Auch sollten alternative Möglichkeiten zur Verbesserung der Situation der Milchproduzenten am Milchmarkt geprüft werden.
- Seit Anfangs Jahr erfolgte die Milchprüfung nach neuen öffentlich-rechtlichen Vorgaben. Der Vorstand informiert sich über die notwendigen und geplanten Anpassungen bei der Umsetzung. Privatrechtlich sollten bis Ende Jahr auch die ersten Erkenntnisse mit dem neuen Modus der Qualitätsbezahlung ausgewertet und Verbesserungen umgesetzt werden.
- Die Wechselkursproblematik veranlasste den Bundesrat, ein Massnahmenpaket zur Abfederung der Frankenstärke und zur Stützung des Werkplatzes Schweiz zu schnüren. Die SMP reagierte prompt und reichte Vorschläge ein.

19. Oktober: 2. ausserordentliche Sitzung

- Der Vorstand klärte die noch bestehenden Verpflichtungen gegenüber der BO Milch, insbesondere die Mitgliedschaft und das Inkasso. Es zeichnete sich jedoch ab, dass die der SMP nahe stehenden Marktorganisationen den Verbleib in der BO Milch einem Austritt vorziehen würden. Nach deren Vorstellungen sollte die BO Milch umgebaut und reformiert werden.

9. November: 3. ausserordentliche Sitzung

- Der Vorstand diskutierte intensiv die Fakten und Meinungen der Mitgliedsorganisationen und der Milchvermarktungsorganisationen, wie sich die BO Milch reformieren müsste, damit sich die Situation für die Milchproduzenten verbessern könnte. In der BO Milch zeichnete sich eine erste Statutenrevision ab; danach sollen Mitglieder, welche sich nicht an die Beschlüsse halten, vereinfacht aus der Organisation ausgeschlossen werden können.
- Der Vorstand bereitete die Geschäfte der Delegiertenversammlung vom 30. November 2011 vor.

8. Dezember: Budget für 2012 festgelegt

- Der Vorstand genehmigte die Teilbudgets Marketing und Verband für das Jahr 2012.
- Die Arbeitsgruppe von VMI, Fromarte und SMP schlug Anpassungen an den Eckwerten für den Milchverkauf vor. Der SMP-Vorstand stimmte diesen zu, verlangte aber zukünftig eine bessere Abgeltung für gute Milchqualität.
- Der Vorstand gab die Mittel frei, damit die Kommunikationsmassnahmen «Schweizer Alpkäse» weitergeführt werden können.
- Der Vorstand nahm den Antrag von zwei Vorstandsmitgliedern entgegen, wonach eine Vermarktungsplattform für Milchmengen, aus denen Produkte hergestellt werden, die nicht im Inland abgesetzt werden können, zu prüfen ist.

Vorstandsausschuss

Der fünfköpfige Vorstandsausschuss trat dreimal zusammen. Er entschied in Personalfragen beziehungsweise bereitete diese zuhanden des Vorstands vor, behandelte Geschäfte der Vorsorgestiftung und vollzog im Auftrag des Vorstandes weitere Geschäfte.

Kommission Käseemilch

Die Kommission Käseemilch traf sich zu sechs Sitzungen. Sie ist eine wichtige nationale Produzentenplattform zur Beurteilung des Milch- und Käsemarktes. So nahm sie auch Stellung zu wichtigen marktbezogenen und politischen Geschäften der SMP, insbesondere zur Verkäsungs- und Siloverzichtszulage, zu Massnahmen der BO Milch, zur Milchprüfung und Qualitätsbezahlung sowie der nicht vorhandenen Vertretung der Käseemilchproduzenten in der BO Milch.

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2011

Die konsolidierte Jahresrechnung für das Geschäftsjahr 2011 bestätigt mit dem Betriebsergebnis (EBIT) von +CHF 1,0 Mio. die auf der Ertragsseite vorsichtig vorgenommene Budgetierung sowie das unter dem Jahr konsequent verfolgte Kostenmanagement auf der Aufwandseite.

Die konsolidierte Jahresrechnung für das Geschäftsjahr 2011 bestätigt mit dem Betriebsergebnis (EBIT) von +CHF 1,0 Mio. die auf der Ertragsseite vorsichtig vorgenommene Budgetierung sowie das unter dem Jahr konsequent verfolgte Kostenmanagement auf der Aufwandseite. Budgetiert war ein operatives Resultat von -CHF 1,6 Mio. Das zum Budget 2011 bessere Resultat ergibt sich vornehmlich aus CHF 0,6 Mio. höheren Produzentenbeiträgen und positiven Kosteneffekten über alle Aufwandpositionen von CHF 1,7 Mio.

Nicht befriedigen vermag das Netto-Finanzergebnis, welches mit einem Nullergebnis für 2011 abschliesst. Die Finanz- und Schuldenkrise, verbunden mit einer überraschenden, nun schon übermässig lange andauernden Tiefst-Zinsphase sowie einer sich nun abzeichnenden rezessiven Tendenz in gewissen Ländern haben ein besseres Netto-Finanzergebnis nicht zugelassen. Insbesondere der Verbandsbereich ist jedoch zur Finanzierung der Interessenvertretung zwingend auf positive Resultatbeiträge aus der Mittelanlage angewiesen. Entsprechend ist im 2011 operativ ein Substanzverzehr die Konsequenz.

Im Weiteren ist im 2011 die Jahresrechnung durch mehrere einmalige, ausserordentliche Ereignisse geprägt. Im Bereich der Finanzanlagen ist eine schon seit längerer Zeit angestrebte Entflechtung und Bereinigung im bestehenden Portefeuille vorgenommen worden. Dabei konnten bei diesen Positionen gegenüber den Buchwerten deutlich höhere, den Marktverhältnissen angepasste Transaktionswerte erzielt werden. Damit wurden stille Reserven realisiert. Im Bereich der beruflichen Vorsorge (BVG – 2. Säule) sind per 31.12.2011 die technischen Grundlagen innerhalb der Vorsorgestiftung SMP dem aktuellen Umfeld angepasst worden. Unter anderem ist der technische Zinssatz in einem ersten Schritt von bisher 3,5% auf 3,0% gesenkt worden. Die einmalig erforderliche Ausfinanzierung erfolgt durch die angeschlossenen Arbeitgeber gemeinsam. Hier besteht ein grundsätzlich einheitlicher Konsens. Der SMP-Anteil beläuft sich auf CHF 1,1 Mio. Das ausserordentliche Ergebnis erreicht CHF 24,6 Mio. und somit der konsolidierte Ertragsüberschuss 2011 CHF 25,7 Mio.

Es kann festgehalten werden, dass die Budgetvorgaben und finanziellen Zielsetzungen der SMP für das Geschäftsjahr 2011 grundsätzlich eingehalten worden sind.

Verbandsrechnung

In der Verbandsrechnung muss ein negatives Betriebsergebnis von -CHF 0,7 Mio. (Budget: -CHF 1,5 Mio.) ausgewiesen werden. Das ausserordentliche Ergebnis führt zu einem einmaligen Ertragsüberschuss von CHF 24,0 Mio.

Das gegenüber dem Budget geringere negative Betriebsergebnis kommt von höheren Erträgen aus der eigenen Geschäftstätigkeit, aber auch von tieferen Betriebsaufwendungen. Das Kostenbewusstsein und eine konsequente Kostendisziplin über alle Stufen

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2011				
Aktiven (in 1000 CHF)	2011	%	2010	%
Flüssige Mittel	74333	54,9	43570	46,4
Wertschriften	27232	20,1	26073	27,7
Forderungen Dritte	22897	16,9	13099	13,9
Forderungen Vorsorgeeinrichtungen	1	0,0	4	0,0
Vorräte	-	0,0	91	0,1
Aktive Rechnungsabgrenzung	6847	5,1	4562	4,9
Total Umlaufvermögen	131310	97,0	87399	93,0
Finanzanlagen	2224	1,6	4480	4,8
Mobile Sachanlagen	525	0,4	647	0,7
Geschäftsliegenschaft	1265	0,9	1265	1,3
Total Anlagevermögen	4014	2,9	6392	6,8
Vermögenswerte	130	0,1	231	0,2
Total betriebsfremdes Vermögen	130	0,1	231	0,2
Total Aktiven	135454	100,0	94022	100,0
Passiven (in 1000 CHF)				
Kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	26472	19,5	10751	11,5
Kurzfristige Verbindlichkeiten Vorsorgeeinrichtungen	142	0,1	280	0,3
Passive Rechnungsabgrenzung	5269	3,9	3562	3,8
Kurzfristige Rückstellungen	687	0,5	1154	1,2
Total Fremdkapital kurzfristig	32570	24,0	15747	16,8
Andere langfristige Verbindlichkeiten	109	0,1	109	0,1
Rückstellungen langfristig	16123	11,9	17251	18,3
Rückstellungen Milchstützungsmassnahmen	8800	6,5	8800	9,4
Total Fremdkapital langfristig	25032	18,5	26160	27,8
Genossenschaftskapital	3000	2,2	3000	3,2
Kapital Spezialfonds	26468	19,6	22929	24,4
Reserven, Bilanzgewinn	22647	16,7	22421	23,8
Jahresergebnis	25737	19,0	3765	4,0
Total Eigenkapital	77852	57,5	52115	55,4
Total Passiven	135454	100,0	94022	100,0

werden weiterverfolgt. Davon zeugen stellvertretend die zum Vorjahr sogar leicht rückläufigen Personalaufwendungen.

Aus der Betriebstätigkeit wird – vor Finanz- & neutralem Ergebnis sowie Steuern – wie in den Vorjahren ein Negativ-Resultat ausgewiesen. Dieses negative operative Ergebnis kann nicht mit dem Netto-Finanzergebnis, sondern erst mit dem neutralen Ergebnis aufgefangen werden. Im neutralen Bereich dominieren die einmaligen Gewinne auf veräusserten Finanzanlagen sowie die Einlage in die Vorsorgestiftung SMP im Zusammenhang mit der Anpassung der versicherungstechnischen Grundlagen.

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 2011 sind weitere offene Geschäftsvorfälle beim Beitragsinkasso aus den Vorjahren bearbeitet und erledigt worden. Daraus ergibt sich per Saldo ein Aufwandüberschuss von CHF 0,2 Mio. Erfolgsneutral verhalten sich die Erträge und Aufwendungen für die Basiskommunikation Schweizer Alpkäse.

Marketingfonds

Innerhalb der Jahresrechnung des Marketingfonds darf festgestellt werden, dass die Inanspruchnahme des gesamten Leistungsangebotes des Marketings rund CHF 4,0 Mio. über Budget liegt. Entsprechend liegt auch der Direktaufwand, also die direkt zuweisbaren Aufwendungen, um CHF 3,3 Mio. höher. Kostenseitig unterschritten wurde das Personalkostenbudget 2011. Auch das Budget 2012 orientiert sich an dieser nachhaltigen Basis.

Das realisierte Betriebsergebnis von CHF 1,8 Mio. (EBIT) wird es 2012 erlauben, eine grundsätzliche Praxisänderung bei der Abgrenzung der laufenden Abonnemente des Kochmagazins Le Menu realisieren zu können. Insgesamt wird ein Ertragsüberschuss von CHF 1,9 Mio. ausgewiesen. Mit diesem Vorgehen muss die in den letzten beiden Geschäftsjahren geschaffene Eigenkapitalbasis des Marketingfonds nicht beansprucht werden. Damit kann weiterhin eine kurzfristige Verzögerung der Beitragsmittel des Bundes oder ein Beitragsausfall im Sinne eines Krisenszenarios überbrückt oder einmalig aufgefangen werden. Dies ist umso wichtiger, als dass die Planungshorizonte und Vorlaufzeiten im Marketing bedeutend sind und weit über die einzelnen Geschäfts- und Kalenderjahre hinaus gehen.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2011				
(in 1000 CHF)	2011	%	2010	%
Produzentenbeiträge	23092	49,6	23319	49,4
Beiträge	8163	17,5	8163	17,3
Übriger Ertrag	15325	32,9	15704	33,3
Total Betriebsertrag	46580	100,0	47186	100,0
Direktaufwand	- 26615	- 57,1	- 25235	- 53,5
Total Direktaufwand	- 26615	- 57,1	- 25235	- 53,5
Personalaufwand	- 11459	- 24,6	- 11505	- 24,5
Organe	- 235	- 0,5	- 243	- 0,5
Raumaufwand	- 1465	- 3,1	- 1490	- 3,2
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	- 49	- 0,1	- 18	0,0
Fahrzeug- und Transportaufwand	- 192	- 0,4	- 173	- 0,4
Sachversicherungen, Abgaben	- 60	- 0,1	- 65	- 0,1
Energie- und Entsorgungsaufwand	- 73	- 0,2	- 69	- 0,1
Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 1007	- 2,2	- 897	- 1,9
Beiträge	- 3934	- 8,5	- 3820	- 8,1
Werbeaufwand	- 118	- 0,3	- 62	- 0,1
Übriger Betriebsaufwand	- 15	0,0	- 12	0,0
Total Betriebsaufwand	- 18607	- 40,0	- 18354	- 38,9
Total Direkt- und Betriebsaufwand	- 45222	97,1	- 43589	- 92,4
Total betrieblicher EBITDA aus operativer Tätigkeit	1358	2,9	3597	7,6
Abschreibungen	- 372	- 0,8	- 476	- 1,0
Total Betriebsergebnis vor Erfolg Finanzen und Steuern (EBIT)	986	2,1	3121	6,6
Finanzertrag	2096	4,5	3061	6,5
Finanzaufwand	- 2067	- 4,4	- 2748	- 5,8
Total Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)	1015	2,2	3434	7,3
Erfolg Geschäftsliegenschaft	258	0,6	245	0,5
Ausserordentlicher Ertrag	25757	55,3	465	1,0
Ausserordentlicher Aufwand	- 1148	- 2,5	- 284	- 0,6
Steuern	- 145	- 0,3	- 95	- 0,2
Total Ertrags-/Aufwandüberschuss	25737	55,3	3765	8,0

Konsolidierte Bilanz

Auf den Bilanzstichtag per 31.12.2011 kann wie im Vorjahr ein weiter gesundes Bilanzbild gewahrt und präsentiert werden. Die konsolidierte Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr ausgedehnt, einerseits aufgrund der Realisierung von stillen Reserven auf Finanzanlagen, andererseits durch höhere Fakturierungen im Rahmen der Dritten zur Verfügung gestellten Infrastruktur im Bereich des Beitragsinkassos. Entsprechend bestehen auch deutlich höhere kurzfristige Verbindlichkeiten.

Die Liquiditätssituation ist stabil und konservativ ausgerichtet. Aufgrund der volatilen Verhältnisse an den Finanzmärkten und den bedeutenden Unsicherheiten wird der Risikominimierung bei der Mittelanlage oberste Priorität eingeräumt. Der Anteil des Umlaufvermögens macht 97 Prozent der Bilanzsumme aus. Die Passivseite ist geprägt durch ein gesundes Verhältnis zwischen kurz- wie langfristigen Fremd- und Eigenkapital. Es bestehen keine zinstragenden Verbindlichkeiten (exkl. Leasing). Die ausgewiesene Eigenkapitalquote erreicht 58 Prozent (Vorjahr: 56%). Die SMP hat eine angemessene Eigenmittelausstattung.

Das aktuelle Umfeld gestaltet sich in vielfacher Hinsicht verstärkt risikoreicher, womit die finanzielle Situation der SMP erst recht positiv gewertet werden muss. Umso bedeutender für die Milchproduzenten ist auch zukünftig eine gewinnbringende Mittelanlage mit Substanzerhaltung. Der Vorstandsausschuss nimmt sich dieser Fragestellung an.

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Der ausgewiesene, konsolidierte Ertragsüberschuss von CHF 25,7 Mio. ergibt sich aus dem neutralen, ausserordentlichen Bereich. Es sind steuerlich sogenannte Kapitalgewinne, die Anspruch auf den Beteiligungsabzug haben. Auf Stufe Betriebsergebnis / EBIT resultiert ein positives Ergebnis von CHF 1,0 Mio.

Die von der SMP für das Basismarketing für Milch und Milchprodukte sowie die Verbandstätigkeit und Interessenvertretung vereinnahmten Produzentenbeiträge liegen mit CHF 23,1 Mio. auf ähnlicher Höhe wie im Vorjahr. Der anlässlich der Delegiertenversammlung vom 13. April 2011 beschlossene Unkostenbeitrag von 0,01 Rappen pro Kilogramm Milch ist Teil des Direktaufwandes.

Anhang zur Jahresrechnung 2011

Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten

(in 1000 CHF)	2011	2010
Summe aller zukünftigen Leasingraten Kopiergeräte (inkl. Zins)	94	41
Total	94	41

Brandversicherungswerte der Sachanlagen

(in 1000 CHF)		
Bürogebäude Weststrasse 10, Bern	5 188	5 188
Möbilien und Einrichtungen Verband (Weststrasse)	1 500	1 500
Möbilien und Einrichtungen Marketing (Gümligen/Brunnmatt, inkl. Fremdeinlagerungen)	12 200	12 200
Total	18 888	18 888

Wesentliche Beteiligungen an Unternehmungen

(Nominalwert in 1000 CHF)		
31,47% Beteiligung Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.	1 559	1 559
30,60% Beteiligung Genossenschaft Appenzeller-Schaukäserei, Stein AR	1 380	1 380
32,87% Beteiligung Société coopérative «Laiterie de Gruyères», Bulle	664	664
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
35,77% Beteiligung Holding der Schweizerischen Milchproduzenten, M'buchsee	–	1 789
35,00% Beteiligung Emmi Interfrais SA, Küssnacht	–	350
Total	4 237	6 376

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 2011 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 2011 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, 2. März 2012

Dr. Röthlisberger AG

Urs Schwab
dipl. Wirtschaftsprüfer
Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

René Peterhans
dipl. Wirtschaftsprüfer
Revisionsexperte

Mitglieder der SMP

Organisation Präsident	Geschäftsführer Adresse	Telefon Fax E-Mail Internet	Anzahl Delegierte
VMMO 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	37
LOBAG 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	22
ZMP 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	20
MIBA Milchverband der Nordwestschweiz Daniel Schreiber	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
TMP 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	13
MPM Milchproduzenten Mittelland Andreas Hitz	Marco Genoni Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tel. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 marco.genoni@mpm-suhr.ch www.mpm-suhr.ch	8
BEMO Berner Emmi-Milchlieferanten Christian Burren	Christian Burren Settibuchstrasse 40 3144 Gasel	Tel. 031 971 18 50 c-burren@bluewin.ch	7
FTPL 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
FSFL 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	14
PROLAI 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	13
FLV 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	4
LRG 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

Stand am 31. Dezember 2011

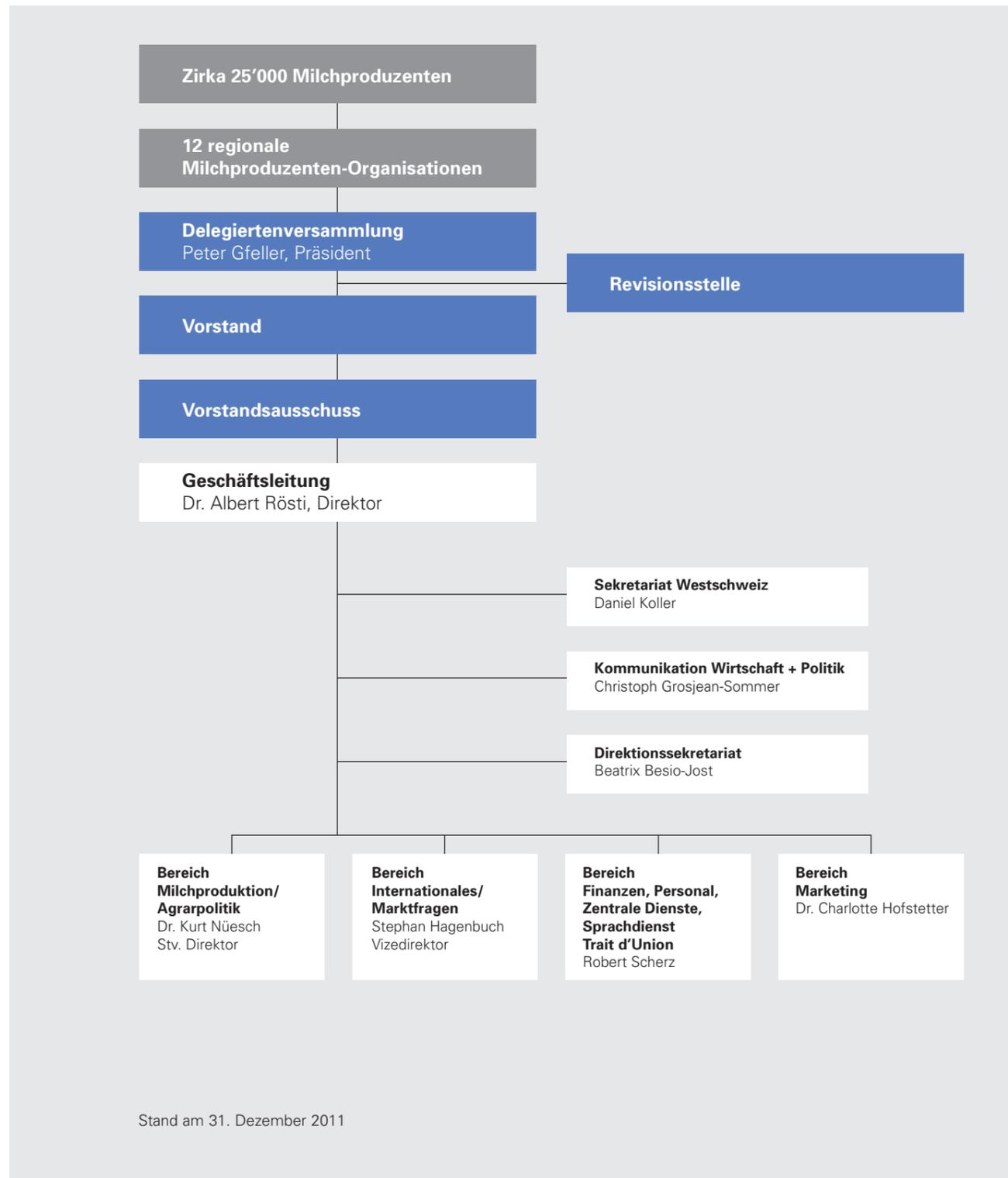
Zusammensetzung der Gremien

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	
Werder Urs, Gantereschwil 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	
Schreiber Daniel, Wegenstetten AG	MIBA	Eggenschwiler Christophe, Aesch BL
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident	TMP	Fatzer Jürg, Weinfelden TG
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MPM	Genoni Marco, Suhr AG
Burren Christian, Gasel BE	BEMO	Wyss Markus, Grasswil BE
Croce Nello, Campo Blenio 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 Nüesch Kurt, stv. Direktor, Bern BE Hagenbuch Stephan, Vizedirektor, Marly FR Hofstetter Charlotte, Villars-sur-Glâne FR Scherz Robert, Bremgarten BE Koller Daniel, Montsevelier JU		Grosjean-Sommer Christoph, Kirchlindach BE Besio-Jost Beatrix, Niederwangen BE

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2011 bis 2015

Stand am 31. Dezember 2011

Organigramm der SMP



Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

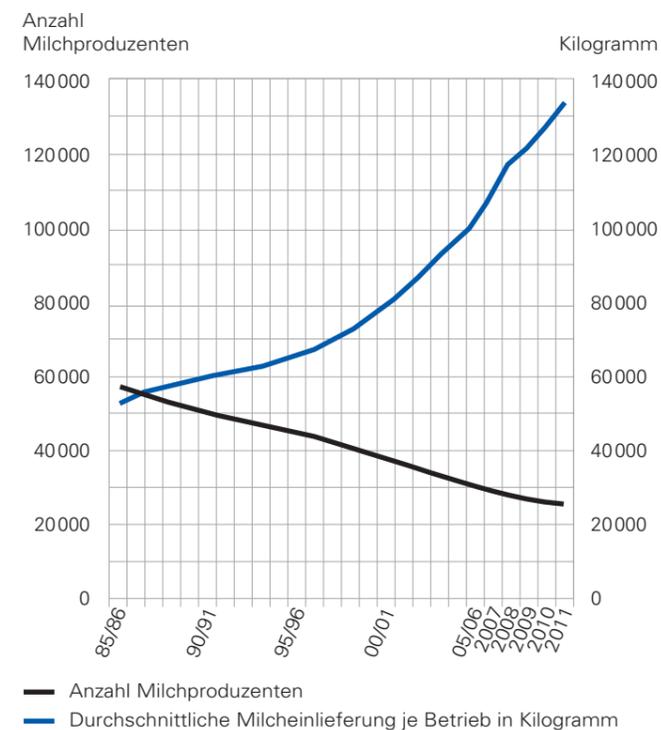
Ganzjahresbetriebe ohne Sömmerungsbetriebe	Milchjahr			Kalenderjahr			Veränderung 2010/2011 %
	95/96	00/01	05/06	2009	2010	2011	
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	27 016	26 097	25 223	- 874 - 3,3
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	22,3	23,0	23,5	0,5 2,2
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	572 618	566 047	555 039	- 11 008 - 1,9
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	21,2	21,7	22,0	0,3 1,4
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	121 648	127 082	132 723	5 641 4,4
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 462	5 518	5 652	134 2,4
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	5 916	6 029	6 204	175 2,9
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm**	5 842	6 405	7 044	7 115	7 237	7 313	76 1,1

* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)

** Kontrolljahr Mai – April

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Milchstatistik

Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2011



Seit dem Milchjahr 2000/01 nahm die Anzahl Milchproduzenten um 33,8 Prozent ab, hingegen stieg die durchschnittliche Milcheinlieferung pro Betrieb um 67,6 Prozent an.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Vertragspreise für Molkereimilch ÖLN und Bio

	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Veränderung
	2010	2011	
Erstmilchkäufer ÖLN-Milch			
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Arnold Produkte AG	56,56	56,81	0,25
Crema SA	56,38	55,93	- 0,45
Elsa SA	59,17	57,39	- 1,78
Emmi AG	57,58	58,77	1,19
Fédération LRG	58,67	57,50	- 1,17
FTPL-LATI	65,80	64,35	- 1,45
Hochdorf Swiss Milk AG	58,49	60,87	2,38
Lanz Molkerei AG	63,10	64,10	1,00
Lobag Milch AG	54,70	56,09	1,39
MIBA	55,07	55,13	0,06
Milco	-	56,22	
NordOstMilch AG	57,60	57,56	- 0,04
Prolait SA	55,91	55,99	0,08
Schwyz Milchhuus	62,00	60,85	- 1,15
Strähl Käse AG	60,08	58,74	- 1,34
Swiss Premium AG	55,96	52,55	- 3,41
Thur Milch Ring AG	57,18	58,67	1,49
Vallait SA	60,20	58,09	- 2,11
ZMP	59,92	60,61	0,69
Züger Frischkäse AG	61,17	59,25	- 1,92
Gewichtetes Mittel	57,48	57,68	0,20
Erstmilchkäufer Bio-Milch			
Crema SA	72,66	75,68	3,02
Emmi AG	73,29	76,88	3,59
Fédération LRG	78,58	78,33	- 0,25
Lobag Milch AG	67,78	75,17	7,39
MIBA	70,31	73,49	3,18
Schwyz Milchhuus	74,95	74,78	- 0,17
ZMP	75,39	77,41	2,02
Züger Frischkäse AG	75,29	76,17	0,88
Gewichtetes Mittel	73,25	76,00	2,75

Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch ÖLN

	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Veränderung
	2010	2011	
Käsesorte			
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Appenzeller®	73,07	74,08	1,01
Diverse Käse	73,12	70,11	- 3,01
Emmentaler Switzerland AOC	66,32	59,46	- 6,86
Le Gruyère AOC	79,16	78,10	- 1,06
Sbrinz AOC	66,39	66,44	0,05
Tête de Moine AOC	79,75	72,99	- 6,76
Tilsiter Switzerland	68,18	69,29	1,11
Vacherin Fribourgeois AOC	82,58	80,56	- 2,02
Gewichtetes Mittel	72,85	70,23	- 2,62

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

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 oder Transportkostenbeteiligungen. Nicht enthalten sind in ihrer Höhe nicht festgelegte Bestandteile wie Boni und Prämien sowie die Beiträge an Marketing-Selbsthilfemassnahmen und Organisationen.

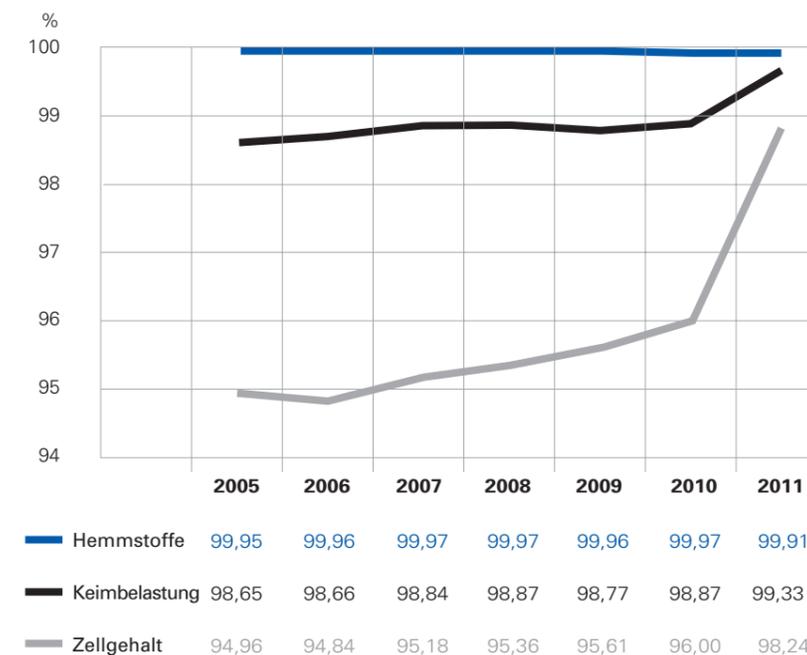
Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch

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 Marketing-Selbsthilfemassnahmen und Organisationen, sonstige Verrechnungen, Gegenleistungen aller Art wie beispielsweise Warenbezüge oder Mieten. Mehr Informationen erhalten Sie im Internet auf swissmilk.ch/milchpreis.

Milchqualität ist kaum mehr zu übertrumpfen

Die hygienische Qualität von Schweizer Milch ist von höchster Güte. Dies belegen die Ergebnisse der Qualitätskontrolle vom Berichtsjahr 2011 aufs Neue. Von den gut 310'000 Proben, die im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Milchkontrolle gezogen und bei Suisselab untersucht wurden, erfüllten 98,24 Prozent aller Proben beim Kriterium Zellgehalt die strengen Schweizer Normen. Bei der Keimbelastung waren 99,33 Prozent der Proben einwandfrei und beim Hemmstoffnachweis 99,91 Prozent.

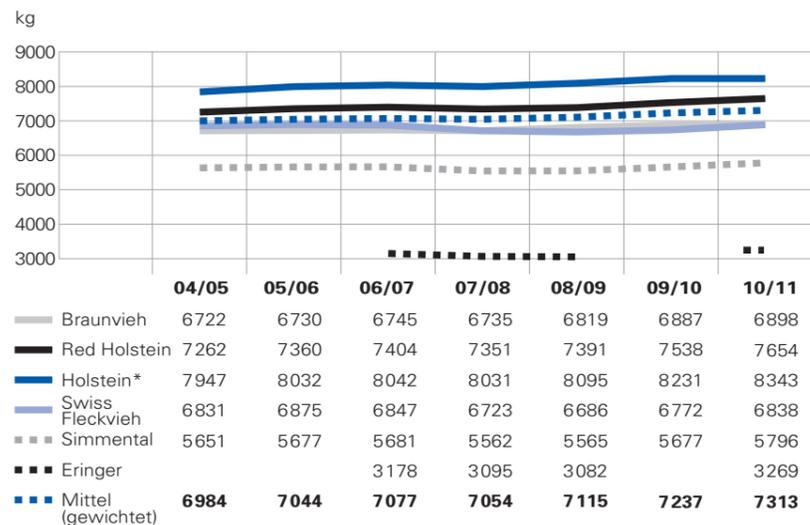
Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung



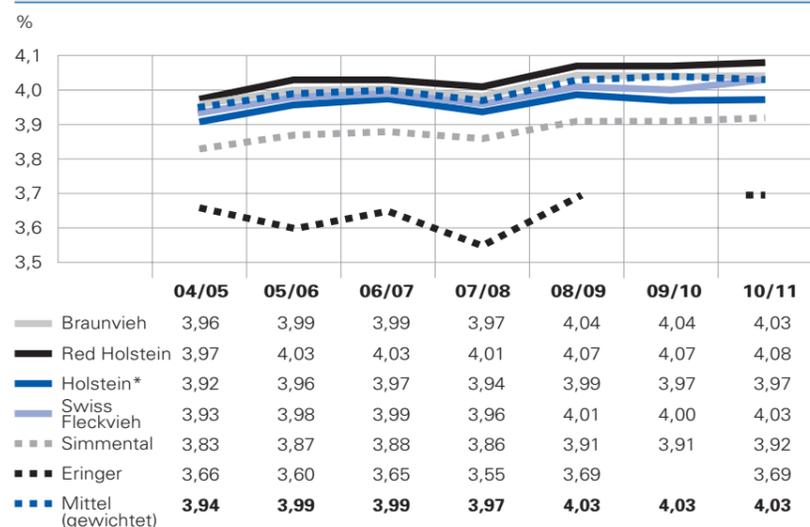
Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchleistungen und Gehalte

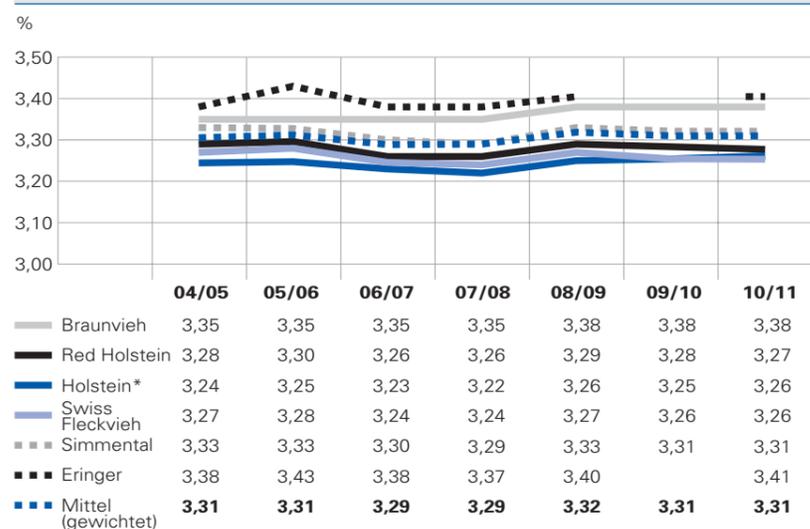
Milchleistungen der Schweizer Milchviehassen



Milchfettgehalte der Schweizer Milchviehassen



Milcheiweissgehalte der Schweizer Milchviehassen



* gewichteter Durchschnitt aus den Standardabschlüssen der bei Holstein Switzerland und Swissherdbook eingetragenen Kühe

Quelle: Schweizer Braunviehzuchtverband, Swissherdbook, Holstein Switzerland, Milchstatistik der Schweiz

Verarbeitung

Milchverwertung nach Milchäquivalent (MAQ)*

Kategorie	Produktion 2010 kMAQ	Produktion 2011 kMAQ	Veränderung 2010/2011 kMAQ	Veränderung 2010/2011 %
Käse	1 453 442	1 443 145	- 10 297	- 0,7
Quark	15 999	16 223	224	1,4
Konsummilch	422 867	415 910	- 6 957	- 1,6
Konsumrahm	266 864	279 259	12 395	4,6
Jogurt	114 555	113 230	- 1 325	- 1,2
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	98 429	92 268	- 6 161	- 6,3
Dauermilchwaren	367 795	364 813	- 2 982	- 0,8
Butter	580 541	583 730	3 189	0,5
Andere Verwertung	117 130	163 395	46 265	39,5
Total Vollmilchverwertung	3 437 622	3 471 973	34 351	1,0

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

Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2010 Tonnen	Produktion 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 %
Rohmilch	9 095	7 898	- 1 197	- 13,2
Fettangereicherte Milch pasteurisiert	0	0	0	
Fettangereicherte Milch UHT	925	860	- 65	- 7,0
Vollmilch pasteurisiert	51 496	49 686	- 1 810	- 3,5
Vollmilch UHT	22 336	21 524	- 812	- 3,6
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* pasteurisiert	40 321	42 545	2 224	5,5
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* UHT	156 831	140 313	- 16 518	- 10,5
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	81 007	82 172	1 165	1,4
Teilentrahmte Milch UHT	117 281	128 214	10 933	9,3
Trinkmagermilch pasteurisiert	2	2	0	0,0
Trinkmagermilch UHT	14 127	13 468	- 659	- 4,7
Total Konsummilch	493 421	486 682	- 6 739	- 1,4

* Milchfett

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2010 Tonnen	Produktion 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 %
Doppelrahm	715	737	22	3,1
Vollrahm (35 % Fett)	28 587	30 897	2 310	8,1
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	14 185	14 186	1	0,0
Kaffeerahm	24 677	23 930	- 747	- 3,0
Total Konsumrahm	68 164	69 750	1 586	2,3

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2010 Tonnen	Produktion 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 %
Sauermilch	6 886	6 766	- 120	- 1,7
Sauerrahm	2 650	2 932	282	10,6
Dessertprodukte	22 766	17 240	- 5 526	- 24,3
Milchgetränke	65 712	68 726	3 014	4,6
Jogurt	141 031	139 697	- 1 334	- 0,9
Kefir	153	154	1	0,7
Speiseeis	22 560	22 648	88	0,4

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpulver/Butter

Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2010 Tonnen	Produktion 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 %
Magermilch (verarbeitet)				
Säurekasein	0	0	0	-
Kaseinate	10 482	7 667	- 2 815	- 26,9
Milchprotein > 80%	200 652	254 888	54 236	27,0
Milchprotein 50 – 80%	19 609	22 325	2 716	13,9
Total Magermilch (ohne MEFM*)	230 743	284 880	54 137	23,5
Vollmilchpulver 26%	15 217	17 666	2 449	16,1
Teilentrahmtes Milchpulver	3 792	3 716	- 76	- 2,0
Fettangereichertes Milchpulver + Rahmpulver	1 308	1 327	19	1,5
Magermilchpulver	34 245	28 948	- 5 297	- 15,5
Buttermilchpulver**	714	470	- 244	- 34,2
Molkenpulver**	4 107	5 944	1 837	44,7
Milchkondensat	2 806	2 741	- 65	- 2,3
Total Milchpulver, Milchkondensate	62 189	60 812	- 1 377	- 2,2

* MEFM = Milchersatz-Futtermittel ** inklusive Veredelungsverkehr

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2010 Tonnen	Produktion 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 %
Butter				
Vorzugsbutter	45 867	46 767	900	2,0
Sirtenrahmbutter	1 798	1 751	- 47	- 2,6
Gesammelte Butter	50	45	- 5	- 10,0
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)*	47 715	48 563	848	1,8

* Die Butterproduktion gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrug 2011 48 991 t (Vorjahr 48 575 t). Die von der TSM angegebenen Mengen sind nicht auf 82 % Fett umgerechnet.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2010 Tonnen	Verkäufe 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 %
Butter				
Vorzugsbutter	6 294	5 975	- 319	- 5,1
«Die Butter» (Kleinpackungen)	12 885	12 464	- 421	- 3,3
Milch-Sirtenrahmbutter	109	83	- 26	- 23,9
Butter in Spezialprodukten*	870	825	- 45	- 5,2
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	16 618	16 869	251	1,5
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	36 776	36 216	- 560	- 1,5
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	6 104	6 033	- 71	- 1,2
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	42 880	42 249	- 631	- 1,5

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2010 Tonnen	Produktion 2011 Tonnen	Veränderung 2010/2011 Tonnen	Veränderung 2011/2011 %
Quark	9 444	9 624	180	1,9
Mozzarella	18 819	20 558	1 739	9,2
Mascarpone	811	780	- 31	- 3,8
Übrige Frischkäse	15 846	16 011	165	1,0
Frischkäse total	44 920	46 971	2 051	4,6
Weisseschimmelkäse, mager bis viertelfett	0	0	0	
Weisseschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 357	1 185	- 172	- 12,7
Weisseschimmelkäse, überfett	1 809	1 746	- 63	- 3,5
Blau-, Grün- und Schimmelkäse	3	4	1	
Tommes	2 031	1 934	- 97	- 4,8
Vacherin Mont d'Or AOC	505	544	39	7,7
Weichkäse, andere, mager- bis viertelfett	1 144	365	- 779	- 68,1
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	687	666	- 21	- 3,1
Weichkäse, andere, überfett	336	355	19	5,7
Weichkäse total	7 874	6 798	- 1 076	- 13,7
Appenzeller®	9 114	9 096	- 18	- 0,2
Tilsiter Switzerland	3 812	3 603	- 209	- 5,5
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse AOC)	2 186	2 132	- 54	- 2,5
Schweizer Raclettekäse	11 746	10 786	- 960	- 8,2
Vacherin Fribourgeois AOC	2 536	2 574	38	1,5
Tête de Moine AOC	2 151	2 075	- 76	- 3,5
Jurakäse	288	298	10	3,5
Winzerkäse	396	375	- 21	- 5,3
Mutschli	568	550	- 18	- 3,2
Alpkäse, halbhart	2 029	2 079	50	2,5
Bündner Bergkäse	687	1 426	739	107,6
Berg- und Schnittkäse, halbhart	2 574	2 184	- 390	- 15,2
St. Paulin Suisse	554	474	- 80	- 14,4
Schweizer Edamer	323	326	3	0,9
Kaltgereifter Käse	11	9	- 2	- 18,2
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	222	213	- 9	- 4,1
Conveniencekäse	1 807	1 764	- 43	- 2,4
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	1 329	1 405	76	5,7
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	942	2 736	1 794	190,4
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	11 424	11 889	465	4,1
Halbhartkäse, andere, überfett	2 972	2 959	- 13	- 0,4
Halbhartkäse total	57 666	58 957	1 291	2,2
Emmentaler AOC	27 058	25 256	- 1 802	- 6,7
Switzerland Swiss	3 161	3 027	- 134	- 4,2
Le Gruyère AOC	28 164	28 691	527	1,9
Alpkäse hart	1 892	1 895	3	0,2
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	912	1 273	361	39,6
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	6 657	5 613	- 1 044	- 15,7
Hartkäse, andere, überfett	62	133	71	114,5
Hartkäse total	67 906	65 888	- 2 018	- 3,0
Sbrinz AOC	1 856	1 939	83	4,5
Extra Hartkäse total	1 856	1 939	83	4,5
Reiner Ziegenkäse	878	865	- 13	- 1,5
Reiner Schafkäse	230	258	28	12,2
Spezialprodukte total	1 105	1 121	16	1,4
Total alle Käsesorten	181 328	181 675	347	0,2

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Importe

umgerechnet in Milchäquivalente (MAQ)*	2010 kMAQ	2011** kMAQ	Veränderung 2010/2011 kMAQ	Veränderung 2010/2011 %
Frischmilch, fermentierte Milch	34 900	38 200	3 300	9,5
Milch- und Rahmpulver	9 000	7 600	- 1 400	- 15,6
Butter und Rahm ***	32 600	34 200	1 600	4,9
Kondensmilch, sterilisierte Milch	1 600	1 700	100	6,3
Weichkäse	139 000	145 000	6 000	4,3
Halbhartkäse	53 500	55 900	2 400	4,5
Hartkäse	63 600	65 400	1 800	2,8
Schmelzkäse	16 600	18 800	2 200	13,3
Fondue, Käse in Fertigprodukten	500	500	0	0,0
Schokolade, Speiseeis	32 000	33 100	1 100	3,4
Übrige Lebensmittelzubereitungen	43 400	46 100	2 700	6,2
Total Milchprodukte	426 700	446 500	19 800	4,6

Exporte

umgerechnet in Milchäquivalente (MAQ)*	2010 kMAQ	2011** kMAQ	Veränderung 2010/2011 kMAQ	Veränderung 2010/2011 %
Frischmilch, fermentierte Milch	7 100	5 300	- 1 800	- 25,4
Milch- und Rahmpulver	132 100	118 100	- 14 000	- 10,6
Butter und Rahm ***	75 200	113 400	38 200	50,8
Kondensmilch, sterilisierte Milch	9 600	5 300	- 4 300	- 44,8
Weichkäse	34 600	42 300	7 700	22,3
Halbhartkäse	96 300	117 700	21 400	22,2
Hartkäse	277 600	262 600	- 15 000	- 5,4
Schmelzkäse	14 800	11 800	- 3 000	- 20,3
Fondue, Käse in Fertigprodukten	21 900	19 600	- 2 300	- 10,5
Schokolade, Speiseeis	137 800	138 100	300	0,2
Übrige Lebensmittelzubereitungen	133 100	116 600	- 16 500	- 12,4
Total Milchprodukte	940 100	950 800	10 700	1,1

Bilanz (Exporte – Importe)

umgerechnet in Milchäquivalente (MAQ)*	2010 kMAQ	2011** kMAQ	Veränderung 2010/2011 kMAQ	Veränderung 2010/2011 %
Frischmilch, fermentierte Milch	- 27 800	- 32 900	- 5 100	3,5
Milch- und Rahmpulver	123 100	110 500	- 12 600	- 10,2
Butter und Rahm ***	42 600	79 200	36 600	85,9
Kondensmilch, sterilisierte Milch	8 000	3 600	- 4 400	- 55,0
Weichkäse	- 104 400	- 102 700	1 700	1,6
Halbhartkäse	42 800	61 800	19 000	44,4
Hartkäse	214 000	197 200	- 16 800	- 7,9
Schmelzkäse	- 1 800	- 7 000	- 5 200	288,9
Fondue, Käse in Fertigprodukten	21 400	19 100	- 2 300	- 10,7
Schokolade, Speiseeis	105 800	105 000	- 800	- 0,8
Übrige Lebensmittelzubereitungen	89 700	70 500	- 19 200	- 21,4
Total Milchprodukte	513 400	504 300	- 9 100	- 1,8

* Ein Milchäquivalent entspricht der Eiweiss- und Fettmenge von einem kg Rohmilch mit 73g Eiweiss und Fett. 1 kMAQ = 1000 MAQ
 ** Provisorische Daten *** Inklusive Butteröle und 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, Bestellungen von Broschüren, Werbeartikeln, Material für Anlässe, Shop

Contact Center, Telefon 031 359 57 28

Medienauskünfte Wirtschaft und Politik

Christoph Grosjean-Sommer, Telefon 031 359 53 18

Medienauskünfte Swissmilk-Marketing/PR

Barbara Paulsen Gysin, Telefon 031 359 57 51

Online

www.swissmilk.ch
 www.swissmilk.ch/produzenten
 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 2012
 Fotos: SMP, Bern
 Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Bern
 Druck: Merkur Druck AG, Langenthal