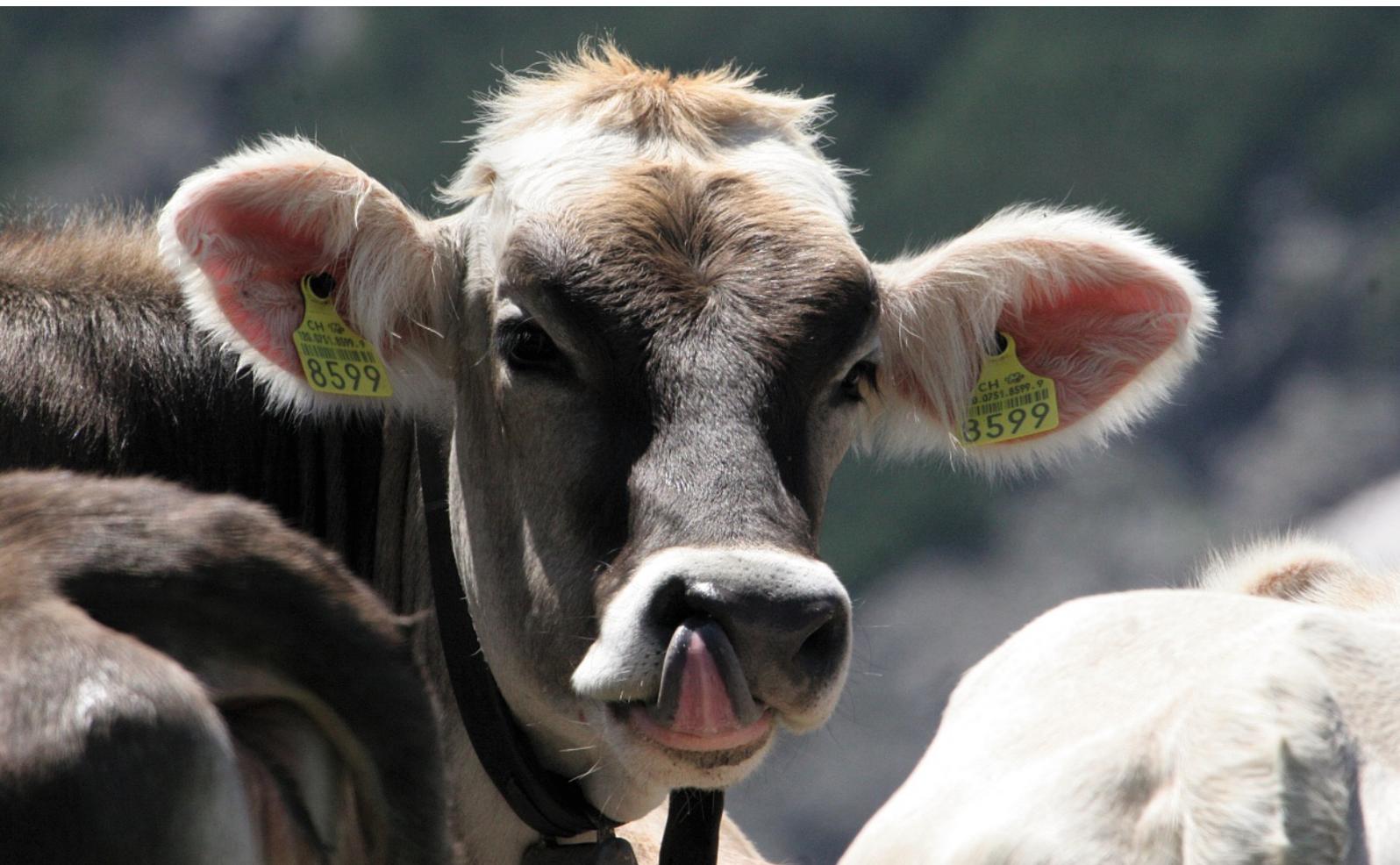


Geschäftsbericht 2013

Schweizer Milchproduzenten SMP



Inhalt

1	Im Dienst aller Schweizer Milchproduzenten
3	Gemeinsame Strategie erfolgreich umsetzen
4	Agrarpolitik 2014–2017
6	Wirtschaft und Politik
8	Marketing
10	Marktordnung
11	Marktlage und Milchverkauf
12	Milchproduktion
13	Milchverarbeitung
14	Käseproduktion
15	Delegiertenversammlung
16	Vorstand
18	Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2013
22	Mitglieder der SMP
23	Zusammensetzung der Gremien
24	Organigramm der SMP
25	Dokumentarischer Teil: Kennzahlen
	Kontakt und Impressum

Im Dienst aller Schweizer Milchproduzenten

Der Auftrag der Schweizer Milchproduzenten SMP liegt unverändert darin, die Interessen der Milchproduzenten auf den verschiedenen Ebenen zu bündeln und zielgerichtet und wirkungsvoll zu vertreten. Mit der neuen strategischen Ausrichtung der SMP ändert sich diese Stossrichtung nicht. Die Neuausrichtung liegt vielmehr in der Festlegung der künftigen Schwerpunkte und der Akzente.

Seit Ende Mai 2013 darf ich an vorderster Front für die Interessen der Schweizer Milchproduzenten eintreten. Dieses Engagement steht im Dienste aller Milchproduzenten; und so steht es auch im Bericht über die strategische Ausrichtung, den wir in den ersten Monaten meiner Amtstätigkeit zusammen mit den Mitgliedsorganisationen ausgearbeitet haben. Die Stossrichtung für die kommenden Jahre soll sich dabei am folgenden Leitsatz orientieren:

«Die politischen Rahmenbedingungen und die wirtschaftlichen Voraussetzungen sind so ausgestaltet, dass es für die Schweizer Milchproduzenten attraktiv ist, im Milchland Schweiz ökonomisch und ökologisch nachhaltig Milch zu produzieren.»

Die Grundausrichtung der SMP mit den Hauptaktivitäten ist nun festgelegt. Die früher vielfach diskutierte Rolle der SMP am Markt ist damit ebenfalls geklärt. Der Vorstand hat auch termingerecht die operative Leitung des Verbandes neu bestellt. Für die Zukunft sind Kompetenzen gefragt, welche im Umfeld unterschiedlicher Interessenlagen auch Brücken bauen können.

Für eine wirkungsvolle Beeinflussung der politischen Rahmenbedingungen braucht es eine langfristige Netzwerkarbeit. Deshalb war es mir zu Beginn meiner Tätigkeit auch ausgesprochen wichtig, mit allen unseren Partnern auf der «Milchstrasse» Gespräche zu führen. Ich habe daraus viele bereichernde und positive Rückmeldungen zur Rolle der SMP und für meine Tätigkeit erhalten.

Der Milchmarkt entwickelte sich in der zweiten Jahreshälfte 2013 weitgehend sehr positiv. Zweifellos ist es angenehmer, bei steigenden Preisen SMP-Präsident zu sein als bei Preisdruck; dies ist jedoch nicht weniger anspruchsvoll: Denn Erlösverbesserungen, welche bei steigenden Märkten nicht zeitgerecht realisiert werden können, sind faktisch verloren; Preissenkungen treten jedoch jeweils sofort ein. Ab Mitte bis Ende 2013 ist es gelungen, den Molkereimilchpreis in der Schweiz kontinuierlich zu verbessern. Auch bei den Sortenkäsen konnten die Preise der allgemeinen Marktentwicklung angepasst werden. Wir haben dabei aber auch gespürt, dass die Milchproduzenten in diesem Prozess nicht optimal aufgestellt sind.

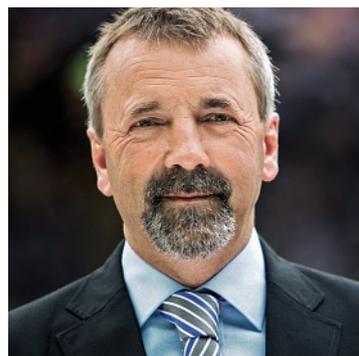
Ab anfangs September 2013 haben wir in der Öffentlichkeit erstmals über die Auswirkungen einer allfälligen EU-Marktöffnung der «weissen Linie» orientiert. Die wissenschaftliche Studie der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) hat weit über die Fachpresse hinaus für Resonanz gesorgt. Der SMP geht es primär darum, für die kommenden Diskussionen über eigenständige und unabhängige Grundlagen zu verfügen. Wir wissen nun, was bei einem solchen sektoriellen Öffnungsschritt passieren würde. Und insbesondere kennen wir auch die direkten voraussichtlichen finanziellen Auswirkungen für die Milchproduzenten. Was CHF 2'020 pro Hektare (Kompensationslücke) weniger bei faktisch unveränderten Kosten in der Buchhaltung bedeuten, ist allgemein verständlich.

Ich bin überzeugt, dass die SMP als Kompetenzzentrum für Milchfragen insgesamt gut aufgestellt ist. Auch Swissmilk-Marketing genießt in- und ausserhalb der Milchbranche sehr hohe Anerkennung. All dies ist nur möglich durch hohe Kompetenz und tägliches, leidenschaftliches Engagement auf allen Stufen im Dienste der Milchproduzenten. Ich danke deshalb allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der SMP für den Einsatz sowie unseren Mitgliedsorganisationen für die vorbehaltlose Unterstützung. Allen Schweizer Milchproduzenten danke ich für das entgegengebrachte Vertrauen.

Gemeinsam sind und bleiben wir stark!



Hanspeter Kern
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP





Prominente Gäste am Tag der Pausenmilch in Neuhausen SH: Regierungsrat Christian Amsler, Präsident der Deutschschweizer Erziehungsdirektoren-Konferenz, setzte sich aktiv für das Fest des gesunden Znünis ein. In der ganzen Schweiz erhielten 360'000 Schülerinnen und Schüler oder rund 40 Prozent der Schulkinder einen Becher Milch.

Gemeinsame Strategie erfolgreich umsetzen

Die Folgen der Aufhebung der Milchkontingentierung und die Entwicklung des Milchmarktes haben die Milchbranche während mehreren Jahren stark bewegt und geprägt. Seit letztem Sommer hat sich, auch dank positiver Marktentwicklung, die Lage deutlich verbessert und entspannt. Mit Blick nach vorne werden wir die letztes Jahr im Konsens festgelegte Strategie konsequent und nachhaltig umsetzen.

Nach vier ausserordentlich unerfreulichen und schwierigen Milchjahren hat sich der Milchmarkt erholt und die Milchpreise in der Schweiz sind seit Sommer 2013 wieder deutlich angestiegen. Verantwortlich dafür waren zum einen die Entwicklung der globalen und europäischen Milchmärkte und Milchpreise, zum andern der markante Rückgang der produzierten und vermarkteten Milchmenge im zweiten Halbjahr 2012 und ersten Halbjahr 2013. Während bei der globalen Nachfrage, falls keine ausserordentlichen Ereignisse passieren, mit einer weitergehenden Steigerung von bis zwei Prozent pro Jahr ausgegangen wird, gibt es bei der Angebotsmenge sowohl international wie auch national viele Fragezeichen und sehr unterschiedliche Einschätzungen: Welchen Einfluss haben die Preise auf die Produktion; was geschieht nach der Aufhebung der Quotenregelung in der EU?

Weit weniger erfreulich als die Entwicklung des Milchmarktes waren im vergangenen Jahr die Beschlüsse von Parlament und Bundesrat zur Agrarpolitik 2014–2017. Neben einigem Positivem wie der Absicherung der Verkäsungs- und der Siloverzichtsulage im Gesetz, dem angehobenen Zahlungsrahmen 2014–2017 und der gesetzlichen Verankerung der Qualitätsstrategie führt auf der anderen Seite die Ausgestaltung des neuen Direktzahlungssystems für viele Milchproduzenten zu teilweise beträchtlichen Einbussen. Entgegen den Ankündigungen von Seiten der Behörden bringt die Agrarpolitik 2014–2017 auch nicht die erhofften Vereinfachungen, sondern in vielen Bereichen eine höhere Komplexität, mehr Administration und zusätzliche Kontrollen. Mit Blick auf die Agrarpolitik 2018ff braucht es in verschiedenen Punkten Korrekturen, um den künftigen Herausforderungen besser gerecht zu werden. Die Volksinitiative für Ernährungssicherheit ist dazu ein wichtiger erster Schritt, der die Richtung vorgibt. Der bereits angelaufene Prozess zur Agrarpolitik ab 2018 beinhaltet dann die konkrete Umsetzung, auf welche die produktionsorientierte professionelle Landwirtschaft mit vereinten Kräften wieder mehr Einfluss nehmen muss.

Nach schwierigen Jahren haben die Milchproduzenten und deren Organisationen ihre Position am Markt im vergangenen Jahr verbessern können. Neben der positiven Marktentwicklung hat dazu auch wesentlich beigetragen, dass die Produzentenseite trotz Wettbewerb unter den Akteuren wieder geschlossen auftritt. Die SMP hat die Entspannung an den Märkten und das verbesserte Klima im letzten Jahr genutzt, um die Strategie zu überprüfen und neu auszurichten. Das äusserst erfreuliche Ergebnis,

nämlich dass alle relevanten Elemente der Strategie in grossem Einvernehmen mit dem Vorstand und den Mitgliedsorganisationen festgelegt werden konnten, bildet eine gute Grundlage für deren Umsetzung und eine erfolgreiche Arbeit in den kommenden Jahren.

Parallel zur Strategie des Verbandes ist 2013 zusammen mit Fachleuten auch die Strategie des Basismarketings für Milch und Milchprodukte überprüft und auf die kommenden Herausforderungen ausgerichtet worden. Wichtige Eckpfeiler wie unsere beliebte Werbekuh «Lovely», aber auch bewährte und äusserst erfolgreiche Events wie der Tag der Milch und der Tag der Pausenmilch werden weitergeführt. Neue Massnahmen konnten erfolgreich lanciert werden. Da Schweizer Milch und Milchprodukte in den zunehmend offeneren Märkten immer stärker in Konkurrenz zu importierten Milchprodukten stehen, wird künftig die Herkunft Schweiz bei unseren Marketingmassnahmen noch stärker in den Fokus gerückt, um die Vorzüge der qualitativ hervorragenden und nachhaltig produzierten Schweizer Milch und Milchprodukte hervorzuheben.

Ich danke unserem Vorstand für das Vertrauen, das er mir mit meiner Wahl zum Direktor der SMP entgegengebracht hat; ebenso für die konstruktive und ausgezeichnete Zusammenarbeit, die wir pflegen dürfen. Ich danke auch unserem gesamten Team, das mich mit grossem Engagement im Dienste der Schweizer Milchproduzenten unterstützt, die Interessen der Milchproduzenten wahrnimmt und wichtige Dienstleistungen erbringt.



Dr. Kurt Nüesch
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Agrarpolitik 2014 – 2017

Zwei Jahre intensives Ringen und heftige Debatten um die Agrarpolitik 2014 – 2017 haben am 22. März mit der Schlussabstimmung im Parlament ihren Abschluss gefunden. Was bald absehbar war ist Tatsache geworden: Viele Milchproduzenten werden im Mittel deutlich weniger Direktzahlungen erhalten. Positiv zu werten ist die gesetzliche Verankerung der Zulagen.

Die Zulagen im Gesetz verankert

Ein Resultat aus der Debatte über neue Agrarpolitik ist aus Sicht der Milchproduzenten positiv zu werten: Wie von der SMP gefordert sind ab 2014 die Verkäsungszulage mit 15 Rappen und die Siloverzichtszulage mit drei Rappen pro Kilogramm verarbeitete Milch ohne zeitliche Befristung im Landwirtschaftsgesetz abgesichert; dies entgegen dem Vorschlag des Bundesrats. Vorbehalten bleibt eine Anpassung der Beitragshöhe, falls die verarbeiteten Milchmengen stark ansteigen sollten. Richtigerweise hat das Parlament auch die gesetzliche Grundlage für die Einführung eines Mindestfettgehaltes im Käse für die Gewährung der Zulagen geschaffen. Damit wird zukünftig die problematische Magerkäseproduktion von der Ausrichtung der Zulagen mehrheitlich ausgeschlossen werden können.

Ansonsten ist der Rückzug des Staates aus dem Milchmarkt bestätigt worden. Anträge zur Stärkung der gesetzlichen Grundlage für die Allgemeinverbindlichkeit bei Selbsthilfemassnahmen zur Stabilisierung des Milchmarkts hatten im Parlament keine Chance.

Umbau des Direktzahlungssystems

Bisher wurden den Landwirtschaftsbetrieben folgende Kategorien von Direktzahlungen ausgerichtet: Allgemeine Flächenbeiträge, RGVE- und TEP-Beiträge (tierbezogene Beiträge), Ökologische/Etho-Direktzahlungen, Anbau- und Sömmerungsbeiträge. Zudem gab es für die Ausrichtung der Direktzahlungen eine Einkommens- und Vermögensobergrenze.

Neu werden die Direktzahlungen in den folgenden Kategorien ausgerichtet: Versorgungssicherheitsbeiträge, Kulturlandschaftsbeiträge, Landschaftsqualitätsbeiträge, Biodiversitäts- und Produktionssystembeiträge. Der Zahlungsrahmen wurde beibehalten. Mittel, die nicht in den erwähnten Kategorien beansprucht werden, stehen für die Übergangsbeiträge zur Verfügung.

Tierbezogene Beiträge gestrichen

Wichtigste und für die Milchproduzenten schmerzhafteste Änderung gegenüber der aktuellen Agrarpolitik ist der Wegfall der tierbezogenen Beiträge. Alle Modellrechnungen zeigen, dass der Wegfall dieser Zahlung für einen Grossteil der Milchproduzenten zu einem Einkommensrückgang führt.

Im Rahmen der Produktionssystembeiträge gibt es neu das Programm «Graslandbasierte Milch- und Fleisch-

produktion». Betriebe, die nicht über 10 Prozent Kraftfutter und mindestens 75 % grasbasiertes Futter (85 % im Berggebiet) einsetzen, erhalten CHF 200.– pro ha Grünfläche. Der Beitrag für regelmässigen Auslauf ins Freie (Raus) ist um CHF 10.– pro GVE erhöht worden.

Direktzahlungen betriebspezifisch

Mit dem neuen Direktzahlungssystem ist eine klare Tendenz ersichtlich: die Betriebe sind sehr unterschiedlich von den Neuerungen betroffen. Die Anforderungen bei einigen Programmen erfordern erhebliche Anpassungen in der Produktion. Andere Programme nehmen Bezug auf regionale oder topografische Gegebenheiten. Eine Anpassung der Produktion ist nicht für jeden Betrieb gleich sinnvoll. Es können deshalb keine allgemeinen Empfehlungen für die Ausrichtung des Betriebs gegeben werden.

Zusammenfassend kann gesagt werden:

- Ökologische, ethologische und landschaftsbezogene Massnahmen werden mit mehr Finanzmitteln ausgestattet.
- Betriebe mit überdurchschnittlichem Tierbesatz müssen Einbussen bei den Direktzahlungen in Kauf nehmen.
- Der Bund reduziert seinen Einfluss auf den Milchmarkt weiter. Grenzschutz und Zulagen bilden den Kern, die Allgemeinverbindlichkeit für Selbsthilfemassnahmen wird faktisch auf Marketingmassnahmen eingeschränkt.

Modellbetriebe: Rückgang der Direktzahlungen

Gemeinsam mit dem Schweizer Bauernverband hat die SMP untersucht, welche Auswirkungen die neue Agrarpolitik für die Milchproduzenten hat. Es wurden drei verschiedene Modellbetriebe angeschaut:

- Normalbetrieb Tal: 22.5 ha Landwirtschaftliche Nutzfläche (LN), davon 20.0 ha Grünland (GL), 40 Grossvieheinheiten (GVE), wovon 30 Kühe plus Aufzucht, Milchproduktion 230'000 kg
- Intensivbetrieb Tal: 22.5 ha LN, davon 19.6 ha GL, 57.8 GVE, wovon 43 Kühe plus Aufzucht, 400'000 kg Milch
- Bergbetrieb (Bergzone II): 18 ha LN, davon 18 ha GL, 22 GVE, wovon 16 Kühe plus Aufzucht, 130'000 kg Milch

Alle drei Modellbetriebe erhalten weniger Direktzahlungen. Der Rückgang beträgt für den Normalbetrieb CHF 3'680.–, für den Intensivbetrieb Tal CHF 7'749.– und für den Berg-

betrieb CHF 1'231.–. Bei den Modellrechnungen wurden für den Normalbetrieb und für den Bergbetrieb der neue Beitrag für Graslandbasierte Milchproduktion eingerechnet. Der Intensivbetrieb erfüllt die Bedingungen für dieses Programm nicht. Für einen gut funktionierenden intensiv geführten Betrieb ist es wahrscheinlich besser, die Betriebsstrategie nicht vorschnell anzupassen, nur damit er den zusätzlichen Beitrag von CHF 200.– pro ha Grünland erhält.

Umgerechnet auf das Kilo produzierte Milch beträgt der Rückgang -1.6 Rp. für den Normalbetrieb, -1.94 Rp. für den Intensivbetrieb und -0.95 Rp. für den Bergbetrieb. Weil sich der Rückgang der Direktzahlungen beim Intensivbetrieb auf eine grössere Milchmenge verteilt, sind die Unterschiede weniger gross, wenn man die Auswirkungen auf das Einkommen pro Kilo Milch anschaut.

Jährliche Anpassung

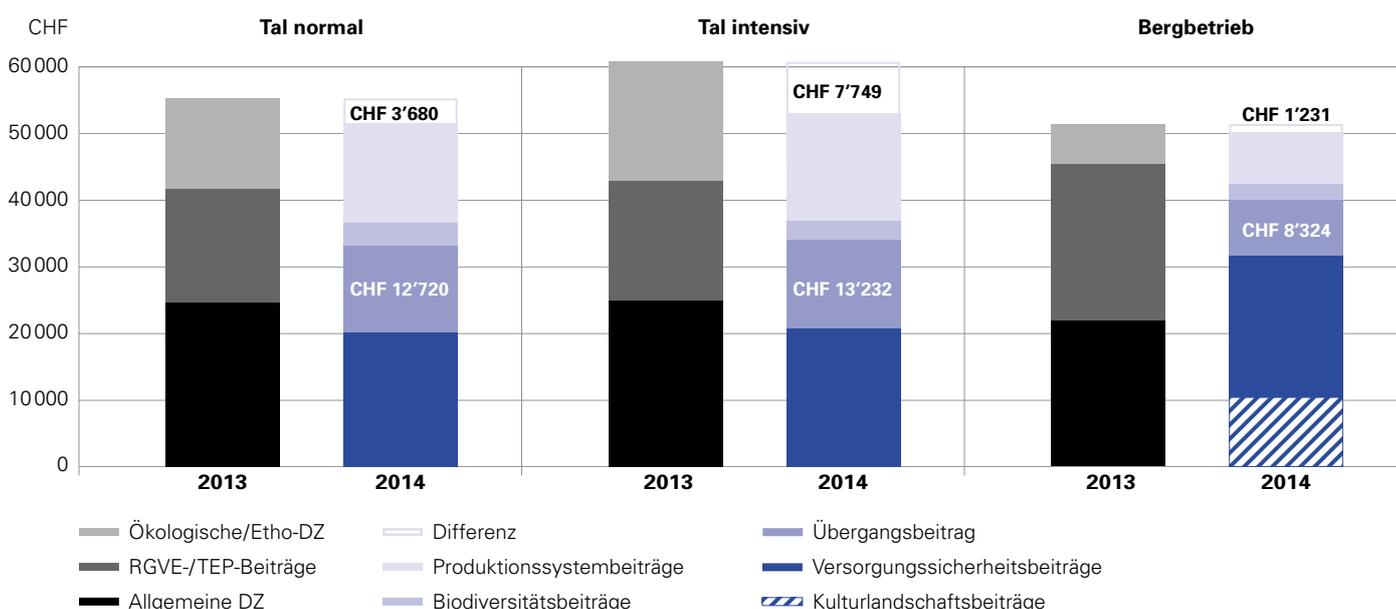
Es ist wichtig, auch einen Blick auf die Übergangsbeiträge zu werfen. Diese betragen beim Normalbetrieb CHF 12'720.–, beim Intensivbetrieb CHF 13'232.– und beim Bergbetrieb CHF 8'324.–. Die Übergangsbeiträge sollen

die Auswirkungen der neuen Agrarpolitik abfedern. Sie werden voraussichtlich bis 2017 um rund 60 Prozent abnehmen und bis 2021 ganz verschwinden. Dieser Rückgang hängt von der Zunahme bei freiwilligen Programmen in den Bereichen Ökologie und Tierwohl ab.

Wahrscheinlich werden Betriebe im Berggebiet und Betriebe mit einem relativ hohen Anteil an ökologischen Ausgleichsflächen stärker von der Umlagerung der Direktzahlungen profitieren. Der wirtschaftliche Druck auf viele Milchproduzenten nimmt durch diese Entwicklung weiter zu.

Die Betriebsleiter sind gefordert, sich bezüglich Direktzahlungssystem auf dem Laufenden zu halten. Die landwirtschaftliche Beratungszentrale Agridea stellt allen Interessierten ein Instrument für die Berechnung der Direktzahlungen zur Verfügung: www.focus-ap-pa.ch. Die Beratungsdienste in den Kantonen stehen den Betriebsleitern für Auskünfte und Beratung zur Seite.

Neues Direktzahlungssystem Agrarpolitik 2014–17: Veränderungen in drei Modell-Milchbetrieben



Quelle: SBV Schweizer Bauernverband

Wirtschaft und Politik

Stellungnahmen zu den Ausführungsbestimmungen der Agrarpolitik 2014–2017 haben die SMP im vergangenen Jahr stark beschäftigt. Wichtig ist es aber auch, mögliche Entwicklungen im Aussenhandel im Interesse der Schweizer Milchproduzenten im Auge zu behalten.

SMP-Markenseminar

Marken mit starken Emotionen geben den Produkten mehr Wert. Sie sind ein wesentliches Element, um Produkte mit einem Mehrwert zu kennzeichnen. Die Mehrwertstrategie ist für die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft interessant. Denn importierte Billigprodukte und hohe inländische Produktionskosten üben einen starken Druck auf Preise und Margen aus. So sind Überlegungen zentral, wie das Potential von Marken besser genutzt werden kann und gleichzeitig den Schutz der Produkte zu gewährleisten.

Die SMP organisierte am 8. Februar 2013 ein Markenseminar. Fünf Referenten gaben einen Überblick und Einblicke in die Geheimnisse der Markenwelt und die Kennzeichnungen mit öffentlich-rechtlichem Schutz: Harley Krohmer, Professor für Marketing und Unternehmensführung, Jacques Chavaz, Stellvertretender Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft, Jürg Simon, Präsident der Sortenorganisation Emmentaler AOC, Robin Barraclough, Head Marketing und Mitglied der Emmi-Geschäftsleitung sowie Ständerätin Géraldine Savary, Präsidentin der Vereinigung AOC-IGP.

4. Milchforum an der Tier & Technik

Der parlamentarische Vorstoss, vom Bundesrat einen Bericht zur Öffnung des gesamten Milchmarktes gegenüber der EU ausarbeiten zu lassen, wird in der Milchbranche heiss diskutiert. So machten SMP und die Vereinigten Milchbauern Mitte-Ost (VMMO) dieses Thema im Rahmen der Tier & Technik St. Gallen zum Aufhänger für ihr inzwischen traditionelles Milchforum. Die vier Referenten Bernard Lehmann (BLW), Martin Rufer (SBV), Markus Willmann (VMI) und Peter Gfeller (SMP) waren sich darin einig, dass vor allem viele offene Fragen bestehen, auf die Antworten gegeben werden müssten. Jede Wertschöpfungsstufe sei aufgerufen, ihre Argumente in den politischen Prozess einzubringen, forderte Lehmann die Teilnehmer des Milchforums auf.

Agrarpolitik 2014–2017

Ende März haben National- und Ständerat die Agrarpolitik 2014–2017 verabschiedet. Die Wertung des Resultats durch die SMP ist durchzogen (s. auch Seiten 4 und 5).

In der Stellungnahme zu den Ausführungsbestimmungen hat die SMP eine Erhöhung der RAUS-Beiträge um 40 Prozent und der BTS-Beiträge um 20 Prozent gefordert. Damit wäre der Rückgang der Direktzahlungen für die Milchproduzenten etwas weniger deutlich ausgefallen.

Die Erhöhung wäre auch angebracht, weil das Tierwohl in der Gesellschaft einen hohen Stellenwert hat und die Mehraufwendungen bisher ungenügend abgegolten sind.

Die neuen Beiträge für Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion bringen mehr Administrations- und Kontrollaufwand. Die SMP ist gegenüber diesen Beiträgen kritisch eingestellt. Mit dem gewählten Ansatz können die gesetzten Ziele kaum erreicht werden. Die SMP hat deshalb gefordert, die Bedingungen für dieses Programm weniger restriktiv festzulegen: maximaler Kraftfuttereinsatz bei 15 Prozent und minimaler Anteil an Wiesen-/Weidefutter bei 70 Prozent (80 Prozent im Berggebiet).

Weiter hat die SMP das Bundesamt für Landwirtschaft und den Bundesrat aufgefordert, nochmals alle Möglichkeiten zu prüfen, um die mit der Agrarpolitik 2014–2017 verbundene Administration zu vereinfachen und die Betroffenen zu entlasten.

Zu den neuen Anreizen zur Umsetzung der Qualitätsstrategie und zur Förderung von Marktinitiativen hat sich die SMP positiv geäussert.

In der Verordnung, die der Bundesrat im Herbst verabschiedet hat, ist der RAUS-Beitrag um CHF 10.– auf CHF 190.– erhöht worden. Die Anforderungen für die Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion wurden gegenüber dem Entwurf nur geringfügig geändert.

Damit ist der Bundesrat nur ungenügend auf die Anliegen von SMP, SBV und weiteren bäuerlichen Organisationen eingegangen.

Engagement beim 4. Schweizer Melkwettbewerb

Das Melken ist ein ganz zentraler Arbeitsschritt bei der Qualitätsmilchproduktion. Deshalb unterstützte die SMP als Trägerin zusammen mit Profi-Lait, Agroscope Reckenholz-Tänikon und dem DLG-Büro Schweiz auch die Durchführung des 4. Schweizer Melkwettbewerbs. Aus 18 Personen wurden an zwei regionalen Vorauscheidungen acht FinalteilnehmerInnen selektioniert.

Das Engagement lohnt sich. In zahlreichen Beiträgen berichteten die Medien aus der Publikums- und Fachpresse positiv über die anspruchsvolle Arbeit des Melkens. Melkwettbewerbe werden auch in Deutschland, Österreich und Luxemburg durchgeführt. Die Gewinner des Schweizer Melkwettbewerbs können 2014 in Deutschland an einem internationalen Wettbewerb ihr Können unter Beweis stellen.

EU-Marktöffnung weisse Linie

Nachdem die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates (WAK-NR) eine Motion zur Prüfung einer sektoriellen Marktöffnung mit der EU für alle Milchprodukte überwiesen hatte, beschloss die SMP, bei der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL eine wissenschaftliche Studie in Auftrag zu geben. Diese wurde am 3. September der Öffentlichkeit vorgestellt. In der Studie werden Chancen und Risiken der gesamten Wertschöpfungskette (Milchproduktion, Milchhandel, Verarbeitung, Detailhandel) analysiert. Zudem werden Bedarf und Umfang von allfälligen Begleitmassnahmen sowie (viele) offene Fragen zur wirtschaftspolitischen Einordnung eines solchen Schrittes dargestellt. Bei den untersuchten Beispielbetrieben beträgt der Ausgleichsbedarf im Durchschnitt CHF 2'020.– pro ha Hauptfutterfläche oder 17 Rappen pro kg Milch. Wie allfällige Begleitmassnahmen ausgestaltet und finanziert werden können, muss der Bericht des Bundesrats beantworten, der im Frühjahr 2014 zu erwarten ist.

Budgetentscheide des Parlaments

Der Kredit 2014 für das «Schoggigesetz» zum Rohstoffausgleich für Milch und Getreide bei verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten ist nicht dem Zahlungsrahmen Landwirtschaft unterstellt. Die Exporte über das «Schoggigesetz» konnten in den letzten Jahren kontinuierlich ausgebaut werden. Verschiedene Kürzungen dieser Kreditposition haben dazu geführt, dass eine permanente Finanzierungslücke besteht und wiederholt Veredelungsverkehrsgesuche gestellt wurden. Veredelungsverkehr bedeutet aber in diesem Zusammenhang Marktanteilsverluste. Daran haben weder die Milchproduzenten noch die Milchverarbeiter ein Interesse.

Die Branche hat deshalb eine Erhöhung des Kredites von CHF 70 auf 78 Mio. beantragt – ein klares Zeichen, dass sie geschlossen hinter diesem Instrument steht.

Die Diskussionen zu diesem Punkt haben im Parlament bis zur Einigungskonferenz geführt, wo letztlich nur noch eine Beurteilung zum Gesamtpaket abgegeben werden konnte. Im Nationalrat wurde dieses mit 93 zu 94 Stimmen knapp abgelehnt, nachdem im Ständerat eine Zustimmung erreicht worden war. Damit bleibt der Kredit für 2014 bei CHF 70 Mio.. Wie allfällige Lücken zu decken sind, ist noch offen.

Freihandelsabkommen CH-China

Anfangs Juli 2013 hat der Bundesrat ein bilaterales Freihandelsabkommen mit China abgeschlossen. SMP hat die relevanten Inhalte aus Sicht der Milchproduktion und des Milchsektors analysiert. Importseitig stellen wir bei den Konzessionen fest, dass diese im Wesentlichen innerhalb der WTO-Kontingente gewährt worden sind. Diese bestehenden Kontingente werden nun unter zusätzlichen Partnern verteilt. Entscheidend ist, dass keine Ausserkontingentszollansätze auf der Konzessionsliste zu finden sind und Schweizer Standards bezüglich Lebensmittelsicherheit verpflichtend sind. In diesem Punkt wird allerdings der Vollzug gefordert sein.

China hat der Schweiz im «milchrelevanten» Bereich einige bedeutende Konzessionen gewährt. Diese sind zeitlich sehr unterschiedlich abgestuft. Zudem bleibt der Rohstoffausgleich (Schoggigesetz) grundsätzlich bestehen. Eher ernüchtert haben die SMP das Verhandlungsergebnis beim Käse zur Kenntnis genommen.

Die SMP geht insgesamt davon aus, dass dieses neue Abkommen für die schweizerische Milchwirtschaft durchaus Chancen bietet und sich die Risiken in Schranken halten.

WTO Bali-Paket: Vorzeitiger Teilabschluss

An der 9. WTO-Ministerkonferenz vom 3. bis 6. Dezember 2013 in Bali einigten sich die WTO-Mitglieder auf einen ersten Teilabschluss zu einigen Themen im Rahmen der laufenden Doha-Runde. Offiziell wurde der Teilabschluss von Bali vor der Presse als grosser Durchbruch gefeiert. Eine genauere Betrachtung relativiert die Bedeutung dieses Abkommens.

Das Bali-Paket enthält keine Vereinbarungen, welche die Schweizer Milch- und Landwirtschaft direkt treffen würden. Auch der «Schoggigesetzkredit» ist bereits aktuell signifikant unter der Limite der WTO.

Die aktuelle Verfassung der WTO führt dazu, dass wieder vermehrt bilaterale Freihandelsabkommen abgeschlossen werden.

Weitere Geschäfte s. www.swissmilk.ch > Milchproduzenten > Milchpolitik > Stellungnahmen der SMP

Marketing

Milch und Milchprodukte sind in der Schweiz wichtige Grundnahrungsmittel. Damit das so bleibt, müssen Konsumentinnen und Konsumenten laufend umworben und überzeugt werden.

Das Swissmilk-Basismarketing ist ein wirksames Mittel, die bis anhin positive Grundstimmung zu erhalten. Die Werbekuh Lovely ist seit Jahren als ebenso pfiffige wie sympathische Botschafterin für die Schweizer Milch unterwegs. Auch 2013 war voller Marketing-Höhepunkte.

Marketing auf drei Ebenen

Das Swissmilk-Marketing interveniert auf drei Ebenen, um den hohen Stellenwert von Schweizer Milch und Milchprodukten zu erhalten: Es will ihr gutes Image bewahren, ihren gesundheitlichen Nutzen zeigen und zum genussvollen Konsum anregen. Seit Jahren ist die Werbekuh Lovely als ebenso pfiffige wie sympathische Botschafterin unterwegs. Einige Beispiele aus dem Marketingjahr 2013 zeigen, wie vielfältig sie dies tut:

Zuerst zeichnen, dann feiern

Ein erster Höhepunkt war der Tag der Milch vom 20. April. 80 Milchbars in der ganzen Schweiz lockten die Bevölkerung an. Bunt und aktiv ging es bereits einige Wochen vorher zu und her: Swissmilk suchte zum dritten Mal die kreativste Schulklasse der Schweiz. Die Klassen gestalteten Werbeplakate im Originalformat, die in ihrer Gemeinde aushingen und am landesweiten Wettbewerb teilnahmen. Auf swissmilk.ch konnte man abstimmen und das beste Plakat wählen. Alle 70 mitmachenden Klassen kamen am Tag der Milch zum grossen Fest nach Lausanne, wo sie einen Brunch genossen, die Wahl der Siegerklassen feierten und die Musikgruppe Pegasus live erlebten.

Schwimmen, Tram und Velo fahren

In ihrem Werbeeinsatz überraschte Lovely im Sommer mit einzigartigen Aktionen. Lovely ist wohl die erste Kuh, die mit ihrem Nachwuchs die Badesaison für ein intensives, aber natürliches Fitnessprogramm nutzte. Plakate in der ganzen Schweiz zeigten sie mit Schwimmausrüstung, beim Turmspringen und beim Wasserski.

Lovely fuhr auch Tram, nämlich kreuz und quer durch die Stadt Basel. Dort sorgte sie für viel Aufmerksamkeit und Schmunzeln im öffentlichen Raum. Dies ganz nach dem Motto «Milch. Werde gross, bleibe stark».

Stark im Netz

Swissmilk kommuniziert auch im Internet stark. Wer sich informieren will, was die Milch so gesund macht, findet Fakten, nützliche Tipps und Ernährungsvideos. Wer dann Hunger bekommt und gleich etwas Feines essen will, besucht den Kochbereich. Swissmilk hat die grösste Schweizer Rezeptdatenbank mit über 5'000 bebilderten Rezepten. Besonders erfreulich: 2013 haben rund 8.65 Mio. Personen die Website besucht, das sind knapp 80 Prozent mehr als im Vorjahr.

Happy birthday mit Milch

Geburtstage sind für Kinder sehr wichtig und höchst emotional. Seit letztem Frühjahr bietet Swissmilk den Eltern ein vielseitiges Kindergeburtstagsset an mit Einladungskarten, Bechern und Tellern, Luftballons, Backrezepten und Informationen rund um Milch und Milchprodukte. Das Paket freut die Kinder, die ein originelles Fest erleben, und es nützt den Eltern, denen es die Organisation erleichtert. Damit schafft es ein rundum positives und prägendes Milcherlebnis bei Familien, der für den Milchabsatz wichtigsten Zielgruppe.

Die sympathische Werbekuh Lovely regt seit 1993 zum Milchkonsum an und ist mittlerweile zum starken, eigenständigen und originellen Schlüsselbild für die ganze Gattung der Milchprodukte geworden. 2013 eröffnet sie auf Plakaten mit ihrem Nachwuchs die Badesaison.



Lovelys Hilfe für den jungen Haushalt

Wer etwas grösser ist und keine Kindergeburtstage mehr feiert, zieht irgendwann aus dem Hotel Mamma aus und in die erste eigene Wohnung ein. Dieser Meilenstein im Leben ist eine ideale Gelegenheit, um die Ernährungs- und Kochgewohnheiten im noch jungen Haushalt zu prägen. Ein Starter-Set mit attraktiven Artikeln fürs Kochen und Backen soll Jugendliche dazu motivieren, regelmässig Milch, Milchprodukte und Butter zu konsumieren. Die neue Promotion begann im September und richtet sich an Eltern, Verwandte und Freunde, die den Start ins selbständige Leben mit einem ebenso witzigen wie nützlichen Geschenk erleichtern können.

Das grosse Fest des gesunden Znünis

Der nationale Pausenmilchtag will für gesunde Schulznünis sensibilisieren und zeigen, dass es genussvolle Alternativen zu Süssgetränken und Snacks gibt. Am 7. November fand er zum 13. Mal statt. Mitgemacht haben stolze 360'000 oder rund 40 Prozent aller Schweizer Schülerinnen und Schüler! Ein grosses Pausenmilchfest feierte das Rosenberg-Schulhaus in Neuhausen SH. Es wurde in eine Milch-Hochburg mit vielfältigen Aktivitäten und ganztägigem Live-Radio über die Milch umgestaltet. Swissmilk freute sich besonders, dass Regierungsrat Christian Amsler, Erziehungsdirektor des Kantons Schaffhausen und Präsident der Deutschschweizer Erziehungsdirektorenkonferenz, das Projekt unterstützte und dass zahlreiche weitere Würdenträger und viele Eltern den Anlass besuchten.

Lovely als Eishockey-Fan

Das Jahr 2013 klang mit der Präsenz am traditionellen Spengler Cup in Davos aus. Swissmilk war wieder Sponsor und offizieller Partner des Turniers. Werbebanden, Schiedsrichter in Milch-Leibchen und die Eismaschine im Milch-Look sorgten für eine auffällige und TV-gerechte Präsenz der Milch. Vor Ort gab es auch eine Milchbar und verschiedene Promotionsaktivitäten. Milch und Eishockey passen bestens zusammen, denn wie die Milch steht auch Eishockey für Werte wie Stärke, Dynamik und Fitness.

Wirksam sein

Die Marketing-Massnahmen werden regelmässig kontrolliert, damit sie zielgerichtet sind und wirksam bleiben. Trotz zunehmendem Konkurrenzdruck ist die Schweiz eines der milchintensivsten Länder mit einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von rund 370 Kilogramm. Das Swissmilk-Basismarketing trägt massgeblich dazu bei, dass das auch in Zukunft so bleibt.

Mehr über das Milchmarketing gibt es unter www.swissmilk.ch

Werbe-, Informations- und Infrastrukturmaterial für Milchproduzenten kann man bestellen unter www.swissmilk.ch/Produzenten > Services für Milchproduzenten > Angebote für Anlässe und Shop



Marktordnung

Der Rückzug des Staats aus dem Milchmarkt wurde im Jahr 2013 bestätigt. Die Branchenorganisation Milch hat eine neue Regelung zur Festlegung des Richtpreises getroffen hat. Den grössten Beitrag zur Stabilisierung haben jedoch die besseren Marktverhältnisse geleistet. Beim Emmentaler AOC ist eine allgemeinverbindliche Mengensteuerung eingeführt worden.

Markt entscheidet über Milchmenge

Im März wurde die «Motion Aebi», welche die Allgemeinverbindlichkeit für eine Mengensteuerung in Produzentenhand forderte, vom Parlament nach langer Diskussion definitiv abgelehnt.

Noch bis Ende April wurde für die Marktentlastung bei den Milchproduzenten 1.0 Rappen pro kg Milch eingezogen. Die Branchenorganisation Milch (BO Milch) hat im Jahr 2012 mit diesen Mitteln Butterexporte finanziert und damit den Schweizer Markt entlastet. Es ist eher fraglich, ob der Bund in Zukunft wieder bereit ist, für eine ähnliche Massnahme die Allgemeinverbindlichkeit zu gewähren.

Eine stabilisierende Wirkung sollte die Ausdehnung der Eckpunkte des Standardvertrages für den Milchkauf und der Bestimmungen zur Segmentierung des Milchmarktes der (BO Milch) haben, die der Bundesrat bis am 30. Juni 2015 auf Nichtmitglieder ausgedehnt hat.

Aktuell geltende gesetzliche Grundlagen

Die wichtigsten gesetzlichen Schutz- und Stützungsinstrumente des schweizerischen Milchmarktes sind:

- Grenzschutz gemäss WTO für Milch und Milchprodukte (ausser Käse gegenüber der EU);
- Verkäsungszulage und Siloverzichtszulage;
- Beiträge für den Export von landwirtschaftlichen Rohstoffen in verarbeiteten Produkten («Schoggigesetz»);
- Qualitätsförderung im Rahmen der Milchprüfung;
- Absatzförderungsmittel des Bundes inklusive Allgemeinverbindlichkeit;
- Bestimmungen zu den Milchkaufverträgen;
- Aufzeichnungs- und Rapportierungspflicht.

Neben den Schutzinstrumenten übt das Käse-Freihandelsabkommen mit der EU einen starken Einfluss auf den Milchmarkt aus.

A-Richtpreis: neue Regelung in BO Milch

Im Februar hat der Vorstand der BO Milch ein neues Modell zur Berechnung des A-Richtpreises beschlossen:

- Der Richtpreis für das A-Segment wird quartalsweise vom Vorstand festgelegt. Er versteht sich als Preis franko Rampe des Verarbeiters exklusive Mehrwertsteuer.
- Basis für den Richtpreis bildet der monatlich auf Rappen und franko Rampe exkl. MwSt. berechnete Molkereimilchpreisindex des Bundesamts für Land-

wirtschaft. Die drei Teilindizes des BLW (Detailhandelsprodukte, Industrieprodukte und liberalisierte Produkte) werden jährlich basierend auf den Verwertungszahlen der TSM Treuhand GmbH angepasst.

- Eine Anpassung des Richtpreises erfolgt im Normalfall nur dann, wenn der errechnete Richtpreis mehr als 1.5 Rp. pro kg vom geltenden Richtpreis abweicht.
- Der Richtpreis soll unter Berücksichtigung der Entwicklung der Faktorkosten (Produktionsmittel) und einer prospektiven Markteinschätzung festgelegt werden.
- Sofern sich der Vorstand nicht auf einen Richtpreis einigen kann, kommt für das folgende Quartal automatisch der aus dem Durchschnitt der Molkereimilchindizes der letzten 3 Monate berechnete Richtpreis zur Anwendung.

Der A-Richtpreis ist vor allem dank des Preisanstiegs im letzten Quartal 2013 im benachbarten Ausland und auf dem Weltmarkt auf 69 Rappen gestiegen. Der Detailhandel nimmt in der Festlegung der Verkaufspreise Rücksicht auf den Richtpreis. Das sollte es den Milchverarbeitern und Milchhändlern erleichtern, bei einer Erhöhung des Richtpreises den Produzenten einen höheren Preis zu bezahlen. Der Richtpreis schaltet hingegen die allgemeinen Marktmechanismen nicht aus.

Emmentaler AOC: Mengensteuerung

Seit der durch einige Marktakteure erzwungenen Aufhebung der Mengensteuerung im April 2011 haben neben der Währungssituation ein Überangebot und volle Lager zu einem ruinösen Preiszerfall beim Emmentaler AOC geführt. An der Sitzung vom 7. Juni hat der Bundesrat auf Antrag der Sortenorganisation entschieden, deren Mengensteuerung auch für Nichtmitglieder für verbindlich zu erklären. Die Allgemeinverbindlichkeit wurde für ein Jahr bis Juni 2014 mit der Option auf Verlängerung um ein Jahr gewährt.

Vorgängig hatte die Sortenorganisation als Auflage des Bundesrats das Pflichtenheft in einigen Punkten angepasst: Abpacken in der Schweiz, Erhöhung des Mindestalters des Käses und Reduktion des Milchsammelradius.

Es ist zu hoffen, dass beim Emmentaler AOC die Allgemeinverbindlichkeit der Mengensteuerung für eine nachhaltige Verbesserung der Marktsituation und der Strukturen genutzt werden kann.

Marktlage und Milchverkauf

Der schweizerische Milchmarkt war im Berichtsjahr 2013 geprägt von der Erholung im Bereich der Molkereimilch. Eine ausgeglichene Marktlage und positive Entwicklungen im Ausland waren die Hauptgründe dafür. Bei der Käseemilch ist die Lage sehr unterschiedlich. Die Wiedereinführung der Mengensteuerung beim Emmentaler AOC zeigt erste positive Ergebnisse.

Erholung im Bereich der Molkereimilch

Der von den Schweizer Milchproduzenten kalkulierte Standard-Produzentenpreis für eine Milchlieferrung von 180'000 Kilogramm erreichte Anfang Jahr mit 56.07 Rappen (Durchschnitt der 12 Vormonate) seinen Tiefpunkt. Bis Ende Jahr erholte sich der Preis und stieg um gut 5.5 auf 61.61 Rappen.

Die Gründe für diese Entwicklung sind recht vielfältig:

- Ende April wurde der Einzug von 1.0 Rappen pro Kilogramm für den Marktentlastungsfonds der BO Milch (Butterexporte) eingestellt.
- Erstmals seit der Aufhebung der Milchkontingentierung konnte ab Juni 2012 ein markanter Rückgang der Milchproduktion festgestellt werden (Durchschnitt der 12 Vormonate). Damit verschwand die C-Milch vom Markt. Unter dem Einfluss von steigenden Preisen nahmen die Milcheinlieferungen ab Juni 2013 wieder zu. Insgesamt war der Schweizer Milchmarkt im Berichtsjahr sehr ausgeglichen.
- Auch die Entwicklungen im Ausland waren geprägt von steigenden Preisen. Auslöser für diese Preissteigerungen ist vor allem die höhere Nachfrage in Schwellenländern wie China, Russland und Mexiko.

Auf die Preisentwicklung negativ wirkt sich nach wie vor der Euro-Kurs aus. Weil der Wechselkurs deutlich schlechter ist als vor vier bis fünf Jahren, können die Milchproduzenten nicht gleich gut von der vorteilhaften Marktlage profitieren wie 2008.

Weiterhin starke Unterschiede bei Käseemilch

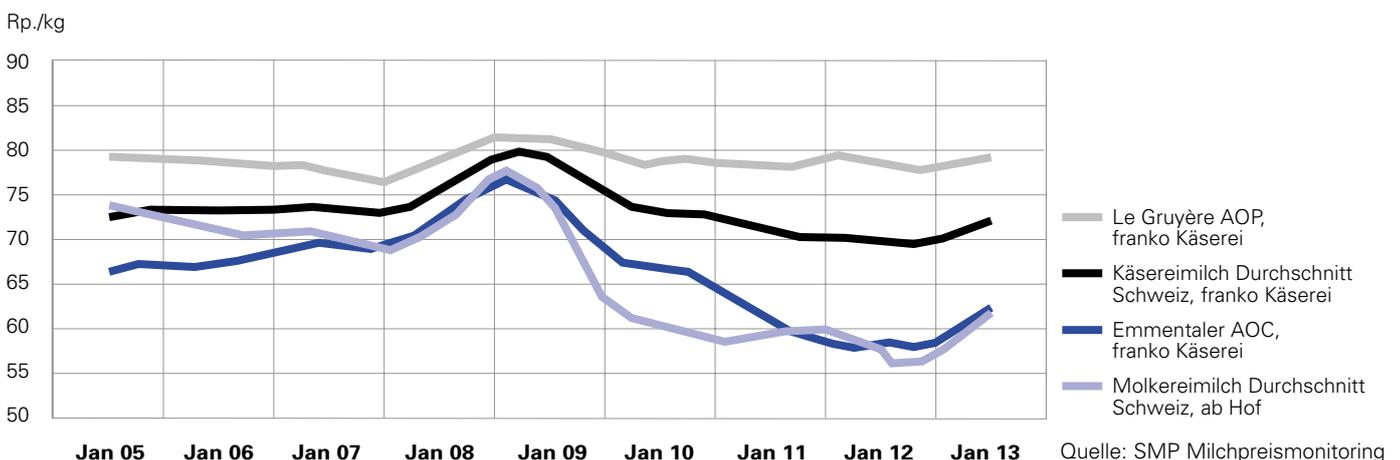
Die Rohmilchkäsesorten Le Gruyère AOP, Tête de Moine AOP und Appenzeller® konnten ihre starke Marktstellung behaupten und pflegen. Dies zeigt sich an den überdurchschnittlichen Milchpreisen, die für diese Käsesorten bezahlt wurden.

Weiterhin als Sorgenkind bezeichnet werden muss der Emmentaler AOC. Die verkaufte Menge ist seit Jahren rückläufig. Die dringend nötige Mengensteuerung hat der Bundesrat im Juni der Allgemeinverbindlichkeit unterstellt. In der Folge wurde die Produktion eingeschränkt, die Preise im Verkauf wurden erhöht. Diese Massnahmen haben zu einer ersten Erholung der Produzentenpreise geführt. Der Preis ist aber weiterhin sehr nahe am Preis für Molkereimilch und deutlich unter dem durchschnittlichen Käseemilchpreis.

Wichtiger Aussenhandel

Der Aussenhandel mit Käse, konservierten und verarbeiteten Milchprodukten spielte auch im Jahr 2013 eine bedeutende Rolle für den Milchmarkt. Bei einem Export von 718,2 Millionen Vollmilchäquivalent (VMA) und einem Import von 405,8 Millionen VMA resultierte ein Exportüberschuss von 312,3 Millionen VMA (-159.9 Mio. VMA bzw. -33,9% gegenüber 2012). Die geringeren Exporte sind primär eine Folge der tieferen Butter- und Milchpulverproduktion im Inland, resp. des Versiegens der C-Milch ab Mitte 2013. Das Nettoexportvolumen beträgt 10,3 Prozent der schweizerischen Milchmenge.

Entwicklung der Milchpreise in ausgewählten Marktsegmenten (gleitender 12-Monatsdurchschnitt)



Milchproduktion

Im Kalenderjahr 2013 produzierten 23'490 Betriebe 3'428'611 Tonnen Milch oder 1,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Bei einer praktisch identischen Anzahl Kühe nahm die Zahl der Milchproduzenten um 3,6 Prozent ab. 1'912 Betriebe produzierten über 300'000 Kilogramm Milch und lieferten 25,8 Prozent der vermarkteten Milchmenge ab.

Produktion reagiert auf Preisentwicklung

Im Kalenderjahr 2013 produzierten die Milchbauern 3'428'611 Tonnen Milch für die Verarbeitung in den Molkereien und Käsereien. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Vorjahr um -42'220 Tonnen beziehungsweise -1,2 Prozent. Damit konnte erstmals seit Aufhebung der Milchkontingentierung ein bedeutender Rückgang der Milchproduktion beobachtet werden. Dass die Produzenten weniger Milch abgeliefert haben, verwundert nicht – sind doch die Milchpreise Ende 2012 / Anfang 2013 auf das Niveau von Ende der 1960er Jahre gefallen.

Bei der genaueren Betrachtung der Produktionsmengen fällt folgendes auf:

- Der Rückgang der Einlieferungen setzte bereits im Sommer 2012 ein. Relativ rasch reagierten die Produzenten im Sommer 2013 auf die langsam einsetzenden Preissteigerungen. Im 2. Halbjahr 2013 wurde gegenüber dem Vorjahr wieder mehr Milch eingeliefert.
- Einen grossen Einfluss auf die Milchmenge hat die Qualität des produzierten Futters. Diese war im Berichtsjahr eher schlechter als im Vorjahr. Die Einlieferung pro Kuh lag um knapp 100 Kilogramm oder 1,5% tiefer als im Vorjahr, auch wenn davon ausgegangen werden kann, dass der Zuchtfortschritt unverändert weitergeht.

- Im Herbst 2013 konnte beobachtet werden, dass trotz deutlich tieferer Anzahl Milchkühe mehr Milch abgeliefert wurde als im Vorjahr. Ein Grund dafür ist, dass wegen der höheren Milchpreise deutlich weniger Milch in die Kälbermast ging. Die Tränkerpreise sind im Tief.

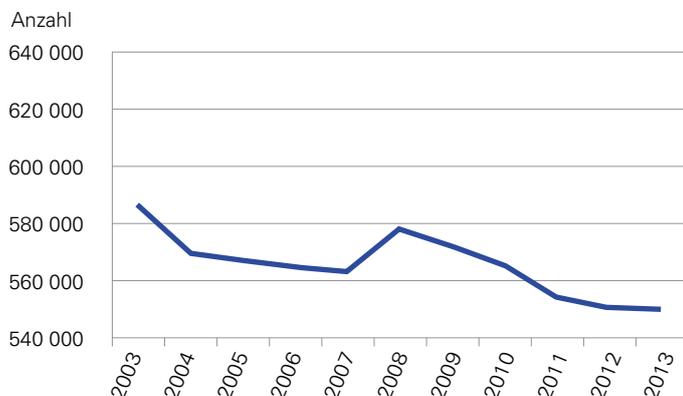
Dramatischer Wandel in der Produktion

Die Milchproduktion befindet sich in einem dramatischen Wandel. 8,1 Prozent (Vorjahr 7,5 Prozent) der Betriebe produzieren mehr als 300'000 Kilogramm Milch. Diese 1'912 Betriebe liefern 25,8 Prozent der gesamten Milch an die Verarbeiter. Die Zahl der Betriebe mit einer Produktion von über 1 Mio. Kilogramm ist im 2013 von 25 auf 30 gestiegen.

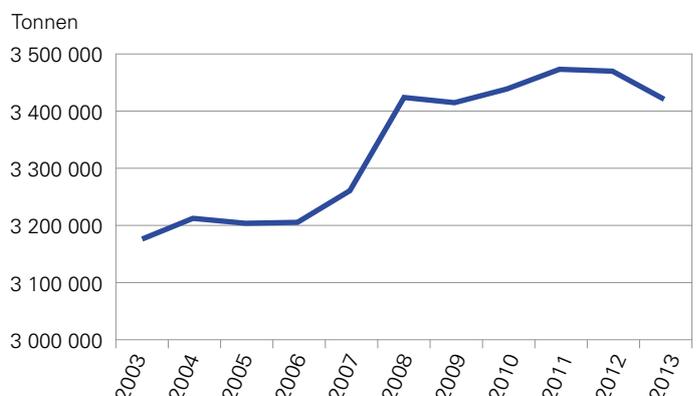
Wie sich die Agrarpolitik 2014–2017 auf die Produktion auswirkt, wird sich weisen. Es ist eher mit einer produktionsenkenden Wirkung zu rechnen.

Einige Betriebe haben die Milchproduktion 2013 aufgegeben, weil im Herbst die Übergangsfrist für die Anpassung des Stalls an die neuen Tierschutzbestimmungen abgelaufen ist. Dieser zusätzliche Druck auf die Milchproduzenten fällt die nächsten Jahre weg.

Kühe zur Verkaufsmilchproduktion 2003 bis 2013



Vermarktete Milchproduktion 2003 bis 2013



Milchverarbeitung

Mit einem Verarbeitungsanteil von 42,7 Prozent blieb Käse im Jahr 2013 die wichtigste Produktgruppe. Der Vergleich der Jahre 2007 und 2013 zeigt, dass vor allem die Milchverarbeitung zu Butter und Käse stark angestiegen ist. Bei der Konsummilch kann ein Trend von Vollmilch zu teilentrahmter Milch beobachtet werden.

Käse ist ein Renner

Die Verarbeitung der 3'428'611 Tonnen Milch zu den verschiedenen Produktgruppen zeigt im Jahr 2013 ein ähnliches Muster wie im Vorjahr. Mit 42,7 Prozent der gesamten verarbeiteten Milchmenge blieb Käse die wichtigste Produktgruppe. Gegenüber dem Vorjahr wurden 4,9 Millionen Milchäquivalent (MAE) beziehungsweise 0,3 Prozent mehr MAE verkäst – dies bei einer um 1'526 Tonnen oder 0,8 Prozent höheren Käseproduktion. Die im Vorjahr gemachte Beobachtung einer Produktion von gehaltvollerem Käse findet somit im Jahr 2013 keine Wiederholung.

Die zweitgrösste Produktgruppe war Butter mit einem Verarbeitungsanteil von 15,7 Prozent (-48,8 Mio. MAE bzw. -8,3%), gefolgt von Konsummilch mit 11,9 Prozent (-2,9 Mio. MAE bzw. -0,7%), Dauermilchwaren mit 9,5 Prozent (-40,4 Mio. MAE bzw. -11,0%) und Konsumrahm mit 8,4 Prozent (+6,9 Mio. MAE bzw. +2,5%) Anteil an der Milchverarbeitung.

Insgesamt wurden im Jahr 2013 folgende Produkte hergestellt (siehe auch Seiten 29 – 31):

- 480'552 Tonnen Konsummilch (-0,2%)
- 290'826 Tonnen Magermilchprodukte (+23,4%)
- 182'705 Tonnen Käse (+0,8%)
- 140'163 Tonnen Jogurt (-1,1%)

- 103'255 Tonnen Milchspezialitäten (+5,5%)
- 70'821 Tonnen Konsumrahm (+1,6%)
- 49'788 Tonnen Milhpulver und Kondensate (-13,8%)
- 47'013 Tonnen Butter (-7,6%)

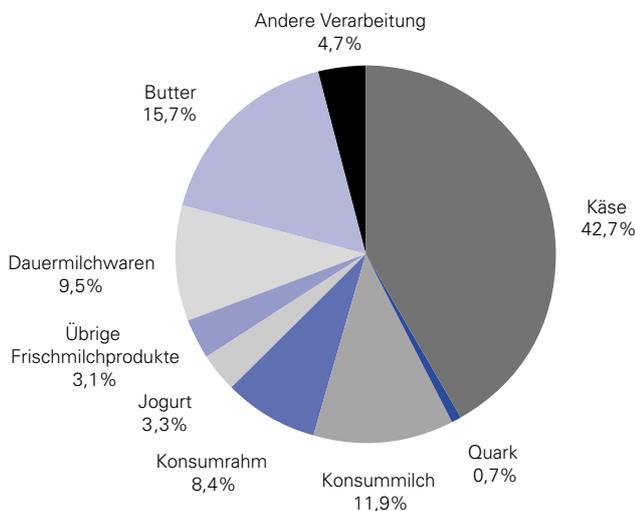
2013 keine grossen Überschüsse

Beim grossen Produktionsrückgang von Butter und Dauermilchwaren gegenüber dem Vorjahr ist zu beachten, dass das Milchangebot in der Schweiz 2013 ziemlich genau der Nachfrage (inkl. Exportprodukten mit mehrheitlich guter Wertschöpfung) entsprochen hat und mit ca. 2'100 Tonnen deutlich weniger Butter exportiert werden musste als in den Vorjahren. Interessant ist der stärkere Rückgang der Konsummilch in Milchäquivalent (-0,7%) als in Tonnen (-0,2%). Die Differenz zeigt den Konsumtrend von Vollmilch zu teilentrahmter Milch.

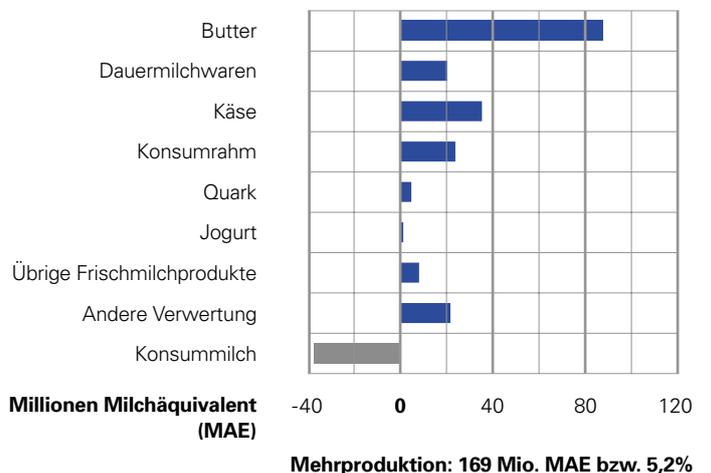
Mehr Butter und Käse, weniger Konsummilch

Der Vergleich über mehrere Jahre zeigt die grösste Zunahme bei der Butter. Gegenüber 2007 gingen 2013 88 Mio. MAE bzw. 2,7% mehr Milch in die Butter. Die Zunahme beim Käse (+36 Mio. MAE bzw. +1,12%) vermochte fast die Abnahme bei der Konsummilch (-39 Mio. MAE bzw. -1,19%) wettzumachen. Interessant ist auch die Zunahme in der Gruppe «Andere Verwertung». Gegenüber 2007 wurden 23 Mio. MAE bzw. +0,72% mehr zu Spezialmilchpulver oder Eiweisskonzentrat verarbeitet.

Verarbeitung der Milch 2013



Veränderung der Milchverarbeitung 2007 bis 2013



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Käseproduktion

Le Gruyère AOP baute im Jahr 2013 mit einer Produktionsmenge von 29'351 Tonnen seine Leaderstellung aus. Auf den Plätzen zwei und drei folgten Emmentaler AOC mit 23'156 Tonnen und Mozzarella mit 21'643 Tonnen. Zusammen mit Quark und Raclette Suisse® stellen sie 55 Prozent der gesamten Käseproduktion.

Le Gruyère AOP und Emmentaler AOC: fast 30 Prozent

Bei der Käseproduktion hat Le Gruyère AOP seine Spitzenposition im Berichtsjahr 2013 deutlich ausgebaut. Beim Emmentaler AOC ging die Produktion mit der im Sommer eingeführten Mengensteuerung deutlich zurück. Die beiden wichtigsten Käsesorten werden aus silofreier Milch hergestellt und machen zusammen 28,7 Prozent der Käseproduktion in der Schweiz aus. Dies unterstreicht die enorme Bedeutung, die dem Ursprungsschutz in der Vermarktung zukommt. Zusammen mit den drei punkto Produktionsmengen nachfolgenden Käsesorten Mozzarella, Quark und Raclette Suisse®, die alle aus Molkereimilch hergestellt werden, machen die fünf grössten Käsesorten mit 55 Prozent weit mehr als die Hälfte der gesamtschweizerischen Käseproduktion aus (siehe auch Seite 31).

Grösste Mengenzunahme bei Switzerland Swiss

Im Kalenderjahr 2013 stellten die Schweizer Käsefabrikanten insgesamt 182'705 Tonnen Käse her. Dies waren 1'526 Tonnen beziehungsweise 0,8 Prozent mehr als im Vorjahr. Le Gruyère AOP konnte mit 29'351 Tonnen (+757 t bzw. +2,6%) seine hohe Produktionsmenge leicht erhöhen. Einen starken Rückgang verzeichnete der Emmentaler AOC: -3'029 auf 23'156 Tonnen (-11,6%). Bei den anderen drei der «Big 5» konnten Zunahmen verzeichnet werden: Mozzarella um 212 auf 21'643 Tonnen (+1,0%), Quark um

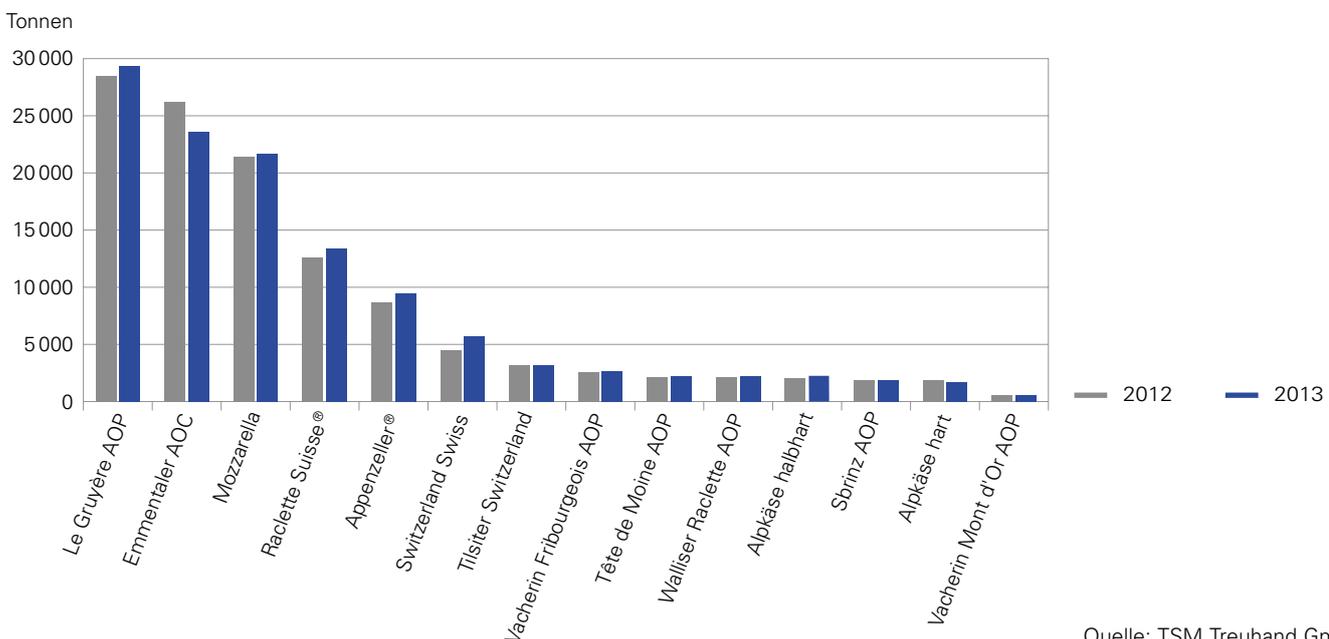
266 auf 13'216 Tonnen (+2,1%) und Raclette Suisse® um 508 auf 13'110 Tonnen (+4,0%).

Zunehmend an Bedeutung gewinnt der Switzerland Swiss. Dieser viereckige Grosslockkäse wird heute zu einem grossen Teil aus Molkereimilch hergestellt. Er konnte mit einer Zunahme von 1'312 auf 5'821 Tonnen (+29,1%) das grösste Wachstum verzeichnen und seine Position als Nummer sieben hinter dem Appenzeller® und vor dem Tilsiter Switzerland festigen. 2013 gingen 64 Prozent der Produktion von Switzerland Swiss in den Export.

Die meisten weiteren Käsespezialitäten konnten im 2013 ein Wachstum verzeichnen: Tête de Moine AOP auf 2'281 Tonnen (+90 t bzw. +4,1%), Vacherin Fribourgeois AOP auf 2'671 Tonnen (+41 t bzw. +1,6%), Appenzeller® auf 9'283 Tonnen (+590 t, bzw. +6,8%), Walliser Raclette AOP auf 2'306 (+173 t, bzw. +8,1%) und die Kategorie «übrige Frischkäse» auf 9'559 Tonnen (+1'247 t, bzw. +15%).

Während Tilsiter Switzerland die Menge halten konnte (-17 t, bzw. -0,5% auf 3'141 Tonnen), mussten zwei Sorten einen deutlichen Rückgang verzeichnen: Bündner Bergkäse auf 1'302 Tonnen (-115 t bzw. -8,1%) und Sbrinz AOP auf 1'750 Tonnen (-99 t bzw. -5,4%).

Produktion ausgewählter Käsesorten 2012 und 2013



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Delegiertenversammlung

Am 30. Mai und am 6. November 2013 hielt die SMP ihre beiden ordentlichen Delegiertenversammlungen ab. Die Versammlung im Frühjahr stand im Zeichen der Wahl des neuen Präsidenten. Nebst umfassenden Informationen zum Milchmarkt und zur Agrarpolitik standen im Frühjahr die ordentlichen statutarischen Geschäfte und im Herbst Ersatzwahlen zur Beschlussfassung an.

30. Mai: Frühjahrs-Delegiertenversammlung

Die ordentliche Frühjahrs-Delegiertenversammlung der Schweizer Milchproduzenten SMP findet 2013 später statt als üblich. Damit genügend Zeit für die Nominierung von Kandidaten für die Nachfolge des Präsidenten blieb, war die Versammlung vom 10. April auf den 30. Mai verschoben worden – Peter Gfeller hatte Ende Januar seinen Rücktritt bekannt gegeben.

Für das Präsidentenamt stellen sich zwei ausgewiesene Persönlichkeiten zur Wahl. Mit 95 Stimmen gewählt wird Hanspeter Kern. Fritz Glauser kann 77 Stimmen auf sich vereinen, dies bei einem absoluten Mehr von 87 Stimmen. Peter Gfeller blickt auch als abtretender Präsident an seiner letzten Delegiertenversammlung der SMP in die Zukunft: «Wenn ich in die Zukunft blicke, dann vertraue ich auf die junge Generation gut ausgebildeter Milchbäuerinnen und Milchbauern, die bereit ist, für sich und die Gemeinschaft der Milchproduzenten Verantwortung zu tragen, die stolz ist auf ihr Metier und die im Zehnkampf der Milchproduktion vorne an der Spitze dabei sein will.» Er wünscht sich dabei vor allem verlässliche politische Rahmenbedingungen und eine Produktion, die besser an die Bedürfnisse der Märkte angepasst ist.

Albert Rösti äussert sich in seiner ebenfalls letzten Berichterstattung als Direktor an die Delegierten zur Agrarpolitik 2014–17.

Die Delegierten stimmen den statutarischen Geschäften diskussionslos zu. So genehmigen sie die konsolidierte Jahresrechnung 2012 mit den drei Teilrechnungen Verbandsrechnung, Marketingfonds sowie Milchstützungsfonds und entlasten die Organe.

Finanzierungsbeschlüsse

Gemäss Beschluss der Delegierten erheben die Mitgliedsorganisationen auf der von den einzelnen direkt oder indirekt angeschlossenen Produzenten vermarkteten Milch in der Periode vom 1. Mai 2013 bis 30. April 2014 folgende Beiträge pro Kilogramm Milch:

- Marketingfonds: 0,525 Rappen*
- Basismarketing Schweizer Käse: 0,2 Rappen*
- Finanzierung der Interessenvertretung SMP: 0,15 Rappen
- Beitrag Schweizer Bauernverband: 0,04 Rappen

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

6. November: Herbst-Delegiertenversammlung

Der neue Präsident Hanspeter Kern will einen offenen und direkten Dialog pflegen – sei dies mit den Mitgliedern, mit allen Marktpartnern, den zuständigen Bundesämtern oder weiteren Entscheidungsträgern aus Wirtschaft und Politik. Die zahlreichen Gespräche in den ersten sechs Monaten seiner präsidentialen Tätigkeit haben ihn in dieser Auffassung vollumfänglich bestätigt und motiviert.

Der Vorstand der SMP hat in den letzten Monaten die operative Leitung neu bestellt und eine Strategieüberprüfung beim Verband und beim Swissmilk-Marketing vorgenommen. Somit ist der «SMP-Kompass» nun wieder klar ausgerichtet. «Die SMP als Organisation ist gut in Fahrt und es besteht nun personelle und strategische Kontinuität», resümiert Kern.

Strategieüberprüfung kurz vor Abschluss

Direktor Kurt Nüesch orientiert die Delegierten über die Ergebnisse der Strategieüberprüfung. Die SMP ist und bleibt das nationale Kompetenzzentrum für Milchfragen und organisiert sich über starke, regional autonome Mitgliedsorganisationen. Neu wird zusammen mit den Vermarktungsorganisationen eine Plattform Molkereimilch aufgebaut, um so auch mehr Verantwortung bei künftigen Überschusssituationen zu übernehmen. Bei Wahlen und Nominierungen für den Vorstand der SMP werden die Interessenbindungen in Zukunft aktiv offengelegt.

Milch bleibt knappes Gut

Gemäss Einschätzung von Stephan Hagenbuch, stv. Direktor SMP, wird das gesamte Milchangebot in der Schweiz aus unterschiedlichen Gründen (Futter, Kuhbestand, AP 2014–17 etc.) mittelfristig beschränkt bleiben. Im umliegenden Ausland ist weiterhin von einem hohen Preisniveau auszugehen. Es kann von einer weiteren Erhöhung des A-Richtpreises im Rahmen der BO Milch für die Periode Januar bis März 2014 ausgegangen werden.

Bekanntnis für produzierende Milchwirtschaft

Milch bleibt in den nächsten Jahren weltweit ein knappes Gut. Der Gastreferent Bernard Lehmann, Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW), sieht dank dieser Entwicklung Chancen für die Schweizer Milchwirtschaft. Das klare Bekenntnis des BLW-Direktors für eine produzierende Land- und Milchwirtschaft kommt bei den Delegierten gut an. Die AP 2014–17 sei aber auch als Beitrag zur Stabilisierung der Milchmenge zu betrachten. Er mahnte die Delegierten zudem, «zum Kapital Milch Sorge zu tragen».

Vorstand

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP traf sich im Geschäftsjahr 2013 zu sieben ordentlichen Sitzungen. An zwei ausserordentlichen Sitzungen wurde das Vorgehen bei der Wahl des neuen Präsidenten festgelegt. An einer der ausserordentlichen Sitzungen und an einer Klausurtagung mit den Mitgliedsorganisationen war die Strategieüberprüfung das Hauptthema.

31. Januar: Demission Präsident und Direktor

- Der Vorstand nimmt die Rücktritte von Präsident Peter Gfeller und Direktor Albert Rösti zur Kenntnis. Mit ihren Rücktritten wollen die Beiden den Anstoss geben, die innerhalb des Vorstands bestehende Blockade in strategischen Fragen zu lösen. Damit genügend Zeit für das Wahlprozedere bleibt, wird die Delegiertenversammlung vom 10. April auf den 30. Mai verschoben.
- Die Direktion informiert über den Stand und die Differenzbereinigung der AP 2014–2017.
- Betreffend Öffnung des Markts bei Milch und Milchprodukten (weisse Linie) gegenüber der EU gibt der Vorstand eine externe Studie in Auftrag. Die Hochschule für Landwirtschaft HAFIL wird die Folgen der Marktöffnung anhand von konkreten Fallbeispielen untersuchen.
- Im Hinblick auf die nächste Vorstandssitzung der BO Milch und die Delegiertenversammlung der BO Milch vom 22. April werden strategische Fragen betreffend Marktentlastung, Richtpreis und Schoggigesetz diskutiert.

20. Februar: 1. ausserordentliche Sitzung

- Die im Herbst eingeleitete Strategieüberprüfung soll weitergeführt werden. Im April wird eine erste Klausursitzung stattfinden.
- Das Prozedere für die Wahl des neuen Präsidenten wird festgelegt.

15. März: Vorbereitung Delegiertenversammlung

- Der Vorstand bereitet die Geschäfte der Frühjahrs-Delegiertenversammlung vor. Insbesondere verabschiedet er die Anträge zur Genehmigung der Jahresrechnung 2012 und des Geschäftsberichts 2012.
- Der Vorstand genehmigt finanzielle Beiträge an drei verschiedene Projekte. Im ersten Projekt der Hochschule für Landwirtschaft HAFIL wird die aktuelle Fütterungspraxis erhoben. Dabei sollen Grundlagen erarbeitet werden, welche den Betrieben in der Praxis zu Gute kommen. Beim zweiten Projekt geht es um die Optimierung von Milchproduktionssystemen. Es wurde vom Berufsbildungszentrum Natur und Ernährung in Hohenrain zusammen mit der HAFIL erarbeitet. Das Projekt wird auch durch die Förderagentur für Innovation des Bundes (KTI) finanziell unterstützt. Beim dritten Projekt «Erfolgreiche Milchproduktion» handelt es sich um das Nachfolgeprojekt «Kostenoptimierung Milchproduktion».

- Betreffend AP 2014–2017 nimmt der Vorstand zur Kenntnis, dass praktisch alle Differenzen zwischen National- und Ständerat bereinigt sind. Positiv ist, dass die Zulagen für verkäste Milch und Siloverzicht neu unbefristet im Gesetz festgeschrieben sind und der Zahlungsrahmen unverändert bleibt. Ansonsten sind die Milchproduzenten nicht sehr erfreut über die Beschlüsse des Parlaments, welche in Richtung einer verminderten Produktionsleistung der Landwirtschaft gehen.
- Der Vorstand genehmigt die Finanzierung des Auftritts der Agromarketing Suisse AMS an der Weltausstellung in Milano 2015.

10. April: 2. ausserordentliche Sitzung

- Der Vorstand trifft weitere Vorbereitungen für die Delegiertenversammlung. Er stimmt den Anträgen zu den Finanzierungsbeschlüssen 2013/14 zu. Zudem führt er eine Anhörung der nominierten Kandidaten für das Präsidium durch. Dies sind Hanspeter Kern und Fritz Glauser. Der Vorstand beschliesst, zuhanden der Delegiertenversammlung keine Wahlempfehlung abzugeben.

16. Mai: Stellungnahme AP 2014–2017

- Der Vorstand diskutiert den Entwurf zur Stellungnahme zu den Verordnungen zur AP 2014–2017. Die Stellungnahme der SMP soll anderen Kreisen zur Verfügung gestellt und möglichst breit abgestützt werden.
- Der Ausschuss informiert den Vorstand, dass Kurt Nüesch per 1. Juni von Albert Rösti die operative Führung des Verbands übernimmt.

27. Juni: Externe Sitzung bei MPM in Suhr

- Unter Leitung des neuen Präsidenten Hanspeter Kern verabschiedet der Vorstand die bereinigte Fassung der Stellungnahme zu den Verordnungen zur AP 2014–2017. SMP spricht sich dafür aus, dass die Beiträge für die Programme RAUS und BTS deutlich erhöht werden und für die Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion praxismgerechte Anforderungen gestellt werden.
- Der Vorstand nimmt Kenntnis vom Zwischenbericht der Studie «Marktöffnung weisse Linie».
- Anschliessend an die Sitzung erhält der Vorstand einen Einblick in den Betrieb der Mittellandmolkerei (Emmi) in Suhr.

22. August: Nachfolgeregelung Direktion

- Der Vorstand ernennt per 1. September Kurt Nüesch zum Direktor und Stephan Hagenbuch zum Stellvertretenden Direktor. Als Stellvertretender Direktor hatte Kurt Nüesch die operative Führung am 1. Juni ad interim übernommen. Bei der Nachfolge von Albert Rösti hat sich der Vorstand damit für eine interne Lösung und einen nahtlosen Übergang entschieden.
- Hanspeter Kern wird nominiert als Kandidat für die Wahl in den Vorstand des Schweizer Bauernverbands. Er soll an der Delegiertenversammlung vom 20. November als Vertreter der Milchproduzenten und Nachfolger von Peter Gfeller gewählt werden.
- Es werden die Stellungnahmen aus den Regionen zur Strategieüberprüfung zur Kenntnis genommen und die Klausurtagung vorbereitet.
- Der Vorstand nimmt Kenntnis von Stellungnahmen zum Garantiezeichen Berg/Alp und zur Motion Milchmarkt (Öffnung weisse Linie).

3. Oktober: Vorgehen Strategieüberprüfung

- Der Vorstand nimmt zur Kenntnis, dass für die Beiträge gemäss Schoggigesetz CHF 3.3 Mio. fehlen und in den Monaten Oktober und November Preiskürzungen erfolgen. Künftig soll gemeinsam mit den Milchverarbeitern dafür gesorgt werden, dass vom Bund genügend Mittel zur Verfügung gestellt werden.
- Nach der gemeinsam mit den Vertretern der Mitgliedsorganisationen durchgeführten Strategietagung legt der Vorstand das weitere Vorgehen fest.

6. Dezember: Genehmigung der Budgets 2014

- Der Vorstand informiert sich über die geplanten Aktivitäten im Jahr 2014 und genehmigt die Budgets für das Milchmarketing und den Verband.
- Der Bericht «Vision und strategische Ausrichtung der SMP ab 2014» wird vom Vorstand genehmigt. Daraus folgende spezifische Massnahmen sollen bis im Frühjahr umgesetzt werden.
- Viele Milchproduzenten stört es, dass bei der Qualitätsbezahlung das schlechtere Monatsergebnis zählt. Sie würde bevorzugen, dass wie bei den öffentlich-rechtlichen Sanktionen das geometrische Mittel der beiden Proben gilt. Die Milchkäufer wollen im Gegenzug keine Veränderung, die nicht kostenneutral ist.

Vorstandsausschuss

Der fünfköpfige Vorstandsausschuss trat sechsmal zusammen. Er entschied in Personalfragen beziehungsweise bereitete diese zu Händen des Vorstands vor, befasste sich mit der Vermögensanlage, behandelte Geschäfte der Vorsorgestiftung und vollzog im Auftrag des Vorstandes weitere Geschäfte.

Kommission Käseemilch

Die Kommission Käseemilch traf sich zu drei Sitzungen. Sie ist eine unverzichtbare Plattform, um die Interessen der silofreien Käseemilchproduzenten zu bündeln. Der Informationsaustausch und die horizontale Vernetzung der Milchproduzenten über alle Sortenkäse schafften auch im vergangenen Jahr Transparenz. Und die gemeinsamen Anliegen konnten beispielsweise bezüglich Agrarpolitik, Qualitätsfragen oder Kennzeichnung der Produkte wirksam vertreten werden.

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2013

Auf konsolidierter Basis schliesst die Jahresrechnung 2013 mit einem Aufwandüberschuss von CHF 0.1 Mio. ab. Dies entspricht auf der «bottom line» annähernd einer Punktlandung. Budgetiert wurde ein ausgeglichenes Ergebnis.

Das operative Betriebsergebnis (EBIT) über die 3 Teilrechnungen zeigt ein deutliches Minus von -CHF 1.3 Mio. und liegt damit unter dem budgetierten Wert von -CHF 1.1 Mio. Zu berücksichtigen gilt es dabei, dass im Zeitpunkt der Budgetierung für 2013 im Herbst 2012 von Bundesmitteln zur Absatzförderung im Rahmen der bisherigen CHF 8.0 Mio. ausgegangen werden durfte. Verfügt wurden schliesslich CHF 7.25 Mio. Den SMP-Vorstand konnte man am 31. Januar 2013 darüber definitiv informieren. Dies hat in erster Linie dazu geführt, dass im Marketingfonds eine Abweichung zum budgetierten Ergebnis von CHF 0.5 Mio. ausgewiesen wird. Auf konsolidierter Basis gelang es, eine fast vollständige Kompensation unter anderem durch Mehrerträge bei erbrachten Dienstleistungen, durch tiefere Kosten sowie durch den neutralen Erfolg zu realisieren. Ebenfalls wurde die Abgrenzung der Produzentenbeiträge angepasst.

Das Netto-Finanzergebnis liegt innerhalb der budgetierten Erwartungen und schliesst mit einem positiven Ergebnis von +CHF 1.0 Mio. ab. Die Bewertung der Wertschriften erfolgt seit 2012 gemäss dem Imparitätsprinzip, wonach nicht realisierte Kursgewinne in den Büchern nicht zu berücksichtigen sind, demgegenüber aber nicht realisierte Kursverluste. Die Wertschwankungsreserve konnte gemäss der unverändert und stetig erfolgten Berechnung per 31.12.2013 um CHF 0.2 Mio. reduziert werden. Für den Verbandsbereich sind zur Finanzierung und Aufrechterhaltung der Interessenvertretung weiterhin positive Resultatbeiträge aus der Mittelanlage unerlässlich, sei es mittels Finanzanlagen oder im Immobilienbereich.

Erstmals erscheinen im Jahresabschluss 2013 die Liegenschaftsabrechnungen der zwei neu zugekauften Mehrfamilienhäuser in Courrendlin (ab 01.04.2013) sowie Münsingen (ab 01.05.2013). Das Abschreibungsvolumen wird damit erweitert.

Grundsätzlich darf festgehalten werden, dass auf konsolidierter Basis die Budgetvorgaben und finanziellen Zielsetzungen der SMP als Leitplanken für das Geschäftsjahr 2013 eingehalten worden sind.

Ergebnisse der 3 Teilrechnungen 2013: Verbandsrechnung

Die Verbandsrechnung weist wie üblich ein negatives operatives Betriebsergebnis (EBIT) von -CHF 0.7 Mio. analog Vorjahr aus. Dieses kann mit dem Netto-Finanzergebnis von rund CHF 1.0 Mio. aufgefangen werden. Durch die positive Entwicklung der Finanzmärkte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2013 haben die nicht realisierten Kursgewinne massgeblich zugelegt.

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2013

Aktiven (in 1 000 CHF)	2013	%	2012	%
Flüssige Mittel	58 950	51,6	65 516	55,7
Wertschriften (davon CHF 8.8 Mio. MSF)	29 163	25,6	30 255	25,7
Forderungen Dritte	10 037	8,8	9 419	8,0
Forderungen SMP	–	0,0	–	0,0
Aktive Rechnungsabgrenzung	4 763	4,2	3 869	3,3
Total Umlaufvermögen	102 913	90,2	109 059	92,7
Finanzanlagen (inkl. Vorsorge)	1 864	1,6	2 286	1,9
Mobile Sachanlagen	894	0,8	684	0,6
Immobilien Sachanlagen	8 403	7,4	5 505	4,7
Total Anlagevermögen	11 161	9,8	8 475	7,2
Vermögenswerte (Fahrzeuge) Milch-Express	31	0,0	70	0,1
Total betriebsfremdes Vermögen	31	0,0	70	0,1
Total Aktiven	114 105	100,0	117 604	100,0
Passiven (in 1 000 CHF)				
Kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	6 762	5,9	9 308	7,9
Kurzfristige Verbindlichkeiten SMP (inkl. Vorsorge)	314	0,3	351	0,3
Passive Rechnungsabgrenzung	3 754	3,3	4 380	3,7
Kurzfristige Rückstellungen	945	0,8	919	0,8
Total Fremdkapital kurzfristig	11 775	10,3	14 958	12,7
Andere langfristige Verbindlichkeiten	110	0,1	109	0,1
Rückstellungen langfristig	15 886	13,9	16 110	13,7
Rückstellungen Milchstützungsmassnahmen	8 800	7,7	8 800	7,5
Total Fremdkapital langfristig	24 796	21,7	25 019	21,3
Genossenschaftskapital	3 000	2,6	3 000	2,6
Kapital Spezialfonds	28 273	24,8	28 237	24,0
Reserven, Bilanzgewinn	46 354	40,6	46 615	39,6
Ertrags- (+)/Aufwandsüberschuss (-)	-93	-0,1	-225	-0,2
Total Eigenkapital	77 534	67,9	77 627	66,0
Total Passiven	114 105	100,0	117 604	100,0

Auf der Ertragsseite wirkt sich die im Vorjahr vorsichtig vorgenommene Beitragsabgrenzung aus. Die angeforderten Dienstleistungen (Übersetzungen/Warenvermittlung) weisen gegenüber Budget einen deutlich höheren Wert auf, ebenso der damit verbundene Direktaufwand.

Der bedeutendste Kostenblock, die Personalkosten liegen unter Budget, jedoch über dem Ist-Wert von 2012, nachdem im 2012 personelle Engpässe zu verzeichnen waren aufgrund zurückhaltender Wiederbesetzung vakanter Stellen. Gegenüber 2011 liegt der Personalaufwand rund 1% tiefer.

Den neutralen Bereich ergänzen die neu erworbenen Wohnliegenschaften, welchen einen kontinuierlichen Cash flow gewährleisten. Insgesamt schliesst die Verbandsrechnung – bei einem budgetierten ausgeglichenen Ergebnis – mit einem Ertragsüberschuss von CHF +0.5 Mio. ab.

Milchstützungsfonds

Die Rechnung des Milchstützungsfonds widerspiegelt die mit dem Ablauf der Geltungsdauer der Allgemeinverbindlichkeit sistierte Beitragspflicht für die SMP-Mitglieder ab 2010. Im 2013 ergibt sich per Saldo wie bereits im Vorjahr ein leichter Aufwandüberschuss. Erfolgsneutral verhalten sich wiederum die Erträge und Aufwendungen für die Basiskommunikation Schweizer Alpkäse.

Marketingfonds

Innerhalb der Jahresrechnung des Marketingfonds hat die Kürzung der Bundesmittel durch das BLW dazu geführt, dass das operative Betriebsergebnis (EBIT) sich von einem ausgeglichen budgetierten Resultat in ein Minus von CHF -0.6 Mio. gewendet hat. Im Marketingbereich müssen teilweise frühzeitig zukünftige oder auch längerfristige Verpflichtungen eingegangen werden, von welchen man sich nur unter unerwünschten Kostenfolgen entlasten kann. In jedem Fall wird aber grundsätzlich darauf geachtet, diese unterjährig zu halten.

Der gesamthaft erzielte Betriebsertrag ist auf über CHF 40 Mio. angestiegen. Parallel dazu hat der Direkt- und Betriebsaufwand zugenommen, in welchem auch gewisse ausgewählte Vorinvestitionen für zukünftige Massnahmen enthalten sind.

Ausserordentliche Erträge von CHF 0.1 Mio., in erster Linie zusätzliche Vorsteuerrückerstattungen der MWST, führen insgesamt zu einem verbleibenden Aufwandüberschuss für 2013 von noch CHF -0.5 Mio..

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2013

(in 1000 CHF)	2013	%	2012	%
Produzentenbeiträge	23 523	49,8	22 348	48,3
Beiträge BLW	7 250	15,4	8 163	17,7
Übriger Ertrag	16 416	34,8	15 686	34,0
Total Betriebsertrag	47 189	100,0	46 197	100,0
Direktaufwand	- 29 303	- 62,1	- 27 155	- 58,8
Total Direktaufwand	- 29 303	- 62,1	- 27 155	- 58,8
Personalaufwand	- 11 658	- 24,7	- 11 280	- 24,5
Organe	- 246	- 0,5	- 242	- 0,5
Raumaufwand	- 1 538	- 3,3	- 1 507	- 3,3
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	- 57	- 0,1	- 57	- 0,1
Fahrzeug- und Transportaufwand	- 188	- 0,4	- 225	- 0,5
Sachversicherungen, Abgaben	- 65	- 0,1	- 56	- 0,1
Energie- und Entsorgungsaufwand	- 73	- 0,2	- 68	- 0,1
Verwaltungs- und Informatikaufwand	- 1 077	- 2,3	- 876	- 1,9
Beiträge und Projekte	- 3 856	- 8,2	- 3 788	- 8,2
Kommunikations-/Werbeaufwand	- 91	- 0,2	- 51	- 0,1
Übriger Betriebsaufwand	- 13	0,0	- 11	0,0
Total Betriebsaufwand	- 18 862	- 40,0	- 18 161	- 39,3
Total Direkt- und Betriebsaufwand	- 48 165	- 102,1	- 45 316	- 98,1
Total Betriebsergebnis aus operativer Tätigkeit (EBITDA)	- 976	- 2,1	881	1,9
Abschreibungen Mobile Sachanlagen	- 325	- 0,7	- 245	- 0,5
Total Betriebsergebnis vor Erfolg Finanzen und Steuern (EBIT)	- 1 301	- 2,8	636	1,4
Finanzertrag	1 391	3,0	1 160	2,5
Finanzaufwand	- 408	- 0,9	- 411	- 0,9
Total Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)	- 318	- 0,7	1 385	3,0
Erfolg Geschäftliegenschaft Weststrasse	257	0,5	222	0,5
Erfolg Wohnliegenschaften	243	0,5	-	0,0
Abschreibungen Immobilien	- 266	- 0,5	- 115	- 0,2
Ausserordentlicher Ertrag	137	0,3	134	0,3
Ausserordentlicher Aufwand	- 17	0,0	- 1 673	- 3,7
Steuern	- 129	- 0,3	- 178	- 0,4
Total Ertrags- (+)/Aufwandsüberschuss (-)	- 93	- 0,2	- 225	- 0,5

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2013

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

Konsolidierte Bilanz

Auf den Bilanzstichtag per 31.12.2013 kann wie im Vorjahr ein weiterhin gesundes Bilanzbild präsentiert werden. Die konsolidierte Bilanzsumme von CHF 114 Mio. ist gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufig. Aktivseitig hat sich das Umlaufvermögen um rund CHF 6.1 Mio. reduziert. Einerseits ist durch den Immobilienzugang eine Verschiebung ins Anlagevermögen von CHF 2.7 Mio. erfolgt, andererseits ist passivseitig das kurzfristige Fremdkapital um CHF 3.2 Mio. reduziert worden.

Die Liquiditätssituation ist stabil und konservativ ausgerichtet. Dem Umlaufvermögen von rund CHF 103 Mio. steht ein kurzfristiges Fremdkapital von CHF 12 Mio. gegenüber. Bei der Mittelanlage wird weiterhin den volatilen Verhältnissen an den Finanzmärkten und den Unsicherheiten – trotz momentan gut laufenden Finanzmärkten – im Hinblick auf eine Risikominimierung hohe Priorität eingeräumt. Die stärkere Gewichtung der Mittelanlage im Immobilienbereich ist vornehmlich aufgrund des relativ konstanten Cash flows und der Substanzsicherung als Stossrichtung angezeigt. Der Anteil des Umlaufvermögens macht 90% der Bilanzsumme aus. Die Passivseite ist geprägt durch ein gesundes Verhältnis zwischen kurz- wie langfristigem Fremd- und Eigenkapital. Finanzierungen erfolgen alleine mit eigenen Mitteln. Es bestehen keinerlei zinsbelastete Fremdfinanzierungen (exkl. Leasing). Die ausgewiesene Eigenkapitalquote stieg aufgrund der tieferen Bilanzsumme auf 68% (Vorjahr: 66%).

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Der Betriebsertrag von insgesamt CHF 47.2 Mio. wird zu 50% aus Produzentenbeiträgen, zu 15% aus Bundesmitteln und zu 35% aus Eigenleistungen generiert. Der Direkt- und Betriebsaufwand erreicht CHF 48.2 Mio..

Nach Abschreibungen resultiert auf Stufe Betriebsergebnis/EBIT ein Minus von -CHF 1.3 Mio., welches durch das Netto-Finanzergebnis und das Ergebnis des neutralen Bereichs letztlich zu einem verbleibenden Aufwandüberschuss von -CHF 0.1 Mio. führt.

Anhang zur Jahresrechnung 2013

Brandversicherungswerte der Sachanlagen

(in 1 000 CHF)

	2013	2012
Bürogebäude Weststrasse 10, Bern	5 188	5 188
Wohnhaus Sur la Farrère 2, Courrendlin	3 000	–
Wohn-/Geschäftshaus Schulhausgasse 7, Münsingen	2 500	–
Mobilien und Einrichtungen Verband (Weststrasse)	1 500	1 500
Mobilien und Einrichtungen Marketing (Gümligen/Brunnmatt, inkl. Fremdeinlagerungen)	17 015	12 200
Total	29 203	18 888

Wesentliche Beteiligungen an Unternehmen

(Nominalwerte in 1 000 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 Sociéteé 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
Total	4 237	4 237

Bewertungsgrundsätze

Die Wertschriften werden seit 2012 gemäss Niederstwertprinzip zu Anschaffungswerten oder tiefer liegenden Kurswerten bewertet. Zur Anwendung gelangt das Imparitätsprinzip, wonach nicht realisierte Kursverluste, nicht aber nicht realisierte Kursgewinne auszuweisen sind.

Verpflichtungen gegenüber Vorsorgeeinrichtungen SMP

(Nominalwerte in 1 000 CHF)

AG-Beitragsreserve Vorsorgestiftung Verband	300	300
Beitragsrestanz Vorsorgestiftung Marketing	19	6
Beitragsrestanz Zusatzstiftung Marketing	4	–
Beitragsrestanz Vorsorgestiftung Verband	–9	45
Total	314	351

Auf Negativbestätigungen im Anhang wird verzichtet.

Bericht der Revisionsstelle

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

«Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende konsolidierte Jahresrechnung (bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) sowie die Geschäftsführung der Genossenschaft Schweizer Milchproduzenten SMP für das am 31. Dezember 2013 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 2013 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, 27. Februar 2014

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 Egli	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 Andreas Müller (PO Lobag)	Adrian Affolter (PO Lobag) 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 Thomas Oehen	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 Gassel	Tel. 031 971 18 50 c-burren@bluewin.ch	7
FTPL Federazione ticinese produttori di latte Nello Croce	Alessandro Corti Via Gorelle 6592 San Antonino	Tel. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 info@ftpl.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
PROLAIT Fédération laitière Marc Benoit	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	André Summermatter 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	Philippe Lebrun 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 2013

Zusammensetzung der Gremien

Ehrenpräsidenten

Reichling Rudolf, Stäfa ZH
Kühne Josef, Benken SG

Vorstand

Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident
Baier Hans-Heinrich, Landquart GR
Bischofberger Robert, Schönengrund AR
Werder Urs, Ganterschwil SG
Müller Andreas, Walkringen BE
Wyss Fritz, Wengi b. Büren BE
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE
Oehen Thomas, Lieli LU
Arnold Christian, Seedorf UR
Schreiber Daniel, Wegenstetten AG
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG
Burren Christian, Gasel BE
Croce Nello, Campo Blenio TI
Vonlanthen René, Praroman FR
Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident
Benoit Marc, Romainmôtier VD
Berlie Olivier, La Rippe VD
Tornay Laurent, Orsières VS

Organisation

VMMO
VMMO
VMMO
LOBAG
LOBAG
LOBAG
ZMP
ZMP
MIBA
TMP
MPM
BEMO
FTPL
FSFL
PROLAIT
PROLAIT
LRG
FLV

Suppleanten des Vorstandes

Fuster Josef, Wolfhalden AR

Affolter Adrian, Ostermundigen BE

Furrer Primin, Luzern LU

Eggenschwiler Christophe, Aesch BL
Fatzer Jürg, Weinfelden TG
Genoni Marco, Suhr AG
Hirsbrunner Thomas, Häusernmoos i.E. BE
Corti Alessandro, S. Antonino TI
Yerly Gabriel, Berlens FR
Roch Didier, Ballens VD
Treboux Bernard, Bassins VD
Stalder Max, Visp VS

Vorstandsausschuss

Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident
Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident
Oehen Thomas, Lieli LU
Tornay Laurent, Orsières VS

Kontrollstelle

Dr. Röthlisberger AG, Bern

Geschäftsleitung

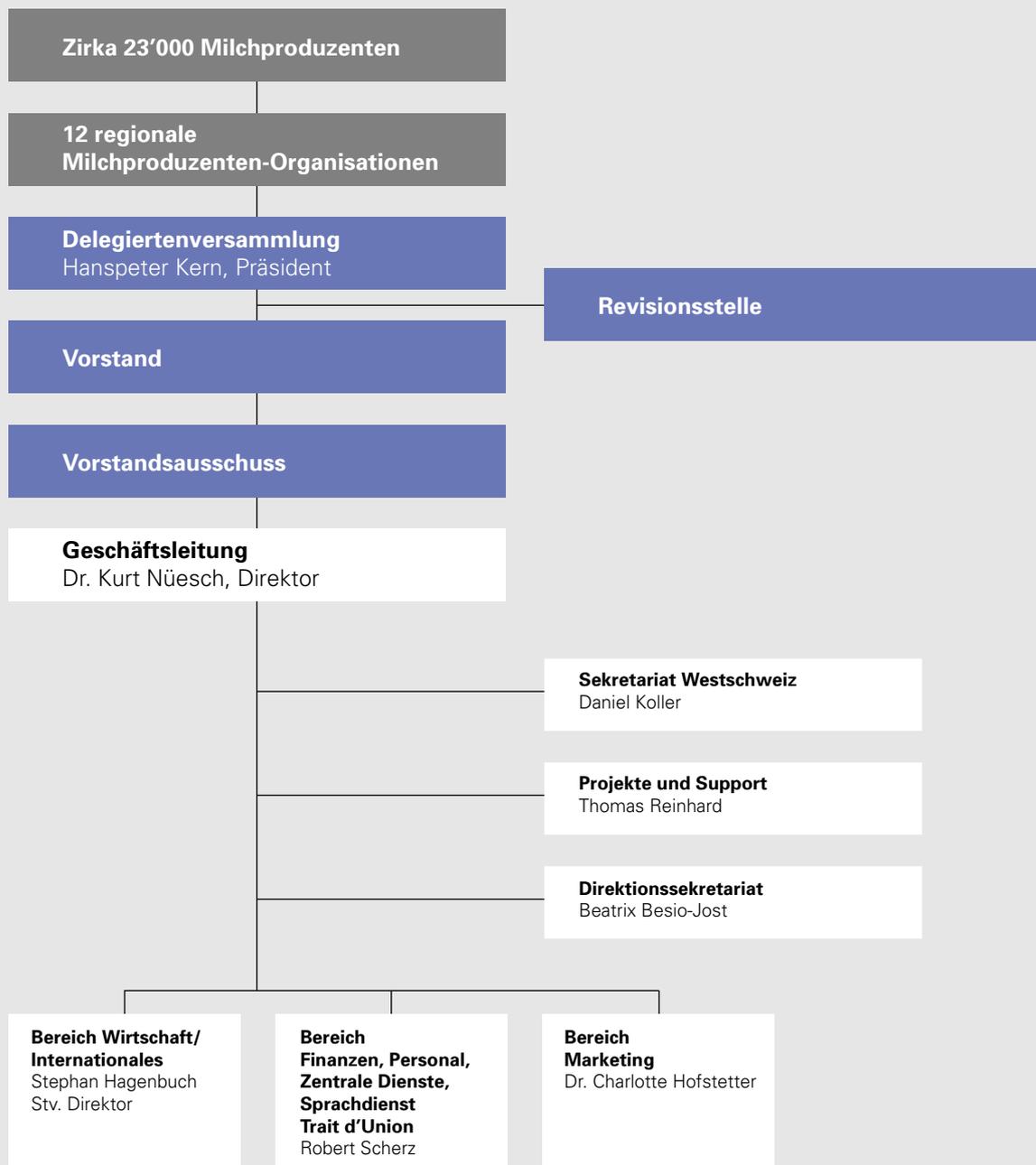
Nüesch Kurt, Direktor, Bern BE
Hagenbuch Stephan, stv. Direktor, Marly FR
Hofstetter Charlotte, Villars-sur-Glâne FR
Scherz Robert, Bremgarten BE
Koller Daniel, Montsevelier JU

Beisitzer

Besio-Jost Beatrix, Niederwangen BE

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2011 bis 2015

Organigramm der SMP



Stand am 31. Dezember 2013

Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

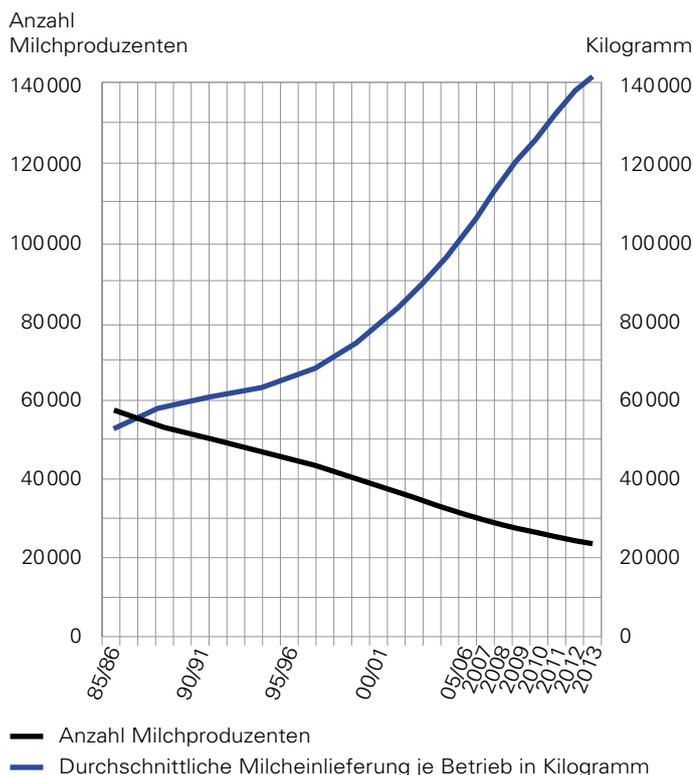
Ganzjahresbetriebe (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr			Kalenderjahr			Veränderung		Veränderung	
	95/96	00/01	05/06	2011	2012	2013	2012/2013 %		2000/2013 %	
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	25 223	24 369	23 490	- 879	- 3,6	- 14 592	- 38,3
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	23,5	24,0	24,4	0,4	1,7	5,3	27,7
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	555 039	550 810	550 794	- 16	0,0	- 64 851	- 10,5
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	22,0	23,0	23,4	0,4	1,7	7,0	44,7
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	132 723	137 582	140 657	3 075	2,2	58 966	72,2
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 652	5 743	5 758	15	0,3	1 481	34,6
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	6 204	6 264	6 170	- 94	- 1,5	1 117	22,1
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm**	5 842	6 405	7 044	7 313	7 350	7 403	53	0,7	998	15,6

* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)

** Kontrolljahr Mai – April

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Milchstatistik

Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2013



Seit dem Milchjahr 2000/01 nahm die Anzahl Milchproduzenten um 38,3 Prozent ab, hingegen stieg die durchschnittliche Milcheinlieferung pro Betrieb um 77,6 Prozent an.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpreise

Standard-Produzentenpreise für Molkereimilch ÖLN und Bio

(Basis 180 000 kg Jahresliefermenge,
Gehalt 73 g/kg, ab Hof abgeholt)

	Kalenderjahr 2012	Kalenderjahr 2013	Veränderung 2012/2013
Erstmilchkäufer ÖLN-Milch	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
aaremilch AG (vormals Lobag Milch AG)	54,94	59,89	4,95
Arnold AG	54,21	61,07	6,87
Crema SA	56,20	60,13	3,93
Elsa SA	57,35	60,46	3,10
Emmi AG	56,78	62,37	5,58
FTPL (vormals FTPL-LATI)	59,91	60,02	0,11
Fuchs und Imlig	54,84	63,78	8,94
Hochdorf Swiss Milk AG	58,67	62,04	3,37
Lanz Molkerei AG	62,01	63,58	1,57
LRG	58,21	58,75	0,54
Miba	52,63	58,38	5,75
Miba Sammelstelle	57,30	63,40	6,10
Milco	56,85	60,48	3,62
NordOstMilch AG	54,60	62,10	7,50
Prolait	54,79	58,71	3,93
Prolait Sammelstelle	57,69	61,51	3,82
Schwyzter Milchhuus	58,89	61,68	2,79
Strähl Käse AG	57,15	60,75	3,60
Swiss Premium AG	53,03	55,08	2,05
Thur Milch Ring AG	55,95	60,12	4,17
Vallait SA	54,72	63,35	8,63
ZMP	57,48	63,82	6,33
Züger Frischkäse AG	58,50	63,14	4,64
Durchschnitt Schweiz	56,07	61,61	5,54
Erstmilchkäufer Bio-Milch			
aaremilch AG (vormals Lobag Milch AG)	78,17	77,39	-0,78
Biedermann Molkerei AG	77,59	78,47	0,88
Biomilchpool GmbH	71,96	69,83	-2,13
Crema SA	80,31	80,19	-0,13
Emmi AG	79,65	79,42	-0,23
LRG	78,83	77,96	-0,88
Miba	75,87	77,64	1,78
Schwyzter Milchhuus	74,95	76,83	1,89
Strähl Käse AG	76,39	78,47	2,08
ZMP	80,12	79,69	-0,43
Züger Frischkäse AG	76,76	78,14	1,37
Durchschnitt Schweiz	75,65	75,01	-0,64

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.

Standard-Produzentenpreis für Molkereimilch

Für die beobachteten Milchkäufer von Molkereimilch berechnet die SMP den Standard-Produzentenpreis (SPP). Die Erhebung beruht auf den Vertragskonditionen und Angaben der Milchkäufer sowie den Milchgeldabrechnungen der Produzenten. Die Berechnungsbasis bildet eine jährliche Liefermenge von 180'000 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 SPP sind alle milch-geldrelevanten Preisbestandteile enthalten. Dies sind insbesondere die Zuschläge und Abzüge für die saisonale Preisstaffelung, Lademengenzuschläge, Transportkostenbeteiligungen, Beiträge an die Marktentlastung, die Abzüge für die Segmentierung sowie allfällige Nachzahlungen, Boni und Prämien.

Im SPP nicht eingerechnet sind die Beiträge für die allgemeinverbindlichen Marketingmassnahmen bei Milch und Käse sowie die freiwilligen Beiträge an landwirtschaftliche Organisationen.

Milchpreise/Milchqualität

Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch

Im ausbezahlten Milchpreis für Käseemilch franko Käseerei eingeliefert sind folgende Preiskomponenten enthalten: Basispreis, Verkäsungszulage, saisonale Preistaffelung, 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 2013 aufs Neue. Von den über 500'000 Proben, die im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Milchkontrolle gezogen und bei Süsselab untersucht wurden, erfüllten 97,04 Prozent aller Proben beim Kriterium Zellgehalt die strengen Schweizer Normen. Bei der Keimbelastung waren 99,05 Prozent der Proben einwandfrei und beim Hemmstoffnachweis 99,94 Prozent.

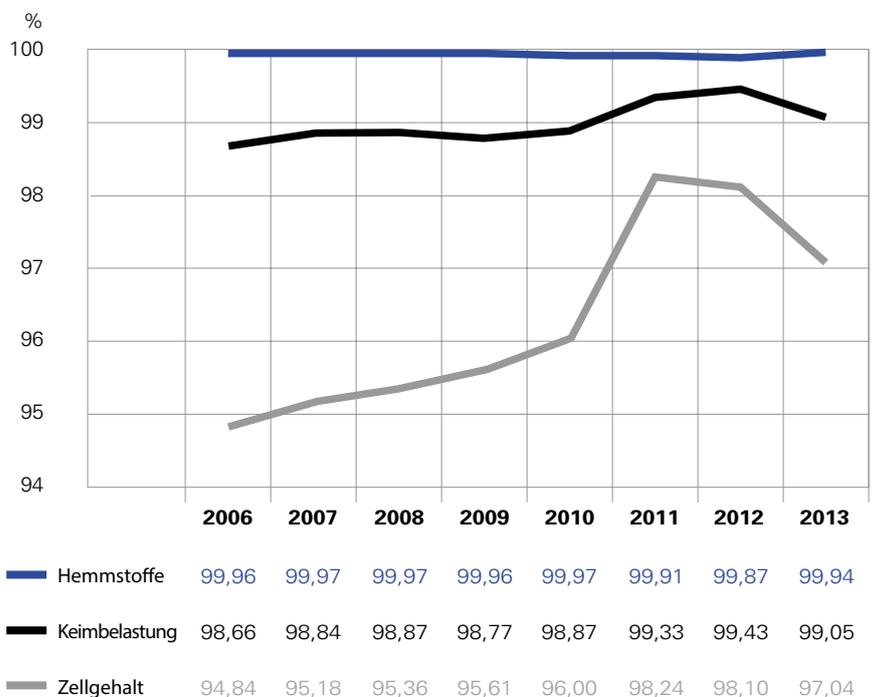
Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch ÖLN

(Basis: effektive Lademengen und Gehalte gemäss den erfassten Milchgeldabrechnungen, ohne Siloverzichtszulage)

Käsesorte	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Veränderung
	2012	2013	2012/2013
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
franko Käseerei			
Appenzeller®	73,85	75,18	1,33
Diverse Käse	70,95	61,26	-9,70
Emmentaler AOC	58,25	62,08	3,82
Le Gruyère AOP	78,15	78,94	0,79
Walliser Raclette AOP	77,83	78,25	0,42
Sbrinz AOP	65,17	66,53	1,36
Tête de Moine AOP	69,94	75,27	5,33
Tilsiter Switzerland	65,12	69,45	4,33
Vacherin Fribourgeois AOP	81,29	81,06	-0,23
Durchschnitt Schweiz	69,61	71,93	2,32

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

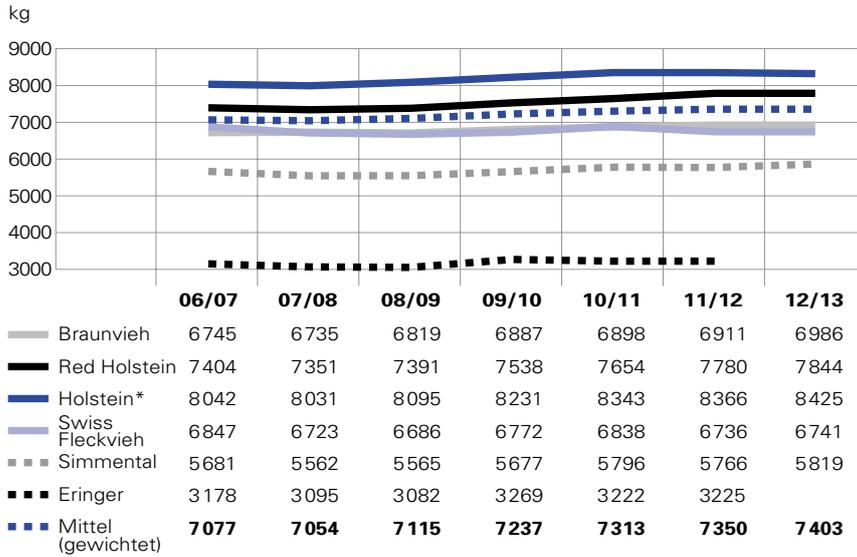
Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung



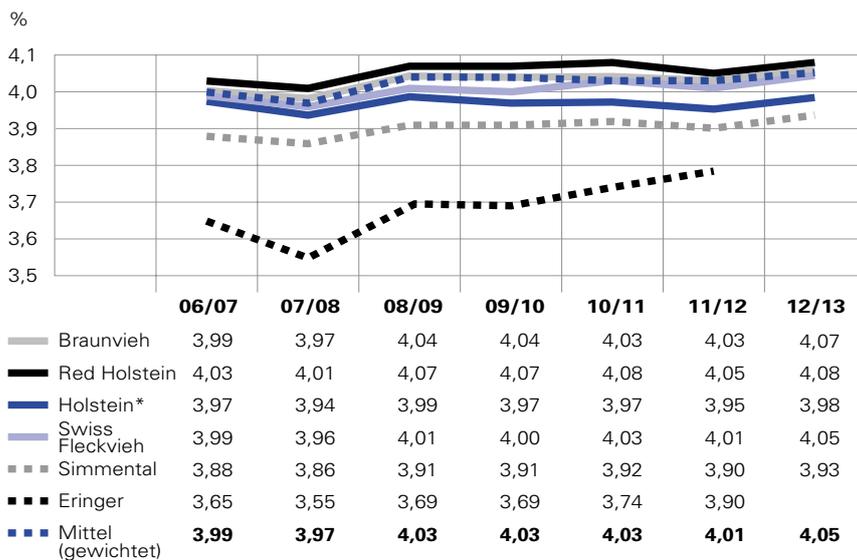
Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchleistungen und Gehalte

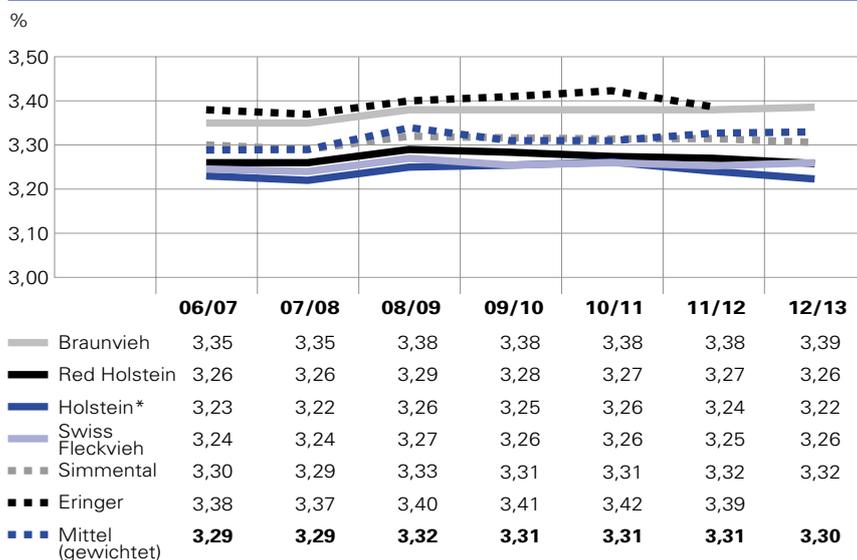
Milchleistungen der Schweizer Milchviehassen



Milchfettgehalte der Schweizer Milchviehassen



Milcheiweissgehalte der Schweizer Milchviehassen



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

Quelle: Braunvieh Schweiz, Swissherdbook, Holstein Switzerland, Milchstatistik der Schweiz

Verarbeitung

Milchverwertung nach Milchäquivalent (MAE)*

Kategorie	Verwertung 2012 kMAE	Verwertung 2013 kMAE	Veränderung 2012/2013 kMAE	Veränderung 2012/2013 %
Käse	1 458 231	1 463 090	4 859	0,3
Quark	23 214	23 251	37	0,2
Konsummilch	411 721	408 784	- 2 937	- 0,7
Konsumrahm	279 488	286 420	6 932	2,5
Jogurt	113 263	113 681	418	0,4
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	97 031	106 444	9 413	9,7
Dauermilchwaren	367 100	326 734	- 40 366	- 11,0
Butter	588 398	539 606	- 48 792	- 8,3
Andere Verwertung	132 385	160 601	28 216	21,3
Total Vollmilchverwertung	3 470 831	3 428 611	- 42 220	- 1,2

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

Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2012 Tonnen	Produktion 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Rohmilch	8 633	7 631	- 1 002	- 11,6
Fettangereicherte Milch UHT	758	734	- 24	- 3,2
Vollmilch pasteurisiert	47 265	45 770	- 1 495	- 3,2
Vollmilch UHT	20 588	19 697	- 891	- 4,3
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* pasteurisiert	45 356	46 490	1 134	2,5
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* UHT	141 326	141 815	489	0,3
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	80 875	80 698	- 177	- 0,2
Teilentrahmte Milch UHT	122 329	124 521	2 192	1,8
Trinkmagermilch pasteurisiert	4	9	5	125,0
Trinkmagermilch UHT	14 189	13 187	- 1 002	- 7,1
Total Konsummilch	481 323	480 552	- 771	- 0,2

* Milchfett

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2012 Tonnen	Produktion 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Doppelrahm	736	769	33	4,5
Vollrahm (35 % Fett)	31 382	32 555	1 173	3,7
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	14 127	14 069	- 58	- 0,4
Kaffeerahm	23 443	23 428	- 15	- 0,1
Total Konsumrahm	69 688	70 821	1 133	1,6

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2012 Tonnen	Produktion 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Sauermilch	6 844	7 103	259	3,8
Sauerrahm	3 188	3 270	82	2,6
Dessertprodukte	20 416	19 817	- 599	- 2,9
Milchgetränke	67 296	72 959	5 663	8,4
Jogurt	141 732	140 163	- 1 569	- 1,1
Kefir	142	106	- 36	- 25,4
Speiseeis	21 941	22 688	747	3,4

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpulver/Butter

Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2012 Tonnen	Produktion 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Magermilch (verarbeitet)				
Milchprotein über 80%	221 842	266 662	44 820	20,2
Milchprotein 50–80%	13 863	24 164	10 301	74,3
Total Magermilch (ohne MEFM*)	235 705	290 826	55 121	23,4
Vollmilchpulver (26%)	17 243	16 832	- 411	- 2,4
Teilentrahmtes Milchpulver	3 610	4 182	572	15,8
Fettangereichertes Milchpulver+ Rahmpulver	1 486	1 471	- 15	- 1,0
Magermilchpulver	29 646	20 954	- 8 692	- 29,3
Buttermilchpulver**	274	217	- 57	- 20,8
Molkenpulver**	2 778	3 544	766	27,6
Milchkondensat	2 749	2 588	- 161	- 5,9
Total Milchpulver, Milchkondensate	57 786	49 788	- 7 998	- 13,8

* MEFM = Milchersatz-Futtermittel ** inklusive Veredelungsverkehr

Quelle: Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2012 Tonnen	Produktion 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Butter				
Vorzugsbutter	46 805	43 083	- 3 722	- 8,0
Sirtenrahmbutter	1 745	1 616	- 129	- 7,4
Gewerbliche Butterproduktion	2 339	2 314	- 25	- 1,1
Total Butter *	50 889	47 013	- 3 876	- 7,6

* Die Butterproduktion gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrug 2013 46 630 t (Vorjahr 50 642 t). Die von der TSM angegebenen Mengen sind nicht auf 82% Fett umgerechnet.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2012 Tonnen	Verkäufe 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Butter				
Vorzugsbutter	5 980	6 207	227	3,8
«Die Butter» (Kleinpackungen)	11 648	11 577	- 71	- 0,6
Milch-Sirtenrahmbutter	97	311	214	220,6
Butter in Spezialprodukten *	430	455	25	5,8
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	17 065	17 482	417	2,4
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	35 220	36 032	812	2,3
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	5 873	6 064	191	3,3
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	41 093	42 096	1 003	2,4

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2012 Tonnen	Produktion 2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 Tonnen	Veränderung 2012/2013 %
Quark	12 950	13 216	266	2,1
Mozzarella	21 431	21 643	212	1,0
Mascarpone	873	813	-60	-6,9
Übrige Frischkäse	8 312	9 559	1 247	15,0
Frischkäse total	43 562	45 233	1 671	3,8
Weisssschimmelkäse, halb- bis vollfett	995	930	-65	-6,5
Weisssschimmelkäse, überfett	1 837	1 912	75	4,1
Blau-, Grünschimmelkäse	3	3	0	0,0
Tommes	1 889	1 880	-9	-0,5
Vacherin Mont d'Or AOP	532	587	55	10,3
Weichkäse, andere, mager- bis viertelfett	14	9	-5	-35,7
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	663	672	9	1,4
Weichkäse, andere, überfett	395	388	-7	-1,8
Weichkäse total	6 329	6 385	56	0,9
Appenzeller®	8 693	9 283	590	6,8
Tilsiter Switzerland	3 158	3 141	-17	-0,5
Walliser Raclette AOP	2 133	2 306	173	8,1
Raclette Suisse®	12 602	13 110	508	4,0
Vacherin Fribourgeois AOP	2 630	2 671	41	1,6
Tête de Moine AOP	2 191	2 281	90	4,1
Jurakäse	266	278	12	4,5
Winzerkäse	271	302	31	11,4
Mutschli	581	588	7	1,2
Alpkäse, halbhart	2 094	2 134	40	1,9
Bündner Bergkäse	1 471	1 302	-169	-11,5
Bergkäse, halbhart	2 108	2 075	-33	-1,6
St. Paulin Suisse	460	375	-85	-18,5
Schweizer Edamer	309	294	-15	-4,9
Kaltgereifter Käse	16	11	-5	-31,3
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	203	202	-1	-0,5
Conveniencekäse	1 496	1 532	36	2,4
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	2 152	2 438	286	13,3
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	3 257	2 819	-438	-13,4
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett*	11 674	11 038	-636	-5,4
Halbhartkäse, andere, überfett	3 021	3 515	494	16,4
Halbhartkäse total	60 790	61 697	907	1,5
Emmentaler AOC	26 185	23 156	-3 029	-11,6
Switzerland Swiss	4 509	5 821	1 312	29,1
Le Gruyère AOP	28 594	29 351	757	2,6
Alpkäse hart	1 841	1 780	-61	-3,3
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	1 055	1 021	-34	-3,2
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett**	5 201	5 227	26	0,5
Hartkäse, andere, überfett	156	154	-2	-1,3
Hartkäse total	67 541	66 510	-1 031	-1,5
Sbrinz AOP	1 849	1 750	-99	-5,4
Extra Hartkäse total	1 849	1 750	-99	-5,4
Reiner Ziegenkäse	825	861	36	4,4
Reiner Schafkäse	279	269	-10	-3,6
Spezialprodukte total	1 104	1 129	25	2,3
Total alle Käsesorten	181 179	182 705	1 526	0,8

* Inklusive Lokalspezialitäten

** Inklusive Schmelzrohware und Lokalspezialitäten

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Aussenhandel

Importe

	umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*			
	2012 Mio. VMA	2013*** Mio. VMA	Veränderung 2012/2013 Mio. VMA	Veränderung 2012/2013 %
Konsummilch	24,3	24,3	0,0	0,0
Frischkäse	56,5	57,3	0,8	1,4
Weichkäse	38,2	39,0	0,8	2,1
Halbhartkäse	41,6	45,0	3,4	8,2
Hartkäse	54,8	54,4	-0,4	-0,7
Käse total	191,1	195,8	4,7	2,5
Rahm	1,1	6,7	5,6	509,1
Jogurt	9,3	8,9	-0,4	-4,3
Frischmilchprodukte	0,6	0,5	-0,1	-16,7
Dauermilchwaren	32,4	36,3	3,9	12,0
Milchproteinprodukte	0,2	0,2	0,0	0,0
Butter	6,7	12,7	6,0	89,6
Übrige Lebensmittelzubereitungen	114,7	120,5	5,8	5,1
Total Milchprodukte (Mio. VMA) *	380,5	405,8	25,3	6,6
Total Milchprodukte (Mio. MAE) **	473,2	499,7	26,5	5,6

Exporte

	umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*			
	2012 Mio. VMA	2013*** Mio. VMA	Veränderung 2012/2013 Mio. VMA	Veränderung 2012/2013 %
Konsummilch	1,6	3,4	1,8	112,5
Frischkäse	23,5	20,7	-2,8	-11,9
Weichkäse	3,5	3,3	-0,2	-5,7
Halbhartkäse	81,4	76,8	-4,6	-5,7
Hartkäse	189,9	204,2	14,3	7,5
Käse total	298,2	305,0	6,8	2,3
Rahm	14,3	6,8	-7,5	-52,4
Jogurt	4,7	4,1	-0,6	-12,8
Frischmilchprodukte	25,8	26,0	0,2	0,8
Dauermilchwaren	98,9	31,0	-67,9	-68,7
Milchproteinprodukte	10,3	7,7	-2,6	-25,2
Butter	114,0	20,1	-93,9	-82,4
Übrige Lebensmittelzubereitungen	284,7	314,0	29,3	10,3
Total Milchprodukte (Mio. VMA) *	852,7	718,2	-134,5	-15,8
Total Milchprodukte (Mio. MAE) **	986,3	852,1	-134,2	-13,6

Bilanz (Exporte – Importe)

	umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*			
	2012 Mio. VMA	2013*** Mio. VMA	Veränderung 2012/2013 Mio. VMA	Veränderung 2012/2013 %
Konsummilch	-22,7	-20,9	1,8	7,9
Frischkäse	-33,0	-36,6	-3,6	-10,9
Weichkäse	-34,7	-35,7	-1,0	-2,9
Halbhartkäse	39,8	31,8	-8,0	-20,1
Hartkäse	135,1	149,8	14,7	10,9
Käse total	107,1	109,2	2,1	2,0
Rahm	13,2	0,1	-13,1	-99,2
Jogurt	-4,6	-4,8	-0,2	-4,3
Frischmilchprodukte	25,2	25,5	0,3	1,2
Dauermilchwaren	66,5	-5,3	-71,8	-108,0
Milchproteinprodukte	10,1	7,5	-2,6	-25,7
Butter	107,3	7,4	-99,9	-93,1
Übrige Lebensmittelzubereitungen	170,0	193,5	23,5	13,8
Total Milchprodukte (Mio. VMA) *	472,2	312,3	-159,9	-33,9
Total Milchprodukte (Mio. MAE) **	513,1	352,4	-160,7	-31,3

Quelle: OZD, SBV

* Die Milchprodukte wurden nach Gehalt an verwertbarer Energie in Vollmilchäquivalente (VMA) umgerechnet.

Ein VMA entspricht einem kg Kuh-Vollmilch mit einer verwertbaren Energie von 2800 Kilojoule.

** Ein Milchäquivalent (MAE) entspricht der Eiweiss- und Fettmenge von einem kg Rohmilch mit 73 g Eiweiss und Fett.

*** Provisorische Daten

Kontakt und Impressum

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

Stephan Hagenbuch, Telefon 031 359 54 81

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 2014
Fotos: SMP, Bern
Titelbild: Silvio Pitsch, www.landwirtschaft.ch
Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Münchenbuchsee
Druck: Merkur Druck AG, Langenthal

S M P · P S L

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

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

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

swissmilk

