

Geschäftsbericht 2015

Schweizer Milchproduzenten SMP



Inhalt

2 Milchproduzenten sind durch
Markt und Politik enorm gefordert

4 Wirtschaft und Politik

8 Agrarpolitik

10 Marketing

13 Marktordnung

14 Marktlage und Milchverkauf

15 Milchproduktion

16 Milchverarbeitung

17 Käseproduktion

18 Delegiertenversammlung

19 Regionaltagungen

20 Vorstand

22 Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2015

26 Mitglieder der SMP

27 Zusammensetzung der Gremien

28 Organigramm der SMP

29 Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kontakt und Impressum

Milchproduzenten sind durch Markt und Politik enorm gefordert

Das Jahr 2015 war für die Milchproduzenten eine sehr grosse Herausforderung. Es stand ganz im Zeichen der Aufgabe des festen Wechselkurses des Schweizerfrankens zum Euro im Januar 2015. Zusammen mit der internationalen Wirtschaftslage und dem globalen Milchmarkt führte dies im Inland wie auch im Export zu empfindlichen Absatzeinbussen und zu Preisdruck. Die SMP hat ihre Aktivitäten noch stärker auf diese Herausforderungen ausgerichtet. Eine grosse Herausforderung bleiben auch die politischen Rahmenbedingungen, die für die Milchproduzenten wieder verbessert werden müssen.

Als wir am 15. Januar 2015 an die Eröffnung der Internationalen Grünen Woche reisten, war die Welt bei der Ankunft in Berlin für uns eine andere, als sie es beim Abflug in Zürich noch war. Als Folge der Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank war der Euro während der kurzen Reise auf einen Schlag von 1,21 auf unter einen Franken abgestürzt. Was das für die schweizerische Milchwirtschaft und insbesondere die Exporte in den Euroraum bedeutet, war jedermann sofort klar. Die Freude über den hervorragenden Auftritt der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft an dieser Weltmesse wurde denn auch durch die Sorgen um die Auswirkungen des folgenschweren Entscheides der Nationalbank völlig überdeckt.

Dieser Entscheid, den wir wohl oder übel akzeptieren mussten, hat die schweizerische Milchwirtschaft bis heute extrem gefordert. Auch wenn sich die Wechselkursituation in der Folge wieder etwas entspannt hat, bleiben die Auswirkungen einschneidend. Es galt, aufgrund der Markteinschätzung bei den verschiedenen Segmenten zwischen Preissenkungen und dem Risiko von Absatzeinbussen und Marktanteilsverlusten den optimalen Weg zu finden. Letztlich hat uns die wechselkursbedingte Verschlechterung der Wettbewerbsfähigkeit über das ganze Jahr mehrere Rappen Milchpreis gekostet.

Milchpreise unter grossem Druck

Neben den Auswirkungen des Wechselkurses hat sich auch der globale Milchmarkt stark negativ entwickelt. Absatzeinbussen unter anderem wegen dem Russland-Embargo und die starke Produktionssteigerung als Folge der Aufhebung der Quotenregelung in der EU haben zu einem deutlichen Marktungleichgewicht geführt. Das hatte zur Folge, dass der seit dem Sommer 2014 zu beobachtende Trend zu sinkenden Preisen sich fortsetzte und sogar verstärkte. Aufgrund all dieser problematischen Vorzeichen mussten auch in der Schweiz Absatzeinbussen in wichtigen Segmenten und ein enormer Preisdruck hingenommen und verkraftet werden.

Die Wirkung einzelner Massnahmen bündeln als realistischer Weg

Die Segmentierung des Milchmarktes, das Halten des A-Richtpreises und die Massnahmen zur Marktstabilisierung mittels Beiträgen der Milchproduzenten und der LactoFama AG haben wesentlich dazu beigetragen, dass ein noch weiteres Absinken der Milchpreise um mehrere Rappen verhindert werden konnte. Das Beispiel zeigt deutlich, dass nicht einzelne Aktivitäten und Massnahmen

Stabilität und Entlastung bringen. Vielmehr ist es entscheidend, dass die verschiedenen möglichen und realisierbaren Instrumente gut aufeinander abgestimmt werden, um Positives zu bewirken.

Eine sehr wichtige Massnahme war in diesem Umfeld auch die äusserst erfolgreich verlaufene Kampagne «Swiss milk inside» des Swissmilk-Marketings, mit der die Konsumentinnen und Konsumenten zum Einkauf von Schweizer Milch und Milchprodukten animiert und gleichzeitig über die Vorzüge der Herkunft Schweiz aufgeklärt wurden.

Grosse internationale Abhängigkeit

Während sich die Preise bei den wichtigen Käsespezialitäten aus silofreier Milch wie auch bei der Bio-Milch gut gehalten haben, sind die Molkerei-Milchpreise zeitweise auf ein Niveau wie vor 50 Jahren abgesunken. Das Halten der Preise musste allerdings bei diversen Käsesorten mit einem Rückgang der Verkäufe insbesondere im Export erkaufte werden. Die dadurch notwendigen Produktionseinschränkungen wiederum haben dazu geführt, dass zusätzliche Milch in andere Kanäle abgeführt werden musste. In dieser Situation ist deutlich geworden, wie stark der Schweizer Milchmarkt vom EU-Markt und von den Wechselkursen abhängig ist; dies im Unterschied zu den meisten anderen Sektoren der Schweizer Landwirtschaft.

Milchmenge war und ist aktuell zu hoch

Obwohl die vermarktete Milchmenge 2015 um 1,5 Prozent unter Vorjahr lag, war sie angesichts der Einbussen auf der Absatzseite immer noch um mehrere Prozent zu hoch. So sehr es in einer solchen Zeit erwünscht wäre, die Milchmenge noch weiter zu drosseln – die dafür nötigen Instrumente bestehen seit der Aufhebung der Milchkontingentierung nicht mehr! Eine wirksame Mengensteuerung auf nationaler Ebene würde voraussetzen, dass dazu mit einer breiten Zustimmung die entsprechenden Beschlüsse gefasst werden könnten und der Bund diese auch für die Nichtmitglieder verbindlich erklären würde. Aktuell kann dazu weder unter den Produzenten ein gemeinsamer Nenner erreicht werden, noch sind dazu die Bereitschaft des Bundes beziehungsweise die politischen Mehrheiten zu finden.

Milchproduzenten leiden unter der AP 2014–2017

Der Milchmarkt wurde von der Politik in den letzten Jahren durch den Käsefreihandel mit der EU sowie den Wegfall der staatlichen Mengenbeschränkung sehr stark den internationalen Marktkräften ausgesetzt. Doch damit nicht genug. Mit der Agrarpolitik 2014–2017 und dem Wegfall der tierbezogenen Beiträge wurden zudem vielen Milchproduzenten auch die Direktzahlungen teilweise massiv gekürzt. Um zu verhindern, dass die Milchproduktion mittelfristig nicht nur aus einzelnen Dörfern, sondern aus ganzen Regionen verschwindet, wird es unumgänglich sein, die Rahmenbedingungen für diesen standortgerechten und wichtigen Produktionssektor rasch wieder zu verbessern.

Wir brauchen bessere Rahmenbedingungen

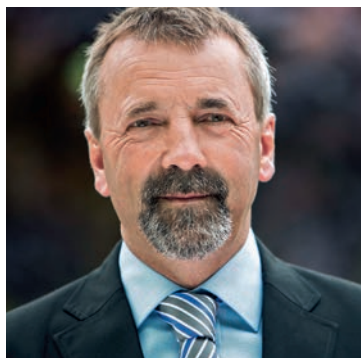
Ein wichtiger Schritt dazu wird die Nachfolgeregelung für die Exportbeiträge über das «Schoggigesetz» sein. Hier braucht es eine umsetzbare Lösung, die sicherstellt, dass dieses für die schweizerische Milchwirtschaft sehr wichtige Segment auch längerfristig gesichert werden kann.

Es braucht aber auch substanzielle Korrekturen bei der Ausgestaltung der Direktzahlungen zugunsten der produktionsorientierten Landwirtschaft und der Betriebe, welche zur Ernährungssicherheit beitragen –, und dazu die dringend nötige Entlastung beim administrativen Aufwand für die Betriebsleiter und bei den Produktionskosten.

Schweizer Milch hat Zukunft – davon sind wir trotz der momentan schwierigen Situation zutiefst überzeugt. Es braucht dafür aber auch die entsprechenden Voraussetzungen und wieder bessere politische Rahmenbedingungen – und dafür werden wir uns auch künftig mit aller Kraft für den Standort Schweiz und die Schweizer Milchproduzenten einsetzen.



Hanspeter Kern
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



Dr. Kurt Nüesch
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Wirtschaft und Politik

Nach Aufhebung der Wechselkursuntergrenze Franken–Euro haben sich die Schweizer Milchproduzenten SMP vor allem für die Stabilisierung des Marktes im Inland engagiert. Mit Hilfe der Segmentierung und Massnahmen zur Marktstabilisierung konnte ein noch stärkerer Preisrückgang verhindert werden.

Freigabe Wechselkurs Schweizer Franken–Euro

Am 15. Januar hob die Schweizer Nationalbank die Wechselkursuntergrenze des Frankens zum Euro auf. Der Wechselkurs sank sofort von 1,21 auf unter 1,00 Franken und stieg im Lauf des Jahres langsam wieder gegen 1,10 Franken. Im Schnitt betrug der Wechselkurs 2015 noch 1,07 Franken. Rein durch den tieferen Wechselkurs sank der EU-Milchpreis, zu dem viele Schweizer Milchprodukte in direkter oder indirekter Konkurrenz stehen, um umgerechnet 4,5 Rappen.

Vorgängig hatten sich negative Faktoren am Milchmarkt kumuliert: Massiv gesunkene Preise auf den globalen und europäischen Märkten als Folge der weltweit hohen Produktion bei verhaltener Nachfrage, dazu rekordhohe Milcheinlieferungen 2014 auch in der Schweiz.

Die Sortenorganisationen (Gruyère, Emmentaler, Appenzeller usw.) haben mit Preiserhöhungen in Euro, Ausweitung der Verkaufsförderung und Produktionseinschränkungen reagiert. Damit konnte der Preisdruck bei den Sortenkäsen und der silofreien Milch recht gut abgefedert werden. Demgegenüber waren die Preise bei der Molkereimilch bereits seit Oktober 2014 stark unter Druck. Dieser Druck ist wegen der Wechselkurs-Freigabe und tiefen Milchpreisen im Ausland besonders bei der Molkereimilch noch weiter angestiegen. Mit verschiedenen Massnahmen haben sich die Schweizer Milchproduzenten SMP in der Folge stark dafür eingesetzt, dass im Inland keine unnötigen Preissenkungen durchgeführt worden sind.

Segmentierung der BO Milch

Der Vorstand der Branchenorganisation Milch (BO Milch) hat Ende Februar 2015 beschlossen, das Reglement Segmentierung und Standardvertrag unverändert weiterzuführen. Vorschläge für eine administrative Vereinfachung waren nicht mehrheitsfähig. Die Schweizer Milchproduzenten SMP haben sich stets für eine klare Umsetzung der bestehenden Regelung engagiert.

Auf Gesuch der BO Milch hat der Bundesrat im Dezember den Standardvertrag und die Segmentierung bis Ende 2017 wieder allgemeinverbindlich erklärt.

Im Februar hat sich die BO Milch auch eingehend mit der Freiwilligkeit von C-Milch auseinandergesetzt und Folgendes festgehalten: Wenn jeden Monat neu entschieden werden kann, entspricht dies dem Idealbild. In der Praxis braucht es eine längere gegenseitige Planungssicherheit.

Die Erfüllung der Freiwilligkeit von C-Milch ist an Grenzfällen zu beurteilen.

Grundsätze:

- Wenn gegen Ende des Vorjahres über die Lieferung von C-Milch im gesamten Nachfolgejahr im Konsens entschieden werden kann, ist die «Freiwilligkeit» gewährleistet.
- Wenn die Lieferung von C-Milch als Voraussetzung für die Lieferung von A- und B-Milch dient, ist die «Freiwilligkeit» nicht gewährleistet («Knebelverträge»).

Möglichkeiten und Grenzen der Segmentierung

Die Ansprüche an die Segmentierung übersteigen teilweise deren Inhalt und Möglichkeiten. Die SMP hat aus diesem Grund im Vorfeld der Delegiertenversammlung der BO Milch darüber informiert, was die Segmentierung leisten kann und was nicht. Das Ziel der Segmentierung besteht darin, die Wertschöpfung aus der Milch auf dem Inlandmarkt für alle Mitglieder der Wertschöpfungskette zu fördern. Das C-Segment ist jene Menge, welche den Inlandbedarf überschreitet und deshalb frei von staatlichen Stützungen vollständig zu exportieren ist. Die Kontrolle erfolgt über den Vergleich der Milchmengen zwischen Milcheinkauf und Milchverwertung. Diese Prüfung kann erst mit einer gewissen Verzögerung gemacht werden. Die vollständige Einhaltung der Reglemente zur Segmentierung der BO Milch gibt dem Milchproduzenten ein Abbild, wie die Verwertung der Milch erfolgt ist.

Die Richtpreise der BO Milch sind unverbindliche Vorgaben. Sie werden befolgt, wenn der Markt ausgeglichen ist. C-Milch wird in der Praxis nur geliefert, wenn keine besseren Alternativen bestehen. «Kreative Preisgestaltung» (B-) kann ein Ausweg sein, wenn für Milch, die nicht über die ordentlichen A- und B-Segmente abgesetzt werden kann, eine andere Verwertung gesucht wird. Ein Zwang, C-Milch zu liefern, widerspricht der Freiwilligkeit. Das MilCHFett bleibt in diesem Fall im Inland und belastet den gesamten Markt (A-, B-Segment) auf längere Frist.

Demgegenüber kann auch die reglementskonforme und korrekte Umsetzung der Segmentierung die schweizerische Milchmenge nicht wirksam steuern.

Aktivitäten LactoFama

Die im Vorjahr gegründete LactoFama AG war aufgrund der Marktlage auch im Jahr 2015 aktiv. Während der Monate Februar bis Ende Mai 2015 hat LactoFama AG bei den Aktionären 71,7 Millionen Kilogramm C-Milch auf freiwilliger Basis aufgekauft; davon entfielen:

- 69,6 Mio. kg auf ÖLN-C-Milch und
- 2,1 Mio. kg auf Bio-C-Milch.

Durch die unerwartete Währungssituation ab 15. Januar 2015 waren kurzfristig grosse Mengen, insbesondere zusätzliche Einschränkungsmilch aus den Käsereien (von allen Sortenkäsen), auf dem Markt verfügbar. Deshalb wurde die LactoFama AG frühzeitig und breit aktiv.

Die C-Milch wurde bei folgenden Unternehmen verarbeitet:

- Emmi Schweiz AG: 28,8 Mio. kg
- Cremo SA: 24,4 Mio. kg
- Hochdorf AG: 18,5 Mio. kg

Die ÖLN-C-Milch wurde zu Rahm (40% Fettgehalt) sowie zu Butter (82%) und zu Milchstreichfett (74%) verarbeitet. Die Bio-C-Milch wurde zu Butter (82%) und zu Bio-Milchstreichfett (74%) verarbeitet. Die aufgekaufte C-Milch entspricht einer MilCHFettmenge von ca. 3'635 Tonnen Butter (82%).

Das «C-Milchfett» wurde seit Februar 2015 laufend exportiert. Ende Juli 2015 war alles MilCHFett aus LactoFama-C-Milch vollständig exportiert (964 t Butteräquivalent in Form von Rahm und 2'672 t in Form von Butter oder Milchstreichfett). Für das Eiweiss besteht die analoge Regelung, dass die Exporte zwei Monate nach Milcheingang erfolgt sein müssen.

Die LactoFama AG hat den Preis für C-Milch (ÖLN) bei den Aktionären (Interventionspreis) so festgelegt, dass die anvisierte Marktentlastung durchgeführt werden konnte.

Gleichzeitig resultierte auf Stufe Milchproduktion ein tiefer Milchpreis, jedoch kaum Produktionsanreiz. Dies führte teilweise auch dazu, dass überschüssige Milch nicht über LactoFama verwertet und exportiert, sondern zentrifugiert wurde und so der Rahm der normalen Butterproduktion für den Inlandmarkt zugeführt wurde.

Finanzen und Inkasso

Das Inkasso bei den Aktionären (0,10 Rp./kg Milch) hat LactoFama direkt vorgenommen.

Ausserhalb des Aktionärskreises haben die SMP und die regionalen Mitglieder der SMP grosse Anstrengungen unternommen, um das Inkasso sicherzustellen. Die Massnahmen, welche durch LactoFama AG im Jahr 2015 durchgeführt worden sind, basieren auf demokratischen Entscheiden einerseits der Aktionäre von LactoFama AG, anderseits auf den Finanzierungsbeschlüssen der Delegiertenversammlung der SMP vom November 2014 (136 Ja- gegen 10 Nein-Stimmen bei 4 Enthaltungen).

A-Richtpreis 2015 gehalten

Die Aktivitäten von LactoFama AG haben 2015 in einer ausserordentlichen Situation dazu beigetragen, den MilCHFettmarkt kurzfristig und saisonal zu entlasten. Ohne Transparenz bei der C-Milch wäre das nicht möglich gewesen. Die LactoFama AG hat indirekt auch dazu beigetragen, dass der A-Richtpreis der BO Milch 2015 bei 68 Rappen gehalten werden konnte. Bei einem negativen Entscheid wäre der Butterpreis in der Schweiz im Detailhandel unweigerlich und flächendeckend gesunken. Ohne die Massnahmen der LactoFama AG hätten die Butterlager Ende Woche 23 (2015) theoretisch einen Stand von über 9'000 Tonnen erreicht, bzw. wäre ein entsprechend grosser Preisdruck bei MilCHFett entstanden.

Entwicklung Konsumentenpreise

Schweizerinnen und Schweizer geben ungefähr 10 Prozent des Einkommens für Nahrungsmittel aus. In der Diskussion um Einkaufstourismus und Grenzschutz hat die SMP geprüft, wie sich die Preise für Nahrungsmittel über die letzten Jahre entwickelt haben. Diese unterliegen aus verschiedenen Gründen relativ starken Schwankungen: witterungsbedingte Schwankungen bei der Ernte, zyklische Märkte (Schweinezyklus), Wechselkursschwankungen bei Importen u.a.. Für Nahrungsmittel mussten die Schweizer Konsumenten gemäss der untenstehenden Grafik gegenüber dem Jahr 2000 bis zu 9,3 Prozent mehr bezahlen (Jahr 2008). Im Jahr 2012 sanken die Preise auf 103,4 Prozent des Ausgangswerts, stiegen bis 2014 wieder auf 105,6 Prozent und sanken 2015 auf 104,8 Prozent. Die Gesamtteuerung betrug im gleichen Zeitraum 107,0 Prozent.

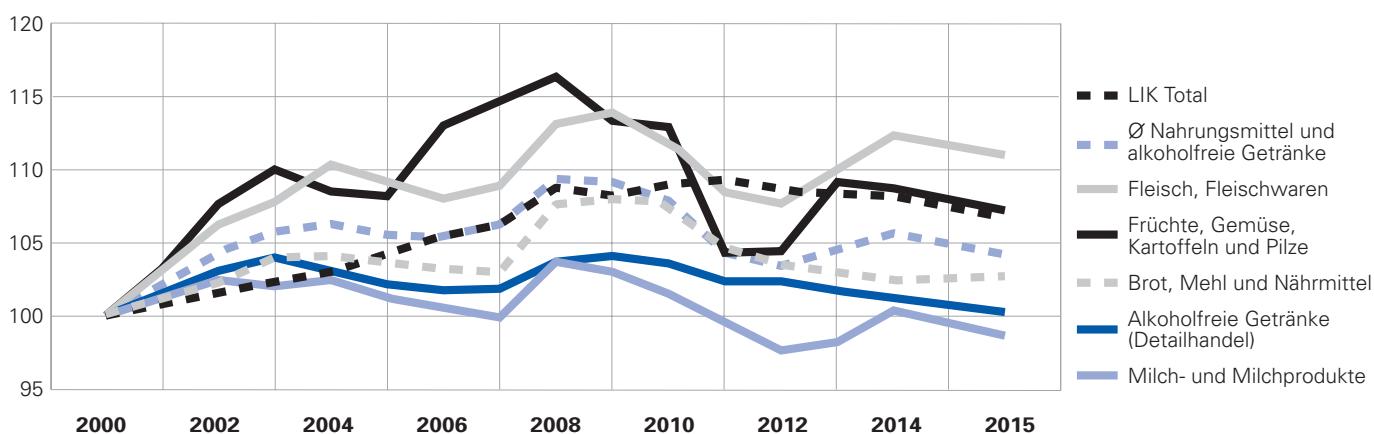
Milch und Milchprodukte günstig

Bei den Produktgruppen «Fleisch und Fleischwaren» sowie «Früchte und Gemüse» sind die Konsumentenpreise überdurchschnittlich angestiegen. Bei Früchten und Gemüse können die grössten Ausschläge nach oben und unten beobachtet werden.

Auch bei der Gruppe «Milch und Milchprodukte» konnten einige Preisanstiege und -rückgänge beobachtet werden. Insgesamt ist der Konsumentenpreis für Milch und Milchprodukte relativ konstant geblieben. Die Gruppe weist eine tiefere Teuerung aus als der Durchschnitt der Nahrungsmittel. Die Konsumentenpreise der Milchprodukte sind 2015 etwas tiefer als im Jahr 2000 (-1,0 Prozent). 2008 und 2014 konnten leichte Preisanstiege beobachtet werden. Parallel dazu waren auch im benachbarten Ausland höhere Preise zu verzeichnen. Diese Zahlen zeigen deutlich, dass bei Milchprodukten die Preise durch den Importdruck einer bedeutenden Auslandskonkurrenz ausgesetzt sind.

Ein Teil der Milchprodukte wird importiert, beim Käse herrscht seit 2007 Freihandel mit der EU. Die Konsumentenpreise sind deshalb einerseits stark von den Preisentwicklungen im umliegenden Ausland und andererseits vom Wechselkurs Euro–Franken abhängig.

Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) Nahrungsmittel 2000 – 2015 (indexiert, Jahr 2000 = 100)



Quelle: Bundesamt für Statistik

Milchforum 2015: Künftige Herausforderungen

Die internationalen Verflechtungen und mögliche Entwicklungen sind eine grosse Herausforderung für die Milchwirtschaft in der Schweiz. Zu diesem Thema organisierte die SMP am Eröffnungstag der Suisse Tier am 20. November in Luzern das 5. SMP-Milchforum. Die Referenten des Milchforums waren Erhard Richarts, ife Kiel, Carlos Martin Ovilo, EU Kommission Brüssel, und Matteo Aeppli, ETH Zürich.

Die Referenten nahmen unter anderem Bezug auf zwei internationale Freihandelsabkommen. Das Freihandelsabkommen «Transpacific Partnership» TPP ist dieses Jahr unterzeichnet worden und wird in den nächsten Jahren durch die beteiligten Staaten ratifiziert. Mit dem TPP entsteht die grösste Freihandelszone mit 40 Prozent des gesamten Welthandels. Der Abschluss des TPP erhöht den Druck auf die EU für einen Abschluss des «Transatlantischen Freihandelsabkommens» TTIP. Die Referenten wiesen darauf hin, dass die Volatilität auf dem Weltmarkt in Zukunft nicht abnehmen wird, die Nachfrage nach Milchprodukten auf dem Weltmarkt mittelfristig wachsen wird und dass die Schweiz möglicherweise an einer allfälligen Freihandelszone EU–USA andocken muss.

Aufhebung Exportstützung Schoggigesetz: Übergangszeit nutzen

Anders als andere Länder konnte die Schweiz an der WTO-Konferenz von Nairobi im Dezember ihre Agrarinteressen nicht erfolgreich verteidigen. Die Rohstoffverbilligung im Rahmen des Schoggigesetzes muss bis spätestens Ende 2020 aufgegeben werden. Die SMP und die Branche hatten sich bei jeder Gelegenheit für die Erhaltung der heutigen Regelung beim Schoggigesetz eingesetzt. Es war allerdings nicht auszuschliessen, dass diese Form der Exportstützung früher oder später unter ultimativen Druck geraten würde. Doch eher überraschend war aber, wie leicht die Schweiz ihre Position aufgeben hat, während verschiedene Formen der Exportförderung anderer Länder mit geringfügigen Abstrichen weiterhin toleriert werden.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Entscheides ist mittelfristig für die Milchwirtschaft einschneidend. Über das Schoggigesetz wurden 2015 rund 250 Millionen Kilogramm Milch abgesetzt. Mit Blick auf 2020 gilt es nun, bis zum Zeitpunkt der Ratifizierung der WTO-Beschlüsse gleichwertige Massnahmen zu implementieren, um nachhaltigen Schaden für den Werkplatz Schweiz und die Schweizer Milchproduktion zu verhindern.

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



Am Milchforum 2015 diskutierten die Podiumsteilnehmer die künftigen Herausforderungen der Schweizer Milchwirtschaft.

Agrarpolitik

Gemäss der Umfrage zur Agrarpolitik 2014–2017 stellen viele Milchproduzenten fest, dass die Produktion von Nahrungsmitteln über die Agrarpolitik weniger unterstützt wird. Belastend sind der sehr hohe administrative Aufwand und die akribischen Kontrollen. Kürzungen im Agrarbudget 2016 konnten nach intensiven Verhandlungen abgewendet und der Schoggigesetzkredit auf dem bisherigen Niveau erkämpft werden.

Umfrage zur Agrarpolitik

Im Frühjahr 2015 haben die SMP und der SBV gemeinsam eine Umfrage zur Agrarpolitik durchgeführt. Zusammenfassend können die folgenden Aussagen gemacht werden: Die Repräsentativität der Antworten ist befriedigend bis gut. An der Umfrage haben tendenziell eher grössere Betriebe (LN, GVE) teilgenommen. Das Halten der Produktion ist für die Landwirte wichtig. Viele äussern das Gefühl, sie verliere an Gewicht und oft wird befürchtet, dass zunehmende Leistungen für die Extensivierung/Ökologie die Produktionsbereitschaft beeinträchtigen.

Die Bewertung der Agrarpolitik fällt im Durchschnitt ungenügend aus. Dies generell und in allen abgefragten Detailpunkten. Bei vielen Fragen wurden allgemeine Unmutsäusserungen und Kritik angebracht. Allerdings ist die Streuung bei der Beurteilung gross und die Zufriedenheit steht in einem grossen Zusammenhang mit den Veränderungen der Auszahlungen und der vorwiegenden Bewirtschaftungszone. Von Betrieben in den höheren Bergzonen wird die Agrarpolitik fast durchwegs befriedigend bis positiv beurteilt.

Grosser administrativer Aufwand

Besonders häufig in der Kritik stehen die folgenden Punkte:

- administrativer Aufwand
- ungenügende und unvollständige Informationen
- Unsicherheit bezüglich Anforderungen, insbesondere bei den neuen Programmen Landschaftsqualität LQB und Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion GMF
- eine zu kurze Anpassungszeit
- sinkende Wirtschaftlichkeit und abnehmende Wettbewerbsfähigkeit aufgrund von sinkenden Preisen bei steigenden, auch durch die AP verursachten Kosten
- Landschaftsqualitätsbeiträge LQB werden schlecht akzeptiert. Die einzelnen Massnahmen sind gegenüber Dritten schwierig oder nicht erklärbar, die Ziele sind zu unklar. Der administrative Aufwand und der hohe Aufwand für die Projekterarbeitung sind die häufigsten Kritikpunkte.

In der Umfrage wurde auch erhoben, was die Betriebsleiter aufgrund der Agrarpolitik erwarten und welche Veränderungen sie vornehmen wollen:

- Der Grossteil der Betriebe rechnet mit tieferen Direktzahlungen und sinkendem Einkommen.
- Fast 30 Prozent sehen sich veranlasst, den ausserlandwirtschaftlichen Nebenerwerb auszubauen.

- Viele Betriebe haben aufgrund der neuen Agrarpolitik keine spezifischen Anpassungen vorgenommen.
- Längerfristig beabsichtigen viele, den Einsatz von Dünger- und Pflanzenschutzmitteln sowie Kraftfutter zu reduzieren.
- Elf Prozent der Betriebe streben in den nächsten fünf Jahren eine zusätzliche Kooperation (überbetriebliche Zusammenarbeit, Maschinenring, Abtausch von Betriebszweigen etc.) an. Ein Viertel der Betriebe zieht solche Kooperationen in Erwägung.
- Bei der Graslandbasierten Milch- und Fleischproduktion und den Landschaftsqualitätsbeiträgen ist das Potential bereits weitgehend ausgeschöpft. Aufgrund der Äusserungen in der Umfrage können hier keine grossen Zunahmen mehr erwartet werden.
- Bei der Biodiversitätsförderung dürften insbesondere die höheren Qualitätsstufen und Vernetzung weiter Zulauf erhalten.
- Bei den Ressourceneffizienzprogrammen gibt es noch Potential.

Fast 60 Prozent der Antwortenden wünschen sich mehr Stabilität in der nächsten Periode der Agrarpolitik. Gut 30 Prozent sprechen sich für forcierte Anpassungen mit den nötigen Änderungen aus.

Weitere Kürzungsanträge der Behörden

Am 28. August 2015 hat der Bundesrat den Voranschlag 2016 publiziert. Er hat damit Kürzungen beim Agrarbudget um 70 Millionen Franken und beim Schoggigesetz um 2,1 Millionen Franken beantragt.

Am 4. November 2015 hat der Bundesrat zudem die Vernehmlassung zu den landwirtschaftlichen Zahlungsrahmen 2018–2021 eröffnet. Hier wird die Kürzung des Zahlungsrahmens um 789 Millionen Franken beantragt. Die Medienmitteilung und der Bericht sind provokativ und einseitig abgefasst. Zitat: «Die Reduktion der in der Vernehmlassungsunterlage vorgeschlagenen Höhe und Verteilung der Bundesmittel im Vergleich zum vorhergehenden Zahlungsrahmen kann durch die Landwirtschaft mit weiteren Produktivitätsfortschritten im bisherigen Rhythmus aufgefangen werden. Gemäss den Modellberechnungen von Agroscope wird die Produktion erhalten bleiben, sich das Produktionsmuster der Schweizer Landwirtschaft bis 2021 nur unwesentlich verändern und eine sozialverträgliche Entwicklung ermöglicht.»

Diese einseitigen und nicht fundierten Aussagen hat die SMP in der Stellungnahme vehement zurückgewiesen.

Vorschläge zum Abbau von Vorschriften und zur Reduktion der Kosten im Umfeld der Landwirtschaft bzw. der Faktorpreise sind nicht enthalten.

Grosse Kundgebung auf dem Bundesplatz

Die im Zahlungsrahmen und den Budgets vorgesehenen Kürzungen waren letztlich der Auslöser für die Bauernmanifestation auf dem Bundesplatz in Bern von Ende November 2015. Über 10'000 Bäuerinnen und Bauern haben friedlich zum Ausdruck gebracht, dass ein solches Vorgehen als politischer Vertrauensbruch zu interpretieren wäre. Da Kürzungen die Milchproduzenten direkt treffen würden, hat die SMP die Manifestation aktiv unterstützt.

Budgetkürzungen abgewendet

Im Parlament wurde in der Debatte zum Agrarbudget eine kontroverse Diskussion geführt. Während der Nationalrat die vom Bundesrat beantragten Kürzungen ablehnte, war die Situation im Ständerat knapp entgegengesetzt. In der Differenzbereinigung stimmte der Ständerat dem Nationalrat in diesem Punkt schliesslich zu.

Beim Schoggigesetzkredit wurde vom Bundesrat für 2016 ein Betrag von 67,9 Millionen Franken vorgeschlagen. 2015 hatte der im Nachtragskreditverfahren bewilligte Kredit 95,6 Millionen Franken betragen. Auch dazu fand im Parlament eine intensive Diskussion statt. Es brauchte eine Einigungskonferenz der beiden Räte, um den Antrag des Nationalrats mit den 94,6 Millionen Franken ins Trockene zu bringen.

Forderungen der SMP

Im oben erwähnten Umfeld hat die SMP die folgenden Forderungen aufgestellt und in die Politik eingebracht:

- Beibehaltung der vom Parlament genehmigten Beiträge in der Höhe des Zahlungsrahmens für die Periode 2014 bis 2017. Für die Massnahmen des Schoggigesetzes sind ausreichend Mittel für die Erstattung von 85 Prozent einzustellen. Die Ansätze der Zulagen (15 und 3 Rappen) müssen zwingend gehalten werden und dürfen nicht wegen Mengensteigerung gesenkt werden. Für die Absatzförderung sind mindestens 70 Millionen Franken pro Jahr vorzusehen.
- Die vorgesehenen Verschiebungen von Mitteln in Richtung Extensivierung und Ökologisierung und Schwächung der Leistung für die Produktion von Nahrungsmitteln sind angesichts der künftigen Herausforderungen zur Sicherung der Ernährung deutlich übersteuert und entsprechend zu korrigieren.
- Das RAUS-Programm ist 2-stufig, mit Auslauf ins Grüne (Stufe 1) und Weidehaltung (Stufe 2), auszugestalten. Die Mittel für die RAUS- und die BTS-Beiträge sind dabei für Raufutterverzehrern deutlich zu erhöhen.
- Die Widersprüchlichkeiten und die zum Teil gravierenden Mängel im GMF-Programm sind zu beheben. Mit einer Umwandlung in ein Grundfutterprogramm soll der Fütterung von Ganzpflanzenmais und Futterrüben genügend Raum gegeben werden.
- Die Massnahmen bei den Ressourceneffizienzbeiträgen sind zu harmonisieren sowie administrativ möglichst einfach auszugestalten und abzuwickeln. Es sollen keine neuen Vorschriften erlassen werden. Für die Produktionssystembeiträge sind mindestens 2'800 und nicht nur 1'895 Millionen Franken vorzusehen.
- Bei den Landschaftsqualitätsbeiträgen sollen die Massnahmen harmonisiert und die Beitragsansätze gegebenenfalls reduziert werden. Es dürfen keinesfalls mehr Mittel für diese Massnahmen eingesetzt werden.
- Die Regelungsdichte der Agrargesetzgebung ist generell abzubauen und die Administration ist zu vereinfachen.
- Der von den Behörden weiter forcierte Abbau des Grenzschutzes widerspricht der Qualitätsstrategie wie auch der Erhaltung der inländischen Nahrungsmittelproduktion. Die Abklärungen zur sektoriellen Öffnung der «Weissen Linie» sind zu beenden und die Interessen der Landwirtschaft sind bei Verhandlungen um Freihandelsabkommen und Abkommen mit der EU zu verteidigen.
- Zwecks Eindämmung des Einkaufstourismus sind eine Anpassung des Zollgesetzes und der Steuerregelung zu prüfen.
- Es sind Massnahmen zu treffen, damit sich auch das Kostenumfeld für die Landwirtschaft verbessert.
- Die SMP lehnt Massnahmen ab, die die landwirtschaftliche Nutzung im Gewässerraum weiter einschränken.
- Im Rahmen der Raumplanung gilt es die Fruchtfolgeflächen zu erhalten. Für die Landwirtschaft sind zudem auch die Wiesen und Weiden wichtig, nicht nur der ackerfähige Boden. Es gilt auch diese zu erhalten. Die notwendigen Gebäude für die Milchproduktion sollen in der Landwirtschaftszone ohne Beschränkungen erneuert oder neu errichtet werden können.

Marketing

Besondere Situationen bedingen besondere Massnahmen! 2015 war für die Milchwirtschaft ein ausserordentliches Jahr – Lovely reagierte mit der Kampagne «Swiss milk inside» auf die speziellen Herausforderungen. Die erfolgreiche Botschafterin für Schweizer Milch und Milchprodukte war aber noch mit vielen weiteren Aktivitäten unterwegs. Das ist wichtig, damit die positive Grundstimmung erhalten bleibt und damit Milch und Milchprodukte auch in Zukunft als unentbehrliche Grundnahrungsmittel gelten.

Das Marketingjahr 2015 war einerseits geprägt von notwendigen Anpassungen an ein akut verändertes Umfeld – daraus entstand die ausserordentliche Absatzförderungs-offensive «Swiss milk inside» – und andererseits von der Weiterführung langfristig angelegter Massnahmen. Diese stellten sicher, dass die zentralen Ziele weiterverfolgt wurden – das gute Image der Milch festigen, ihre gesundheitlichen Vorteile erklären, konkrete Konsumanreize schaffen, die Vorteile der Herkunft Schweiz hervorheben, Kritikern die Stirn bieten, wichtige Spezialzielgruppen informieren.

Swiss milk inside: Taten statt Worte

Das Jahr 2015 startete mit einem Paukenschlag. Die Schweizerische Nationalbank hob Mitte Januar die Wechselkursuntergrenze zum Euro auf. Das traf auch die Milchproduzenten hart, denn sofort waren negative Auswirkungen absehbar wie etwa ein höherer Importdruck und ein vermehrter Einkaufstourismus ins nahe Ausland. Swissmilk reagierte schnell und passte die Absatzförderungs-massnahmen kurzfristig an, um den Gefahren gezielt entgegenzutreten. Entstanden ist die Sammel-promotionskampagne «Swiss milk inside», die von Mai bis Dezember durchgeführt wurde.

Rund 130 Millionen Milch- und Milchprodukte-Packungen trugen gut vier Monate lang einen Aufkleber. Diese konnten gesammelt und kostenlos gegen attraktive, hochwertige



Mit einer Tasche und einem persönlichen Dank setzte die Kampagne ein Zeichen gegen den Einkaufstourismus.



Schweizer Milch? Natürlich! Weshalb denn? Im Swissmilk-Magazin war es ausführlich nachzulesen.



Artikel im Swissness-Look oder gegen Ausflugs Gutscheine eingetauscht werden. Im Juni lag der Coopzeitung das Magazin «Swissmilk inside» bei. Rund 2,6 Millionen Haushalte konnten sich damit über den gesundheitlichen Stellenwert der Milch, über die Merkmale der Schweizer Herkunft und über die Sammelpromotion informieren. Im Juli erhielten über 1,27 Millionen Haushalte in den Grenzregionen eine Einkaufstasche mit einem persönlichen Dank fürs Einkaufen in der Schweiz. Und ein Tassen-Malwettbewerb für Schulkinder setzte schliesslich einen sympathischen Schlusspunkt. Flankiert war die Kampagne von Inseraten, POS-Werbung, Online-Aktivitäten und Medienarbeit. Ohne Solidarität wäre das alles aber nicht möglich gewesen. Die Freude war daher gross, dass viele bedeutende Partner entlang der ganzen Wertschöpfungskette die Promotion aktiv mittrugen.

Erfolg nachgewiesen

Der Einsatz lohnte sich: Die Bevölkerung beachtete die Kampagne sehr stark und nahm sie als sympathisch und glaubwürdig wahr. Die über 120'000 bestellten Prämien übertrafen die Erwartungen und Kampagnenziele bei weitem. Swissmilk ist überzeugt, den Verkauf einheimischer Milch und Milchprodukte angekurbelt, die Konsumentinnen und Konsumenten für die Schweizer Herkunft sensibilisiert, den Werkplatz Schweiz gestärkt, dem Einkaufstourismus entgegen gewirkt und die Image- und Wissensziele der Milch gestärkt zu haben.



Freizeitartikel, Haushaltszubehör, Ausflugs Gutscheine – das Prämienangebot war attraktiv und vielfältig. Konsumentinnen und Konsumenten beteiligten sich rege an der Sammelpromotion. 120'000 verschickte Prämien zeugen davon.

Schulkinder konnten zum Abschluss der Kampagne Tassen kreieren und als exklusives Einzelstück anfertigen lassen.

Marktordnung

Seit dem Rückzug des Bundes aus dem Milchmarkt ist es Aufgabe der Akteure und der Branche, mehr Stabilität ins System zu bringen. Die Massnahmen und Vorgaben verschiedener Organisationen werden vom Bund mit der Ausdehnung auf Nichtmitglieder unterstützt (Allgemeinverbindlichkeit).

Standardvertrag und Segmentierung

Die Milchmenge, die jeder einzelne Milchproduzent verkaufen will, kann er frei mit seinem Abnehmer vereinbaren. Für alle Akteure verbindlich geregelt sind dagegen einige Eckpunkte des Standardvertrags für den Erst- und den Zweitmilchkauf. Kernelement des Standardvertrags ist die produktspezifische Zuordnung des Rohstoffs Milch in Abhängigkeit des Verkaufspunktes. Diese Einteilung je nach Segment dient der Stabilisierung des Schweizer Milchmarkts. Für die Segmentierung gilt die folgende Einteilung:

- A-Segment: Milchprodukte mit hoher Wertschöpfung (geschützt oder gestützt) – u.a. Konsummilch, Butter, Jogurt, verkäste Milch (ausser verkäste Industriemilch Export);
- B-Segment: Milchprodukte mit eingeschränkter Wertschöpfung resp. höherem Konkurrenzdruck (ungeschützt und ungestützt) – u.a. Quark, Jogurt Export, Magermilchpulver Export, verkäste Industriemilch Export;
- C-Segment: Regulier- resp. Abräumprodukte ohne Beihilfe – u.a. Butter Export, Vollmilchpulver Export.

Die Details der Segmentierung sind ersichtlich auf der Homepage der BO Milch: www.ip-lait.ch.

Die Abstufung erlaubt unterschiedliche Preise nach Segment, was der Wertschöpfungsoptimierung dient.

Richtpreis für Milch im A-Segment

Der Richtpreis für Milch im A-Segment wird vom Vorstand der BO Milch gemäss dem folgenden Modell festgelegt:

- 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 Bundesamtes für Landwirtschaft.
- Eine Anpassung des Richtpreises erfolgt im Normalfall nur dann, wenn der errechnete Richtpreis mehr als 1,5 Rappen pro Kilogramm vom geltenden Richtpreis abweicht.
- 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 Detailhandel nimmt bei der Festlegung der Verkaufspreise Rücksicht auf den Richtpreis. Es brauchte 2015 sehr grosse Anstrengungen, um den A-Richtpreis konstant zu halten. Dank den erfolgreichen Verhandlungen der Milchproduzenten im Rahmen der BO Milch konnten die Preise im Detailhandel nach der Anpassung per 1. Januar weitgehend gehalten werden. Sonst wäre der Preis für Molkereimilch 2015 noch stärker unter Druck geraten.

Aktuell geltende gesetzliche Grundlagen

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

- Grenzschutz mit Einschränkungen gemäss WTO für Milch und Milchprodukte (ausser Käse gegenüber der EU);
- Verkäusungszulage und Siloverzichtszulage;
- Beiträge für den Export von landwirtschaftlichen Rohstoffen in verarbeiteten Produkten («Schoggi-gesetz»);
- Qualitätsförderung im Rahmen der Milchprüfung;
- Absatzförderungsmittel des Bundes (und zusätzlich Allgemeinverbindlichkeit für die Beiträge der Produzenten);
- Allgemeine Vorgaben zu den Milchkaufverträgen;
- Aufzeichnungs- und Rapportierungspflicht.

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

Emmentaler AOP: Mengensteuerung

Im Mai 2015 ist die bestehende Allgemeinverbindlichkeit für die Mengensteuerung beim Emmentaler AOP ausgelaufen. Wegen dem starken Franken, dem Russland-Embargo und dem dadurch verstärkten Angebotsdruck in der EU hatte der Emmentaler auch 2015 mit Verkaufsrückgängen im EU-Raum zu kämpfen. Damit die Sortenorganisation Emmentaler Switzerland an der Premiumstrategie festhalten kann, hat sie im Herbst beschlossen, beim Bundesrat erneut ein Gesuch um Erklärung der Allgemeinverbindlichkeit einzureichen.

Marktlage und Milchverkauf

Der schweizerische Milchmarkt war im Berichtsjahr 2015 geprägt von tiefen Milchpreisen. Der Preisdruck ist in erster Linie auf das tiefe Preisniveau im Ausland und den gegenüber dem Euro starken Franken zurückzuführen. Die Produktion war zwar um 1,5 Prozent tiefer als im Vorjahr, aber immer noch auf hohem Niveau. Die Käsereimilch war vom Preisdruck deutlich weniger betroffen.

Tiefe Preise für Molkereimilch

Der von den Schweizer Milchproduzenten kalkulierte Standard-Produzentenpreis für eine Milchlieferrung von 180'000 Kilogramm sank bis Ende 2015 auf 55,42 Rappen (Durchschnitt der 12 Vormonate). So tief war der Preis letztmals Mitte der sechziger Jahre. Im Vergleich zum Sommer 2014 ist der Preis um fast 10 Rappen gesunken.

Die Gründe für diese Entwicklung sind recht vielfältig:

- Per 1. Januar 2015 ist der Richtpreis für A-Milch von der BO Milch aufgrund der Marktentwicklung um 3 Rappen gesenkt und auf 68 Rappen festgelegt worden.
- Die Aufhebung der Wechselkursuntergrenze Franken–Euro hat den Preisdruck bei den Produkten in den B- und C-Segmenten massiv erhöht. Aufgrund des Käsefreihandels mit der EU kamen aber auch zahlreiche Produkte im A-Segment unter Druck.
- Die eingelieferten Milchmengen waren in der Schweiz weiterhin auf einem hohen Niveau. Dies hatte zur Folge, dass ein grösserer Anteil der Milch zu Produkten mit einer geringeren Wertschöpfung verarbeitet wurde.
- Weltweit sind die Preise bereits seit Frühjahr 2014 im Sinkflug. Kleine Preisanstiege waren 2015 nur von kurzer Dauer. Im Zusammenhang mit der Aufhebung der Milchquotenregelung ist die Milchproduktion in der EU stark angestiegen.

Preisdruck bei Käsereimilch wesentlich geringer

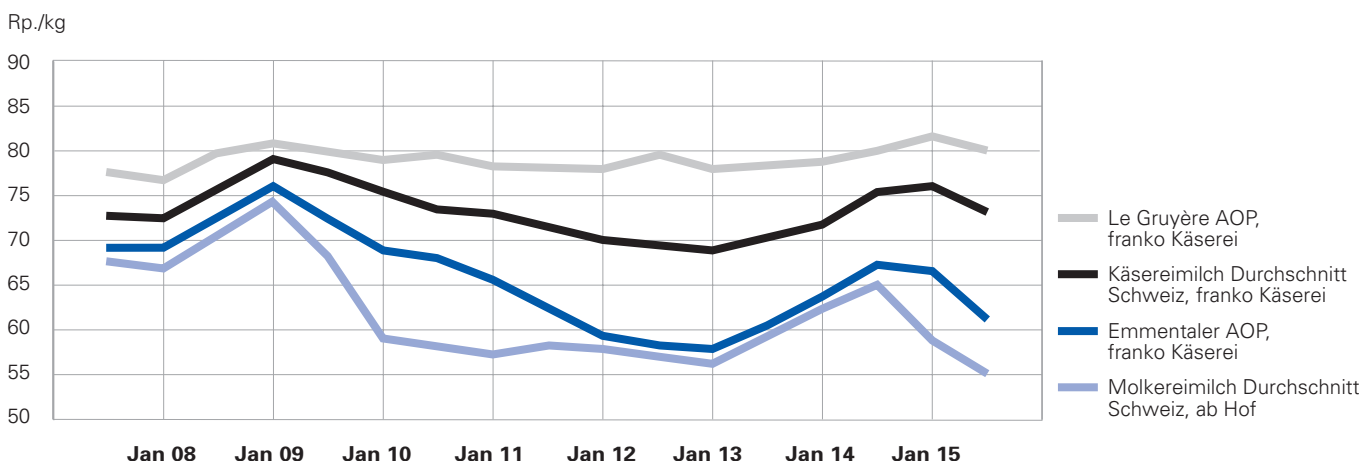
Auch bei der silofreien Milch ist 2015 nach dem relativ guten Vorjahr der Milchpreis unter Druck geraten. Franko Käserei wurden im Durchschnitt 72,80 Rappen bezahlt. Mit einem Minus von 3,31 Rappen ist der Rückgang aber wesentlich geringer als bei der Molkereimilch. Bei Le Gruyère AOP wurden 2015 etwas weniger als 80 Rappen bezahlt (exkl. Siloverzichtszulage von 3 Rp.). Weiterhin unbefriedigend ist die Situation beim Emmentaler AOP. Hier wurden franko Käserei 2015 rund 61 Rappen bezahlt.

Wichtiger Aussenhandel

Der Aussenhandel mit Käse, verarbeiteten Milchprodukten und Dauermilchwaren spielte auch im Jahr 2015 eine bedeutende Rolle für den Milchmarkt. Bei einem Export von 755,0 Millionen Vollmilchäquivalenten (VMA) und einem Import von 424,3 Millionen VMA resultierte ein Exportüberschuss von 330,6 Millionen VMA (-41,0 Mio. VMA bzw. -11,0% gegenüber 2014). Das Nettoexportvolumen betrug 9,5 Prozent der schweizerischen Milchmenge. Aus der Aussenhandelsbilanz hat die schweizerische Milchproduktion rund 1,2 Prozent der Produktion verloren.

Deutlich zurückgegangen ist das Nettoexportvolumen bei Dauermilchwaren (-16,7 Mio. VMA), verarbeiteten Lebensmitteln (-15,5 Mio. VMA) und Milchlieferrung (Butter und Rahm insgesamt -4,3 Mio. VMA). Weiter unter Druck ist der Käse. Die Importe sind hier auch 2015 stärker angestiegen (+5,3 Mio. VMA) als die Exporte (+3,3 Mio. VMA).

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



Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Milchproduktion

Im Kalenderjahr 2015 produzierten 21'765 Betriebe 3'486'177 Tonnen Milch oder 1,5 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Zahl der Milchproduzenten nahm um 3,7 Prozent ab. 2'267 Betriebe produzierten über 300'000 Kilogramm Milch und lieferten 31,3 Prozent der vermarkteten Milchmenge ab.

Milchproduktion weiterhin hoch

Im Kalenderjahr 2015 produzierten die Milchbauern 3'486'177 Tonnen Milch für die Verarbeitung in den Molkereien und Käsereien. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Rekordjahr 2014 um 54'355 Tonnen beziehungsweise 1,5 Prozent.

Die wirtschaftliche Situation war für viele Betriebe auch 2015 sehr angespannt. Die Anzahl der Betriebe ist um 832 oder 3,7 Prozent zurückgegangen.

Bei der genaueren Betrachtung der Produktionsmengen fällt Folgendes auf:

- Der Rückgang der Einlieferungen hat Anfang 2015 eingesetzt. Gegen Ende Jahr hat der Trend aber wieder gedreht. In den Monaten November und Dezember stieg die Milchproduktion gegenüber dem Vorjahr wieder an.
- Die Einlieferung pro Kuh lag um 122 Kilogramm oder 2,0 Prozent tiefer als im Vorjahr. Diese Milchmenge wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Einen grossen Einfluss haben die Qualität des produzierten Futters und die für die Kälbermast verwendete Milchmenge.

- 1'118'389 Tonnen Milch stammen von silofrei produzierenden Betrieben. Hier ging die Milchmenge im Vergleich zum Vorjahr überdurchschnittlich zurück (-23'596 Tonnen, resp. -2,07%). Insgesamt stammten 32 Prozent der Milch von silofrei produzierenden Betrieben.

Demgegenüber stammten 2'367'789 Tonnen Milch aus Betrieben mit Silofütterung. Das entspricht einem Minus von 30'762 Tonnen oder 1,28 Prozent.

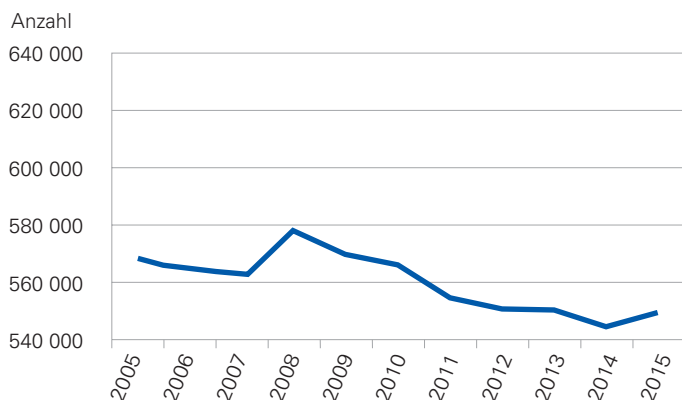
- 222'532 Tonnen Milch stammten von Biobetrieben. Das entspricht einem Plus von 1'688 Tonnen, resp. 0,76 Prozent. Biomilch hatte damit einen Anteil von 6,38 Prozent an der gesamten Milchproduktion.

Weiterhin starker Wandel in der Produktion

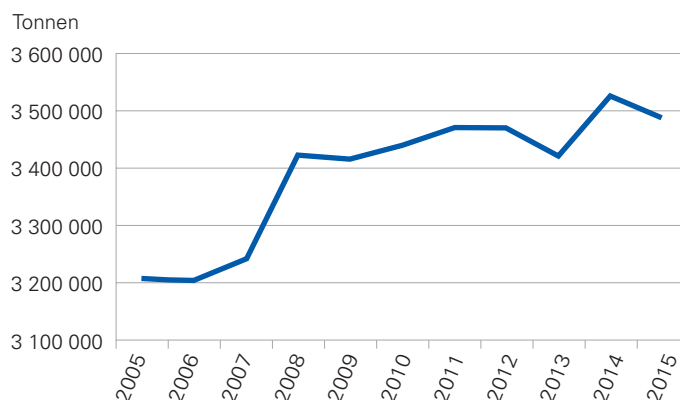
Die Milchproduktion befindet sich weiterhin in einem starken Wandel. 10,4 Prozent der Betriebe (Vorjahr 9,8%) produzieren mehr als 300'000 Kilogramm Milch. Diese 2'267 Betriebe (Vorjahr 2'213) liefern 31,3 Prozent der gesamten Milch an die Verarbeiter. Die Zahl der Betriebe mit einer Produktion von über 1 Million Kilogramm ist 2015 von 43 auf 47 gestiegen.

Auch wenn im vergangenen Jahr die eingelieferte Milchmenge pro Kuh zurückgegangen ist, ist davon auszugehen, dass der Trend der weiteren Steigerung der Menge pro Kuh weitergehen wird.

Kühe zur Verkaufsmilchproduktion 2005 bis 2015



Vermarktete Milchproduktion 2005 bis 2015



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchverarbeitung

Mit einem Verarbeitungsanteil von 41,9 Prozent blieb Käse im Jahr 2015 die wichtigste Produktgruppe. Ein Vergleich der Jahre 2011 und 2015 zeigt, dass vor allem die Milchverarbeitung zu Käse und Quark stark angestiegen ist. Der rückläufige Trend bei der Konsummilchproduktion hat sich fortgesetzt.

Käse weiterhin die wichtigste Produktgruppe

Die Verarbeitung der 3'486'177 Tonnen Milch zu den verschiedenen Produktgruppen zeigt im Jahr 2015 ein ähnliches Muster wie im Vorjahr. Mit 41,9 Prozent der gesamten verarbeiteten Milchmenge blieb Käse das wichtigste Segment. Gegenüber dem Vorjahr wurden 19,6 Millionen Milchäquivalente (MAE) beziehungsweise 1,3 Prozent weniger MAE zu Käse verarbeitet – dies bei einer um 3'475 Tonnen oder 1,9 Prozent höheren Käseproduktion. Der Hauptgrund für die unterschiedliche Entwicklung bei verarbeiteter Milchmenge und hergestellter Käsемenge ist, dass die Produktionssteigerung in erster Linie beim Frischkäse (vor allem Quark) stattfand. Der Frischkäse enthält weniger Trockensubstanz als die anderen Kategorien und entsprechend auch weniger MAE pro Gewichtseinheit.

Die zweitgrösste Produktgruppe ist Butter mit einem Verarbeitungsanteil von 16,0 Prozent (-13,0 Mio. MAE bzw. -2,3%), gefolgt von Konsummilch mit 11,3 Prozent (-13,3 Mio. MAE bzw. -3,3%), Dauermilchwaren mit 10,3 Prozent (-22,6 Mio. MAE bzw. -5,9%) und Konsumrahm mit 8,3 Prozent (+8,4 Mio. MAE bzw. +3,0%) Anteil an der Milchverarbeitung.

Insgesamt wurden im Jahr 2015 folgende Mengen an Milchprodukten hergestellt (siehe auch Seiten 33–35):

455'368 Tonnen Konsummilch (-3,4%)
308'060 Tonnen Magermilchprodukte (+4,1%)
188'806 Tonnen Käse (+1,9%)
136'654 Tonnen Jogurt (-1,3%)
106'458 Tonnen Milchspezialitäten (-1,3%)
70'461 Tonnen Konsumrahm (+2,0%)
50'109 Tonnen Milchpulver und Kondensate (-13,9%)
48'914 Tonnen Butter (-2,7%)

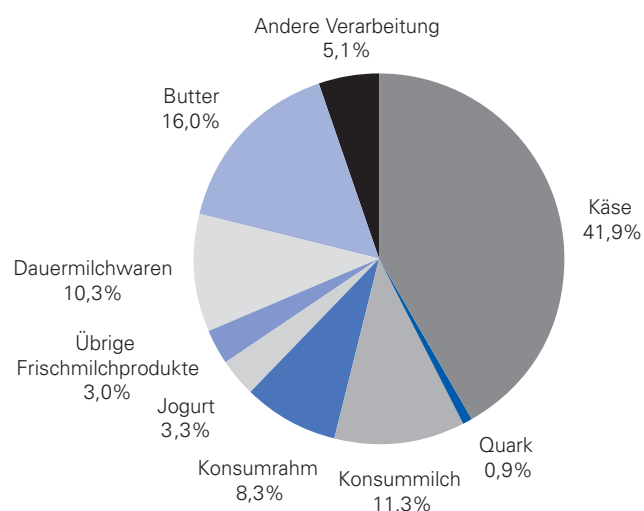
Mehr Käse, weniger Konsummilch und Butter

Der Vergleich zu 2011 zeigt vor allem einen Anstieg bei Käse und Quark. Gegenüber 2011 wurden 2015 zusätzlich 18 Millionen MAE bzw. 1,7 Prozent der gesamten Milchproduktion zu Käse verarbeitet. Die Produktion von Quark nahm um 15 Millionen MAE zu.

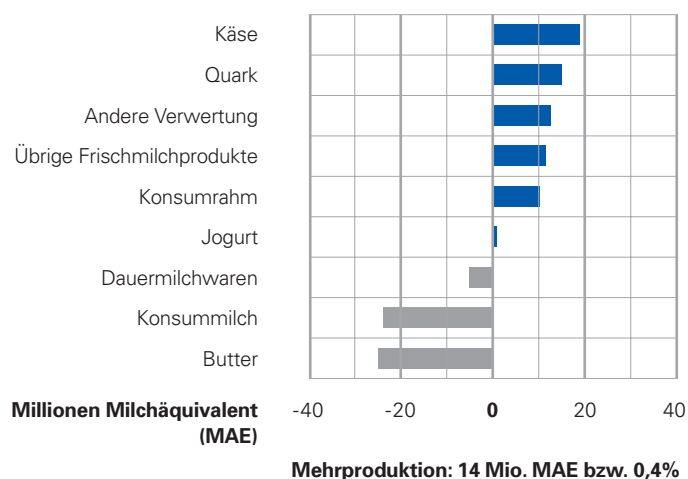
Leider weiterhin rückläufig war die Produktion von Konsummilch. Die Abnahme im Vergleich zu 2011 betrug 24 Millionen MAE bzw. 0,7 Prozent der Milchproduktion. Hauptgrund dafür sind die veränderten Konsumgewohnheiten.

Im Vergleich zu 2011 ebenfalls rund 24 Millionen MAE geringer war die Verarbeitung zu Butter.

Verarbeitung der Milch 2015



Veränderung der Milchverarbeitung 2011 bis 2015



Käseproduktion

Le Gruyère AOP hat im Jahr 2015 mit einer Produktionsmenge von 28'552 Tonnen seine Leaderstellung gefestigt. Mozzarella (23'551 t), Quark (18'964 t) und Emmentaler AOP (18'843 t) folgen auf den nächsten Plätzen. Zusammen mit Raclette Suisse® haben diese Sorten einen Anteil von 54,8 Prozent an der gesamten Käseproduktion.

Wachstum bei Mozzarella und Raclette Suisse®

Der starke Franken hat auch bei der Käseproduktion seine Spuren hinterlassen. Die schwierige Situation beim Export hat sowohl bei Le Gruyère AOP als auch bei Emmentaler AOP zu einem Rückgang der Produktion geführt. Trotzdem hält Le Gruyère AOP weiterhin unangefochten die Spitzenposition. Mozzarella hat mit einer weiteren Ausdehnung der Produktion seinen zweiten Platz gefestigt. Emmentaler AOP bleibt neben Le Gruyère AOP die mit Abstand wichtigste Sorte, die aus silofreier Milch hergestellt wird. Zusammen machen sie 25,1 Prozent der Käseproduktion in der Schweiz aus. Die beiden Traditionssorten machen zusammen mit Mozzarella, Quark und Raclette Suisse®, die alle aus Molkereimilch hergestellt werden, mit 54,8 Prozent mehr als die Hälfte der schweizerischen Käseproduktion aus (siehe auch Seite 35).

Weiterer Rückgang beim Emmentaler AOP

Im Kalenderjahr 2015 stellten die Schweizer Käsefabrikanten insgesamt 188'806 Tonnen Käse her. Dies waren 3'475 Tonnen beziehungsweise 1,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Le Gruyère AOP senkte die Produktion auf 28'552 Tonnen (-868 t bzw. -3,0%). Gesteigert wurde die Produktion beim Mozzarella auf 23'551 Tonnen (+858 t bzw. +3,8%). Eine grosse Steigerung auf 18'964 Tonnen (+4'958 t, bzw. +35,4%) gab es beim Quark. Einen erneut

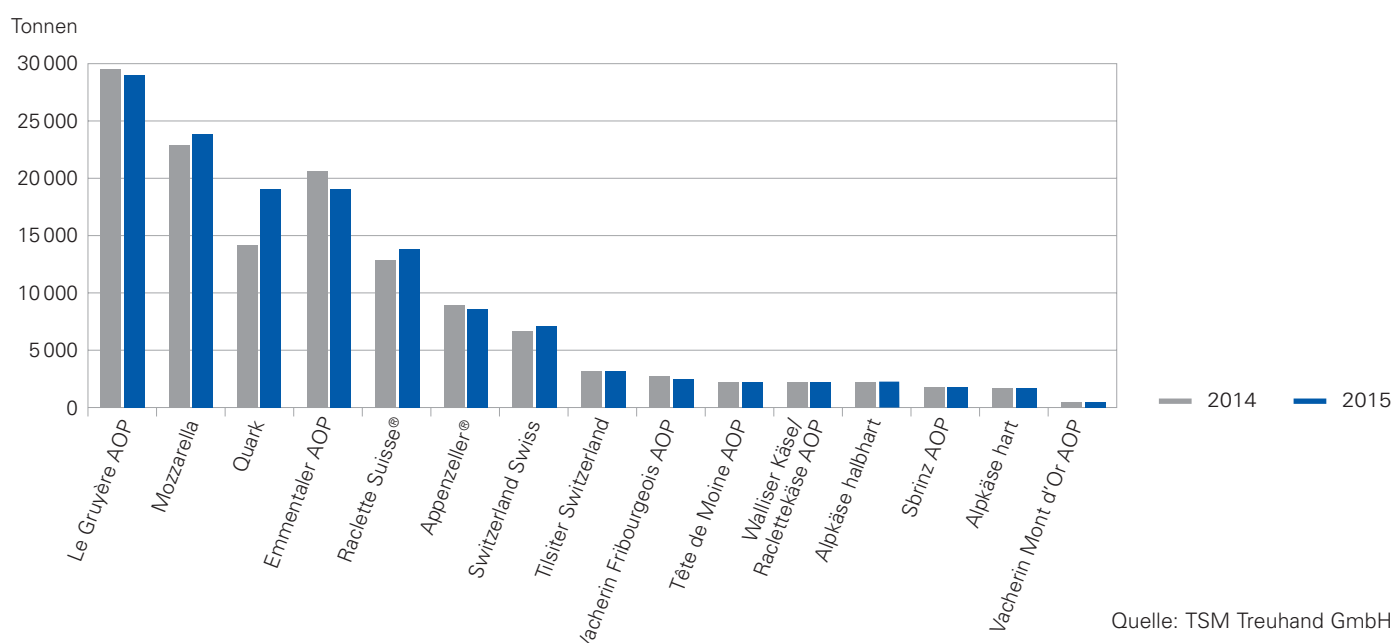
starken Rückgang verzeichnete Emmentaler AOP: minus 1'416 auf 18'843 Tonnen (-7,0%). Nach dem Rückgang vom Vorjahr gab es bei Raclette Suisse® 2015 wieder einen Anstieg um 931 auf 13'629 Tonnen (+7,3%).

Weiter gestiegen ist die Produktion von Switzerland Swiss. Er konnte mit einer Zunahme von 264 auf 6'944 Tonnen (+4,0%) seine Position hinter Appenzeller® und vor Tilsiter Switzerland festigen. Auch 2015 gingen knapp 70 Prozent der Produktion von Switzerland Swiss in den Export.

Bei den weiteren Käsespezialitäten war die Produktionsbilanz 2015 unterschiedlich. Ein leichtes Wachstum verzeichnen konnten Tilsiter Switzerland, Vacherin Mont d'Or AOP und Tête de Moine AOP.

Rückläufig war die Produktion bei Appenzeller®, Vacherin Fribourgeois AOP, Alpkäse, Walliser Raclette AOP und Sbrinz AOP.

Produktion ausgewählter Käsesorten 2014 und 2015



Delegiertenversammlung

Am 14. April hielt die SMP ihre ordentliche Delegiertenversammlung ab. Die Delegierten befanden über die ordentlichen statutarischen Geschäfte. Zudem wurden für die Periode 2015–2019 Gesamterneuerungswahlen durchgeführt.

14. April: ordentliche Delegiertenversammlung

An der ordentlichen Delegiertenversammlung bildeten Wahlen, die Abnahme der statutarischen Geschäfte und umfassende Informationen zum Milchmarkt, zur Agrarpolitik und zum Milchmarketing die Schwerpunkte. Die Delegierten stimmten den statutarischen Geschäften zu. So genehmigten sie die konsolidierte Jahresrechnung 2014 und entlasteten die Organe diskussionslos.

Gesamterneuerungswahlen

Im Rahmen der Gesamterneuerungswahlen bestätigten die Delegierten die bisherigen und die neuen Vorstandsmitglieder für die Amtsperiode 2015 bis 2019. Neu in den Vorstand der SMP gewählt wurden Ernst Bachmann (VMMO), Karl Häcki (VMMO), Thomas Hirsbrunner (BEMO) und Christophe Noël (FSFL). Alfred Preisig (VMMO) und Jürg Dummermuth (BEMO) wurden neben den bisherigen als neue Suppleanten des Vorstandes gewählt.

Präsident Hanspeter Kern und die beiden Vizepräsidenten René Vonlanthen und Ruedi Schnyder wurden ebenfalls diskussionslos für vier weitere Jahre bestätigt.

Finanzierungsbeschlüsse

Gemäss Beschluss der Delegierten erheben die Mitgliedsorganisationen auf der von den angeschlossenen Produzenten vermarkteten Milch in der Periode vom 1. Mai 2015 bis 30. April 2016 folgende Beiträge pro Kilogramm Milch:

- Marketingfonds: 0,525 Rappen*
- Basismarketing Schweizer Käse: 0,2 Rappen*
- Beitrag Marktstabilisierung: 0,35 Rappen**
- Finanzierung der Interessenvertretung SMP: 0,15 Rappen
- Inkasso Beitrag Schweizer Bauernverband: 0,04 Rappen

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

** Beschluss a.o. DV vom 6. November 2014

Anspruchsvoller Weg aus dem Wellental

Die Schweizer Milchproduzenten stehen wegen der ungünstigen Währungssituation, der neuen Ausrichtung der Direktzahlungen und durch den gegenwärtigen Preisdruck auf dem Milchmarkt unter sehr hohem wirtschaftlichen Druck. «Es geht darum, den Schaden für die Milchproduktionsbetriebe und die Milchwirtschaft Schweiz zu

minimieren», betonte SMP-Präsident Hanspeter Kern in seinem Eröffnungsreferat. Die SMP als Dachorganisation aller Schweizer Milchproduzenten hat in dieser unerfreulichen Situation verschiedene Massnahmen und Forderungen an die Hand genommen:

- Die Forderung an die Politik zur Aufstockung des «Schoggigesetz-Nachtragskredites» wurde deutlich bekräftigt. Im Weiteren erwarten die Milchproduzenten zusätzliche Absatzförderungsmittel für ausserordentliche Massnahmen im Inland und für den Käseexport.
- Die SMP setzt sich beim Detailhandel und den Milchverarbeitern mit Vehemenz gegen unnötige Preissenkungen auf dem Rücken der Milchproduzenten ein.
- Innerhalb der Branchenorganisation Milch setzen sich die SMP-Vertreter zusammen mit den weiteren Produzenten für eine klare und konsequente Umsetzung der Reglemente zur Segmentierung der Milchmengen ein.
- Die SMP hat beschlossen, die Marktstabilisierungsmassnahmen über die Firma LactoFama AG weiter umzusetzen. Insbesondere wird damit die kurzfristig frei verfügbare (C-) Milch vor allem auch aus den Käsereien vom Markt genommen («Einschränkungsmilch»).
- Das Swissmilk-Marketing hat kurzfristig ein Projekt «Swiss milk inside» lanciert, welches die Konsumentinnen und Konsumenten für den Kauf von Milchprodukten aus Schweizer Milch sensibilisieren und animieren soll.
- Die generelle Situation verdeutlicht aber eindrücklich, dass sich mittelfristig eine Verbesserung der politischen Rahmenbedingungen für eine standortgerechte und nachhaltige Milchproduktion im Gras- und Milchland Schweiz grundlegend aufdrängt.

Regionaltagungen

Die SMP informierte vom 16.–18. November 2015 an den Regionaltagungen in Wangen an der Aare BE, in Illnau ZH und in Fiez VD über die aktuelle Situation am Markt und in der Politik. Die Regionaltagungen richten sich an die SMP-Delegierten und an Entscheidungsträger. Sie werden als Ersatz für die bisherige Herbst-Delegiertenversammlung durchgeführt.

Der Vorstand der SMP hat vor zwei Jahren beschlossen, die Herbst-Delegiertenversammlung durch regionale Informationstagungen zu ersetzen. Ziel ist es, in den Regionen mit den Mitgliedern über die aktuelle politische Lage, die Marktsituation und die wichtigsten Aktivitäten der SMP zu diskutieren.

Bauernkundgebung in Bern

An allen drei Tagungen wurde deutlich aufgerufen, die Anliegen des Schweizer Bauernverbands zu unterstützen und am 27. November 2015 auf dem Bundesplatz in Bern zu erscheinen, um die Budgetkürzungen bei den Bundesmitteln zulasten der Landwirtschaft zu verhindern.

Schweiz mit dem internationalen Markt verbunden

Der Währungsschock ist noch nicht verdaut. Angesichts des starken Frankens ist der Export von Schweizer Milchprodukten in die Euro-Länder weiterhin schwierig und als Folge davon steigt der Importdruck. Die Tatsache, dass der europäische Markt selber auch schwierig ist, verstärkt diesen Effekt. Es muss davon ausgegangen werden, dass die Situation vor Sommer 2016 kaum besser wird. Aus diesem Grund ist es zentral, dass die Akteure, trotz zum Teil sehr unterschiedlichen Ansichten, gemein-

sam auftreten. Nur so können Verhandlungen zum Richtpreis der BO Milch erfolgreich geführt und die Marktstabilisierungsmassnahmen wirkungsvoll umgesetzt werden.

Politische Rahmenbedingungen

In den kommenden Jahren gibt es für die Milchproduzenten in der Schweiz drei zentrale Herausforderungen:

- der Grenzschutz muss erhalten bleiben
- die Bundesmittel für das Agrarbudget sowie für das Schoggigesetz sind auf dem Niveau 2015 zu halten
- die Agrarpolitik soll zu einer ausgewogenen Mittelverteilung und einer Vereinfachung der Administration weiter entwickelt werden.

«Swiss milk inside» läuft sehr gut

Den anwesenden Vertretern der Milchproduzenten wurde das Basismarketing für die Milch und die Milchprodukte mit den wichtigsten Massnahmen vorgestellt. Im Speziellen zeigt es sich, dass die Kampagne «Swiss milk inside», welche als Reaktion zur Aufgabe des Euromindestkurses gestartet wurde, äusserst gut läuft und den Absatz von Milch und Milchprodukten sichert.



An den drei Regionaltagungen in Illnau, Aarwangen und Fiez fand ein reger Informationsaustausch statt.

Vorstand

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP traf sich im Geschäftsjahr 2015 zu acht ordentlichen Sitzungen. Auf die Freigabe des Franken-Euro-Wechselkurses hat der Vorstand mit einer Marketingoffensive reagiert. An zwei Klausurtagungen waren die strategische Ausrichtung des Verbands und die Agrarpolitik die Hauptthemen.

22. Januar: Freigabe Wechselkurs Franken-Euro

- Der Vorstand diskutiert intensiv über die Auswirkungen der Freigabe des Franken-Euro-Wechselkurses. Die Situation für die Milchproduzenten ist sehr schwierig und die Milchbranche steht vor gewaltigen Herausforderungen.

Die Forderungen an die Politik werden zusammen mit der Branche und dem SBV diskutiert, konkretisiert und bei den Behörden eingereicht.

- Bundesbudget 2015 und Massnahmen: Mit einem Schreiben an Frau Bundesrätin Widmer-Schlumpf zum Nachtragskredit I (Schoggigesetz) fordert die SMP, dass der Nachtragskredit gesprochen wird. Die Wechselkurs-Freigabe erhöht die Dringlichkeit zusätzlich.
- Auswirkungen der AP 2014–17: Die SMP beteiligt sich an einer schriftlichen Umfrage des SBV mit eigenen zusätzlichen Fragen zur Milchproduktion. Parallel dazu sollen Erhebungen bei den regionalen Milchproduzentenorganisationen durchgeführt werden.

11. März: Vorbereitung Delegiertenversammlung

- Das Swissmilk-Marketing wird mit der Umsetzung einer Marketingoffensive für Schweizer Milchprodukte im Zusammenhang mit dem Euro-Wechselkurs beauftragt.

Die am 11. Dezember 2014 bewilligten Marketingmassnahmen und Budgetmittel 2015 werden teilweise angepasst und für die Planung und Durchführung der Sondermassnahmen «Euro-Wechselkurs» verwendet.

- Der Vorstand bereitet die Geschäfte der Frühjahrs-Delegiertenversammlung vor. Er verabschiedet die Anträge zur Genehmigung der Jahresrechnung 2014 und des Geschäftsberichts 2014.
- Marktstabilisierung: Inkasso und Mittelfreigabe LactoFama: Der Vorstand nimmt Kenntnis vom Stand und beschliesst eine weitere Mittelfreigabe aus dem Milchstützungsfonds der SMP zugunsten der Massnahmen von LactoFama für 2015.
- Der Vorstand verabschiedet verschiedene Stellungnahmen: nationale Strategie Antibiotikaresistenzen, StAR; Teilrevision Tierarzneimittelverordnung (TAMV) und Arzneimittel-Werbeverordnung (AMV); Revision Gewässerschutzverordnung.
- Der Vorstand stimmt der Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit für Massnahmen der Basiskommunikation «Gut, gibt's die Schweizer Bauern» des SBV für den Bereich Viehwirtschaft (ohne Verkehrsmilch) mit dem Einzug des Beitrages über die Abgabe auf der Ohrmarke durch die Identitas AG zu.

7. Mai: Umfrage AP 2014–17

- Der Vorstand beschliesst, zur Überprüfung der Strategie im September 2015 eine Klausurtagung durchzuführen.
- Umfrage AP 2014–17: Die Ergebnisse werden eine wichtige Grundlage für die politischen Forderungen sein. Es ist vorgesehen, dass der SBV einen Bericht über die gesamten Rückmeldungen erstellen wird und die SMP die spezifischen Ergebnisse der Milchproduzenten zusammenstellen wird.
- Der Vorstand verabschiedet eine Stellungnahme zur Revision des Raumplanungsgesetzes.
- Der Vorstand nimmt Kenntnis vom Stand der Arbeiten zur Sondermassnahme «Swiss milk inside».
- Der Vorstand wählt Herrn Reto Burkhardt zum neuen Leiter der Stabsstelle Kommunikation der SMP.

18. Juni: Weiterführung Profi-Lait

- Der Vorstand diskutiert die Marktlage. Von Februar bis Mai 2015 hat LactoFama den Milchmarkt um rund 67,5 Millionen Kilogramm C-Milch resp. um 3'425 Tonnen Butter entlastet.
- Die Stellungnahme der SMP zum Agrarpaket Herbst 2015 wird verabschiedet.
- Der Vorstand stimmt der Weiterführung von Profi-Lait mit dem eingeleiteten verstärkten Fokus auf die Bedürfnisse der Praxis zu. Zur Mitfinanzierung wird zulasten der Verbandsrechnung ein Beitrag von 50'000 Franken pro Jahr in der Periode 2016–2019 gesprochen. Die Mitfinanzierung durch das BLW und die weiteren Träger beträgt ebenfalls 50'000 Franken pro Jahr.

13. August: Stabilisierung Milchmarkt

- Der Vorstand diskutiert eingehend über die momentane Lage auf dem Milchmarkt und lässt sich über den aktuellen Stand der Massnahme zur Marktstabilisierung (LactoFama) und der Marketingmassnahme «Swiss milk inside» informieren.
- Der Vorstand nimmt zur Kenntnis, dass 94 Prozent der Mitglieder den Beitrag «Saisonale Marktstabilisierung» bezahlen. Mit den übrigen laufen Gespräche gemeinsam mit den betroffenen Mitgliedsorganisationen. Es ist ein möglichst einheitliches Vorgehen durch die Mitgliedsorganisationen festzulegen, wie mit Mitgliedern, die einen Teil der Beiträge nicht bezahlen, zu verfahren ist.

24. September: Milchmarkt und Massnahmen

- Klausurtagung vom 1. September 2015: Die Zusammenfassung der Ergebnisse und des Fazits der Klausurtagung werden verabschiedet. Die Segmentierung wird als wichtig eingeschätzt, das System ist aber zu verbessern. Wichtig ist auch die Kommunikation des Systems gegenüber den Produzenten. Der A-Richtpreis der BO Milch ist insbesondere auch gegenüber dem Handel wichtig.
Das Thema «Einflussnahme auf Menge» wird durch die Geschäftsstelle aufgearbeitet.
- Der Vorstand diskutiert intensiv über die momentane Situation auf dem Markt und beschliesst, nach der Vorstandssitzung eine Medienmitteilung zu publizieren zum Thema «Spielraum zur Verbesserung des Milchpreises ist zu nutzen!».
- Der Vorstand verabschiedet die Stellungnahme zur Revision der Verordnung zum neuen Lebensmittelgesetz.

3. November: Massnahmen Marktstabilisierung

- Anstelle einer zweiten Klausurtagung findet am Mittwoch, 16. Dezember 2015, ein Treffen mit BLW-Direktor Bernard Lehmann statt, an dem über die Ausrichtung der Agrarpolitik informiert und diskutiert wird.
- Massnahmen zur Marktstabilisierung/LactoFama: Für den Fall, dass sich die Aktionäre von LactoFama AG für die Finanzierungsvariante für 2016 vom 1.1. bis 31.12.2016 entscheiden, wird der SMP-Delegiertenversammlung vom 12. April 2016 eine Ergänzungsfinanzierung vom 1. Mai bis mindestens 31. Dezember 2016 unterbreitet. Der abschliessende Entscheid liegt unverändert bei der DV der SMP.
- Schoggigesetz: Innerhalb der Branche besteht mit Blick auf die WTO-Ministerkonferenz Einigkeit, dass am Schoggigesetz festzuhalten ist. Ebenso werden die Prioritäten zur Budgetdebatte 2016 zugunsten eines Kredites im Rahmen des Schoggigesetzes zur Kenntnis genommen.

9. Dezember: Genehmigung der Budgets 2016

- Der Vorstand informiert sich über die geplanten Aktivitäten im Jahr 2016 und genehmigt die Budgets für das Milchmarketing, den Milchstützungsfonds und den Verband.
- Der Vorstand beschliesst die Mittelfreigabe für Massnahmen zur Marktstabilisierung (LactoFama) für die Periode von Januar 2016 bis und mit April 2016 im Sinne der Beschlüsse der a.o. Delegiertenversammlung vom 25. November 2014.
- Massnahmen Agrar- und Wirtschaftspolitik: Die gemeinsamen Anliegen der Milchproduzenten werden an der Tagung vom 16. Dezember 2015 mit BLW-Direktor Bernard Lehmann eingebracht.
- Eckwerte Milchkauf: Der Vorstand genehmigt die revidierte Vereinbarung zur Ausgestaltung der Milchkaufverträge.

Vorstandsausschuss

Der fünfköpfige Vorstandsausschuss trat dreimal zusammen. Er entschied in Personalfragen beziehungsweise bereitete diese zu Händen des Vorstands vor, befasste sich mit der Vermögensanlage, behandelte Geschäfte der SMP-Vorsorgestiftung und bereitete weitere Geschäfte vor.

Kommission Käseiremilch

Die Kommission Käseiremilch traf sich zu vier Sitzungen. Sie ist ein wichtiges Gremium, um die Interessen der silofreien Milchproduktion zu bündeln. Wichtige Themen waren unter anderem die sortenspezifischen Beschlüsse und Massnahmen nach Aufhebung des Euromindestkurses, die Milch- und Käsequalität sowie die gemeinsamen Eckwerte in den Milchkaufverträgen.

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2015

Die Jahresrechnung 2015 liegt auf konsolidierter Basis mit dem ausgewiesenen Ergebnis einer «roten Null» in den Budgetvorgaben. Der konsolidierte Verlust beträgt -0,04 Millionen Franken bei einem vorgesehenen Budgetwert von -0,02 Millionen Franken.

Auf operativer Ebene zeigt das Betriebsergebnis (EBIT) über die 3 Teilrechnungen wie in den Vorjahren und wie für 2015 budgetiert ein deutliches Minus. Das für 2015 erzielte operative Resultat von -2,0 Millionen Franken liegt hinter dem Budgetwert von -1,5 Millionen Franken. Das Budget hat eine ansteigende Milchmenge zugrunde gelegt, eingetreten ist ein Rückgang.

Bedeutend war der Entscheid der Schweizer Nationalbank SNB vom 15. Januar 2015, den Euro-Mindestkurs von 1,20 aufzugeben. Ein ausserordentlicher Handlungsbedarf wurde ausgelöst. Das SMP-Marketing hat in kürzester Zeit mit einem einmaligen Effort zur Abfederung der Auswirkungen bei Schweizer Milch und Milchprodukten die Kampagne «Swiss milk inside» geschaffen. Trotz grossen Unsicherheiten und Unbekannten bei diesem bedeutenden Projekt und dem schliesslich eindrücklichen Erfolg der Massnahme wurde fortlaufend das finanzielle Gleichgewicht gewährleistet. Mit einer ausserordentlichen Zusatzfinanzierung hat das BLW die breit angelegte Massnahme mitgetragen.

Abgestützt auf die ausserordentliche SMP-Delegiertenversammlung vom 25.11.2014 wird seit Dezember 2014 für die saisonale Marktstabilisierung bei Mitgliedern der Beitrag von 0,35 Rappen pro Kilogramm vermarktete Milch erhoben. Bis Ende Dezember 2015, somit für 13 Monate, erreichen die fakturierten und die vereinnahmten Beiträge unter Berücksichtigung einer «Sicherheitsmarge» ein Volumen von 11,2 Millionen Franken. Der SMP-Vorstand hat für 2015 mit 2 Beschlüssen 10,0 Millionen Franken freigegeben. Beansprucht wurden davon effektiv 9,7 Millionen Franken für saisonale Massnahmen der LactoFama AG. Erfolgsneutral und zweckgebunden ist bilanzseitig der verfügbar bleibende Saldo passiviert.

In einem aussergewöhnlichen Marktumfeld u.a. mit Negativzinsen ist ein Netto-Finanzergebnis von 1,2 Millionen Franken erreicht worden. Darin enthalten sind eine Auflösung von Wertschwankungsreserven von 0,2 Millionen Franken und realisierte Kursgewinne auf Aktienverkäufen von 0,2 Millionen Franken. In das Finanzergebnis fliessen grundsätzlich keine nicht realisierten Kursgewinne, demgegenüber aber nicht realisierte Kursverluste. Seit 2012 erfolgt die Bewertung der Wertschriften gemäss dem Imparitätsprinzip. Einen ansteigenden Beitrag zur Abdeckung des operativen Betriebsverlustes leistet mit 0,5 Millionen Franken der Liegenschaftserfolg. Einen einmaligen positiven Sondereffekt bewirkt der erstmalig in der Bilanz eingestellte Warenwert des SMP-Marketings im Umfang von 0,4 Millionen Franken.

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2015

Aktiven (in 1 000 CHF)	2015	%	2014	%
Flüssige Mittel – zweckgebunden CHF 8,8 Mio. (DV 14.04.2004)	48 691	48,2	54 143	55,7
Kurzfristig gehaltene Aktiven mit Börsenkurs	16 056	15,9	16 913	17,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	14 117	14,0	10 133	10,4
Übrige kurzfristige Forderungen	680	0,7	334	0,3
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	415	0,4		
Aktive Rechnungsabgrenzungen	5 733	5,7	4 705	4,8
Total Umlaufvermögen	85 692	84,8	86 228	88,7
Finanzanlagen	1 626	1,6	1 629	1,7
Beteiligungen	92	0,1	107	0,1
Mobile Sachanlagen	704	0,7	787	0,8
Grundstücke und Bauten	12 720	12,6	8 177	8,4
Immaterielle Werte (Software)	183	0,2	288	0,3
Total Anlagevermögen	15 324	15,2	10 988	11,3
Total Aktiven	101 017	100,0	97 216	100,0
Passiven (in 1 000 CHF)				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9 076	9,0	6 051	6,2
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	599	0,6	632	0,7
Passive Rechnungsabgrenzungen	3 246	3,2	3 506	3,6
Kurzfristige Rückstellungen	1 015	1,0	996	1,0
Total kurzfristiges Fremdkapital	13 937	13,8	11 185	11,5
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	125	0,1	155	0,2
Rückstellungen sowie vom Gesetz vorgesehene ähnliche Positionen	9 756	9,7	8 642	8,9
Total langfristiges Fremdkapital	9 881	9,8	8 797	9,0
Genossenschaftskapital	3 000	3,0	3 000	3,1
Fondskapital	27 114	26,8	27 703	28,5
Kumulierte Gewinne aus dem Vorjahr	47 121	46,6	46 831	48,2
Jahresgewinn (+) -verlust (-)	-37	0,0	-299	-0,3
Total Eigenkapital	77 198	76,4	77 235	79,4
Total Passiven	101 017	100,0	97 216	100,0

Konsolidierte Bilanz

Auf den Bilanzstichtag per 31.12.2015 hat sich die Bilanzsumme aufgrund des zusätzlichen Beitragsvolumens aus dem Inkasso «Saisonale Marktstabilisierung» um rund 4,0 Millionen Franken erhöht. Aktivseitig widerspiegelt sich ebenfalls der Zugang der neu Ende Jahr erworbenen Wohn- und Geschäftsliegenschaft St. Alban-Vorstadt 110 in Basel. Eine Verschiebung von den flüssigen Mitteln zu den Grundstücken & Bauten ist ersichtlich. Dies hat auch zur Erhöhung des Anlagevermögens auf rund 15 Prozent der Bilanzsumme geführt.

Die Liquiditätssituation darf weiterhin als stabil und vorsichtig ausgerichtet bezeichnet werden. Das handelsrechtliche Bilanzbild präsentiert sich gesund. Dem Umlaufvermögen von gegen 86 Millionen Franken steht ein kurzfristiges Fremdkapital von leicht weniger als 14 Millionen Franken gegenüber. Bei der Mittelanlage wird weiterhin der Substanzerhaltung gegenüber risikoträchtigen Renditeoptimierungen eine höhere Priorität eingeräumt. Der Anteil des Umlaufvermögens macht rund 85 Prozent der Bilanzsumme aus. Die Passivseite ist geprägt durch ein gesundes Verhältnis zwischen kurz- wie langfristigem Fremd- und Eigenkapital. Finanzierungen können alleine mit eigenen Mitteln erfolgen, was auch beim Erwerb der Liegenschaft in Basel so vollzogen wurde. Es bestehen unverändert keinerlei zinsbelastete Fremdfinanzierungen (exkl. Leasing). Die ausgewiesene Eigenkapitalquote sank rein rechnerisch aufgrund der höheren Bilanzsumme auf 76 Prozent (Vorjahr: 79%).

Es darf festgehalten werden, dass auf konsolidierter Basis insgesamt die Budgetvorgaben und finanziellen Zielsetzungen der SMP als Leitplanken für das Geschäftsjahr 2015 eingehalten worden sind.

Teilrechnungen 2015: Verbandsrechnung

Die Verbandsrechnung weist wiederum ein negatives, operatives Betriebsergebnis (EBIT) von -1,0 Millionen Franken analog Vorjahr aus. Das Netto-Finanzergebnis zusammen mit dem Liegenschaftserfolg von rund 1,8 Millionen Franken können dieses Betriebsergebnis auffangen. Die bedeutendste Kostenposition, die Personalkosten, liegt innerhalb des Budgets. Auf der «bottom line» schliesst die Verbandsrechnung bei einem ausgeglichenen Budget mit einem Ertragsüberschuss von plus 0,6 Millionen Franken ab.

Milchstützungsfonds

Die Erfolgsrechnung 2015 des Milchstützungsfonds weist zum Vorjahr keine massgeblichen Veränderungen aus. Im Budget 2015 wurden Beiträge «Saisonale Marktstabilisierung» ausgewiesen. Aus steuertechnisch abzuleitenden Gründen ist die Beitragserhebung wie auch der anschliessende Mitteleinsatz für saisonale Massnahmen der LactoFama AG bilanzintern und somit nicht ergebniswirksam zu verbuchen.

Die Jahresrechnung schliesst mit einem Aufwandüberschuss von -0,04 Millionen Franken ab. Erfolgsneutral verhalten sich wiederum die Erträge und Aufwendungen für die Basiskommunikation Schweizer Alpkäse.

Marketingfonds

Das im Dezember 2014 verabschiedete Budget des Marketingfonds ist durch nachgelagerte Beschlüsse des SMP-Vorstandes zu Beginn des Jahres 2015 fokussiert auf die Sondermassnahme «Swiss milk inside» kurzfristig umgestellt worden.

Trotz wesentlichen, kaum und nur schwer abschätzbaren Faktoren, u.a. dem Anteil der Zusatzfinanzierung des BLW, dem Umfang der eingehenden Prämienbestellungen, der Entwicklung der Milchmenge, dem neu einzustellenden Bilanzwert des Warenlagers, liegt das Jahresergebnis von -0,6 Millionen Franken im grünen Bereich; dies insbesondere unter Berücksichtigung der Folgen des 15. Januar 2015.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2015

(in 1000 CHF)	2015	%	2014	%
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	46 950	100,0	46 760	100,0
Materialaufwand und Dritteleistungen	- 29 639	- 63,1	- 28 705	- 61,4
Bruttogewinn (+)/-verlust (-)	17 312	36,9	18 055	38,6
Personalaufwand	- 11 896	- 25,3	- 11 792	- 25,2
Übriger betrieblicher Aufwand	- 6 837	- 14,6	- 7 116	- 15,2
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (-) vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	- 1 421	- 3,0	- 853	- 1,8
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	- 617	- 1,3	- 628	- 1,3
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (-) vor Zinsen und Steuern (EBIT)	- 2 038	- 4,3	- 1 481	- 3,2
Finanzaufwand	- 355	- 0,8	- 533	- 1,1
Finanzertrag	1 557	3,3	1 370	2,9
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (-) vor Steuern (EBT)	- 837	- 1,8	- 645	- 1,4
Liegenschaftsaufwand	- 76	- 0,2	- 126	- 0,3
Liegenschaftsertrag	613	1,3	619	1,3
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	- 236	- 0,5	- 135	- 0,3
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	663	1,4	105	0,2
Gewinn (+)/Verlust (-) vor Steuern	127	0,3	- 182	- 0,4
Direkte Steuern	- 164	- 0,3	- 118	- 0,3
Jahresgewinn (+)/-verlust (-)	- 37	- 0,1	- 299	- 0,6

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Die Nettoerlöse von insgesamt 47,0 Millionen Franken werden zu 50 Prozent aus Produzentenbeiträgen, zu 17 Prozent aus Bundesmitteln (inkl. a.o. Sonderbeitrag 2015) und zu 33 Prozent aus Eigenleistungen generiert. Der Betriebs- und Materialaufwand inkl. Leistungen Dritter erreicht 48,4 Millionen Franken.

Nach Abschreibungen resultiert auf Stufe Betriebsergebnis/EBIT ein Minus von 2,0 Millionen Franken, welches durch das Netto-Finanzergebnis, den Liegenschaftserfolg und das Ergebnis des neutralen Bereichs letztlich zu einem verbleibenden Aufwandüberschuss von -0,04 Millionen Franken führt.

Lagebericht

Wesentliche Aussagen zum Lagebericht gemäss Art. 961c OR sind im Geschäftsbericht festgehalten. Im Jahresdurchschnitt 2015 bestanden 141 Vollzeitstellen. Die Durchführung einer weiteren Risikobeurteilung ist 2016 vorgesehen.

Anhang zur Jahresrechnung 2015

1. Firma, Name, Rechtsform und Sitz

Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft mit Sitz in Bern (UID-Nummer: CHE-105.903.217 MWST).

2. Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde nach dem Vorsichtsprinzip erstellt. Die vollständige Umsetzung der Vorschriften des neuen Rechnungslegungsrechts gemäss den Art. 957 bis 962 OR erfolgt mit vorliegender Jahresrechnung. Die Vorjahreszahlen wurden entsprechend angepasst.

Zum Wohle der Genossenschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:

2.1. Wertschriften des Umlaufvermögens und Wertberichtigungen

Bei den Wertschriften des Umlaufvermögens handelt es sich um börsengehandelte Titel, welche als Liquiditätsreserve dienen. Die Bewertung erfolgt seit 2012 gemäss Niederstwertprinzip höchstens zu Anschaffungswerten oder tiefer liegenden Kurswerten. Um den Einfluss von Kursschwankungen auf das Ergebnis zu reduzieren, wird eine Wertberichtigung von 7,5% auf Obligationen und 50% auf Aktien gebildet.

2.2. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Die Wertberichtigung (Delkrede) umfasst grundsätzlich eine Pauschale von 5% auf dem Bestand zuzüglich bekannter Einzelberichtigungen.

2.3. Anlagevermögen

Die Abschreibungen auf dem Anlagevermögen erfolgen nach der linearen Methode. Allfällige Sofortabschreibungen im steuerlich zulässigen Rahmen werden einzelfallmässig nach Bedarf und Ermessen durch die Geschäftsleitung beurteilt.

2.4. Rückstellungen

Die Höhe der Rückstellungen wird aufgrund einer vorsichtigen Schätzung durch die Geschäftsleitung bestimmt.

3. Angaben, Aufschlüsselung und Erläuterungen zu Positionen der konsolidierten Bilanz und konsolidierten Erfolgsrechnung

Die detaillierten Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen sind vorliegend und können vollumfänglich nachgewiesen werden. Sie bildeten unter anderem Bestandteil der Unterlagen zur ordentlichen Revision.

4. Wesentliche Beteiligungen

Emmentaler Schaukäserei AG mit Sitz in Affoltern im Emmental

Aktienkapital	4 954 000	4 954 000
Kapitalanteil - Buchwert p.m.	1 559 000	1 559 000
Stimmrechtsanteil	31%	31%

Appenzeller Schaukäserei AG mit Sitz in Stein AR

Aktienkapital	1 353 000	4 510 000
Kapitalanteil - Buchwert p.m.	414 000	1 380 000
Stimmrechtsanteil	31%	31%

Société coopérative «Laiterie de Gruyères» mit Sitz in Pringy

Genossenschaftskapital	2 020 000	2 020 000
Kapitalanteil - Buchwert p.m.	664 000	664 000
Stimmrechtsanteil	33%	33%

Schweizer Agrarmedien GmbH mit Sitz in Bern

Stammkapital	1 000 000	1 000 000
Kapitalanteil - Buchwert p.m.	300 000	300 000
Stimmrechtsanteil	30%	30%

Branchenorganisation Butter GmbH mit Sitz in Bern

Stammkapital	500 000	500 000
Kapitalanteil - Buchwert p.m.	168 000	168 000
Stimmrechtsanteil	34%	34%

Le Journal Agri Sàrl mit Sitz in Lausanne

Stammkapital	505 000	505 000
Kapitalanteil - Buchwert p.m.	104 000	104 000
Stimmrechtsanteil	21%	21%

TSM Treuhand GmbH mit Sitz in Bern

Stammkapital	270 000	270 000
Kapitalanteil/Buchwert	62 000	62 000
Stimmrechtsanteil	23%	23%

5. Mietverpflichtungen und Verbindlichkeiten aus Leasinggeschäften

	2015	2014
in den nächsten 12 Monaten fällig	1 170 872	1 179 902
in mehr als 12 Monaten fällig	6 346 353	5 402 985
	7 517 224	6 582 887

6. Sonstige Angaben

	31.12.2015	31.12.2014
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	–	238 814

7. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Prüfung der Jahresrechnung durch die Revisionsstelle am 8. Februar 2016 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten.

8. Honorar der Revisionsstelle

	2015	2014
Honorar für Revisionsdienstleistungen	61 745	67 392
Honorar für andere Dienstleistungen	8 253	18 947
	69 998	86 339

Bei den erbrachten Dienstleistungen handelt es sich im Jahr 2015 im Wesentlichen um die Beratungstätigkeit im Zusammenhang mit dem neuen Rechnungslegungsrecht sowie die Revision einer angeschlossenen Stiftung.

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, Geldflussrechnung und Anhang) der Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft für das am 31. Dezember 2015 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 entspricht die konsolidierte Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2015 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, 25. Februar 2016

Dr. Röthlisberger AG

sig. René Peterhans
dipl. Wirtschaftsprüfer
Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

sig. Hanny Meister
dipl. Wirtschaftsprüferin
Revisionsexpertin

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	38
BEBV Berner Bauern Verband Präsident Fachkommission Milch Hans Marti	Adrian Affolter (Fachkommission Milch) Milchstrasse 9 Postfach 3072 Ostermundigen	Tel. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@bernerbauern.ch www.bernerbauern.ch	18
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	22
MIBA Milchverband der Nordwestschweiz Daniel Schreiber	Christophe Eggenschwiler Andlauring 30b 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 burren.settibuch@bluewin.ch	7
FTPL Federazione ticinese produttori di latte Nello Croce	Alessandro Corti Via Gorelle 6592 S. Antonino	Tel. 091 850 27 94 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	18
PROLAI 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	12
FLV Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband Laurent Tornay	Clément Délétroz Route des Lacs 32 3960 Sierre	Tel. 027 455 69 72 Fax 027 455 69 74 clement.deletroz@flv-wmv.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 2015

Zusammensetzung der Gremien

Ehrenpräsident

Kühne Josef, Benken SG

Vorstand

Organisation

Suppleanten des Vorstandes

Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident		
Egli Hanspeter, Trachslau SZ	VMMO	Preisig Alfred, Frümisen SG
Bachmann Ernst, Flach ZH	VMMO	
Häcki Karl, Hausen am Albis ZH	VMMO	
Werder Urs, Gantereschwil SG	VMMO	
Müller Andreas, Walkringen BE	LOBAG	Affolter Adrian, Ostermundigen BE
Schaad Andreas, Bettenhausen BE	LOBAG	
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE	LOBAG	
Oehen Thomas, Lieli LU	ZMP	Furrer Pirmin, Luzern LU
Arnold Christian, Seedorf UR	ZMP	
Schreiber Daniel, Wegenstetten AG	MIBA	Eggenschwiler Christophe, Aesch BL
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident	TMP	Fatzer Jürg, Weinfelden TG
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MPM	Genoni Marco, Suhr AG
Hirsbrunner Thomas, Häusernmoos i.E. BE	BEMO	Dummermuth Jürg, Thörishaus BE
Croce Nello, Campo Blenio TI	FTPL	Corti Alessandro, S. Antonino TI
Vonlanthen René, Praroman FR, 1. Vizepräsident	FSFL	Yerly Gabriel, Berlens FR
Benoit Marc, Romainmôtier VD	PROLAIT	Glauser Eric, Villars-le-Terroir VD
Roch Didier, Ballens VD	PROLAIT	
Berlie Olivier, La Rippe VD	LRG	Treboux Bernard, Bassins VD
Tornay Laurent, Orsières VS	FLV	Stalder Max, Visp VS

Vorstandsausschuss

Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident
 Vonlanthen René, Praroman FR, 1. Vizepräsident
 Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident
 Oehen Thomas, Lieli LU
 Tornay Laurent, Orsières VS

Kontrollstelle

Dr. Röthlisberger AG, Bern

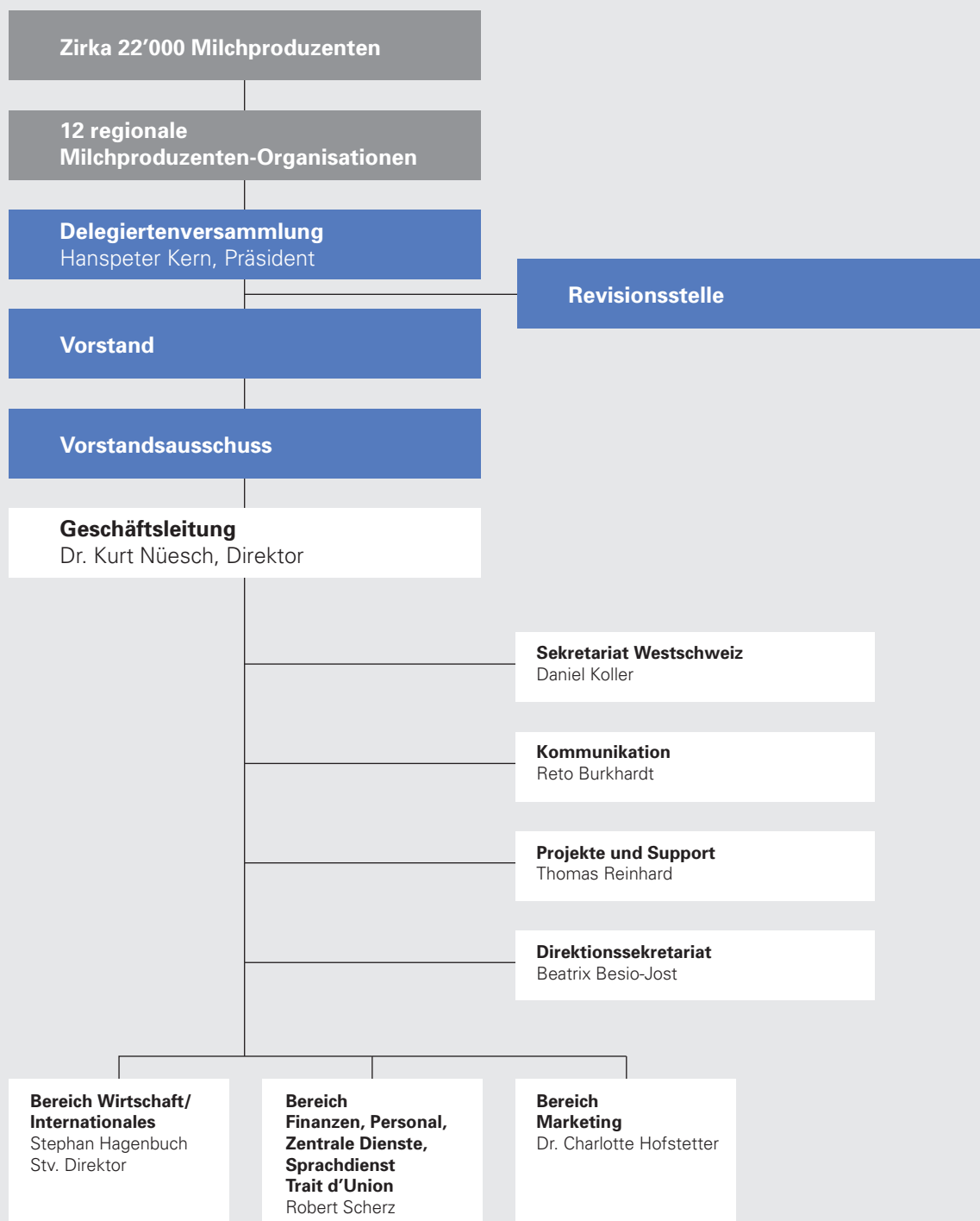
Geschäftsleitung

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

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2015 bis 2019

Stand am 31. Dezember 2015

Organigramm der SMP



Stand am 31. Dezember 2015

Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

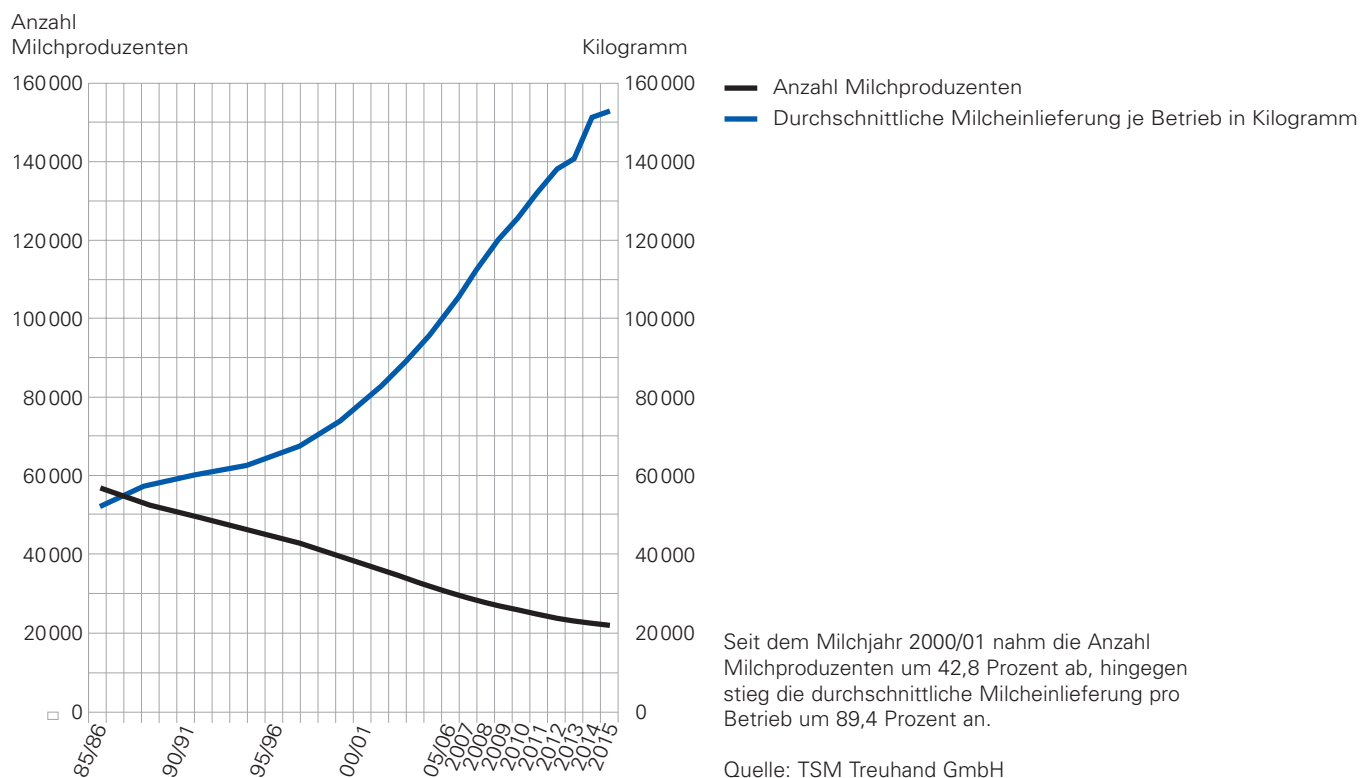
Ganzjahresbetriebe (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr			Kalenderjahr			Veränderung		Veränderung		
	95/96	00/01	05/06	2010	2014	2015	2014/2015 %		2000/2015 %		
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	26 097	22 597	21 765	- 832	- 3,7	- 16 317	- 42,8	
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	23,0	24,8	25,1	0,3	1,2	6	31,4	
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	566 047	544 028	546 553	2 525	0,5	- 69 092	- 11,2	
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	21,7	24	25,1	1,1	4,4	9	55,3	
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	127 082	151 057	154 705	3 648	2,4	73 014	89,4	
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 518	6 089	6 079	- 10	- 0,2	1 802	42,1	
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	6 029	6 461	6 333	- 128	- 2	1 280	25,3	
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm**	5 842	6 405	7 044	7 237	7 347	7 512	164,5	2,2	1 107	17,3	

* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)

** Kontrolljahr Mai – April

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Milchstatistik

Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2015



Standard-Produzentenpreise für Molkereimilch ÖLN und Bio

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

	Kalenderjahr 2014	Kalenderjahr 2015	Veränderung 2014/2015
Erstmilchkäufer ÖLN-Milch	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
aaremilch AG	61,38	51,46	-9,92
aaremilch AG Sammelstelle	64,04	54,05	-9,99
Arnold AG	62,36	54,22	-8,15
Cremo SA	62,82	52,78	-10,04
Elsa SA	63,08	59,73	-3,35
Emmi AG	62,84	57,15	-5,69
FTPL	62,72	61,16	-1,56
Fuchs und Imlig	64,77	55,60	-9,17
Hochdorf Swiss Milk AG	65,24	57,32	-7,91
Lanz Molkerei AG	66,85	61,21	-5,64
LRG	62,57	57,64	-4,93
Miba	61,59	51,47	-10,12
Miba Sammelstelle	66,82	56,67	-10,15
Milco	62,87	53,18	-9,69
NordOstMilch AG	63,75	54,62	-9,13
Prolait	61,58	51,83	-9,75
Prolait Sammelstelle	64,53	54,81	-9,72
Schwyzer Milchhuus	64,09	57,97	-6,12
Strähl Käse AG	65,35	56,53	-8,82
Thur Milch Ring AG	64,29	56,32	-7,97
ZMP	65,71	57,29	-8,42
Züger Frischkäse AG	64,84	55,51	-9,33
Durchschnitt Schweiz	63,72	55,42	-8,30
Erstmilchkäufer Bio-Milch			
aaremilch AG	76,53	76,15	-0,37
Biedermann Molkerei AG	80,10	78,45	-1,66
Biomilchpool GmbH	72,90	73,44	0,54
Cremo SA	80,65	80,15	-0,50
Emmi AG	81,72	81,18	-0,55
LRG	78,33	77,33	-1,00
Miba	78,16	74,88	-3,28
Schwyzer Milchhuus	76,60	73,24	-3,37
Strähl Käse AG	80,29	78,94	-1,35
ZMP	82,26	81,64	-0,62
Züger Frischkäse AG	80,09	73,63	-6,46
Durchschnitt Schweiz	77,15	76,30	-0,85

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 Biomilch. Das SMP-Milchpreismonitoring ist eine freiwillige Selbsthilfemassnahme der Milchbauern und beruht nebst der Berechnung der Standardproduzentenpreise 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 milchgeldrelevanten 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 Käsereimilch

Im ausbezahlten Milchpreis für Käsereimilch franko Käserei eingeliefert sind folgende Preiskomponenten enthalten: Basispreis, Verkäsungszulage, saisonale Preisstaffellung, Lademengen, Zuschläge beziehungsweise Abzüge für Gehalt und Qualität, Transport, periodische Nachzahlungen sowie Boni und Prämien aller Art.

Im ausbezahlten Käsereimilchpreis 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 weiter auf sehr hohem Niveau

Die hygienische Qualität von Schweizer Milch ist von höchster Güte. Dies belegen die Ergebnisse der Qualitätskontrolle des Berichtsjahrs 2015 aufs Neue. Von den über 480'000 Proben, die im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Milchkontrolle gezogen und bei Suisselab untersucht wurden, erfüllten 96,99 Prozent beim Kriterium Zellgehalt die strengen Schweizer Normen. Bei der Keimbelastung waren 99,10 Prozent der Proben einwandfrei und beim Hemmstoffnachweis 99,95 Prozent.

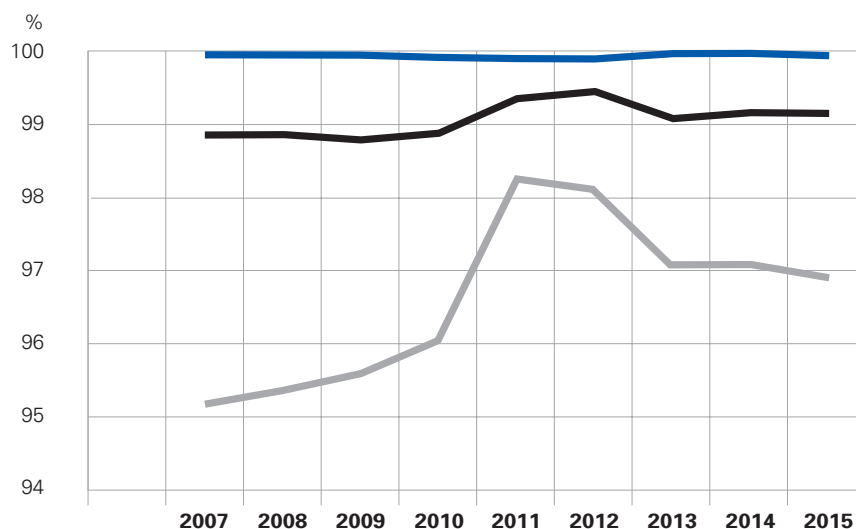
Ausbezahlte Milchpreise für Käsereimilch ÖLN

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

	Kalenderjahr 2014	Kalenderjahr 2015	Veränderung 2014/2015
Käsesorte	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
franko Käserei			
Appenzeller®	80,13	74,50	-5,63
Diverse Käse	62,07	60,67	-1,39
Emmentaler AOP	68,34	61,19	-7,15
Le Gruyère AOP	81,62	79,71	-1,91
Raclette du Valais AOP	78,25	78,25	0
Sbrinz AOP	70,15	65,32	-4,83
Tête de Moine AOP	75,46	71,93	-3,53
Tilsiter Switzerland	74,82	73,26	-1,56
Vacherin Fribourgeois AOP	83,26	80,05	-3,21
Durchschnitt Schweiz	76,11	72,80	-3,31

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung

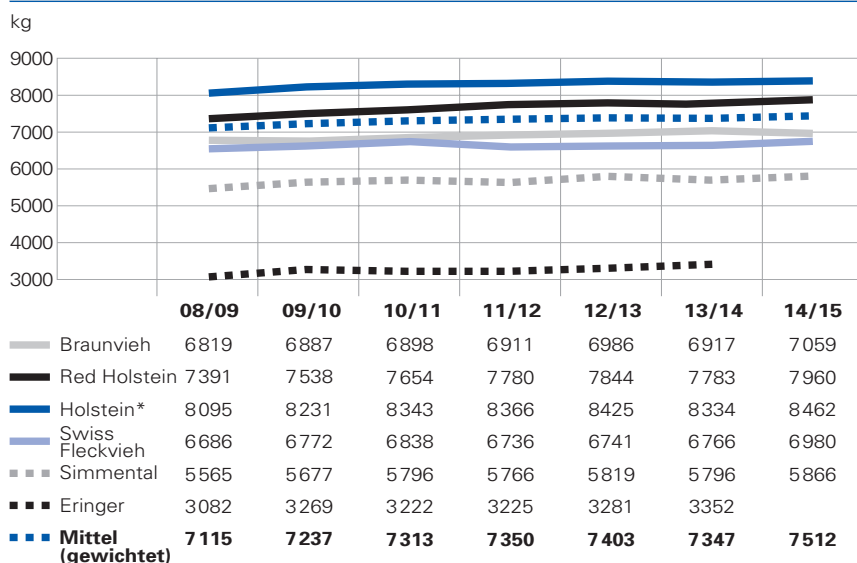


■ Hemmstoffe	99,97	99,97	99,96	99,97	99,91	99,87	99,94	99,96	99,95
■ Keimbelastung	98,84	98,87	98,77	98,87	99,33	99,43	99,05	99,11	99,10
■ Zellgehalt	94,18	95,36	95,61	96,00	98,24	98,10	97,04	97,03	96,99

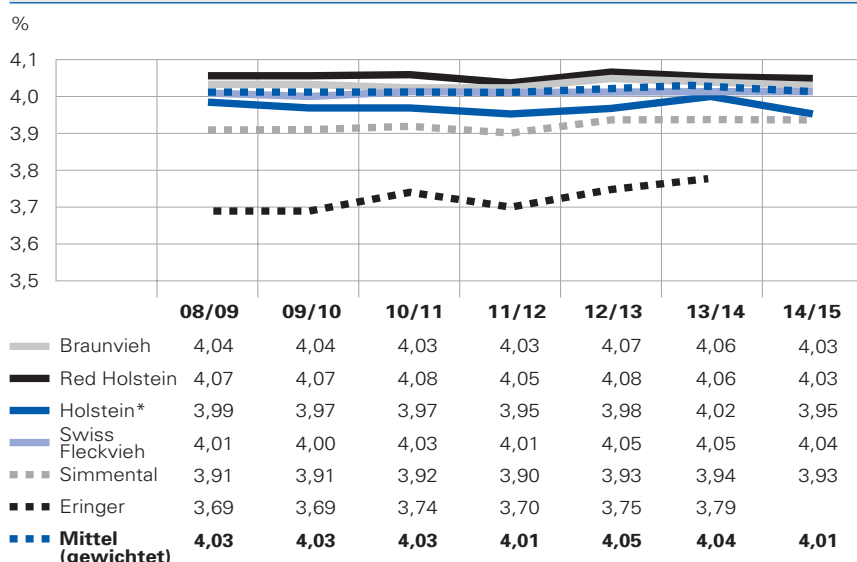
Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchleistungen und Gehalte

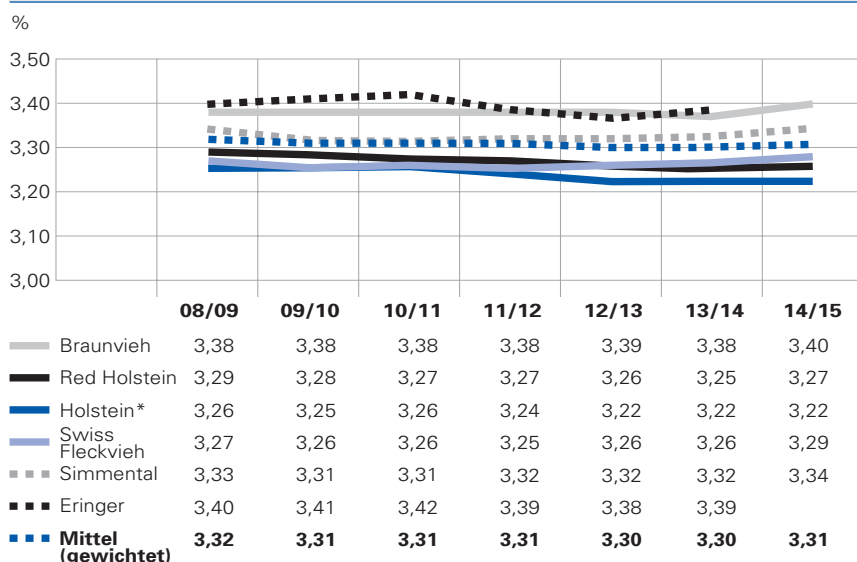
Milchleistungen der Schweizer Milchviehassen



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 2014 kMAE	Verwertung 2015 kMAE	Veränderung 2014/2015 kMAE	Veränderung 2014/2015 %
Käse	1 480 970	1 461 319	- 19 651	- 1,3
Quark	25 947	31 299	5 352	20,6
Konsummilch	405 559	392 304	- 13 255	- 3,3
Konsumrahm	281 120	289 492	8 372	3,0
Jogurt	115 287	113 880	- 1 407	- 1,2
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	106 578	103 551	- 3 027	- 2,8
Dauermilchwaren	381 021	358 382	- 22 639	- 5,9
Butter	572 467	559 480	- 12 987	- 2,3
Andere Verwertung	171 583	176 470	4 887	2,8
Total Vollmilchverwertung	3 540 532	3 486 177	- 54 355	- 1,5

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

Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2014 Tonnen	Produktion 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Rohmilch	6 287	5 995	- 292	- 4,6
Fettangereicherte Milch UHT	725	665	- 60	- 8,3
Vollmilch pasteurisiert	45 247	43 788	- 1 459	- 3,2
Vollmilch UHT	18 662	17 190	- 1 472	- 7,9
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* pasteurisiert	46 306	46 102	- 204	- 0,4
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* UHT	138 931	133 952	- 4 979	- 3,6
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	77 544	74 915	- 2 629	- 3,4
Teilentrahmte Milch UHT	125 168	120 746	- 4 422	- 3,5
Trinkmagermilch pasteurisiert	1	1	0	0,0
Trinkmagermilch UHT	12 656	12 014	- 642	- 5,1
Total Konsummilch	471 527	455 368	- 16 159	- 3,4

* MilCHFett

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2014 Tonnen	Produktion 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Doppelrahm	785	801	16	2,0
Vollrahm (35 % Fett)	32 280	34 419	2 139	6,6
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	14 007	13 615	- 392	- 2,8
Kaffeerahm	22 008	21 626	- 382	- 1,7
Total Konsumrahm	69 080	70 461	1 381	2,0

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2014 Tonnen	Produktion 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Sauermilch	7 290	6 329	- 961	- 13,2
Sauerrahm	3 267	3 295	28	0,9
Dessertprodukte	18 759	13 666	- 5 093	- 27,1
Milchgetränke	78 397	82 972	4 575	5,8
Jogurt	138 459	136 654	- 1 805	- 1,3
Kefir	159	196	37	23,3
Speiseeis	21 962	23 127	1 165	5,3

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpulver/Butter

Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2014 Tonnen	Produktion 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Magermilch (verarbeitet)				
Milchprotein über 80%	277 311	289 864	12 553	4,5
Milchprotein 50 – 80%	18 683	18 196	– 487	– 2,6
Total Magermilch (ohne MEFM*)	295 994	308 060	12 066	4,1
Vollmilchpulver (26%)	17 165	14 995	– 2 170	– 12,6
Teilenträhmtes Milchpulver	3 993	3 822	– 171	– 4,3
Fettangereichertes Milchpulver + Rahmpulver	1 385	1 199	– 186	– 13,4
Magermilchpulver	28 874	24 480	– 4 394	– 15,2
Buttermilchpulver **	869	634	– 235	– 27,0
Molkenpulver **	3 327	2 513	– 814	– 24,5
Milchkondensat	2 594	2 466	– 128	– 4,9
Total Milchpulver, Milchkondensate	58 207	50 109	– 8 098	– 13,9

* MEFM = Milchersatz-Futtermittel ** inklusive Veredelungsverkehr

Quelle: Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2014 Tonnen	Produktion 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Butter				
Vorzugsbutter	46 138	44 757	– 1 381	– 3,0
Sirtenrahmbutter	1 574	1 519	– 55	– 3,5
Gewerbliche Butterproduktion	2 559	2 638	79	3,1
Total Butter *	50 271	48 914	– 1 357	– 2,7

* Die Butterproduktion gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrug 2015 46 834 t (Vorjahr 48 436 t). Die von der TSM angegebenen Mengen sind nicht auf 82% Fett umgerechnet.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2014 Tonnen	Verkäufe 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Butter				
Vorzugsbutter	6 497	6 812	315	4,8
«Die Butter» (Kleinpackungen)	11 343	10 551	– 792	– 7,0
Milch-Sirtenrahmbutter	447	494	47	10,5
Butter in Spezialprodukten *	517	539	22	4,3
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	16 948	16 555	– 393	– 2,3
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	35 752	34 951	– 801	– 2,2
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	6 039	5 873	– 166	– 2,7
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	41 791	40 824	– 967	– 2,3

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2014 Tonnen	Produktion 2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 Tonnen	Veränderung 2014/2015 %
Quark	14 006	18 964	4 958	35,4
Mozzarella	22 693	23 551	858	3,8
Mascarpone	489	474	-15	-3,1
Übrige Frischkäse	10 397	10 123	-274	-2,6
Frischkäse total	47 582	53 110	5 528	11,6
Weisseschimmekäse, halb- bis vollfett	897	871	-26	-2,9
Weisseschimmekäse, überfett	1 771	1 627	-144	-8,1
Blau-, Grünschimmekäse	5	9	4	80,0
Tommes	1 893	1 857	-36	-1,9
Vacherin Mont d'Or AOP	557	560	3	0,5
Weichkäse, andere, mager bis viertelfett	18	22	4	22,2
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	679	715	36	5,3
Weichkäse, andere, überfett	358	348	-10	-2,8
Weichkäse total	6 182	6 013	-169	-2,7
Appenzeller®	8 831	8 782	-49	-0,6
Tilsiter Switzerland	3 142	3 182	40	1,3
Walliser Raclette AOP	2 291	2 178	-113	-4,9
Raclette Suisse®	12 698	13 629	931	7,3
Vacherin Fribourgeois AOP	2 830	2 641	-189	-6,7
Tête de Moine AOP	2 263	2 274	11	0,5
Jurakäse	364	431	67	18,4
Winzerkäse	312	236	-76	-24,4
Mutschli	599	625	26	4,3
Alpkäse, halbhart	2 277	2 183	-94	-4,1
Bündner Bergkäse	1 318	1 308	-10	-0,8
Bergkäse, halbhart	2 125	2 136	11	0,5
St. Paulin Suisse	446	369	-77	-17,3
Schweizer Edamer	248	226	-22	-8,9
Kaltgereifter Käse	10	13	3	30,0
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	206	199	-7	-3,4
Conveniencekäse	1 571	1 504	-67	-4,3
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	373	3 583	3 210	860,6
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	5 203	2 771	-2 432	-46,7
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	12 245	11 624	-621	-5,1
Halbhartkäse, andere, überfett	3 908	3 997	89	2,3
Halbhartkäse total	63 259	63 891	632	1,0
Emmentaler AOP	20 259	18 843	-1 416	-7,0
Switzerland Swiss	6 680	6 944	264	4,0
Le Gruyère AOP	29 420	28 552	-868	-3,0
Alpkäse hart	1 856	1 753	-103	-5,5
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	1 386	1 320	-66	-4,8
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	5 685	5 337	-348	-6,1
Hartkäse, andere, überfett	254	285	31	12,2
Hartkäse total	66 540	63 034	-3 506	-5,3
Sbrinz AOP	1 613	1 546	-67	-4,2
Extra Hartkäse total	1 613	1 546	-67	-4,2
Reiner Ziegenkäse	884	915	31	3,5
Reiner Schafkäse	272	295	23	8,5
Spezialprodukte total	1 155	1 210	55	4,8
Total alle Käsesorten	185 331	188 806	3 475	1,9

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Aussenhandel

Importe

umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*	2014 Mio. VMA	2015** Mio. VMA	Veränderung 2014/2015 Mio. VMA	Veränderung 2014/2015 %
Konsummilch	23,3	24,0	0,7	3,0
Frischkäse	61,4	63,1	1,7	2,7
Weichkäse	38,9	40,4	1,5	3,8
Halbhartkäse	45,7	48,3	2,6	5,7
Hartkäse	57,0	56,5	- 0,5	- 0,9
Käse total	203,0	208,3	5,3	2,6
Rahm	5,3	5,9	0,6	11,1
Jogurt	8,1	8,1	0,0	- 0,4
Frischmilchprodukte	1,0	0,7	- 0,3	- 27,1
Dauermilchwaren	36,0	37,5	1,5	4,3
Milchproteinprodukte	0,7	0,2	- 0,5	- 76,3
Butter	8,8	8,1	- 0,7	- 8,3
Übrige Lebensmittelzubereitungen	124,9	131,6	6,7	5,3
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	411,1	424,3	13,2	3,2

Exporte

umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*	2014 Mio. VMA	2015** Mio. VMA	Veränderung 2014/2015 Mio. VMA	Veränderung 2014/2015 %
Konsummilch	2,8	3,4	0,7	23,8
Frischkäse	20,3	20,4	0,1	0,7
Weichkäse	2,8	2,1	- 0,7	- 24,3
Halbhartkäse	81,5	88,2	6,7	8,2
Hartkäse	203,4	200,5	- 2,9	- 1,4
Käse total	308,0	311,2	3,3	1,1
Rahm	5,0	12,6	7,6	153,7
Jogurt	3,9	3,9	0,0	0,5
Frischmilchprodukte	34,4	33,3	- 1,2	- 3,4
Dauermilchwaren	61,4	46,2	- 15,2	- 24,7
Milchproteinprodukte	10,0	7,9	- 2,0	- 20,5
Butter	48,8	36,7	- 12,1	- 24,8
Übrige Lebensmittelzubereitungen	308,6	299,7	- 8,9	- 2,9
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	782,7	755,0	- 27,8	- 3,5

Bilanz (Exporte – Importe)

umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*	2014 Mio. VMA	2015** Mio. VMA	Veränderung 2014/2015 Mio. VMA	Veränderung 2014/2015 %
Konsummilch	- 20,5	- 20,5	0,0	0,2
Frischkäse	- 41,2	- 42,7	- 1,5	- 3,7
Weichkäse	- 36,1	- 38,3	- 2,2	- 6,0
Halbhartkäse	35,9	39,9	4,1	11,4
Hartkäse	146,4	144,0	- 2,4	- 1,6
Käse total	105,0	103,0	- 2,0	- 1,9
Rahm	- 0,3	6,7	7,1	2035,5
Jogurt	- 4,3	- 4,2	0,1	1,2
Frischmilchprodukte	33,5	32,6	- 0,9	- 2,7
Dauermilchwaren	25,4	8,7	- 16,7	- 65,9
Milchproteinprodukte	9,3	7,8	- 1,5	- 16,2
Butter	40,0	28,6	- 11,4	- 28,4
Übrige Lebensmittelzubereitungen	183,6	168,1	- 15,5	- 8,5
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	371,6	330,6	- 41,0	- 11,0

* Die Milchprodukte wurden nach Gehalt an verwertbarer Energie in Millionen Vollmilchäquivalente (VMA) umgerechnet.
Ein VMA entspricht einem kg Kuh-Vollmilch mit einer verwertbaren Energie von 2800 Kilojoule.

** Provisorische Daten

Quelle: OZD, SBV

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 und weitere Kreise

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

Reto Burkhardt, Telefon 031 359 52 14

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 2016
Bilder: SMP, Claudia Merk (S. 19)
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

swiss**milk**

