

Geschäftsbericht 2016

Schweizer Milchproduzenten SMP



Inhalt

2	Der Milchmarkt im tiefen Wellental
4	Wirtschaft und Politik
7	Agrarpolitik
9	Marketing
12	Marktordnung
13	Marktlage und Milchverkauf
14	Milchproduktion
15	Milchverarbeitung
16	Käseproduktion
17	Delegiertenversammlung
18	Regionaltagungen
19	Vorstand
21	Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2016
26	Mitglieder der SMP
27	Zusammensetzung der Gremien
28	Organigramm der SMP
29	Dokumentarischer Teil: Kennzahlen
	Kontakt und Impressum

Der Milchmarkt im tiefen Wellental

Das Jahr 2016 war für die Schweizer Milchproduzenten, insbesondere für die Molkereimilchproduzenten, sehr schwierig. Obwohl die Milchmenge um 1,5 Prozent zurückging, haben sich die Preise für Molkereimilch ab Mitte Jahr kaum erholt. Der starke Schweizer Franken hemmte die Exporte weiterhin und die Importe belasteten den Markt spürbar. Die Milchproduktionsbetriebe wurden auch bei der Agrarolitik 2014–17 abgestraft und erleiden nun einen doppelten wirtschaftlichen Druck. Vor diesem Hintergrund sind Lösungen im Markt und in der Politik nur geschlossen und gemeinsam zu erreichen.

Der Start in das Jahr 2016 war in der Schweiz und in Europa geprägt von sinkenden Milchpreisen und einer hohen Produktion. Der unverändert starke Schweizer Franken hemmte den Export und damit den Absatz generell. Molkerei- und Käseemilch sind zwei Märkte mit unterschiedlichen Preisen, doch gilt es, den gesamten Markt im Auge zu behalten. Auch unter den Produzenten führten die Unterschiede bei den erzielten Milchpreisen zwischen Käseemilch und Molkereimilch, aber auch innerhalb der Molkereimilch, zu grossen Diskussionen. Auch wenn ein Teil der Unterschiede in den unterschiedlichen Portfolios der Molkereimilchunternehmen begründet liegt, zeigt sich doch deutlich, dass Lösungen nur gemeinsam und zwar mit allen Akteuren der Wertschöpfungskette erreicht werden können. Aus diesem Grund organisierten wir im Mai 2016 gemeinsam mit der BO Milch und dem Schweizer Bauernverband einen Milchgipfel: Ziel war es, eine Plattform zu bieten, um sich Gehör zu verschaffen, die Situation aufzuarbeiten und Lösungsansätze vorzuschlagen und zu fordern. Bereits die Tatsache, dass die Spitzen aller Marktakteure geschlossen anwesend waren, zeigte den Willen der Branche, das Milchland Schweiz zu stärken. Die in einem Manifest festgehaltenen Stossrichtungen bildeten den roten Faden vieler unserer Aktivitäten im Jahr 2016.

Keine Soforthilfe in der Schweiz

Alle europäischen Regierungen und Landwirtschaftsämter beobachteten den Milchmarkt mit Respekt und Sorge. Obwohl eine Wiedereinführung einer europäischen Mengensteuerung verlangt wurde, gab es dazu politisch kein Gehör. Relativ rasch und pragmatisch umgesetzt wurden aber Soforthilfen für Produzenten. Auch die Schweizer Milchproduzenten haben Soforthilfe im Bereich der Direktzahlungen beim Bundesrat beantragt, um die schlimmsten Auswirkungen auf den Betrieben abfedern zu können. Ohne den Support der übrigen Landwirtschaft haben der Bundesrat und die Verwaltung am eingeschlagenen Weg festgehalten. Für die SMP ist allerdings klar: «Aufgeschoben ist nicht aufgehoben.»

Milchproduktion ist arbeitsintensiv

Die Milchproduktion wird bei den Direktzahlungen weiterhin schlechter gestellt als andere Nutztiersysteme. Aus diesem Grund hat die SMP dieses Thema auf der Agenda laufend hochgehalten. Dies führte dazu, dass die Meinungen innerhalb der Landwirtschaft relativ homogen sind und 2017 als starkes Forderungspaket zum Agrarpaket 2017 einfließen werden. Ziel ist es, möglichst vielen Milchproduzenten den Zugang zu den freiwilligen

Programmen RAUS und GMF zu ermöglichen. Letztlich soll damit nicht nur dem Arbeitsaufwand für die Milchviehhaltung, sondern auch einem gesellschaftlichen Anliegen vermehrt Rechnung getragen werden.

System der Restgeldempfänger eliminiert

Jeder Milchproduzent soll vorausschauend und in allen Milchverwertungsbereichen mehr Planungssicherheit erhalten. Aus dieser Forderung am Milchgipfel entstand der neue Standardvertrag für den Milchkauf. Die Schweizer Milchproduzenten haben sich dafür eingesetzt, dass spätestens am 20. des Vormonats Menge und Preis jedem Milchproduzenten bekannt sein müssen. Zudem werden damit auch die letzten «Restgeldempfängersysteme» endgültig eliminiert. Gemeinsam mit dem Schweizer Bauernverband haben wir dem Bundesrat empfohlen, dem Antrag für Allgemeinverbindlichkeit nach Artikel 37 des Landwirtschaftsgesetzes zu entsprechen.

Differenzierung jetzt angehen

2016 hat die SMP beträchtlichen Aufwand geleistet bei der Beurteilung von befristeten Ausnahmeregelungen zur Swissness. Um für die Zukunft gerüstet zu sein, müssen zudem die Mehrwerte der Schweizer Milch erkannt und kommuniziert werden. Dadurch wird die Swissness noch verstärkt. Es zeigte sich, dass unsere Vorarbeiten für die zukünftige Strategie des Marketings richtig waren: Unsere Studie zum Thema «Kaufgrund Schweiz» konnte von der Branchenorganisation Milch für die Bestätigung der Resultate ihrer Analyse verwendet werden. Dabei zeigt sich, dass die Mehrwerte der Schweizer Milch primär auf dem Milchproduktionsbetrieb entstehen (Tierwohl, Regionalität, Nähe, Natürlichkeit). Aus diesem Grund werden wir uns dafür stark machen, dass die Mehrerlöse auch dem Aufwand entsprechend verteilt werden.

Alle Absatzkanäle erhalten

Die Branche ist vom Bundesrat eingeladen worden, eine Lösung zu erarbeiten, welche die Umsetzung des WTO-Entscheides zum Verbot der Exportsubventionen erlaubt. Dabei sollen keine negativen Auswirkungen auf den Milchmarkt entstehen. Wir haben viel Energie in diese Verhandlungen gelegt: Auf der einen Seite in die öffentlich-rechtliche Seite zur Sicherung und zur Verteilung der «Schoggigesetzgelder» bei den Milchproduzenten. Auf der anderen Seite in die privat-rechtliche Seite, welche die Verwendung der Gelder in der Branche regelt. Es konnte letztlich erreicht werden, dass die gesamte Schweizer Landwirtschaft im Rahmen der Vernehmlassung hinter der gemeinsamen Umlagerungslösung steht und so die Mittel für die «Milch» weiterhin zur Verfügung stehen.



Swiss milk inside auch 2016 ein Erfolg

2015 wurde nach der Aufgabe des festen Wechselkurses CHF-Euro als Sofort- und Sondermassnahme die Sammelpromotion Swiss milk inside erstmals lanciert. Mit einer

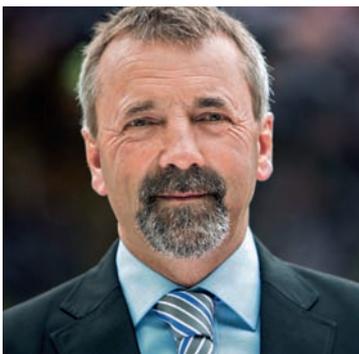
Sammelpromotion auf Jogurts wurde diese 2016 weitergeführt. Erneut wurden weit über 110'000 Prämien versandt, was den eindrücklichen Erfolg zeigt. Mit dem Aufkleber wurde erneut und vor Inkraftsetzung der Swissness direkt im Kühlregal sichtbar, wo Schweizer Milch drin ist und wo nicht.

Marktstabilisierung im schwierigen Umfeld

2016 wurden rund 87 Millionen Kilogramm C-Milch vom Markt genommen und gezielt exportiert. Damit und mit einer kleineren Produktion Ende Jahr konnten die Butterlager verkleinert und die Situation entschärft werden. Die Marktstabilisierung war stets auch ein wichtiges Argument bei den Richtpreisverhandlungen. Der SMP-Vorstand hat aufgrund der Markteinschätzung im Oktober beschlossen, die Beiträge zur Marktstabilisierung ab dem 1. Januar 2017 nicht mehr einzukassieren. Zu diesem Zeitpunkt bei im Ausland anziehenden Preisen hat die SMP auch gefordert, die Lücke zwischen dem Richtpreis und dem Auszahlungspreis zu schliessen.

Bei all den Aktivitäten im Jahr 2016, in einem äusserst schwierigen Umfeld, ist es unabdingbar, dass die Milchproduzenten in allen Belangen gegen aussen geschlossen und mit einer Stimme auftreten. Die Schweiz ist ein Milchland und wird es so auch in Zukunft bleiben.

Hanspeter Kern
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



Stephan Hagenbuch
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Wirtschaft und Politik

Um die Situation insbesondere für die Molkereimilchproduzenten zu verbessern, ist das Engagement der gesamten Wertschöpfungskette und der Politik wichtiger denn je. Ausdruck dieser Notwendigkeit ist der Schweizer Milchgipfel vom 27. Mai auf dem Gurten bei Bern. Ein grosses Engagement erfordert die Erarbeitung einer Nachfolgeregelung für das Schoggigesetz.

Milchgipfel: Wege aus der Krise

Die Situation auf dem Molkereimilchmarkt ist seit mehr als einem Jahr sehr schwierig. Die Preise sind weiter unter Druck und viele Milchproduktionsbetriebe sind in ihrer wirtschaftlichen Existenz bedroht. Die Gründe dafür liegen in der internationalen Marktlage, beim Wechselkurs und einem Marktungleichgewicht im Inland. Aber auch die nachgelagerten Bereiche stehen vor Herausforderungen. Der Importdruck, ein Exportrückgang und der zunehmende Einkaufstourismus führen zu einem sinkenden Absatz von Schweizer Milch. Damit ist die schweizerische Molkereimilchbranche und das Gleichgewicht im Agrarsektor generell gefährdet. Das will und kann sich eine Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft nicht erlauben.

Vor diesem Hintergrund haben der Schweizer Bauernverband SBV, die Schweizer Milchproduzenten SMP und die Branchenorganisation Milch gemeinsam die Initiative zu einem Milchgipfel ergriffen.

Am 27. Mai 2016 haben sich Verantwortungsträger der gesamten Wertschöpfungskette Milch und der Politik auf dem Berner Gurten getroffen. Neben dem Direktor des Bundesamts für Landwirtschaft sind auch Vertreter von Emmi, Cremo, Coop und Migros der Einladung gefolgt.

Folgende gemeinsame Bekenntnisse wurden abgegeben:

- Die Schweizer Milchproduktion und -verarbeitung sind im internationalen Umfeld standortgerecht und nachhaltig. Die Milchproduktion muss erhalten bleiben!
- Alle Akteure der Branche sind ebenfalls am Markt gefordert und es bedarf der Umsetzung von gemeinsam beschlossenen Massnahmen.
- Um nachhaltige Verbesserungen zu erreichen, braucht es in der aktuellen Krise auch politische Unterstützung.

Die gesamte Branche ist sich einig, dass längerfristig die Agrarpolitik und damit die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für die Milchproduktion überprüft und angepasst werden müssen, wenn die Milchproduktion in der Schweiz wirtschaftlich attraktiv sein soll. An die Branche und an die Politik sind verschiedene Forderungen gestellt worden:

Forderungen an die Marktakteure:

- Die beschlossene Segmentierung bei der Milch ist konsequent umzusetzen.
- Die Einhaltung der Regelung betreffend freiwilliger Lieferung von C-Milch ist ebenfalls einzuhalten.
- Die Richtpreise der BO Milch sind zentrale Eckwerte und bilden die Basis für die effektiven Marktpreise.
- Die Akteure der Branche sind gefordert, die Ausarbeitung einer gemeinsamen Mehrwertstrategie für Schweizer Milch aktiv zu unterstützen.
- Die Wertschöpfung aller Marktakteure ist zu stärken und derart ausgewogen zu verteilen, dass die Schweizer Produzenten eine wirtschaftliche Perspektive haben und die Marktanteile der gesamten Branche gehalten werden können.

Forderungen an die Politik:

- Eine sofortige Erhöhung der RAUS-Beiträge.
- Die einheimische Maisproduktion ist im Programm für Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion (GMF) anzurechnen.
- In dieser enorm schwierigen Situation braucht es ausserordentliche Massnahme zur Absatzförderung. Es braucht dazu auch ein zusätzliches finanzielles Engagement des Bundes.



Am Milchgipfel am 27. Mai 2016 haben sich Verantwortungsträger der gesamten Wertschöpfungskette Milch und der Politik auf dem Berner Gurten getroffen.

- Es braucht eine milchspezifische und WTO-konforme Nachfolgelösung im Landwirtschaftsgesetz für die bisherigen Schoggigesetz-Erstattungen.
- Eine starke politische Unterstützung bei der Ausarbeitung und Umsetzung der Mehrwertstrategie Schweizer Milch ist sicherzustellen.
- Zusätzlicher politischer Flankenschutz zur Verbesserung der Rechtslage für die Milchkaufverträge. Die Verbindlichkeit der Vorgaben für Menge und Preis ist zu erhöhen.
- Die Vergabepaxis bei staatlichen Struktur- und Investitionskrediten muss nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen erfolgen.

Diese Baustellen sind im Lauf des Jahres weiterbearbeitet worden, insbesondere in der Milchbranche. Preisverbesserungen sind 2016 jedoch kaum substantiell bei den Molkereimilchproduzenten angekommen. Verbesserungen bei RAUS- und GMF-Beiträgen sind zwar mit der Verwaltung ausgearbeitet und diskutiert worden. Auf substantielle Hilfestellungen zugunsten der Milchproduzenten hat sich der Bund bisher jedoch nicht eingelassen. Die Stunde der Wahrheit dazu kommt 2017.

Verbindlichkeit Milchkaufverträge verbessert

Die Delegiertenversammlung der Branchenorganisation Milch hat am 16. November 2016 Vorschläge zur Verbesserung der Verbindlichkeit bei den Milchkaufverträgen mit sehr starker Mehrheit bestätigt. Für die Produzenten ist dabei zentral, dass in Zukunft den Verkäufern bis am 20. Tag des laufenden Monats die Konditionen über Menge und Preis für A- und B-Milch für den nächsten Monat, sowohl beim Erst- wie auch beim Zweitmilchkauf, zwingend bekannt sein müssen.

Der Entscheid, welcher am 1. Januar 2017 in Kraft tritt, bringt eine deutliche Verbesserung bei den vertraglichen Grundlagen zum Milchkauf und entspricht den Erwartungen der Schweizer Milchproduzenten. Er ist allerdings auch Ausdruck einer Kompromisslösung. Dem Entscheid ist eine intensive Diskussion sowohl bei den Produzenten wie auch bei den Milchverarbeitern vorausgegangen. Der ursprüngliche Impuls dazu ist aus dem Schweizer Milchgipfel vom 27. Mai 2016 gekommen.

Der nächste Schritt liegt nun beim Bundesrat. Für eine möglichst schnelle Gewährung der im Juni 2016 in Aussicht gestellten Allgemeinverbindlichkeit nach Artikel 37 Landwirtschaftsgesetz (anstatt wie bisher nach Art. 9 LwG) haben sich die Schweizer Milchproduzenten SMP und der Schweizer Bauernverband SBV mit einem gemeinsamen Schreiben an Herrn Bundespräsident Johann Schneider-Ammann gewandt.



Mit Joos Suter von Coop und Stefan Gygli von der Migros haben auch die beiden Grossen im Schweizer Detailhandel ihr Engagement für die Schweizer Milchproduktion bekräftigt.



Bernard Lehmann, Direktor Bundesamt für Landwirtschaft, hat die Anliegen der Milchproduzenten entgegen genommen und ist am Milchgipfel Red und Antwort gestanden.

Aktivitäten LactoFama

Die 2013 gegründete LactoFama AG ist aufgrund der Marktlage auch im Jahr 2016 aktiv gewesen. Während der Monate Februar bis Ende Mai 2016 hat LactoFama AG bei den Aktionären 86,4 Millionen Kilogramm C-Milch aufgekauft.

Die C-Milch ist bei folgenden Unternehmen verarbeitet worden:

- Emmi Schweiz AG: 43,4 Mio. kg
- Cremo SA: 31,9 Mio. kg
- Hochdorf AG: 11,1 Mio. kg

Die aufgekaufte C-Milch entspricht einer Milchfettmenge von ca. 4'369 Tonnen Butter. Das Milchfett ist seit Februar 2016 laufend exportiert worden.

LactoFama AG hat den Preis für C-Milch (ÖLN) bei den Aktionären (Interventionspreis) so festgelegt, dass die anvisierte Marktentlastung hat durchgeführt werden können, aber kaum ein Anreiz für eine Mehrproduktion besteht. Es hat für den Erstmilchkauf ein Milchpreis von unter 30 Rappen je Kilogramm resultiert. Gleichzeitig hat eine frühzeitige Planung ermöglicht, dass der Markterlös deutlich über dem offiziellen C-Milchpreis gelegen ist.

Die Aktivitäten von LactoFama AG haben 2016 in einer Krisensituation einen sofortigen Beitrag zur Marktstabilität geleistet und die Segmentierung der BO Milch unterstützt. Ohne LactoFama wäre es nicht möglich gewesen, den A-Richtpreis zu stabilisieren.

Die Massnahmen, welche durch LactoFama AG 2016 ab 1. Mai bis Ende Jahr durchgeführt worden sind, basieren einerseits auf demokratischen Entscheiden der Aktionäre von LactoFama AG, andererseits auf den Finanzierungsbeschlüssen der Delegiertenversammlung der SMP vom 12. April 2016 (147 Ja- gegen 9 Nein-Stimmen bei 9 Enthaltungen).

Erhebung der Beiträge noch bis Ende 2016

Im Oktober hat der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP von der sich abzeichnenden Trendwende auf den internationalen Milchmärkten, der tieferen Milchproduktion im Inland und einem voraussichtlich geringeren saisonalen Regulierbedarf für 2017 Kenntnis genommen. Er hat deshalb beschlossen, auf die Erhebung von Beiträgen für saisonale Marktstabilisierungsmassnahmen im Jahr 2017 zu verzichten und im nächsten Jahr über

LactoFama AG nur noch punktuell Massnahmen umzusetzen. Sehr wichtig ist auch, dass alle im laufenden Jahr 2016 vereinbarten vertikalen Massnahmen zur Marktentlastung (Milchkäufer), neben den Aktivitäten von LactoFama AG (horizontale Massnahmen), vollständig und plangemäss umgesetzt werden.

Folgende Punkte haben zu dieser Einschätzung geführt:

- Die preislichen Verbesserungen während der letzten Monate auf den internationalen Märkten aufgrund einer geringeren Angebotsmenge, insbesondere auch in der EU.
- Eine tiefere Milchproduktion im Inland.
- Sehr geringe Planmengen an C-Milch für 2017 bei sehr bedeutenden Milchvermarktungsorganisationen im Inland, resp. ausreichende Verwertungsalternativen in anderen Segmenten.
- Als Folge der Übertragung der Milchhandelsaktivitäten von Nordostmilch AG und Miba Genossenschaft an mooch Genossenschaft per 1. Juli 2016 scheidet Nordostmilch AG und Miba Genossenschaft per Ende 2016 als Aktionäre von LactoFama AG aus. Das Aktionariat von LactoFama AG deckt damit die zehn grössten Milchvermarktungsorganisationen nicht mehr ab.

Nachfolgeregelung Schoggigesetz

Im vergangenen Jahr haben sich die Schweizer Milchproduzenten SMP intensiv mit der Nachfolgeregelung für das Schoggigesetz befasst. Die Einbindung der gesamten Branche ist Voraussetzung für das Gelingen. Vertreter von Milchverarbeitung, -handel und -produzenten haben nach langen und sehr intensiven Verhandlungen eine Lösung präsentiert.

Es werden zwei private Branchenfonds finanziert. 80 Prozent der Mittel gehen in den Fonds «Rohstoffpreisausgleich für die Nahrungsmittelindustrie» und 20 Prozent in den Fonds «Regulierung». Die beiden Fonds werden finanziert, indem auf Stufe der industriellen Milchverarbeiter ein Beitrag in Rappen pro Kilogramm auf der nicht verkästen Verkehrsmilch geschuldet ist. Grundlage dafür ist die vom Bund vorgeschlagene Zulage für nicht verkäste Milch (öffentlich-rechtlicher Teil der Nachfolgelösung, s. auch Kapitel Agrarpolitik). Der Fonds «Regulierung» ist keine Nachfolge von LactoFama. Er bietet einzig eine Option für private Exportbeiträge.

Agrarpolitik

Die Milchproduktion erfordert im Vergleich zu anderen Produktionsrichtungen relativ hohe Investitionen und einen hohen Arbeitsaufwand. Die Betreuung einer Milchviehherde ist kein kurzfristiges Geschäft. Aus diesem Grund sind gute Rahmenbedingungen, die eine längerfristige Planung ermöglichen, zentral. 2016 konnten in der Agrarpolitik einige Grundlagen für künftige Anpassungen erkämpft werden.

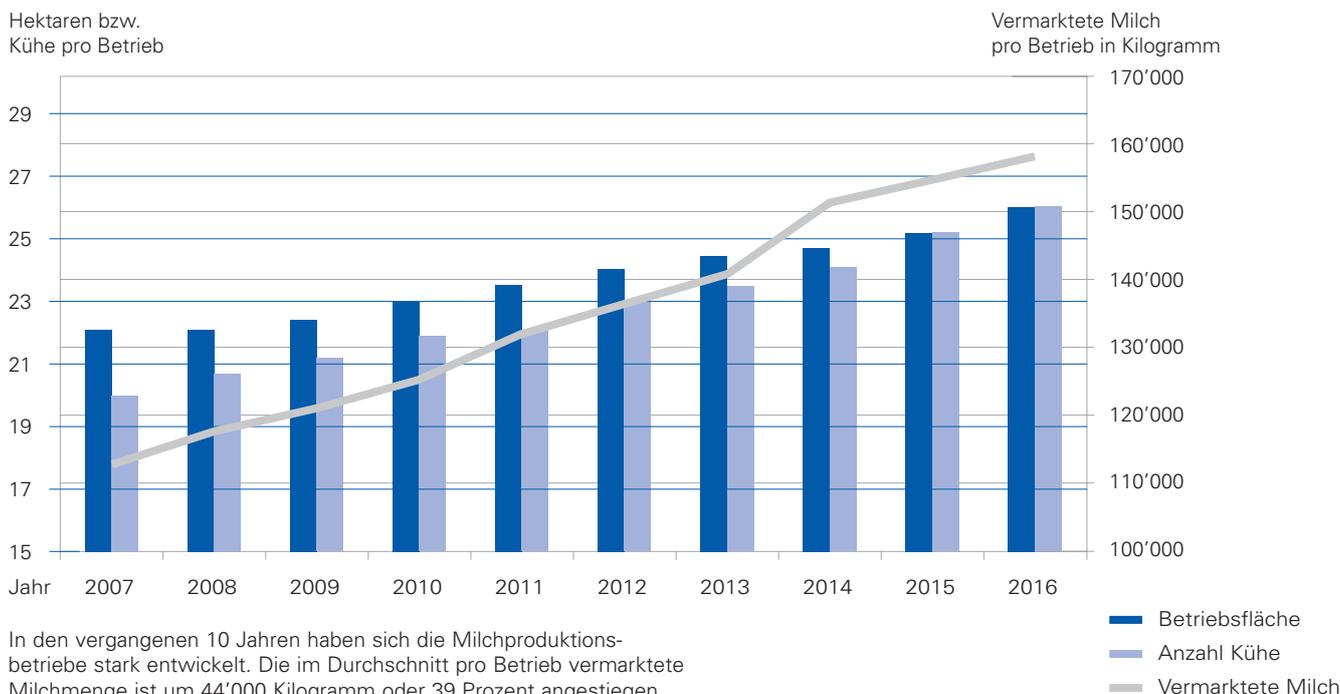
Bei der Milchproduktion fallen viele wertvolle Nebenleistungen an, welche wirtschaftliche oder gesellschaftliche Vorteile haben. Dazu gehören Kälber für die Mast, Rindfleisch, Erhalt der Kulturlandschaft, CO₂-Speicherung bei Grünland, aber auch Arbeitsplätze in den vor- und nachgelagerten Bereichen und die Sicherung von Know-how. Damit wird ein Beitrag dazu geleistet, dass der Werkplatz Schweiz den international stark schwankenden Märkten für landwirtschaftliche Produkte weniger stark ausgesetzt ist. Mit den agrarpolitischen Vorgaben sind die Produktionsstandards und -kosten in der Schweiz hoch.

Tiefe landwirtschaftliche Einkommen

Mit dem Wegfall der tierbezogenen Beiträge, der höheren Gewichtung der Extensivierung, der Ökologisierung im Rahmen der AP 2014–2017 und der bereits früher erfolgten Abschaffung der Marktstützung ist die Milchproduktion im Vergleich zu anderen Produktionsrichtungen mit noch hohem Grenzschutz deutlich schlechter gestellt. Die Preise sind unter Druck und viele Molkereimilchlieferanten sind 2016 deshalb in grosse Bedrängnis geraten.

Am 15. September hat Agroscope die Buchhaltungsergebnisse 2015 publiziert. Das landwirtschaftliche Einkommen 2015 hat gegenüber dem Vorjahr um 6,1 Prozent abgenommen und im Mittel 61'400 Franken je Betrieb betragen. Es hat sich erneut gezeigt, dass innerhalb der Landwirtschaft die milchproduzierenden Betriebe in einer speziell schwierigen Situation sind. Der starke Franken und die schlechte internationale Marktlage haben sich sehr negativ auf die Erlöse aus dem Molkereimilchverkauf ausgewirkt. In der Erhebung der Buchhaltungsergebnisse hat sich dies voll niedergeschlagen und die Einkommenssituation 2015 der Milchproduzenten zusätzlich belastet. In der EU wurden milliardenschwere Hilfspakete geschnürt, um die Milchproduzenten zu unterstützen. In der Schweiz nicht.

Betriebswachstum: Flächen, Kühe und Milchmenge



In den vergangenen 10 Jahren haben sich die Milchproduktionsbetriebe stark entwickelt. Die im Durchschnitt pro Betrieb vermarktete Milchmenge ist um 44'000 Kilogramm oder 39 Prozent angestiegen. Die Anzahl Kühe pro Betrieb und die Betriebsfläche sind etwas weniger stark gewachsen (+27%, resp. +18%). Trotzdem sieht die wirtschaftliche Situation für viele Betriebe schlecht aus.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Rahmenbedingungen verbessern

Die SMP hat 2016 Korrekturen bei der Agrar- und Wirtschaftspolitik initiiert, wobei die folgenden Hauptstossrichtungen bei der Agrarpolitik verfolgt worden sind.

Bundesfinanzen

An erster Stelle ist die Erhaltung der finanziellen Mittel für die Landwirtschaft gestanden. Beim Zahlungsrahmen 2018–2021 hat der Bund Kürzungen von über einer halben Milliarde Franken vorgesehen. Die schlussendlich beschlossene Kürzung beträgt 232 Millionen Franken. Gekürzt werden die Mittel für Strukturverbesserung und soziale Begleitmassnahmen. Bei den Direktzahlungen und bei der Absatzförderung bleiben die Ausgaben konstant. Mit der Ausnahme einer Kürzung für die Milchprüfung hat das Budget 2017, inklusive Mittel für das Schoggigesetz, analog 2016 gehalten werden können.

WTO-konforme Nachfolge Schoggigesetz

Die WTO hat am 19. Dezember 2015 in Nairobi die Subventionierung des Exports landwirtschaftlicher Güter verboten. Zusammen mit der Milch- und der Getreidebranche konnte eine WTO-konforme Nachfolgelösung erarbeitet werden. Ziel war es, den Absatzkanal für 280 Millionen Kilogramm Milch zu erhalten. Ab 2019 soll ein direkt an die Produzenten ausbezahlter Betrag die Förderung sicherstellen. In der Vernehmlassung fordern die SMP, dass die Höhe der neuen Zulage im Gesetz in Rappen je Kilogramm verankert wird. Damit wird eine gewisse Planungssicherheit erreicht. 2017 müssen die dazu notwendigen Mittel von 95 Millionen Franken ins Landwirtschaftsbudget überführt werden. 2017 erfolgt ebenfalls die notwendige gesetzliche Anpassung im Parlament.

Anpassungen bei den Direktzahlungen

Im Fokus sind die folgenden beiden Stossrichtungen gestanden, die bisher auch vom Schweizer Bauernverband offiziell unterstützt worden sind:

- Stärkung der Tierwohlbeiträge mit 2-stufigem RAUS-Programm, Standardprogramm mit «Auslauf ins Grüne» (Stufe 1) und Weidehaltung «Plus» (Stufe 2) sowie deutlich erhöhten Beitragssätzen.
- Anpassung des GMF-Programms hin zu einem Raufutterprogramm basierend auf den betrieblichen Ressourcen.

Weitere agrarpolitische Themen sind:

- Weitere administrative Vereinfachungen erreichen. Dies ist in der Zusammenarbeit mit dem BLW eine grosse Herausforderung.
- Keine weitere Schwächung der Produktionsgrundlagen über die Raumplanungs- und Gewässerschutzgesetzgebung.
- Verbesserung des Kostenumfelds der Landwirtschaft.

Stellungnahmen 2016

Alle Stellungnahmen sind zu finden auf www.swissmilk.ch/Milchproduzenten.

- Nachfolgeregelung Schoggigesetz, 19. Januar 2017
- Änderungen von Verordnungen im Veterinärbereich, 19. Januar 2017
- Änderung der Gewässerschutzverordnung, 16. September 2016
- Agrarpaket 2016, 7. April 2016
- Stabilisierungsprogramm 2017–2019, 9. März 2016
- Landwirtschaftlicher Zahlungsrahmen 2018 bis 2021, 16. Februar 2016

Initiative für Ernährungssicherheit

Die SMP unterstützt den SBV bei der Initiative für Ernährungssicherheit. Der Bundesrat hat 2016 dazu einen Gegenvorschlag vorgestellt, welcher 2017 ins Parlament kommt. Insbesondere für die Milchproduzenten ist auch der Gegenvorschlag eine gute Basis – mit deutlich geringeren politischen Risiken. Bei der konkreten Ausgestaltung der einzelnen Punkte wird die SMP sich aktiv einschalten.

Agrarpolitik 2022+

Die SMP ist bereits in die Vorarbeiten des Bundesamtes für Landwirtschaft für die AP 2022+ eingebunden und vertritt die Milchproduzenten. Es ist wichtig, dass die Anliegen der angemessenen Abgeltung der Leistung der Milchproduktion mit den vielfältigen positiven Nebeneffekten eingebracht und entsprechende Rahmenbedingungen für die Milchwirtschaft geschaffen werden.

Marketing

Milch und Milchprodukte sind wichtige Grundnahrungsmittel. Ihr Image bei der Bevölkerung ist sehr gut und die Basiswerbung ist äusserst beliebt. Damit das in einem zunehmend widriger werdenden Umfeld so bleibt, müssen Konsumentinnen und Konsumenten umworben und überzeugt werden. Das Swissmilk-Basismarketing tut dies mit einer breiten Massnahmenpalette für die relevanten Zielgruppen. Es bietet aber auch den Kritikern die Stirne und lobt die Mehrwerte der Herkunft Schweiz aus.

Wichtige Zielgruppen ansprechen

Die erste wichtige Frage heisst: Wer muss mit dem Swissmilk-Basismarketing angesprochen werden? Die Zielgruppen sind sowohl breit gefächert wie auch klar fokussiert, denn Milch und Milchprodukte sind Grundnahrungsmittel für alle. Swissmilk will deshalb die ganze Bevölkerung erreichen, setzt jedoch Schwerpunkte bei Familien sowie bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen, den Konsumentinnen und Konsumenten der Zukunft. Dabei liegt der Fokus auf der Bevölkerung in den Städten, hier müssen die Werte der Schweizer Milch stärker kommuniziert werden als auf dem Land. Ganz wichtig sind auch Familien, da die Ernährung bei ihnen im Alltag ein Dauerthema ist. Essgewohnheiten werden in jungen Jahren geprägt, deshalb sollen Kinder mit Milch aufwachsen und sie auf ihrem Weg zum Erwachsenwerden als selbstverständliches – ja gar cooles und vielfältiges – Nahrungsmittel erleben. Auch Spezialzielgruppen sind wichtig: Die Schulen etwa, die Wissen vermitteln und Werte zu Produktion und Konsum verankern. Oder die

Ernährungsfachleute, die wichtige Beeinflusser im Bereich der gesunden Ernährung sind. Das Basismarketing richtet sich aber auch an die Milchproduzenten und unterstützt sie mit vielfältigen Werbe-Angeboten, denn natürlich sind die Produzenten die besten Botschafter für die Schweizer Milch.

Vielfältige Massnahmen für viel Aufmerksamkeit

Die nächste zentrale Frage betrifft das Wie: Wie sollen die Zielgruppen angesprochen werden? Swissmilk tut es mit einer breiten Massnahmen-Palette. Werbespots in TV und Kino, Auftritte an Openairs oder Sportanlässen für Jugendliche, Post-Mailings für Familien, Wettbewerbe und Butterpromotionen an Ostern und Weihnachten, die nationalen Tage der Milch und der Pausenmilch, vielfältige Online-Aktivitäten, eine Kochplattform für junge Erwachsene, Rezepte für jeden Geschmack, Unterrichtsmaterialien für Schulen oder ein Symposium für Ernährungsfachleute sind nur einige der zahlreichen Aktivitäten. Eine breit gefächerte Massnahmen-Palette ist nötig, um



Schweizer Herkunft im Laden sichtbar machen

Jogurts kaufen lohnte sich im Sommer 2016 ganz besonders: Die roten Punkte auf den Schweizer Jogurts konnten gegen attraktive Prämien eingetauscht werden. An der nationalen Promotion haben viele Partner und die grossen Detailhändler mitgemacht. Auch diese nach 2015 zweite Sammelpromotion «Swiss milk inside» wollte für Produkte sensibilisieren, die mit Schweizer Milch hergestellt sind. Knapp 117'000 bestellte Prämien zeugen vom grossen Erfolg.



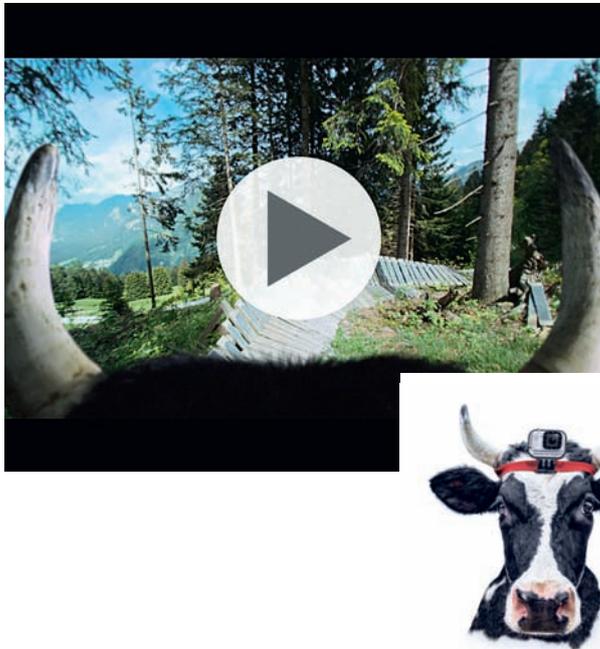
Die Milch als Star an zwei Swissmilk-Grossanlässen

Am Tag der Milch im April gab es in der ganzen Schweiz zahlreiche Aktionen von Milchproduzenten, einen Plakatwettbewerb für Schulklassen und ein grosses Fest mit Brunch und Live-Konzert in Neuenburg. Am 15. Tag der Pausenmilch im November freuten sich 362'000 Schülerinnen und Schüler über einen Becher Milch in der Pause. Einen besonderen Tag erlebten die Schülerinnen und Schüler in Goldau SZ, denn dort gab es ein grosses Pausenmilch-Fest.

die Zielgruppen auf verschiedene Art zu erreichen und so der Schweizer Milch, ihren Werten und ihren Mehrwerten zu genügend Aufmerksamkeit zu verhelfen. Aber auch Massnahmen am Verkaufspunkt sind heute zentral. Mit der Promotion «Swiss milk inside» fördert das Basis-marketing seit 2015 den Absatz einheimischer Milchprodukte in den Läden. Das hilft der Konsumentin und dem Konsumenten direkt am Regal, sich für Schweizer Milch und Milchprodukte zu entscheiden.

Von externen Experten geprüft

Swissmilk arbeitet strategisch und zielorientiert, wozu ein systematisches Controlling gehört. Das Milchmarketing, die Werbemassnahmen und die weiteren Aktivitäten werden regelmässig kontrolliert und jährlich von einem externen Expertenteam überprüft. Nur Massnahmen, die den Marktforschungstest bestehen, werden weitergeführt. Die anderen werden verbessert oder ersetzt.



Lovely gibt Vollgas

Um Jugendliche anzusprechen, braucht es neue Werbeformate. Deshalb sauste die Swissmilk-Werbekuh Lovely im Sommer auf dem Downhill-Fahrad durch das Schweizer Fernsehen und durch jugendaffine Videoportale, verbunden mit dem Wettbewerb «Zeig uns, wie fit du bist». Zahlreiche Junge und Junggebliebene schickten eigene Fotos und Videoclips ein. Die Werbewirkungskontrolle zeigte, dass der Spot den Jungen gefällt und dass er überdurchschnittlich gute Resultate erzielte.

Lovely, die echt starke Werbebotschafterin

Eine der erfolgreichen Swissmilk-Massnahmen ist die Werbung mit der Milchkuh Lovely. Sie ist nun seit fast 25 Jahren das Schlüsselbild für viele Marketingaktivitäten. Lovely ist eine glaubwürdige Botschafterin sowohl für das Naturprodukt Milch mit seinen vielen gesundheitlichen Stärken und ihrem hohen Genussfaktor wie auch für die Herkunft Schweiz und die zahlreichen Schweizer Mehrwerte. Die grosse Bekanntheit und das ausserordentlich positive Ansehen, das die Swissmilk-Werbung mit Lovely für die Schweizer Milch erreicht, haben einen fast unbezahlbaren Werbewert. Das führt nicht nur zu schnellerer und höherer Aufmerksamkeit bei den Zielgruppen, sondern auch zu einer kosteneffizienteren und wirksameren Basiskommunikation.



Swissmilk bietet den Milchkritikern die Stirne

Milch und Milchprodukte müssen sich zunehmend gegen Kritik wehren. Deshalb startete Swissmilk 2015 mit einer Anzeigenserie in auflagenstarken Medien, setzte Milchkritikern Argumente entgegen und räumte mit falschen Behauptungen auf. Auch ein Positionspapier gegen den Veganismus wurde erarbeitet und auf der Webseite zugänglich gemacht. Denn es gibt keinen Grund, auf die Milch zu verzichten. Auch die Experten empfehlen drei Portionen Milch und Milchprodukte täglich.

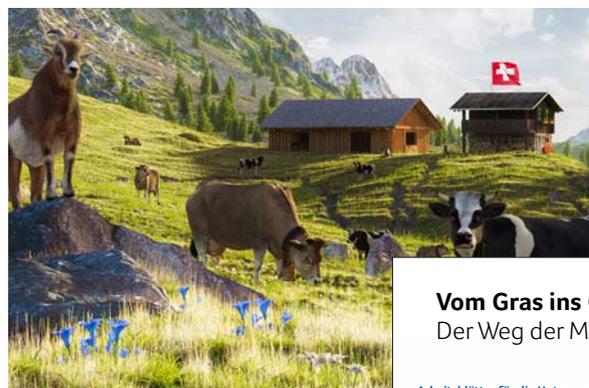
«Gesundheit, Genuss, Erlebnis – das Swissmilk-Basismarketing will die Bevölkerung für Schweizer Milch begeistern.»

Gesunder Genuss aus der Schweiz

Eine weitere wichtige Frage gilt dem Was: Welche Botschaften und Werte gilt es zu kommunizieren? Im Swissmilk-Marketing ist es einerseits die Gesundheit: Das Basismarketing hat jahrelang erfolgreich verankert, dass in der gesunden Ernährung drei Portionen Milch und Milchprodukte täglich unentbehrlich sind. Dieser Nutzen ist nicht ersetzbar, sondern ein wichtiger Grund für den Kauf von Milch. Und andererseits ist es der Genuss, der genauso zur Schweizer Milch gehört: Swissmilk ist seit vielen Jahren die Nummer 1 der Schweizer Rezeptanbieter. Mit den weit über 7000 Rezepten begeistert Swissmilk die Konsumentinnen und Konsumenten täglich für das abwechslungs- und genussreiche Kochen mit Schweizer Milch und Milchprodukten.

Die Schweizer Mehrwerte ausloben

Einheimische Nahrungsmittel geraten aus verschiedenen Gründen unter Druck: Von Kritikern werden vermeintliche gesundheitliche Gefahren geltend gemacht. Betroffen davon sind vor allem tierische Produkte, so auch die Milch. Swissmilk reagiert mit vielfältigen Ernährungsinformationen, unter anderem mit einer nationalen Kampagne in breitenwirksamen Medien. Aber auch der Konkurrenzdruck durch ausländische Produkte und durch pflanzliche Ersatzprodukte wird stärker. Und auch der anhaltende Einkaufstourismus ist leider eine Realität. Swissmilk begegnet diesen Herausforderungen, indem die Mehrwerte der Herkunft Schweiz betont werden. Das Tierwohl, die Natürlichkeit und die Nähe sind zentrale Werte für die Bevölkerung, die das Basismarketing nutzt und zukünftig noch stärker nutzen wird.



Kochen und Geniessen gross geschrieben

Was wäre ein Frühstücksgetränk ohne Milch, ein Müesli ohne Jogurt, ein Gratin ohne Käse? Eben! Weil gluschtige Rezepte zum Nachkochen verlocken und den Konsum von Schweizer Milch und Milchprodukten aktiv ankurbeln, investiert Swissmilk seit Jahren ins Selberkochen. Die Rezeptdatenbank mit weit über 7000 Rezepten ist seit Jahren die Nummer 1 der Schweizer Rezeptanbieter. Im Dezember ging auch chochdoch.ch online, eine Kochplattform speziell für junge Menschen.

«Vom Gras ins Glas» – die Milch geht in die Schule

Mit dem neuen Online-Lernprogramm für die Unter- und Mittelstufe begleiten Schülerinnen und Schüler die Schweizer Milch auf ihrem Weg von der grasenden Kuh über den Stall, das Melken und die Käserei bis hin zum Laden und lernen dabei viel über die Schweizer Milch. Die Kinder können gleich zu Beginn ihre eigene Kuh auswählen, ihr einen Namen geben und mit ihr den Lernparcours absolvieren. So macht Schule Spass!

Marktordnung

Seit dem Rückzug des Bundes aus dem Milchmarkt ist es Aufgabe der Akteure und der Branche, für möglichst grosse Stabilität im System zu sorgen. Die Massnahmen und Vorgaben verschiedener Organisationen werden vom Bund zum Teil mit der Ausdehnung auf Nichtmitglieder unterstützt (Allgemeinverbindlichkeit).

Standardvertrag und Segmentierung verschärft

Die Milchmenge, die jeder einzelne Milchproduzent verkaufen will, kann er frei mit seinem Abnehmer vereinbaren. Für alle Akteure verbindlich geregelt sind dagegen Eckpunkte des Standardvertrags für den Erst- und den Zweitmilchkauf. Kernelement des Standardvertrags ist die Zuordnung des Rohstoffs Milch in Abhängigkeit des Verkaufsprodukts. Die Abstufung erlaubt unterschiedliche Preise nach Segment, was der Wertschöpfungsoptimierung dient. Für die Segmentierung gilt die folgende Einteilung:

- A-Segment: Milchprodukte mit hoher Wertschöpfung (geschützt oder gestützt) – u.a. Konsummilch, Butter, Jogurt Inland, 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.

Richtpreis für Milch im A-Segment unter Druck

Der Detailhandel nimmt in der Festlegung der Verkaufspreise Rücksicht auf den Richtpreis. Wegen der stark gesunkenen Preise in der EU hat der Richtpreis im 2. Quartal 2016 nicht mehr gehalten werden können. Die

Senkung um drei Rappen hat dann leider auch rasch zu einem weiteren Rückgang der Produzentenpreise für Molkereimilch geführt. Die Regelung hat aber dazu beigetragen, dass trotz sehr tiefen Preisen bei der Molkereimilch die Differenz zum EU-Preis so gross geworden ist wie nie zuvor.

Aktuell geltende gesetzliche Grundlagen

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

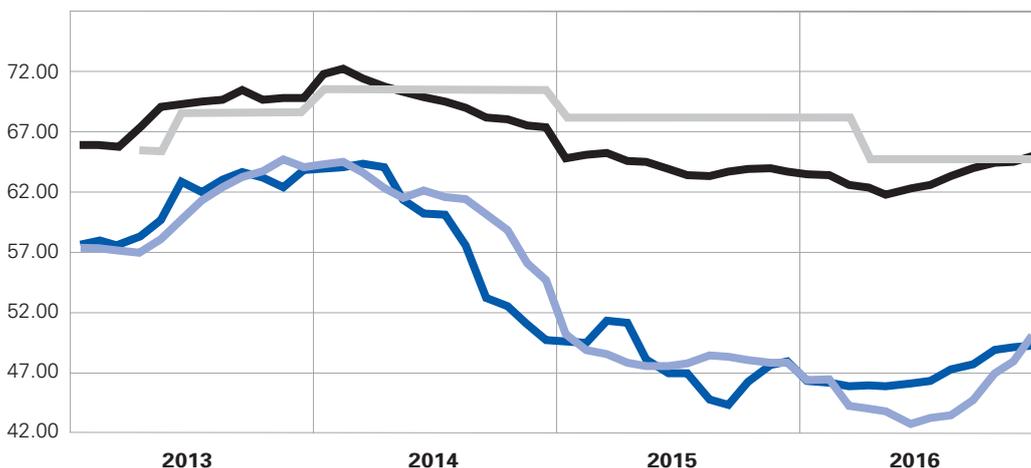
- Grenzschutz mit Einschränkungen gemäss WTO für Milch und Milchprodukte (ausser Käsefreihandelsabkommen mit der EU);
- Verkäsungszulage und Siloverzichtszulage;
- Beiträge für den Export von Rohstoffen in verarbeiteten Produkten («Schoggigesetz»);
- Qualitätsförderung im Rahmen der Milchprüfung;
- Absatzförderungsmittel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

Emmentaler AOP: Mengenführung wichtig

Am 18. November 2015 hat die Branchenorganisation Emmentaler Switzerland (ES) beschlossen, die zentrale Mengensteuerung für den Emmentaler AOP weiterzuführen. Sie hat den Bundesrat ersucht, die Mengensteuerung auch für die Nichtmitglieder verbindlich zu erklären. Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) hat am 6. September das entsprechende Begehren veröffentlicht.

Index und Richtpreise BO Milch

Rappen/Kilogramm Milch (4.0/3.3)
franko Rampe



Indexpreis (BLW)
A-Richtpreis (BO Milch)
B-Richtpreis (BO Milch)
LTO+ Preis (BO Milch)

Der Richtpreis für Milch im A-Segment wird vom Vorstand der BO Milch quartalsweise festgelegt. Basis für den Richtpreis bildet der monatlich berechnete Molkereimilchpreisindex des Bundesamtes für Landwirtschaft. 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.

Quelle: BO Milch, BLW

Marktlage und Milchverkauf

Das Berichtsjahr 2016 ist geprägt von sehr tiefen Molkereimilchpreisen. Der Preisdruck ist in erster Linie auf das tiefe Preisniveau im Ausland und den gegenüber dem Euro starken Franken zurückzuführen. Sowohl die Produktion als auch der Absatz im Inland sind gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Die Käseemilch ist vom Preisdruck deutlich weniger betroffen.

Weiterhin tiefe Preise für Molkereimilch

Der von den Schweizer Milchproduzenten kalkulierte Standard-Produzentenpreis für eine Milchlieferrung von 180'000 Kilogramm ist bis Ende 2016 auf 53,21 Rappen (Durchschnitt der 12 Vormonate) gesunken (s. auch Seiten 30 und 31).

Die Gründe für diese Entwicklung sind recht vielfältig:

- Per 1. April 2016 ist der Richtpreis für A-Milch von der BO Milch aufgrund der Preisindex- und Marktentwicklung um 3 Rappen gesenkt und auf 65 Rappen festgelegt worden.
- Nach der Aufhebung der Untergrenze Franken–Euro Anfang 2015 hat der Wechselkurs 2016 tiefe 1,09 Franken betragen.
- Die eingelieferte Milchmenge ist zum zweiten Mal in Folge um 1,5 Prozent zurückgegangen. Gleichzeitig ist auch der Absatz im Inland zurückgegangen. Ein recht grosser Teil der Milch wird zu Produkten mit einer geringeren Wertschöpfung verarbeitet.
- Die Produzentenpreise haben in der EU zwar im Sommer die Talsohle durchschritten. Bis Ende Jahr haben sie aber nicht viel mehr als 32 Euro-Cent erreicht. Einer deutlichen Preiserholung steht der harzende Abbau der Magermilchpulver-Interventionslager im Weg.

Recht stabile Situation bei Käseemilch

2016 haben die Preise bei der silofrei produzierten Milch weitgehend gehalten werden können. Franko Käseerei sind im Durchschnitt 72,47 Rappen bezahlt worden (-0,33 Rp.). Im Milchpreismonitoring werden recht grosse Unterschiede zwischen den Käsesorten und auch zwischen den verschiedenen Käseereien beobachtet. Bei Le Gruyère AOP sind 2016 rund 80 Rappen, beim Emmentaler AOP rund 61 Rappen bezahlt worden.

Wichtiger Aussenhandel

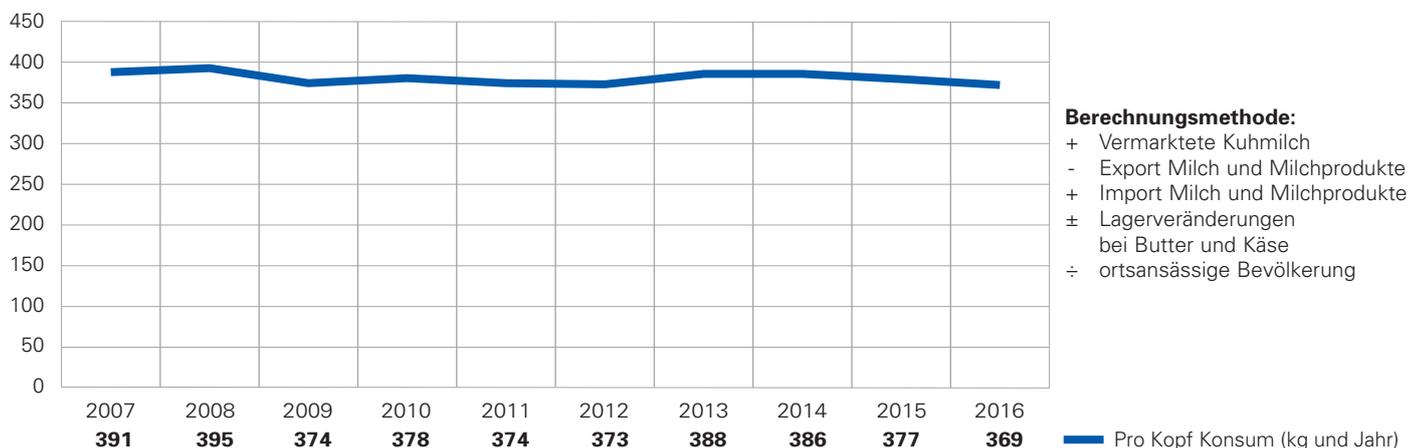
Der Aussenhandel hat 2016 eine bedeutende Rolle für den Milchmarkt gespielt. Bei einem Export von 852,0 Millionen Vollmilchäquivalent (VMA) und einem Import von 446,4 Millionen VMA hat ein Exportüberschuss von 405,6 Millionen VMA resultiert (+75,1 Mio. VMA bzw. +22,7% gegenüber 2015). Das Nettoexportvolumen hat 11,8 Prozent der Schweizer Milchmenge betragen (+2,3%).

Umgerechnet in Energie exportiert die Schweiz fast gleichviel Milch in Form von verarbeiteten Lebensmitteln wie in Form von Käse.

Beim Käse beträgt das Nettoexportvolumen noch 100,2 Millionen VMA (-2,6 Mio. ggü. Vorjahr). Deutlich zugenommen hat das Nettoexportvolumen bei den teilweise wertschöpfungsschwachen Produkten Butter (+35,6 Mio. VMA), Dauermilchwaren (+27,2 Mio. VMA) und Milchproteinprodukte (+8,8 Mio. VMA).

Gesamtverbrauch von Milch und Milchprodukten in der Schweiz

Kilogramm pro Kopf und Jahr



Quelle: SMP

Milchproduktion

Im Kalenderjahr 2016 produzierten 20'987 Betriebe 3'433'975 Tonnen Milch; das sind 1,5 Prozent weniger als im Vorjahr. Die Zahl der Milchproduzenten nahm um 3,6 Prozent ab. 2'312 Betriebe produzierten über 300'000 Kilogramm Milch und lieferten 32,8 Prozent der vermarkteten Milchmenge ab.

Milchproduktion rückläufig

Im Kalenderjahr 2016 haben die Milchbauern 3'433'975 Tonnen Milch für die Verarbeitung in den Molkereien und Käseereien produziert. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Vorjahr um 52'202 Tonnen. Damit hat die Produktion zum zweiten Mal in Folge um 1,5 Prozent abgenommen.

Die wirtschaftliche Situation ist für viele Betriebe angespannt. Die Anzahl der Betriebe ist um 778 oder 3,6 Prozent zurückgegangen.

Bei einigen Punkten lohnt sich eine genauere Betrachtung:

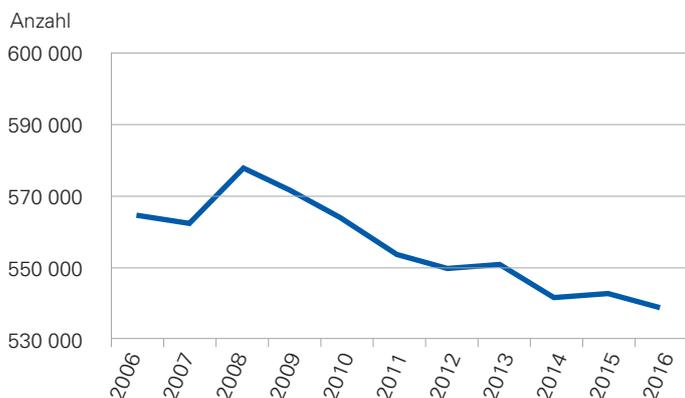
- Anfang 2016 bis im Mai hat sich die Milchproduktion leicht über dem Vorjahr bewegt. Im zweiten Halbjahr ist die Milchproduktion gegenüber dem Vorjahr stetig zurückgegangen. Im Dezember hat der Rückgang minus 4,6 Prozent betragen.
- Die pro Betrieb eingelieferte Milchmenge beträgt im Durchschnitt 158'045 Kilogramm. Sie hat gegenüber dem Vorjahr um 3'340 Kilogramm oder 2,2 Prozent zugenommen.
- Die Anzahl Kühe auf den Milchproduktionsbetrieben ist 2016 um 9'025 oder 1,7 Prozent zurückgegangen.

- Die Einlieferung pro Kuh ist 2016 mit 6'171 Kilogramm fast gleich hoch wie im Vorjahr. Diese Milchmenge hängt von verschiedenen Faktoren ab. Einen grossen Einfluss haben die Qualität des produzierten Futters, der Einsatz von Kraftfutter und die für die Kälbermast verwendete Milchmenge.
- 1'081'091 Tonnen Milch stammen von silofrei produzierenden Betrieben. Hier ist die Milchmenge im Vergleich zum Vorjahr überdurchschnittlich zurückgegangen (-37'292t, resp. -3,27%). Die Marktlage und Produktionseinschränkungen bei verschiedenen Käsesorten aus Rohmilch haben zu diesem Rückgang beigetragen. Insgesamt stammen 31,5 Prozent der Milch von silofrei produzierenden Betrieben. 2'352'883 Tonnen Milch stammen aus Betrieben mit Silofütterung. Das entspricht einem Minus von 14'906 Tonnen oder 0,62 Prozent.
- 228'302 Tonnen Milch (+5'023t oder 2,2%) stammen von Biobetrieben. Biomilch hat damit einen Anteil von 6,6 Prozent der gesamten Milchproduktion.

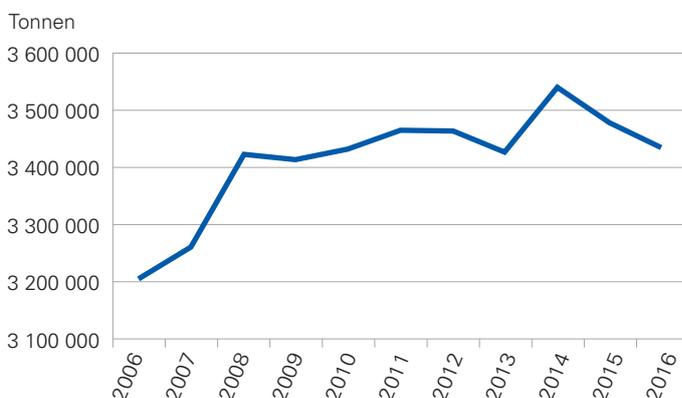
Weiterhin starker Wandel in der Produktion

Die Milchproduktion befindet sich weiterhin in einem starken Wandel. 11,0 Prozent der Betriebe (Vorjahr 10,4%) produzieren mehr als 300'000 Kilogramm Milch. Diese 2'312 Betriebe (Vorjahr 2'267) liefern 32,8 Prozent der gesamten Milch an die Verarbeiter. Die Zahl der Betriebe mit einer Produktion von über 1 Million Kilogramm ist 2016 von 47 auf 51 gestiegen.

Kühe zur Verkaufsmilchproduktion 2006 bis 2016



Vermarktete Milchproduktion 2006 bis 2016



Milchverarbeitung

Mit einem Verarbeitungsanteil von 41,3 Prozent bleibt Käse die wichtigste Produktgruppe. Während die Produktion von Frischkäse und Quark auf hohem Niveau geblieben ist, hat die Produktion von Hartkäse einen deutlichen Rückgang erlebt. Die Abnahme der Konsummilchproduktion hat sich 2016 abgeschwächt.

Käse weiterhin das wichtigste Produkt

Die Verarbeitung der 3'433'975 Tonnen Milch zu den verschiedenen Produktgruppen zeigt im Jahr 2016 ein ähnliches Muster wie im Vorjahr. Mit 41,3 Prozent der gesamten verarbeiteten Milchmenge bleibt Käse die wichtigste Produktgruppe. Gegenüber dem Vorjahr sind 43,8 Millionen Milchäquivalent (MAE) beziehungsweise 3,0 Prozent weniger zu Käse verarbeitet worden. Der Trend zu weniger gehaltvollem Käse hat sich fortgesetzt. Die produzierte Käsemenge (-2,1%) ist weniger stark gesunken als die zu Käse verarbeitete Milchmenge.

Die zweitgrösste Produktgruppe ist Butter mit einem Verarbeitungsanteil von 16,0 Prozent (-10,4 Mio. MAE bzw. -1,9%), gefolgt von Konsummilch mit 11,3 Prozent (-3,7 Mio. MAE bzw. -0,9%), Dauermilchwaren mit 10,9 Prozent (+15,9 Mio. MAE bzw. +4,4%) und Konsumrahm mit 8,2 Prozent (-6,6 Mio. MAE bzw. -2,3%) Anteil an der Milchverarbeitung.

Insgesamt sind 2016 folgende Produkte hergestellt worden (siehe auch Seiten 33–35):

- 451'223 Tonnen Konsummilch (-0,9%)
- 284'560 Tonnen Magermilchprodukte (-7,6%)
- 184'904 Tonnen Käse (-2,1%)
- 134'042 Tonnen Jogurt (-1,9%)
- 103'627 Tonnen Milchspezialitäten (-2,7%)
- 68'814 Tonnen Konsumrahm (-2,3%)
- 51'092 Tonnen Milchpulver und Kondensate (+2,0%)
- 48'469 Tonnen Butter (-0,9%)

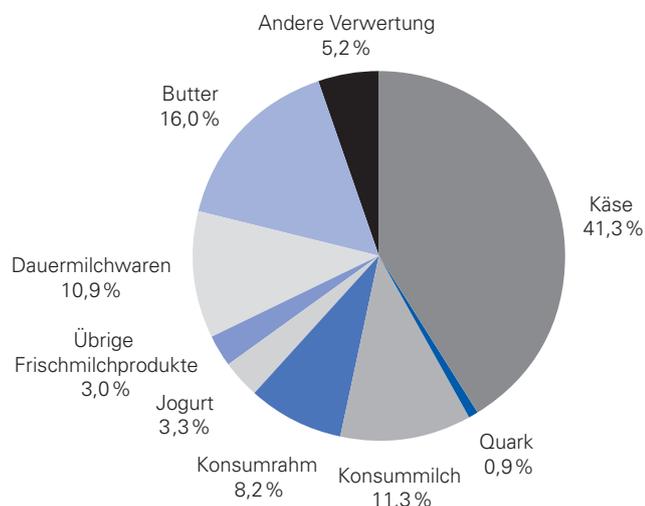
Mehr Quark und Käse mit weniger Milch

Der Vergleich zu 2011 zeigt vor allem einen Anstieg bei Quark und «Andere Verwertung» (Spezialmilchpulver und Milchproteinkonzentrate). Es sind 14,7 Millionen MAE mehr zu Quark verarbeitet worden, was 0,4 Prozent der gesamten Milchproduktion entspricht. Bei der Konsummilch beträgt die Abnahme 27,3 Millionen MAE bzw. 0,8 Prozent der Milchproduktion. Im Durchschnitt ist die Verarbeitung zu Konsummilch pro Jahr um 1,3 Prozent zurückgegangen.

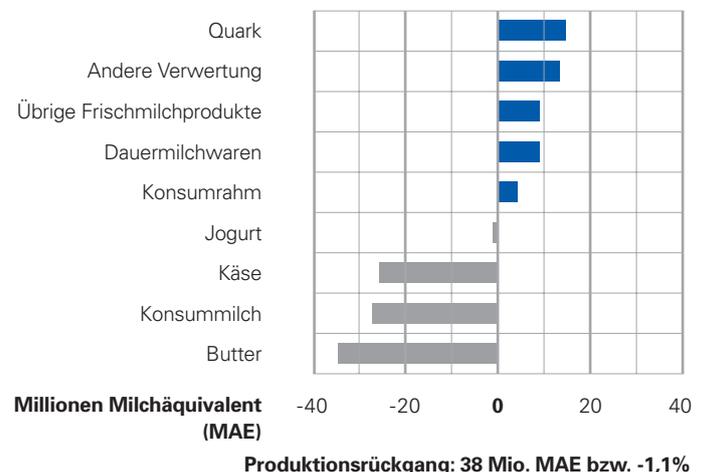
2016 sind im Vergleich zu 2011 mit weniger Milch (-25,6 Mio. MAE) 3'229 Tonnen mehr Käse hergestellt worden. Möglich gemacht hat diese Entwicklung die Verschiebung von Hartkäse zu Frischkäse.

Die Verarbeitung zu Butter, die auch als Regulierprodukt dient, hat um 34,6 Millionen MAE abgenommen.

Verarbeitung der Milch 2016



Veränderung der Milchverarbeitung 2011 bis 2016



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Käseproduktion

Le Gruyère AOP ist 2016 trotz einem Produktionsrückgang mit einer Menge von 26'325 Tonnen der meisthergestellte Käse. Mozzarella (23'45 t), Quark (18'93 t) und Emmentaler AOP (17'02 t) folgen auf den nächsten Plätzen. Mit Raclette Suisse® decken diese Sorten mehr als die Hälfte der Käseproduktion ab.

Mozzarella, Quark und Raclette Suisse® stabil

Die schwierige Situation beim Export hat sowohl bei Le Gruyère AOP als auch bei Emmentaler AOP zu einem Rückgang der Produktion geführt. Le Gruyère AOP hält weiterhin unangefochten die Spitzenposition. Mozzarella hat bei einem kleinen Rückgang der Produktion den zweiten Platz gefestigt. Emmentaler AOP bleibt neben Le Gruyère AOP mit Abstand die wichtigste Sorte, die aus silofrei produzierter Milch hergestellt wird. Zusammen haben sie einen Anteil von 23,4 Prozent an der Schweizer Käseproduktion. Gemeinsam mit Mozzarella, Quark und Raclette Suisse®, die alle aus Molkereimilch hergestellt werden, haben sie einen Anteil von 53,8 Prozent der Käseproduktion (siehe auch Seite 35).

Rückgang bei Le Gruyère AOP und Emmentaler AOP

2016 haben die Schweizer Käsefabrikanten insgesamt 184'904 Tonnen Käse hergestellt. Das sind 3'902 Tonnen beziehungsweise 2,1 Prozent weniger als im Vorjahr. Le Gruyère AOP hat die Produktion auf 26'325 Tonnen (-2'227 t bzw. -7,8%) gesenkt. Mozzarella ist mit 23'450 Tonnen (-101 t bzw. -0,4%) leicht weniger hergestellt worden. Ebenfalls Quark hat das hohe Produktionsniveau vom Vorjahr mit 18'936 Tonnen (-28 t, bzw. -0,1%) nur knapp verfehlt. Einen erneut starken Rückgang von minus 1'814 auf 17'029 Tonnen (-9,6%) verzeichnet

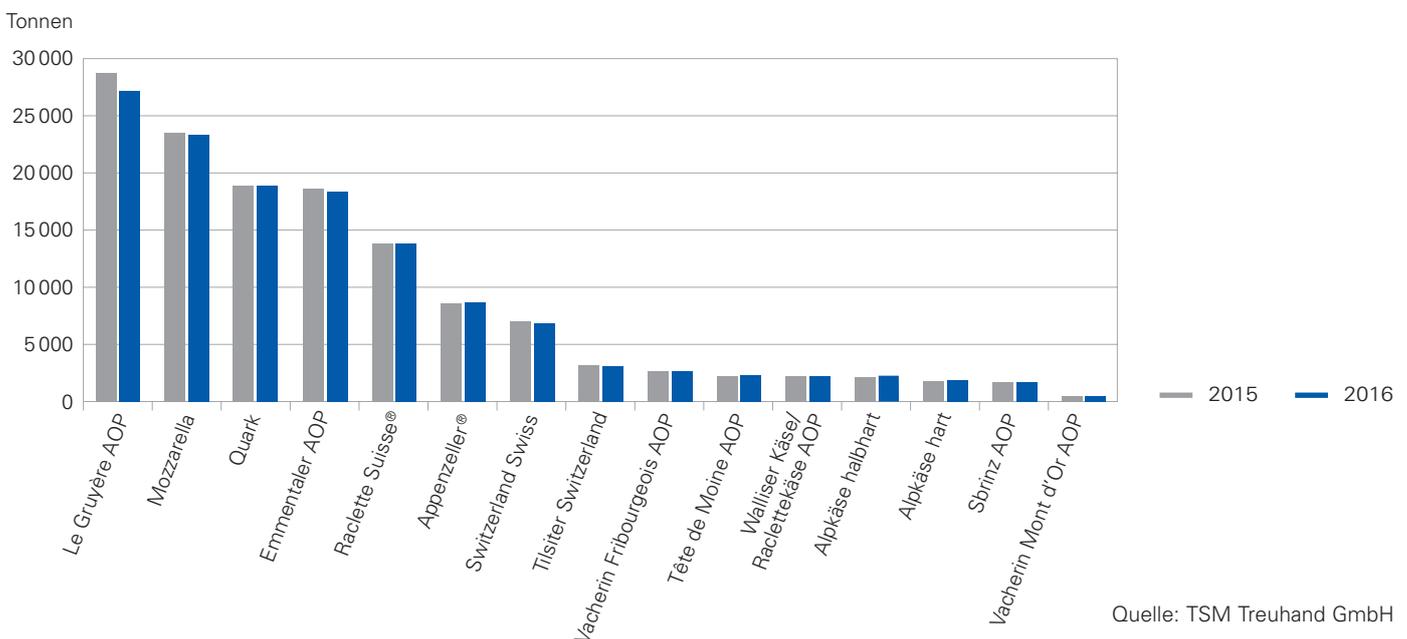
Emmentaler AOP. Einen kleinen Anstieg hat es 2016 bei Raclette Suisse® gegeben: plus 58 auf 13'687 Tonnen (+0,4%).

Die Menge und die sechste Position der Rangliste gehalten hat Appenzeller® mit 8'806 Tonnen (+24 t, resp. +0,3%). Nach den Produktionssteigerungen in den vier Vorjahren hat der Switzerland Swiss ein deutliches Minus von 1'149 auf 5'795 Tonnen verzeichnet (-16,5%). Mit einem Exportanteil von knapp 70 Prozent der Produktion ist der Switzerland Swiss besonders vom harten Franken betroffen.

Bei den weiteren Käsespezialitäten ist die Produktionsbilanz unterschiedlich. Ein leichtes Minus verzeichnen Tilsiter Switzerland, Vacherin Fribourgeois AOP, Sbrinz AOP und Vacherin Mont d'Or AOP. Im Plus liegen Tête de Moine AOP, Walliser Raclette AOP und Alpkäse.

An Bedeutung nimmt die Produktion von Ziegen- und Schafkäse zu. 2016 sind 1'330 Tonnen (plus 120 t, resp. +9,9%) hergestellt worden. Der Anteil an der Schweizer Käseproduktion ist jedoch mit 0,7 Prozent bescheiden.

Produktion ausgewählter Käsesorten 2015 und 2016



Delegiertenversammlung

Am 12. April hat die SMP ihre ordentliche Delegiertenversammlung abgehalten. Die Delegierten haben über die ordentlichen statutarischen Geschäfte befunden. Die Finanzierung der Massnahmen zur Marktstabilisierung ist bis Ende 2016 verlängert worden.

12. April: ordentliche Delegiertenversammlung

An der ordentlichen Delegiertenversammlung haben die Abnahme der statutarischen Geschäfte, Ersatzwahlen und umfassende Informationen zum Milchmarkt, zur Agrarpolitik und zum Milchmarketing die Schwerpunkte gebildet. Die Delegierten haben den statutarischen Geschäften zugestimmt. Sie haben die konsolidierte Jahresrechnung 2016 genehmigt und die Organe diskussionslos entlastet.

Ersatzwahlen

Die Delegierten der SMP haben unter Würdigung ihrer Verdienste die bisherigen Vorstandsmitglieder René Vonlanthen vom Freiburger Milchverband (FSFL), Andreas Müller vom Berner Bauern Verband (BEBV) und Nello Croce vom Tessiner Milchverband (FTPL) verabschiedet und folgende neue Vertretungen gewählt: Gabriel Yerly (FSFL), Emilio Bossi (FTPL) und Ulrich Fahrni (BEBV). Als neue Suppleanten wurden für den Walliser Milchverband (FLV) Michel Bonjean und für den Freiburger Milchverband (FSFL) Nicolas Savary gewählt. Christophe Noël (FSFL) wurde als Nachfolger von René Vonlanthen und Vertreter der lateinischen Schweiz zum 1. Vizepräsidenten der SMP gewählt.

Marktstabilisierung weiterführen

Im Vorfeld der Delegiertenversammlung hat die Weiterführung der Massnahmen zur Marktstabilisierung viel zu diskutieren gegeben. Basierend auf der 2013 beschlossenen strategischen Ausrichtung hat sich die SMP zusammen mit den Milchvermarktungsorganisationen in den Jahren 2014 und 2015 an Marktentlastungsmassnahmen beteiligt. Nachdem sich alle 14 in der Vermarktung von Milch tätigen Aktionäre von LactoFama AG für eine Verlängerung der Finanzierung bis Ende 2016 ausgesprochen haben, hat der Vorstand der Delegiertenversammlung beantragt, einem analogen Finanzierungsbeschluss zuzustimmen. Die Delegierten haben dem Antrag zur Weiterführung der Finanzierung mit dem Beitrag von 0,35 Rappen pro Kilogramm Milch bis zum 31. Dezember 2016 mit 147 Ja-, 9 Nein-Stimmen und 9 Enthaltungen zugestimmt.

Finanzierungsbeschlüsse

Gemäss Beschluss der Delegierten erheben die Mitgliedsorganisationen auf der von den angeschlossenen Produzenten vermarkteten Milch in der Periode vom 1. Mai 2016 bis 30. April 2017 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.

** befristet bis 31. Dezember 2016

Internationaler Druck

Präsident Hanspeter Kern hat in seinem Eröffnungsreferat betont, dass auch 2016 ein schwieriges Jahr wird. Gleichzeitig hat er aufgezeigt, dass die vielfältigen Massnahmen, die 2015 umgesetzt worden sind, Wirkung gezeigt haben. «Obwohl die Preise bei der Molkereimilch extrem tief sind, war die Differenz zum EU-Preis noch nie so gross wie heute», hat er gesagt. Damit diese Differenz gehalten werden kann, müssen die Milchproduzenten unbedingt geeint auftreten. Zudem muss alles daran gesetzt werden, die Verhandlungsposition der Produzenten gegenüber den Milchverarbeitern zu stärken. Die SMP unterstützt auch in Zukunft alle Bestrebungen strategischer Zusammenarbeiten unter den Milchvermarktungsorganisationen, um die Marktpositionen gegenüber den nachfolgenden Stufen zu stärken.

Die Delegierten haben zudem die Schwerpunkte des Tätigkeitsprogramms zur Kenntnis genommen:

- Nachfolgeregelung für das Schoggigesetz mit Erhaltung der Wertschöpfung in der Schweiz
- Verbesserungen bei den Direktzahlungen (Programme RAUS, BTS und GMF)
- Gespräche mit dem Detailhandel zur Förderung des Verständnisses für die Situation der Schweizer Milchproduzenten
- Korrekte und konsequente Umsetzung der Segmentierung und ein möglichst hoher A-Richtpreis
- Swissmilk-Marketing zur Sensibilisierung der Konsumentinnen und Konsumenten für den Kauf von Schweizer Milch und Milchprodukten

Regionaltagungen

Die SMP hat vom 7.–11. November 2016 an den Regionaltagungen in Egerkingen SO, Kirchberg SG, Neyruz FR und Thun BE über die aktuelle Situation am Markt und in der Politik informiert. Die Regionaltagungen richten sich an die SMP-Delegierten und an Entscheidungsträger unter den Milchproduzenten. Sie werden anstelle einer Herbst-Delegiertenversammlung durchgeführt.

Rund 270 Vertreter haben an den Regionaltagungen teilgenommen und einen animierten, kritischen, aber konstruktiven Dialog geführt. Die folgenden Themen haben dabei die Schwerpunkte gebildet.

Marktlage weiterhin schwierig

Die internationalen und nationalen Marktanalysen zeichnen ein Bild, welches als «vorsichtig optimistisch» bezeichnet werden kann. Allerdings muss bei einem Produktionsrückgang auch ein Rückgang beim Absatz beobachtet werden. Beim Käse hemmt der starke Franken weiterhin den Export. Bei den Molkereiprodukten wurde im ersten Halbjahr 2016 ein Absatzrückgang von 1,4 Prozent verzeichnet.

Diese Situation hat dazu geführt, dass sich der B-Preis kurzfristig verbessert hat. Beim A-Richtpreis braucht es noch deutliche Impulse vom internationalen Markt, bis eine Anpassung erreicht werden kann.

Keine Kürzung der Bundesmittel

In der Debatte zum Bundesbudget unterstützen die SMP die Vertreter der Landwirtschaft, um sicher zu gehen, dass die Mittel, welche der produzierenden Landwirtschaft als Entschädigung für ihre Leistungen versprochen wurden, nicht gekürzt werden.

Auch die Mittel, welche bisher für die Schoggigesetzprodukte verwendet worden sind (94,6 Mio. pro Jahr), dürfen nicht gekürzt werden. Ansonsten verkommt die

Umsetzung der WTO-Regelung zu einem versteckten Sparprogramm. Aus diesem Grund muss die Milchzulage von 4 Rappen gesetzlich verankert werden. Nur so kann dieser Kanal für 11 Prozent der Schweizer Molkereimilch erhalten bleiben.

Die Mitglieder der SMP haben auch ihre Haltung zu den vier landwirtschaftlichen Volksinitiativen diskutiert. Zustimmung herrscht für die Initiative für Ernährungssicherheit. Die Milchproduzenten wollen diese beim Stand der Diskussion unterstützen. Der neue Gegenvorschlag soll nun aber seriös geprüft werden. Die Schweizer Milchproduzenten werden dem Schweizer Bauernverband in dieser Frage zu einem geschlossenen Auftritt verhelfen.

Konzentration auf «Herkunft Schweiz»

Bei den laufenden und zukünftigen Basis-Marketingaktivitäten sticht die sehr erfolgreiche Kampagne Swiss milk inside heraus. 2015 als Antwort auf die Aufgabe des stabilen Wechselkurses CHF-Euro lanciert, hat sich diese Sammelpromotion zu einem Instrument entwickelt, mit dem Swissness im Regal sichtbar wird. Die aktuelle Jogurt-Kampagne 2016, wo alle Akteure der Wertschöpfungskette mitmachen, ist bereits vor Ende noch erfolgreicher als die Kampagne im letzten Jahr. Neben solch klassischen Aktivitäten zur Verkaufsförderung direkt in den Geschäften werden in Zukunft die «Mehrwerte der Schweizer Milch» eine wichtige Stellung in der Gesamtkommunikation einnehmen.



An den Regionaltagungen findet ein reger Informationsaustausch statt. Hier kann unter Milchproduzenten offen und direkt diskutiert werden.

Vorstand

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP traf sich im Geschäftsjahr 2016 zu sieben ordentlichen Sitzungen. An einer ausserordentlichen Sitzung und einer Klausurtagung waren die schwierige Situation im Molkereimilchmarkt, die künftige Zusammenarbeit in der Branche und die Rolle des Bundes die wichtigsten Themen.

21. Januar: Schwierige Situation Milchmarkt

- Der Vorstand diskutiert intensiv die schwierige Situation auf dem Milchmarkt. In einer Medienmitteilung wird der Aufruf zur Drosselung der Menge um 3 Prozent publiziert und an die Verantwortung der Marktakteure appelliert.
- Die Stellungnahme zum Landwirtschaftlichen Zahlungsrahmen 2018–2022 wird verabschiedet.
- Die Erhöhung der Beteiligung der SMP an den Schweizer Agrarmedien wird grundsätzlich gutgeheissen. Die Beschlussfassung über die Kapitalerhöhung erfolgt an der GV der Schweizer Agrarmedien im März.
- Der Vorstand beschliesst, den Umbauprozess der Erstattungen nach dem «Schoggigesetz» aufgrund der WTO-Beschlüsse von Nairobi aktiv und im langfristigen Interesse der Schweizer Milchproduzenten und des Werkplatzes Schweiz mitzugestalten.

9. März: Vorbereitung Delegiertenversammlung

- Der Vorstand beschliesst, weitere 1,20 Millionen Franken aus dem Inkassoertrag (0,35 Rp./kg) von 2015 für Marktentlastungsmassnahmen über LactoFama AG freizugeben. Im Falle der Zustimmung der Delegiertenversammlung vom 12. April 2016 beschliesst der Vorstand, weitere Mittel im Umfang von maximal 5,30 Millionen Franken freizugeben.
- Der Vorstand bereitet die Geschäfte der Frühjahrs-Delegiertenversammlung vor. Er verabschiedet die Anträge zur Genehmigung der Jahresrechnung 2015 und des Geschäftsberichts 2015.
- Die Stellungnahme der SMP zum Bundesgesetz über das Stabilisierungsprogramm 2017–2019 wird verabschiedet.
- Gemäss einem Antrag von ZMP beauftragt der Vorstand die SMP, beim Schweizer Bauernverband die Anliegen der Milchproduzenten zur Positionierung der Milchwirtschaft in der (Land-)Wirtschaft und Politik stärker einzubringen und dabei gemeinsam vorzugehen.

11. Mai: Vorbereitung Milchgipfel

- Der Vorstand diskutiert intensiv die weiterhin schwierige Lage auf dem Milchmarkt und beschliesst, gemeinsam mit dem SBV und der BO Milch am Freitag, 27. Mai 2016 einen Milchgipfel durchzuführen.
- Es wird beschlossen, am Donnerstag, 15. September 2016 eine Klausurtagung der SMP durchzuführen.
- Der Vorstand genehmigt das Kommunikationskonzept mit den strategischen und operativen Zielen und Erkenntnissen zu den Handlungsschwerpunkten «Visibilität steigern», «Positionierung schärfen» und «organisatorische Anpassungen».

23. Juni: Gespräch BR Schneider-Ammann

- Anlässlich der Besprechung mit Bundespräsident Schneider-Ammann wurden SMP, SBV und BO Milch aufgefordert, gemeinsame Ziele zur Konkretisierung von Art. 37 LwG zu formulieren.
- Die saisonalen Aktivitäten von LactoFama AG für 2016 sind abgeschlossen.
- Der Vorstand stimmt dem Rahmenbudget für eine Swiss milk inside Jogurt-Sondermassnahme zu.
- Für die Aktienkapitalerhöhung der Appenzeller Schaukäserei Stein AR stimmt der Vorstand der Zeichnung von 1'230 neuen Aktien zu.

1. Juli: ausserordentliche Sitzung

- Der Vorstand wählt Herrn Stefan Arnold zum Leiter des Geschäftsbereichs Marketing und zum Mitglied der Geschäftsleitung der SMP.
- Im Nachgang zur Vorstandssitzung findet eine Sitzung mit den Präsidenten und weiteren Repräsentanten der grossen Milchvermarktungsorganisationen statt. Es wird eine erste Diskussion zu den Ansatzpunkten und Massnahmen Milchmarkt 2017 geführt und das weitere Vorgehen festgelegt.

1. September: Wahl neuer Direktor

- Der Vorstand wählt Herrn Stephan Hagenbuch zum neuen Direktor der SMP.
- Der Vorstand lässt sich über die Situation bei den Massnahmen zur Marktstabilisierung bei LactoFama AG informieren und diskutiert, wie es 2017 weitergehen wird. Die Diskussion soll an der Klausurtagung vom 15. September weitergeführt und an der Vorstandssitzung im Oktober sollen Entscheide gefällt werden.
- Die Marketingabteilung zeigt den sehr erfolgreichen Zwischenstand der Sondermassnahmen Swiss milk inside auf.

6. Oktober: Milchmarkt und Massnahmen

- Klausurtagung vom 15. September 2016: Der Vorstand diskutiert intensiv die drei Themenbereiche «Herausforderungen Milchmarkt und Massnahmen 2017ff.», «Organisation SMP» (Mitgliedschaft, Beiträge, Inkasso, Beziehungen zu anderen Organisationen) sowie «Politische Rahmenbedingungen und Qualitäts-/ Mehrwertstrategie BO Milch» und beauftragt die Geschäftsleitung der SMP mit den notwendigen Aufträgen.
- Gemäss einem Antrag ZMP wird beschlossen, unter externer Begleitung im Jahr 2017 eine Überprüfung der Organisation der SMP vorzunehmen.
- Der Vorstand beschliesst mit Blick auf die Marktentwicklung und die fehlende Abdeckung, ab 1. Januar 2017 auf den Einzug von Mitteln für die Marktstabilisierung zu verzichten. Die für die Marktstabilisierung bis Ende 2016 eingezogenen und noch verfügbaren Mittel werden für 2017 freigegeben, womit LactoFama AG 2017 in reduziertem Umfang aktiv sein wird. Die Abklärungen für andere Marktentlastungsmassnahmen sind im Hinblick auf 2018 rasch an die Hand zu nehmen.
- Der Vorstand nimmt zur Kenntnis, dass die Stabsübergabe vom bisherigen Direktor Kurt Nüesch an Stephan Hagenbuch bereits auf den 1. November 2016 erfolgt.

7. Dezember: Genehmigung der Budgets 2017

- Der Vorstand informiert sich über die geplanten Aktivitäten im Jahr 2017 und genehmigt die Budgets für das Milchmarketing, den Milchstützungsfonds und den Verband.
- Der Vorstand nimmt Kenntnis von einem Entscheid der Milchringpräsidenten von Prolait, wonach die ausstehenden Beiträge an die SMP sofort und vorbehaltlos bezahlt werden.
- Der Vorstand verabschiedet die Stellungnahme zur Nachfolgeregelung Schoggigesetz. Die Stellungnahme wird in Abstimmung mit dem Schweizer Bauernverband am 19. Januar 2017 eingereicht.
- Der Vorstand nimmt Stellung zur Mitgliederbefragung des Schweizer Bauernverbands betreffend Beitrags-erhebung.
- Initiative zur Ernährungssicherheit: Die Position des Schweizer Bauernverbandes, zum aktuellen Zeitpunkt sowohl die Initiative für Ernährungssicherheit wie auch den direkten Gegenvorschlag zur Annahme zu empfehlen, wird unterstützt.
- Die Projektskizze zur Überprüfung der Organisation der SMP wird verabschiedet und die Arbeitsgruppe eingesetzt.
- Der Vorstand beschliesst, den Aufbau eines Kälbergesundheitsdienstes zu unterstützen und als Kollektivmitglied beizutreten.

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 Käseemilch

An vier Sitzungen wurden Marktinformationen ausgetauscht und agrarpolitische Weichenstellungen, wie die Nachfolgelösung für das Schoggigesetz, diskutiert. Externe Referenten informierten über die Umsetzung der Strategie gegen Antibiotikaresistenzen StAR und die bevorstehende Privatisierung der Käsekulturenproduktion. Die Sitzung in Turtmann mit Einblick in die Augstbordkäserei, die Käsefabrikation und das Reifungslager (Cremo/Alpgold) in Siders, förderte unter den Kommissionsmitgliedern aus verschiedenen Regionen das gegenseitige Verständnis.

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2016

Die Jahresrechnung 2016 liegt auf konsolidierter Basis mit dem ausgewiesenen Ergebnis von -1,1 Millionen Franken deutlich hinter den Budgetvorgaben zurück. Ursachen für diese Abweichung liegen erstens in der kurzfristig entschiedenen Wiederholung der 2015 lancierten Absatzförderungsmassnahme «Swiss milk inside», 2016 mit einer fokussierten Sammelpromotionskampagne schweizweit im Jogurtbereich. Auch diese Promotion hat wiederum die Erwartungen bei Weitem übertroffen. Zweite Ursache bildet das erzielte Nettofinanzergebnis, welches die Budgetgrösse nicht erreicht hat. Im aktuellen Tiefzinsumfeld sind die Renditeperspektiven auf einem Tiefpunkt angelangt. Hinzu kommt das Regime der Negativzinsenpolitik der Schweizerischen Nationalbank SNB – eine aussergewöhnliche Herausforderung. Um drohenden Negativzinsen aus dem Wege zu gehen, ist das Wertschriften-Portfolio vornehmlich um Unternehmensanleihen und Aktien von dividendenstarken Schweizer «Blue Chips»-Titeln erweitert worden. Und schliesslich gehört es wie bis anhin zur Bewertungspraxis der SMP, Kursgewinne erst zum Zeitpunkt der Realisierung, buchmässige Kursverluste jedoch unmittelbar in das Ergebnis einfließen zu lassen.

Auf operativer Ebene zeigt das Betriebsergebnis (EBIT) über die 3 Teilrechnungen ein gegenüber Vorjahr und Budget deutlich höheres Minus. Das für 2016 erzielte operative Resultat von -3,7 Millionen Franken liegt 2,0 Millionen Franken hinter dem Budgetwert von -1,7 Millionen Franken zurück. Die an der Konsumentenfront äusserst erfolgreiche «Swiss milk inside»-Werbekampagne wirkt sich ergebnismässig belastend aus. Die durch die Übertragung des Kochmagazins «Le Menu» generierten Mittel haben dabei finanziell eine abfedernde Wirkung gezeigt. «Swiss milk inside» ist auch durch das BLW mit einer ausserordentlichen Zusatzfinanzierung unterstützt und ausgezeichnet worden. Das Budget hat eine

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2016

Aktiven (in 1000 CHF)	2016	%	2015	%
Flüssige Mittel – zweckgebunden CHF 8,8 Mio. (DV 14.04.2004)	28 428	28,1	48 691	48,2
Kurzfristig gehaltene Aktiven mit Börsenkurs	32 585	32,2	16 056	15,9
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	12 601	12,4	14 117	14,0
Übrige kurzfristige Forderungen	4 579	4,5	680	0,7
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	384	0,4	415	0,4
Aktive Rechnungsabgrenzungen	6 732	6,7	5 733	5,7
Total Umlaufvermögen	85 309	84,3	85 692	84,8
Finanzanlagen	1 623	1,6	1 626	1,6
Beteiligungen	581	0,6	92	0,1
Mobile Sachanlagen	655	0,6	704	0,7
Grundstücke und Bauten	12 925	12,8	12 720	12,6
Immaterielle Werte (Software)	126	0,1	183	0,2
Total Anlagevermögen	15 909	15,7	15 324	15,2
Total Aktiven	101 218	100,0	101 017	100,0
Passiven (in 1000 CHF)				
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	11 666	11,5	9 076	9,0
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	801	0,8	599	0,6
Passive Rechnungsabgrenzungen	1 789	1,8	3 246	3,2
Kurzfristige Rückstellungen	959	0,9	1 015	1,0
Total kurzfristiges Fremdkapital	15 215	15,0	13 937	13,8
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	125	0,1	125	0,1
Rückstellungen sowie vom Gesetz vorgesehene ähnliche Positionen	9 795	9,7	9 756	9,7
Total langfristiges Fremdkapital	9 921	9,8	9 881	9,8
Genossenschaftskapital	3 000	3,0	3 000	3,0
Fondskapital	26 522	26,2	27 114	26,8
Kumulierte Gewinne aus dem Vorjahr	47 676	47,1	47 121	46,6
Jahresgewinn (+)/-verlust (-)	- 1 116	- 1,1	- 37	0,0
Total Eigenkapital	76 083	75,2	77 198	76,4
Total Passiven	101 218	100,0	101 017	100,0

Konsolidierte Bilanz

Auf den Bilanzstichtag per 31.12.2016 liegt wie im Vorjahr ein unverändert gesundes Bilanzbild vor. Die Bilanzsumme hat marginal um +0,2 Millionen Franken auf konsolidiert 101,2 Millionen Franken zugenommen. Die Eigenkapitalquote hat sich aufgrund des ausgewiesenen Aufwandüberschusses um 1,2 Prozentpunkte reduziert und weist auf Ende des Jahres noch 75 Prozent (Vorjahr 76%) aus. Aktivseitig widerspiegelt sich die Erweiterung des Wertschriften-Portfolios aufgrund angekündigter Negativzinsen auf ordentlichen Liquiditätsbeständen.

Die Liquiditätssituation darf unverändert als stabil und vorsichtig ausgerichtet bezeichnet werden. Dem Umlaufvermögen von 85 Millionen Franken steht ein kurzfristiges Fremdkapital von 15 Millionen Franken gegenüber. Bei der Mittelanlage wird weiterhin der Substanzerhaltung gegenüber risikoträchtigen Renditeoptimierungen eine höhere Priorität eingeräumt. Der Anteil des Umlaufvermögens macht rund 84 Prozent der Bilanzsumme aus. Durch den im Februar 2017 stattfindenden Liegenschaftszugang wird eine Verlagerung vom Umlauf- zum Anlagevermögen im Rahmen von rund 10 Prozent der Bilanzsumme vollzogen. Die Passivseite ist geprägt durch ein gesundes Verhältnis zwischen kurz- wie langfristigem Fremd- und Eigenkapital. Die Finanzierungen können alleine mit eigenen Mitteln erfolgen. Es bestehen unverändert keinerlei zinsbelastete Fremdfinanzierungen (exkl. Leasing).

unveränderte Milchmenge angenommen, eingetreten ist ein Mengenrückgang 2016 zu 2015 von -1,5 Prozent.

In einem durchaus anspruchsvollen Marktumfeld mit hohen Volatilitäten, politischen Überraschungen und Negativzinsen ist das Netto-Finanzergebnis von 0,1 Millionen Franken deutlich zurückgekommen. Die Vorgabe lautete auf 1,0 Millionen Franken. Im Ergebnis enthalten sind u.a. buchmässige Kursverluste auf Aktien und Obligationen im Umfang von -0,9 Millionen Franken. In das Finanzergebnis fliessen hingegen keine unrealisierten Kursgewinne. 2016 betragen diese rund 1,15 Millionen Franken. Seit 2012 erfolgt die Bewertung der Wertschriften unverändert gemäss dem Imparitätsprinzip. Einen tendenziell steigenden Beitrag zur Abdeckung des operativen Betriebsverlustes leistet mit 0,6 Millionen Franken der Liegenschaftserfolg.

Abgestützt auf den Beschluss der SMP-Delegiertenversammlung vom 12. April 2016 ist der seit Dezember 2014 geltende Produzentenbeitrag für Zwecke der saisonalen Marktstabilisierung bis zum 31. Dezember 2016 verlängert worden. Im Berichtsjahr erreichten die fakturierten Beiträge mit dem Ansatz von 0,35 Rappen pro Kilogramm ein Volumen von 11,3 Millionen Franken. Der SMP-Vorstand hat für 2016 mit Beschlüssen 10,35 Millionen Franken freigegeben. Beansprucht wurden effektiv 10,1 Millionen Franken für saisonale Massnahmen der LactoFama AG. Erfolgsneutral, zweckgebunden und in der Disposition des SMP-Vorstandes ist der verfügbare Saldo bilanzseitig passiviert.

Für die Kostenseite, also den Personal- und übrigen betrieblichen Aufwand, kann festgehalten werden, dass die Budgetvorgaben deutlich eingehalten worden sind. Obschon eine hohe Kostendisziplin herrscht, sind mit dem konsolidierten Verlust von -1,1 Millionen Franken die finanziellen Zielsetzungen der SMP als Leitplanken für das Geschäftsjahr 2016 insgesamt nicht eingehalten worden.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2016

(in 1 000 CHF)	2016	%	2015	%
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	46 706	100,0	48 769	100,0
Materialaufwand und Drittleistungen	- 31 264	- 66,9	- 31 458	- 64,5
Bruttogewinn (+)/-verlust (-)	15 443	33,1	17 312	35,5
Personalaufwand	- 11'907	- 25,5	- 11 896	- 24,4
Übriger betrieblicher Aufwand	- 6'578	- 14,1	- 6 837	- 14,0
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (-) vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	- 3'042	- 6,5	- 1 421	- 2,9
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	- 640	- 1,4	- 617	- 1,3
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (-) vor Zinsen und Steuern (EBIT)	- 3 682	- 7,9	- 2 038	- 4,2
Finanzaufwand	- 1 085	- 2,3	- 355	- 0,7
Finanzertrag	1 197	2,6	1 557	3,2
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (-) vor Steuern (EBT)	- 3 569	- 7,6	- 837	- 1,7
Liegenschaftsaufwand	- 189	- 0,4	- 76	- 0,2
Liegenschaftsertrag	760	1,6	613	1,3
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	- 310	- 0,7	- 236	- 0,5
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	2 315	5,0	663	1,4
Gewinn (+)/Verlust (-) vor Steuern	- 993	- 2,1	127	0,3
Direkte Steuern	- 123	- 0,3	- 164	- 0,3
Jahresgewinn (+)/-verlust (-)	- 1 116	- 2,4	- 37	- 0,1

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Die Nettoerlöse von insgesamt 46,7 Millionen Franken werden annähernd zur Hälfte durch Produzentenbeiträge und zu rund einem Drittel durch Eigenleistungen generiert. Ergänzt wird die Position durch Bundesmittel. Der Betriebs- und Materialaufwand inkl. Leistungen Dritter erreicht 49,7 Millionen Franken.

Nach Abschreibungen resultiert auf Stufe Betriebsergebnis/EBIT ein Minus von -3,7 Millionen Franken, welches durch das Netto-Finanzergebnis, den Liegenschaftserfolg sowie das Ergebnis aus dem neutralen Bereich letztlich zu einem ausgewiesenen konsolidierten Aufwandüberschuss von -1,1 Millionen Franken führt.

Teilrechnungen 2016: Verbandsrechnung

Die Verbandsrechnung weist wie schon im Vorjahr ein negatives operatives Betriebsergebnis (EBIT) von unverändert -1,0 Millionen Franken aus. Das Netto-Finanzergebnis und der Liegenschaftserfolg von zusammen rund 0,7 Millionen Franken vermögen dieses Betriebsergebnis 2016 nicht aufzufangen und auszugleichen. Die bedeutendste Kostenposition, die Personalkosten, liegen hingegen innerhalb des Budgets. Neu getrennt auszuweisen ist im ausserordentlichen Aufwand die Speisung der Arbeitgeber-Beitragsreserve bei der Vor-sorgeeinrichtung. Auf der «bottom line» schliesst die Verbandsrechnung bei einem ausgeglichenen Budget mit einem Aufwandüberschuss von -0,5 Millionen Franken ab.

Milchstützungsfonds

Die Erfolgsrechnung 2016 des Milchstützungsfonds weist ein ähnliches Bild wie im Vorjahr aus. Im Budget wurden noch die Beiträge «Saisonale Marktstabilisierung» für die Periode Januar–April 2016 ausgewiesen. Aus steuertechnischen Gründen wird die Beitragserhebung wie auch der anschliessende Mitteleinsatz für saisonale Massnahmen der LactoFama AG bilanzintern und somit nicht erfolgswirksam verbucht. Die Jahresrechnung weist wie schon im Vorjahr einen Aufwandüberschuss von -0,04 Millionen Franken aus. Erfolgsneutral verhalten sich wie üblich die Erträge und Aufwendungen für die Basis-kommunikation «Schweizer Alpkäse».

Marketingfonds

Innerhalb der Jahresrechnung des Marketingfonds hat die 2. Folge der Sondermassnahmen «Swiss milk inside» sowie der Verkauf der Kochzeitschrift «Le Menu» das Ergebnis stark geprägt. Das operative Betriebsergebnis (EBIT) weist bei einem ausgeglichen budgetierten Resultat ein Minus von -2,7 Millionen Franken aus. Ein Teilausgleich erfolgt über das einmalige ausserordentliche Ergebnis, in erster Linie bedingt durch den Sonderfaktor «Le Menu». Die Teilrechnung schliesst mit einem Ergebnis von -0,6 Millionen Franken ab.

Lagebericht

Geschäftsverlauf/wirtschaftliche Lage

Die wesentlichen Aussagen zum Lagebericht gemäss Art. 961c OR sind im Geschäftsbericht festgehalten.

Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt

Im Geschäftsjahr 2016 bestanden bei der SMP im Jahresdurchschnitt 135 Vollzeitstellen. Insbesondere durch die saisonalen Schwerpunkte der Marketingaktivitäten fallen starke Schwankungen im Personalbestand an. Bei den Festangestellten bestanden 92 Vollzeitstellen.

Durchführung einer Risikobeurteilung

Der Vorstandsausschuss hat sich mit den möglichen Risiken beschäftigt. Anhand eines Risikokatalogs wurden Risiken aufgeführt, beurteilt, gewichtet, zugeordnet und Massnahmen festgehalten. Planmässig werden die Risikofaktoren zumindest jährlich überprüft und allfällig ergänzt oder bereinigt.

Bestellungs- und Auftragslage/Forschungs- und Entwicklungstätigkeit

Die SMP ist die Dachorganisation, der nationale Verband der Schweizer Milchproduzenten. In dieser Funktion beteiligt sie sich an allfälligen Forschungsprojekten, vornehmlich von Bildungs- und Forschungsinstitutionen, welche einen landwirtschaftlichen Bezug, insbesondere zur Milchwirtschaft im Allgemeinen haben.

Aussergewöhnliche Ereignisse/Zukunftsaussichten

Die hier wesentlichen Aussagen sind im Geschäftsbericht umfassend festgehalten.

Anhang zur Jahresrechnung 2016

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 und entspricht dem neuen Rechnungslegungsrechts gemäss den Art. 957 bis 962 OR.

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 ab dem Berichtsjahr eine Wertberichtigung von 4% auf Obligationen und 30% auf Aktien gebildet. Die bis zum Vorjahr geltenden Sätze betragen 7,5% auf Obligationen und 50% auf Aktien.

2.2. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Die Wertberichtigung (Delkredere) 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	2 550 000	1 353 000
Kapitalanteil - Buchwert CHF 369 001	783 000	414 000
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 AG mit Sitz in Bern

Aktienkapital	1 320 000	1 000 000
Kapitalanteil - Buchwert CHF 120 001	420 000	300 000
Stimmrechtsanteil	32%	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

	2016	2015
in den nächsten 12 Monaten fällig	1 155 301	1 170 872
in mehr als 12 Monaten fällig	5 168 109	6 346 353
	6 323 410	7 517 224

6. Sonstige Angaben

	31.12.2016	31.12.2015
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	122 847	-

7. Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Prüfung der Jahresrechnung durch die Revisionsstelle am 9. Februar 2017 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten.

8. Honorar der Revisionsstelle

	2016	2015
Honorar für Revisionsdienstleistungen	65 865	61 745
Honorar für andere Dienstleistungen	3 495	8 253
	69 360	69 998

Bei den erbrachten Dienstleistungen handelte es sich 2015 im Wesentlichen um die Beratungstätigkeit im Zusammenhang mit dem neuen Rechnungslegungsrecht sowie die Revision einer angeschlossenen Stiftung, welche auch im Berichtsjahr 2016 erbracht wurde.

Bericht der Revisionsstelle

Bericht der Revisionsstelle zur konsolidierten Jahresrechnung an die Delegiertenversammlung der Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft, 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 2016 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 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

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

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

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

Bern, 2. März 2017

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	Rebecca Scheidegger 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 Ulrich Fahrni	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 Thomas Hirsbrunner	Thomas Hirsbrunner Otterbach 4 3463 Häusermoos i. E.	Tel. 031 971 18 50 fam.hirsbrunner@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 Gabriel Yerly	André Brodard Route de Riaz 95 Case postale 427 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	18
PROLAIT Fédération laitière Marc Benoit	Eric Jordan Route de Lausanne 23 1400 Yverdon-les-Bains	Tel. 024 424 20 10 Fax 024 424 20 19 info@prolait.ch www.prolait.ch	12
FLV Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband Michel Bonjean	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 2016

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, Ganterschwil SG	VMMO	
Fahrni Ulrich, Rumisberg BE	BEBV	Affolter Adrian, Ostermundigen BE
Schaad Andreas, Bettenhausen BE	BEBV	
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE	BEBV	
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, Weinfeldten TG
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MPM	Genoni Marco, Suhr AG
Hirsbrunner Thomas, Häusermoos i.E. BE	BEMO	Dummermuth Jürg, Thörishaus BE
Bossi Emilio, Ambri TI	FTPL	Corti Alessandro, S. Antonino TI
Yerly Gabriel, Berlens FR	FSFL	Savary Nicolas, Sâles FR
Noël Christophe, Vuissens FR, 1. Vizepräsident	FSFL	
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	Bonjean Michel, Vouvry VS

Vorstandsausschuss

Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident
Noël Christophe, Vuissens FR, 1. Vizepräsident
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident
Oehen Thomas, Lieli LU
Tornay Laurent, Orsières VS

Kontrollstelle

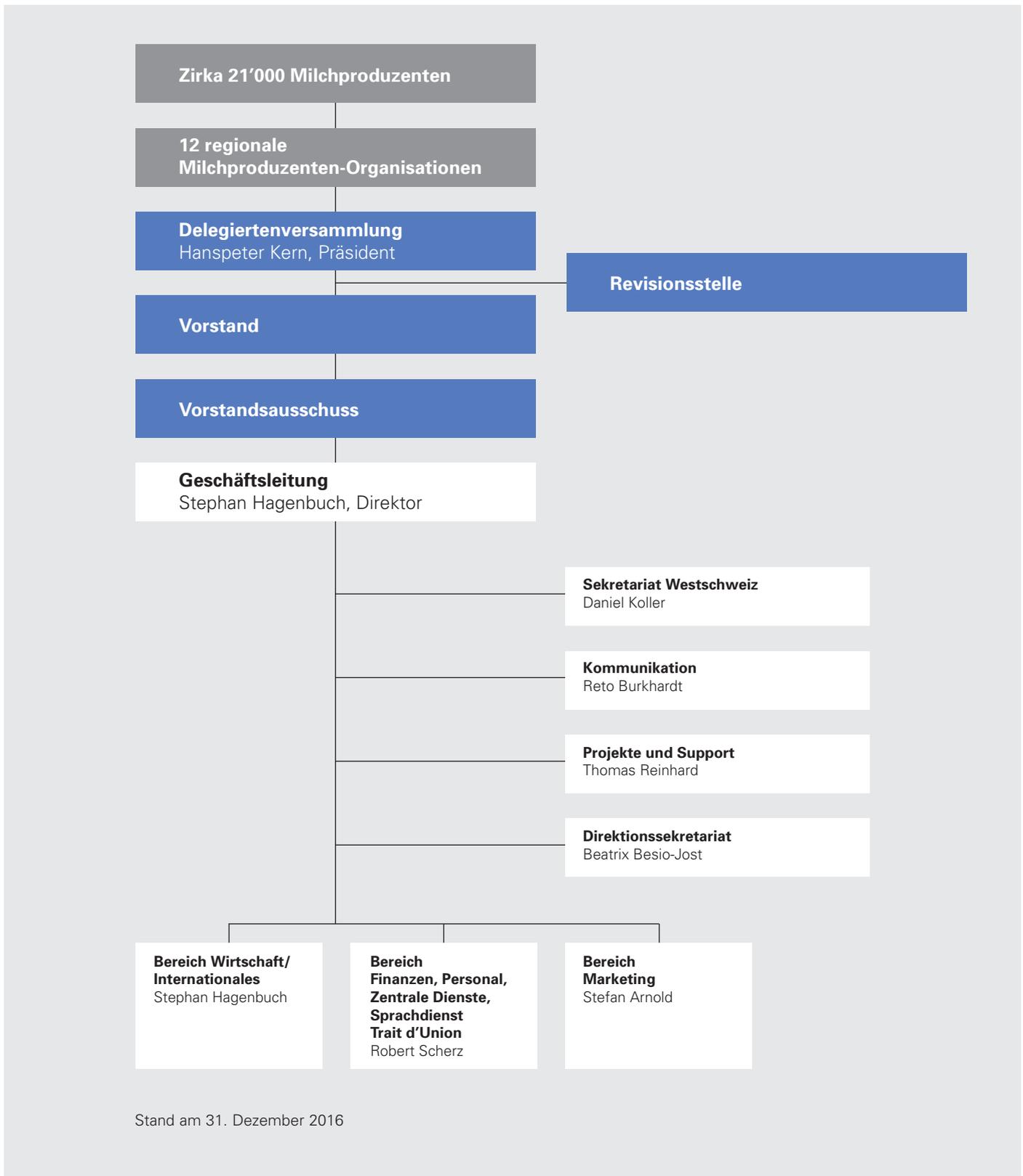
Dr. Röthlisberger AG, Bern

Geschäftsleitung

Hagenbuch Stephan, Direktor, Marly FR
Arnold Stefan, Zürich ZH
Scherz Robert, Bremgarten BE
Koller Daniel, Montsevelier JU

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2015 bis 2019

Organigramm der SMP



Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

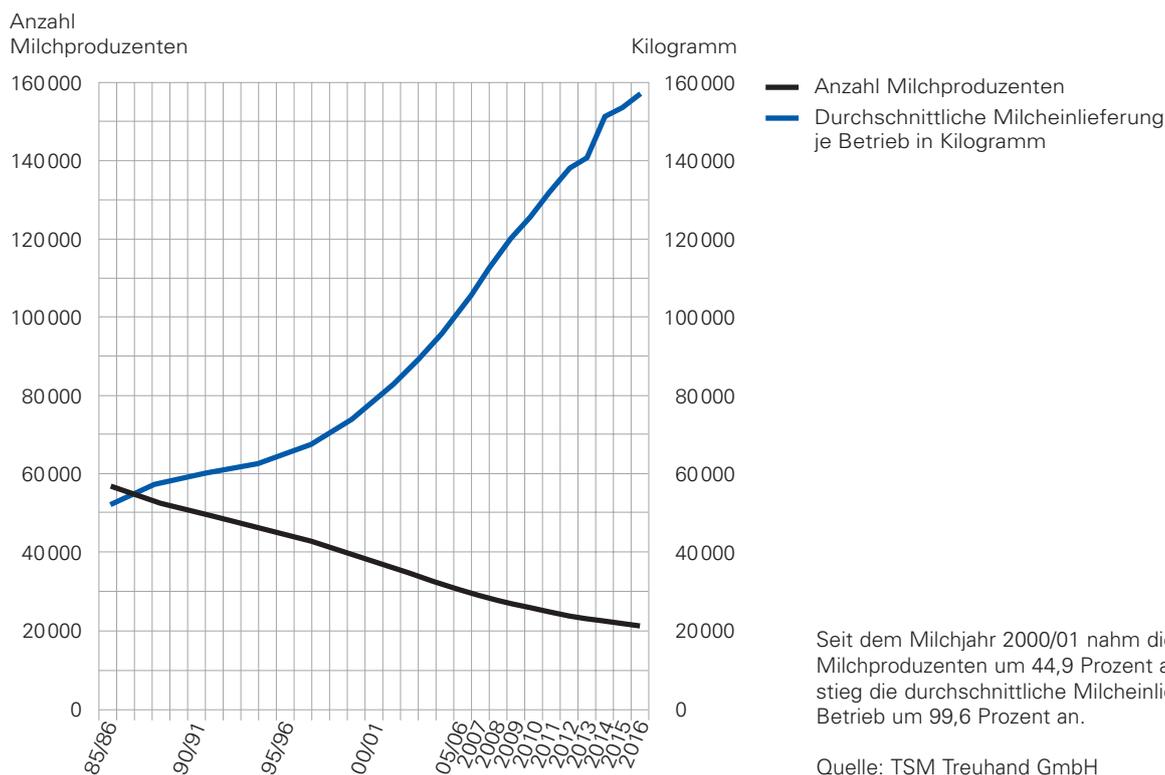
Ganzjahresbetriebe (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr			Kalenderjahr			Veränderung	
	95/96	00/01	05/06	2010	2015	2016	2015/2016	%
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	26 097	21 765	20 987	- 778	- 3,6
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	23,0	25,1	26,0	0,9	3,6
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	566 047	546 553	537 528	- 9 025	- 1,7
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	21,7	25,1	25,6	0,5	2,0
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	127 082	154 705	158 045	3 340	2,2
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 518	6 079	6 083	4	0,1
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	5 859	6 161	6 171	10	0,2
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm**	5 842	6 405	7 044	7 237	7 512	7 572	60	0,8

* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)

** Kontrolljahr Mai-April

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Milchstatistik

Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2016



Milchpreise

Standard-Produzentenpreise für Molkereimilch ÖLN und Bio

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

	Kalenderjahr 2015	Kalenderjahr 2016	Veränderung 2015/2016
Erstmilchkäufer ÖLN-Milch	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
aaremilch AG	51,46	49,42	-2,03
aaremilch AG Sammelstelle	54,05	51,98	-2,07
Arnold AG	54,22	51,35	-2,87
Crema SA	52,78	51,13	-1,65
Elsa SA	59,73	56,87	-2,85
Emmi AG	57,15	54,12	-3,03
FTPL-Lati	61,16	59,84	-1,32
Fuchs und Imlig	55,60	54,67	-0,93
Hochdorf Swiss Milk AG	57,32	53,47	-3,85
Lanz Molkerei AG	61,21	58,33	-2,87
LRG	57,65	54,87	-2,78
Miba	51,47	49,47*	
Miba Sammelstelle	56,67	54,54*	
Milco	53,19	50,49	-2,69
mooh		53,16**	
mooh Sammelstelle		55,32**	
NordOstMilch AG	54,62	51,38*	
Prolait	51,83	49,36	-2,47
Prolait Sammelstelle	54,81	52,30	-2,51
Schwyzler Milchhuus	57,97	57,47	-0,51
Strähl Käse AG	57,03	54,51	-2,52
Thur Milch Ring AG	56,32	53,01	-3,31
ZMP	57,29	54,52	-2,77
ZMP Sammelstelle		56,44	
Züger Frischkäse AG	55,51	55,08	-0,43
Durchschnitt Schweiz	55,42	53,20	-2,22

* bis Juni 2016; ** ab Juli 2016

Erstmilchkäufer Bio-Milch

aaremilch AG	76,15	76,50	0,34
Biedermann Molkerei AG	78,45	78,06	-0,39
Biomilchpool GmbH	73,44	74,49	1,05
Crema SA	80,15	78,72	-1,43
Emmi AG	81,18	81,30	0,12
LRG	77,33	77,33	0,00
Miba	74,88	75,60*	
mooh		79,06**	
Schwyzler Milchhuus	73,24	74,72	1,48
Strähl Käse AG	78,94	78,43	-0,51
ZMP	81,64	82,07	0,43
Züger Frischkäse AG	73,64	75,64	2,00
Durchschnitt Schweiz	76,30	77,11	0,81

* bis Juni 2016; ** ab Juli 2016

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 Käseemilch

Im ausbezahlten Milchpreis für Käseemilch franko Käseerei 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 Käseemilchpreis nicht enthalten sind: Siloverzichtszulage, Molke, Beiträge an Marketing-Selbsthilfemassnahmen und Organisationen, sonstige Verrechnungen, Gegenleistungen aller Art wie beispielsweise Warenbezüge oder Mieten.

Mehr Informationen erhalten Sie im Internet auf swissmilk.ch/milchpreis.

Milchqualität weiter auf sehr hohem Niveau

Die hygienische Qualität von Schweizer Milch ist von höchster Güte. Dies belegen die Ergebnisse der Qualitätskontrolle des Berichtsjahrs 2016 aufs Neue. Von den über 460'000 Proben, die im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Milchkontrolle gezogen und bei Süsselab untersucht wurden, erfüllten 97,01 Prozent beim Kriterium Zellgehalt die strengen Schweizer Normen. Bei der Keimbelastung waren 99,15 Prozent der Proben einwandfrei und beim Hemmstoffnachweis 99,94 Prozent.

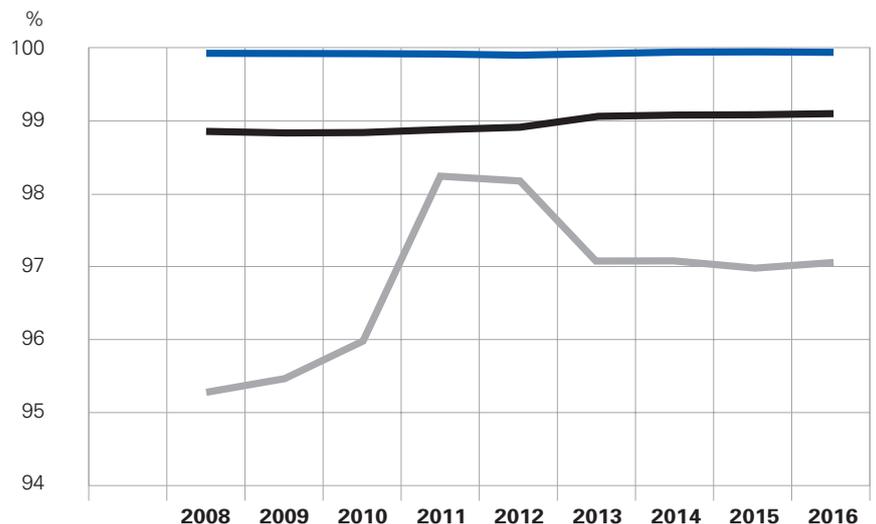
Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch ÖLN

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

Käsesorte	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Veränderung
	2015	2016	2015/2016
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
franko Käseerei			
Appenzeller®	74,50	71,92	-2,58
Diverse Käse	60,67	65,02	4,35
Emmentaler AOP	61,19	60,80	-0,39
Le Gruyère AOP	79,33	79,82	0,49
Raclette du Valais AOP	78,25	78,25	0,00
Sbrinz AOP	65,32	66,66	1,34
Tête de Moine AOP	71,93	74,70	2,77
Tilsiter Switzerland	73,26	72,68	-0,59
Vacherin Fribourgeois AOP	80,05	76,55	-3,50
Durchschnitt Schweiz	72,80	72,47	-0,33

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung

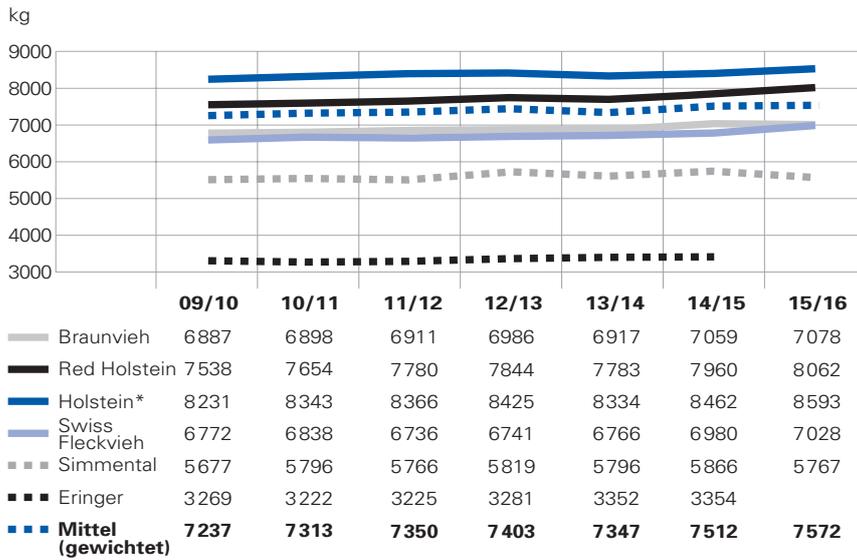


■ Hemmstoffe	99,97	99,96	99,97	99,91	99,87	99,94	99,96	99,95	99,94
■ Keimbelastung	98,87	98,77	98,87	99,33	99,43	99,05	99,11	99,10	99,15
■ Zellgehalt	95,36	95,61	96,00	98,24	98,10	97,04	97,03	96,99	97,01

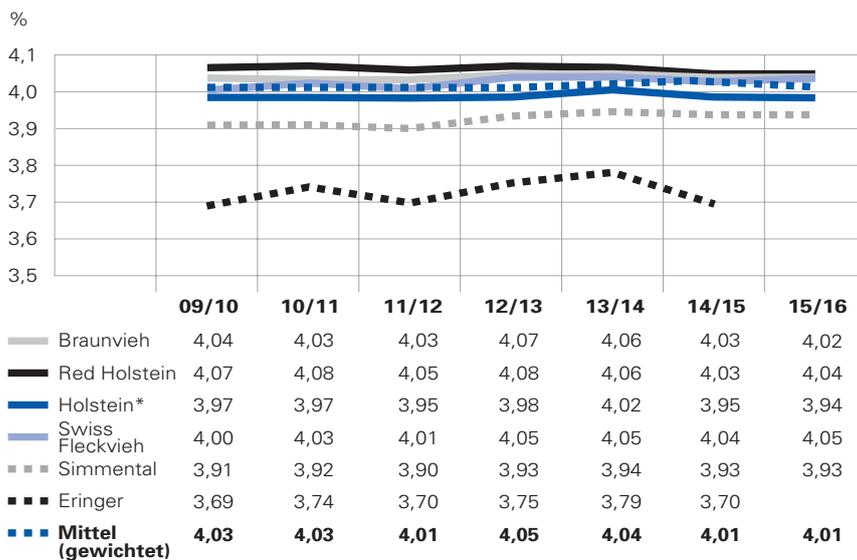
Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchleistungen und Gehalte

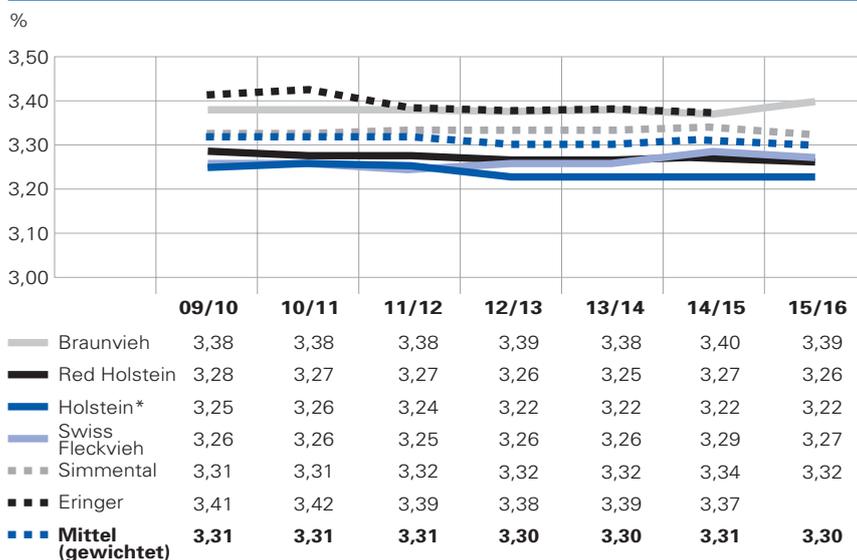
Milchleistungen der Schweizer Milchviehassen



Milchfettgehalte der Schweizer Milchviehassen



Milcheiweissgehalte der Schweizer Milchviehassen



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

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

Verarbeitung

Milchverwertung nach Milchäquivalent (MAE)*

Kategorie	Verwertung 2015 kMAE	Verwertung 2016 kMAE	Veränderung 2015/2016 kMAE	Veränderung 2015/2016 %
Käse	1 461 319	1 417 552	- 43 767	- 3,0
Quark	31 299	30 880	- 419	- 1,3
Konsummilch	392 304	388 647	- 3 657	- 0,9
Konsumrahm	289 492	282 867	- 6 625	- 2,3
Jogurt	113 880	111 776	- 2 104	- 1,8
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	103 551	102 006	- 1 545	- 1,5
Dauermilchwaren	358 382	374 270	15 888	4,4
Butter	559 480	549 093	- 10 387	- 1,9
Andere Verwertung	176 470	176 884	414	0,2
Total Vollmilchverwertung	3 486 177	3 433 975	- 52 202	- 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 2015 Tonnen	Produktion 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Rohmilch	5 995	5 344	- 651	- 10,9
Fettangereicherte Milch UHT	665	604	- 61	- 9,2
Vollmilch pasteurisiert	43 788	42 188	- 1 600	- 3,7
Vollmilch UHT	17 190	19 251	2 061	12,0
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* pasteurisiert	46 102	46 429	327	0,7
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* UHT	133 952	132 763	- 1 189	- 0,9
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	74 915	74 507	- 408	- 0,5
Teilentrahmte Milch UHT	120 746	119 094	- 1 652	- 1,4
Trinkmagermilch pasteurisiert	1	1	0	0,0
Trinkmagermilch UHT	12 014	11 042	- 972	- 8,1
Total Konsummilch	455 368	451 223	- 4 145	- 0,9

* Milchfett

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2015 Tonnen	Produktion 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Doppelrahm	801	818	17	2,1
Vollrahm (35 % Fett)	34 419	33 731	- 688	- 2,0
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	13 615	13 400	- 215	- 1,6
Kaffeerahm	21 626	20 865	- 761	- 3,5
Total Konsumrahm	70 461	68 814	- 1 647	- 2,3

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2015 Tonnen	Produktion 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Sauermilch	6 329	5 972	- 357	- 5,6
Sauerrahm	3 295	3 341	46	1,4
Dessertprodukte	13 666	12 965	- 701	- 5,1
Milchgetränke	82 972	81 149	- 1 823	- 2,2
Jogurt	136 654	134 042	- 2 612	- 1,9
Kefir	196	200	4	2,0
Speiseeis	23 127	22 188	- 939	- 4,1

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpulver/Butter

Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2015 Tonnen	Produktion 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Magermilch (verarbeitet)				
Milchprotein über 80%	289 864	263 666	- 26 198	- 9,0
Milchprotein 50–80%	18 196	20 894	2 698	14,8
Total Magermilch (ohne MEFM*)	308 060	284 560	- 23 500	- 7,6
Vollmilchpulver (26%)	14 982	13 755	- 1 227	- 8,2
Teilentrahmtes Milchpulver	3 822	3 615	- 207	- 5,4
Fettangereichertes Milchpulver + Rahmpulver	1 199	1 216	17	1,4
Magermilchpulver	24 480	27 440	2 960	12,1
Buttermilchpulver **	634	576	- 58	- 9,1
Molkenpulver **	2 513	2 113	- 400	- 15,9
Milchkondensat	2 466	2 377	- 89	- 3,6
Total Milchpulver, Milchkondensate	50 096	51 092	996	2,0

* MEFM = Milchersatz-Futtermittel ** inklusive Veredelungsverkehr

Quelle: Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2015 Tonnen	Produktion 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Butter				
Vorzugsbutter	44 757	44 183	- 574	- 1,3
Sirtenrahmbutter	1 519	1 341	- 178	- 11,7
Gewerbliche Butterproduktion	2 638	2 945	307	11,6
Total Butter *	48 914	48 469	- 445	- 0,9

* 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 2015 Tonnen	Verkäufe 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Butter				
Vorzugsbutter	6 812	6 664	- 148	- 2,2
«Die Butter» (Kleinpackungen)	10 551	11 339	788	7,5
Milch-Sirtenrahmbutter	494	528	34	6,9
Butter in Spezialprodukten *	539	442	- 97	- 18,0
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	16 555	15 975	- 580	- 3,5
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	34 951	34 948	- 3	0,0
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	5 873	5 996	123	2,1
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	40 824	40 944	120	0,3

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2015 Tonnen	Produktion 2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 Tonnen	Veränderung 2015/2016 %
Quark	18 964	18 936	-28	-0,1
Mozzarella	23 551	23 450	-101	-0,4
Mascarpone	474	462	-12	-2,5
Übrige Frischkäse	10 123	10 422	299	3,0
Frischkäse total	53 110	53 271	161	0,3
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett	871	838	-33	-3,8
Weisschimmelkäse, überfett	1 627	1 568	-59	-3,6
Blau-, Grünschimmelkäse	9	12	3	33,3
Tommes	1 857	1 864	7	0,4
Vacherin Mont d'Or AOP	560	553	-7	-1,3
Weichkäse, andere, mager bis viertelfett	22	21	-1	-4,5
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	715	720	5	0,7
Weichkäse, andere, überfett	348	312	-36	-10,3
Weichkäse total	6 013	5 891	-122	-2,0
Appenzeller®	8 782	8 806	24	0,3
Tilsiter Switzerland	3 182	3 036	-146	-4,6
Walliser Raclette AOP	2 178	2 301	123	5,6
Raclette Suisse®	13 629	13 687	58	0,4
Vacherin Fribourgeois AOP	2 641	2 604	-37	-1,4
Tête de Moine AOP	2 274	2 385	111	4,9
Jurakäse	431	434	3	0,7
Winzerkäse	236	175	-61	-25,8
Mutschli	625	646	21	3,4
Alpkäse, halbhart	2 183	2 284	101	4,6
Bündner Bergkäse	1 308	1 116	-192	-14,7
Bergkäse, halbhart	2 136	2 207	71	3,3
St. Paulin Suisse	369	321	-48	-13,0
Schweizer Edamer	226	203	-23	-10,2
Kaltgereifter Käse	13	9	-4	-30,8
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	199	253	54	27,1
Conveniencekäse	1 504	1 450	-54	-3,6
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	3 583	5 952	2 369	66,1
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	2 771	839	-1 932	-69,7
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	11 624	11 518	-106	-0,9
Halbhartkäse, andere, überfett	3 997	4 165	168	4,2
Halbhartkäse total	63 891	64 399	508	0,8
Emmentaler AOP	18 843	17 029	-1 814	-9,6
Switzerland Swiss	6 944	5 795	-1 149	-16,5
Le Gruyère AOP	28 552	26 325	-2 227	-7,8
Alpkäse hart	1 753	1 852	99	5,6
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	1 320	2 245	925	70,1
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	5 337	5 052	-285	-5,3
Hartkäse, andere, überfett	285	229	-56	-19,6
Hartkäse total	63 034	58 527	-4 507	-7,2
Sbrinz AOP	1 546	1 488	-58	-3,8
Extra Hartkäse total	1 546	1 488	-58	-3,8
Reiner Ziegenkäse	915	995	80	8,7
Reiner Schafkäse	295	336	41	13,9
Spezialprodukte total	1 210	1 330	120	9,9
Total alle Käsesorten	188 806	184 904	-3 902	-2,1

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Aussenhandel

Importe

	umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*		Veränderung 2015/2016 Mio. VMA	Veränderung 2015/2016 %
	2015 Mio. VMA	2016** Mio. VMA		
Konsummilch	24,0	25,0	1,1	4,5
Frischkäse	63,1	65,6	2,5	4,0
Weichkäse	40,4	41,1	0,7	1,7
Halbhartkäse	48,3	53,8	5,5	11,3
Hartkäse	56,6	59,1	2,5	4,5
Käse total	208,4	219,6	11,2	5,4
Rahm	5,9	6,0	0,1	1,0
Jogurt	8,1	8,1	0,0	0,0
Frischmilchprodukte	0,7	0,7	0,0	0,9
Dauermilchwaren	37,6	44,0	6,4	17,1
Milchproteinprodukte	0,2	0,2	0,0	20,6
Butter	8,1	6,3	- 1,8	- 21,9
Lebensmittelzubereitungen (übrige Zollkapitel)	131,5	136,5	5,0	3,8
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	424,4	446,4	22,0	5,2

Exporte

	umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*		Veränderung 2015/2016 Mio. VMA	Veränderung 2015/2016 %
	2015 Mio. VMA	2016** Mio. VMA		
Konsummilch	3,4	2,9	- 0,5	- 14,1
Frischkäse	20,4	21,1	0,7	3,3
Weichkäse	2,1	2,1	0,0	- 1,8
Halbhartkäse	88,2	90,1	1,9	2,1
Hartkäse	200,5	206,6	6,1	3,0
Käse total	311,2	319,8	8,5	2,7
Rahm	12,6	11,6	- 1,1	- 8,3
Jogurt	3,9	3,9	0,0	1,3
Frischmilchprodukte	33,3	28,3	- 5,0	- 15,0
Dauermilchwaren	46,2	79,8	33,6	72,8
Milchproteinprodukte	7,9	16,8	8,9	111,7
Butter	36,7	70,5	33,9	92,3
Lebensmittelzubereitungen (übrige Zollkapitel)	299,7	318,4	18,6	6,2
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	755,0	852,0	97,1	12,9

Bilanz (Exporte – Importe)

	umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*		Veränderung 2015/2016 Mio. VMA	Veränderung 2015/2016 %
	2015 Mio. VMA	2016** Mio. VMA		
Konsummilch	- 20,6	- 22,1	- 1,6	- 7,6
Frischkäse	- 42,7	- 44,5	- 1,8	- 4,3
Weichkäse	- 38,3	- 39,0	- 0,7	- 1,8
Halbhartkäse	39,9	36,3	- 3,6	- 9,0
Hartkäse	144,0	147,5	3,5	2,4
Käse total	102,8	100,2	- 2,6	- 2,5
Rahm	6,7	5,6	- 1,1	- 16,6
Jogurt	- 4,2	- 4,2	0,1	1,2
Frischmilchprodukte	32,6	27,6	- 5,0	- 15,4
Dauermilchwaren	8,6	35,8	27,2	315,5
Milchproteinprodukte	7,8	16,6	8,8	113,7
Butter	28,6	64,2	35,6	124,6
Lebensmittelzubereitungen (übrige Zollkapitel)	168,3	181,9	13,6	8,1
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	330,6	405,6	75,1	22,7

* 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: Agristat

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 2017
Bilder: LID, SBV und SMP
Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Münchenbuchsee
Druck: Merkur Druck AG, Langenthal

S M P · P S L

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

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

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

swissmilk

