

S M P · P S L



*Schweizer Milchproduzenten  
Producteurs Suisses de Lait  
Produttori Svizzeri di Latte  
Producers Swizzers da Latg*

# **Jahresbericht 2019**

## **über Durchführung und Wirkung der Selbsthilfemassnahmen der SMP**

**zuhanden**

**Bundesamt für Landwirtschaft BLW  
Schwarzenburgstrasse 165  
3003 Bern**

**Bern, 6. Mai 2020**

## Inhaltsverzeichnis:

Vorbemerkungen und Zusammenfassung	3
1. Anzahl der vom Ausdehnungsentscheid betroffenen Nichtmitglieder	3
2. Bei Nichtmitgliedern im Jahr 2019 erhobene Beiträge	4
3. Produzenten, welche die Bezahlung verweigerten, getrennt nach Mitgliedern und Nichtmitgliedern	5
a) Anzahl	5
b) Für die Verweigerung vorgebrachte Gründe	5
c) Stand des Verfahrens gegen jeden dieser Produzenten	6
d) Erläuterungen zur Entwicklung gegenüber 2018	6
4. Nachweis, dass ein unabhängiges Revisionsorgan die korrekte Verwendung der Beiträge der Nichtmitglieder überprüft hat	6
5. Art der Berücksichtigung der über Direktvermarktung verkauften Produkte und Angabe, wie die Nichtmitglieder über ihre Rechte betreffend Direktvermarktung informiert wurden	7
a) Ganzjahresbetriebe	7
b) Sömmerungsbetriebe	7
6. Finanzmittel	9
a) Total der für die gemeinsame Massnahme zur Verfügung gestandenen Finanzmittel (Mitglieder und Nichtmitglieder)	9
b) Verwendung der Finanzmittel im Rahmen der gemeinsamen Massnahme Bezeichnung der verschiedenen Aktivitäten und entsprechender Betrag	10
c) Erfolgsrechnung und Bilanz	10
7. Bezeichnung der Unternehmen, welche die Massnahme umgesetzt, d.h. die eingezogenen Beiträge verwendet haben	10
8. Bewertung der Massnahme und ihrer Wirkung (positive/negative Wirkungen, Schwierigkeiten bei der Durchführung, Verbesserungsmöglichkeiten für das Instrument „Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen“)	10
Anhang	11
a) Bilanz, Erfolgsrechnung und Revisionsbericht Marketingfonds 2019 (DV 2020)	11
b) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 17. April 2019; Fonds Basismarketing	11
c) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 17. April 2019; Basismarketing Schweizer Käse	11
d) Protokoll der Delegiertenversammlung vom 17. April 2019	11
e) Vereinbarung BIO SUISSE – SMP	11
f) Bericht von Bio Suisse über die Verwendung der von SMP an Bio Suisse überwiesenen Mittel aus den allgemeinverbindlichen Milchvermarktungsabgaben 2019	11
g) Vereinbarung SAV – SMP ab 2008/09	11
h) Reglement „Regionalmassnahmen“ von Schweizer Alpkäse	11
i) Rechnung 2019 Schweizer Alpkäse mit Kommentar	11
j) Kopie einer Abrechnung an die Nichtmitglieder mit Hinweisen auf die Artikel 1 und 12 der VBPO (ab März 2020)	11

## Vorbemerkungen und Zusammenfassung

Die Selbsthilfemassnahmen der Schweizer Milchproduzenten SMP zur Absatzförderung von Milchprodukten (Marketingfonds - SMP) sowie zur Förderung des Käseexportes (Basismarketing Schweizer Käse - SCM) wurden (gestützt auf die Verordnung über die Branchen- und Produzentenorganisationen vom 30. Oktober 2002, SR 919.117.72) letztmals bis Ende 2021 verlängert.

Der vorliegende Bericht legt zuhanden des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) Rechenschaft darüber ab, wie die Mittel im Jahr 2019 (Kalenderjahr) generiert und verwendet wurden. Er orientiert sich an den im Brief des BLW vom 29. Januar 2020 gestellten Beurteilungspunkten. Sind Fragen bereits in anderen Berichten an das BLW, die Kommission Schweizer Alpkäse oder an die Delegierten der SMP beantwortet worden, verweisen wir auf diese Dokumente. Die entsprechenden Beilagen der Delegiertenversammlungen der SMP und der Alpkäsekommission befinden sich im Anhang.

### 1. Anzahl der vom Ausdehnungsentscheid betroffenen Nichtmitglieder

Die Mitgliedschaft der einzelnen Milchproduzenten bei den regionalen Milchproduzentenorganisationen resp. der SMP ist in der DB Milch der TSM Treuhand GmbH seit 1. Mai 2006 hinterlegt (Tabelle 1). Für das Inkasso sind diese Angaben massgebend. Die Mitglieder werden aufgrund sämtlicher Milchkaufverträge (Betriebsnummern) gezählt (Änderung der Methode ggü. Vorjahr, da wurden die Zahlen des Monats Dezember übernommen). Ein Milchproduzent kann mehrere Betriebsnummern haben (z.B. Sömmerungs- und Ganzjahresbetrieb). Deshalb ist das Total in dieser Tabelle höher als das Total der Milchproduzenten in der Schweiz. Die Zuteilung zu den regionalen Milchproduzentenorganisationen erfolgt über die zuständige Inkassoorganisation. Jene Milchproduzenten, welche das Inkasso direkt über die SMP vornehmen, sind unter SMP zusammengefasst. Die OPU Chasseral wird vom Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA) und die OPU APLCNS von der Prolait betreut.

**Tabelle 1:** Mitglieder und Nichtmitglieder der SMP inkl. Sömmerungsbetriebe

Name Inkassostelle	2018		2019	
	Mitglieder	Nichtmitglieder	Mitglieder	Nichtmitglieder
Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	5'402	13	5'169	7
ZMP	3'384	2	3'378	8
aaremilch AG (ab 1.5.2018)	2'955	1	2'871	2
Fédération des soc. fribourg. de laiterie FSFL	2'513	2	2'406	3
Berner Bauern Verband (bis 30.4.2018)	76	2		
Verein Mittelland Milch (bis 2018: MPM)	1'601	0	1'562	
MIBA Genossenschaft	1'414	0	1'351	
Thurgauer Milchproduzenten	837	22	800	1
PROLAI - fédération laitière	1'290	12	1'215	1
Féd. laitière Valaisanne FLV-WMV	598	1	575	2
Laiteries Réunies de Genève	79	0	73	
Federazione Ticinese Produttori di Latte	166	0	156	2
SMP Schweizer Milchproduzenten	808	1'266	716	1'302
<b>Total</b>	<b>21'123</b>	<b>1'321</b>	<b>20'272</b>	<b>1'328</b>
<b>Anteil Mitglieder / Nichtmitglieder in %</b>	<b>94.11%</b>	<b>5.89%</b>	<b>93.85%</b>	<b>6.15%</b>
<b>Total Mitglieder + Nichtmitglieder</b>	<b>22'444</b>		<b>21'600</b>	

Quelle: DB Milch, SMP, April 2020

Wir stellen fest, dass sich die Anzahl der Nichtmitglieder 2019 nach dem deutlichen Anstieg im Vorjahr stabilisiert hat – dies bei sinkender Anzahl Produzenten.

## 2. Bei Nichtmitgliedern im Jahr 2019 erhobene Beiträge

Die Beiträge entsprechen den Daten aus dem Finanzabschluss der SMP. Ausstehende Beiträge sind darin abgegrenzt resp. enthalten.

**Tabelle 2: Beiträge 2019 von Mitgliedern und Nichtmitgliedern**

	Menge	Ansatz	Betrag	Betrag(rund)	Prozent
	Tonnen	Rp./kg	CHF	CHF	%
<b>Marketingfonds / Mitglieder</b>					
Januar bis Dezember 2019	3'164'228	0.525	16'612'197	16'612'000	
<b>Total</b>	<b>3'164'228</b>		<b>16'612'197</b>	<b>16'612'000</b>	
<b>Käseexportmarketing / Mitglieder</b>					
Januar bis Dezember 2019	3'164'228	0.200	6'328'456	6'328'000	
<b>Total</b>	<b>3'164'228</b>		<b>6'328'456</b>	<b>6'328'000</b>	
<b>Marketingfonds / Nichtmitglieder*</b>					
Januar bis Dezember 2019	214'104	0.525	1'124'046	1'124'000	
<b>Total</b>	<b>214'104</b>		<b>1'124'046</b>	<b>1'124'000</b>	
<b>Käseexportmarketing / Nichtmitglieder*</b>					
Januar bis Dezember 2019	214'104	0.200	428'208	428'000	
<b>Total</b>	<b>214'104</b>		<b>428'208</b>	<b>428'000</b>	
<b>Beiträge Nichtmitglieder</b>					
Beiträge Marketingfonds			1'124'046	1'124'000	
Beiträge Käseexportmarketing			428'208	428'000	
<b>Total Beiträge Nichtmitglieder</b>			<b>1'552'255</b>	<b>1'552'000</b>	<b>6.34%</b>
./Bestrittene Beiträge (Verfahren 2019)			61'010	61'000	0.25%
<b>Beiträge von Nichtmitgliedern ohne Verfahren</b>			<b>1'491'244</b>	<b>1'491'000</b>	<b>6.09%</b>
<b>Zusammenfassung</b>					
Beiträge Marketing Mitglieder			16'612'197	16'612'000	
Beiträge Marketing Nichtmitglieder			1'124'046	1'124'000	
<b>Total Beiträge Marketingfonds</b>			<b>17'736'244</b>	<b>17'736'000</b>	
Beiträge Käseexportmarketing Mitglieder			6'328'456	6'328'000	
Beiträge Käseexportmarketing Nichtmitglieder			428'208	428'000	
<b>Total Beiträge Käseexportmarketing</b>			<b>6'756'664</b>	<b>6'756'000</b>	
<b>Total Selbsthilfebeiträge Mitglieder und Nichtmitglieder</b>			<b>24'492'908</b>	<b>24'492'000</b>	<b>100.00%</b>

Die Produzentenbeiträge in der Erfolgsrechnung des Marketingfonds (2019) betragen 17.752 Mio. CHF. Die Differenz gegenüber dem Betrag in der vorangehenden Tabelle 2 (Total Beiträge Marketingfonds: 17.736 Mio. CHF) ergibt sich aus Wertberichtigungen und Abgrenzungsdifferenzen.

In **Tabelle 2** sind alle Beiträge enthalten, auch diejenigen von Biobetrieben, welche an Bio Suisse überwiesen werden. Die vertragskonforme Überweisung an Bio Suisse entspricht dem Nettobetrag gemäss Vertrag (Betrag = 0.525 x zu Bioprodukten verarbeitete und vermarktete Milchmenge minus direkte Inkassokosten Dritter anteilmässig). SMP erhebt – im Gegensatz zu anderen Organisationen – gegenüber Bio Suisse keine Inkassogebühren für die eigene Tätigkeit.

In **Tabelle 2** weisen wir ebenfalls den an SCM überwiesenen Beitrag aus (Nettobetrag). Dieser Betrag entspricht der gesamten vermarkteten Milchmenge mal 0.2 Rappen je Kilogramm. An dieser Stelle möchten wir ebenfalls darauf hinweisen, dass die SMP gegenüber SCM keine Inkassogebühren für die eigene Tätigkeit verrechnet. Wir sind jedoch zum Teil mit der Tatsache konfrontiert, dass einzelne Käser resp. Milchverarbeiter eine Inkassogebühr für sich in Abzug bringen. Auch diese Abzüge verrechnen wir nicht weiter. Die SCM kennt diese Angelegenheiten. Das Inkasso ist teilweise nur dank der Allgemeinverbindlichkeit durchführbar.

### 3. Produzenten, welche die Bezahlung verweigerten, getrennt nach Mitgliedern und Nichtmitgliedern

Die Statuten der Schweizer Milchproduzenten SMP sehen vor, dass die von der Delegiertenversammlung beschlossenen Beiträge für alle der SMP angeschlossenen Milchproduzenten verpflichtend sind. Verweigert ein Mitglied die Bezahlung der Beiträge auch nach zweimaliger Mahnung, wird er zuerst aus der SMP via die regionalen Milchproduzentenorganisationen ausgeschlossen. Erst nach rechtskräftigem Ausschluss erstellt die SMP eine Verfügung über die Selbsthilfebeiträge. Bei den Produzenten, welche die Bezahlung der Selbsthilfebeiträge verweigern, handelt es sich daher ausschliesslich um Nichtmitglieder der SMP.

#### a) Anzahl

Im Jahr 2019 sind 14 Verfahren abgeschlossen worden. 93 Fälle sind pendent.

**Tabelle 3:** Stand der Verfahren am 31. Dezember 2019

	2018	2019
Erledigte Fälle mit Verfügung	13	12
Erledigte Fälle mit Betreibungsverfahren	22	2
Erledigte Fälle mit Verwaltungsbeschwerde	0	0
<b>Total erledigte Fälle</b>	<b>35</b>	<b>14</b>
Fälle mit offener Verfügung	38	30
Fälle mit laufenden Betreibungsverfahren	8	4
Fälle mit offener Verwaltungsbeschwerde	2	24
Fälle in Abklärung	0	35
<b>Total pendente Fälle per Ende Jahr</b>	<b>48</b>	<b>93</b>
<b>Total Verfügungen</b>	<b>83</b>	<b>34</b>

Quelle: SMP, April 2020

Ein einzelner Produzent kann in mehrere Fälle involviert sein, was nicht selten der Fall ist. Die Beiträge werden periodisch abgerechnet. Mit jeder Verfügung wird ein neues Verfahren eröffnet. Dies führt dazu, dass über einen Betrieb mehrere Verfahren laufen (Phänomen: „Stammkunden“). Mehrere Verfahren eines Betriebes werden für die Betreuung zu einem Verfahren zusammengefasst.

#### b) Für die Verweigerung vorgebrachte Gründe

Die wichtigsten Gründe für die Nichtbezahlung der Beiträge sind im Wesentlichen gegenüber dem Vorjahr unverändert:

- Zweifel an der Rechtmässigkeit der Forderung seitens der Produzentenorganisation.
- Unzufriedenheit mit der Agrarpolitik, Situation auf dem Milchmarkt („Buttermangel“) im Allgemeinen und mit den Milchpreisen im Speziellen.
- Differenzen bezüglich strategischer Ausrichtung im Zusammenhang mit der Aufhebung der Milchkontingentierung/„Mengenführung“ und der betrieblichen Entwicklung.
- Tiefe Einkommen, persönliche finanzielle Probleme.
- Sömmerungsbetriebe verkaufen ihre Produkte selbst und verstehen auch Verkäufe an Handel, Hotels, Restaurants etc. als Direktvermarktung; auch wenn der absolute Stellenwert sehr klein ist.
- „Stammkunden“-Effekte.

In der Regel wird kein Unterschied zwischen den verschiedenen Beitragsarten gemacht. Inhaltlich ist die Notwendigkeit für Marketingmassnahmen kaum bestritten. Die Ablehnungsgründe sind inhaltlich sehr, sehr konstant.

**c) Stand des Verfahrens gegen jeden dieser Produzenten**

Über den Stand der Verfahren wird im Punkt 3 a) Auskunft gegeben.

**d) Erläuterungen zur Entwicklung gegenüber 2018**

Es ist unbestritten, dass die sachliche Überzeugungsarbeit für Selbsthilfemassnahmen einem Rechtsverfahren stets überlegen ist. Im vergangenen Jahr haben wir diesem Umstand grossen Wert beigemessen und mehrmals Gespräche geführt bevor wir zum Mittel der Verfügung gegriffen haben. Auch deshalb ist einerseits die Anzahl der Verfügungen gegenüber dem Vorjahr um 49 auf 34 zurückgegangen und andererseits die Anzahl penderter Fälle auf 35 angestiegen.

Im Zusammenhang mit der demokratisch beschlossenen Finanzierung von Massnahmen zur saisonalen Marktstabilisierung in den Jahren 2015 und 2016 entstanden in den einzelnen Regionen privatrechtliche Streitigkeiten. Dies hat sich auch auf Diskussionen bei den allgemeinverbindlichen Beiträgen negativ ausgewirkt. 23 der 24 Verwaltungsbeschwerden im Jahr 2019 betreffen solche Betriebe.

Ende 2019 (1.9.2019) wurde in der Milchbranche der Branchenstandard für eine nachhaltige Schweizer Milch (BNSM) eingeführt. SMP finanziert die Basiskampagne zu „swissmilk green“. Damit wurden auch Produzenten und Milchverarbeiter erreicht, welche den Marketingaktivitäten bisher eher kritisch gegenübergestellt sind.

**4. Nachweis, dass ein unabhängiges Revisionsorgan die korrekte Verwendung der Beiträge der Nichtmitglieder überprüft hat**

Die SMP erhebt ihre Beiträge gemäss der langjährigen durch das BLW anerkannten Praxis aufgrund der Daten der DB Milch. In der DB Milch sind sämtliche Milchproduzenten mit einem Code hinterlegt, der darauf verweist, ob sie Mitglied oder Nichtmitglied der SMP sind. Damit kann jederzeit für jede Periode nachgeprüft werden, welche Beiträge bei Mitgliedern und bei Nichtmitgliedern erhoben wurden. Aufgrund dieser Überprüfbarkeit ist es nicht zwingend notwendig, in der Buchhaltung separate Konten zur Unterscheidung der Beiträge von Mitgliedern und Nichtmitgliedern einzuführen. SMP hat 2016 die statutari-schen Grundlagen für die Erhebung von Beiträgen gemäss den Vorgaben des BLW angepasst.

Der Mechanismus ist im Internen Kontrollsystem (IKS) der SMP beschrieben und wurde von der unabhängigen Revisionsstelle geprüft und so akzeptiert.

Über die Selbsthilfemassnahmen werden separate Rechnungen geführt, die einzeln von der Revisionsstelle geprüft und einzeln von der Delegiertenversammlung verabschiedet werden.

Die Buchführung über das Basismarketing Schweizer Käse erfolgt zurzeit durch die SCM, die auch für die Revision ihrer Rechnung verantwortlich ist. Das BLW erhält im Rahmen der Absatzförderungsmassnahmen Käse Kenntnis über die Rechnungsführung und Revision dieser Rechnung.

Analoges gilt für jene Beiträge, welche die SMP an Bio Suisse überweist (siehe auch Punkt 6) sowie jene Mittel, welche gestützt auf eine Vereinbarung zwischen dem Schweizerischen Alpwirtschaftlichen Verein (SAV) und der SMP an die paritätisch zusammengesetzte Alpkommission delegiert wurden.

Die Rechnungen der SMP wie auch das IKS werden revidiert durch die Firma Dr. Röthlisberger AG, Zollikofen. Der Revisionsbericht 2019 des Marketingfonds wird als Beweismittel für die separate Rechnung und die separate und unabhängige Revision im Anhang beigelegt.

## **5. Art der Berücksichtigung der über Direktvermarktung verkauften Produkte und Angabe, wie die Nichtmitglieder über ihre Rechte betreffend Direktvermarktung informiert wurden**

Beim Vorgehen, wie die Direktvermarktung berücksichtigt wird, müssen zwei Gruppen von Produzenten unterschieden werden:

### **a) Ganzjahresbetriebe**

Die direkt vermarktete Milch wird von der TSM Treuhand GmbH separat erfasst. Die regionalen Milchproduzentenorganisationen stellen den Mitgliedern der SMP einmal jährlich Rechnung über die Beiträge auf der direkt vermarkteten Milch. Den Nichtmitgliedern wird diese Milch nicht in Rechnung gestellt.

Wird ein Fall an die SMP für die Verfahrenseröffnung gemeldet, meldet die regionale Milchproduzentenorganisation die Milchmenge ohne die direkt vermarktete Milch.

### **b) Sömmerungsbetriebe**

Die Produzenten wurden grundsätzlich bereits von den regionalen Milchproduzentenorganisationen über ihre Rechtslage informiert und werden nochmals vor der ersten Verfügung der SMP informiert, welche belegt, dass direkt vermarktete Mengen abgezogen werden können. Dies erfolgt nochmals im Falle der ersten Verfügung durch die SMP. Nachdem das Inkasso 2002 auf den Alpen im Zuge einer Gesetzesanpassung (Bil. I) im Landwirtschaftsgesetz wieder aufgenommen wurde, fanden in allen Regionen sehr intensive Informationsaktivitäten statt. Inzwischen hat sich dieser Prozess eingespielt. Gleichzeitig verweisen wir auf [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch), wo dieses Thema in aller Ausführlichkeit mit Musterbeispielen aus der gerichtlichen Praxis (Musterverfügung der SMP, Beschwerdeentscheid des Bundesamtes für Landwirtschaft, Entscheid Bundesgericht) abgehandelt ist. Dazu der entsprechende Link und ein Bild der Publikation im Internet:

<https://www.swissmilk.ch/de/produzenten/milchpolitik/hilfe-zur-selbsthilfe/>

## Hilfe zur Selbsthilfe

Die Milchproduzenten leisten Beiträge für das Basismarketing. Mit Allgemeinverbindlichkeiten können wichtige Massnahmen zum Erhalt und zur Förderung des Absatzes umgesetzt werden.



## Rechtsprechung

Bisher wurde keinem Rekurs vom Bundesamt für Landwirtschaft stattgegeben. Auch das Bundesverwaltungsgericht wie auch das Bundesgericht bestätigen die Rechtskraft der Allgemeinverbindlichkeit in ihren Urteilen.

## Ausnahme Direktvermarktung bei Nicht-Mitgliedern

Direkt vermarktete Milch und Milchprodukte sind von der Allgemeinverbindlichkeit der Selbsthilfemassnahmen ausgenommen. Als direkt vermarktete Milch gelten bei den Selbsthilfemassnahmen diejenigen Produkte, die direkt vom Produzenten an den Endkonsumenten für den Verzehr im eigenen Haushalt verkauft wurden. Produkte, die an Hotels, Restaurants, andere Grossverbraucher oder Detaillisten verkauft wurden, sind nicht direkt vermarktet (Art. 5 Landwirtschaftliche Begriffsverordnung).

### Erfassung der Direktvermarktung

Direkt vermarktete Milchmengen müssen der TSM Treuhand mit dem TSM-1-Formular gemeldet werden. Dieses Formular kann bei der TSM Treuhand angefordert werden.



Die SMP hat mit dem Schweizerischen Alpwirtschaftlichen Verband (SAV) die Zusammenarbeitsvereinbarung ab 2008/09 erneuert. Darin anerkennt der SAV die Beiträge an die SMP, unabhängig vom Mitgliedsstatus der Milchproduzenten bei der SMP. Die Alpkäsehersteller sind aufgefordert, auf der gesamten Milchmenge die Beiträge an die SMP zu bezahlen, unabhängig von der Art des Verkaufs. Die SMP verpflichtet sich ihrerseits, die auf der verkästen Alpmilch generierten Selbsthilfebeiträge zweckgebunden für den Alpkäse einzusetzen. Zuständig für die Umsetzung ist die paritätisch zusammengesetzte Alpkäsekommission. Die Alpkäsekommission ist eine einfache Gesellschaft, die durch die Vereinbarung zwischen SAV und SMP begründet ist. Die Vereinbarung liegt dem Bericht bei.

Um die Umsetzung der Allgemeinverbindlichkeit sicherzustellen, wurde die Vereinbarung ebenfalls dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) unterbreitet. Das BLW hat die Vereinbarung geprüft und kommt mit Schreiben vom 03. und 23. April 2007 zum Schluss, dass die geplanten Massnahmen für Alpkäse in den möglichen Massnahmen nach Anhang 2 Ziffer A VBPO enthalten sind. Das BLW hat zustimmend von der Vereinbarung Kenntnis genommen. Aus der Vereinbarung geht hervor:

- Alle Beiträge auf der Alpmilch werden für den Schweizer Alpkäse eingesetzt. Ein Teil der Mittel fliesst an Organisationen in den Regionen zurück.
- Mit dieser Vereinbarung wurde der Solidaritätskreis vertraglich (privatrechtlich und nicht öffentlich-rechtlich) deutlich ausgeweitet, indem der SAV das Inkasso dieser (aller) Beiträge (SMP, SCM etc.) bei seinen Mitgliedern ausdrücklich unterstützt.

Deshalb ist nur ein sehr kleiner Teil der Bewirtschafterinnen und Bewirtschafter von Sömmerungsbetrieben privatrechtlich nicht eingebunden und berechtigt, für die direkt vermarktete Menge keine Beiträge zu entrichten.

Wir haben dem Bericht auch die Jahresrechnung 2019 (inkl. Kommentar) von Schweizer Alpkäse beigelegt. Diese enthält sämtliche Massnahmen, die im Auftrag der Schweizer Alpkäsekommission ausgeführt worden sind. Regionalmassnahmen und administrative Aufwände werden mit 100% Eigenmittel finanziert, nationale Massnahmen werden partiell über SCM mit Absatzförderung des Bundes co-finanziert.

Als Ergänzung liegt zudem das Reglement über die Regionalmassnahmen und die Vereinbarung mit CasAlp (Sortenorganisation Berner Alp- und Hobelkäse AOP) dem Bericht bei.

In der Praxis dürfen wir feststellen, dass sich die Basiskommunikation Schweizer Alpkäse ausserordentliche Akzeptanz verschaffen konnte und Schweizer Alpkäse ein wertschöpfungsstarkes Vorzeigeprodukt der Schweizer Milchwirtschaft darstellt.

## 6. Finanzmittel

### a) Total der für die gemeinsame Massnahme zur Verfügung gestandenen Finanzmittel (Mitglieder und Nichtmitglieder)

Wie unter Punkt 2 dargelegt, standen im Jahr 2019 total 24.5 Mio. CHF, welche unter diese Allgemeinverbindlichkeit fallen, für Selbsthilfemassnahmen zur Verfügung. Total stammen 6.34 Prozent der Selbsthilfebeiträge von Nichtmitgliedern, die ihrerseits 6.15 Prozent der Milchproduzenten repräsentieren. Aber lediglich für 0.25 Prozent der Beiträge mussten Verfahren eröffnet werden. Die übrigen Beiträge bezahlten die Nichtmitglieder bereits nach Rechnungsstellung oder aufgrund von privatrechtlich abgesicherten Verrechnungsmöglichkeiten (**Tabelle 2**).

**b) Verwendung der Finanzmittel im Rahmen der gemeinsamen Massnahme  
Bezeichnung der verschiedenen Aktivitäten und entsprechender Betrag**

Über die Art der Verwendung der Finanzmittel im Rahmen der gemeinsamen Massnahmen wird dem BLW für den Marketingfonds und das Käseexportmarketing (inkl. Alpkäse) in separaten Berichten im Rahmen der Absatzförderung umfassend Bericht erstattet. Wir verzichten an dieser Stelle auf weitere Ausführungen bezüglich dieser Selbsthilfemassnahmen und verweisen auf Dokumente, die dem BLW bereits vorliegen.

Die Marketingbeiträge der Biomilch werden gemäss einer Zusammenarbeitsvereinbarung an Bio Suisse für die Absatzförderung der Biomilch weitergeleitet. Der Bericht über die Durchführung und Wirkung der Massnahmen für Biomilch von Bio Suisse ist im Anhang beigelegt.

Betr. Alpkäse verweisen wir zudem auf die Anhänge g, h und i (Reglement und Rechnung Schweizer Alpkäse).

**c) Erfolgsrechnung und Bilanz**

Erfolgsrechnung und Bilanz der Selbsthilfemassnahmen sind im Anhang beigelegt.

**7. Bezeichnung der Unternehmen, welche die Massnahme umgesetzt, d.h. die eingezogenen Beiträge verwendet haben**

Was die Verwendung der nach Artikel 12 LWG eingesetzten Mittel für Marketing und Käseexportmarketing betrifft, verweisen wir wiederum auf die Berichterstattung nach den Vorgaben der Absatzförderung. Da das Marketing jedoch massnahmenbezogen umgesetzt wird, sind keine Firmen direkt involviert.

**8. Bewertung der Massnahme und ihrer Wirkung (positive/negative Wirkungen, Schwierigkeiten bei der Durchführung, Verbesserungsmöglichkeiten für das Instrument „Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen“)**

Die Bewertung der Massnahmen und ihrer Wirkung erfolgt jeweils im Rahmen der Jahresberichte. Die Berichte über die Massnahmen des Marketingfonds und des Käseexportmarketings werden dem BLW separat eingereicht. Wir verzichten daher im Rahmen dieser Berichterstattung auf eine Beurteilung.

Allgemein stellen wir fest, dass die Wirkung sowohl des Milchmarketings wie auch des Käseexportmarketings als positiv beurteilt werden. Diese Einschätzung wird von allen Seiten geteilt. Detaillierte Wirkungskontrollen/Controlling nach Massnahmen sind bei SMP resp. SCM (inkl. Alpkäse) verfügbar. Die Wirkungskontrolle über die Massnahmen, welche SMP durchführt, wird durch unabhängige Experten beurteilt und gewürdigt. Sie wird jährlich, systematisch und umfassend durchgeführt. Aus Konkurrenzgründen sind die Inhalte vertraulicher Natur, für den Bund jedoch verfügbar.

Im Weiteren erfolgte die Beschlussfassung an der Delegiertenversammlung der SMP ohne Gegenstimme und ohne Enthaltung (Protokoll DV vom 17.4.2019).

\*\*\*

Bern, 06. Mai 2020

Anhang

- a) Bilanz, Erfolgsrechnung und Revisionsbericht Marketingfonds 2019 (DV 2020)
- b) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 17. April 2019; Fonds Basismarketing
- c) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 17. April 2019; Basismarketing Schweizer Käse
- d) Protokoll der Delegiertenversammlung vom 17. April 2019
- e) Vereinbarung BIO SUISSE – SMP
- f) Bericht von Bio Suisse über die Verwendung der von SMP an Bio Suisse überwiesenen Mittel aus den allgemeinverbindlichen Milchvermarktungsabgaben 2019
- g) Vereinbarung SAV – SMP ab 2008/09
- h) Reglement „Regionalmassnahmen“ von Schweizer Alpkäse
- i) Rechnung 2019 Schweizer Alpkäse mit Kommentar
- j) Kopie einer Abrechnung an die Nichtmitglieder mit Hinweisen auf die Artikel 1 und 12 der VBPO (ab März 2020)