

**MEDIENMITTEILUNG****Bern, 15.11.2016****Schweizer Milchproduzenten wollen eine milchspezifische Nachfolgelösung für das "Schoggigesetz"***Direktion*Weststrasse 10  
Postfach  
CH-3000 Bern 6Telefon 031 359 51 11  
Telefax 031 359 58 51  
smp@swissmilk.ch  
www.swissmilk.ch**swissmilk**

Vom 7.-11. November 2016 informierte und diskutierte die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP an ihren jährlichen Regionaltagungen mit interessierten Mitgliedern über die aktuelle Marktlage, die strategische Ausrichtung der Marketingaktivitäten und die zentralen politischen Geschäfte. Beim zentralen Punkt, der Nachfolgelösung für das "Schoggigesetz", waren sich alle einig, dass eine Milchzulage von 4 Rappen gesetzlich verankert sein muss und dass die Branche weiterhin Transparenz bei Gesuchen für den Veredelungsverkehr haben muss.

Die Schweizer Milchproduzenten SMP laden ihre Mitgliedsorganisationen jährlich ein, um die strategischen Stossrichtungen und wichtige Geschäfte mit ihren Mitgliedern zu diskutieren. An vier Tagungen in Egerkingen SO, Kirchberg SG, Neyruz FR und Thun BE haben rund 270 Vertreter an den Veranstaltungen teilgenommen und einen animierten und konstruktiven Dialog geführt.

**Rückläufige Produktionsmengen lassen Preise noch nicht nachhaltig steigen**

Die internationalen und nationalen Marktanalysen zeichnen ein Bild, welches als "vorsichtig optimistisch" bezeichnet werden kann. Allerdings muss trotz 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% verzeichnet.

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

**Keine Sparrunden auf dem Buckel der Produzenten**

Gegenwärtig laufen die parlamentarischen Entscheide zu den Budgetmitteln 2017. Die SMP unterstützt und begleitet 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 wurden (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% der Schweizer Molkereimilch erhalten bleiben.

Die Mitglieder der SMP diskutierten auch ihre Haltung zu den vier aktuellen landwirtschaftlichen Volksinitiativen. Zustimmung herrscht für die Initiative für Ernährungssicherheit. Die Milchproduzenten wollen diese unterstützen. Der aktuelle 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. Lanciert im 2015 als Antwort auf die Aufgabe des stabilen Wechselkurses CHF – Euro, hat sich diese Sammel-promotion zu einem Instrument entwickelt, mit dem Swissness im Regal sichtbar wird. Die aktuelle Joghurt-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.

**Auskünfte:**

Hanspeter Kern, Präsident SMP  
Stephan Hagenbuch, Direktor SMP

079 418 52 16  
079 292 97 52

3505 Zeichen (inklusive Leerschläge)  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

