

22. Oktober – Ostschweiz, Kirchberg SG

25. Oktober – Bern/Mittelland, Münchenbuchsee BE

26. Oktober – Romandie, Grangeneuve FR

28. Oktober – Zentralschweiz/Aargau, Sempach LU

SMP

Regionaltagungen 2010

Agenda

	Zeit	Referent
▪ Begrüssung	09.30	P. Gfeller
▪ Marktentwicklungen Welt-EU-CH	09.35	Ch. Grosjean-Sommer
▪ Agrarpolitischer Ausblick	09.50	Ch. Grosjean-Sommer
▪ Basismarketing Milch und Käse	10.05	Ch. Grosjean-Sommer
▪ Zusammenfassung / Diskussion	10.15	P. Gfeller
Pause	10.45	
▪ BO Milch: Stand der Arbeiten	11.00	A. Rösti
▪ Politischer Flankenschutz	11.20	A. Rösti
▪ Zusammenfassung / Diskussion	11.40	P. Gfeller
Apéro und Mittagessen	12.15	

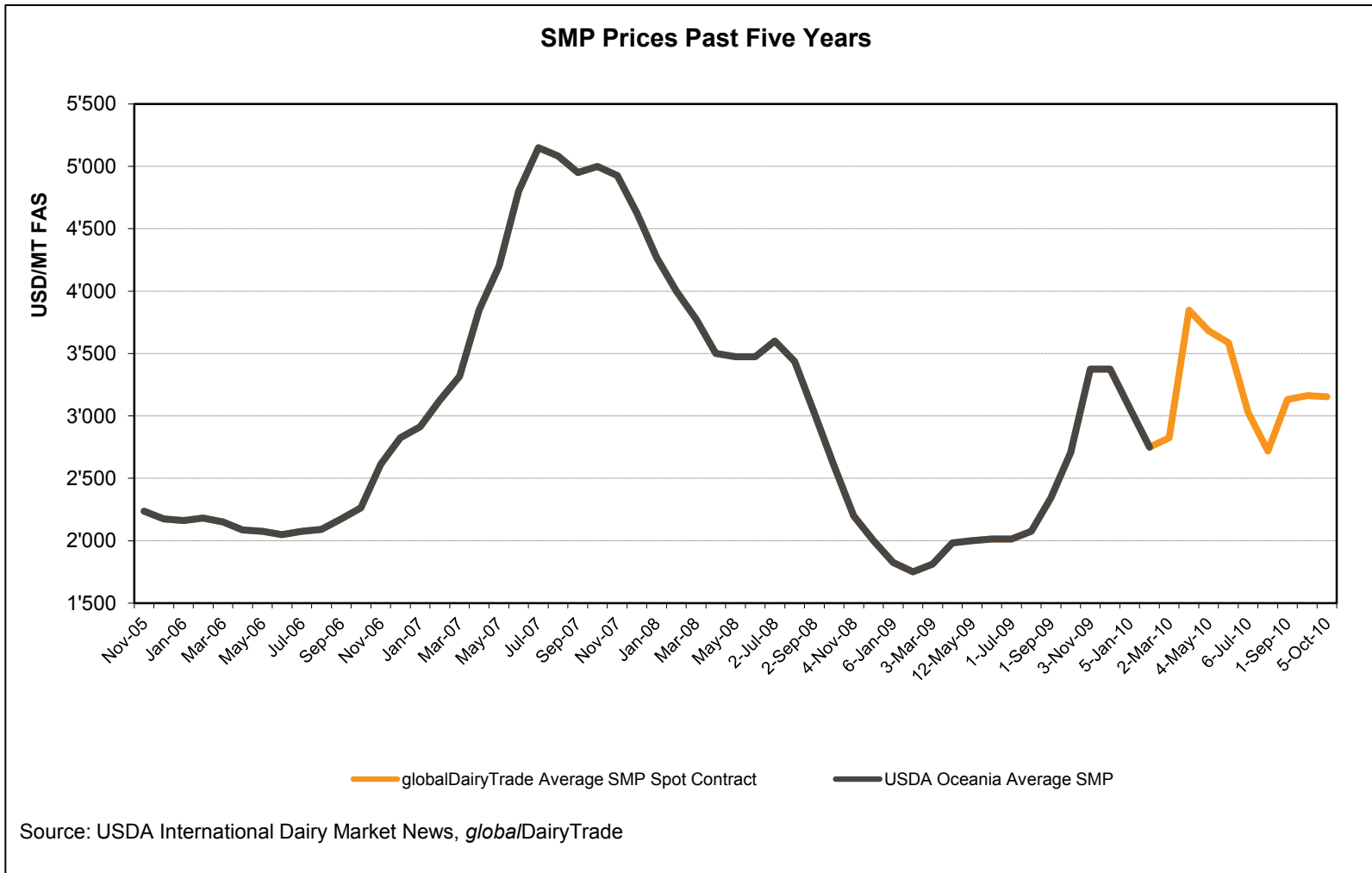


Marktentwicklungen

- Welt
- EU
- Schweiz

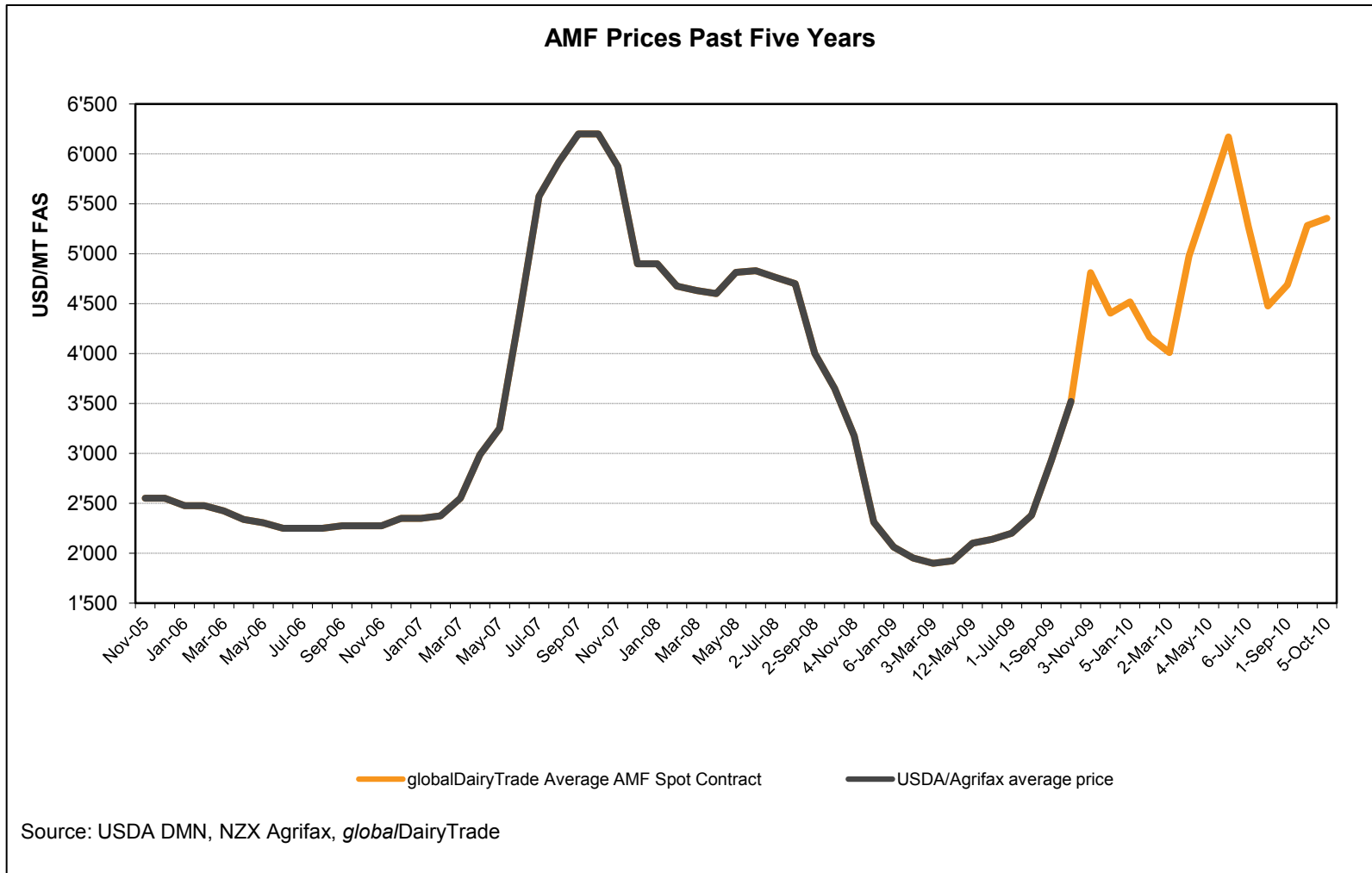
Internationale Marktlage

Magermilchpulver NZ (Fonterra)

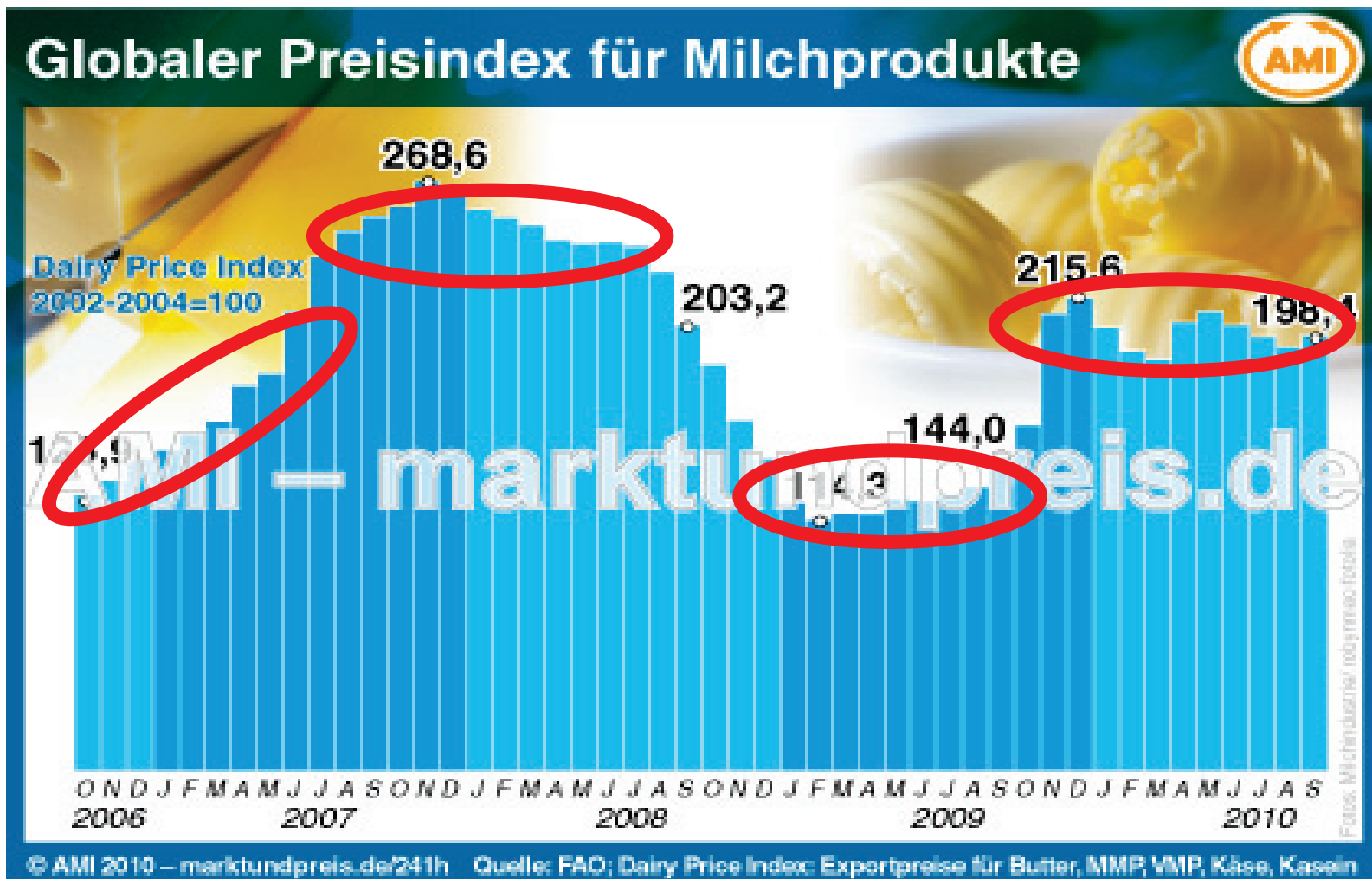


Internationale Marktlage

Butterfett NZ (Fonterra)

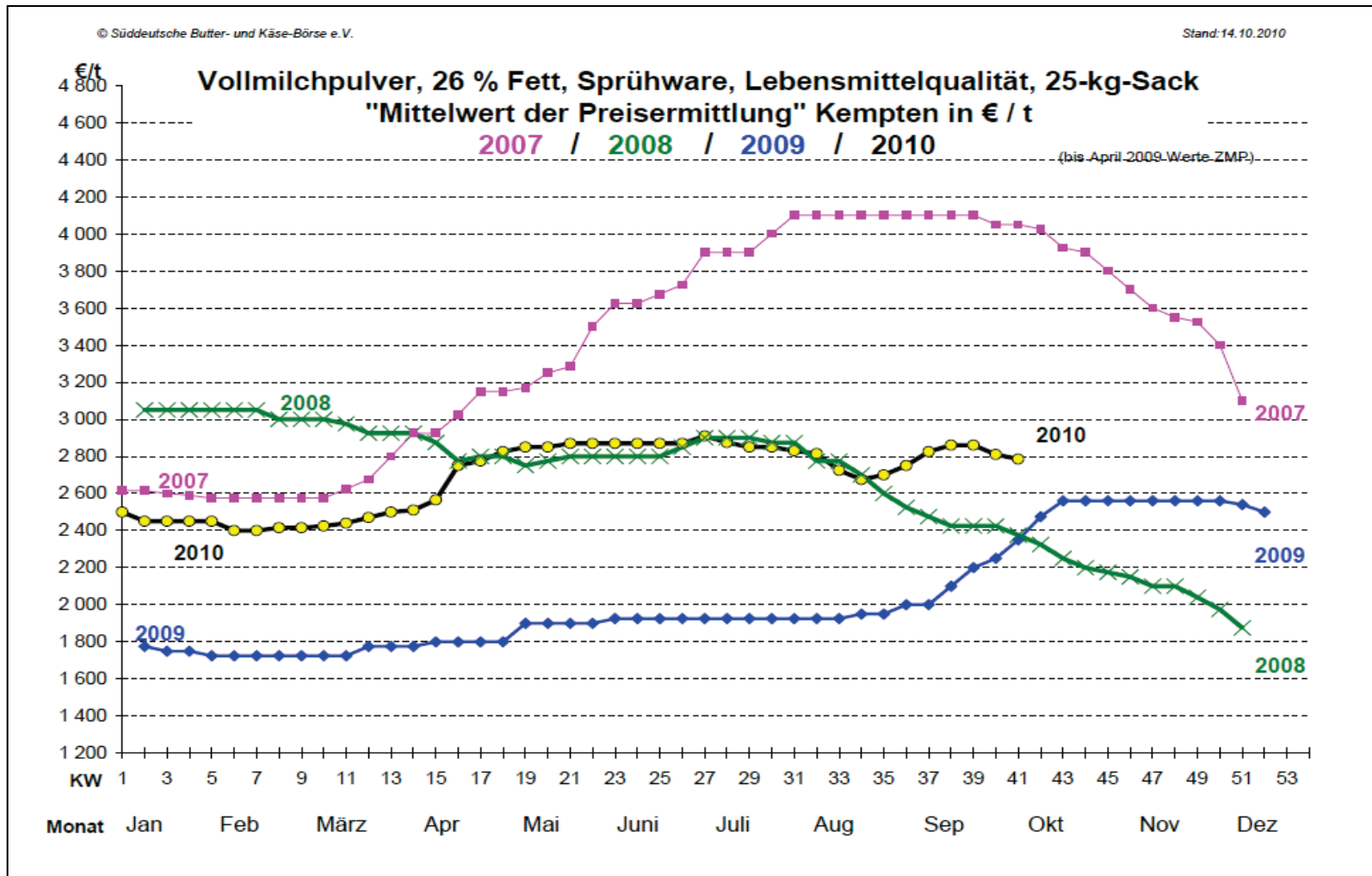


Globales Preisniveau 2010: Auf „mittlerem Niveau stabil“



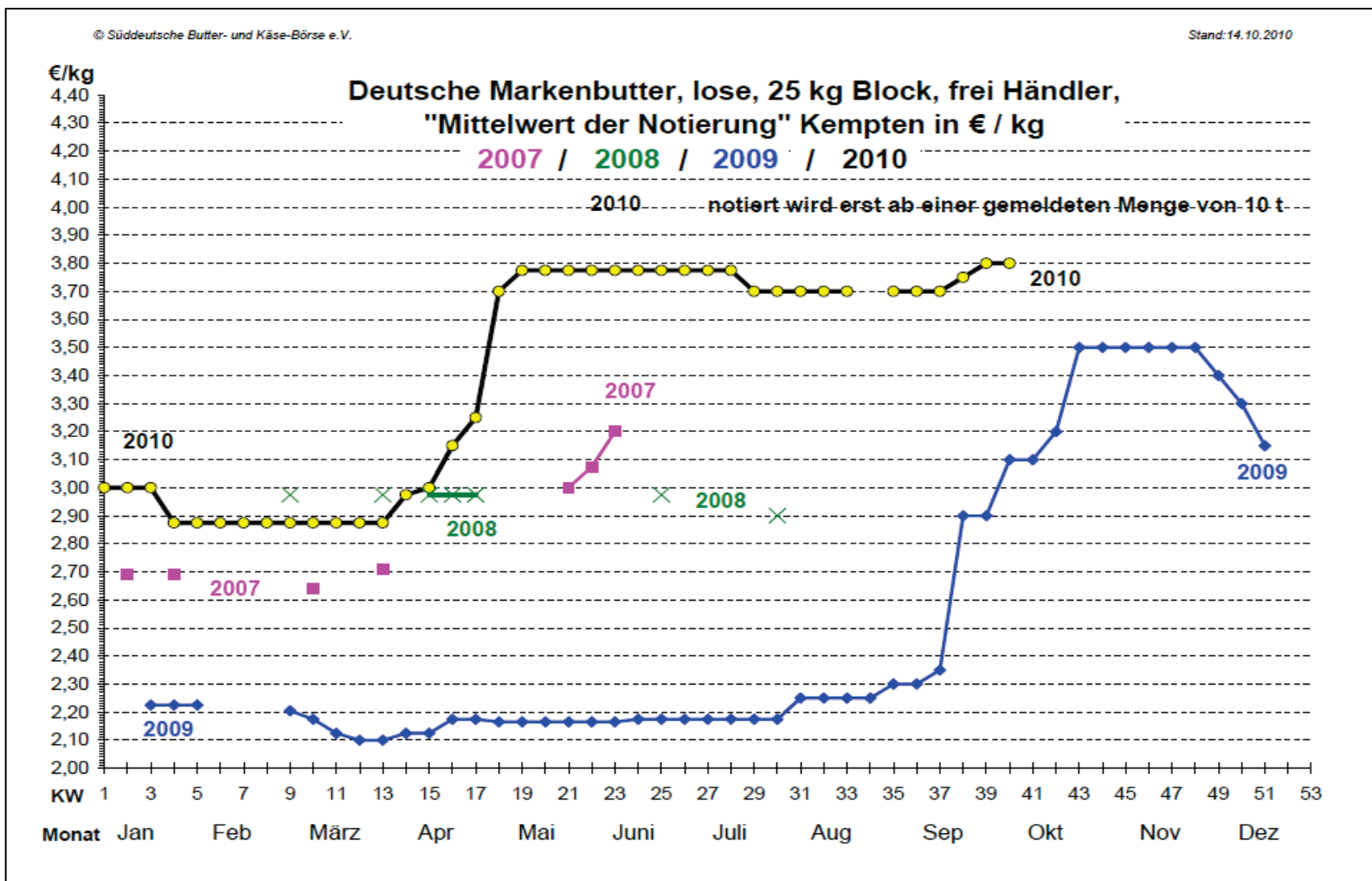
Marktlage Europa

Vollmilchpulver 26% Deutschland



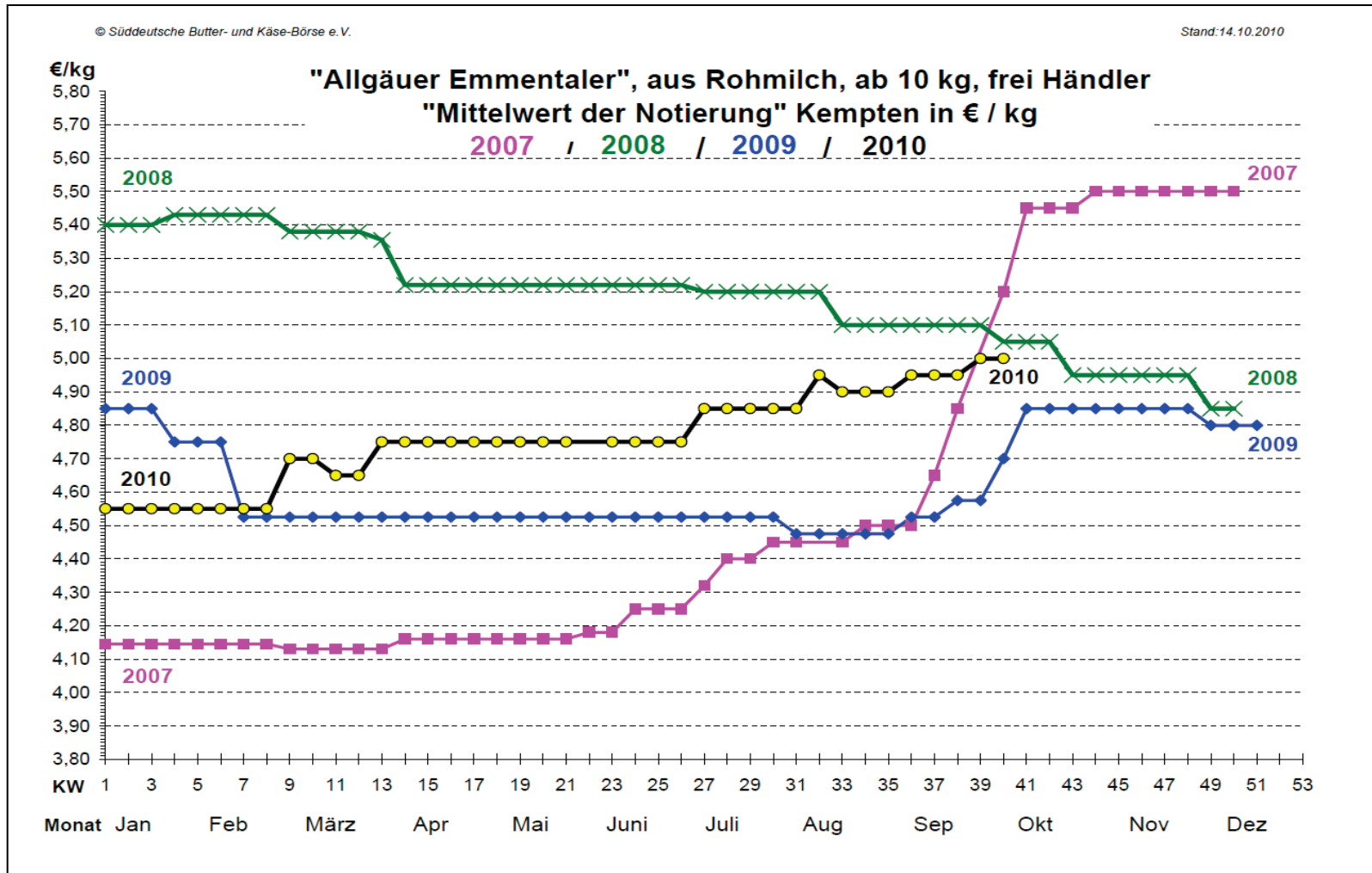
Marktlage Europa

Butter Blockware, Deutschland



Marktlage Europa

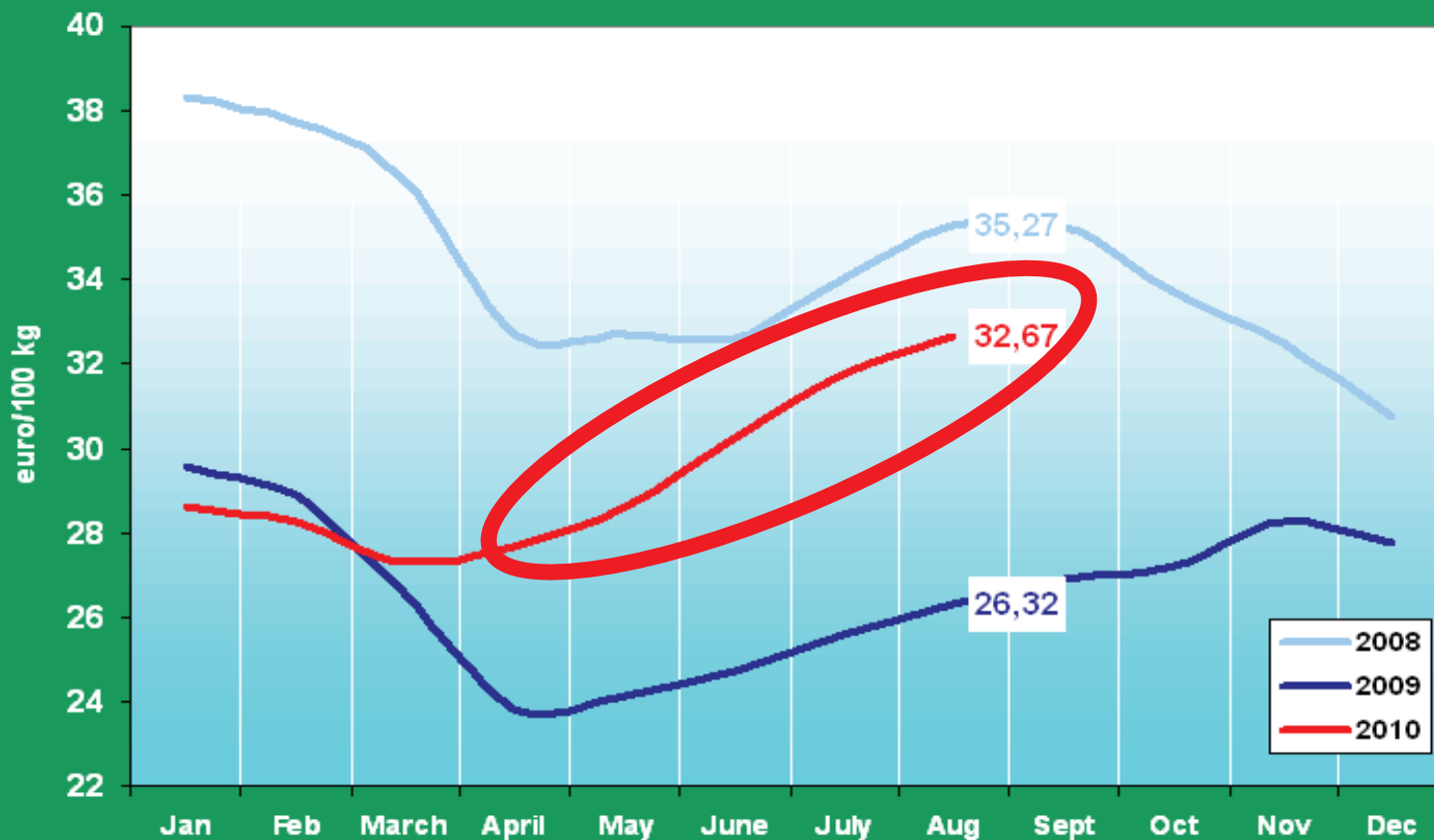
Allgäuer Emmentaler aus Rohmilch



Marktlage Europa

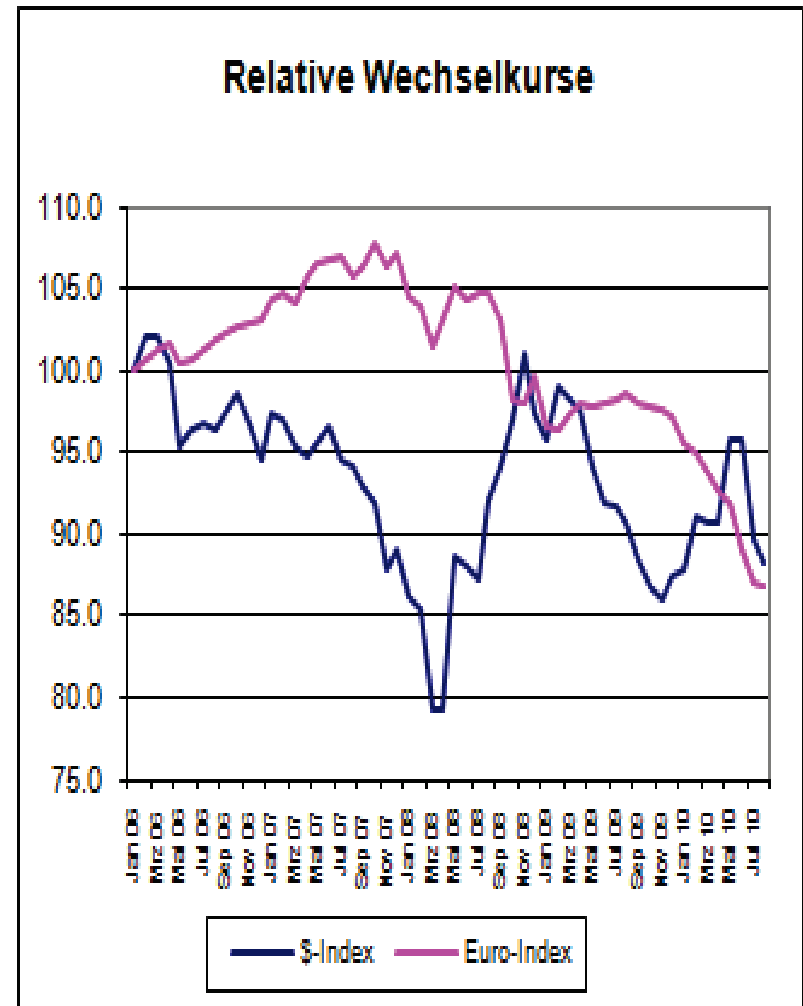
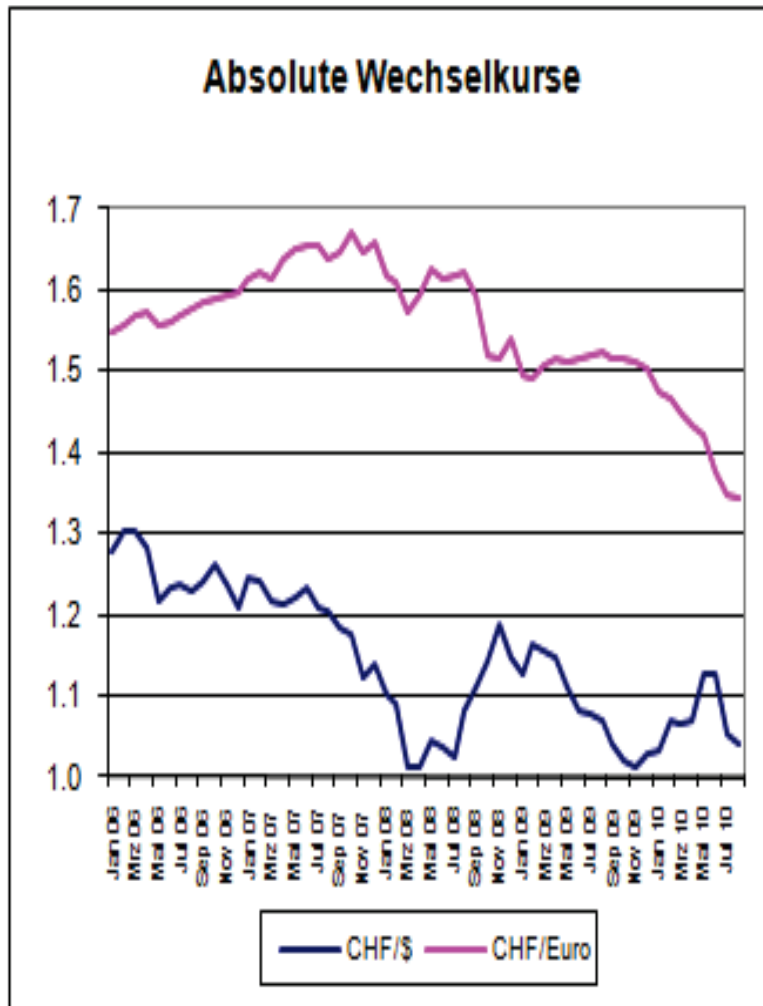
Milchpreise gemäss LTO

Average milk price August 2010 € 6.35 higher than last year



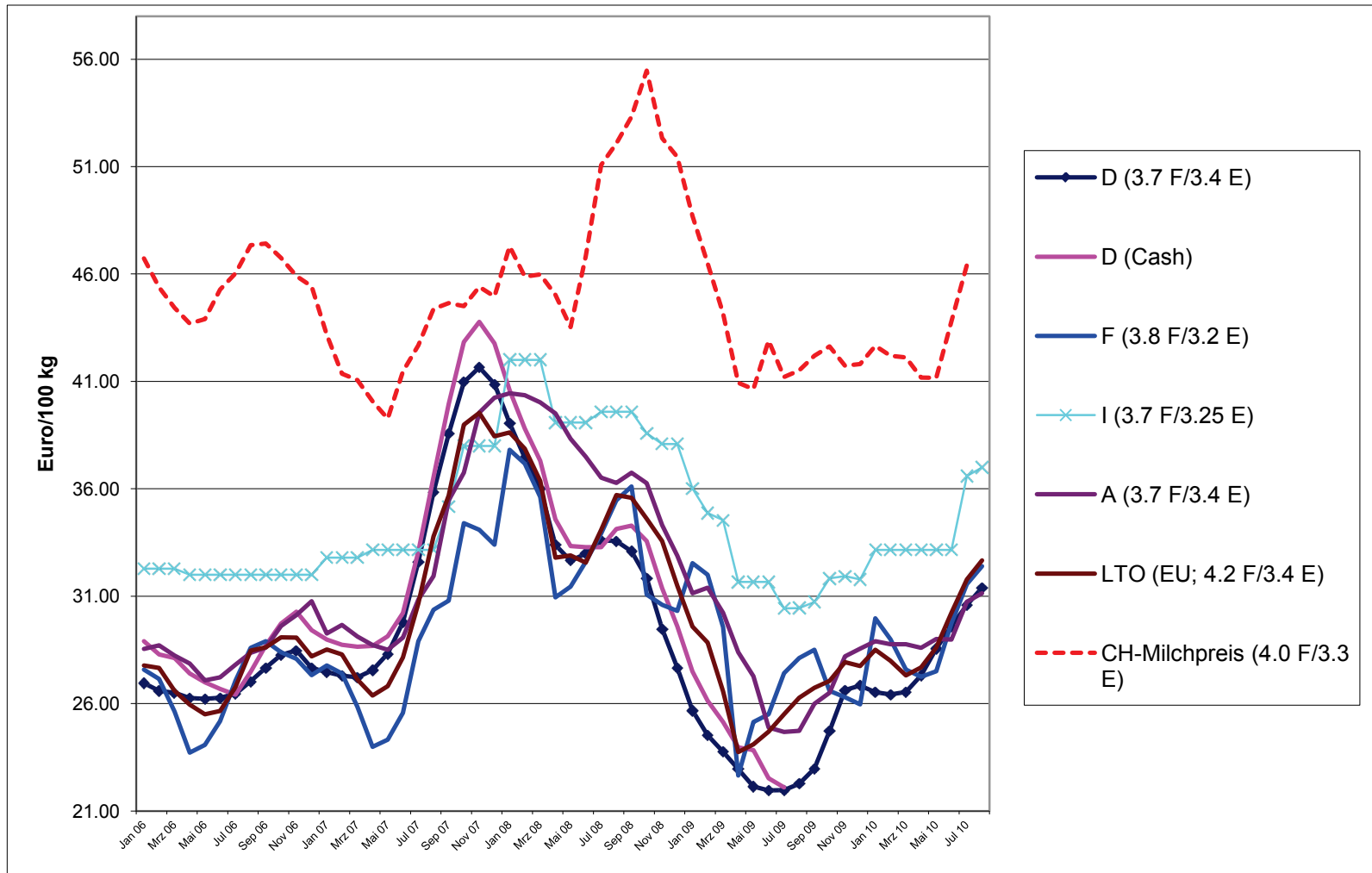
Internationale Marktlage

Wechselkurse ungünstig für Exporte!



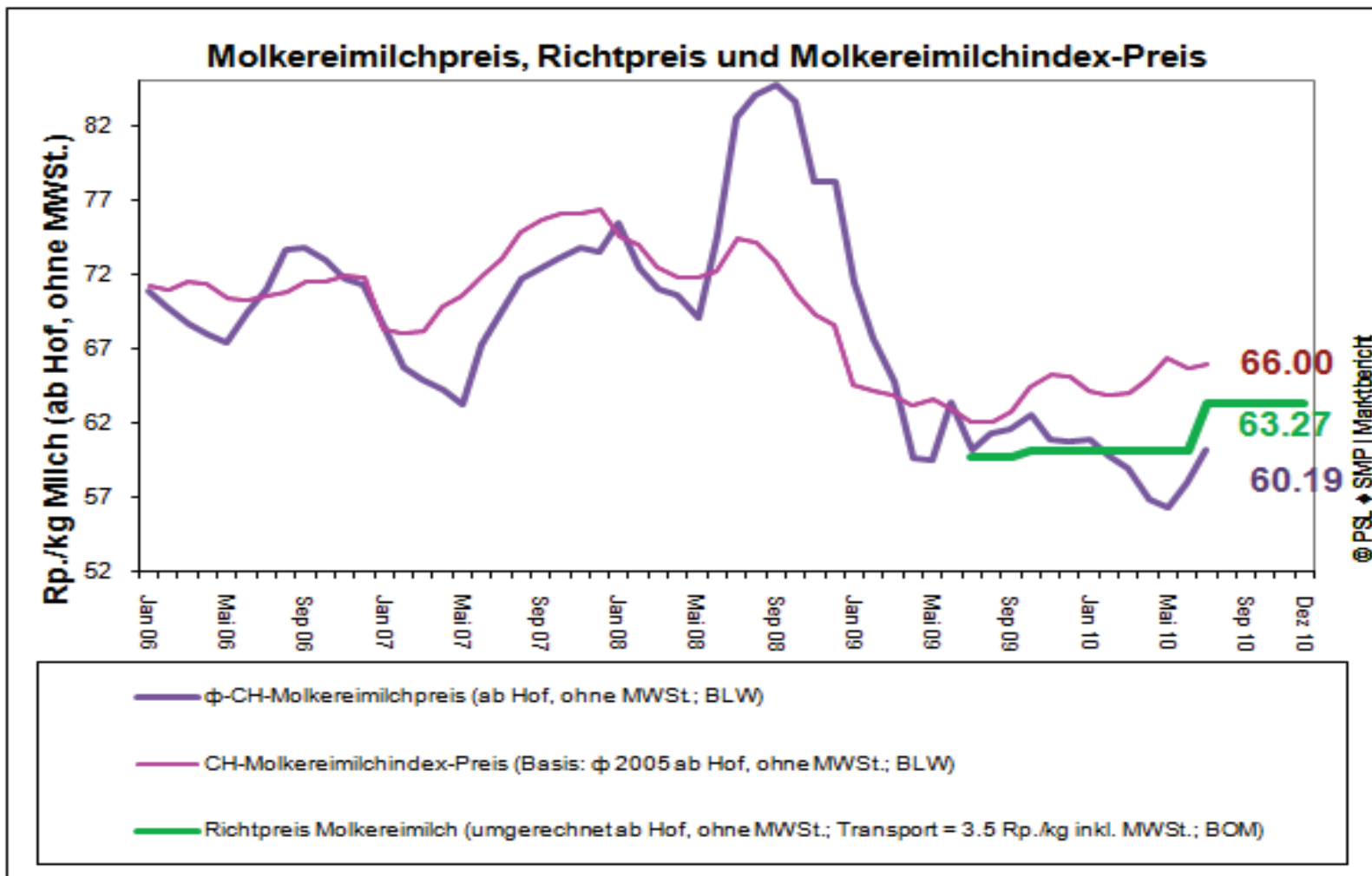
Internationale Marktlage

Milchpreise EU - CH in €uro (Aussensicht)



Marktlage Schweiz

Milchpreise CH in CHF (Innensicht)

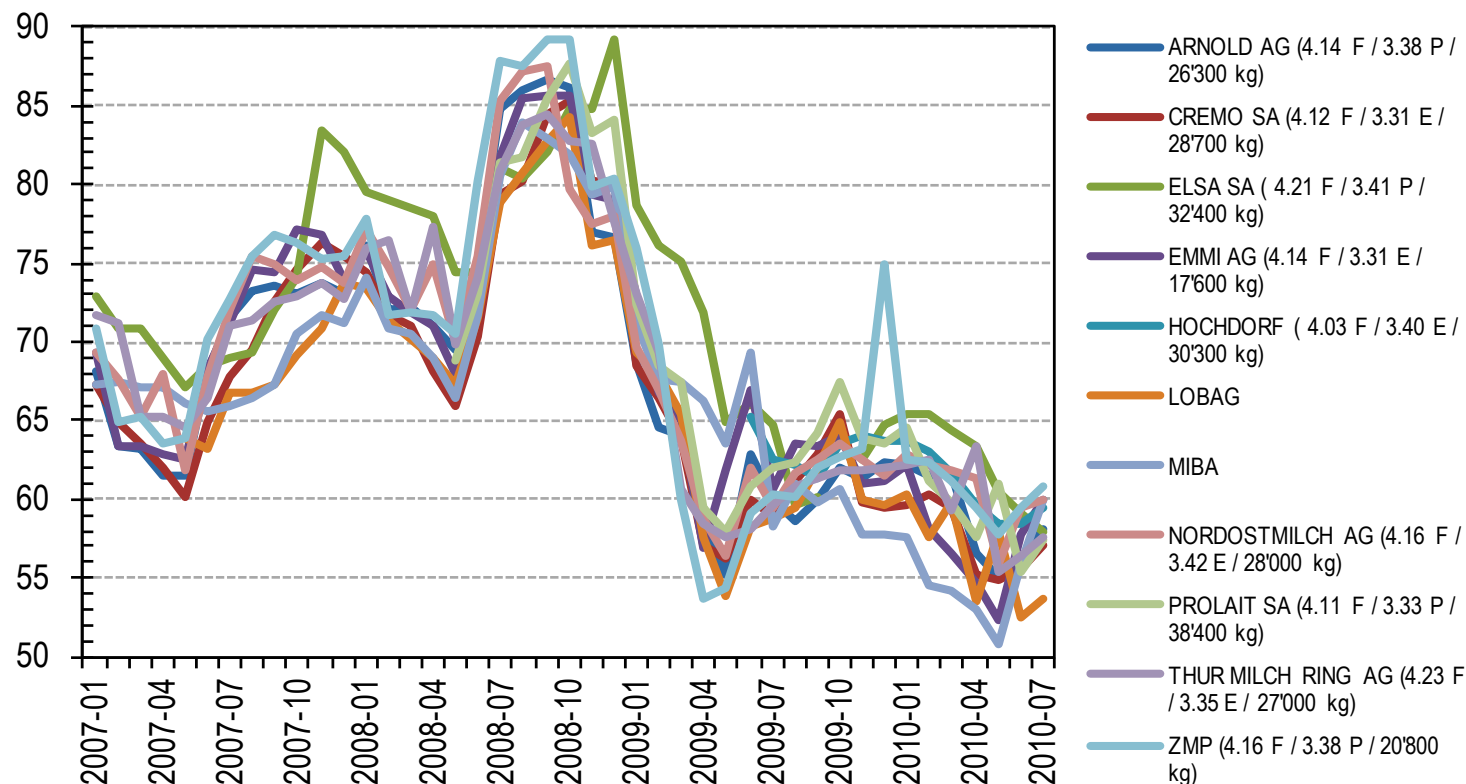


SMP-Milchpreismonitoring:

Produzentenpreise Industriemilch

Entwicklung der Produzentenmilchpreise seit 2007

Rp./kg



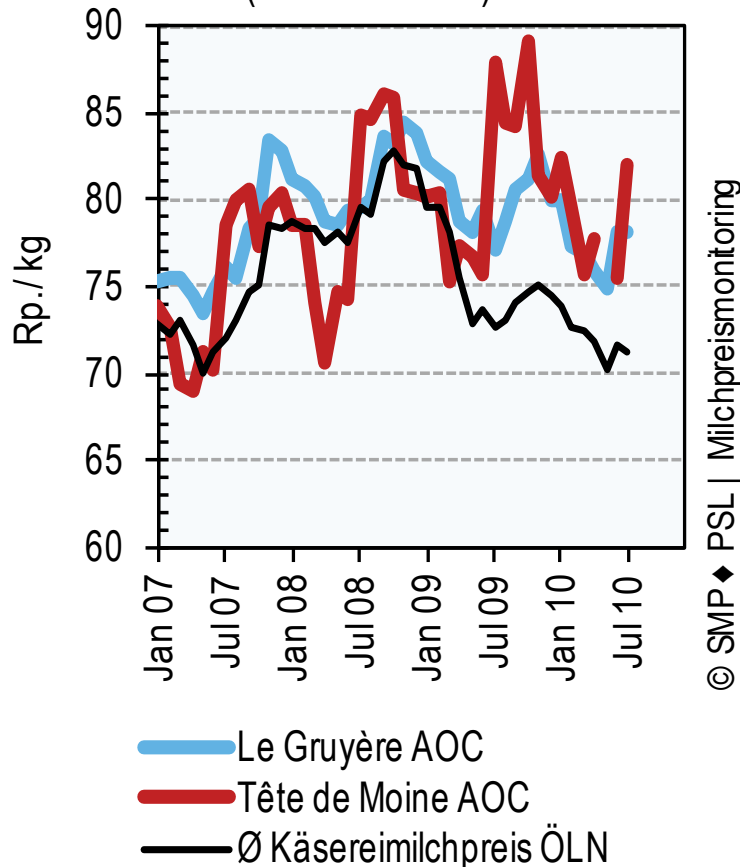
© SMP ♦ PSL | Quelle: SMP Milchpreismonitoring



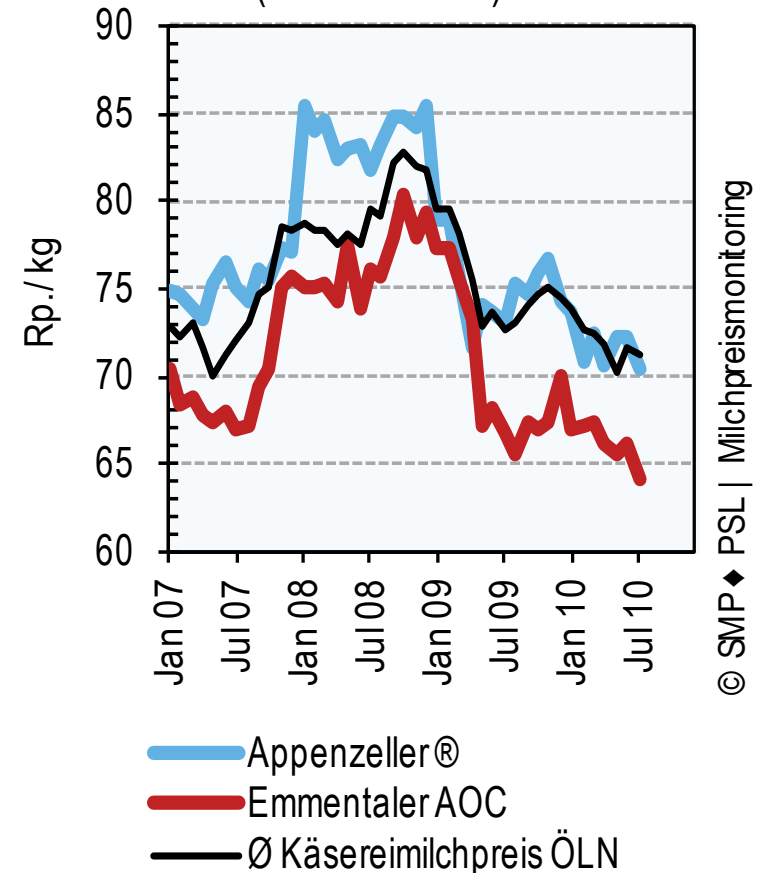
SMP Milchpreismonitoring:

Produzentenpreise Käseemilch

Entwicklung der Käseemilchpreise
(franko Käserei)



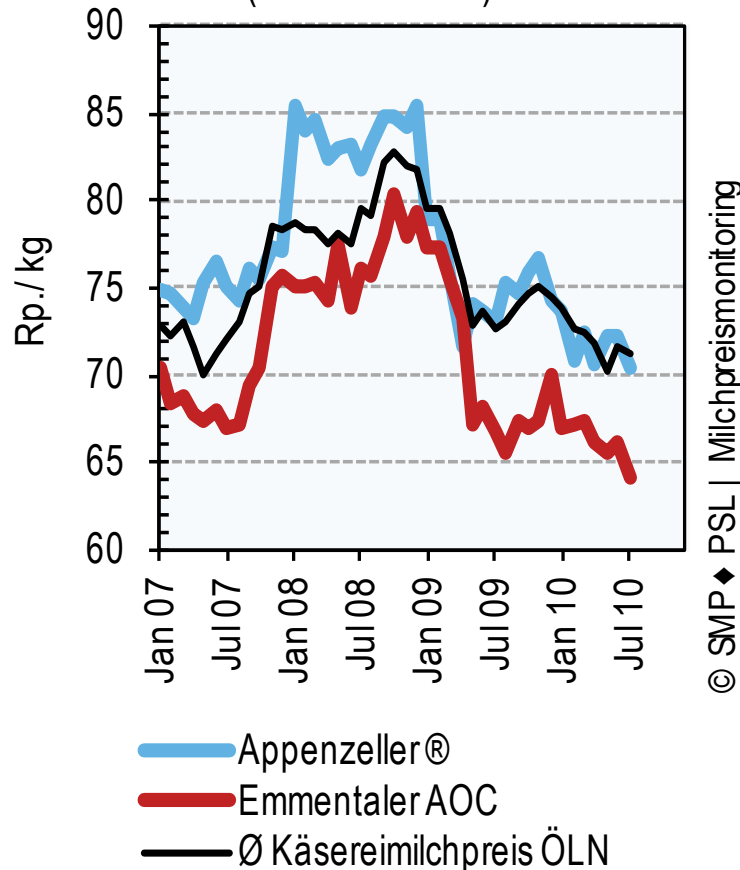
Entwicklung der Käseemilchpreise
(franko Käserei)



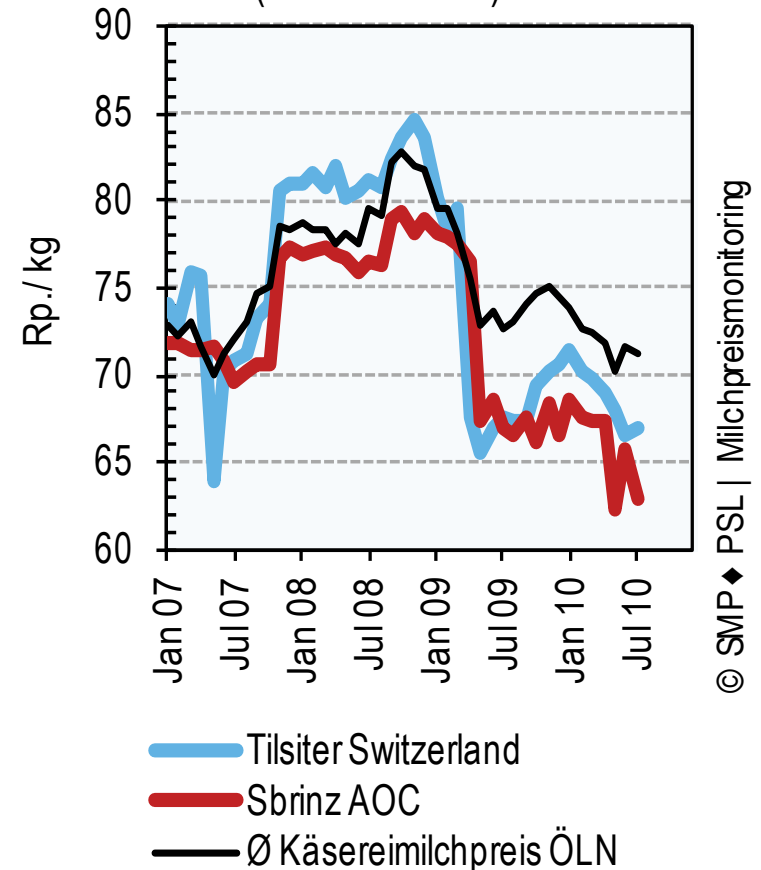
SMP Milchpreismonitoring:

Produzentenpreise Käseemilch

Entwicklung der Käseemilchpreise
(franko Käserei)



Entwicklung der Käseemilchpreise
(franko Käserei)

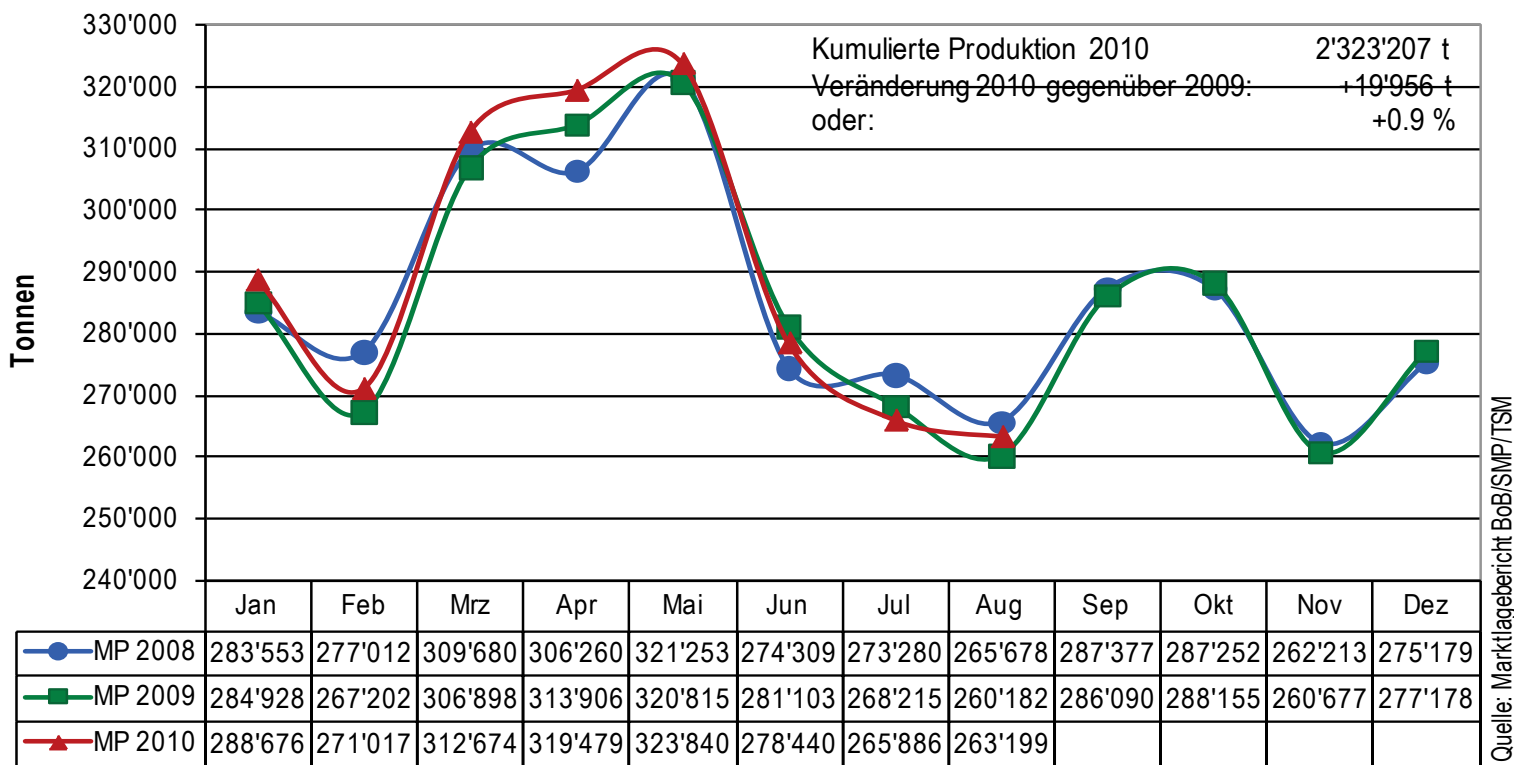


Marktlage Schweiz

Milchproduktion

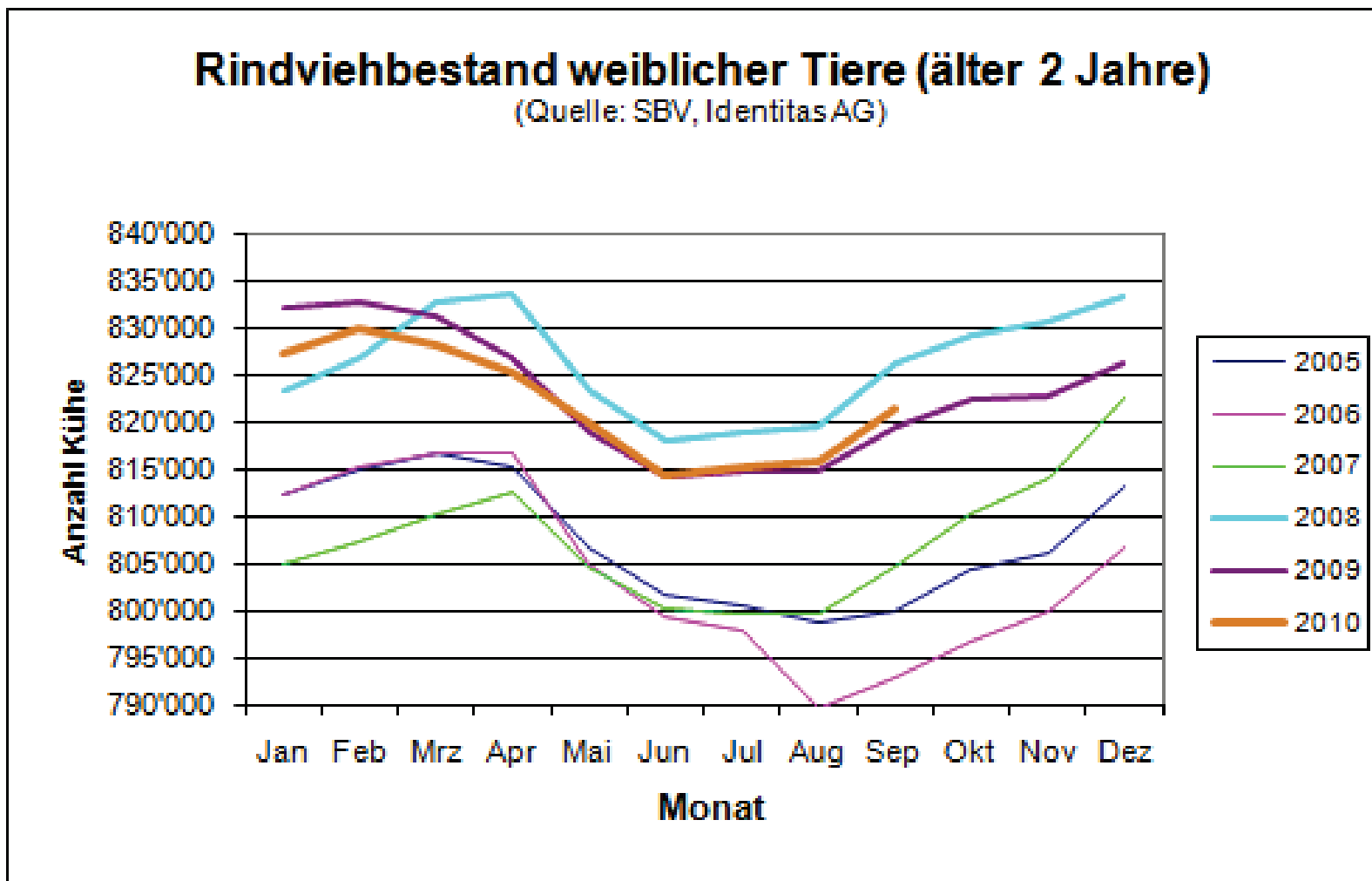
Milchproduktion (inkl. Zonenmilch)

Monatsvergleich 2008 - 2010



Marktlage Schweiz

Rindviehbestand (Potenzial ist hoch)

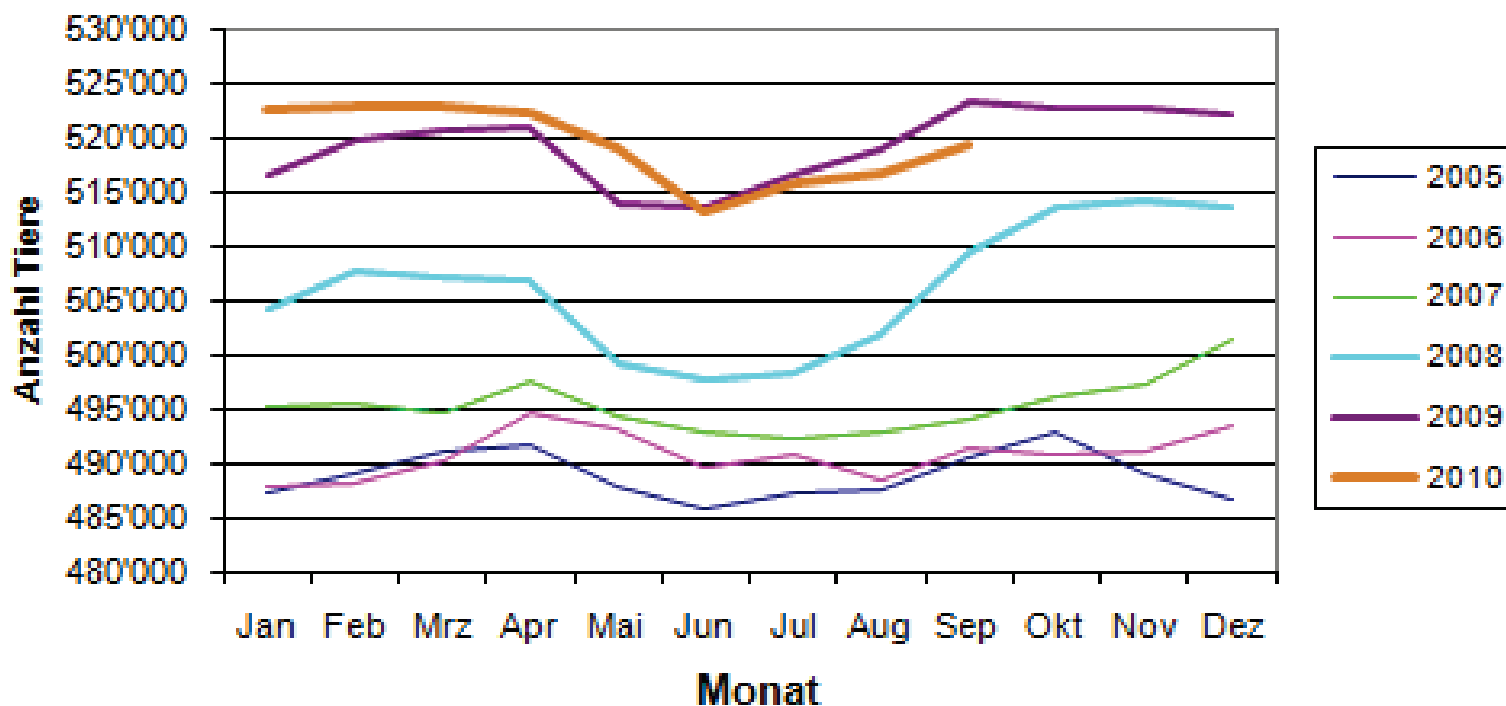


Marktlage Schweiz

Rindviehbestand (Dynamik)

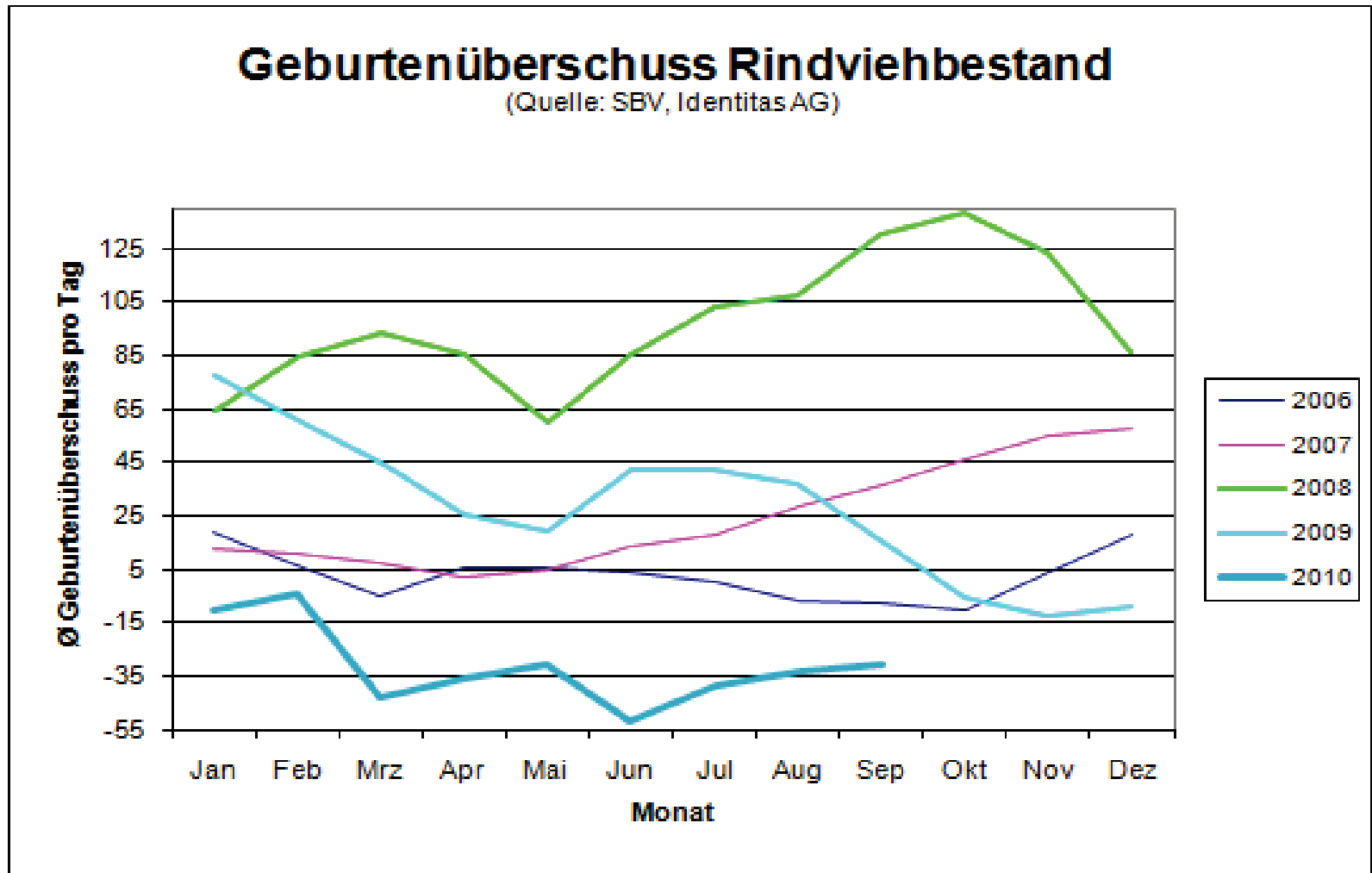
Rindviehbestand weiblicher Tiere (jünger 2 Jahre)

(Quelle: SBV, Identitas AG)



Marktlage Schweiz

Rindviehbestand (Dynamik)

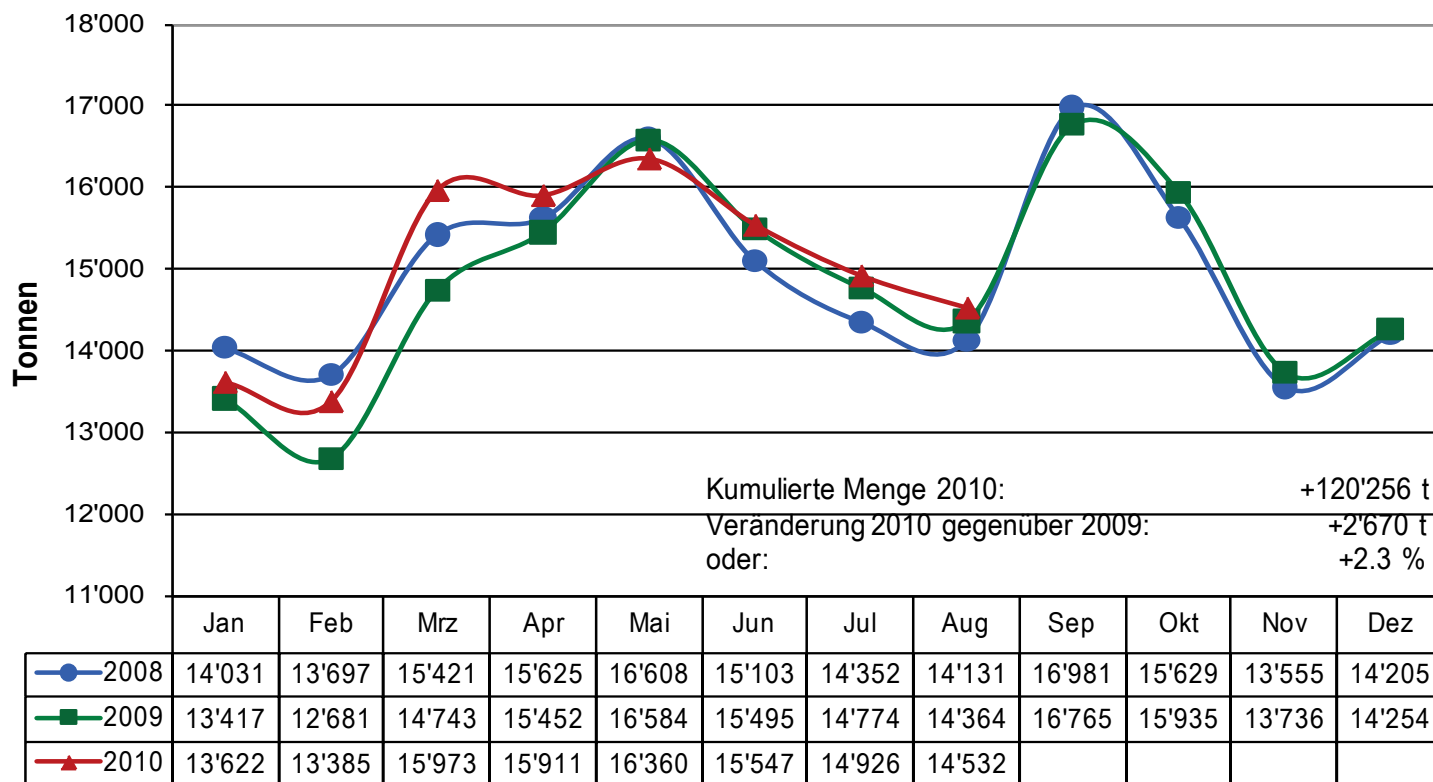


Marktlage Schweiz

Käseproduktion

Käseproduktion

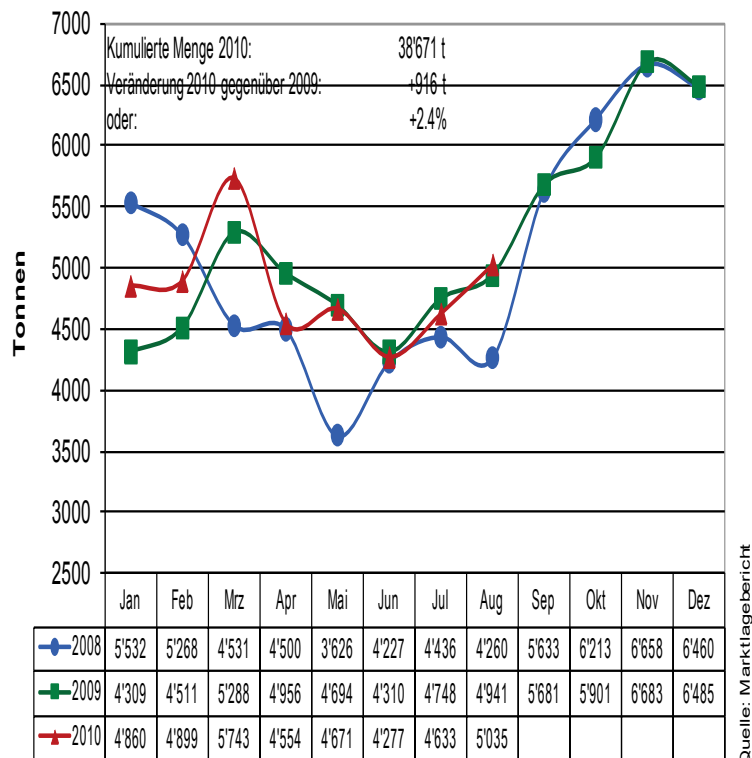
Monatsvergleich 2008 - 2010



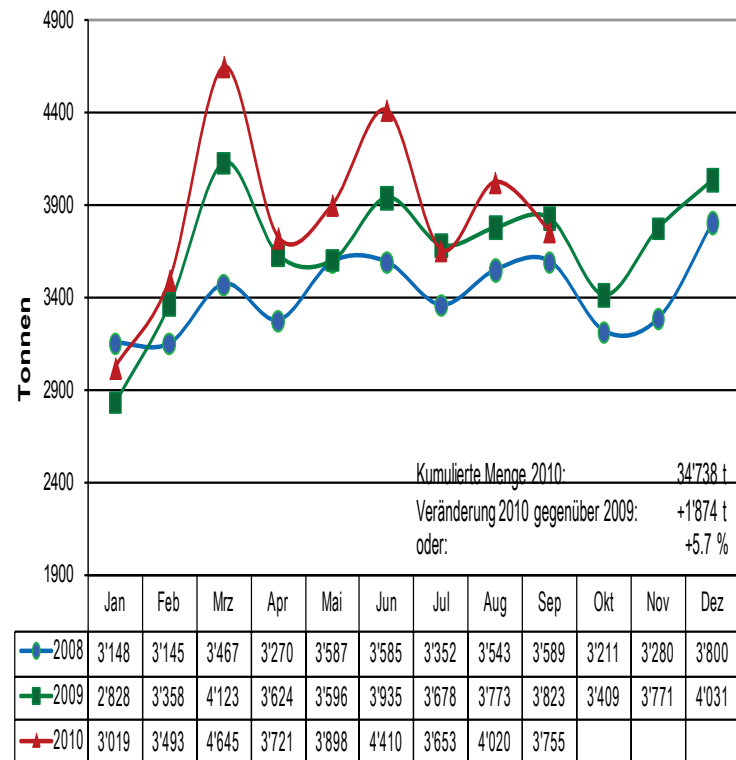
Marktlage Schweiz

Aussenhandel Käse

Käseexport
Monatsvergleich 2008 - 2010



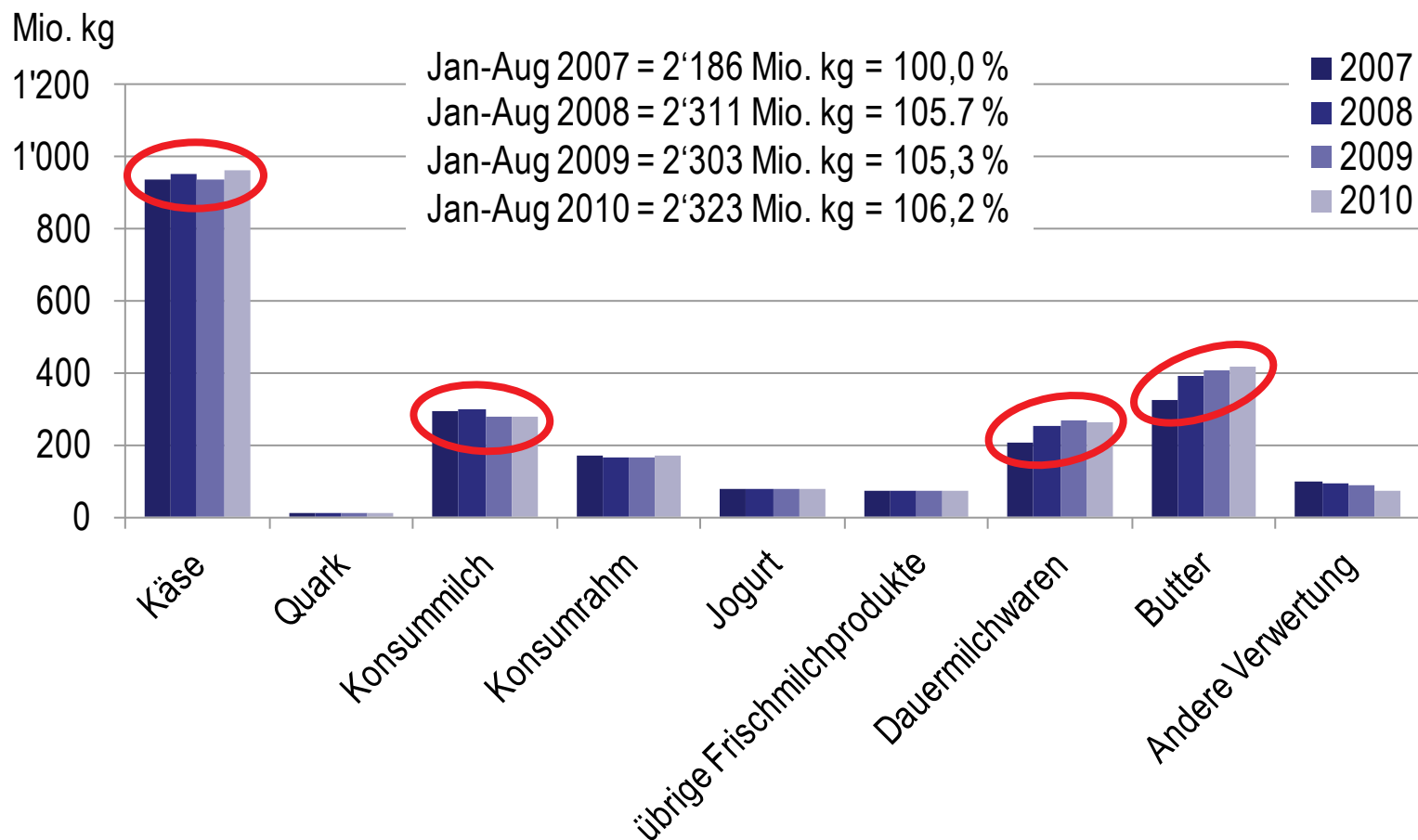
Käseimport
Monatsvergleich 2008 - 2010



Marktlage Schweiz:

Milchverarbeitung

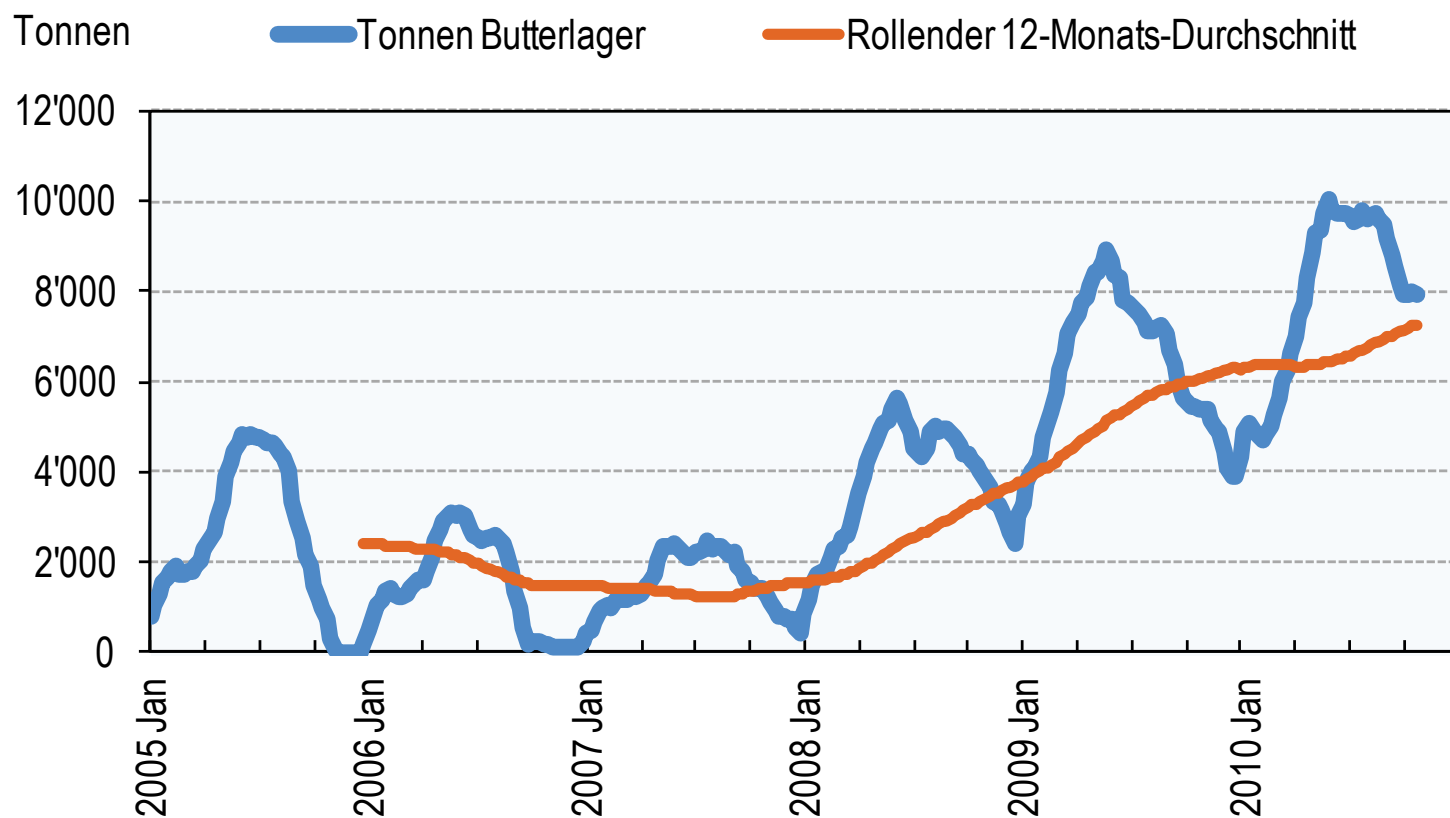
Milchverarbeitung Januar – August 2007 / 2008 / 2009 / 2010 (in Milchäquivalent)



Marktlage Schweiz

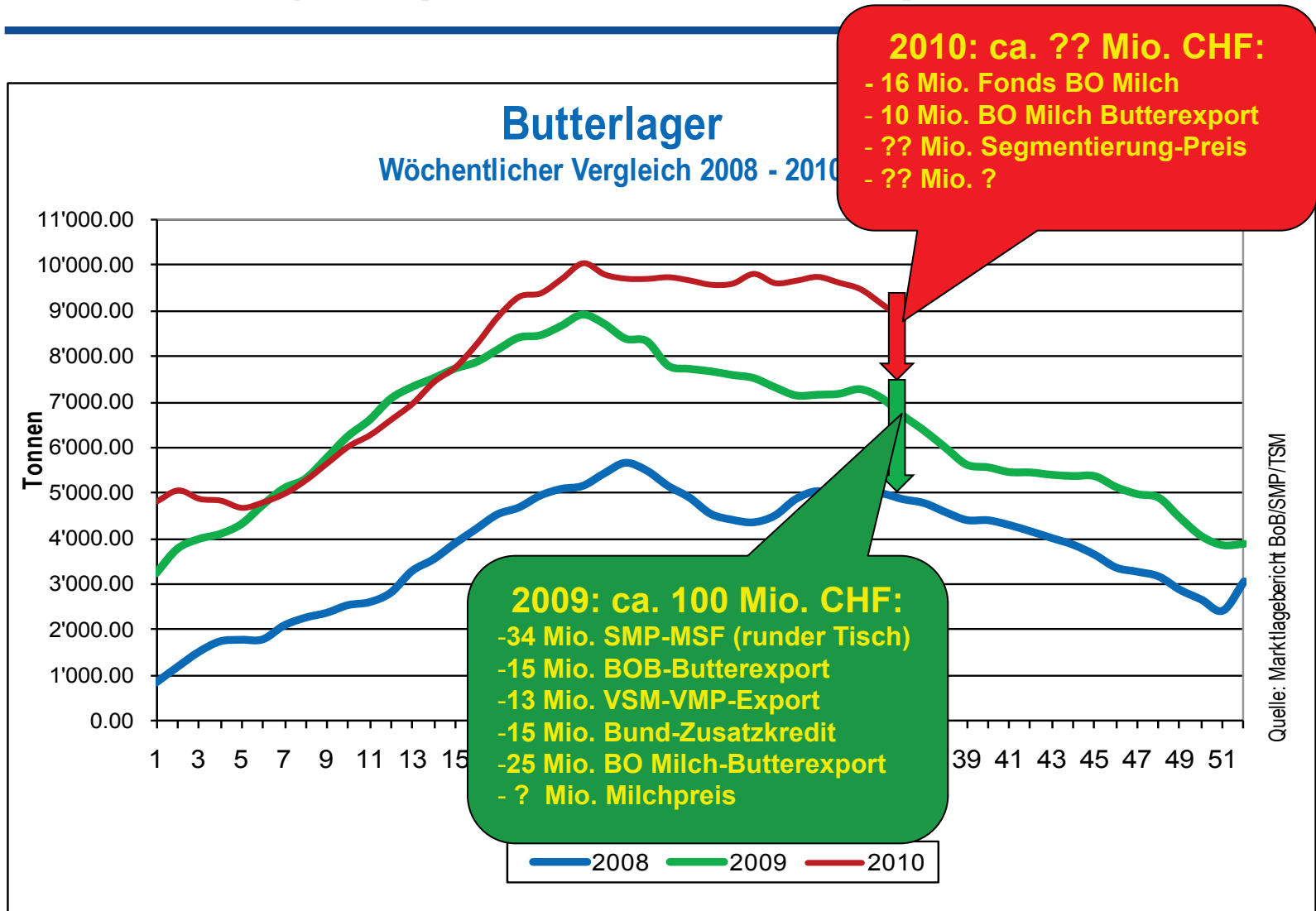
Butterlager (Problempunkt)

Entwicklung der Butterlager



Marktlage Schweiz

Butterlager (Problempunkt)



Butterlagerabbau via BO Milch

Ziel: 3'000 t Butter mit 15 Mio. CHF exportieren

Erste Kommunikation:

- ◆ CHF 4 Mio. linear auf Käseereimilch
- ◆ CHF 11 Mio. verursachergerecht auf Molkereimilch

Umsetzungs-Beschluss:

- ◆ Maximalbetrag auf 2,5 Rp./kg plafoniert
- ◆ CHF 7.2 Mio. auf Molkereimilch (66%)
- ◆ CHF 2.7 Mio. auf Käseereimilch (66%)
- ◆ Offen: Einsatz CHF 3.4 Mio. Reserven

Mögliches Ergebnis:

- ◆ CHF 10 Mio. ca. 2'000 t Butter exportieren



Marktlage

Zusammenfassung

- ◆ Welt- und EU-Markt für Milch und Milchprodukte haben sich insgesamt positiv entwickelt
- ◆ Die Produkte-„Märkte“ verändern sich zusehends sprunghaft (e-Plattformen)
- ◆ Wechselkurse (\$, €) sind z.T. ein Problem beim Export und Import; treffen aber nicht alle gleich
- ◆ Importdruck hält an (inkl. Veredelungsverkehr)
- ◆ Angebotsdruck, Druck durch Stützungsabbau
- ◆ Marktungleichgewicht und z.T. „wertschöpfungs-schwache“, Verwertung ist ein CH-Problem



Agrarpolitischer Ausblick

Finanzierungslücke(n) 2010

„Schoggigesetz-Kredit“ / Gesuche Veredelungsverkehr:

◆ Bedarf 2010 (netto):	ca.	95 Mio. CHF
◆ Kredit 2010 (brutto):		70 Mio.
◆ Übertrag aus 2009:		-18 Mio.
◆ Geeignete Massnahmen Branchen		25 Mio.
◆ Nachtragskredit 2010 II: (beantragt)		15 Mio.

Verkäszungszulage:

◆ Nachtragskredit 2010 II: (beantragt)	10 Mio.
--	---------

Auslaufende private Massnahmen: ?? Mio.



Finanzierungslücken 2011/2012

„Schoggigesetz“ (Milch, Getreide)

- ◆ Budget 2011: 70 Mio. CHF
- ◆ Bedarf 2011: ca. 100 Mio.
- ◆ **Geeignete Massnahmen: ? Mio.**

- ◆ Antrag Aufgabenüberprüfungsprogramm des Bundes ab 2012
- ◆ Bundesmittel 2012: 55 Mio. CHF
- ◆ Bedarf 2012: >> 55 Mio.
- ◆ **Geeignete Massnahmen: ? Mio.**



Für 2011 bis 2013:

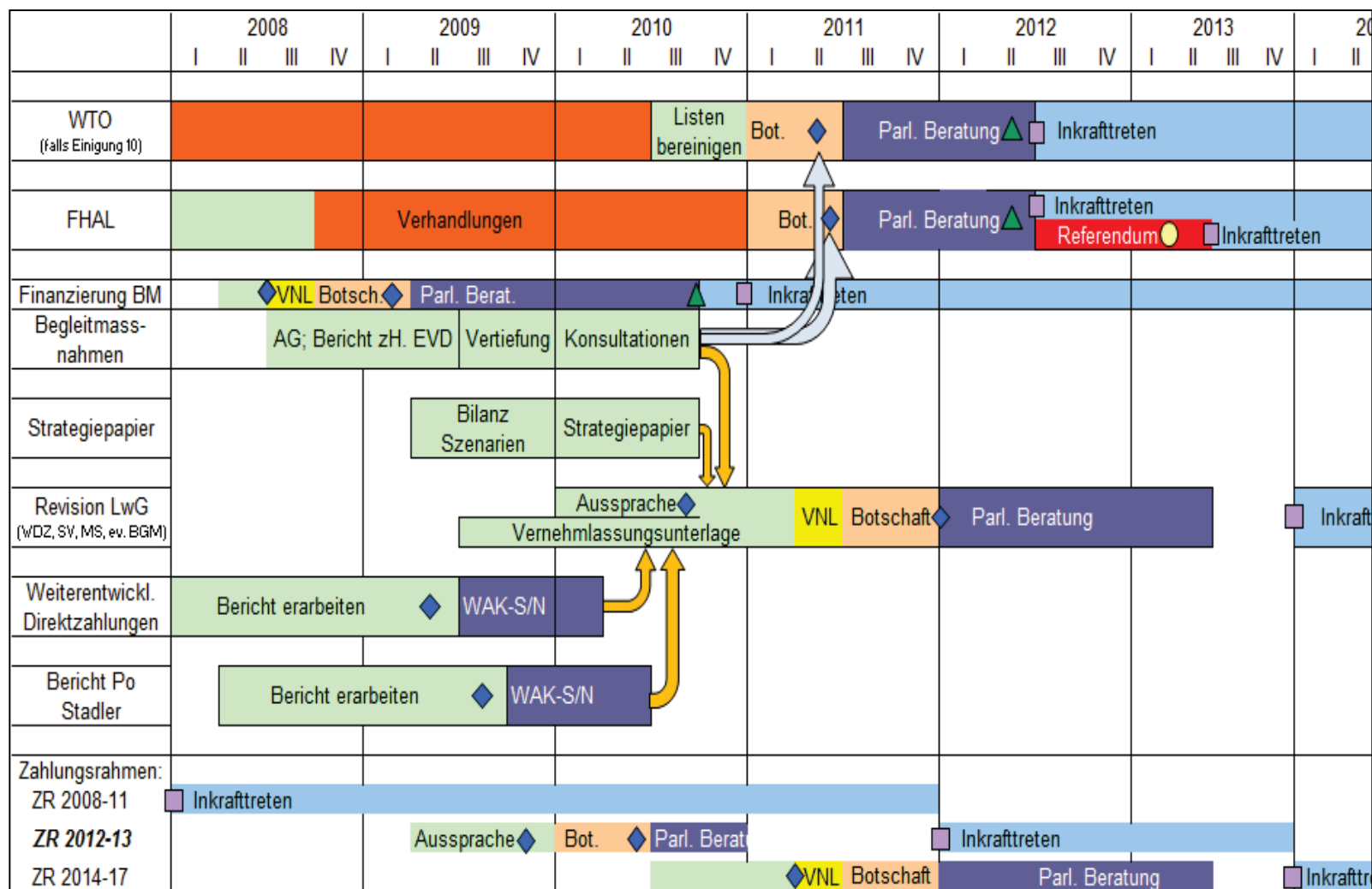
Verkäsungs- / Siloverzichtsulage

- ◆ Anpassung des Ansatzes der Verkäsungszulage aufgrund der gestiegenen verkästen Milchmenge.
- ◆ Absicht des Bundesrates zur Kürzung der Mittel für die Verkäsungszulage in den Jahren:
2011 um 23,5 Mio. CHF
2012 um 27,5 Mio. CHF
2013 um 33,5 Mio. CHF
- ◆ Antrag des EVD zur Reduktion der **Verkäsungszulage auf 12 Rp./kg** (-3 Rp.) per 1.1.2011.

➔ SMP verlangt Korrektur über Finanzbeschlüsse des Parlamentes



Agrarpolitische Agenda (BLW)



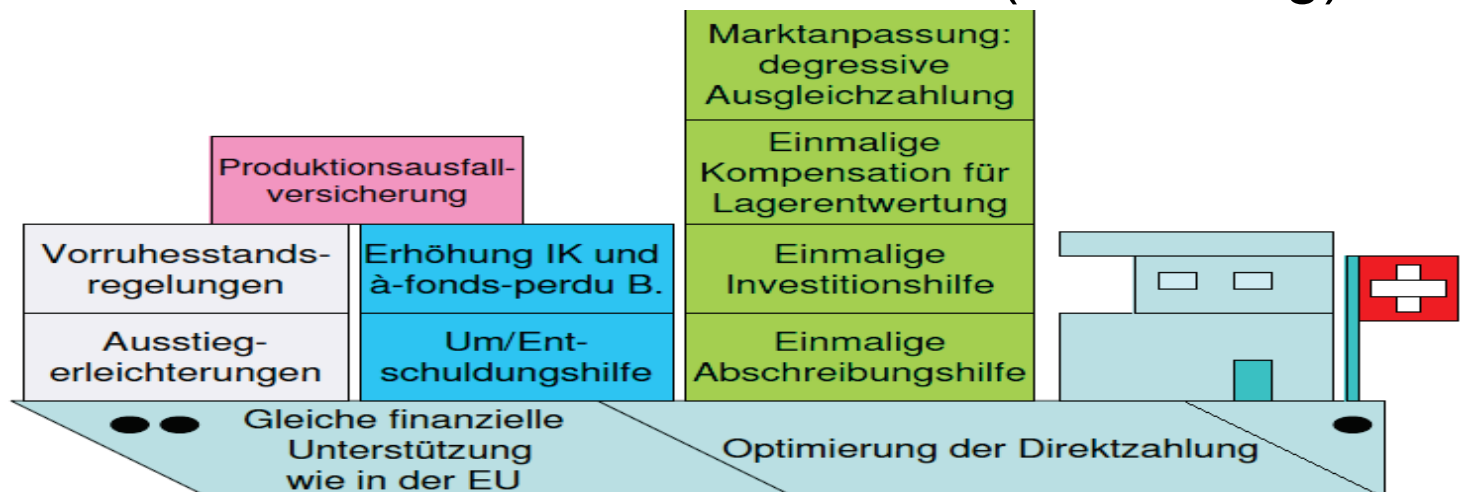
Stand WTO II

- ◆ Generelle „Funkstille“ bei der WTO / Abschluss nicht in Sicht / „Streitpunkte“ ausserhalb Agrarbereich
- ◆ Die Stabilisierung nach der Finanzkrise hat weltweit (ausserpolitisch) Priorität
- ◆ Innenpolitisch haben die Staatsfinanzen Vorrang (Bonität verschiedener Staaten)
- ◆ Vorsitzender für den Agrarbereich ist zurückgetreten
- ◆ Abgesehen von „Ueberraschungen“ sind die Modalitäten für den Agrarbereich im Wesentlichen bekannt/ausgehandelt



Agrarfreihandelsabkommen CH - EU

- ◆ Stand der Verhandlungen ist wenig transparent / Verzögerungen auf Zeitplan offensichtlich
- ◆ „Bilanzreserve“ vom Parlament beschlossen
- ◆ Politische Mehrheit für Agrarfreihandel CH-EU schwindet (SVP, Grüne, CVP,)
- ◆ Begleitmassnahmen sind in Landwirtschaft (SBV) evaluiert / Kosten: 6 – 7 Mia. CHF (Schätzung):

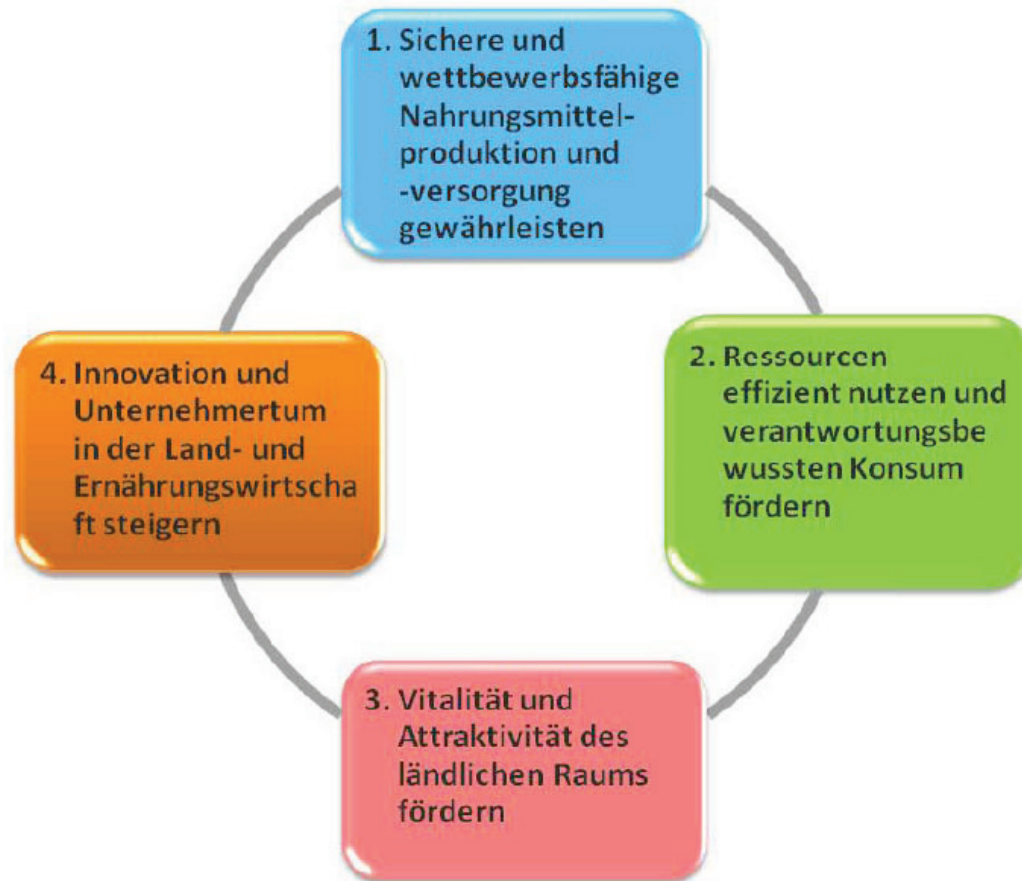


BLW-Diskussionspapier

Land- und Ernährungswirtschaft 2025



Mittelfristige Strategieschwerpunkte



BLW-Diskussionspapier

Land- und Ernährungswirtschaft 2025



Nächste Schritte



Zahlungs-
rahmen 2012/13

AP 2014-17

AP 2018-21

AP 2022-25

- Vernehmlassung: 2. Quartal 2011
- Botschaft: 4. Quartal 2011
- Parlament: 2012
- Inkrafttreten: ab 2014

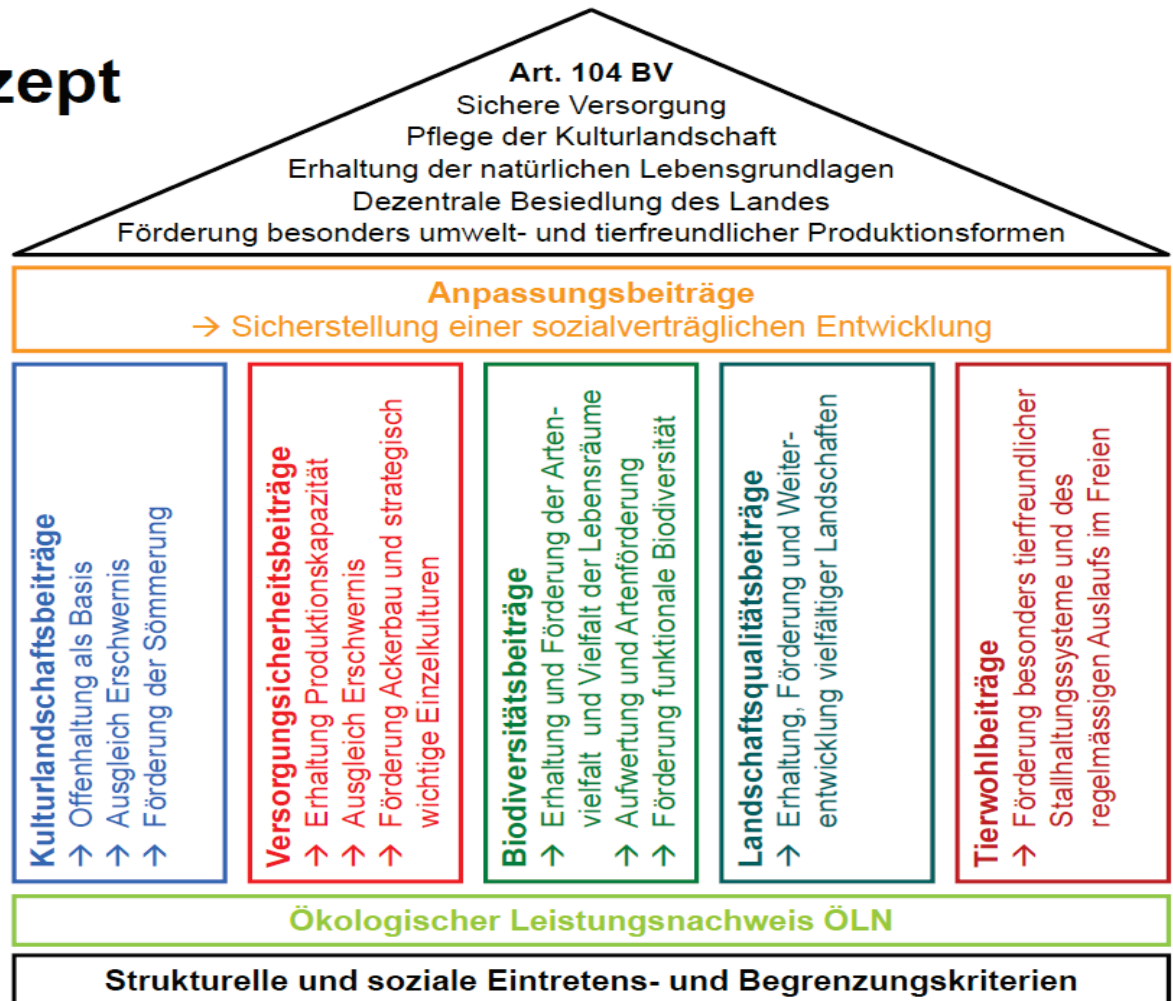


Weiterentwicklung Direktzahlungen

Das Konzept des BLW



Konzept



Weiterentwicklung Direktzahlungen im Bereich Milchproduktion

Wichtige Massnahmen für Milchproduzenten auf 2014:

- ◆ Umwandlung RGVE- und TEP-Beiträge in Grünlandbeiträge mit Basiskomponente und Erschwerniskomponente;
Mindesttierbesatz: halbe heutige Förderlimite
(1,0/0,8/0,7/0,55/0,44/0,4)
- ◆ Beibehaltung BTS-/RAUS-Beiträge
- ◆ Neu: Personenbezogener Anpassungsbeitrag zur „Besitzstandwahrung“ als flexible Grösse
- ◆ Vorschläge BLW in Diskussion
- ◆ Vernehmlassung 2. Quartal 2011



Zahlungsrahmen 2014/2017

- ◆ Vorschläge Bund mit Vorbehalt Beschlüsse Bundesrat und Parlament:

Zahlungsrahmen in Mio. CHF	Total	Pro Jahr	Vergleich Budget 2010
Grundlagenverbesserung und Sozialmassnahmen	701	175	182
Produktion und Absatz	1'512	378	423
Direktzahlungen	11'281	2'820	2'813
	13'494	3'374	3'418



- ◆ Zusätzliche Mittel bei Marköffnung 2014-2017

Haltung des Bundesrates zu den Finanzmitteln 2014-2017



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement EVD

Bundesamt für Landwirtschaft BLW
Direktion

Referenz/Aktenzeichen: 2010-10-07/46

Ihr Zeichen:

Unser Zeichen: lan

Sachbearbeiter/in: Simon Lanz

Bern, 12. Oktober 2010

Stellungnahme zum Diskussionspapier „Land- und Ernährungswirtschaft 2025“

(Auszug)

Zu einem Thema, das in den Stellungnahmen immer wieder erwähnt wurde, möchten wir uns an dieser Stelle im Sinne einer sachlichen Klärung inhaltlich äussern. In der Strategie wird postuliert, dass die Abhängigkeit der Land- und Ernährungswirtschaft von staatlicher Stützung verringert werden soll. Verschiedentlich wurde dies dahingehend interpretiert, dass die finanzielle Unterstützung der Landwirtschaft gekürzt werden soll. Im Diskussionspapier ist jedoch klar festgehalten, dass die Verringerung der Stützungsabhängigkeit durch weitere Marktöffnungsschritte und nicht durch eine Senkung der landwirtschaftlichen Zahlungsrahmen erfolgen soll. In diesem Sinne hat der Bundesrat an seiner Sitzung vom 17. September 2010 den Grundsatzentscheid getroffen, dass die finanziellen Mittel für die Landwirtschaft in den Jahren 2014-2017 auf dem bisherigen Niveau fortgeführt werden sollen.



S M P • P S L

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

Marketing



Image (Priorität bis 2009)

→ Agenda-Setting:

Butter positiv ins Gespräch bringen.

→ Positionierung gegenüber pflanzlichen Substituten:

Thematisieren der Kernwerte gegenüber pflanzlichen Konkurrenzprodukten: Natürlichkeit, frei von Zusatzstoffen, Hochwertigkeit; überlegener Geschmack



Butter

Aufmerksamkeit & Sympathie durch zielgruppenrelevante Schlüsselbilder



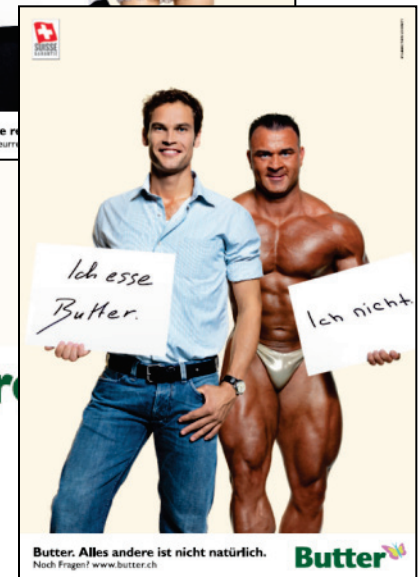


Le beurre. Tout le reste n'est pas naturel. Des questions? www.beurre.ch

Beurre



Le beurre. Tout le reste n'est pas naturel.
Des questions? www.beurre.ch



Butter. Alles andere ist nicht natürlich.
Noch Fragen? www.butter.ch

Butter





Butter. Alles andere ist nicht natürlich. Noch Fragen? www.butter.ch

Oktober 2010

SMP Regionaltagungen

Butter 

Verkaufsförderung (Priorität seit 2010)

➔ Sammelpromotion:

Zeitlich befristeten Aktivitäten zur Erhöhung der Butterverkäufe;

➔ Während Werbung einen Kaufgrund gibt, bietet Verkaufsförderung einen Anreiz, den Kauf von Butter statt der **pflanzlichen Substitute zu tätigen.**



Butter

Schweizer Butterpromotion 2010

Ziele, Zielgruppe



- ◆ Aktive Verkaufshilfe von Schweizer Butterprodukten am Markt
- ◆ Kaufanreiz von Konsumentinnen von Butter und Butterprodukten wird aktiv am Markt angekurbelt.
- ◆ Die modernen Prämien schaffen bei der urbanen, jüngeren, haushaltsführenden Frau eine Bindung zur Gattung „Butter“. Sie bevorzugt anstelle eines Substitutionsprodukts Butter und Butterprodukte.



Butter

- ◆ Konsumentinnen, die Schweizer Butter im Gesamtgewicht von 2 kg kaufen, erhalten eine attraktive Prämie nach Wahl.
- ◆ Es werden alle Schweizer Buttersorten (über 200 verschiedene Produkte) aller Schweizer Hersteller akzeptiert. -> Marktneutral.
- ◆ Barcodes aus den Verpackungen von Schweizer Butter und Butterprodukten ausschneiden, sammeln und an die SMP senden.
- ◆ Es sind alle Mengenvarianten möglich z.B.:
8 x 250 g Butter/ 20 x 100 g Butter/ 5 x Bratcrème (400 g)/ 3 x 450 g & 3 x 250 g Butter



Butter 

The word 'Butter' is written in a bold, green, sans-serif font. To its right is a small graphic of a butterfly with pink, yellow, and blue wings.

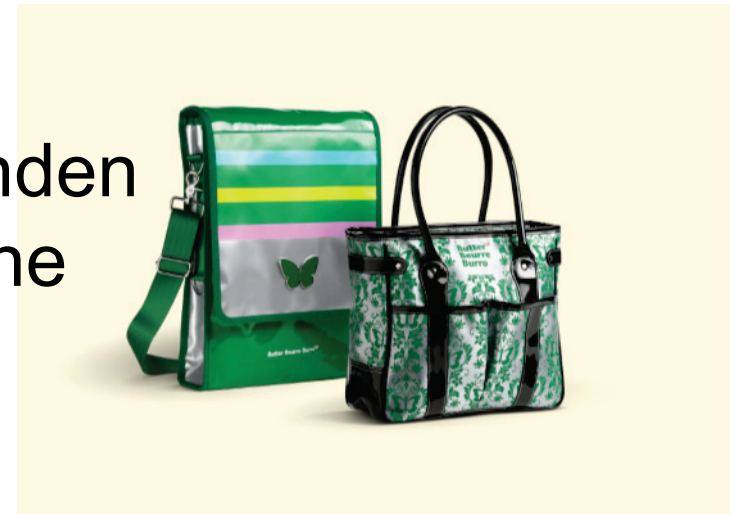


8 x



250 g Schweizer Butter
= 2 Kg Butterkonsum

- Barcodes an SMP senden
- Wahl einer Butterschlepptasche (gratis)



Butter 

Die Sammel-Prämien



Die Promotion begann im September 2010 und dauert bis Ende November

Coupon-Inserate in Publikumszeitschriften, Le Menu und Kundenmagazinen (wie Coopzeitung und Migros Magazin)

Online-Werbung auf den grössten Web-Portalen



SCHWEIZER BUTTER GENIESSEN UND PRÄMIE EINSACKEN!

Schultertasche
Modische Schultertasche mit Magnetverschluss und verstellbarem Tragegelenk.
Format ca. 28 x 39 x 7 cm

Lunchbag
Elegante Damentasche mit isoliertem Innenfutter. Perfekt um Ihren Lunch überall mitzunehmen.
Format ca. 30 x 27 x 13 cm

Barcodes sammeln
und eine exklusive Tasche im trendigen Butter-Design auswählen!

Butter

Weitere Infos sowie mögliche Buttersorten auf www.butter.ch oder unter Butter-Infoline 031 359 57 00

Jetzt wird Ihr guter Geschmack belohnt!
Und so einfach geht's: Kaufen Sie Schweizer Butterprodukte, Bratbutter oder Bratcrème für mind. 2kg, z.B. 10x 200g Butter, 20x 100g Butter, 4x Bratbutter (450g) & 1x 200g Butter, 5x Bratcrème (400g) etc. Schneiden Sie die Barcodes aus den jeweiligen Originalverpackungen. Senden Sie die Barcodes zusammen mit dem ausgefüllten Taler an Schweizer Milchproduzenten SMP Butter «Promotion», Postfach, 2024 Barm. Einsendeschluss: 8. November 2010!

Gewünschte Prämie wählen:
Geniessen Sie den unvergleichlichen Geschmack von natürlicher Schweizer Butter sowie Bratbutter und Bratcrème (keine Light-Produkte) und sichern sich so eine dieser Taschen nach Wahl im attraktiven Butter-Design.

☐ Frau ☐ Herr
Vorname/Name _____
Adresse _____
PLZ/Ort _____
E-Mail _____
Leben Kinder in Ihrem Haushalt? ☐ Ja ☐ Nein

Butter

Teilnahmebedingung: Einsendeschluss ist der 8. November 2010. Bewerbungen nach der Schweizer Haushalt wird nur eine Prämie vergeben. Angebot nur zu festem Nominal-Geld gültig nach Definitionen bereits an Butterprodukt aus BSL Milchprodukt. Gültig sind alle Co. Die Gewünschte Prämie wird so schnell wie möglich versandt, eine individuelle Aufrechnung-Geb. Bezeichnung. Über die Promotion wird keine Korrespondenz geführt. Der Rückweg ist zu Daten wird zu Marketingzwecken verwendet. Ihre Angaben werden vertraulich behandelt.

www.butter.ch

Startseite | Français




Barcode prüfen



Jetzt bestellen

So funktioniert's

Die Prämien

Barcodes sammeln und eine exklusive Tasche im trendigen Butterdesign auswählen!



Schweizer Butter genießen und Prämien einsacken!

Genießen Sie den unvergleichlichen Geschmack von natürlicher Schweizer Butter (ab 100 g Verpackungen) sowie Bratbutter und Bratcrème und sichern Sie sich so eine attraktive Prämie. Einfach Barcodes sammeln, einsenden und sich an der Butterschleife freuen.

Nichts wie los, jetzt sammeln, profitieren und eine exklusive Tasche im trendigen Butterdesign auswählen!



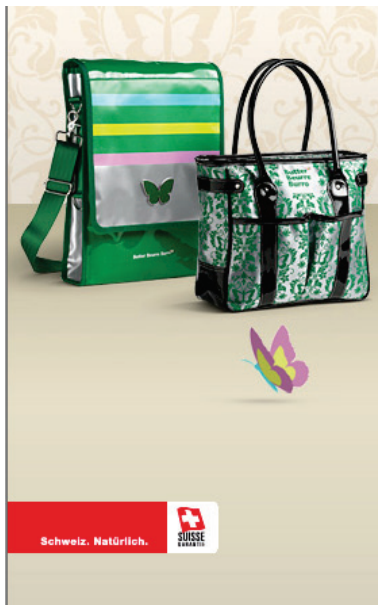

- ▶ So funktioniert's
- ▶ Barcode prüfen







On-line Barcode-Abfrage



Schweizer Butter geniessen und Prämien einsacken!

Barcode auf Gültigkeit prüfen:



Bitte übertragen Sie alle Zahlen Ihres EAN-Barcode in das unten stehende Eingabefeld.

 Prüfen

+ Was ist ein EAN-Barcode?

 Weitersagen |  |  |  |  |  | 

facebook

Besuchen Sie uns auf Facebook



Erste Ergebnisse...

- ◆ Nach dem 1. Monat konnten bereits über 5'000 Prämien versandt werden.
- ◆ Dies entspricht Barcodes von 10 Tonnen Butterprodukten.



Butter 

Die Schweizer-Käse-Promotion 2010



So funktioniert diese Promotion

- ◆ Fünf Schweizer-Käse-Strichcodes oder Kassenbons
- ◆ mit einer 20-Franken-Note
- ◆ und der Adresse an SCM schicken
- ◆ und das Messer wird per Post versendet.



+



=



Die Promotion hat im Oktober 2010 begonnen mit:

- ◆ 12-sekündigen Spots-Anhängen
- ◆ Online-Werbung auf den grössten Web-Portalen
- ◆ Thekenstellern
- ◆ Bestellflyers
- ◆ Plakaten am Verkaufspunkt



Erste Ergebnisse:

- ◆ Nach der Ausstrahlung der TV-Spots waren bereits nach den ersten Wochen über 10'000 Messer Bestellungen eingegangen



**Wer das Schweizer-Käse-Messer will,
muss viel Schweizer Käse essen.**



1. Block

Zusammenfassung / Diskussion:

◆ Milchmarkt

- International Konsolidierung auf mittlerem Niveau
- Preisdruck Inland v.a. auch wegen Angebotsdruck

◆ Agrarpolitik

- Staatsfinanzen bestimmen Handlungsspielraum
- Langfristig steht Leistung der Landwirtschaft zur Diskussion

◆ Milch- und Käsemarketing

- Auf Welle Imagebildung folgt Welle Kaufanreize

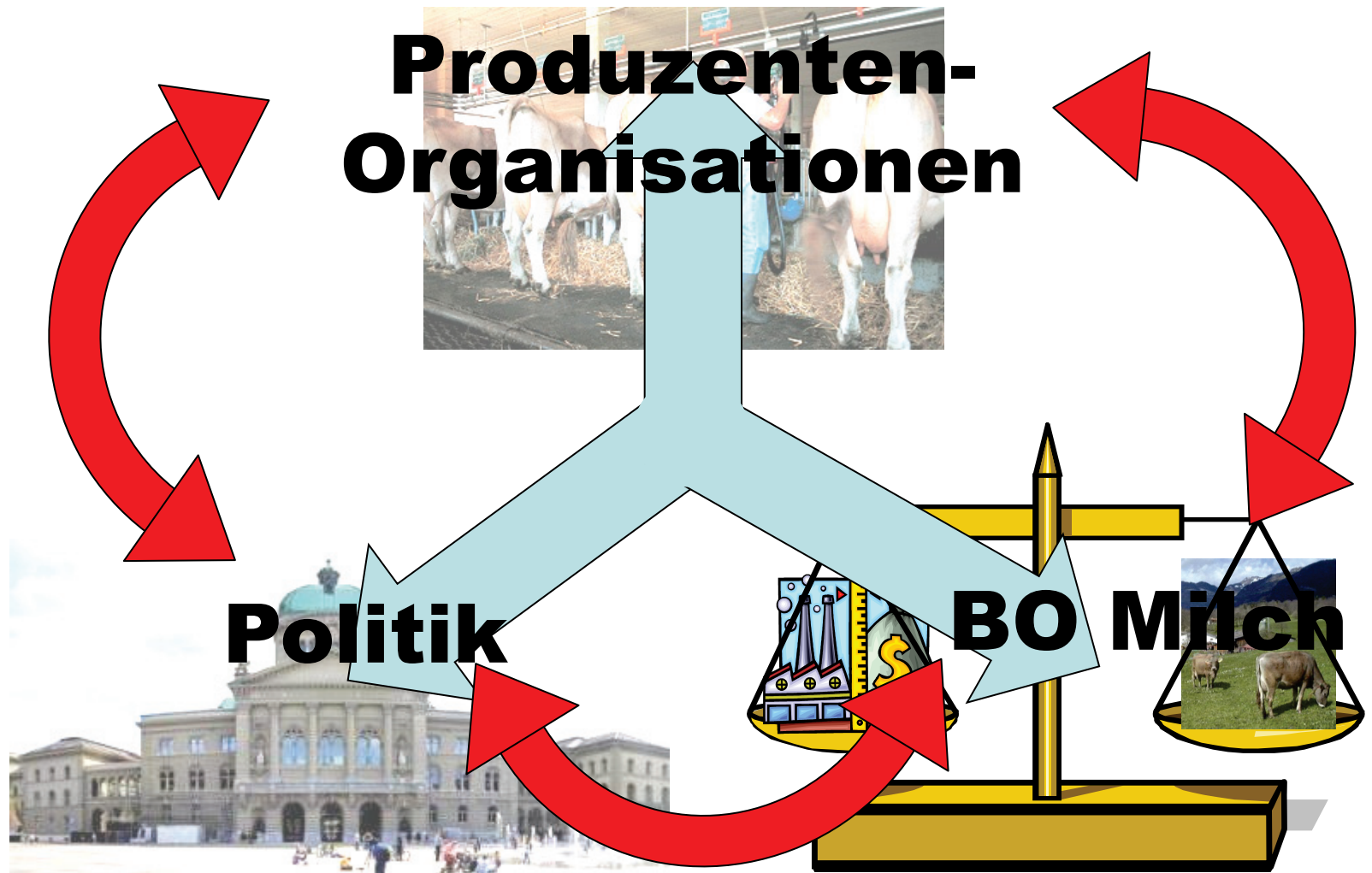


S M P • P S L

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

Pause

Drei Handlungsachsen



Branchenorganisation Milch

Branche: Ausgangslage und Handlungsbedarf der SMP

Analyse SMP:

- ◆ Extrem gegenläufige Entwicklung von Milchpreis (↘) und Molkereimilch-Preisindex (↗)
- ◆ 3-stufiges Marktmodell wird nicht umgesetzt, die Butterlager wachsen weiter (Mengenindex, Börse)
- ◆ Abzüge für BO, Marktentlastung, Schoggigesetz werden nur teilweise umgesetzt
- ◆ Mangel an Transparenz
- ◆ Allgemeinverbindlichkeit nicht angewandt

Fazit

- ◆ Instrumente der BO Milch werden von ihren Mitgliedern z.T. nicht angewendet/umgesetzt



Branche/Politik: *laissez faire* oder BO-Instrumente anwenden?

◆ Option 1: „*laissez faire*“

- Zunehmendes Preisdumping der Vermarkter wegen Angebotsüberhang
- Sinkende Produzentenpreise verschärfen die wirtschaftliche Lage der Bauernfamilien.

◆ Option 2: Instrumente der BO Milch anwenden

- Die SMP setzt weiterhin alles daran, die Instrumente der BO Milch umzusetzen.
- Wo dies privatrechtlich nicht möglich ist, soll die Durchsetzungskraft der BO Milch politisch unterstützt werden.



Branche: Dilemma der BO Milch:

Beschliessen ja – umsetzen eher nein

Stossrichtung der BO Milch:

- ◆ Reorganisation des Marktmodells (Aufhebung der Instrumente zur nationalen Mengensteuerung)

Stossrichtung der SMP/SBV:

- ◆ Nationale Mengensteuerung mittels politischem **Flankenschutz** (Motion NR Aebi) durchsetzen
- ◆ Verbesserung Verlässlichkeit Verträge/Transparenz (Motion NR Bourgeois) durchsetzen



➔ Politischer Flankenschutz steht NICHT im Gegensatz zu den Instrumenten der BO.

Neuausrichtung der BO:

Vorschläge des Vorstandes BO Milch

- ◆ **Segmentierung:** Aufteilung von 3,5 Mio. t Milch:
 - A-Segment: 3,0 Mio. t bzw. 86 % (keine weitere Untersegmentierung, Minimum 60% für jede PO/PMO)
 - B-Segment: 0,3 Mio. t bzw. 9 % (Preisschwelle)
 - C-Segment: 0,2 Mio. t bzw. 5 % (Garantiepreis)
- 200 Mio. kg verkäste Milch, 100 Mio. kg Joghurt, wurde an der Sitzung der BO Milch vom 21.10. als A anerkannt.
- ◆ **Transparenz** über Segmentierung innerhalb der Lieferantengruppen und national zusammengefasst.
- ◆ **Nationaler Ausgleichsfonds:** Kein Eintreten
 - trotz Wissen, dass Verhinderung Veredelungsverkehr sowie Butter-Absatzförderung Geld kostet.
 - trotz Entscheid Nationalrat zur Motion Aebi



Weiteres Vorgehen BO Milch

Entscheide über neues Modell der BO Milch anlässlich:

- ◆ Vorstandssitzung BO Milch vom 21.10.2010
- ◆ Delegiertenversammlung BO Milch vom 24.11.2010



Politischer Flankenschutz für Milchproduzenten mit den Motionen Aebi und Bourgeois?

Die Motion Aebi in Kürze

- ◆ **Was?** Verursachergerechter Mitteleinzug für die Marktentlastung.
- ◆ **Wer?** Die Milchproduzenten entscheiden alleine, ob sie Mittel für die Marktentlastung bereitstellen wollen oder nicht. Der Bundesrat erteilt dafür die Allgemeinverbindlichkeit.
- ◆ **Wie?** Die BO Milch behält ihr Instrumentarium praktisch unverändert. Doch statt eines Mengenindexes bestimmt die BO Milch jene Menge, die abgeräumt werden muss (Angebotsüberhang). Die Mittelverteilung erfolgt über die BO Milch.
- ◆ **Warum?** Die BO Milch braucht zusätzliche Unterstützung, um ihr Ziel erreichen zu können



Motion Aebi:

Eingereichter Text

Milchmengensteuerung für marktgerechte Milchmengen

Der Bundesrat wird beauftragt, gestützt auf das Eidgenössische Landwirtschaftsgesetz, den Schweizer Milchproduzenten, vertreten durch deren Dachorganisation **SMP**, auf Gesuch hin die **Allgemeinverbindlichkeit für ein Mengensteuerungsmodell** nach folgenden Grundsätzen zu erteilen:

Die **Basismilchmenge** wird pro Handelsorganisation (PO, PMO) oder pro Verarbeitungsunternehmung für Direktlieferanten, gemäss den Lieferrechten des Milchjahres 2008/09, ohne Mehrmengen, festgelegt.

Gestützt auf eine jährliche **Mengenplanung** können die Schweizer Milchproduzenten bei den PO/PMO bzw. Verarbeitungsunternehmungen auf über dieser Menge gemolkener Milch eine **Abgabe von bis zu 30 Rappen** pro Kilo Milch erheben, wenn das Produktionswachstum grösser ist als das Wachstum der Nachfrage zu guter Wertschöpfung. **Die Einkünfte aus der Abgabe werden zur Marktabräumung über die BO-Milch (Stufe 3) verwendet.**



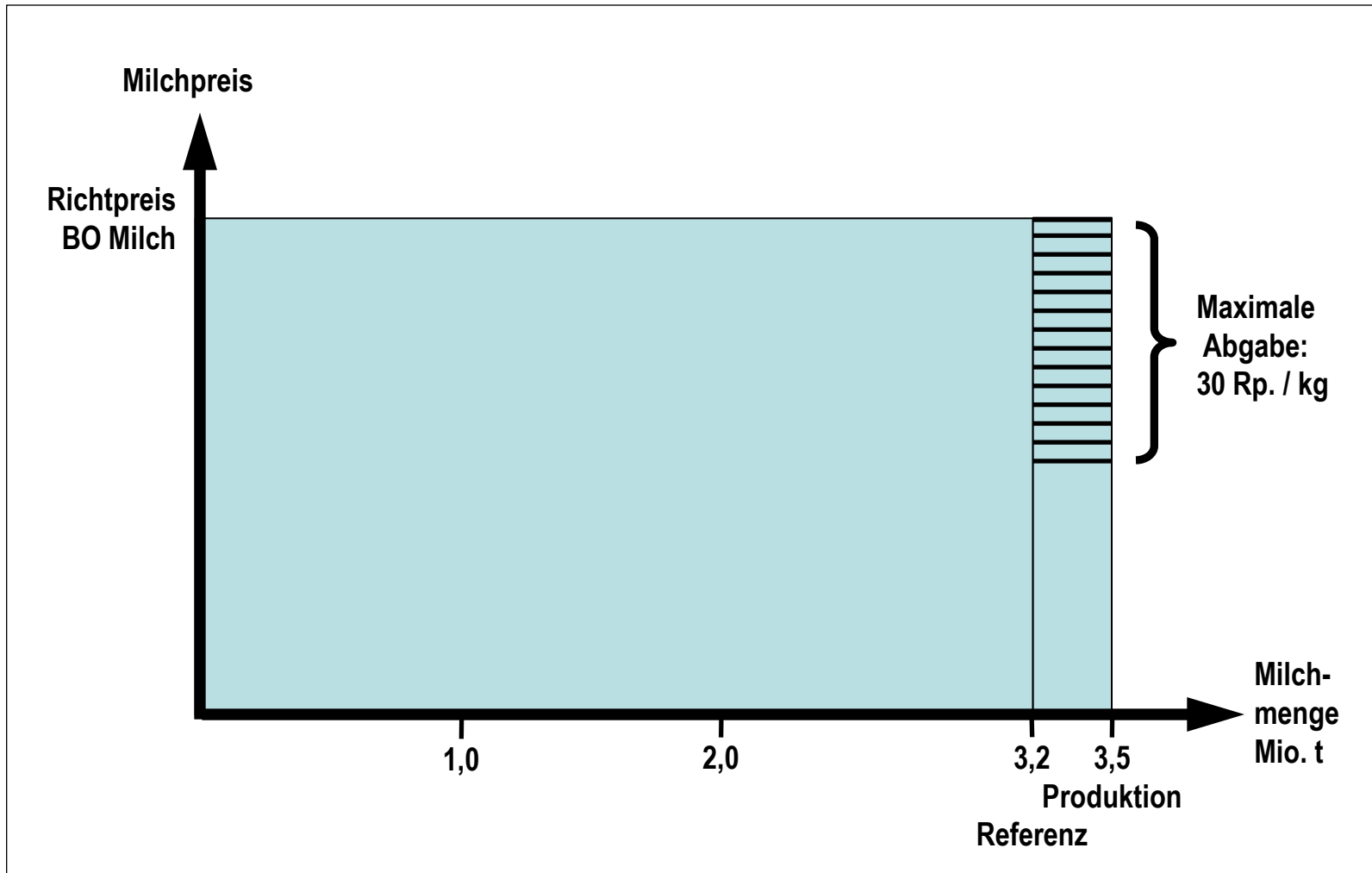
Motion Aebi

Begründung

- ◆ Die Instrumente der BO greifen nicht, weil eine Mehrheit der Verarbeiter und Händler von höheren Milchmengen profitiert und diese wenig Interesse an einer Erholung des Milchpreisniveaus haben.
- ◆ Der Milchmarkt wird nie ein idealer Markt sein: Es fehlt an Transparenz und symmetrischen Strukturen.
- ◆ Auch der Milchbauer strampelt in der landwirtschaftlichen Tretmühle: Sinkt sein Einkommen steigert er die Produktion und der Preis sinkt noch mehr.
- ◆ Es liegt im Interesse der Produzenten und es ist ihre Aufgabe, das Angebot besser auf die Nachfrage abzustimmen.



Motion Aebi: Inkasso der Mittel für die Mengensteuerung

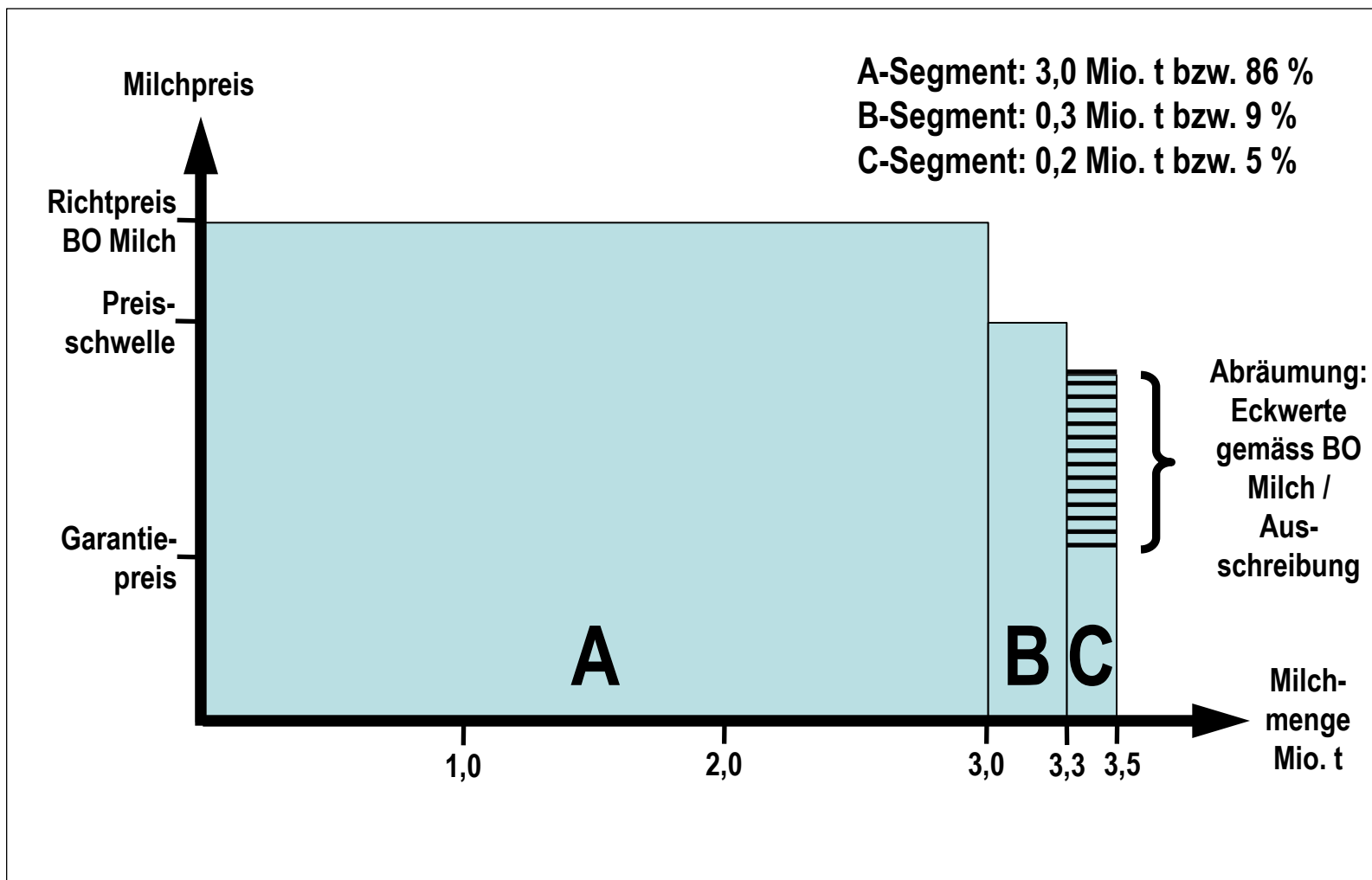


Erläuterungen zum Inkasso

- ◆ Ziel: Verursachergerechtes Inkasso der für die Marktentlastung notwendigen Mittel.
- ◆ Schätzung des Mittelbedarfs aufgrund der erwarteten Angebots- und Nachfrageentwicklung.
- ◆ Berechnung der notwendigen Beitragshöhe für das Inkasso auf den Zusatzmengen.
- ◆ Maximaler Ansatz: 30 Rp./kg Milch.
- ◆ Verwaltung der Mittel in einem separaten Fonds.
- ◆ Referenz: Basismengen 2008/09.
- ◆ Kombination „lineare Abgabe auf der Gesamtmenge“ und „Abgabe auf Zusatzmenge“ ist möglich.



Motion Aebi: Verwendung der Mittel für die Mengensteuerung



Erläuterungen zur Mittelverwendung

- ◆ Ziel: wirksam, flexibel und marktgerecht in Abhängigkeit der Marktlage und von den Beschlüssen der BO Milch.
- ◆ BO Milch beschliesst quartalsweise über die zu treffenden Massnahmen.
- ◆ Keine Konkurrenzierung der herkömmlichen Märkte (insb. Schweiz, EU).
- ◆ Wettbewerbsneutrale Ausgestaltung der Mittelverwendung ist notwendig.
- ◆ Maximale Effizienz kann mittels Ausschreibungsverfahren erreicht werden.



Darum ist die Motion Aebi die richtige Ergänzung zur BO Milch

- ◆ **Die BO Milch ist unverändert zuständig für**
 - Festlegung des Richtpreises für Vertragsmengen (Stufe A)
 - Börse (Stufe B)
 - Definition der Massnahmen für die Marktabräumung (Stufe C)

- ◆ **Neuerung mit der Motion Aebi:**
 - Die Milchproduzenten entscheiden alleine, ob sie Mittel für die Anpassung des Milchangebotes an die Nachfrage mittels Marktabräumung zur Verfügung stellen wollen oder nicht.



Weiterbearbeitung der Motion Aebi

- ◆ Kommission WAK Ständerat (Januar 2011)
- ◆ Ständerat (März 2011)
- ◆ Bei Überweisung durch Ständerat:
 - Entscheid DV SMP über Gesuch
Allgemeinverbindlichkeit an Bundesrat
 - Entscheid Bundesrat
- ◆ Umsetzung



Politik: Motion NR J. Bourgeois

Eingereichter Text

Der Bundesrat wird beauftragt, hinsichtlich Artikel 36b des Landwirtschaftsgesetzes die folgenden Massnahmen zu treffen:

- ◆ Die Anwendung des Gesetzesartikels soll geprüft und gegebenenfalls sollen die notwendigen Massnahmen ergriffen werden.
- ◆ Die Pflicht für Milchverarbeiter und ihre Milchlieferanten, untereinander ordnungsgemässe Verträge zu schliessen, soll ausgeweitet werden.
- ◆ Für solche Verträge sollen Mindeststandards vor allem bezüglich der Vertragsdauer, der Milchmenge und der Art der Preisfestsetzung festgelegt werden. Während der gesetzlich bestimmten Vertragsdauer, die mindestens ein Jahr betragen sollte, sollen die Grundverträge nicht abgeändert werden dürfen.
- ◆ Auf nationaler Ebene soll ein Mindestanteil an A-Milch (höchstes Preissegment: Richtpreis) bestimmt werden, der in den Verträgen zwischen den Milchproduzenten und den Milchverarbeitern festgehalten werden muss.



Nicht entweder ... oder, sondern sowohl ... als auch!

Laisser faire ist keine Option. Was dann?

- ◆ **BO Milch:** Stossrichtung ist besser als nichts, Effekt bleibt fraglich, da Wille zur verursachergerechten Mengensteuerung fehlt. Daran ändert auch die Neuausrichtung nichts.
- ◆ **Motion Bourgeois:** Wichtige Ergänzungen für die verbindliche Umsetzung der Instrumente der BO Milch.
- ◆ **Motion Aebi:** Notwendige Ergänzung zu den Beschlüssen BO Milch punkto Mengenfrage.
- ◆ Rolle der Produzenten- und Milchverkaufsorganisationen?



Nächste Schritte mit offenem Ausgang

Parallele Weiterbearbeitung der Marktordnung durch:

◆ **BO Milch:**

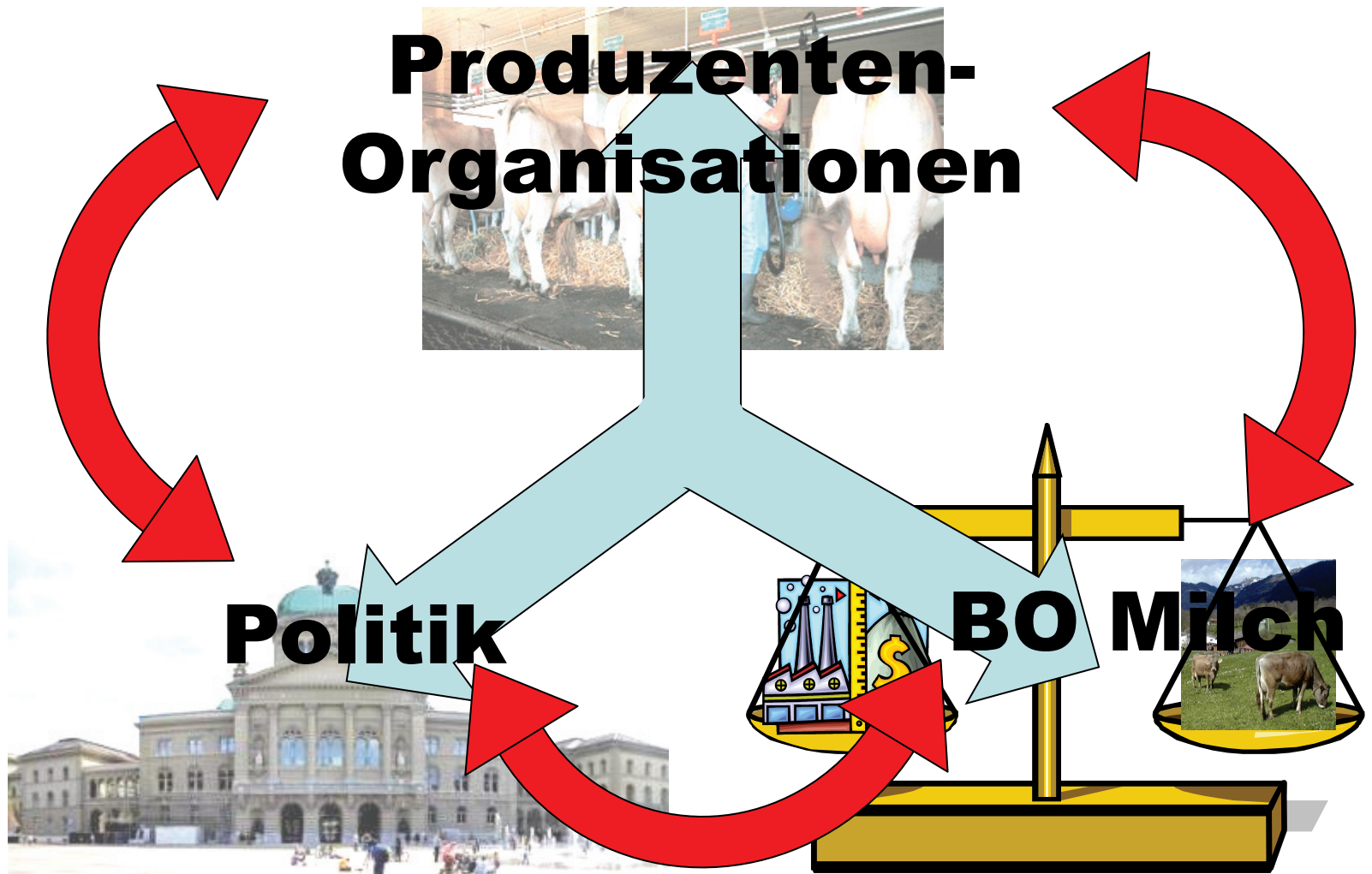
- Ausarbeitung neues Marktmodell Richtung individueller Mengensegmentierung nach Unternehmen bzw. Marktorganisation

◆ **Parlament / SMP:**

- Begleiten der politischen Meinungsbildung für nationale Mengensteuerung mittels verursachergerechter Abgabe



Drei Handlungsachsen



2. Block

Zusammenfassung / Diskussion:

◆ BO Milch

- Beschliessen ja – umsetzen eher nein
- Segmentierung in A, B und C ist an der Umsetzung zu messen

◆ Politischer Flankenschutz für Produzenten

- Weder Marktorganisationen noch BO konnten spürbare Verbesserungen für Produzenten erzielen
- Marktversagen kann nur die Politik lösen



Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



www.swissmilk.ch



Werde gross, bleibe stark.

