

# SMP / Swissmilk

## Regionaltagungen 2013



## Agenda

Begrüssung, Einführung	09.45	
▪ Strategieüberprüfung SMP	09.55	
▪ Marktfragen	10.10	
Diskussion Teil I	10.30	
▪ Agrarpolitik	11.00	
▪ Swissmilk-Marketing	11.20	
Diskussion Teil II	11.40	
Abschluss		
Mittagessen	12.15	



# Strategieüberprüfung SMP



## Strategieüberprüfung 2013: Warum und wie?

---

- ◆ Rahmenbedingungen für Milchproduktion haben seit 2010 geändert:
  - AP 2014-17:  $\Delta$  Direktzahlungen, keine Allgemeinverbindlichkeit für Mengensteuerung, politische Priorität bei Branche
  - Branche: A-, B-, C-Richtpreise, Segmentierung
  - Markt:
    - Die Menge lässt sich politisch nicht steuern
    - Der Preis erhält einen grösseren Stellenwert zum Ausgleich von Angebot und Nachfrage
    - Das exakte Marktgleichgewicht gibt es nicht
    - Angebot =  $f$  (Preise, Futter, Wechselkurse etc.)



# Strategieüberprüfung 2013: Ablauf & Vorgehen

---

## ♦ Vorgehen:

- Zwei Strategietagungen (30.4./11.9.2013),
- Vernehmlassung Mitgliedsorganisationen, SBV
- Info an DV SMP vom 6.11.2013
- Beschluss Vorstand SMP am 6.12.2013

## ♦ Inhalte:

- Strategie,
- Aufgaben&Tätigkeiten
- Aufbau-, Ablauforganisation



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérèx 2013

5

# Strategische Ausrichtung (Vorschlag)

---

**Vision:** Die politischen Rahmenbedingungen und die wirtschaftlichen **Voraussetzungen** sind so ausgestaltet,

- dass es für die Schweizer **Milchproduzenten** **attraktiv** ist,
- im **Milchland** Schweiz **ökonomisch** und **ökologisch** nachhaltig Milch zu **produzieren**.

## **Handlungsachsen und Aufgabenschwerpunkte**

- Interessenvertretung Politik & Gesellschaft
- **Milchmarkt**
- **Basismarketing Milch**
- **Information und Dienstleistungen**



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérèx 2013

6

## Aufbauorganisation SMP

- ◆ SMP: Nationales Kompetenzzentrum für Milchfragen
- ◆ Absicherung auch durch hohen Organisationsgrad:
  - Starke, regional autonome Mitgliedsorganisationen;
  - Alle regionalen Vermarktungsorganisationen in SMP-Mitgliedsorganisationen vertreten;
  - Personelle Vernetzungen.
- ◆ Vorstand: Grösse&Ausgestaltung noch in Diskussion



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

7

- ◆ Kommission Käse- und Milch unverändert weitergeführt
- ◆ Plattform Molkereimilch (IG Produktion+; BO Milch) zusammen mit Vermarktungsorganisationen neu ausgestalten

## Regelung Beziehungen und Abläufe

- ◆ „Schlagkraft“ der SMP hängt wesentlich vom geschlossenen Auftritt der Milchproduzenten insgesamt ab:
  - Gesamtes Interessenspektrum einbeziehen;
  - Es geht um die übergeordneten Interessen der Milchproduzenten und Mitglieder;
  - Konsolidierung von unterschiedlichen Meinungen bleibt Daueraufgabe.



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

8

- ◆ Vorschlag: SMP finanziert BO Milch Mitgliederbeitrag für angeschlossene Milchproduzenten und vereinfacht damit Administration (integrale Betrachtung des Aufwandes für Interessenvertretung)

Festlegung von nationalen Wahlvoraussetzungs-  
kriterien für Vorstandsmitglieder der SMP als  
Diskussionspunkt:

- Antrag Lobag: „Beschränkung Mehrfachmandate über eine Quote“ zur Verhinderung von Interessenkonflikten (Milchproduktion, -handel, -verarbeitung);
- Vernehmlassung ergibt grossmehrheitlich, dass dies weiterhin Sache der Mitgliedsorganisationen bleiben soll (Autonomie) mit unterschiedlicher Umsetzung (bspw. Statuten, Charta etc.);
- Es wird eine aktive Offenlegung über relevante Interessenbindungen vorgenommen: Bei Wahlen und aktuell auf [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

9

### ◆ **Interessenvertretung Politik und Gesellschaft**

- ◆ Politisches Lobbying in nationalen und internationalen Fragen
- ◆ Zusammenarbeit mit land- und milchwirtschaftlichen Organisationen im In- und Ausland
- ◆ Interessenvertretung gegenüber Behörden und Branchenpartnern
- ◆ Ansprechpartner und Vertretung gegenüber der Gesellschaft
- ◆ Grundlagenarbeit zur Meinungsbildung
- ◆ Förderung der Akzeptanz von Milchproduktion und Milchproduzenten bei den Konsumenten, Steuerzahlern und Stimmbürgern

### ◆ **Milchmarkt**

- ◆ Marktbeobachtung, Marktanalysen, Reporting
- ◆ Milchpreis-Monitoring
- ◆ Koordination Produzenteninteressen in und zwischen Branchenorganisationen und Marktpartnern (Molkereimilch, Käsereimilch, BO Milch, Sortenorganisationen)
- ◆ Unterstützung Milchvermarktungsorganisationen und Koordination nach Bedarf
- ◆ Rechtzeitige vorsorgliche Vorbereitung von Massnahmen für mögliche künftige Überschusssituation unter Einbezug und Mitwirkung der Vermarktungsorganisationen



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

10

## Aufgabenschwerpunkte (II)

### ◆ Basismarketing Milch

- ◆ Umfassende Basiskommunikation für Schweizer Milch und Milchprodukte (Strategie, Werbung, PR, Verkaufsförderung, Marktforschung, Controlling)
- ◆ Beteiligung an Kooperationsplattformen innerhalb der Branche mit analoger Zielsetzung
- ◆ Marketingdienstleistungen für andere Sektoren der Landwirtschaft und für Branchenpartner
- ◆ Absatzförderungshilfen und Marketingdienstleistungen für Mitglieder und aktive Milchproduzenten

### ◆ Information und Dienstleistungen

- ◆ Infoservice für Mitgliedsorganisationen und Milchproduzenten
- ◆ Koordination der Kommunikation mit den Mitgliedsorganisationen
- ◆ Kommunikation und Infoservice für Medien
- ◆ Auskünfte
- ◆ Beratung und Treuhandmandate
- ◆ Übersetzungsdienstleistungen
- ◆ BVG-Dienstleistungen für nahestehende Organisationen



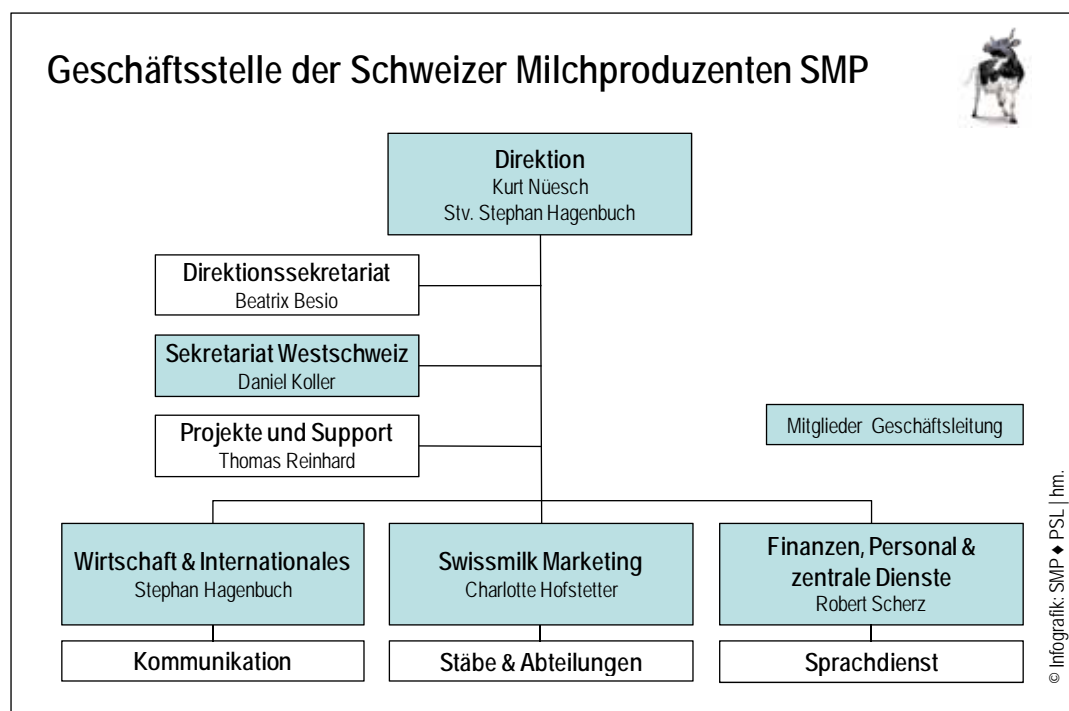
22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrex 2013

11

## Organigramm per 1.9.2013

### Geschäftsstelle der Schweizer Milchproduzenten SMP



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrex 2013

12

## Fazit Strategieüberprüfung SMP

---

- ◆ Überprüfung hat neue Akzente und Schwerpunkte – unter aktuellen Rahmenbedingungen – ergeben, ohne „das Rad grundsätzlich neu erfinden zu wollen“;
- ◆ Neu sind insbesondere:
  - Aufbau Plattform Molkereimilch zusammen mit Vermarktungsorganisationen
  - Aktive Unterstützung der Vermarktungsorganisationen beim Aufbau von Massnahmen im Fall von Überschusssituationen
  - Diskussion Grösse und Zusammensetzung Vorstand SMP (evtl. Anpassung Statuten DV 2014)



22.10.2013

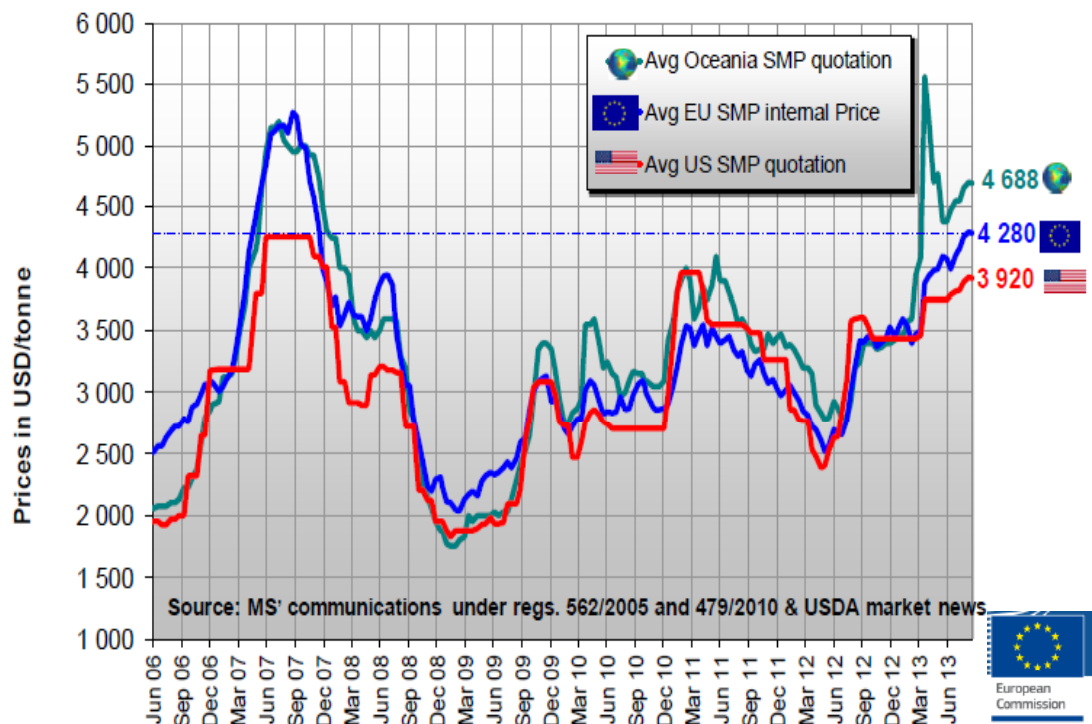
SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrex 2013

13

## Marktfraagen



## Preise Magermilchpulver

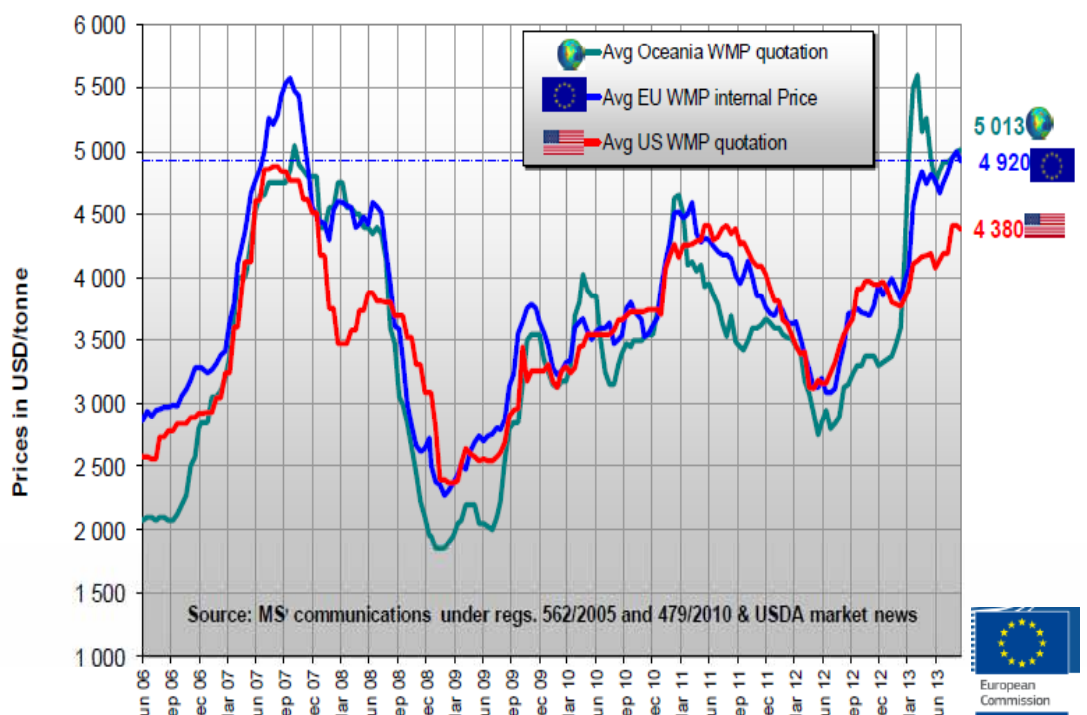


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

15

## Preise Vollmilchpulver



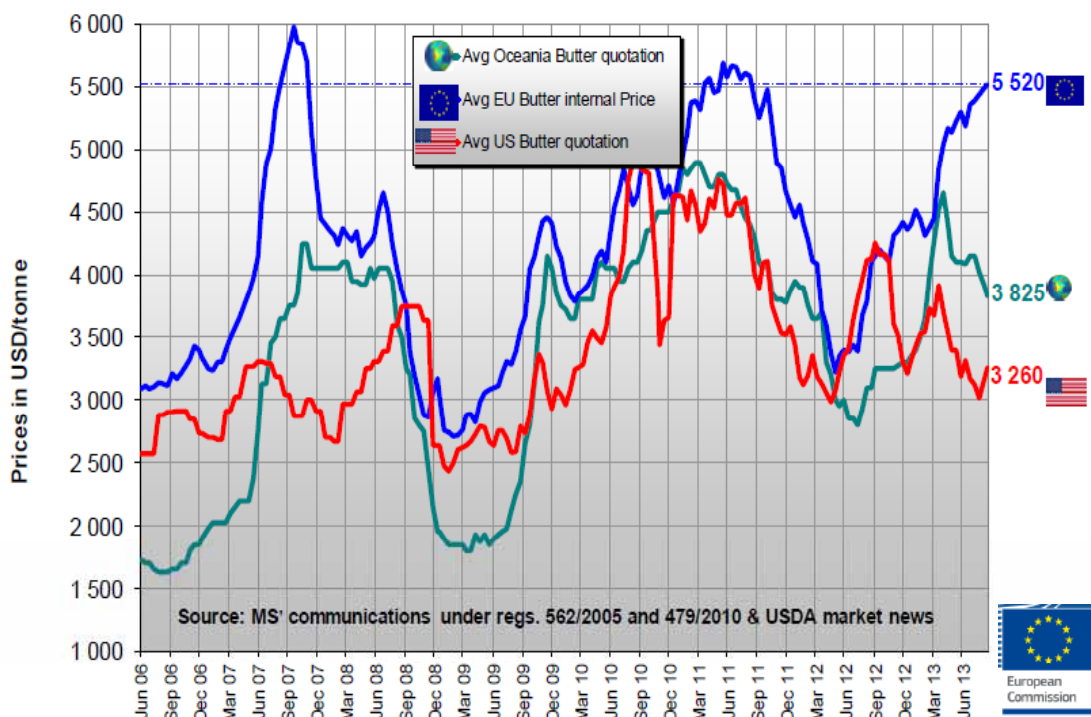
22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

16



## Preise Butter

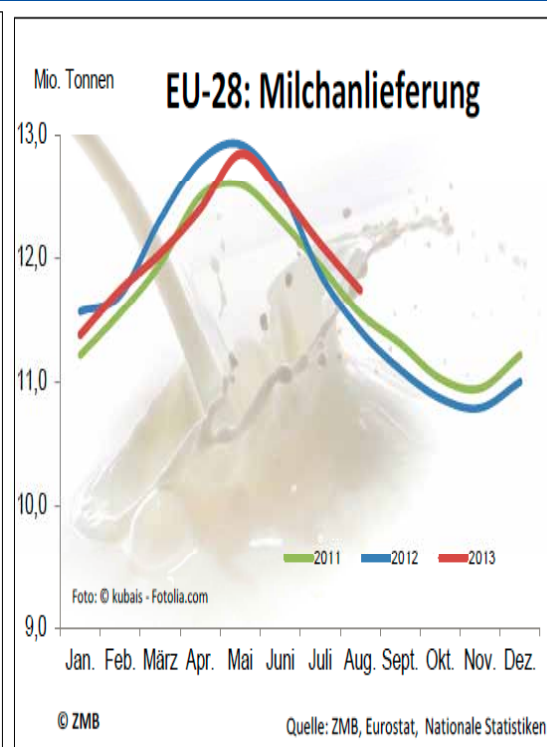
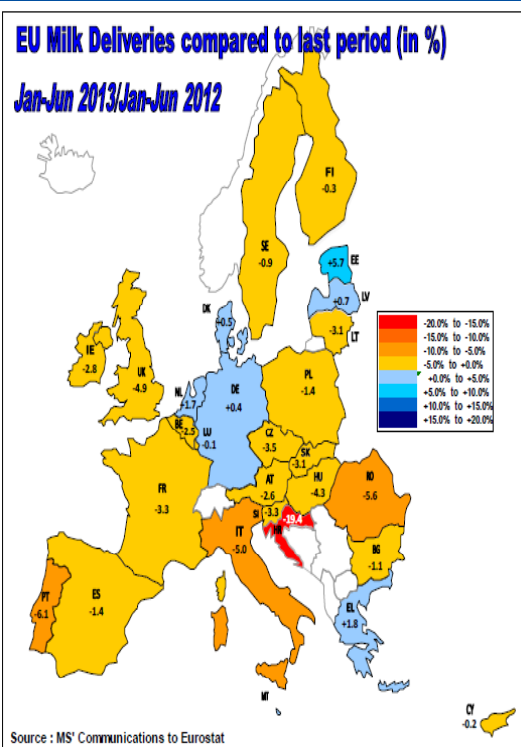


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

17

## EU-Milchproduktion 2013



22.10.2013

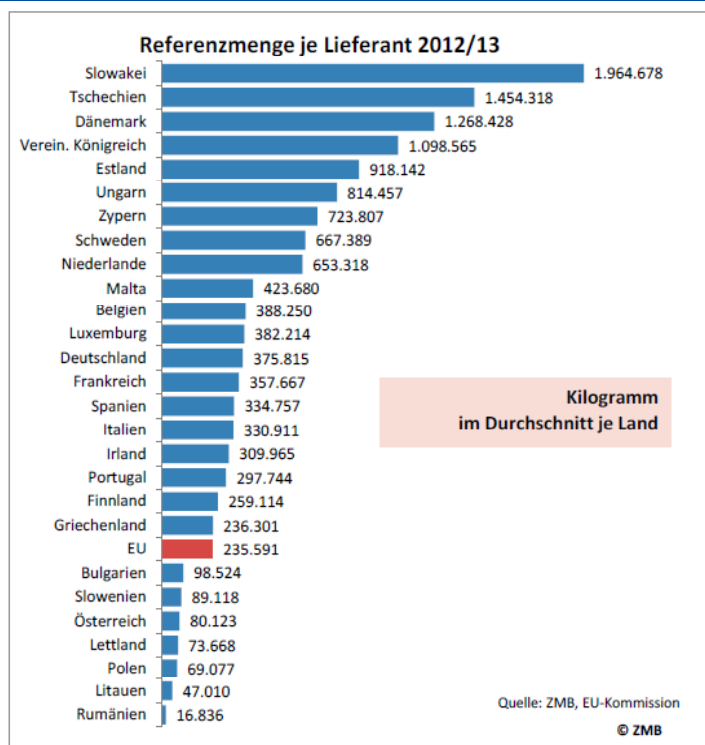
SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

18

## EU-Milchproduktionsstruktur 2012/13



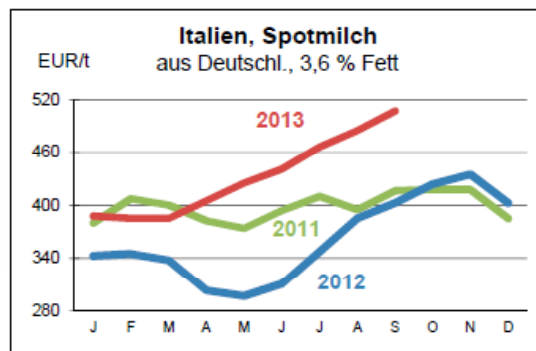
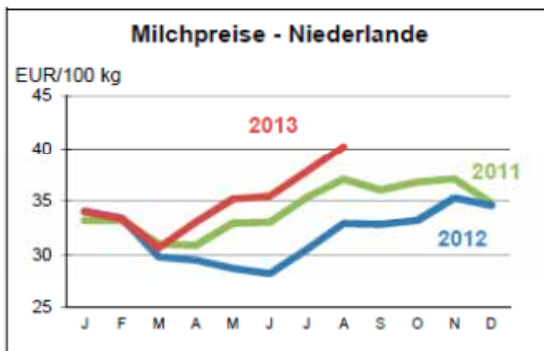
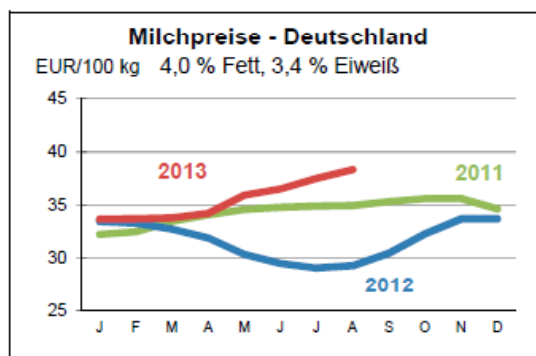
22.10.2013



SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

19

## Milchpreise EU (AMI/ZMB, LTO)

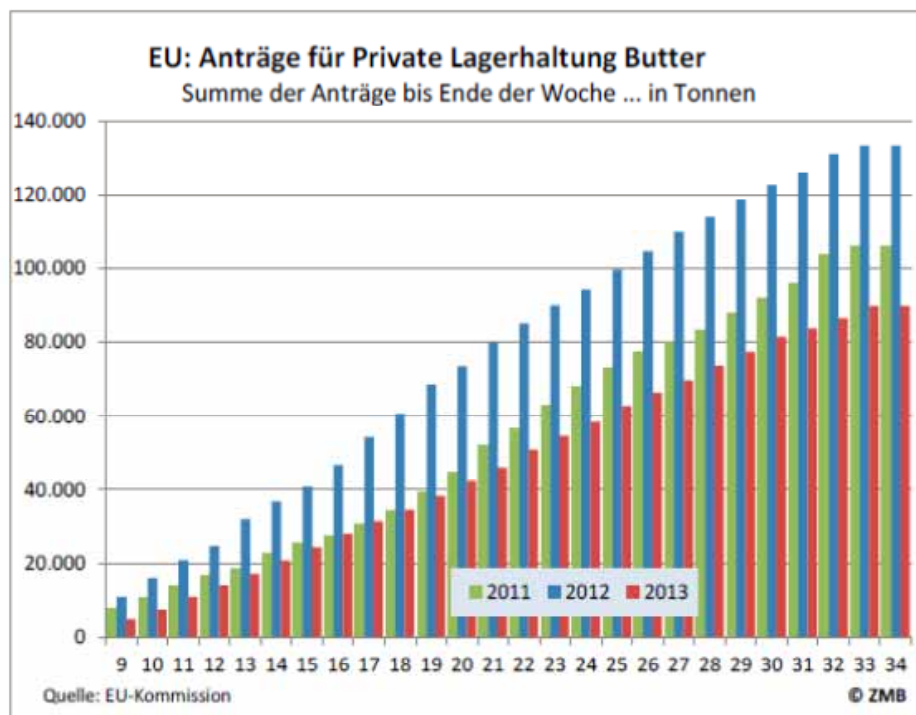


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

20

## EU-Butterlager

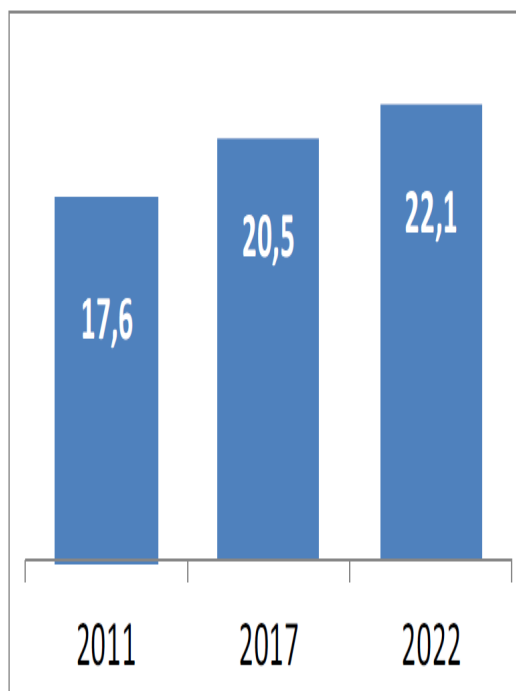
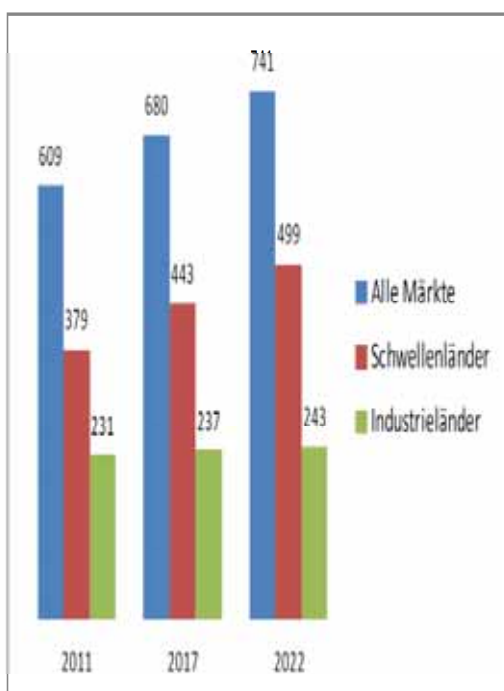


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereg 2013

21

## Ausblick: Weltmarkt, EU (Mio. t Milchäquivalent)



Quelle: FAO, IDF, ZMB, EU Kommission, 2012, ife Institut Kiel, eigene Berechnungen. Quelle: ife Kiel, eigene Berechnungen basierend auf Eurostat, EU Kommission.

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereg 2013

22

# „Kopieren“ EU-Milchbauern die Schweiz im 2007 und antizipieren 2015?

## Rinderbestand in der EU wächst wieder

Brüssel. Der jahrelange Abbau der Rinderbestände in der EU ist offenbar zum Stillstand gekommen. Nachdem bereits im Dezember 2012 in den 28 Mitgliedsstaaten mit 87,1 Millionen Tieren gut 400.000 Rinder mehr als im Vorjahresmonat gehalten wurden, setzt sich auch im laufenden Jahr die Entwicklung zum Herdenaufbau weiter fort. Nach aktuellen Daten der EU-Kommission gab es im Mai beziehungsweise Juni 2013 in elf Mitgliedstaaten, für die Viehzählungsergebnisse vorliegen, gut 63 Millionen Rinder; das waren 480.000 Tiere oder 0,8 % mehr als zwölf Monate zuvor. Zusammen werden in den elf Ländern mehr als 70 % der EU-Rinder gehalten, so dass diese Zahlen eine gewisse Aussagekraft besitzen. Maßgeblichen Anteil am neuerlichen Wachstum der EU-Rinderhaltung hat der erstmals seit 20 Jahren wieder zunehmende Kuhbestand.

Im Frühsommer 2013 wurden in den elf Staaten mit vorliegenden Viehzählungsergebnissen 17,6 Millionen Milchkühe gemolken; das waren fast 190.000 Tiere oder 1,1 % mehr als ein Jahr vorher. Nach Angaben der EU-Kommission haben die Erzeuger mehr Tiere in die Produktion genommen, um von den hohen Milchpreisen zu profitieren. Dies machte sich bisher vor allem in Italien mit einem Bestandszuwachs von gut 10 % auf knapp 2 Millionen Tiere bemerkbar. In den Niederlanden nahm die Population binnen Jahresfrist um 4,6 % auf 1,55 Millionen Stück zu und auch in Deutschland wurden mit einem Plus von 0,8 % auf 4,22 Millionen wieder mehr Kühe gehalten. Rückläufig waren die Bestände den bisherigen Erhebungsergebnissen zufolge dagegen in Belgien, Spanien, Österreich, Dänemark und Polen.

VDM-PRESSESPIEGEL

13. Oktober 2013 - Ausgabe 40/2013



22.10.2013

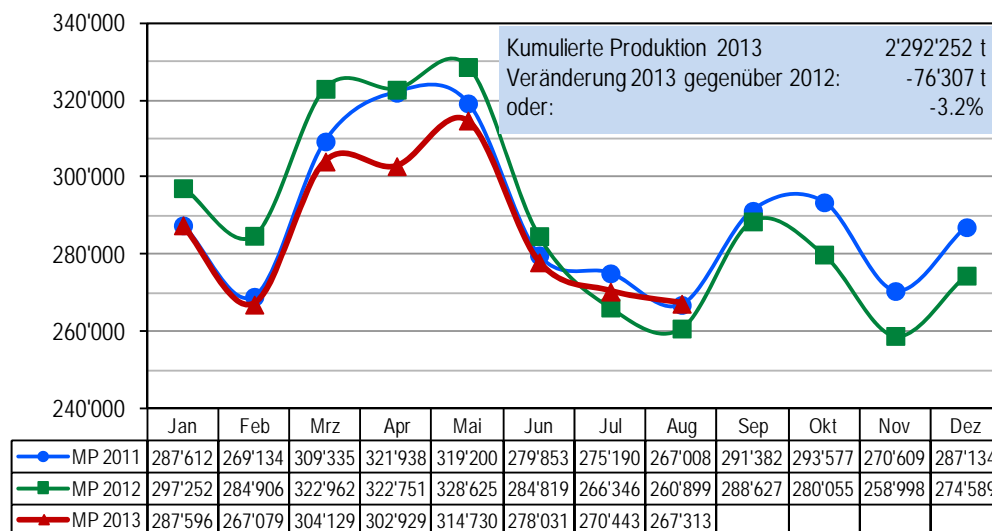
SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérax 2013

23

## CH-Milchproduktion

### Milchproduktion (inklusive Zonenmilch) Monatsvergleich 2011-2013

Tonnen



© Grafik: Marktbericht SMP, TSM, BOB, BSM, BO Milch.

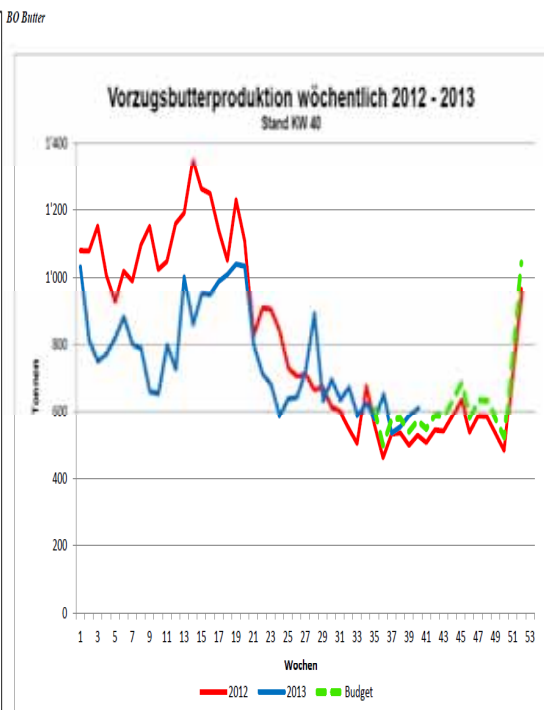
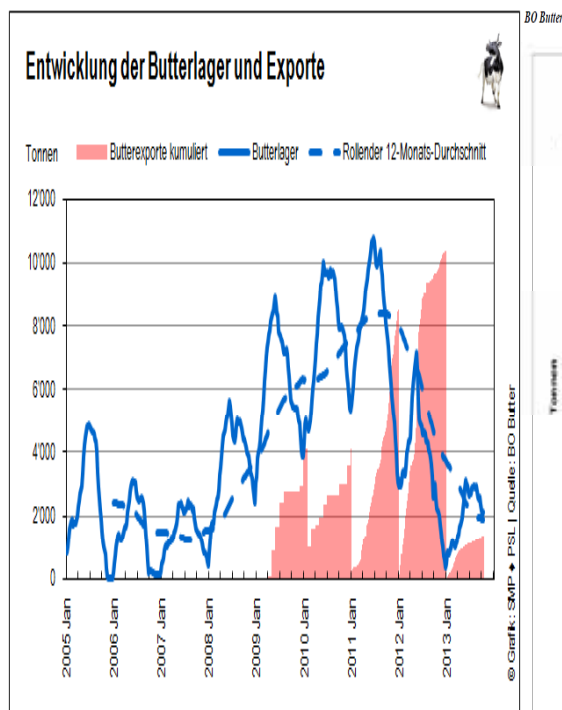


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérax 2013

24

## CH-Buttermarkt mit engen Grenzen

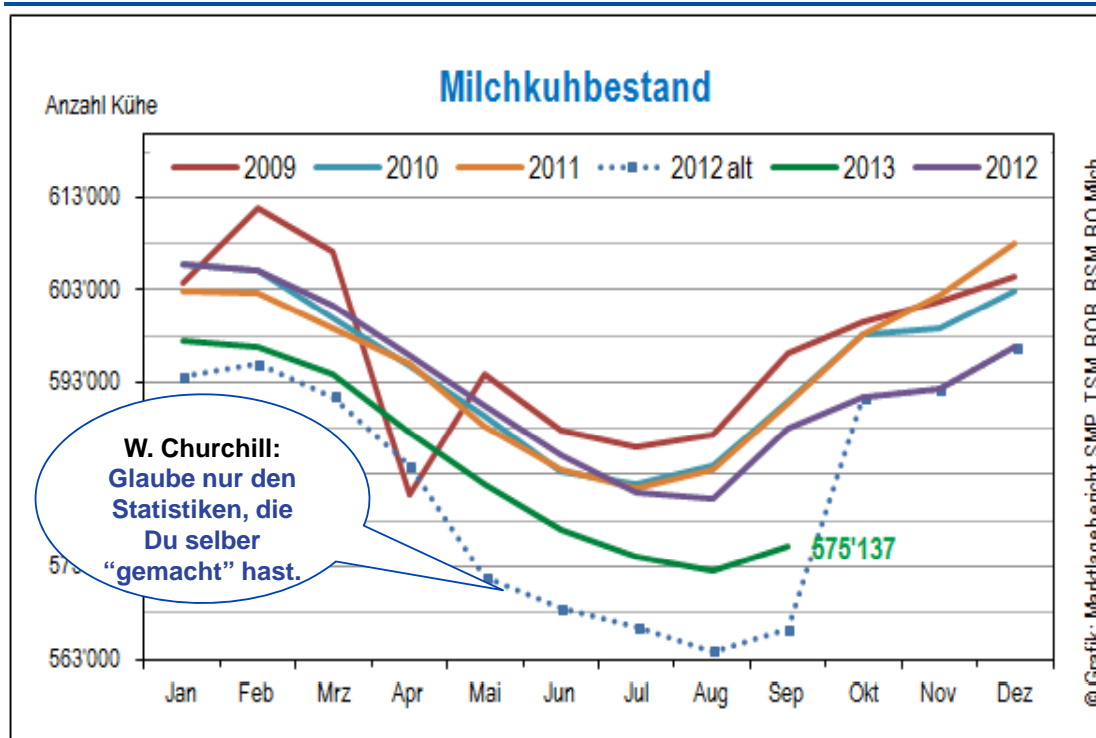


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereg 2013

25

## CH-Rindviehbestand (Potenzial ist tiefer)

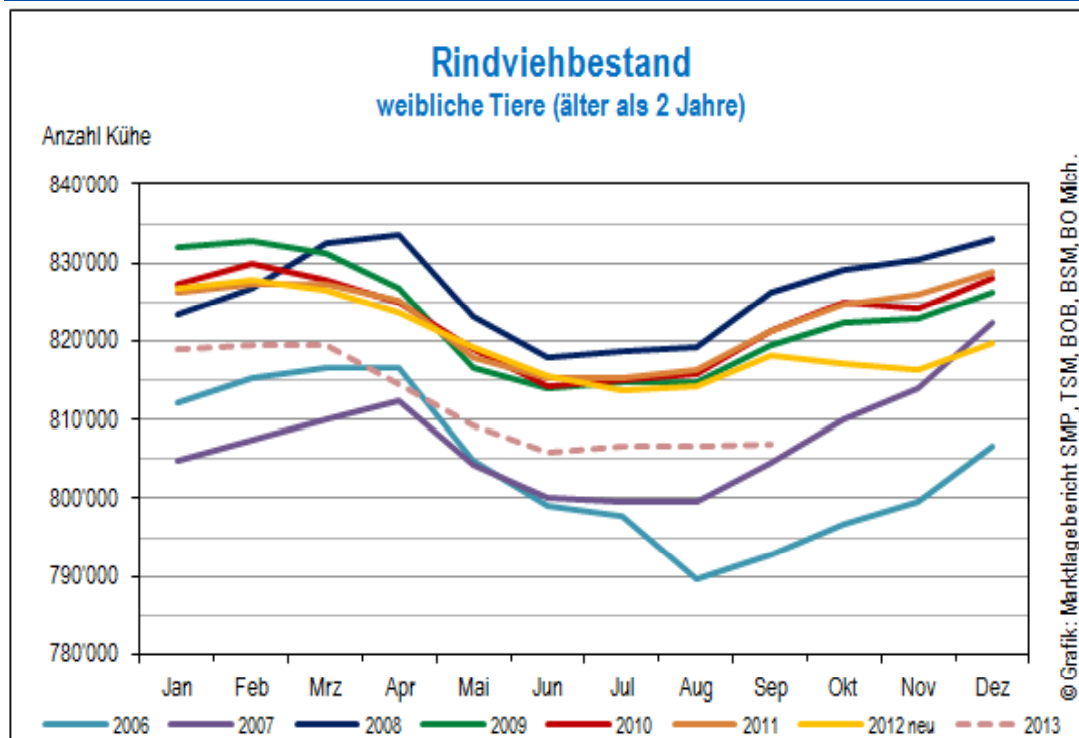


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereg 2013

26

## CH-Rindviehbestand (richtige Zahlen erklären nun vieles)



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

27

## BO Milch: Rolle SMP im Vorstand

- ◆ **SMP nach einem Jahr im Vorstand der BO Milch:**
  - SMP ist nun mit drei Mitgliedern vertreten (nach Kriterien festgelegt)
  - Wir nehmen aktive Rolle wahr; Milchproduzenten treten geschlossen auf
  - Ohne „harte“ Fakten und ohne Präsenz, kein Einfluss
  - Interne Diskussion, externe Kommunikation sind zwei Sachen
  - Milchproduzenten haben Interesse an funktionierender Branche (Seminar)
- ◆ **Massnahmen:**
  - A-Richtpreisbeschluss, -index, B- und C-Richtpreisberechnung (Regeln)
  - Mindestpreis verkäste Milch (Februar), Index adaptiert (Juli)
  - Segmentierung, Transparenz
  - Sanktionen (Kommission)
  - Milchproduzenten wollen selber Verantwortung für C-Milch übernehmen
- ◆ **Branche muss noch besser kommunizieren lernen:**
  - Verteilung Direktzahlungen muss auch Thema sein in Branche
  - Übergeordnete Interessen bspw. „Schoggigesetz“ werden z.Z. verkannt



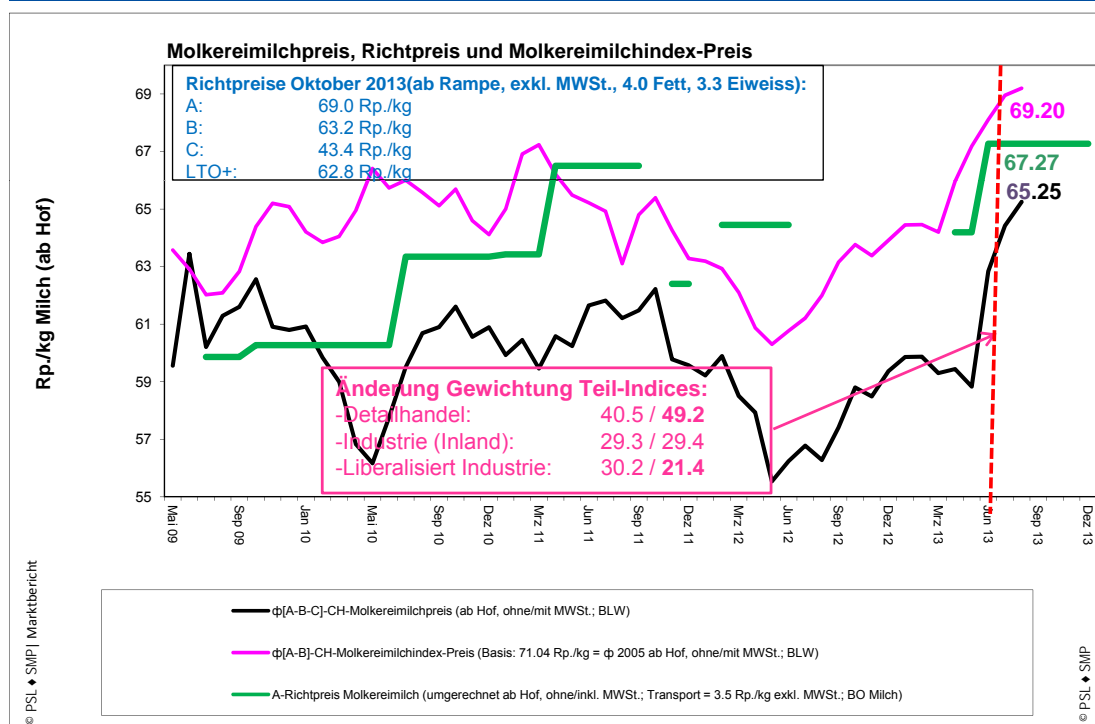
22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

28



## BO Milch: Molkereimilchpreise-Index



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrèx 2013

29

## BO Milch: Richtpreis franko Rampe zum Produzentenpreis ab Hof



Drei Faktoren als Entscheidungsgrundlage:	Berechnung	Beschluss Nov. 2013
1. Markteinschätzung, 2. Produktionskosteneinschätzung, [ $\Delta > 1.5$ ; d.h. $>70.5$ ]		+/-
Richtpreis (Rp./kg, exkl. MwSt., franko Rampe, 4.0% Fett, 3.3% Eiweiss)	=71.??	69.0 + ?
- Transportkosten & Administration (exkl. 8% MwSt.)	+3.50	
+ Vorsteuerabzug Milcheinkauf (pauschal 2.5%)	-1.7?	
Molkereimilchindexpreis (Rp./kg, ohne MwSt., ab Hof, 4.0% Fett, 3.3% Eiweiss)	+69.??	
3. Molkereimilchpreisindex BLW ( $\phi$ Jul.-Sept. 2013 x 71.04: $(97.06+97.41+?.?)/3 \times 71.04$ )	=69.??	

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrèx 2013

30

## BO Milch: Molkereimilchpreise

**Coop & Migros +/- ähnlich**  
[Schweizer-Bauer vom 5.10.2013]

Wir sind bereit, einen Preisaufschlag bei Milchprodukten durchzuführen, wenn die entsprechenden Indikatoren vorliegen, die eine Preiserhöhung rechtfertigen.

Der Richtpreis wird nicht durch Migros oder Coop, sondern durch den Vorstand der BO Milch entschieden.

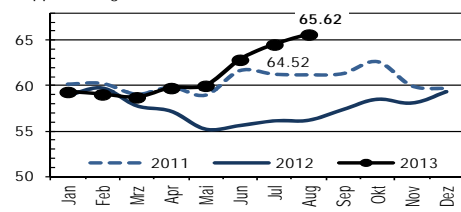


22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérèx 2013

Realisierte Produzentenpreise  
Molkereimilch ÖLN ab Hof, August 2013

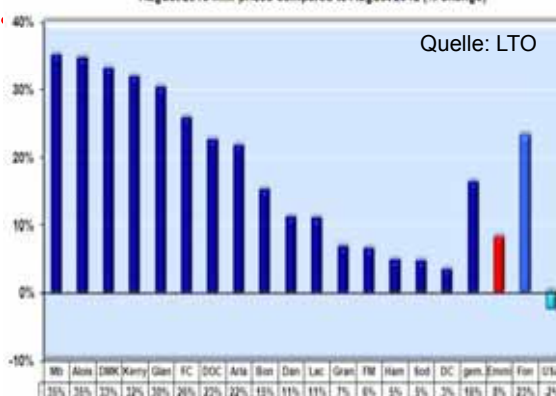
Rappen / Kilogramm



Effektive Liefermengen und Gehalte.

© SMP · PSL | www.swissmilk.ch/milchpreis

August 2013 milk prices compared to August 2012 (% change)



Quelle: LTO

31

## BO Milch: LTO+; www.ip-lait.ch

### BRANCHENORGANISATION MILCH

### BO MILCH · IP LAIT · IP LATTE

Mindestpreis verkäste Milch: EU-Milchpreis (LTO-Preis korrigiert) + Verkäufungszulage = "LTO+"

		2012		2013												Quelle:
		Nov	Dez	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Juli	Aug	Sept	Okt	Nov	Dez	
LTO-Preis (4.2% Fett, 3.4% Protein, ab Hof, exkl. MWST)	ct/kg Milch	34.70	34.24	34.63	34.74	34.41	34.16	35.33	36.16	37.82	38.79					Kießer Rohstoffwert
LTO-Preis um Gehalt korrigiert ( / . 76 x 73)	ct/kg Milch	33.33	32.89	33.26	33.37	33.05	32.81	33.94	34.73	36.33	37.26					
Transportkosten	ct/kg Milch	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	1.40	
LTO-Preis (franko Molkerei exkl. MWST)	ct/kg Milch	34.73	34.29	34.66	34.77	34.45	34.21	35.34	36.13	37.73	38.66					
Wechselkurs	CHF/Euro	1.2052	1.2091	1.2091	1.2280	1.2298	1.2264	1.2198	1.2406	1.2326	1.2364	1.2334	1.2338			Monatsmittel SNB
LTO-Preis (franko Molkerei exkl. MWST)	Rp./kg Milch	41.9	41.5	41.9	42.7	42.4	42.0	43.1	44.8	46.5	47.8					
Verkäufungszulage	Rp./kg Milch	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
LTO+	Rp./kg Milch	56.9	56.5	56.9	57.7	57.4	57.0	58.1	59.8	61.5	62.8					



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérèx 2013

32



## Käsepreise und Käsereimilchpreise

Käsesorte	Δ Käsepreis (CHF/kg, Rampe)	Δ Milchpreis (Rp./kg, Hof)	Bemerkungen
Emmentaler AOP	+1.50	≥ 70 Rp.	per 1.7.2013
Le Gruyère AOP	+0.30 - +0.60 ?	?	per 1.1.2014 ?
Appenzeller®	+0.50	(+2.85) - 4.75 Rp. (!)	per 1.10.2013
Tilsiter (rot)	+0.30	+2.8 Rp.	per 1.9.2013
Sbrinz AOP	+0.25	+2.0 Rp.	per 1.4.2013
TdM	?		per 1.1.2014
VFr	?		?



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

33

## Fazit Marktfragen

- ◆ **Welt- und EU-Milchmarkt:** Märkte befinden sich aktuell nachfrage- und angebotsbedingt auf einem hohen Preisniveau in solider Verfassung. Konsum ist weltweit zunehmend. Produktion z.Z. eher stagnierend.
- ◆ **CH-Milchmarkt:** Produktion im Juli 2013 erstmals nach 12 Monaten wieder über Vorjahr. CH-Markt-potenzial ist preislich (noch) nicht ausgeschöpft. MilCHFett-/Buttermarkt ist ausgeglichen bis Ende Jahr 2013.
- ◆ **Daueraufgabe:** Markt laufend beobachten
- ◆ **BO Milch+SO's:** Aktive Präsenz&interne Koordination



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

34

SMP · PSL

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

# Diskussion Teil I



SMP · PSL

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

# Agrarpolitik



## Agrarpolitik 2014 – 17: Verordnungen

Es gibt nur noch geringfügige Anpassungen gegenüber Vernehmlassung für Milchproduktion:

- ◆ **Tierbeiträge** fallen nun definitiv weg: SBV hat Berechnungen mit -7.4 Rp./kg Milch kommuniziert
- ◆ **Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion:** Anforderung leichte Anpassung (max. 10% Kf, min. 75/85% „Gras“), Beitrag unverändert (CHF 200.-)
- ◆ **Beiträge RAUS:** + CHF 10.- je GVE
- ◆ **Diverse weitere Anpassungen**
- ◆ **Übergangsbeiträge zur Abfederung:** 80 Mio. CHF weniger



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérèx 2013

37

## Agrarpolitik 2014 – 17: Zulagen im Gesetz, aber....



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérèx 2013

38

- ◆ Milchproduzenten und Milchbranche haben **kein Interesse**, ein System schlecht reden zu lassen, das im Grundsatz effizient ist und funktioniert.
- ◆ Problempunkte & Lösung:
  - Einstiegsschwelle für Magerkäse per 1.1.2014
  - Emmentaler mit Mengenföhrung ab Mitte 2013
  - Minimalpreis für verkästete Milch (LTO+, BO Milch)
  - Auflagen, Kontrolle BLW

## Bundesbudget 2014

### ◆ Kredit Zulagen (Produktion & Absatz; WBF):

- Kürzung um 5.7 Mio. Franken aufgrund Sparprogramm
- Wille Parlament (AP 2014-17: 15+3 Rp.) hat Vorrang!
- Allenfalls Nachtragskredit
- Branche (Fromarte, VMI, SMP) steht hinter Zulagen

### ◆ Kredit „Schoggigesetz“ (EFD):

- Es braucht eine Erhöhung
- Bund verweigert Unterstützung Allgemeinverbindlichkeit der Branche und hält gleichzeitig Kredit (zu) tief!



### ◆ Milchprüfung (EDI):

- Zu verteidigen auf 2015

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérax 2013

39

## (Neue) Seuchenfälle: Was von allen höchste Aufmerksamkeit verlangt!

# Noch zwei Seuchenfälle

Seit Mitte September mussten wegen Rindertuberkulose über 20 Kühe in der Ostschweiz getötet werden. Im Kanton St. Gallen wurden zwei weitere infizierte Tiere entdeckt.

**ST. GALLEN.** Ende September wurde der erste Fall von Rindertuberkulose im Kanton St. Gallen bekannt. Die infizierte Kuh stand im gleichen Stall wie das in Ausserrhoden infizierte Tier. Dort hatte alles begonnen: Bei der Fleischkontrolle einer geschlachteten Kuh aus einem Ausserrhoder Landwirtschaftsbetrieb wurde am 11. September Tuberkulose diagnostiziert. Der Hof wurde umgehend gesperrt.

#### Nach Tests getötet

20 weitere Kühe dieses Hofes, die positiv getestet wurden oder bei denen kein eindeutiger negati-

ve Ausstellungen und Schauen sind gemäss dem St. Galler Kantons-tierarzt sicher, «da ansteckungsverdächtige Tiere mit einer Sperre belegt sind und nicht aufgeführt werden dürfen», wie es im Communiqué heisst. Dies betreffe alle noch lebenden Kontakttiere aus den Seuchetrieben «sowie Rinder und Kühe, welche auf den gleichen Alpen wie die nachgewiesenermassen Tuberkulose-positiven Tiere gesömmert worden sind.

#### Erreger aus Vorarlberg?

Es besteht der Verdacht, dass

terreich mit dem Tuberkulose-Erreger angesteckt hatte. Ein Zusammenhang mit den Fällen von Rindertuberkulose in der Westschweiz ist laut Staatskanzlei ausgeschlossen. Seit 2010 ist bekannt, dass sich in Vorarlberg, Tirol und im Allgäu in Deutschland beim Rotwild das Mycobacterium caprae ausbreitet. Auf besagter Alp wurde 2012 ein Tuberkulose-positiver Hirsch geschossen. 103 Tiere, welche auf der gleichen Alp waren, sind inzwischen untersucht. Es wurden bis jetzt keine weiteren Tiere gefunden. (sda/cz)



Quelle: St. Galler Tagblatt vom 11.10.2013

**Konsequenzen könnten für CH-Milchwirtschaft im Extremfall "Supergau" bedeuten!**

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérax 2013

40

## WTO II, FHA

---

### ♦ WTO-Ministertreffen in Bali (3.-6.12.2013):

- Themen: Exportsubventionen, Exportsteuern, Zollkontingente
- Umfeld: neuer Generaldirektor mit Ambitionen
- „Gefahr“ für CH: „Early harvest“ → Opfer ohne Gegenleistung



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

41

## WTO II, FHA

---

### ♦ FHA CH-China: Generelle Aspekte

- Freihandelsabkommen Schweiz-China ist mit dem Rahmen der bisherigen Agrarpolitik grundsätzlich gut vereinbar (wichtige Eckwerte bestehender FHA's sind eingehalten, v.a. EU-CH) + Aspekte GATS + TRIPS
- Sehr spezielle, übergeordneten Interessenlagen haben dies (erst) ermöglicht:
  - Es geht China v.a. um den (erstmaligen) Zugang zum EU-Industriegütermarkt über den „Hub“ Schweiz in Kombination mit:
    - FHA CH-EWG (1972), unter
    - Anwendung der Ursprungsregelung.
  - China ist grundsätzlich ein „Agrargigant“ (Import, Export);
  - Priorität hat jedoch Versorgung der eigenen Bevölkerung (bspw. „land grabbing“ in Argentinien, Afrika etc.)



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

42

## FHA CH – China (Milchbereich)

### ◆ Marktzugang import- Schweiz, exportseitig China:

- CH-Konzessionen:
  - innerhalb WTO-Kontingente (KZA)
  - Unsensible Einzellinien
- Keine Konzessionen bei AKZA-Tariflinien, kein „Capping“, keine bilateralen Kontingente; ausser:
  - Buttermilch (milchrelevant, AKZA verletzt), wenig relevant
- Es gelten CH-Standards bez. Lebensmittelsicherheit beim Import;
- Mehr als unschön ist, dass Präferenzzölle für China teilweise tiefer liegen als jene für EU (!):
  - Margarine:  $\Delta$  CHF 10.--/100 kg



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

43

## FHA CH – China (Milchbereich)

### ◆ Marktzugang export- Schweiz, importseitig China:

- China-Konzessionen:

Zollabbau	Frist (ab Mitte 2014)	Milchrelevante Produkte
100%	sofort	Schokolade ungefüllt, Speiseeis
	5 Jahre	MMP, Butter
	10 Jahre	Milch, Kindernährmittel
	12 Jahre	Joghurts, Nm-Zubereitungen, Biscuits
60%	10 Jahre	Käse, VMP



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

44

- Möglichkeit Rohstoffpreisausgleich bleibt erhalten („Schoggigesetz“)



## SMP INFO-EXPRESS: EU-Marktöffnung weisse Linie

### Isolierte Massnahme mit weitreichenden Folgen

Im Fall einer Öffnung des Milchmarktes wären die Milchproduzenten mit deutlich sinkenden Produzentenpreisen und gleich bleibenden Produktionskosten konfrontiert.

Ohne Marktöffnung kann gemäss der Studie von angelernter gleich bleiben. Die Produktionskosten werden nicht sinken. Eine vollständige Öffnung des Milchmarktes hätte, so sind sich die Experten einig, deutlich sinkende Produzentenpreise zu bedeuten. EU-Milchpreise zur Folge, wobei für die Milch, je nach Verarbeitungsstufe und Vermarktung der Endprodukte, ein etwas unterschiedlicher Preis erzielt werden könnte.

Der erwartete Milchproduktionswert im Sommer 2021 wird mit weitgehend gleich bleibenden Produktionskosten veranschlagt. Entsprechend würden die landwirtschaftlichen Einkommen der betroffenen Betriebe stark zurückgehen; diese Reglementierungen setzen der Agrarpolitik wiederum höhere Kosten entgegen. Ohne Reglementierungen würde eine Vielzahl der betroffenen Betriebe aus der Milchproduktion aussteigen und dafür an andere Berufswege wechseln oder in parallelwirtschaftliche Tätigkeiten.

Das sind in der Milchbranche erwarteten. Nur zwei der 14 Betriebe würden in der Milchproduktion bleiben. Das bedeutet, dass die Produktionskosten langfristig auf einem Niveau von 10 bis 15 Prozent sinken würden, während die Produktionskosten gleich blieben. Auf der anderen Seite, die Milchpreise würden sinken, was im Fall einer vollständigen liberalisierten Milchmenge zu einer Anpassung der Produktionskapazitäten führen würde. Milchproduzenten wären auch die Käseproduzenten und die Milchproduzenten in der EU zu exportieren. Gleichzeitig würden

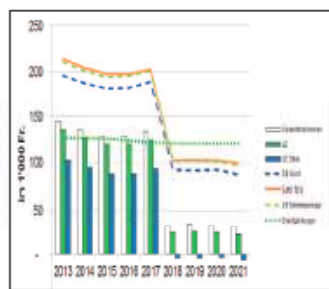
die Milchpreise sinken. Für Milchhandel, Verarbeitung und Detailhandel wäre von grosser Bedeutung, welche Mengen Milch oder Milchprodukte zu welchem Preis beschafft werden könnten. Kurzfristig wäre der Import von Rohmilch aus Hochleistungsländern eine Option. Mittellangfristig ist aber der Import von verarbeiteten Produkten viel wahrscheinlicher, was im Fall einer vollständigen liberalisierten Milchmenge zu einer Anpassung der Produktionskapazitäten führen würde. Milchproduzenten wären auch die Käseproduzenten und die Milchproduzenten in der EU zu exportieren. Gleichzeitig würden

Schweizerinnen aus dem EU-Raum im Inland für Wettbewerb und einen starken Preisdruck sorgen. Marktöffnung im Umfang von 20-30 Prozent bei Milchprodukten wären für Schweizerische Unternehmen wahrscheinlich. Bei Produkten, für welche die Herkunft des Rohmilchs aus Konsumenten nicht wichtig ist, könnte im Detailhandel ein «weisses Zuckerglück» der Grossverpackung von bis zu 15 Prozent einströmen und bei einem weiteren Zusatznutzen auch mehr.

### Schwarze Löcher auf der weissen Linie

Die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalen Bundesrats hat den Bundesrat beauftragt, eine vollständige Marktöffnung mit der EU für alle Milchprodukte zu prüfen. Das hat die SMP veranlasst, das Heft auch selber in die Hand zu nehmen, denn den Milchproduzenten soll es nicht so ergehen, wie das naturgemäss bei den Kartoffeln der Fall ist, nämlich dass sie die Augen weit aufmachen, wenn sie bereits im Dunkeln sind. Die SMP hat deshalb eine wissenschaftliche und unabhängige Institution mit der Auswertung eines Berichts zu den Auswirkungen eines solchen Schrittes beauftragt.

Die Studie der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) schafft nun in verschiedenen Bereichen Transparenz und wertvolle Grundlagenarbeit, was auch ein zentrales Ziel war. Insbesondere wird die gesamte Wertschöpfungskette der Milchproduktion, vom Rohmilch bis zum Endprodukt, analysiert. Die Studie liefert auch wertvolle Grundlagenarbeit, was auch ein zentrales Ziel war. Insbesondere wird die gesamte Wertschöpfungskette der Milchproduktion, vom Rohmilch bis zum Endprodukt, analysiert.



Quelle: Statistik Schweiz, Daten der Öffnung der weissen Linie 100'000 t-Runden.



22.10.2013

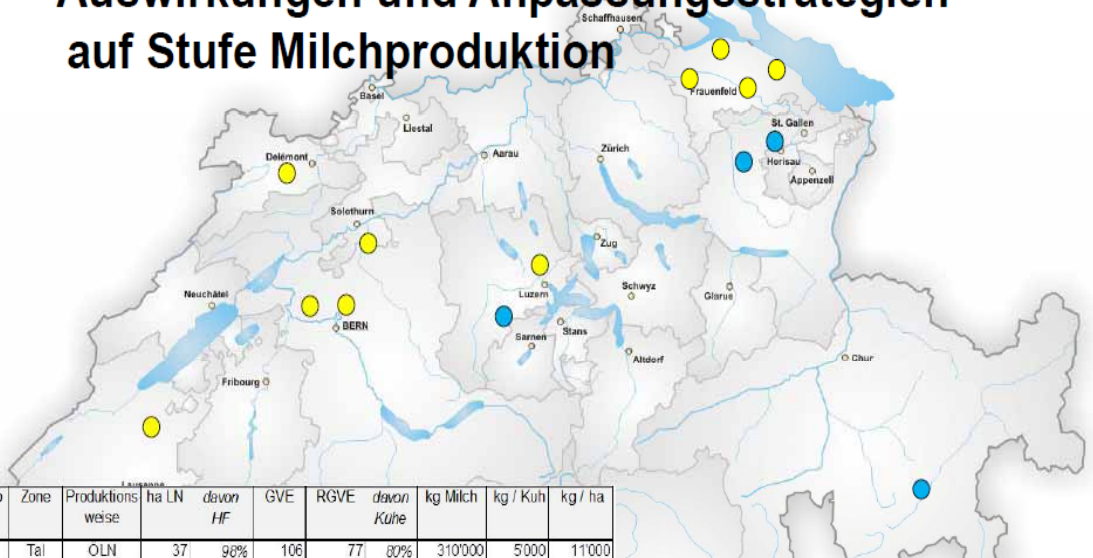
SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

45

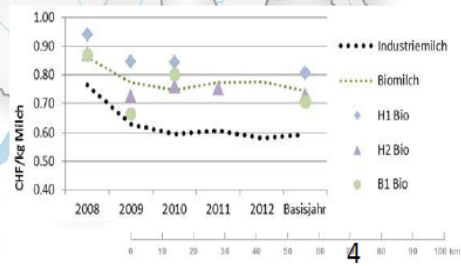
## Berner Fachhochschule

Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften

### Auswirkungen und Anpassungsstrategien auf Stufe Milchproduktion



Betrieb	Zone	Produktionsweise	ha LN	devon HF	GVE	RGVE	devon Kuh	kg Milch	kg / Kuh	kg / ha
T1	Tal	OLN	37	96%	106	77	80%	310'000	5000	11'000
T2	Tal	OLN	75	80%	181	71	78%	280'000	4700	6'000
T3	Tal	OLN	26	85%	76	76	92%	680'000	9500	33'000
T4	Tal	OLN	21	83%	30	30	87%	150'000	5800	10'000
T5	Tal	OLN	24	59%	36	36	70%	210'000	8500	21'000
T6	Tal	OLN	39	54%	44	43	96%	320'000	7800	16'000
T7	Tal	OLN	41	86%	84	84	95%	650'000	8100	20'000
T8	Tal	OLN	14	42%	13	12	80%	70'000	8900	14'000
T9	Tal	OLN	49	82%	88	85	66%	530'000	9400	20'000
T10	Tal	OLN	37	65%	64	64	86%	520'000	9400	25'000
H1	Hügel	Bio	43	100%	36	35	80%	150'000	5400	4'000
B1	Berg	Bio	76	100%	69	53	92%	270'000	5500	4'000
B2	Berg	OLN	28	100%	69	33	78%	180'000	8000	7'000
H2	Hügel	Bio	21	100%	48	26	82%	140'000	6700	8'000



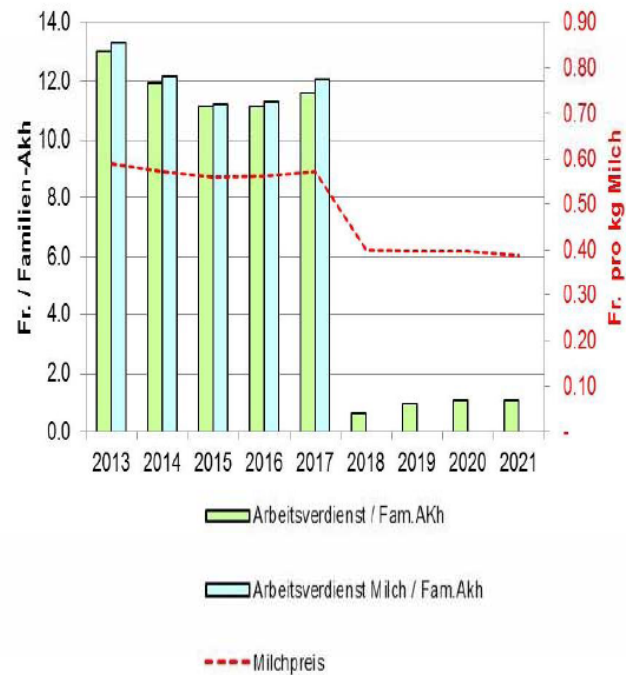
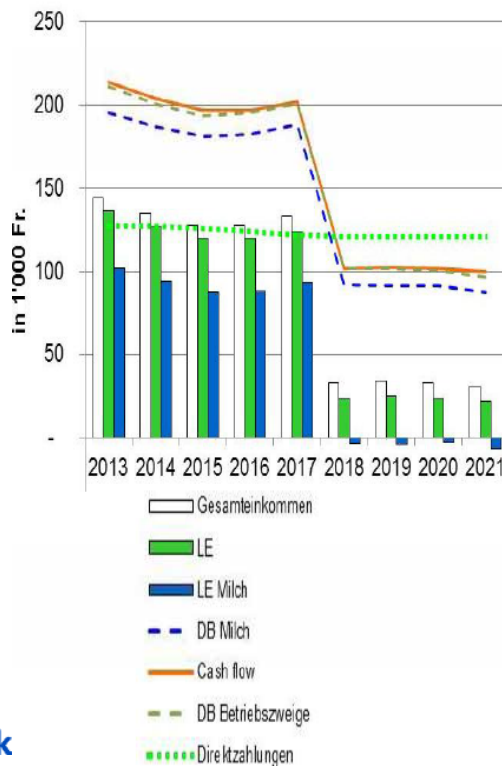
22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

46

## Beispiel: Grösserer ÖLN-Betrieb

Szenario "Weisse Linie"



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrex 2013

5

47

## Stufe Milchverarbeitung

➤ erwartete Entwicklungen bei einer Marktöffnung im Detail

	Marktanteilverluste Inland	Entwicklung Exporte in die EU
Konsummilch	Insgesamt 20-30%; vor allem Tiefpreissegment (UHT-Milch)	Marktaufbau nötig, mässiges Exportpotential (Premium)
Joghurt etc.	Insgesamt 15-25%; Tiefpreis-, aber auch Markenprodukte	Exportenerfahrungen vorhanden, Steigerungen möglich
Tafelbutter	Insgesamt 20-30%; vor allem Tiefpreis-, weniger Markenprodukte	Marktaufbau nötig, mässiges Exportpotential (Premium)
Industriebutter	Falls preislich nicht konkurrenzfähig: hohe Verluste	Marktaufbau nötig, falls preislich konkurrenzfähig: intakte Exportchancen
Milchpulver		



swissmilk

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésèrex 2013

9

48



## Stufe Detailhandel

- erwartete Auswirkungen einer Marktöffnung:
  - *Milchprodukte sind für den Detailhandel eine Produktgruppe unter vielen*
  - *Konsumenten könnten von billigeren Produkten profitieren*

### Chancen:

- *Attraktiveres Sortiment dank Importprodukten (Marken!)*
- *Rückgewinnung von verlorenen Marktanteilen wegen abnehmendem Nahrungsmitteltourismus (?)*

### Gefahren:

- *Margendruck ausgehend von den Tiefpreisprodukten, würde aber alle Preissegmente betreffen*
- *Wegfall von inländischen Anbietern und den entsprechenden Produkten*

### ➤ Anpassungsstrategien:

- *Laufende Anpassung der Sortimente (Detailhändler beobachten einander)*
- *«Swissness-Bonus»? → abhängig von den Produkten und «Zusatznutzen»*



swissmilk

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereg 2013

10

49

## EU-Marktöffnung weisse Linie: Offene Fragen & Begleitmassnahmen

- ◆ Öffnung weisse Linie „Anfang oder das Ende der Reise“?
  - Auswirkungen auf andere Bereiche der CH Landwirtschaft?
  - Innerlandwirtschaftlicher Wettbewerb?
  - Weitere Etappen Grenzöffnung, Zeithorizont?
  - Wechselwirkung zum EU-Quotenausstieg erwünscht?
- ◆ Bedarf nach zusätzlichen Begleitmassnahmen:
  - Ausmass der permanenten Begleitmassnahmen für Milchproduktion würde künftige Milchmengen bestimmen:
    - Ausgleich bei untersuchten Betrieben (2018-21):  $\phi$  2'020.--/ha HF  
 $\phi$  17 Rp./kg Milch
    - Ausgestaltung offen
  - Umfang einmaliger Bedarf in Verarbeitung?
  - Dauer, Umfang und Finanzierung Begleitmassnahmen offen



swissmilk

22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereg 2013

50

## EU-Marktöffnung weisse Linie: So geht es weiter

---

- ◆ Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP wird den Bericht des Bundesrates zur Motion „Milchmarkt“ abwarten und analysieren.
- ◆ Die SMP wird anschliessend die Beurteilung **rechtzeitig** für die **politische** Debatte vornehmen.



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérax 2013

51

## Fazit Agrarpolitik

---

- ◆ Die (wirtschafts-) politischen Herausforderungen für die Milchproduktion bleiben vielfältig:
  - Nach AP 2014-17 folgt AP 2018-2021: „Nach dem Spiel ist vor dem Spiel!“
  - Budgetdefizite beim Bund in Aussicht: „Der Wind wird eher eisiger!“
  - Aussenhandelssituation bleibt durch viele Faktoren (WTO, FTA's, EU-CH, „weisse Linie“ etc.) etwas unberechenbar: „Gouverner c'est prévoir!“
  - Geschlossener Auftritt der Milchproduzenten ist zentral; wichtige Anliegen sind nur mit Allianzen erreichbar und setzen Dialog voraus!



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésérax 2013

52

# swissmilk



Marketing für Milch & Milchprodukte

## Gemeinsames Basismarketing, weshalb ?

- ➔ Um die Sympathie für Schweizer Milch und Milchprodukte aufrecht zu erhalten,
- ➔ um den Konsum zu stimulieren, ganzjährig mit vielen verschiedenen Aktivitäten,
- ➔ um Volumenprodukten am Markt eine Stimme zu geben,
- ➔ um der ausländischen und der Substitutionskonkurrenz aktiv die Stirn zu bieten,
- ➔ um das Wissen über Milch zu fördern und als gesundes Nahrungsmittel zu verankern,



swissmilk



## Gemeinsames Basismarketing, weshalb ?

- ➔ Um Präferenzen, Konsummuster und Kaufverhalten der Schweizer Bevölkerung zu beeinflussen bzw. zu bestätigen,
- ➔ damit Milchprodukte weiterhin fest in den Konsumgewohnheiten verankert bleiben,
- ➔ damit möglichst viel Verkehrsmilch in Form von Trinkmilch, Rahm, Butter und Käse konsumiert wird;
- ➔ um wichtige Beeinflusser für die Milch zu gewinnen.



swissmilk







Wanderproviant





## Marketingargumente in der Strategie 2014+

### Herkunft Schweiz

- ➡ Swissnessfaktor der Milch & Milchprodukte muss verstärkt werden;
- ➡ Suisse Garantie kann diese spezifischen Aufgabe nicht alleine wahrnehmen;
- ➡ Das Botschaftenkonzept wird ergänzt:  
Vorteile/Argumente für die Schweizer Milch (Nähe, Konsumpatriotismus, Sicherheit, Tierwohl etc.)
- ➡ Swissness wird verstärkt in die Marketingmassnahmen integriert.

## Zielgruppen des SMP Marketing



swiss**mil**k



# Marketing-Zielgruppen

## = alle in der Schweiz lebenden Personen

- Agenda-Setting/Aktualisierung, positiv im Gespräch bleiben, um das ganze Jahr über zeitgemäss und aktuell zu bleiben;
- um Mitkonkurrenten (z.B. pflanzliche Substitute) zu verdrängen ;
- um positive Grundeinstellung, Wissen über die gesundheitlichen Vorzüge der Milch zu bewahren bzw. auszubauen (z.B. Osteoporose -Vorbeugung, 3 Portionen täglich)
- um **generellen** Vorurteilen Gegensteuer zu bieten (Cholesterin-Lüge, Fette als Dickmacher);
- um die nötige Aufmerksamkeit/Interesse zu generieren, um zielgruppenrelevante Botschaften überhaupt vermitteln zu können.



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



**Milch.**  
Doping der Natur.

[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

swissmilk





**Le lait.**  
Grandis et reste fort.  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



swissmilk



**Le lait.**  
Grandis et reste fort.  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



swissmilk



**Milch.** Werde gross, bleibe stark.  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

swissmilk



swissmilk







## Ziele & Zielgruppen Basismarketing

- ➡ Daneben gibt es Faktoren, welche das Einkaufsverhalten und damit die Nachfrage nach Nahrungsmitteln von bestimmten Konsumenten *segmenten* beeinflussen oder gar prägen.
- ➡ Unsere Erfahrung zeigt, dass hier 3 wichtige Einflussgrößen die entscheidende Rolle spielen:
  - **Einkommen/Konjunktur:** verfügbare Haushaltseinkommen, Kaufkraft, Konsumentenstimmung;
  - **Haushaltsstruktur:** durchschnittliche Haushaltsgrösse, Kinder pro Haushalt;
  - **Lebenssituation (Zyklus):** Lebensabschnitt, Umfeld.



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

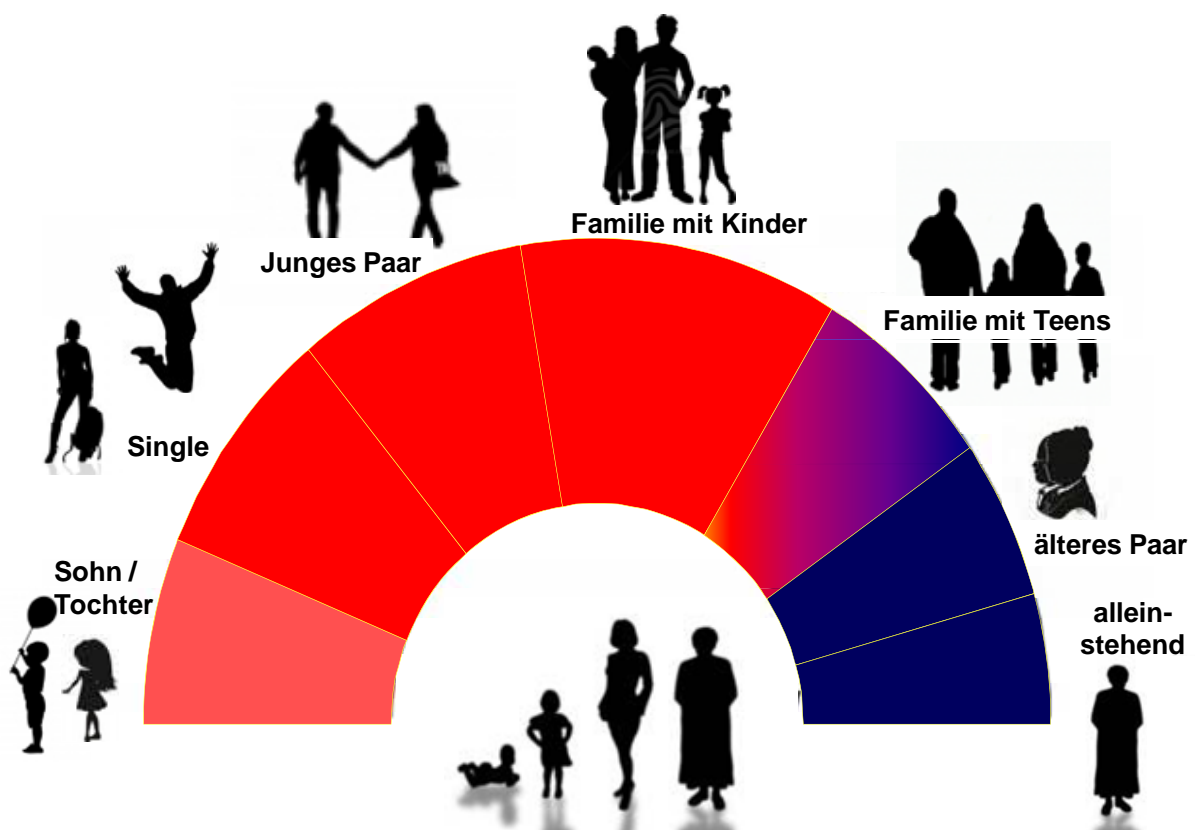
# Ziele & Zielgruppen Basismarketing

- Vielfach werden unsere Interessen und was wir konsumieren durch unsere Lebenssituation geprägt.
- Wann, wo und welchen Stellenwert das Essen hat, ist von unserer Lebenssituation abhängig.
- Auch wie wir uns informieren und wessen Meinung für uns eine Rolle spielt verändert sich in den jeweiligen Lebensabschnitten.
- Daher planen wir neben der Dachkampagne und einem breiten Angebot an allgemeinen Informationen auch Zielgruppen-spezifische Aktivitäten.



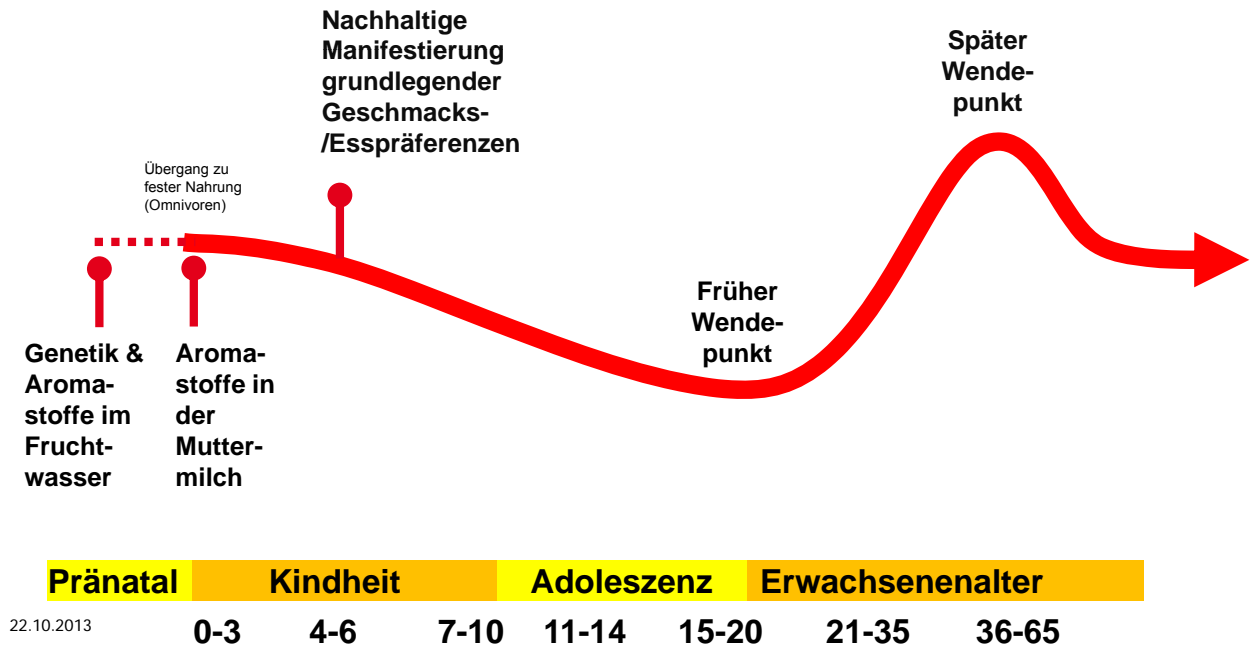
swissmilk

## Zielgruppen Basismarketing (Life-Cycle)

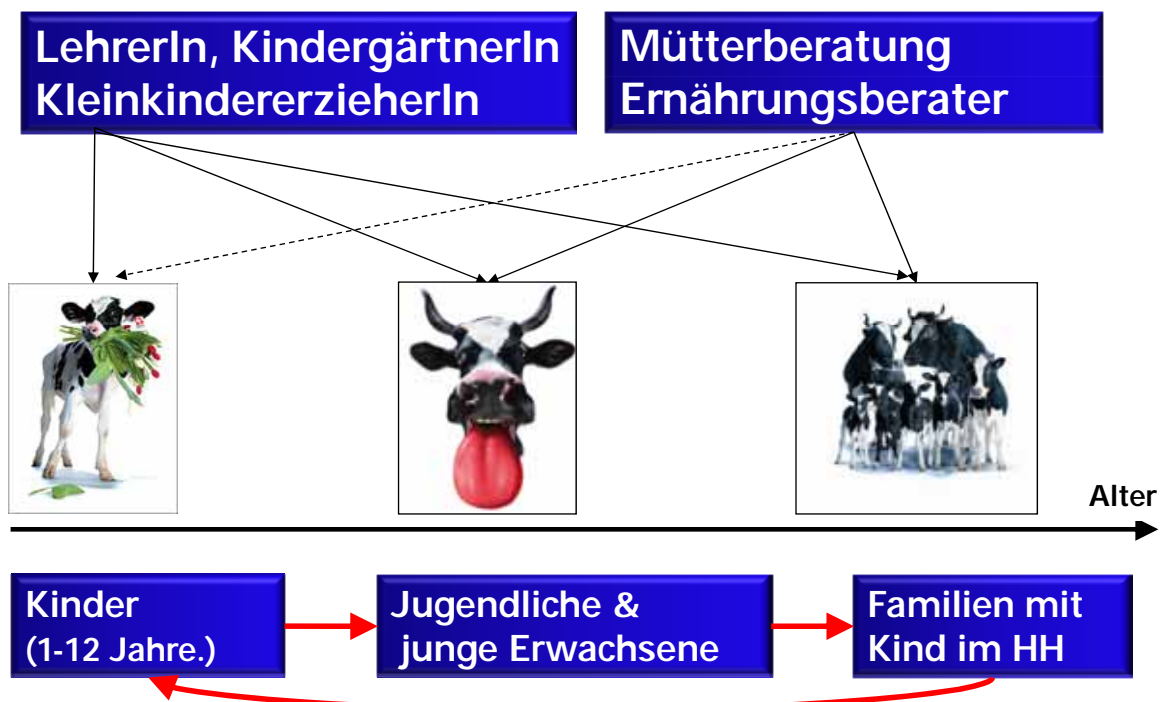


# Zielgruppen Basismarketing

## Entwicklung von Geschmackspräferenzen



## Marketing-Zielgruppen 2014+







## Mit Milch wird man gross und stark. Und bleibt es auch.

Denn das Kalzium in der Milch trägt bei Jung und Alt zu einem gesunden Aufbau und zum Erhalt der Knochen bei. Wer also ein Leben lang so stark sein will wie Lovely, sollte täglich 3 Portionen Milch und Milchprodukte geniessen. Zum Beispiel: 1 Glas Milch, 1 Becher Joghurt und 1 Stück Käse.

Weitere Ernährungsinfos unter [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)



## Wettbewerb!

Jeden Monat verlosen wir 5 Überraschungspakete.

Jetzt mitmachen und gewinnen. Einfach Wettbewerbslos ausfüllen, abtrennen und einwerfen.

Viel Glück!

**Falschmeldungsgeld:** Das Gewinnrecht wird durch eine falsche Meldung (z.B. durch eine falsche Angabe der Adresse oder eine falsche Angabe der Telefonnummer) erloschen. Das Gewinnrecht wird durch eine falsche Meldung (z.B. durch eine falsche Angabe der Adresse oder eine falsche Angabe der Telefonnummer) erloschen. Das Gewinnrecht wird durch eine falsche Meldung (z.B. durch eine falsche Angabe der Adresse oder eine falsche Angabe der Telefonnummer) erloschen.

### Birthday-Set

Je 10 Einladungskarten, Pappbecher/-teller, Luftkissen, Partyhüte und -taschen, je 20 Servietten und Luftballons, 1 Tischdecke und 1 Happy-Birthday-Girlande. CHF 24,-



### Lovelys Znüni-Set

Znüni-Box und Alutrinkflasche. In diesem praktischen Set ist das Znüni sicher und hygienisch aufbewahrt. 17,5 x 12,8 x 8,8 cm CHF 14,-



### Broschüre

«Wie Kinder gesund essen können, ein Rezept für den Familienfisch. Gratis!



### Broschüre

«Znüni und Zünzi: Rezeptideen. Gratis!



### Piñata

Diese Piñata hat 12 Zuglöcher, einen der Bänder ist «magisch» und öffnet die Piñata. Sie kann nach Belieben mit Süßigkeiten oder kleinem Spielzeug gefüllt und aufgehängt werden. 15 x 45 cm CHF 20,-



### Kuhröhrl

Im Set-Set. CHF 5,-



Aktionspreise nur mit diesem Bestellzettel. Zusätzlich Porto CHF 6.90 (Broschüren: Gratisversand)





## Happy Birthday! Alles für eine tolle Party

Geburtstag – Schokoladenkuchen bis zum Umfallen, spielen und toben ohne Dezibelbeschränkung und natürlich viele Geschenke! Auf unserer Homepage haben wir für Sie das **perfekte Lovely-Geburtstagsfest** zusammengestellt. Mit praktischen Tipps, Checklisten, lustigen Spielideen, einem Lovely-Birthday Set und herzigen Geburtstagskuchen-Rezepten.

[www.swissmilk.ch/geburtstag](http://www.swissmilk.ch/geburtstag)

Das Birthday-Set, die Pinakia und weitere Artikel für den Kindergeburtstag können online auf [www.swissmilk.ch/birthday](http://www.swissmilk.ch/birthday) bestellt werden.



swissmilk



## Happy Birthday Vive les fêtes d'anniversaire!

Un anniversaire? Se régaler de gâteau au chocolat à gogo, jouer et s'amuser avec des amis, chanter à tue-tête et bien sûr débiter des cadeaux. Sur notre site web, nous avons réuni tout ce qu'il faut pour **une fête d'anniversaire parfaite** en compagnie de la vache Lovely: des conseils pratiques, des check-lists, des idées de jeux rigolos, un kit anniversaire et des recettes de gâteaux festifs.

[www.swissmilk.ch/anniversaire](http://www.swissmilk.ch/anniversaire)

Il vous reste à acheter le gâteau au chocolat à gogo, à jouer et s'amuser avec des amis, à chanter à tue-tête et à bien sûr débiter des cadeaux. Sur notre site web, nous avons réuni tout ce qu'il faut pour une fête d'anniversaire parfaite en compagnie de la vache Lovely: des conseils pratiques, des check-lists, des idées de jeux rigolos, un kit anniversaire et des recettes de gâteaux festifs.



swissmilk

# swissmilk Family

Nr. 1 | 2013 [swissmilk.ch/family](http://swissmilk.ch/family)

**Wettbewerb**  
Ferien gewinnen

**Kinderportionen**  
Was und wie viel?

**Fleischgerichte**  
Schnell und gut

## Kindergeburtstag

### Tipps und Torten



Was,  
wie viel,  
wie oft

Bunt, abwechslungsreich und ganz normal – so soll Kinderkost aussehen. Gesunde Ernährung ist wichtig, gleichgültig, ob der Nachwuchs ein Essen oder einen Kaffee trinkt. Die folgenden Tipps helfen Ihnen, sich an den richtigen Gedanken und Handlungen zu halten.

Der Portionsgrösse

Alter	Beispiel	Beispiel
1-2 Jahre	100 ml	100 ml
3-4 Jahre	150 ml	150 ml
5-6 Jahre	200 ml	200 ml

12 | swissmilk

### Der richtige Nährstoffmix

Ein Kind braucht eine ausgewogene Ernährung, um gesund zu bleiben. Die folgenden Tipps helfen Ihnen, die richtige Mischung zu finden.



### Wie viel ist eine Portion?



Wie viel ist eine Portion?

swissmilk





## Kinder & Ernährung

### Kerngesund und bärenstark



Adrenalin früh bis spät – Milch schenkt Kindern Energie!

Frische Früchte, Gemüse, Milchprodukte und wertvolle Kohlenhydrate: In den ersten zwei, drei Lebensjahren ist es für Mütter noch leichter, ihrem Sonnenschein ihre Ernährungsprinzipien schmackhaft zu machen. Aber schon in der Spielgruppe, spätestens im Kindergarten, entdecken die kleinen Abenteurer, dass es noch andere Leckereien gibt: als gesunde Milch, Gemüse & Co. Von diesem Zeitpunkt an sind Mütter und Väter gefordert, bis die Kinder als junge Menschen in die grosse, weite Welt ziehen. Mit der nötigen Portion Wissen, einer Prise Kreativität und einer Handvoll Gelassenheit gelingt es Eltern besser, ihren Kindern gesunde Ernährung vorzuleben.

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Drucken](#)



3 am Tag



3 Portionen Milch pro Tag sind gesund

Kürbis-Festival



Teile Kürbis-Rezepte für Suppen oder Pasta, nützliche Hintergrundinfos für die Kürbis-Küche und Kürbis-Infopostcard







**MILCH BRINGT UNS IN SCHWUNG**

 A cartoon illustration of seven children riding a long tandem bicycle. A cow is sitting on the back of the bicycle, holding the handlebars. The children are all smiling and waving.

**Schulen gestalten für den «Tag der Milch».**  
 Stimmen Sie für das beste Motiv auf [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

**swissmilk**



**Sorry Lovely, aber auch unsere Simmentalerkühe spenden Powermilch!**



**Schulen gestalten für den „Tag der Milch“.**  
Stimmen Sie für das beste Motiv auf [www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

**swissmilk**



**swissmilk**







## Gewinne ein Starter-Set für die neue Wohnung

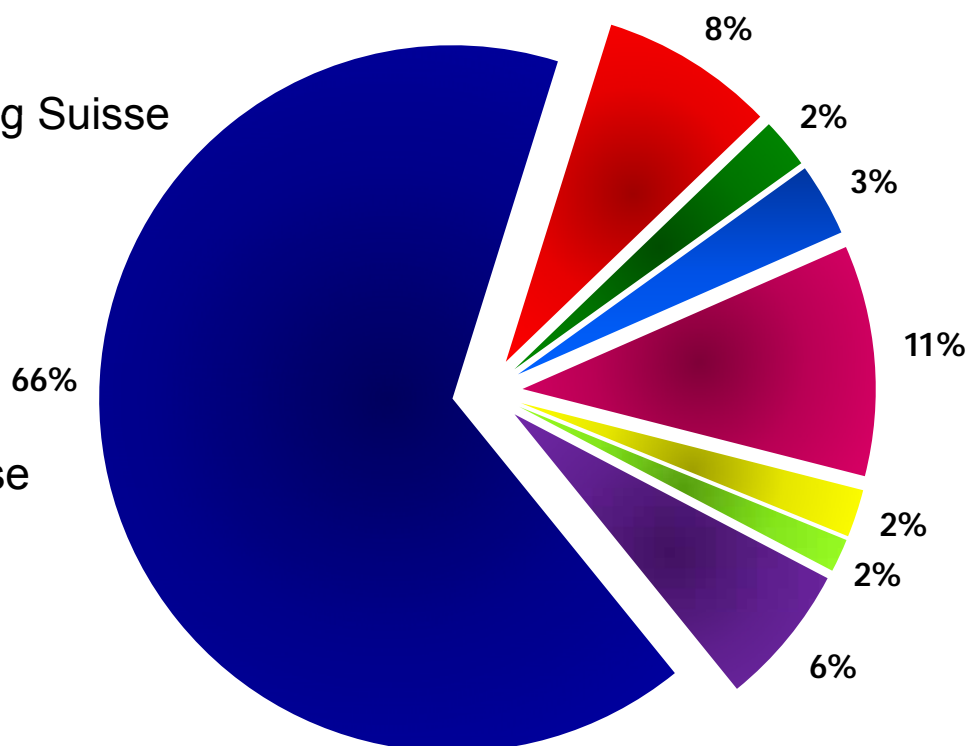
Du kennst jemanden, der gerade umgezogen ist? Oder Du bist gerade selber umgezogen? **Gewinne jetzt ein Starter-Set von Swissmilk** als perfektes Einweihungsgeschenk!

Jetzt auf [www.swissmilk.ch/starterset](http://www.swissmilk.ch/starterset)



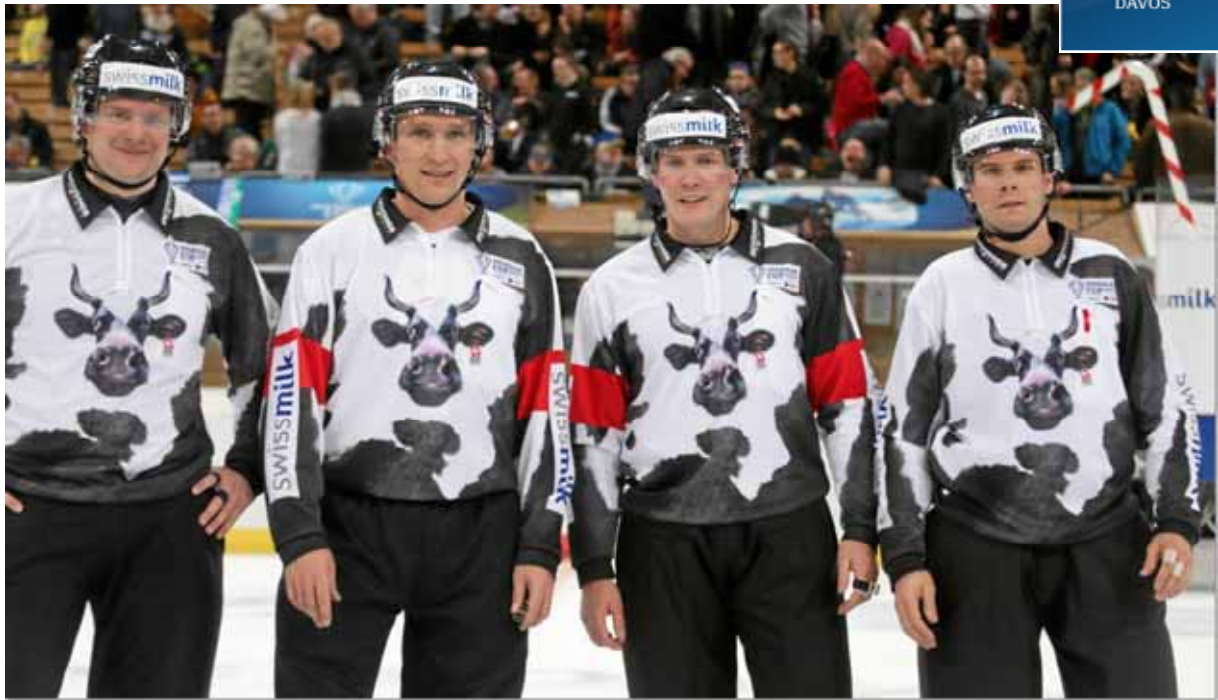
swissmilk

- Swissmilk
- Agro-Marketing Suisse
- AMS Media
- Floralp
- Le Menu
- Raclette Suisse
- SBV
- Divers



swissmilk









www.swissmilk.ch

Grandis et reste fort.



SWISS MILK



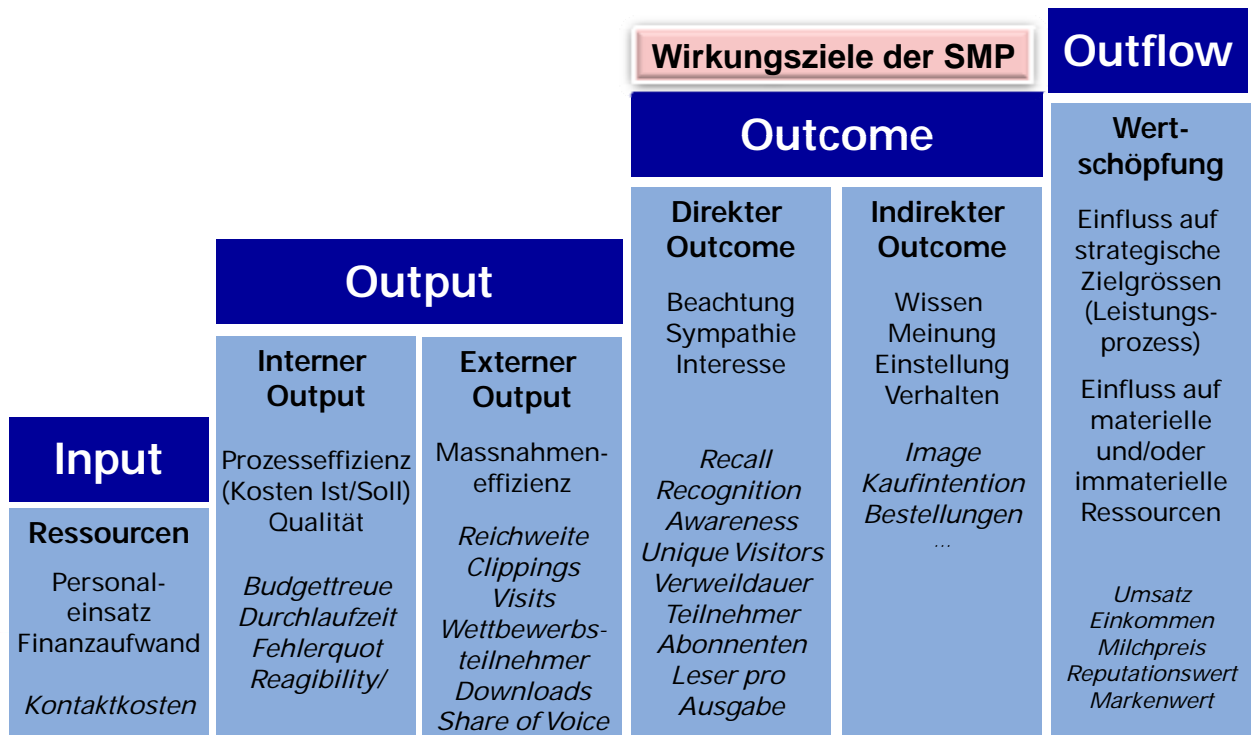
www.swissmilk.ch

Grandis et reste fort.



SWISS MILK

# Wirkungsmessung



## Rezepte

### Panna cotta (Rahmköpfli)

[Zurück zur Liste](#)
[Zur Merkliste hinzufügen](#)
[Als PDF anzeigen](#)  
[Ins Rezeptbuch einordnen](#)
[Drucken](#)  
[Zur Einkaufsliste hinzufügen](#)

Rezept bewerten (23.1/25 Stimmen)

#### Zutaten

Zubereitung: ca. 20 Minuten  
 Kühl stellen: ca. 4 Stunden

Für 4 Personen

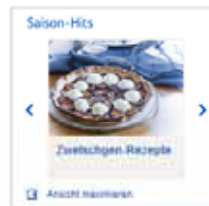
4 Förmchen von je 1,5 dl Inhalt

5 dl Vollrahm  
 1 dl Milch  
 2-3 EL Zucker  
 1 Vanillestängel, ausgeschabtes Mark und Stängel  
 3 Blatt Gelatine, in kaltem Wasser eingeweicht (5-10 Minuten)



#### Zubereitung

1. Rahm mit Milch, Zucker, Vanillemark und -stängel in einer Pfanne aufkochen. Auf 5 dl einkochen (ca. 10 Minuten).
2. Durch ein Sieb in einen grossen Massbecher giessen.
3. Gelatine gut ausdrücken. Unter Rühren mit dem Schwingbesen dazugeben.
4. In die Förmchen füllen.
5. Zugedeckt 4-5 Stunden kühl stellen.
6. Förmchen kurz in warmes Wasser tauchen. Panna cotta mit einem spitzen Messer vom Förmchenrand lösen und stürzen.

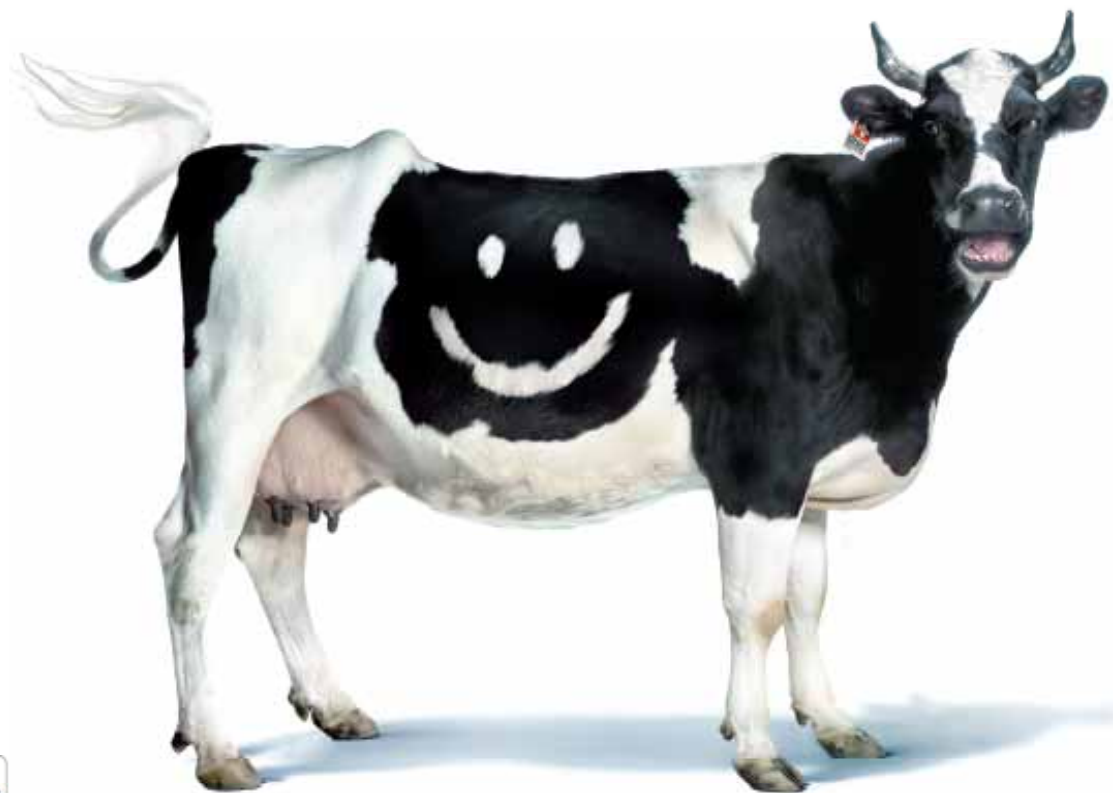


#### Milchprodukte im Rezept



**Rahm**  
 Macht den feinen Unterschied.

3 3 Portionen Milch am Tag  
 Genuss für starke Knochen



swiss  
milk

Schweiz. Natürlich.



## Diskussion Teil II



swissmilk

Herzlichen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit

---



swissmilk

SMP · PSL **Veranstaltungshinweise**  
14./15. November: 6. Milchviehtage

## 6. Schweizer Milchviehtage 2013

**Thema**

**«Milchproduktions-Strategie – Low-Input oder High-Output»**

Patronat

**melior**

SMP · PSL

Schweizer Milchproduzenten  
Producteurs Suisses de Lait  
Produttori Svizzeri di Latte

Medienpartner

**Schweizer Bauer**

**Datum/Ort**

• **14. November 2013**  
Inforama Rütli, Zollikofen BE



• **15. November 2013**  
Strickhof, Lindau ZH



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

99

SMP · PSL **Veranstaltungshinweis:**  
22.-24. November: Suisse Tier, Luzern

Sonderschau, Halle 1

**Milchproduktion heute  
mit Live-Melken am Melkroboter**

In der Milchproduktion wird rationelles, kostengünstiges Arbeiten immer wichtiger. Die Sonderschau trägt diesem Anspruch Rechnung und zeigt die neuesten Entwicklungen und Produkte im Bereich Automatisierung von Melken, Füttern und Misten wie auch zu Stallbau, Haltung, Gesundheitsmonitoring und Management. Höhepunkt und eine Schweizer Messe-Premiere ist der Laufstall mit einem Lely-Melkroboter, an dem die Kuhherde von der Generationengemeinschaft Philipp und Walter Bannwart-Ineichen aus Emmenbrücke während der ganzen Messe live gemolken wird.



10.00 Uhr RumiWatch – Neue praxisorientierte Entwicklungen  
**Nils Zehner**  
Agroscope (Doktorand)



14.00 Uhr Praxiserfahrung auf einem Melkroboterbetrieb  
**Philipp Bannwart**  
Landwirt, Emmenbrücke



15.00 Uhr Wir optimieren Ihre Melktechnik!  
**E. Bilgery**  
Reichmuth AG



15.30 Uhr Automatische Fütterung – Technik und Konzepte  
**Agro-Ing. HTL Franz Nydegger**  
Agroscope

**Sonntag, 24. November 2013**



10.00 Uhr Kriechstromprobleme auf Milchproduktionsbetrieben  
**Dr. Thomas Manser**  
ZMP



11.00 Uhr RumiWatch – Neue praxisorientierte Entwicklungen  
**Nils Zehner**  
Agroscope (Doktorand)



11.30 Uhr Wirtschaftlichkeitsvergleich AMS-Melkstand und APS-Füttermischwagen  
**Dipl. Ing.-Agr. ETH Christian Gazzarin**  
Agroscope

**Milchforum in der Halle 1**

Über Aktuelles zur modernen Milchviehhaltung und Melktechnik informiert Agroscope am AGRIDEA-Gemeinschaftsstand von Forschung, Bildung und Beratung. Im Zentrum der Vortragsreihe im Milchforum steht Neues für tiergerechtes Melken, automatische Fütterung, Gesundheitsüberwachung und Kriechstromproblematik nebst Praxiserfahrung mit dem Melkroboter.



SMP · PSL

Schweizer Milchproduzenten  
Producteurs Suisses de Lait  
Produttori Svizzeri di Latte  
Produttori Svizzeri di Latte



22.10.2013

SMP Regionaltagungen Thun, Aarau, Weinfelden, Chésereux 2013

100