

7. November – Egerkingen (SO)
8. November – Kirchberg SG
9. November – Neyruz (FR)
11. November – Thun (BE)

SMP / Swissmilk Info-Veranstaltung 2016



SMP-Infoveranstaltung: Agenda Dokumentation

Empfang, Kaffee & Butter-Gipfel	09:15	
Begrüssung Einführung ins Programm: Zukunft gestalten!	09.45	Hanspeter Kern
Ist der Milchmarkt aus dem Wellental? – Wohin geht die Entwicklung? Diskussion & Fragen	10.00	Reto Burkhardt Hanspeter Kern
Milchpolitik: Der Milchgipfel hat ein wichtiges Signal gesetzt! Diskussion & Fragen	10.35	Stephan Hagenbuch Hanspeter Kern
Pause von 10'	11.05	
Swissmilk – Die starke Marketingstimme als Antwort auf die wachsende Konkurrenz Diskussion & Fragen	11.15	Stefan Arnold Hanspeter Kern
Die Weichen sind gestellt – SMP geht gestärkt in die Zukunft	11.45	Hanspeter Kern
Apéro und Mittagessen	12.00	



SMP – Wir stellen jetzt die Weichen für die Zukunft



Die Regionaltagungen sind zentrales Instrument der SMP

Danke dass ihr gekommen seid!



swissmilk



Weichen für die Zukunft

Neue «Köpfe» - neue Akzente und Ideen?

Andere und neue Massnahmen

- ◆ Standardvertrag der BO Milch (Politik)
- ◆ Lösung für die Nachfolgeregelung Schoggigesetz (Politik)
- ◆ Forderungen Direktzahlungen (Politik)
- ◆ SMP ist aktiv in der AG Mehrwertstrategie der BO Milch (Markt)
- ◆ LactoFama 2017 (Markt)



swissmilk

-
- ◆ Milchproduktion 2030 – wie beeinflusst dies die SMP
 - ◆ Neuregelung der Beiträge Interessenvertretung

Milchproduktion 2030



swissmilk

Milchproduktion 2030 – Was heisst das für die SMP?

Aufbauorganisation Schweizer Milchproduzenten SMP

SMP · PSL

Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producers Swissers du Lait



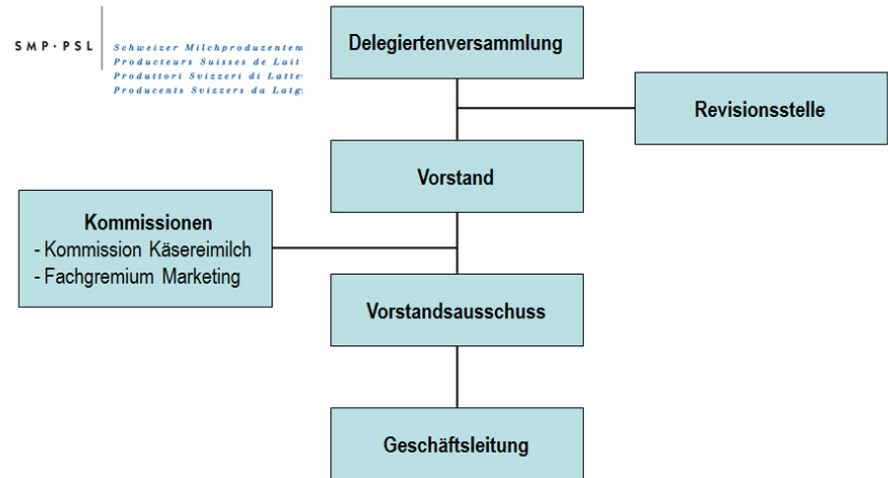
Hanspeter Kern
Präsident

Projekt 2017

Organe der Schweizer Milchproduzenten SMP

SMP · PSL

Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producers Swissers du Lait



Neu - Gesamtbeitrag Interessenvertretung ab 1.5.2017

Allgemeinverbindliche Beiträge

Marketingfonds	0.525 Rp./Kg
Marketing SCM	0.200 Rp./Kg
Total:	0.725 Rp./Kg

Weitere Beiträge (1.1.2017)

Interessenvertretung SMP inkl. Beitrag BO- Milch und weitere	0.150 Rp./Kg
Beitrag SBV	0.040 Rp./Kg
Saisonale Marktstabilisierung	0.000 Rp./Kg
Total	0.190 Rp.Kg

Gesamtbetrag
anpassen



S M P • P S L

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

Milchmarkt Ausland



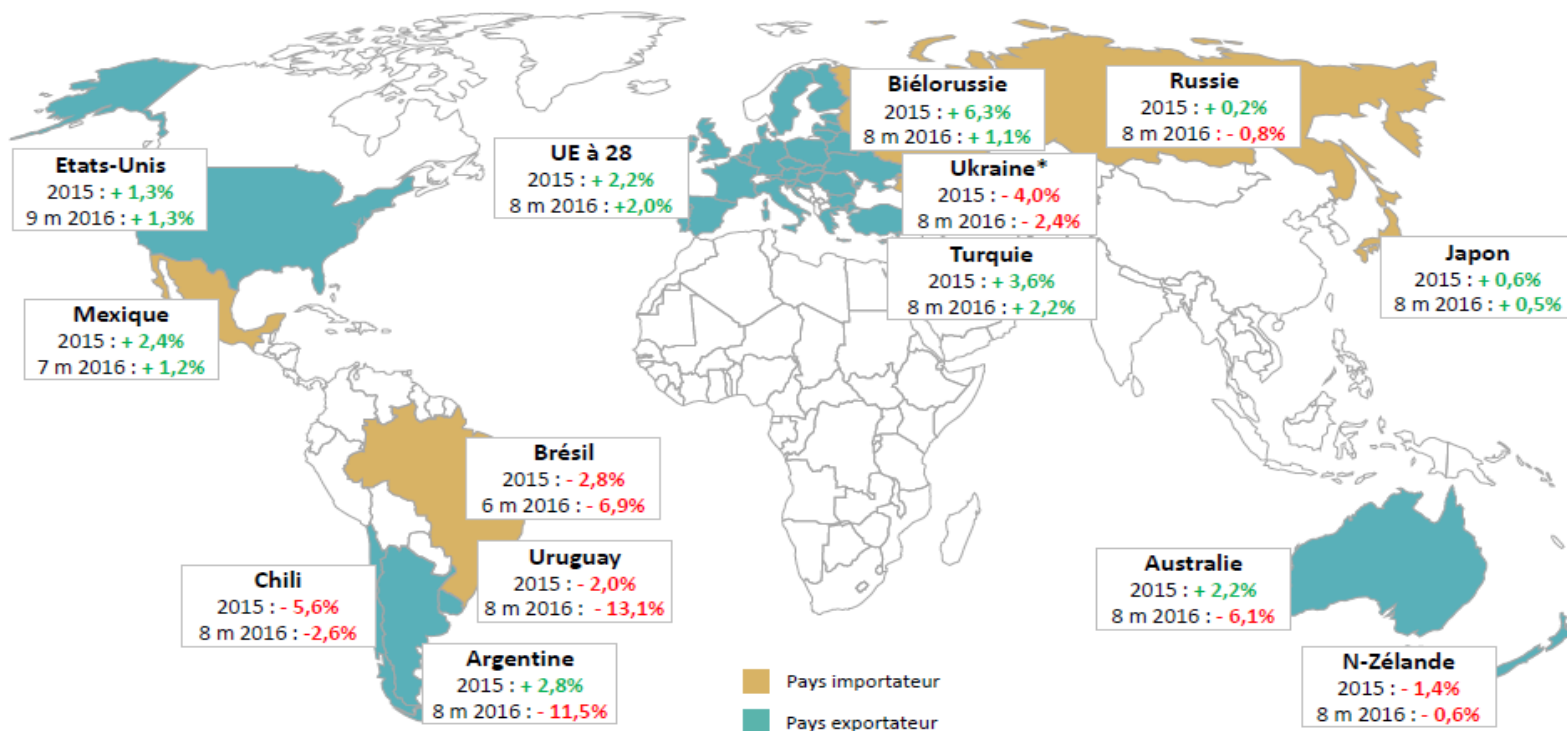
swiss**milk**

Milchproduktion weltweit rückläufig



Tendances de production au sein des principaux
acteurs du marché mondial

En 2015 et au début 2016



*Hors Crimée, Sébastopol et les
territoires temporairement occupés

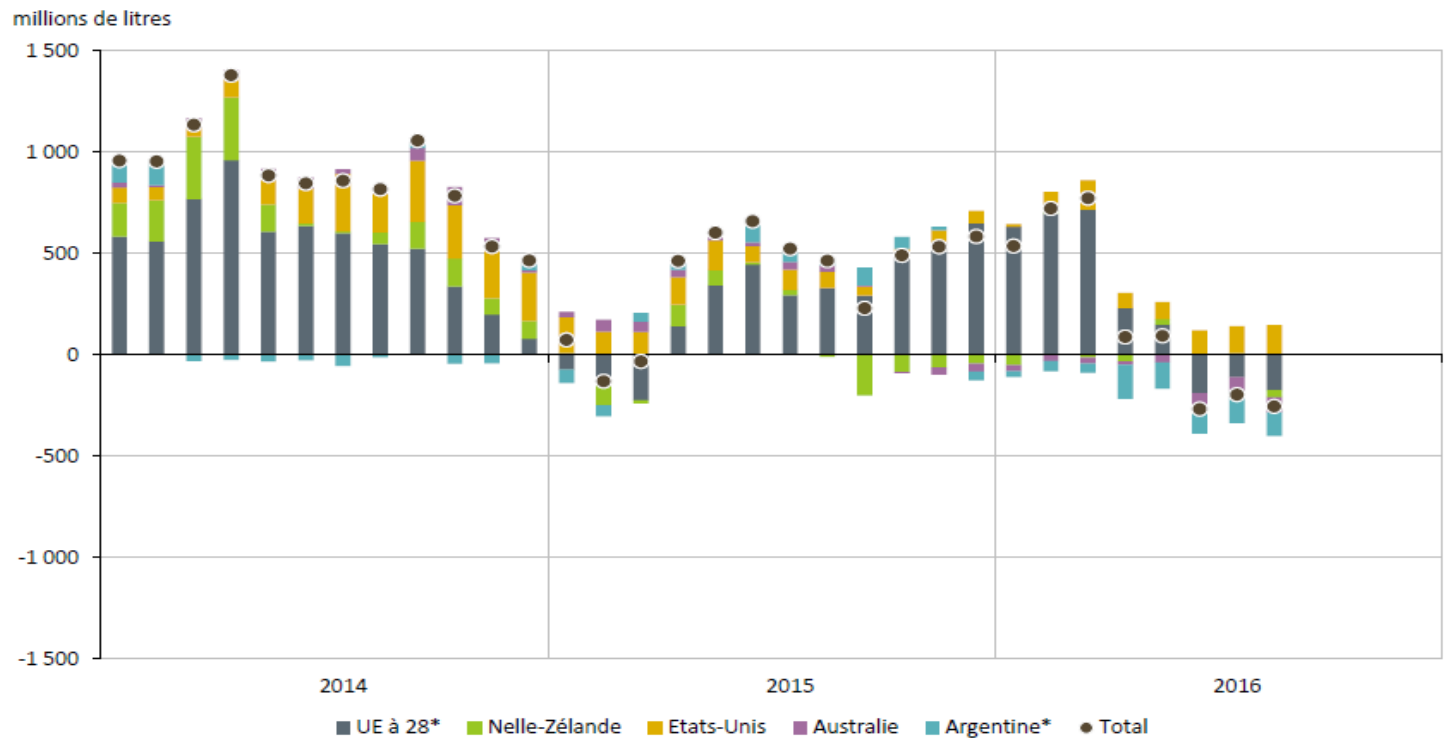
N.B. : février 2016 ramené à 28 jours

Cniel / Cial, Commission, Dairy Australia, DCA NZ, Siap, ODEPA, Turkstat, Ukrstat, USDA, ZMB

Lieferanten des Weltmarktes – rückläufige Produktion



Evolution de la production laitière dans les 5 principaux fournisseurs du marché mondial



*Collecte

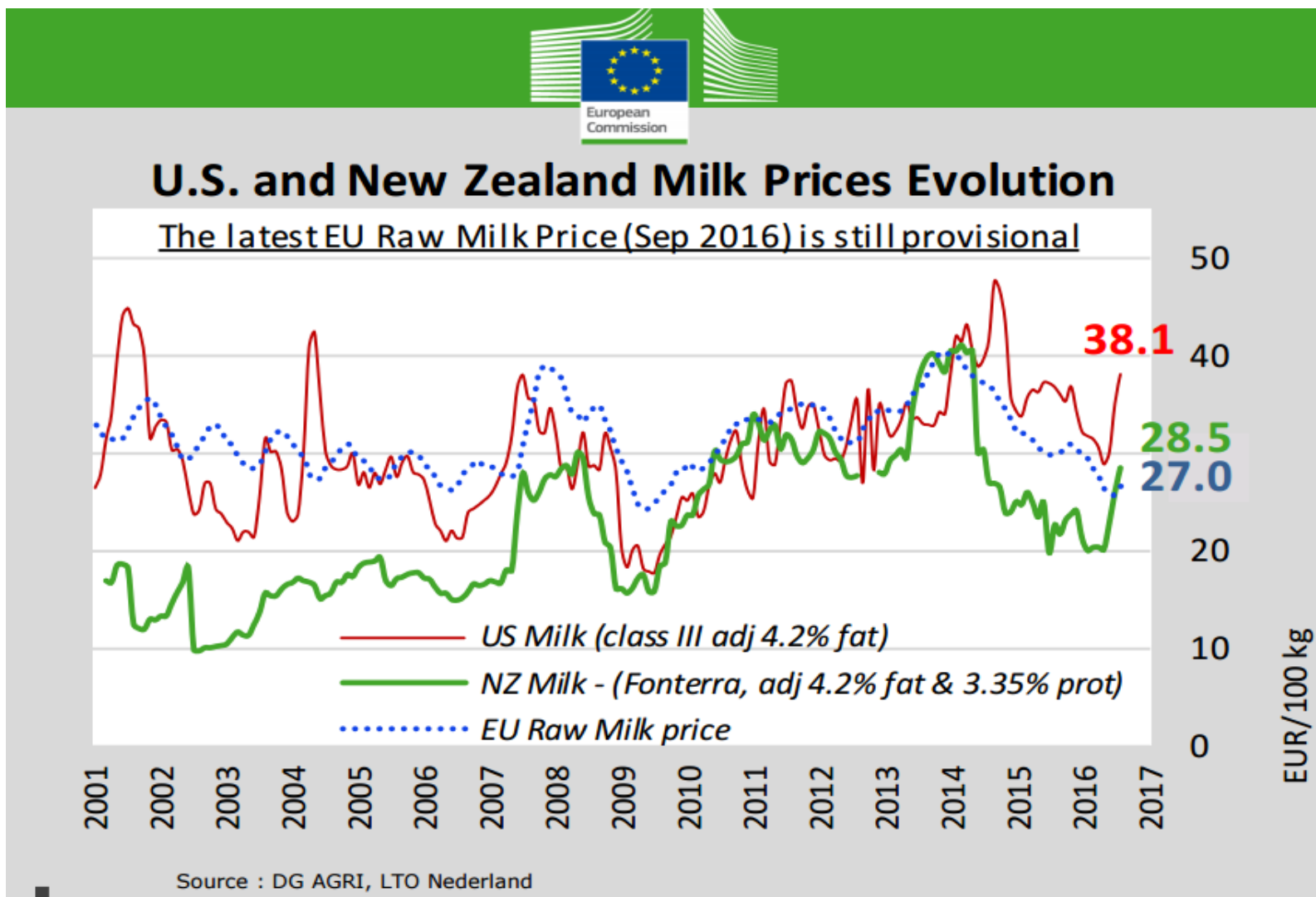
Cniel / Commission, Dairy Australia, DCANZ, Siap, USDA, ZMB

Note de conjoncture Octobre 2016 9



swissmilk

Weltmarkt: Milchpreis steigt



China: auch in Zukunft Importeur von Milchprodukten

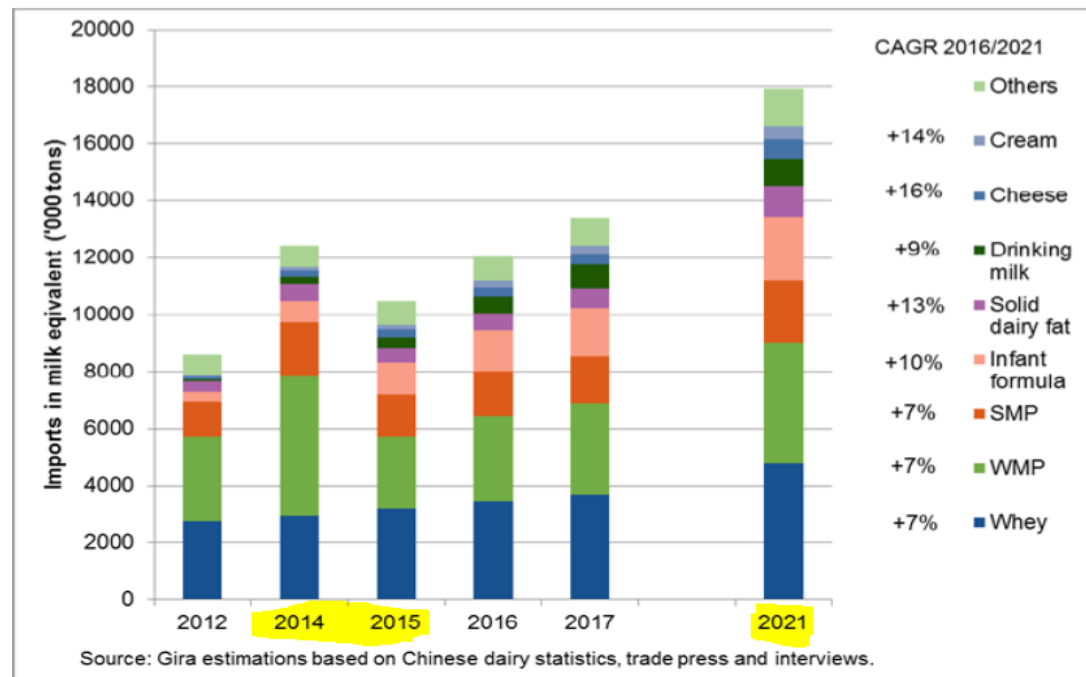


Is WMP Still the Best Product for China?

WMP will keep an important share but growth will come more from other products



Dairy Imports in % of Milk Eq., 2014-2021t



Gira

swissmilk

Konsum weltweit: mehr Leute konsumieren mehr



Dairy consumption

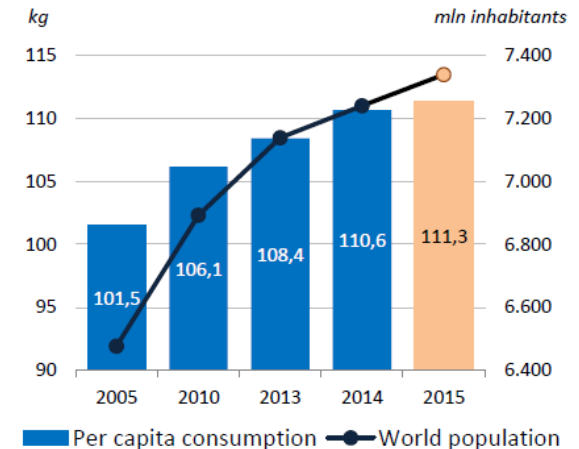
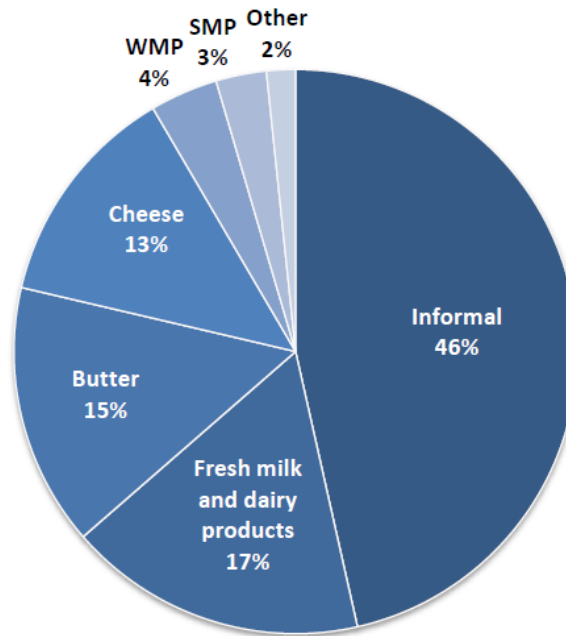


7.3 billion inhabitants

111.3 kg/capita/year



swissmilk



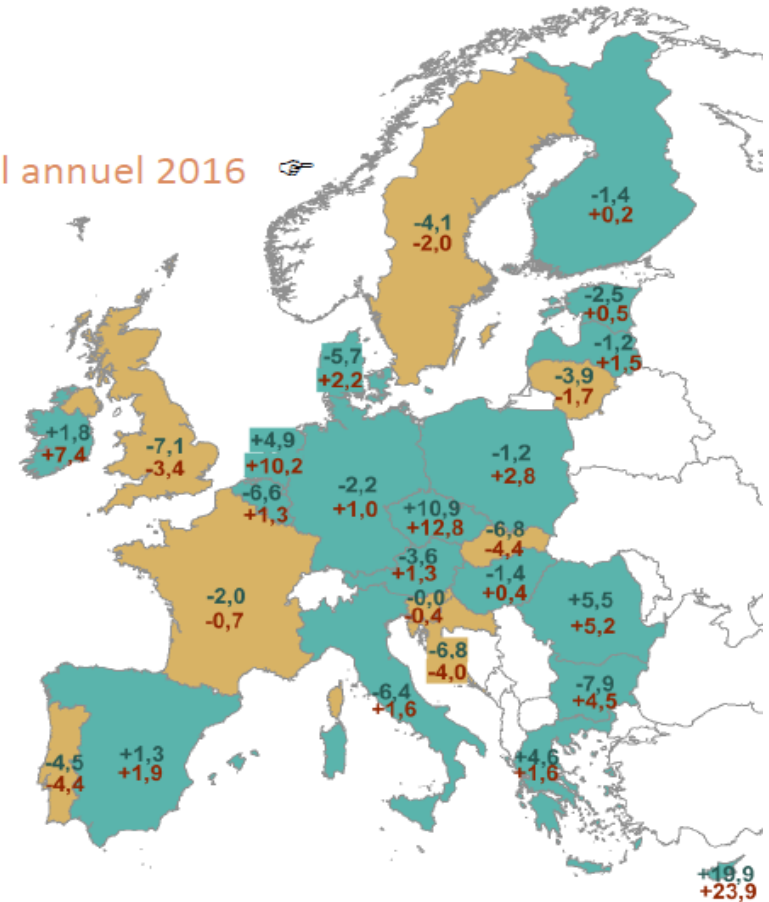
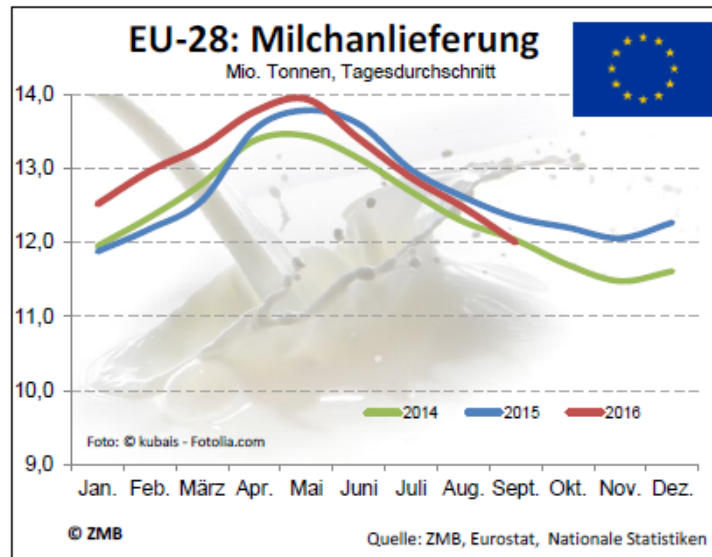
Marktlage EU: Produktion aktuell rückläufig, regionale Unterschiede



La collecte européenne actuelle de lait de vache



Evolutions * - en mensuel et cumul annuel 2016



Cniel / Eurostat, ZMB, FAM (EML), PZ, DairyCo, CLAL

* en %, par rapport à la même période de l'année précédente

N.B. : février 2016 ramené à 28 jours

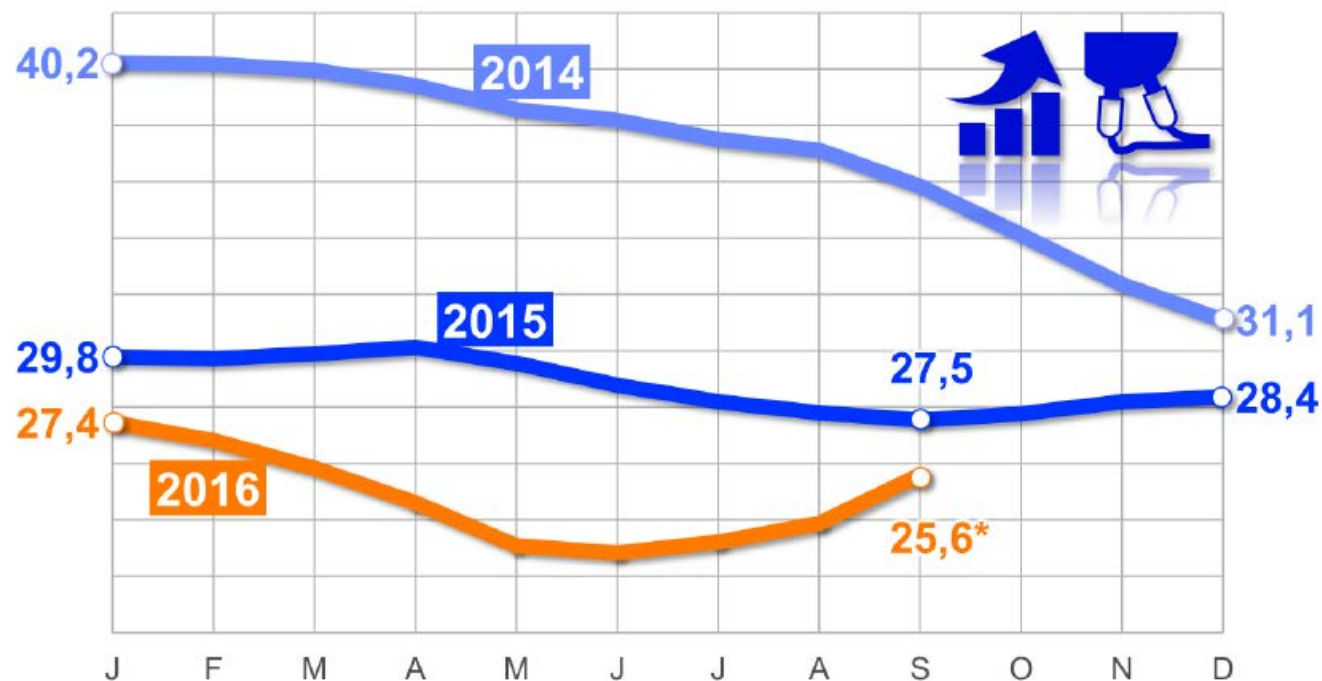


swissmilk

Marktlage EU: Milchpreis steigt

Preisanstieg verstärkt

Erzeugerpreis für konventionelle Kuhmilch mit 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß, ab Hof, ohne MwSt., Erzeugerstandort, Deutschland, in Ct/kg



* Schätzung AMI

© AMI 2016/MI-151 | AMI-informiert.de

Quelle: AMI, BLE

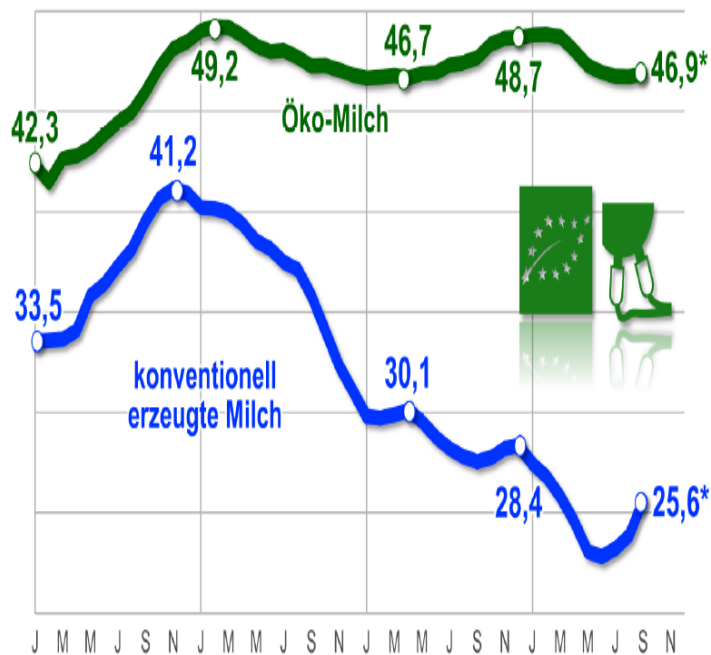


swissmilk

Marktlage EU: Bio funktioniert anders!

Preise für Öko-Milch leicht gestiegen

Erzeugerpreise für Kuhmilch mit 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß, ab Hof, ohne MwSt., Erzeugerstandort, Deutschland, in Ct/kg



*September 2016 Schätzung AMI

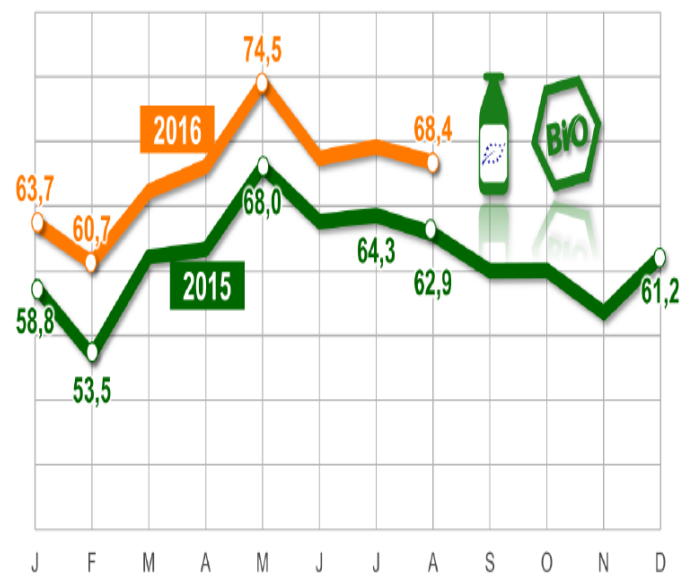
monatliche Werte ohne Nachzahlung, Kuhmilch

© AMI 2016/OL-101 | AMI-informiert.de

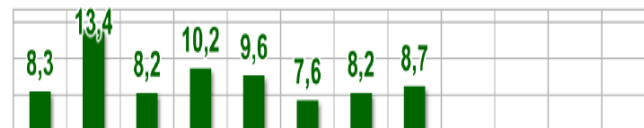
Quelle: BLE, AMI

Bio-Milchanlieferung deutlich über Vorjahr

Monatliche Liefermenge an Bio-Milch an deutsche Molkereien in Mio. kg



Veränderung 2016 zu 2015 in %



© AMI 2016/OL-170 | AMI-informiert.de

Quelle: BLE.



swissmilk

S M P • P S L

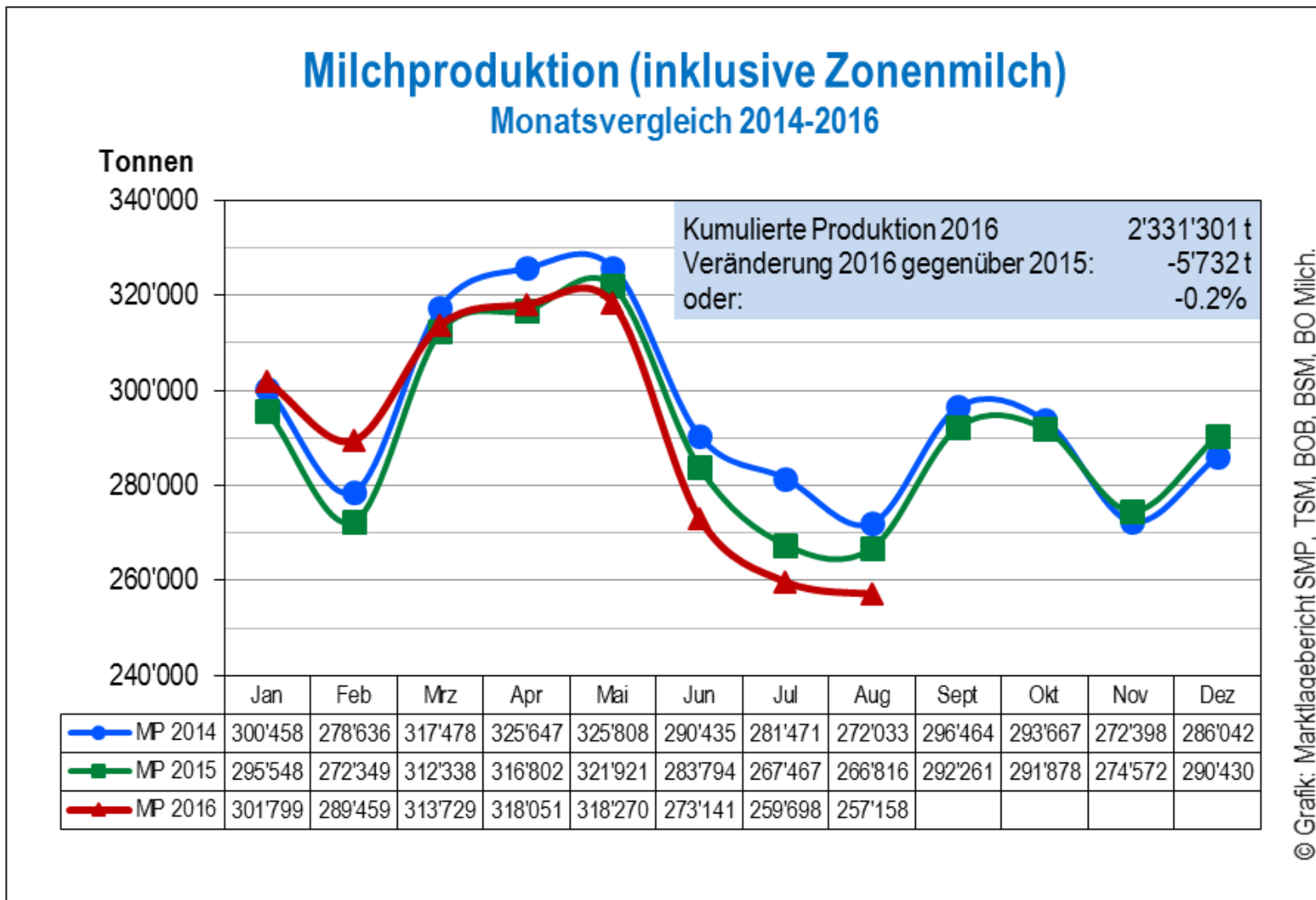
*Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producers Svizzers da Latg*

Milchmarkt - Schweiz



swiss**milk**

Milchmarkt CH: Produktion rückläufig



swissmilk

Preis Molkereimilch: weiterhin sehr tiefes Niveau

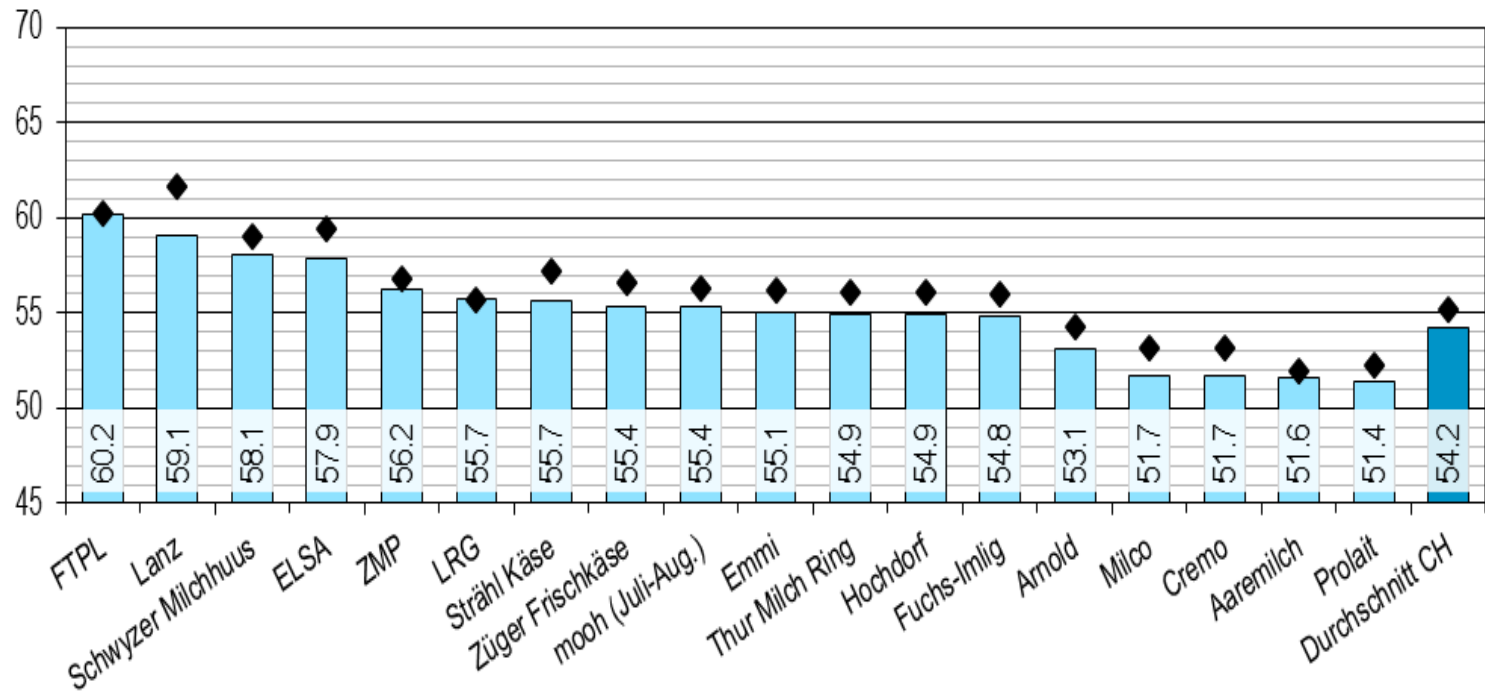
Standard-Produzentenpreise (SPP) 180'000 bzw. 360'000 für Molkereimilch ÖLN, ab Hof, resp. Mischpreis ab Hof/Sammelplatz - 12-Monatsdurchschnitt (R12) August 2016



Rappen / Kilogramm

□ SPP 180'000

◆ SPP 360'000

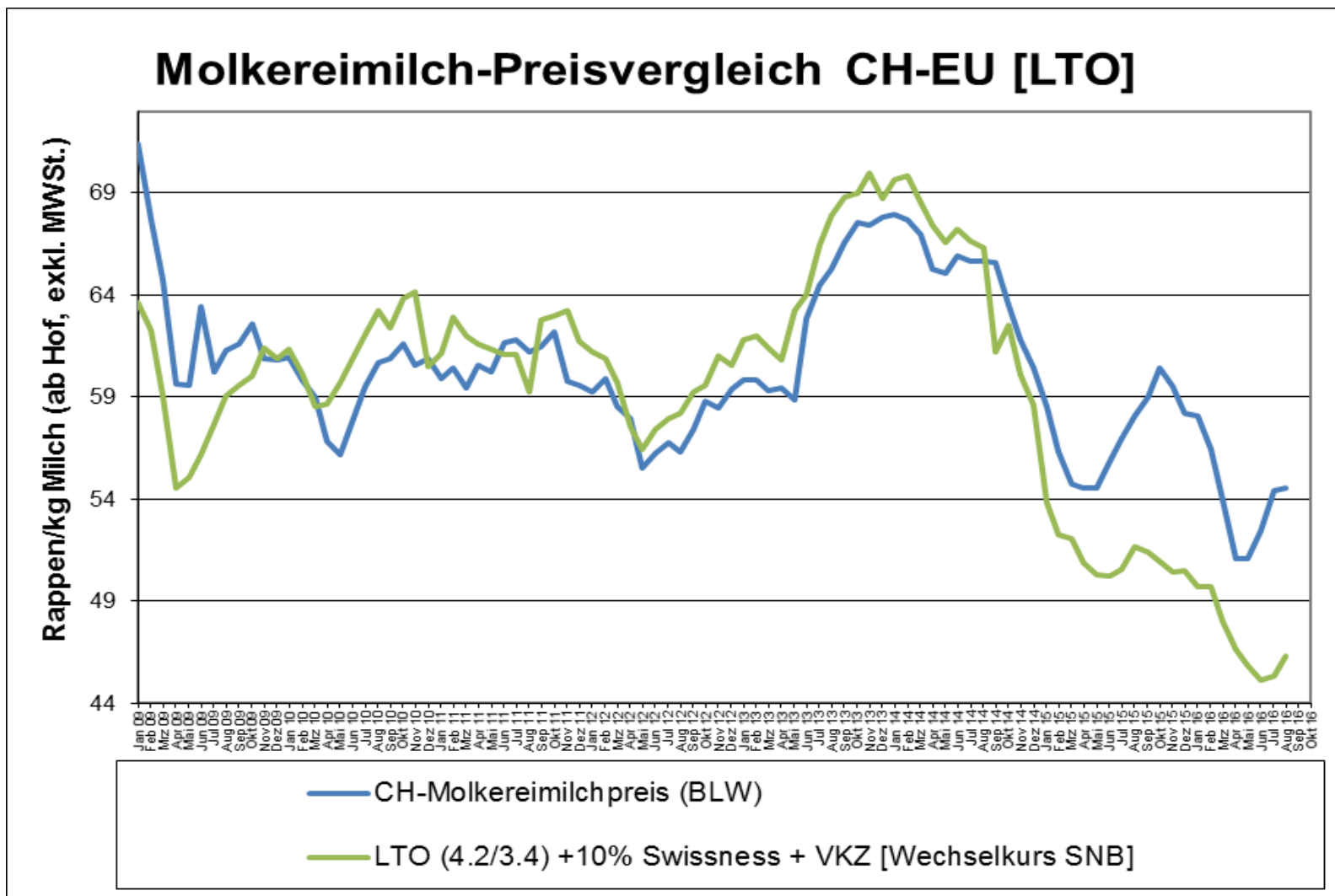


Ab Hof abgeholt, 180'000 bzw. 360'000 kg Jahresliefermenge; 40.0 g Fett + 33.0 g Eiweiss / kg Milch. Inklusive Zuschläge und Abzüge für saisonale Preisstaffelung, Marktabzüge, Mengenzuschläge, Transportkostenbeteiligung, Boni und Nachzahlungen.

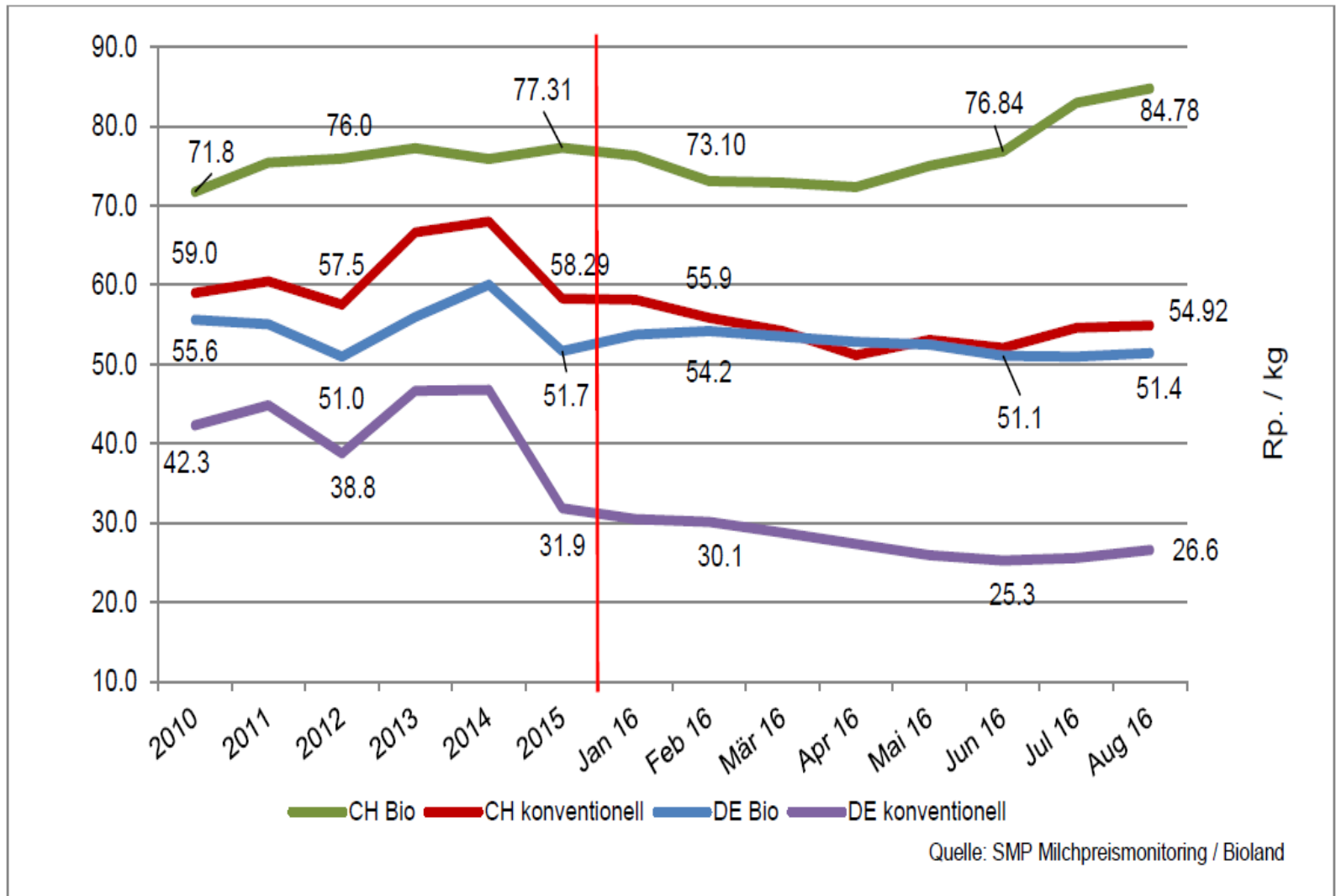


swissmilk

... aber der Preisabstand zur EU war noch nie so gross!

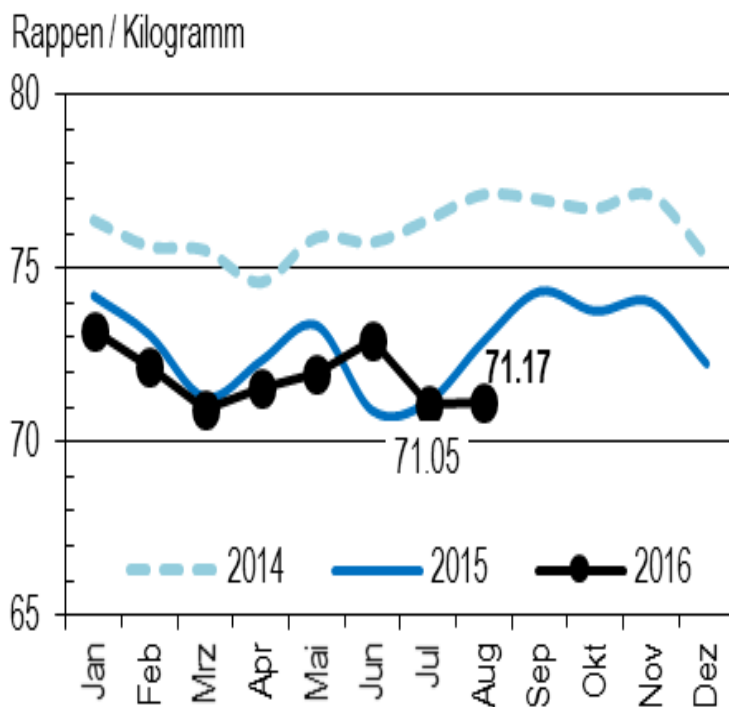


... aber der Preisabstand zur EU war noch nie so gross, auch bei Bio!



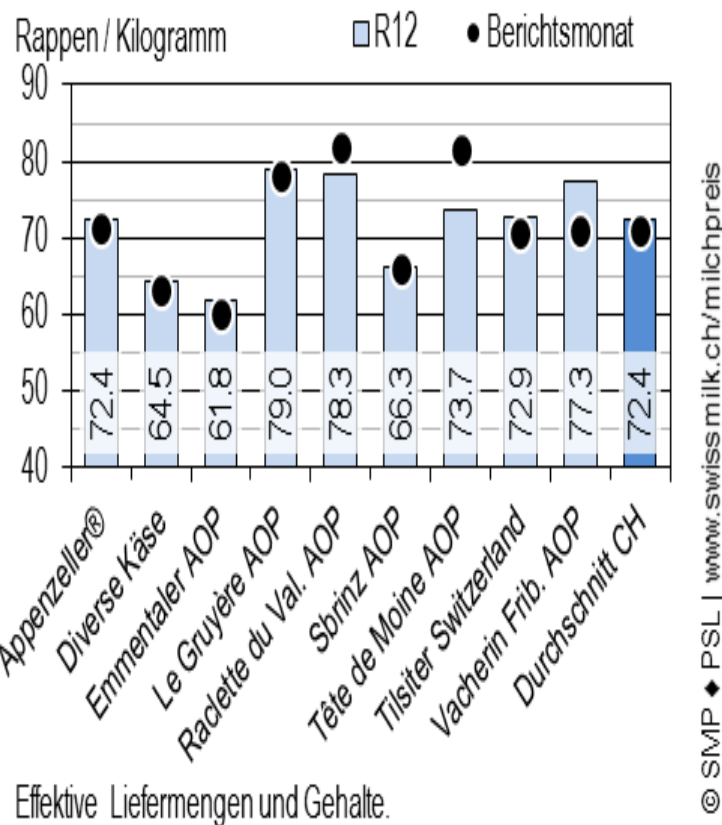
Preis Käseemilch: weniger stark unter Druck

Realisierte Produzentenpreise (exkl. SVZ)
Käseemilch ÖLN fko. Käserei, August 2016



Effektive Liefermengen und Gehalte. exkl. SVZ

Realisierte Produzentenpreise (exkl. SVZ)
Käseemilch ÖLN fko. Käserei, August 2016



Molkereimilchprodukte:

1. Halbjahr minus 1.4 Prozent

Produktgruppe	Veränderungen in t MAE*	Veränderungen in t (Produkt)	Bemerkungen
Konsummilch	-1'141	-1'208	Absatzrückgang von -0.6% (MAE) resp. -0.5% (Produkte)
Konsumrahm	-5'692	-1'333	Absatzrückgang von -3.9% (MAE) resp. -3.7% (Produkte)
Jogurt	+14	+81	Stabiler Absatz 0.0% (MAE) resp. +0.1% (Produkte)
Milchspezialitäten	+394	-481	Stabiler Absatz +0.7% (MAE) resp. -0.7% (Produkte)
Total in Tonnen (t) MAE*:		-6'425	

Quelle: TSM Treuhand GmbH



Biomilch: Menge & Marktanteil gestiegen

Verwertung von Biomilch	Kumulierte Verwertung		Differenz zur Vorjahresperiode	
	Jan. - Juni 2015	Jan. - Juni 2016		
	Tonnen	Tonnen	Tonnen	Prozent
Käse, silofreie Milch	23'737	23'454	-283	-1.2
Käse, Silomilch	16'198	19'724	3'526	21.8
Käse total	39'935	43'178	3'243	8.1
Quark	1'422	1'489	67	4.7
Konsummilch	24'168	25'083	915	3.8
Konsumrahm	3'638	3'214	-424	-11.7
Jogurt	6'367	6'777	410	6.4
übrige Frischmilchprodukte (inkl. Speiseeis)	927	986	59	6.4
Dauermilchwaren	4'063	6'107	2'044	50.3
Butter	18'188	17'785	-403	-2.2
andere Verwertung	3'909	3'591	-318	-8.1
Verwertung total	102'617	108'210	5'593	5.5
Produktion total	119'095	125'349	6'254	5.3



swissmilk

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Aussenhandel Käse:

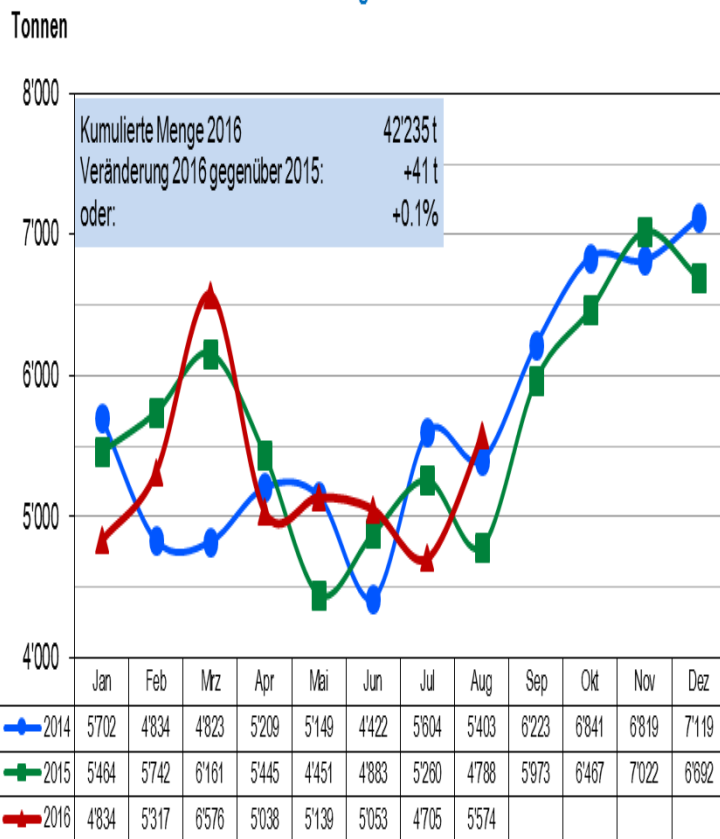
Entwicklung weiterhin negativ



swissmilk

Käseexport

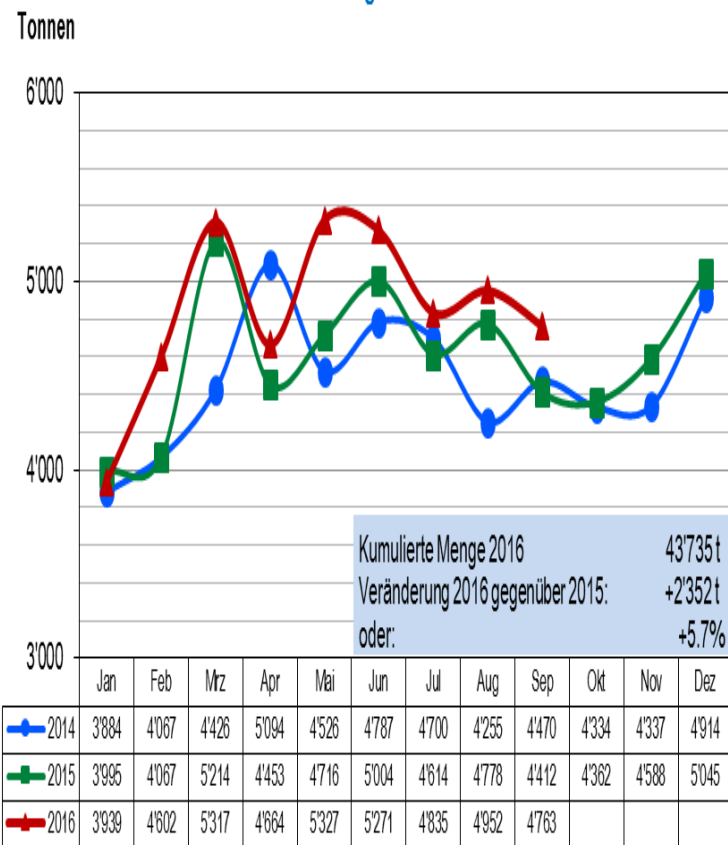
Monatsvergleich 2014-2016



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

Käseimport

Monatsvergleich 2014-2016



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

Markteinschätzung: CH-Saisonale Marktstabilisierung 2016

LactoFama

LactoFama AG ist eine gemeinsame Exportgesellschaft von aaremilch AG, Arnold Produkte AG, Nordostmilch AG, Milchverband der Nordwestschweiz MIBA, Berner Emmi-Milchlieferanten Organisation Bemo, Milchproduzenten Mittelland MIMO, PMO Zentral-/Nord- und Ostschweiz ZeNoOs, Prolait Fédération laitière société coopérative, Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie FSFL, Zentralschweizer Milchproduzenten ZMP, Producteurs de lait des Laiteries Réunies LRG, Biomilchpool GmbH, Milchproduzenten PMO Biedermann, Association des Producteurs de Lait Crème Valais APLCV und Schweizer Milchproduzenten SMP

Bern, 10. Juni 2016

Milchmarkt um 86 Mio. Kilogramm C-Milch entlastet

LactoFama AG hat von Februar bis Mai 2016 den Schweizer Milchmarkt um rund 86.4 Mio. Kilogramm C-Milch resp. um 4'369 Tonnen Butteräquivalente in Form von Rahm und Butter entlastet. Damit hat LactoFama AG die saisonale Marktstabilisierung für 2016 abgeschlossen. Das überschüssige MilCHFett wird seit Februar laufend exportiert. Um bis Ende Jahr ein Marktgleichgewicht zu erreichen, sind weitere Massnahmen schätzungsweise im gleichen Umfang vorzunehmen. Die Verantwortung dazu liegt bei den Marktpartnern.

Während der Monate Februar bis Mai 2016 hat LactoFama AG bei den Aktionären 86.4 Mio. Kilogramm C-Milch auf freiwilliger Basis aufgekauft. Das sind total rund 7 Prozent der gesamten Milchproduktion (inkl. Käsereimilch) in dieser Periode. Regulierbedarf ist in der ganzen Schweiz und sowohl bei der Molkerei- wie auch bei der Käsereimilch vorhanden; insbesondere aufgrund von Absatzeinbussen im Inland und beim Export. Ab 1. Juni 2016 ist LactoFama AG nicht mehr aktiv am Markt. Die C-Milch wurde bei folgenden Unternehmen verarbeitet (Kilogramm):

- Emmi Schweiz AG: 43.4 Mio.
- Crème SA: 31.9 Mio.
- Hochdorf AG: 11.1 Mio.

Die aufgekaufte C-Milch entspricht einer MilCHFettmenge von ca. 4'369 Tonnen Butter. Das MilCHFett wird seit Februar 2016 laufend exportiert. In den nächsten zwei Monaten werden noch rund 1'000 Tonnen Butter aus „LactoFama-C-Milch“ zu exportieren sein.

LactoFama AG hat den Preis für C-Milch so festgelegt, dass die anvisierte Marktentlastung durchgeführt werden konnte, aber kaum ein Anreiz für eine Mehrproduktion besteht. Es resultierte für den Erstmilchkauf ein Milchpreis von unter 30 Rappen je Kilogramm. Gleichzeitig konnte durch frühzeitige Planung erreicht

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 53
lactofama@swissmilk.ch
www.lactofama.ch

Bankverbindung:
Berner Kantonalbank AG, 3001 Bern
Konto-Nr. 16.929.454.6.32
IBAN CH18 0079 0016 9294 5463 2

MWST-Nr.
CHE-435.655.758 MWST



swissmilk

C-Segmentierung ist 2016 wesentlich besser eingehalten!

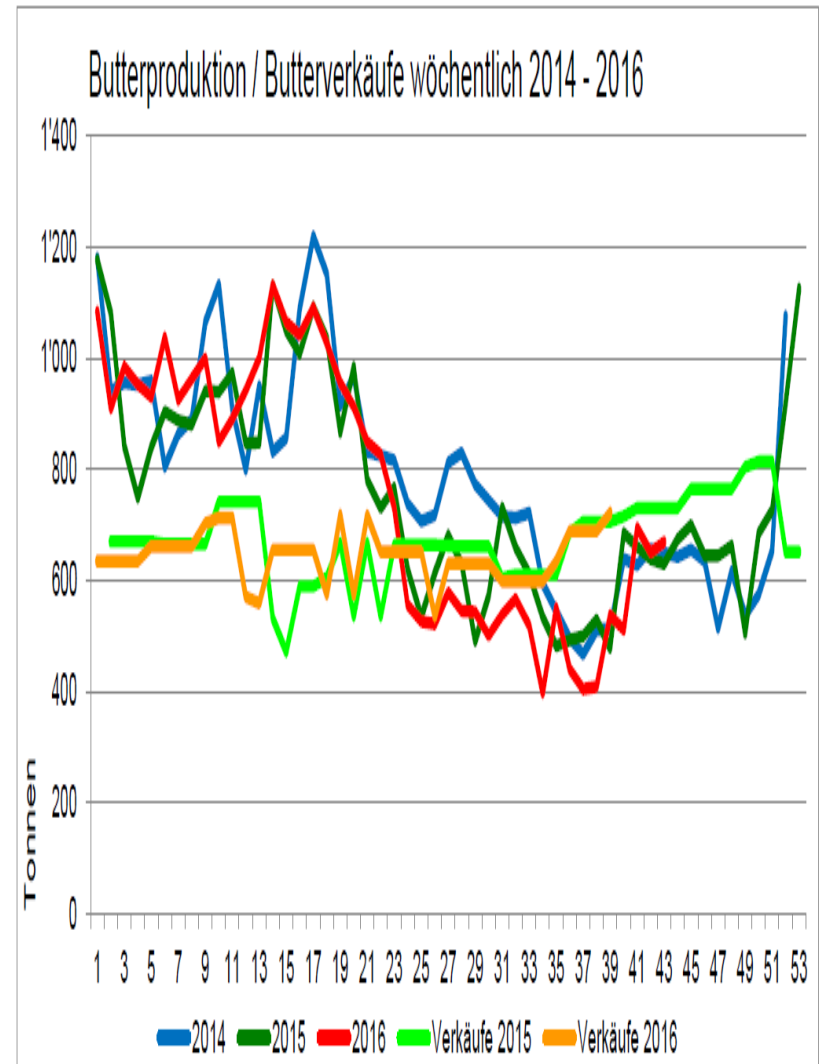
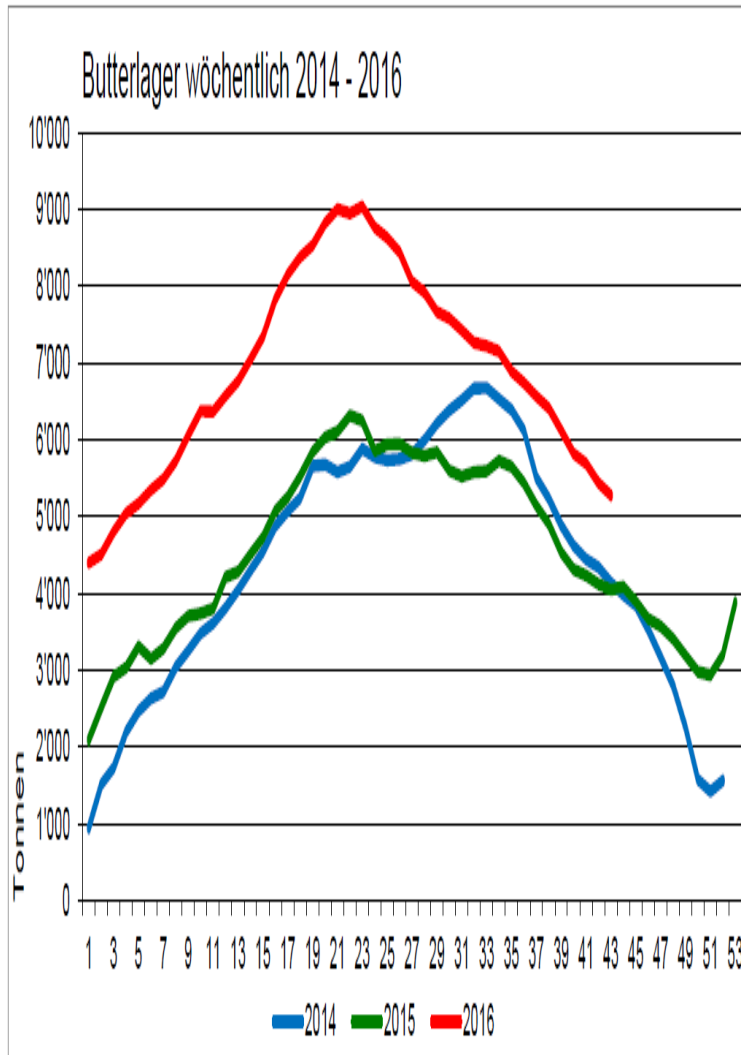
Monat	C-Milch	
	Erstmilchkauf	Verarbeitung*
Januar	6'063	6'333
Februar	10'002	14'502
März	17'017	21'624
April	22'438	24'879
Mai	20'288	23'481
Juni	6'003	5'025
Juli	2'863	708
August	1'209	682
September		
Oktober		
November		
Dezember		
Total kumuliert Jahr	85'884	97'235



Butterlager: kritische Grösse – Produktion??

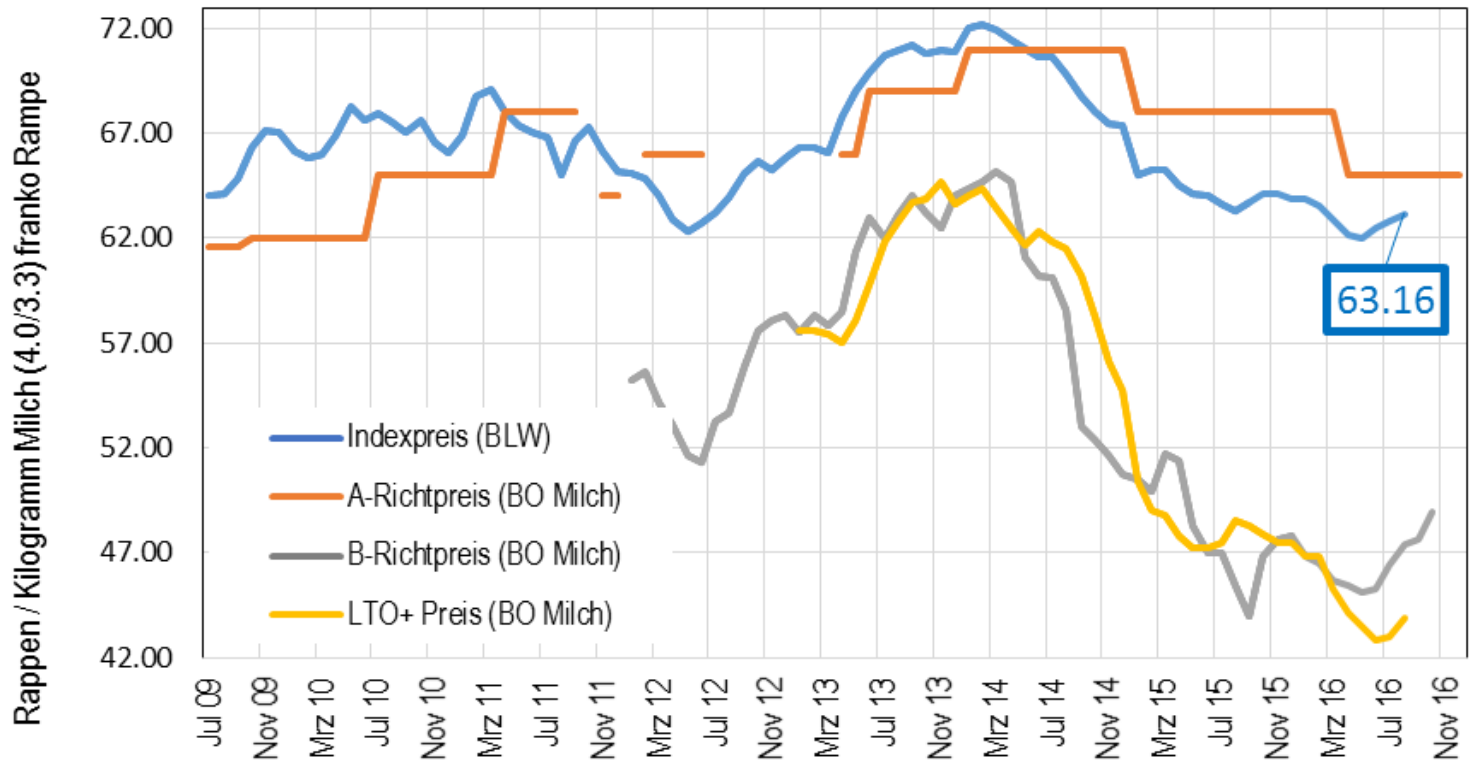


swissmilk



Perspektive A-Richtpreis?

Index und Richtpreise BO Milch



Marktstabilisierung 2017: Realität oder/und Zweckoptimismus?

Marktstabilisierung 2017 dem voraussichtlichen Marktbedarf angepasst

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

Im Weiteren geht für den SMP-Vorstand der Vorschlag im Sinne der kürzlich lancierten Vernehmlassung zur Umlagerung der Mittel aus dem heutigen Schoggigesetz in eine Milchzulage direkt an die Milchproduzenten grundsätzlich in die richtige Richtung. Korrekturen braucht es jedoch beim unzureichenden Budgetbetrag.

Der SMP-Vorstand geht für 2017 von einem tieferen saisonalen Regulierbedarf als in den Jahren 2014 bis 2016 aus. Die Hintergründe, welche zu dieser Einschätzung geführt haben, sind insbesondere:

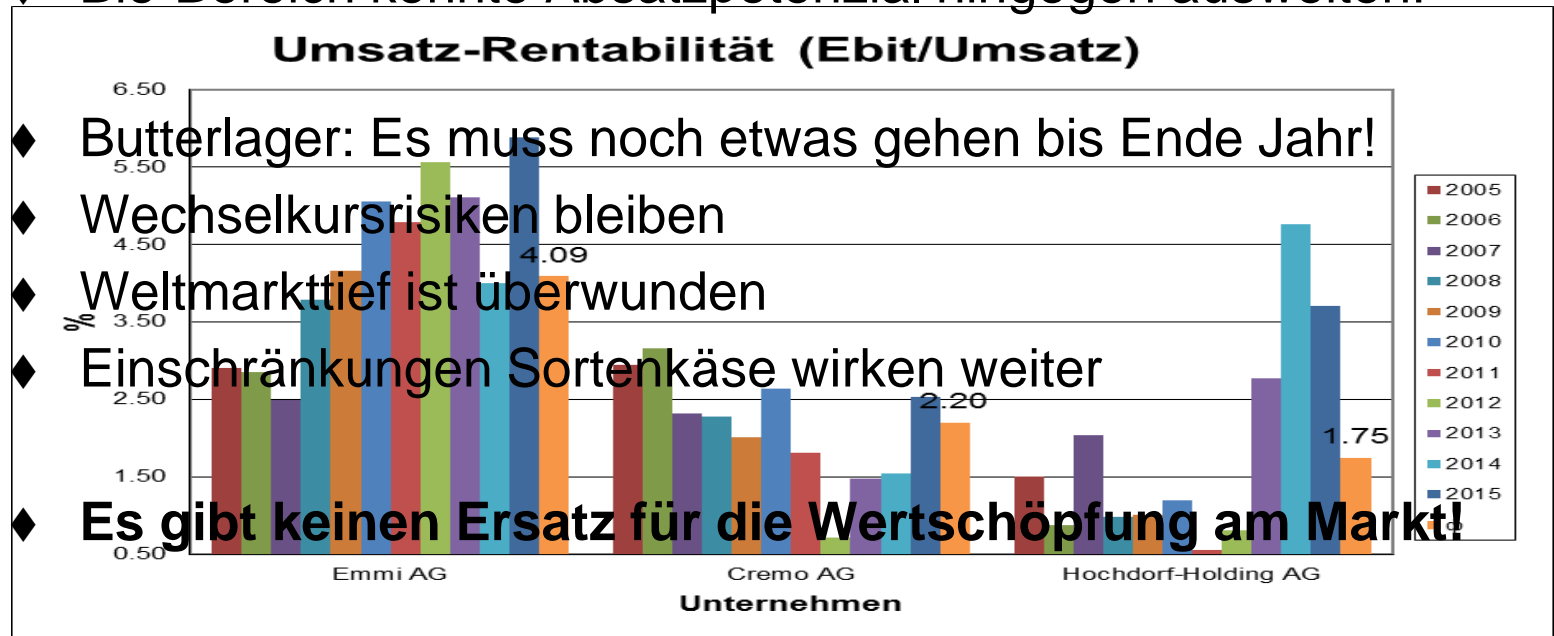
- Die preislichen Verbesserungen während der letzten Monate auf den internationalen Märkten aufgrund einer geringeren Angebotsmenge, insbesondere auch in der EU.
- Eine voraussichtlich tiefere Milchproduktion im Inland.
- Sehr geringe Planmengen an C-Milch für 2017 bei sehr bedeutenden Milchvermarktungsorganisation im Inland resp. ausreichend Verwertungsalternativen in anderen Segmenten.
- Die aktuellen Lagerzahlen enthalten noch gut 1'000 Tonnen Butter, welche für den Export bestimmt sind, so dass die ausgewiesenen Butterlager höher erscheinen, als sie effektiv sind.



swissmilk

Markteinschätzung: Bilanz 2016

- ◆ Absatzverluste (total): 1.0 bis 1.5 %
- ◆ Sinkende Milchproduktion: 0.5 bis 1 %
- ◆ Absatzverluste sind leicht grösser als Minderproduktion (ÖLN)
- ◆ Käserei- und Molkereimilch unterscheiden sich fundamental
- ◆ Bio-Bereich konnte Absatzpotenzial hingegen ausweiten!



- ◆ Butterlager: Es muss noch etwas gehen bis Ende Jahr!
- ◆ Wechselkursrisiken bleiben
- ◆ Weltmarkttief ist überwunden
- ◆ Einschränkungen Sortenkäse wirken weiter
- ◆ Es gibt keinen Ersatz für die Wertschöpfung am Markt!



- ◆ **Schlüsselfrage: Wie reagiert die EU auf bessere Preise?**

SMP-Infoveranstaltung: Agenda Dokumentation

Empfang, Kaffee & Butter-Gipfel	09:15	
Begrüssung Einführung ins Programm: Zukunft gestalten!	09.45	Hanspeter Kern
Ist der Milchmarkt aus dem Wellental? – Wohin geht die Entwicklung? Diskussion & Fragen	10.00	Reto Burkhardt Hanspeter Kern
Milchpolitik: Der Milchgipfel hat ein wichtiges Signal gesetzt! Diskussion & Fragen	10.35	Stephan Hagenbuch Hanspeter Kern
Pause von 10'	11.05	
Swissmilk – Die starke Marketingstimme als Antwort auf die wachsende Konkurrenz Diskussion & Fragen	11.15	Stefan Arnold Hanspeter Kern
Die Weichen sind gestellt – SMP geht gestärkt in die Zukunft	11.45	Hanspeter Kern
Apéro und Mittagessen	12.00	



Milchgipfel vom 27.5.2016: Resultate

Hohe politische Aktivitäten:

- ◆ Diverse parlamentarische Anfragen zur Milch und Milchgipfel
- ◆ Motion Nicolet: Milchmengensteuerung durch BO Milch?
- ◆ Standesinitiative Kt. JU: dito?

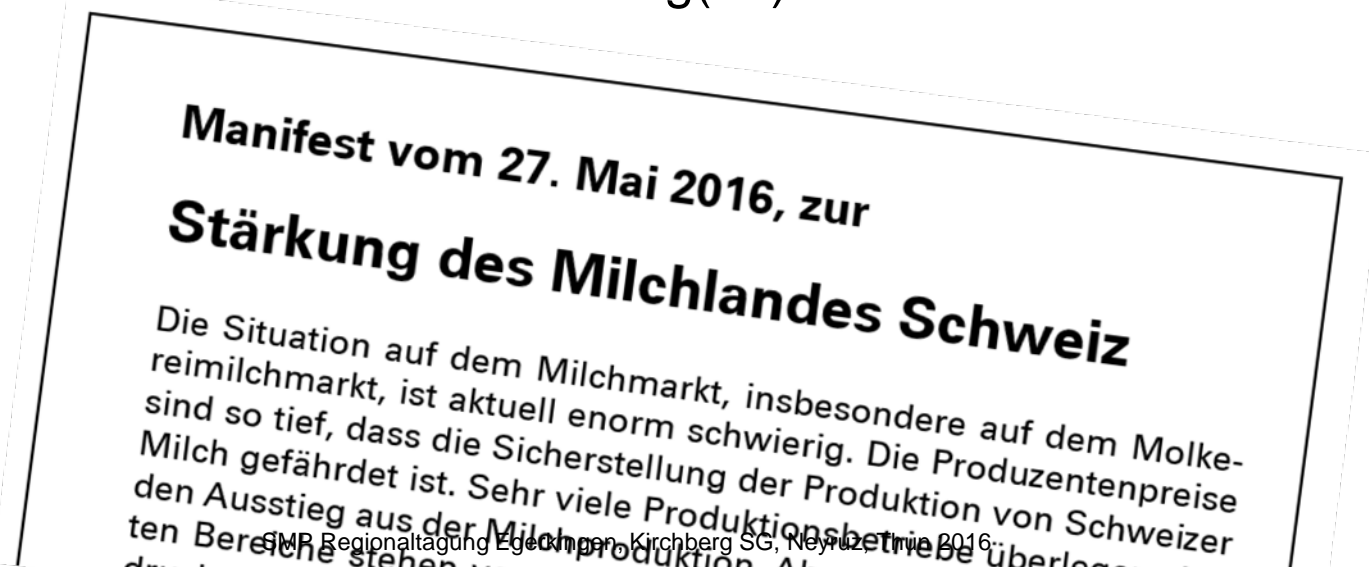
- ◆ Was kurzfristig machbar und mehrheitsfähig ist Art. 37 LwG
.....

- ◆ Mehr braucht Gesetzesänderung(en)....



swissmilk

7.-11.11.2016



Neue Vertragsgestaltung: Kompromiss zwischen Marktnähe und Sicherheit

Prospektive Zusicherung für Mengen und Preise:

- Spätestens am 20. für den Nachfolgemonat für A, B bekannt ab 1.1.2017
- Zweitmilchkauf immer in kg und C-Milch explizit freiwillig
- A und B sind jedoch ein Paket
- Alles in einem neuen BO Milch-Reglement vereinigt (Standardvertrag, Segmentierung, «Vorausschau»)
- a.o. DV der BO Milch am 16.11.2016
- Allgemeinverbindlichkeit nach Art. 37 LwG anstatt 9

Bessere Vertragsgrundlagen:

- Keine «Restgeld-Empfänger-Systeme» mehr
- Eine Regelung für alle Milchproduzenten (Käserei-, Molkerei)
- Preis- und Mengensicherheit versus Marktnähe = Kompromiss
- Bessere Vertragsgrundlagen relevant für ca. 20%.....
- Das ist aber keine «Mengenführung».....!



swissmilk

Direktzahlungen: Verstärkt auf Milchproduktion ausrichten

◆ Anpassungen auf **Verordnungsebene**:

- RAUS-Programm

- 2-stufige Ausgestaltung
- Berücksichtigung Einschränkungen / Aufwand Milchkühe
- Erhöhung der Beiträge

- GMF-Programm

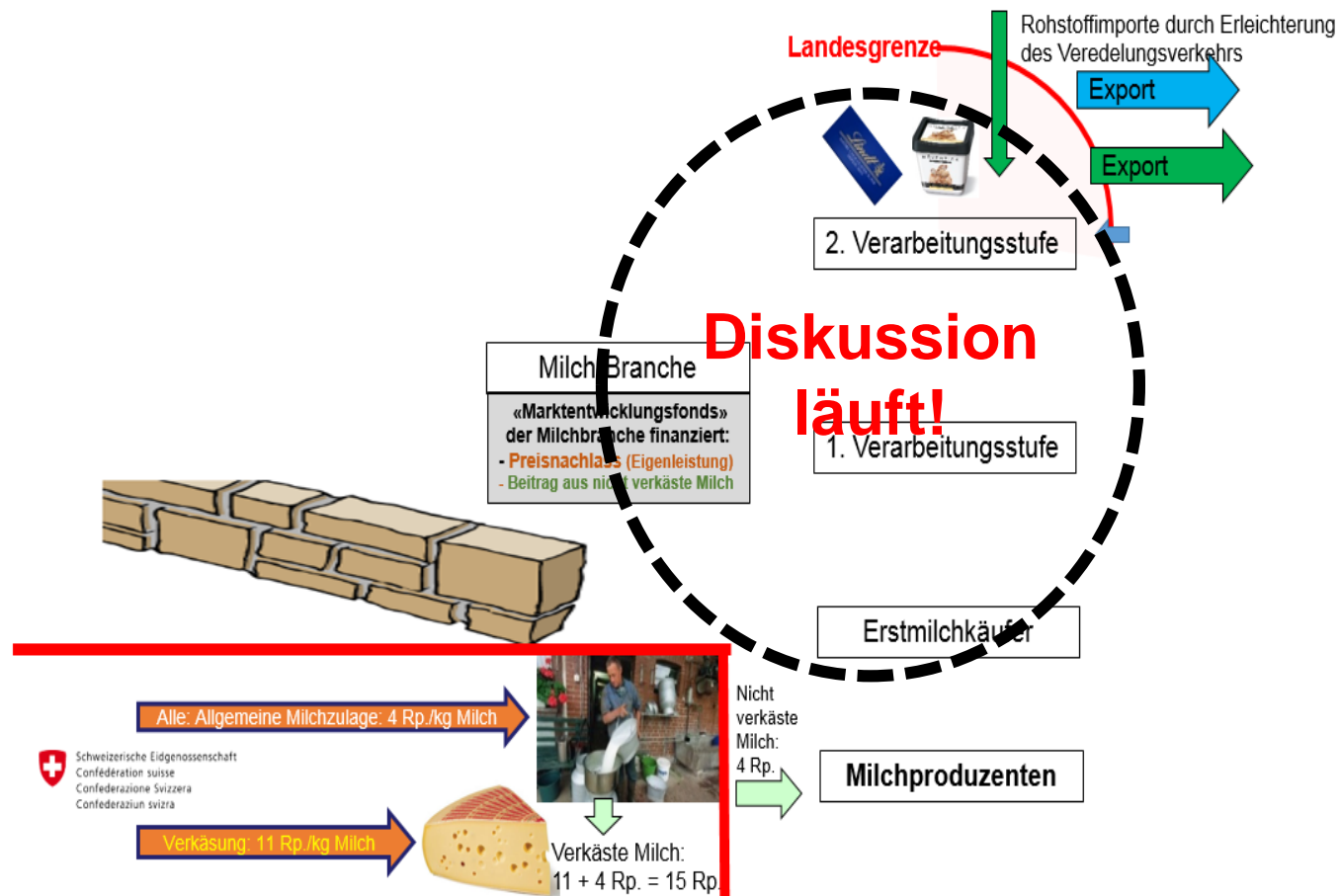
- Bessere Ausrichtung auf einheimisches Raufutter
- Reduktion Anteil "grasbasiert" in Ration (z.B. 60/65 %)
- Vereinfachungen

Finanzierung nicht zu Lasten Übergangsbeiträge



Nachfolgelösung «Schoggigesetz»: 4 Rappen gesetzlich verankern!

Ansatz privater Branchen-Fonds

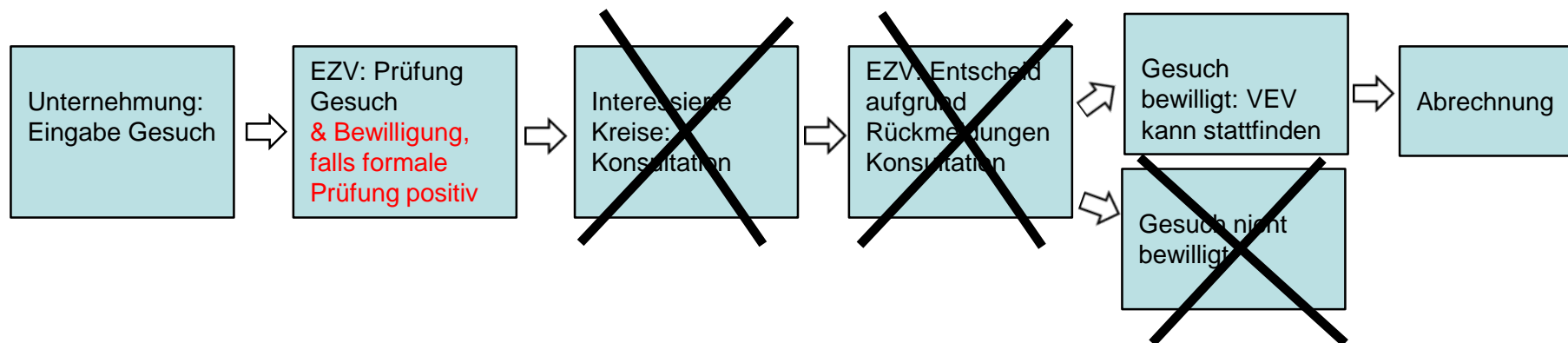


Nachfolgelösung zum «Schoggigesetz» ist für Milchproduzenten zentral

- ◆ WTO (19.12.2015) verbietet Erstattungen «Schoggigesetz» ab Ende 2020!
- ◆ Grundsätze SMP fest für eine Nachfolgelösung «Schoggigesetz»:
 - Mittel für «Milch» auf Basis 2015/2016 sichern.
 - Ratifizierung WTO-Abkommen gleichzeitig mit Etablierung neues «milchspezifisches» Instrument in LwG (Gesetzesanpassung zwingend).
 - Schaffung von «gebundenen» Ausgaben in LwG.
 - Umbauprozess ist Branchenaufgabe (BO Milch)
 - Möglichst gute Voraussetzungen schaffen, um Marktanteile zu halten.
- ◆ Vernehmlassung Gesetzesanpassung hat am 30.9.2016 gestartet (Frist: 19.1.2017) und Position SMP ist bekannt:
 - Art. 40 **Zulage für Verkehrsmilch** (Landwirtschaftsgesetz)
 - ¹ Für die Verkehrsmilch **richtet kann** der Bund den Produzentinnen und Produzenten eine Zulage ausrichten.
 - ² **Die Zulage beträgt 4 Rappen je Kilogramm Verkehrsmilch.** ~~Der Bundesrat legt die Höhe und der Zulage und die Voraussetzungen fest.~~
 - ³ **Der Bundesrat legt die Voraussetzungen und Bedingungen fest.**



Nachfolgelösung «Schoggigesetz»: Transparenz im Veredelungsverkehr!!



Mehrwertstrategie als Antwort auf die Herausforderungen

Projekt «Mehrwertstrategie» der BO Milch

- Antwort auf die sich abzeichnenden Veränderungen (WTO, TTIP und andere Abkommen zum Freihandel)
- Ziel: Mehrwert von Schweizer Milch generieren
- Argumente für Mehrwerte: GVO-freie Fütterung, Tierwohl, raufutterbetonte Fütterung, Lebensmittelsicherheit
- Unterscheidung der drei Märkte Inland, EU, Übersee
- Sommer 2016: Verifizieren und plausibilisieren der definierten Werte: Stimmt es und lässt es sich verkaufen?

Quelle: BO Milch



Mehrwertstrategie als Antwort auf die Herausforderungen

- **Ein Projekt der Milch-Branche:**
 - Marktfähige Differenzierungs-Kriterien ausarbeiten gegenüber Importprodukten und im Export
 - Branchenkonsens als Ziel = Signalwirkung
 - Zentraler Stellenwert des Detailhandels
 - Differenzierung findet primär in der Milchproduktion und z.T. in Verarbeitung statt
- **Agrarpolitischer Flankenschutz:**
 - Mitwirkung der Verwaltung ist trotzdem wichtig
 - Agrarpolitische Massnahmen müssen (später) Strategieumsetzung konkret unterstützen



Mehrwertstrategie: Beispiele Holland und CH

Sustainable

TARGETS PROGRAM SUSTAINABLE DAIRY CHAIN



Climate neutral development

20% less greenhouse gases and climate neutral growth
16% renewable energy
2% energy efficiency



Continues improvement of animal welfare

Responsible use of antibiotics
Prolong average age of cows with 6 months
Continues improvement of animal welfare scores



Maintain outdoor Grazing

Maintain at least level of outdoor grazing 2012



Maintain biodiversity and environment

100% sustainable soy
Development within environmental conditions of phosphate and ammonia
No net loss of biodiversity

DUURZAME ZUIVELKETEN



Market



Quality



MILCHMARKT

Online seit 10 Std.

Emmi verlangt BTS oder Raus

Die grösste Schweizer Milchverarbeiterin will bis 2020 ihre Milchproduzenten auf mehr Nachhaltigkeit trimmen. So müssen alle mit Anbindestall entweder einen Laufstall bauen oder beim Raus-Programm mitmachen. Was halten Sie von diesem Plan? Diskutieren Sie mit und stimmen Sie ab [...]



Vorzüge für CH-Milch und Milchprodukte



Swissness

Ab 1.1.2017 wird es konkret



Swissness:

Positiv für das Milchland Schweiz

Art. 48a Herkunftsangabe für Naturprodukte (Milch):

- d. andere aus Tieren gewonnene Erzeugnisse: **Ort der Haltung der Tiere**
⇒ CH + Zollanschlussgebiete, Grenzzonen, Freizonen Gex % Hochsavoyen (Art. 2 HasLV)

Art. 48a Herkunftsangabe für Naturprodukte (Milch):

- mind. 80 % der Rohstoffe aus der Schweiz
- **bei Milch und Milchprodukten 100% des Rohstoffes Milch aus der Schweiz**
- Verarbeitung, welche dem Lebensmittel seine wesentlichen Eigenschaften verliehen hat, erfolgt in der Schweiz

Bei der Berechnung angerechnet:

- Nur teilweise Naturprodukte mit SVG 20-49.9%
- Voll Naturprodukte mit SVG $\geq 50 \%$

Vor der Berechnung ausgeschlossen:

- Nicht in der CH produzierbare Naturprodukte
- Naturprodukte mit einem Selbstversorgungsgrad (SVG) $< 20 \%$
- Temporär nicht verfügbare Naturprodukte (Art. 8 HasLV)



Swissness – Haltung der SMP zu den Ausnahmeregelungen

Qualitätsausnahmen Swissness Milch:

- Mitwirkung in Kommission BO Milch für Ausnahmege-suche
- Anspruchsvoll, aber auch sehr interessant
- Gegen 40 Milchgesuche (!)
- Ausnahmen sind immer zeitlich begrenzt, Praxis entwickelt

Fazit aus den handfesten Erfahrungen:

- Diese Transparenz ist (sehr) hilfreich
- Das Schweizer-Kreuz hat ganz klar einen positiven Einfluss auf das CH-Milchproduktionsvolumen
- Es geht um den gesamten Werkplatz Schweiz
- Ausnahmen können auch aus Sicht der Milchproduzenten sinnvoll sein:
 - um Milchproduktionsvolumen in der Schweiz abzusichern
 - um eine Produktion in Schweiz aufzubauen
 - um evtl. Missbrauch zu verhindern
 - ...



swissmilk

Swissness – Haltung der SMP zu den Ausnahmeregelungen: **Zeit nun nutzen**



swissmilk

Politische Agenda und Forderungen

- Finanzielle Mittel des Bundes für die Landwirtschaft (Zahlungsrahmen, Budget, Stabilisierungsprogramm 2017-2019, Budget 2017)
- Finanzierung Milchprüfung 2016 und 2017
- Verlängerung Gentechmoratorium
- Vernehmlassung Umlagerung Schoggigesetz / WTO-Lex «Nairobi»
- VO «Swissness»
- ?

Herbst 2016

- Botschaft «Lex Schoggigesetz»
- AP 2017: Anforderungen und Beiträge GMF und RAUS, administrative Vereinfachungen in Landwirtschaft (15.7.2016)
- Absatzförderungspolitik Bund
- Vier Initiativen

2017, 2018ff.



swissmilk

Milchforum 2017 in Lausanne – 12 Tage Swissness – Erste Bilanz



SMP • PSL
Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte
Producers Svizzera da Latg



SWISS EXPO
Internationaler Rinderwettbewerb



BEAULIEU LAUSANNE
CENTRE DE CONGRÈS & D'EXPOSITIONS

Mehrwert mit Schweizer Milch & „Swissness“



SMP-Milchforum an der Swiss Expo in Lausanne, 12. Januar 2017

Programm:

Zeit	Thema	Referent	Ort (Rückseite)
09:00	Kaffee und Gipfeli		Foyer Berlin
09:30	Begrüssung & Einführung	Hanspeter Kern, Präsident SMP	Halle 3, Saal Rome
09:40	Schweizer Milch & Mehrwerte	Stefan Kohler, Geschäftsführer BO Milch	
10:00	Wir verkaufen Mehrwerte mit CH-Milch	Roland Frefel, Leiter Frischprodukte Coop	
10:20	12 Tage „Swissness“ im In- und Ausland	Christophe Cornu, CEO Nestlé Suisse	
10:40	Podium & Diskussion		
11:20	Schlusswort	Hanspeter Kern, Präsident SMP	
11:30	Offizielle Eröffnung Swiss Expo		
12:00	Apéro, 100% Suisse-Fondue		Restaurant



Finanzielle Mittel Bund – Der Zahlungsrahmen ist auf gutem Weg

Zahlungs- rahmen	Bundesrat 18.5.2016	Nationalrat 15.9.2016	WAK-S Oktober 2016
GV & SM	563	798	563
P & A	1'730	1'738	1747
DZ	10'985	11'256	11'250
Total	13'278	13'792	13'560

Quelle: BLW 2016



Finanzielle Mittel Bund – Absatzförderung und DZ unter Druck

Zahlungsrahmen/Kredite	2017	2018	2019	2020	2021
Grundlagenverbesserungen & Sozialmassnahmen	10.2	22.3	22.7	22.7	22.7
Investitionskredite	7.2	11.3	11.7	11.7	11.7
Beiträge für Strukturverbesserungen	3.0	11.0	11.0	11.0	11.0
Produktion und Absatz	2.5	2.5	5.0	5.0	5.0
Absatzförderung	2.5	2.5	5.0	5.0	5.0
Direktzahlungen	61.9	59.8	68.7	68.7	68.7
Versorgungssicherheitsbeiträge	40.0	40.0	40.0	40.0	40.0
Landschaftsqualitätsbeiträge	-	20.0	30.0	30.0	30.0
Übergangsbeiträge	21.9	-0.2	-1.3	-1.3	-1.3
Gesamtes Sparvolumen	74.6	84.6	96.3	96.3	96.3



Das Budget 2017 zielt auf die Versorgungssicherheitsbeiträge

Kredite/Zahlungsrahmen (in Mio. Fr.)	VA 2016	VA 2017	Veränderung	
			Mio. Fr.	%
Soziale Begleitmassnahmen	2.8	0.5	-2.3	-81.8
Beiträge für Strukturverbesserungen	99.0	96.0	-3.0	- 3.0
Investitionskredite	16.5	6.9	-9.6	-58.1
Pflanzen- und Tierzucht	38.6	38.6		
Beratungswesen	11.6	11.6		
Grundlagenverbesserungen und Sozialmassnahmen	168.5	153.6	-14.8	-8.8
Qualitäts- und Absatzförderung	67.5	67.5		
Milchwirtschaft	295.9	295.9		
Viehwirtschaft	12.5	12.5		
Pflanzenbau	67.7	67.7		
Produktion und Absatz	443.6	443.6	0.0	0.0
Versorgungssicherheitsbeiträge	1'095.0	1'056.0	-39.0	-3.6
Kulturlandschaftsbeiträge	505.0	530.0	25.0	5.0
Biodiversitätsbeiträge	400.0	400.0		
Landschaftsqualitätsbeiträge	130.0	150.0	20.0	15.4
Produktionssystembeiträge	455.0	464.0	9.0	2.0
Ressourceneffizienzbeiträge	45.0	65.0	20.0	44.4
Übergangsbeiträge	179.0	85.5	-93.5	-52.2
Direktzahlungen	2'809.0	2'750.5	-58.5	-2.1



Finanzielle Mittel Bund – Die ganze Optik für 2017 (Mio. CHF)

	Vorschlag Bundesrat	Forderung SBV	Plenum FiKo NR 9.-11. Nov.	Plenum FiKo SR 17. / 18. Nov.	SR und NR in Winter- session
Direktzahlungen	2750.5	2812.4			
Investitionskredite	7.0	7.0			
Strukturverbesserungen	96.0	96.0			
Qualitäts- und Absatzförderung	67.5	70.0			
Schoggi-Gesetz	67.9	94.6			



Vier Landwirtschaftsinitiativen (I)

	"Ernährungs- sicherheit"	"Fair Food"	"Ernährungs- souveränität"	"Hornkuh"
				
Initiativkomitee	SBV, Kantonale Bauernverbände, <u>bäuerliche Organisationen</u>	Grüne Partei Schweiz, linke und umweltorientierte Kreise	Uniterre (Bauern-gewerkschaft), Landwirte etc.	A. <u>Capaul</u> , IG <u>Hornkuh</u>
Eingereicht am	8.7.2014	26.11.2015	30.3.2016	23.3.2016
Unterschriften	147'812	105'540	108'680	119'626
Verfassungsartikel	BV Art. 104a; <u>UeBest. Art. 197</u> Ziff. 11	BV Art. 104a; <u>UeBest. Art. 197</u> Ziff. 12	BV Art. 104c; <u>UeBest. Art. 197</u> Ziff. 12	BV Art. 104 Abs. 3 Bst. b
Stand Geschäft	Parlamentarische Beratung	Ausarbeitung Botschaft	Ausarbeitung Botschaft	Ausarbeitung Botschaft
Haltung Bundesrat	Ablehnung	Ablehnung	Ablehnung	Ablehnung
Federführendes Departement	WBF	EDI	WBF	WBF

Quelle: BLW 2016



Die vier Initiativen: Die Haltung der

SMP: Achtung, die Halb-Finalpaarungen sind noch gar nicht bekannt!

	"Ernährungs- sicherheit"	"Fair Food"	"Ernährungs- souveränität"	"Hornkuh"
				
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> • Stärkung einheimische <u>Lebensmittelproduktion</u> • Kulturlandschutz • Geringer administrativer Aufwand • Rechts- und Investitions-sicherheit 	<ul style="list-style-type: none"> • CH-Standard Nachhaltigkeit für Importe • Marktvorteil für Produkte aus bäuerlicher Produktion, fairem Handel, regionaler und saisonaler Produktion • Verminderung lebensmittel-verschwendung 	<ul style="list-style-type: none"> • Vielfältige kleinbäuerliche Landwirtschaft • Regionale Versorgung • Kulturlandschutz • CH Standard Nachhaltigkeit für Importe • Faire Preise und Einkommen • GAV für <u>landw.</u> Angestellte • GVO-Verbot 	Finanzielle Förderung <u>behörnter</u> <ul style="list-style-type: none"> • Kühe • Zuchtstiere • Ziegen • Ziegenböcke
Quelle: BLW 2016				



swissmilk

Zustimmung, wenn
es zur Abstimmung
kommt.....

«Zurückhaltung»

«Zurückhaltung»

Nicht in Bundes -
verfassung!

Neuer Gegenvorschlag: Art. 104a

Ernährungssicherheit

Zur Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln schafft der Bund die Voraussetzungen für:

- a. die Sicherung der Grundlagen für die landwirtschaftliche Produktion, insbesondere des Kulturlandes;
- b. eine standortangepasste und ressourceneffiziente Lebensmittelproduktion;
- c. eine auf den Markt ausgerichtete Land- und Ernährungswirtschaft;
- d. grenzüberschreitende Handelsbeziehungen, die zur nachhaltigen Land- und Ernährungswirtschaft beitragen;
- e. Einen ressourcenschonenden Umgang mit Lebensmitteln.



SBV: Art. 104a Ernährungssicherheit

1. Der Bund stärkt die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln aus vielfältiger und nachhaltiger einheimischer Produktion; dazu trifft er wirksame Massnahmen, insbesondere gegen den Verlust von Kulturland einschliesslich der Sömmerungsfläche und zur Umsetzung einer Qualitätsstrategie.
2. Er sorgt dafür, dass der administrative Aufwand in der Landwirtschaft gering ist und die Rechtssicherheit und eine angemessene Investitionssicherheit gewährleistet sind.



Die politischen Herausforderungen bleiben!

- ◆ Der Milchgipfel hat viel ausgelöst, was jetzt und später zum Tragen kommt.
- ◆ Die neuen Regeln für Milchkaufverträge schöpfen die gesetzliche Basis aus und haben das System der «Restgeldempfänger» erledigt.
- ◆ Nachfolgelösung Schoggigesetz: Wir müssen geeint auftreten – horizontal und vertikal!
- ◆ Swissness hat bei der Milch Potenzial!
- ◆ Die Mittel für die Land- und Milchwirtschaft dürfen jetzt nicht gekürzt werden. Diese Mittel wurden nicht erhöht, sondern gekürzt!





Marketing für Milch & Milchprodukte

Stefan Arnold, Bereichsleiter Bereich Marketing SMP

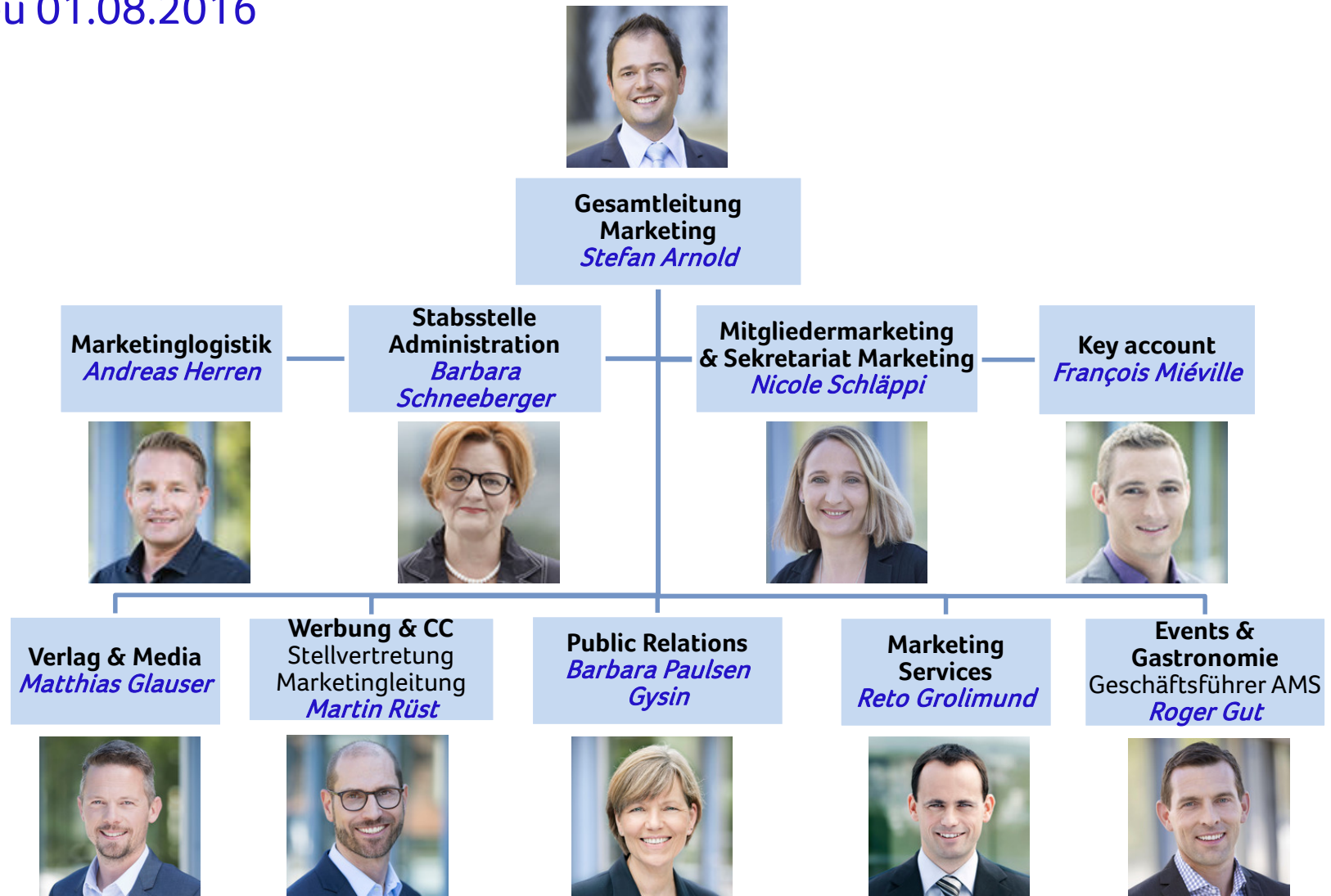
swiss**milk**

swissmilk



SMP Marketing-Team

neu 01.08.2016



Schweiz. Natürlich.



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.



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

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.



Schweiz. Natürlich.



swissmilk





Wer ist unsere Konkurrenz ?





Schweiz. Natürlich.



swissmilk

Pflanzendrinks: rasante Sortimentserweiterung


[Unsere Produkte](#) [Rezepte](#) [Pflanzenkraft](#) [Smoothie Maker](#)



Smoothies mit Alpro

So bunt wird der Sommer!

[JETZT SMOOTHIE KREIEREN >](#)



KOKOSNUSSDRINK UND KOKOSNUSSDRINK CHOCO

Unwiderstehlich lecker: Jetzt im To Go Format


[ZU DEN PRODUKTEN >](#)

REZEPT INSPIRATION

Sommerlicher Genuss

[LECKERE REZEPTE >](#)

Auf dieser Webseite werden Cookies eingesetzt. Einstellungen [ändern](#).





Schweiz. Natürlich.



swissmilk

Weltkonzerne mit Millionenbudgets

Geniessen
Sie beste
Pflanzenkraft!

Marken in Aktion bei Coop.
Dienstag 18. Oktober bis Samstag 29. Oktober 2016. Solange der Vorrat reicht.

20%
Auf Rama,
Lätta und
Becel



Profitez du
meilleur
des plantes!

Marques en action chez Coop.
Du mardi 18 octobre au samedi 29 octobre 2016. Dans la limite des stocks disponibles.

20%
Sur Rama,
Lätta et
Becel



Schweiz. Natürlich.



swiss**milk**

Migros verspricht 30% grösseres Sortiment an Vegi- und Veganprodukten

MIGROS

GENERATION M

THEMEN

VERSPRECHEN

NACHHALTIG LEBEN

NACHHALTIGE MIGROS

Wir versprechen, unser
zertifiziertes Vegi- und Vegan-
Sortiment bis 2017 um 30% zu
vergrössern.

Versprechen auf Kurs.

Soviel haben wir
bereits erreicht. Wir
haben unser
Sortiment um 19%
vergrössert.



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

Ausländische Produkte & Einkauf im Ausland



Grenzwache
Garde-frontière
guardia di confine

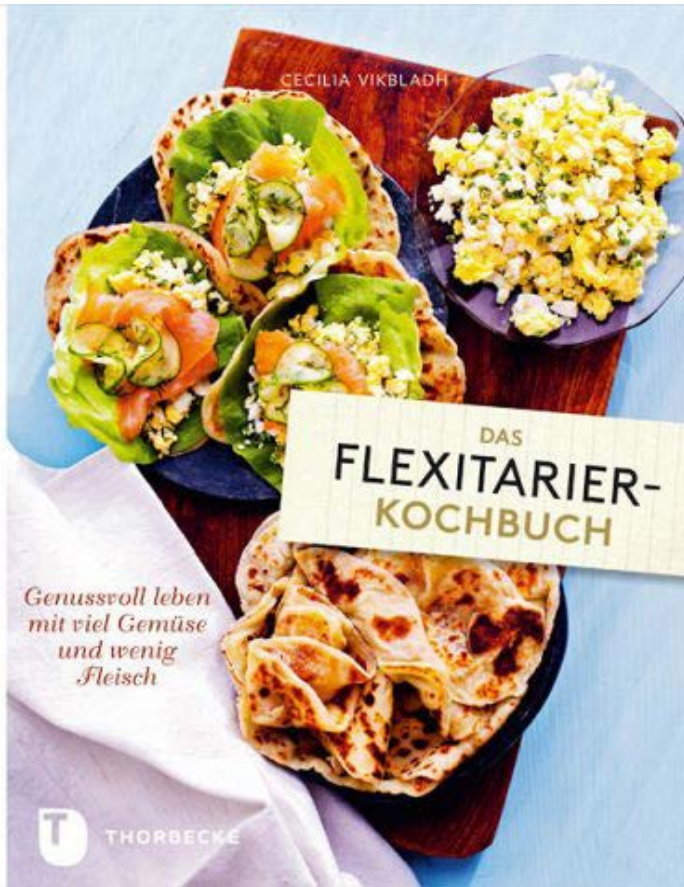


Schweiz. Natürlich.



swissmilk

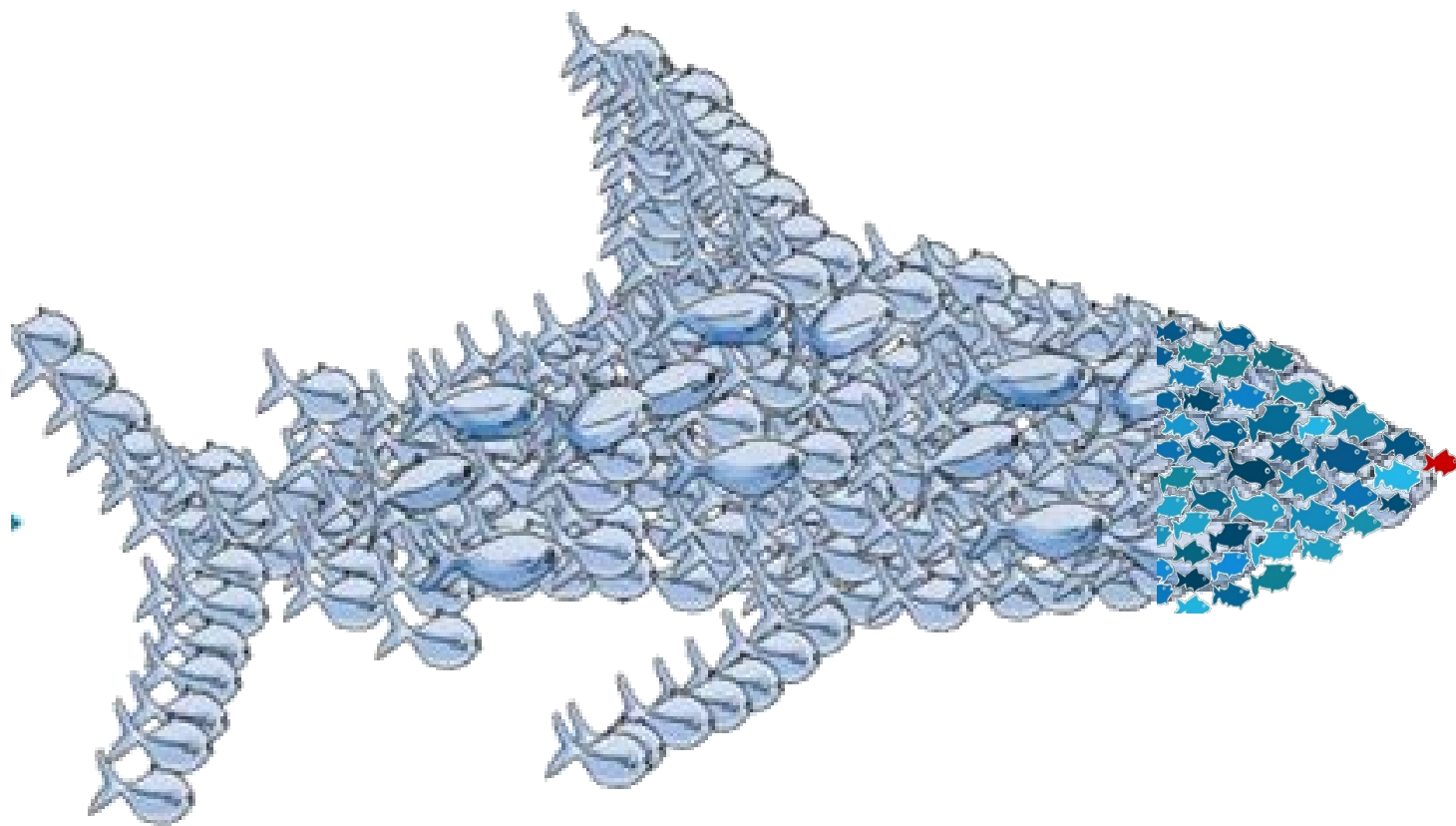
50% der Konsumenten bezeichnen sich selber als Flexitarier



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

**Nur mit gemeinsam starker
Marketingstimme können wir
dagegen antreten**



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Schweiz. Natürlich.



swissmilk

**LehrerIn, KindergärtnerIn
KleinkindererzieherIn**

**Mütterberatung
Ernährungsberater**



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Vom Gras ins Glas

Vielfältige, flexibel einsetzbare Materialien



Elektronisches Lernprogramm
für PC und Tablet

Lernposter und Kommentar
für Lehrpersonen



Schweiz. Natürlich.



swissmilk







Zeig uns, wie fit du bist.

Uploaden. Voten. Gewinnen!

Dein Einsatz ist gefragt! Lade dein Foto oder deinen Clip zum Thema «Zeig uns, wie fit du bist» hoch und gewinne Top-Preise. Oder du votest für deinen Lieblingsbeitrag und räumst mit etwas Glück einen Sofortpreis ab.



Wettbewerb: Lovely fordert dich heraus. Zeig uns, was du draufhast.

Pilotprojekt «Chochdoch» - kurzer Überblick

Herausforderung

Junge Menschen im Alter von 16 bis 25 Jahre zum Zeitpunkt der ersten Haushaltsgründung zum Kochen mit Schweizer Milchprodukten bewegen.



Lösung

Wir setzen auf Blogger aus der Zielgruppen als Mittler für unsere Botschaften und lancieren eine digitale Plattform, die in der passenden Tonalität zum Kochen motiviert, inspiriert und informiert.

Die Mittler: Unsere Bloggerinnen und Blogger via Casting gefunden



Mimi, 21 Jahre



Muriel, 25 Jahre



Silas, 24 Jahre



Eva, 22 Jahre

Pilotprojekt «Chochdoch» - Content Push / Traffic Pull

Die Blogger



CONTENT
PUSH

Die digitale Plattform
Motivierender Blog
Inspirierende Rezepte
Informatives Knowhow



PULL TRAFFIC

Die Inhalte

Rezeptvideos
Knowhow Videos
Story Artikel
Rezeptideen

Jeden zweiten Tag
einen Post im Blog

CONTENT
PUSH



Unsere Content-Push Kanäle

Pilotprojekt «Chochdoch» - Impressionen vom Testdreh







swiss
milk

Schweiz. Natürlich.



SUISSE
GARANTIE



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Viele weitere tolle Prämienartikel
unter www.swissmilk.ch



Schweiz. Natürlich.



swissmilk



Savourez des yogourts suisses, collectionnez des points et profitez

Collectionnez maintenant **les points de fidélité «Swiss milk inside»** et recevez des primes exclusives. Vous trouvez les points sur de nombreux yogourts suisses. Merci de choisir les yogourts suisses.

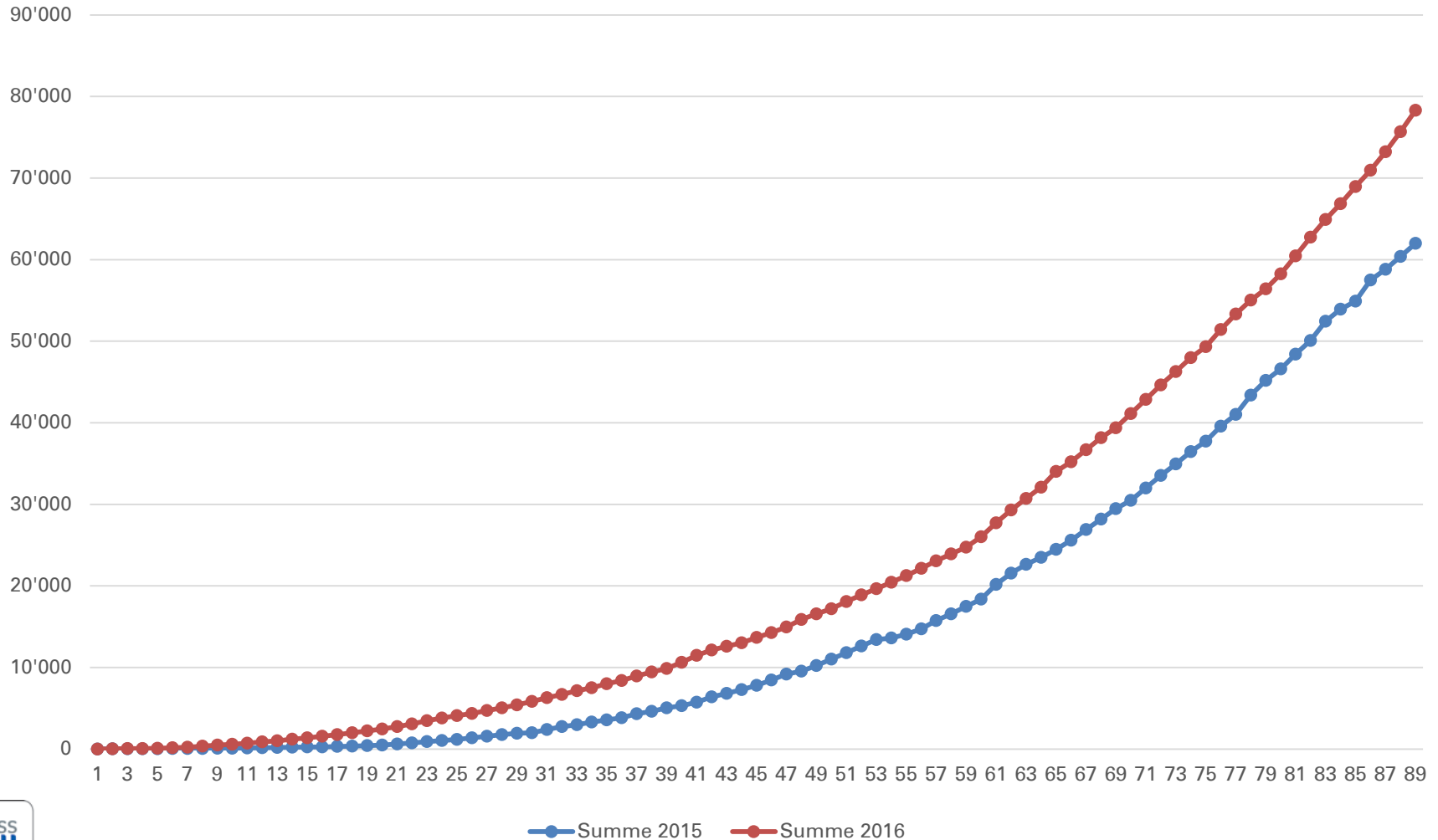
Éventail des primes, collecteur de points et informations par téléphone au 031 359 57 28 ou sur www.swissmilk.ch

Durée de la promotion: de fin juin à fin septembre 2016



Kurve Rücklauf / Summe Anzahl Prämien

Vergleich nach 89 Tagen



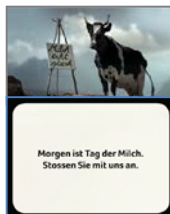
Schweiz. Natürlich.



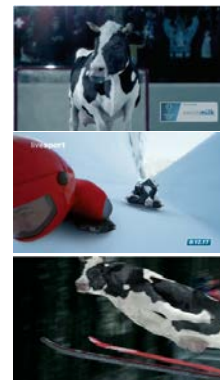
swissmilk

Planung 2016 - Jahresübersicht

Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
------	------	------	-------	-----	------	------	------	-------	------	------	------



1. August



Tag der Milch 16. 04.
TVC und Plakatkampagne



Fussball EM 2016 in Frankreich.
10.6.-10.7.16



Fussballsujet ab Mitte Juni



Muttertag 08.05.







swiss**milk**

Die Weichen sind gestellt -
SMP will gestärkt in die
Zukunft gehen



Schlussfolgerungen Markt

Absatz

- Weltbevölkerung steigt (9 Mia. 20??), aber was nicht verkauft wird, bringt keine Wertschöpfung!
Absatzförderung ist und bleibt zentral!
- Starker Franken hemmt den Export weiter
- Bio-Bereich hat weiterhin Potenzial im Absatz und ist preisstabiler

Produktion

- Mengen sind aktuell rückläufig, aber die Situation ist trügerisch
- Die Butterlager müssen noch abgebaut werden, sonst wird es ein schwieriger Start ins 2017



swissmilk

Schlussfolgerungen Politik – Mittel halten

Aktuell

- Mittel und Budgetpositionen halten (Zahlungsrahmen 18-21, Stabilisierungsrahmen 17-18, Budget 2017)
- Nachfolgelösung Schoggigesetz
- Umgestaltung der Direktzahlungen RAUS und GMF
- Agrarpaket 2017



Schlussfolgerungen Politik – Zukunft gestalten

Zukunft (mittel- bis langfristig)

- Agrarpolitik 22+ beginnt jetzt

Wichtige Punkte

- Stellenwert der Milchproduktion stärken
- Umgang mit sich zunehmend öffnenden Grenzen (Freihandelsabkommen wie TTIP)
- Gute Rahmenbedingungen für die Differenzierung gegenüber dem Ausland
- Gesellschaftlicher Druck bezüglich Klima, Energie, Tierwohl und Ernährungsgewohnheiten
- Der technische Fortschritt in der Milchproduktion ist sehr bedeutend



Schlussfolgerungen Marketing

Konkurrenz wächst

- Absatz bleibt im Fokus: Erfolgreiche Kampagnen wie SwissMilkInside weiter treiben
- Aufklärungsarbeit über Falschinformationen bleibt wichtiges Standbein
- Herkunft Schweiz noch mehr betonen

Konzentration auf die Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene

- Neue Wege werden begangen mit Chochdoch.ch, dem ersten Kochblog für Jugendliche in der Schweiz

