Geschäftsbericht 2019

Schweizer Milchproduzenten SMP

SMP · PSL

Inhalt

2 Mehrwerte positionieren die Schweizer Milch

4 Wirtschaft und Politik

7 Agrarpolitik

9 Marketing

12 Marktordnung

13 Marktlage und Milchverkauf

14 Milchproduktion

15 Milchverarbeitung

16 Käseproduktion

17 Delegiertenversammlung

18 Regionaltagungen

19 Vorstand

21 Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2019

26 Mitglieder der SMP

27 Zusammensetzung der Gremien

28 Organigramm der SMP

29 Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

Kontakt und Impressum

Mehrwerte positionieren die Schweizer Milch

2019 geht als Jahr der Einführung des Grünen Teppichs, von generell positiven Marktsignalen und stabilen bis festeren Preisen, in die Geschichte ein. Die Schweizer Milchproduzenten haben die Voraussetzungen genutzt, um sich intern optimal aufzustellen und sich mit verschiedenen Marktmassnahmen auf kommende politische Herausforderungen vorzubereiten.

Die SMP hat 2019 die interne Reorganisation, welche den Ursprung in einer fundierten Organisationsanalyse hat, abgeschlossen. Für die kommende Amtsperiode ist die Sitzverteilung im Vorstand neu festgelegt worden. Zudem hat der Vorstand die Rollenverteilung zwischen Vorstandsausschuss und sich selber neu geregelt. So wird der Vorstandsausschuss näher an die operativen Geschäfte der Geschäftsstelle herangeführt, womit er die Geschäfte des Vorstandes besser vorbereiten kann. Die entsprechenden Reglementsanpassungen dazu sind an der Delegiertenversammlung einstimmig angenommen worden.

Neben den internen Organisationsanpassungen stand im Reorganisationsprojekt auch die stete Maximierung des Organisationsgrads im Fokus. So ist mit dem «Verein Mittellandmilch» an der Delegiertenversammlung wieder ein neues Mitglied aufgenommen worden. Die neue Mitgliedsorganisation stärkt die Position der Emmi Direktlieferanten und der gesamten Milchwirtschaft.

«Schweizer Milch steht weltweit an der Spitze, mit einmaligen Produktionsstandards und positiven Imagewerten, die auf gelebter Tradition basieren». Die 2018 definierte SMP-Vision erweist sich 2019 als optimaler Rahmen für die strategische Steuerung der Interessenvertretung und des Milchmarketings.

Der Grüne Teppich – ein starkes Zeichen am Markt

Das letzte Jahr stand ganz im Zeichen des neuen «Branchenstandards Nachhaltige Schweizer Milch». Nachdem die Milchproduzenten an einer denkwürdigen Sitzung am 22. August 2018 der Branche den Vorschlag dazu gemacht haben, ist er am 13. August 2019 im Bundeshaus offiziell vorgestellt und am 1. September 2020 eingeführt worden.

Um dem Bedürfnis des Detailhandels zu entsprechen, hat die SMP mit «swissmilk green» eine Marke kreiert. Damit können Produkte aus Milch, welche alle Anforderungen des Branchenstandards erfüllt, ausgezeichnet werden. Die SMP hat die Marke Ende 2019 vertraglich an die BO Milch übertragen. Diese Marke muss gegenüber dem Konsumenten mit Inhalt gefüllt werden. So hat die SMP-Marketingabteilung die Basis-Milch-Kampagne auf den neuen Nachhaltigkeitsstandard ausgerichtet. Bereits sind erste ausgezeichnete Produkte im Handel.

Die SMP will auch den Milchproduzenten den Stellenwert des neuen Produktionsstandards aufzeigen. Das SMP-Milchforum hat die Frage «bringen Mehrwerte auch mehr Wert?» ins Zentrum gestellt. Unter Anwesenheit von 200 Entscheidungsträgern der Schweizer Milchwirtschaft und hochkarätigen auch internationalen Referenten ist aufgezeigt worden, dass der Grüne Teppich im internationalen Vergleich Vorbildcharakter hat, und dass er weltweit wohl der einzige Nachhaltigkeitsstandard ist, der dem Produzenten mit drei Rappen pro Kilogramm A-Molkereimilch abgegolten wird.

Mit der Marke «swissmilk green» werden Produkte ausgezeichnet, welche den «Branchenstandard Nachhaltige Schweizer Milch» erfüllen.

Die Umsetzung dieses Nachhaltigkeitszuschlages hat von Anfang an gut geklappt. In den ersten Monaten haben sich bereits rund 8'000 Produzenten angemeldet, die den Standard erfüllen. Es zeigt sich, dass auch praktisch alle Erstmilchkäufer mitmachen und den Zuschlag bezahlen. Dies ist möglich, weil im Detailhandel die Nachhaltigkeit zu einer Preiserhöhung geführt hat. Abgemacht war, dass auch verkäste Molkereimilch zuschlagsberechtigt ist und dass auch die Preise dieser Käse im Laden angehoben werden müssten. Diese Herausforderung bleibt auch im Jahr 2020 bestehen.

Stabile Produzentenpreise

Die Milchmengen sind 2019 um rund 1,6 % zurückgegangen. Mit dem Rückgang der Butterproduktion sind Ende Jahr die Butterlager praktisch aufgebraucht gewesen. Diese gute Situation hat es auch erlaubt, den Regulierfonds der BO Milch zu äufnen und den dafür vorgesehenen Abzug von 0.9 Rp./kg auszusetzen.

Diese gute Marktlage hat, zusammen mit weiteren Marktmassnahmen, dazu genutzt werden können, den A-Richtpreis Anfang Jahr stabil zu halten und nach der Einführung des Nachhaltigkeitszuschlages auf 71 Rappen pro Kilogramm zu erhöhen. Das SMP-Milchpreismonitoring zeigt, dass trotz zum Teil tieferen Anteilen an A-Milch die Produzentenpreise für Molkereimilch um durchschnittlich 0.9 Rappen pro Kilogramm erhöht worden sind.

Trotz Nachfrage nach Biomilch übersteigt die Produktion momentan den Absatz. Dies führt dazu, dass biologisch produzierte Milch deklassiert werden muss und umsteigenden Betrieben die Wartefrist verlängert wird.

Engagement für Tiergesundheit

Eine gute Tiergesundheit ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für einen gut geführten Milchproduktionsbetrieb. Die Datenlage ist aber noch zu klein. Darum unterstützt die SMP ein Projekt des Kälbergesundheitsdienstes KGD, welches einen Beitrag zur Verringerung des Antibiotikaeinsatzes leistet.

Weiter ist es der SMP ein Anliegen, dass die unterschiedlichen Anstrengungen zur Förderung der Tiergesundheit besser koordiniert werden. Sie engagiert sich bei der Bundesinitiative zur Bildung einer Tiergesundheitsplattform. Zusätzlich ist die SMP damit frühzeitig in die Erarbeitung künftiger Tiergesundheitsprogramme involviert.

Gewappnet für die politischen Herausforderungen

Bereits seit über zwei Jahren haben die Schweizer Milchproduzenten ihre Forderungen an die neue Agrarpolitik konsequent eingebracht. In zahlreichen Arbeitssitzungen hat die SMP ihre Bedürfnisse an die neue Agrarpolitik in den Prozess eingebracht.

Das im Herbst 2019 gewählte neue Parlament ist grüner, jünger, weiblicher und urbaner geworden. Dieses Parlament ist es auch, welches diese neue Agrarpolitik massgeblich gestalten wird. Vor diesem Hintergrund sind die Anstrengungen der Milchproduzenten zu mehr Nachhaltigkeit, mehr Tiergesundheit und ehrlicher Kommunikation noch höher einzuordnen. Mit der strategischen Stossrichtung haben sich die Schweizer Milchproduzenten proaktiv auf die Anforderungen der neuen Agrarpolitik und der anstehenden Volksinitiativen «Für sauberes Trinkwasser» und «gegen den Einsatz von Pestiziden in der Landwirtschaft» vorbereitet. Gleichzeitig ist deutlich spürbar, dass die gesamte Entstehung der AP22+ im Korsett dieser beiden und weiterer Landwirtschaftsinitiativen steht.

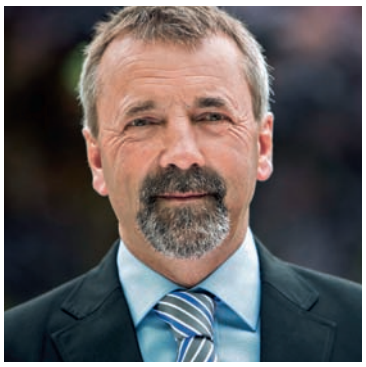
Schweizer Milch und Freihandel

Immer, wenn neue Freihandelsabkommen ausgehandelt werden, wird deutlich, dass Verhandlungspartner Interesse am Marktzugang für ihre landwirtschaftlichen Produkte haben. Es darf aber nicht sein, dass die einheimische Produktion durch importierte landwirtschaftliche Güter mit tieferen Anforderungen an die Nachhaltigkeit und Tierwohl konkurriert wird.

So haben die Schweizer Milchproduzenten Palmöl komplett aus dem Milchviehfutter verbannt, um der gesellschaftlichen Forderung gerecht zu werden. Das abgeschlossene Freihandelsabkommen mit Indonesien hat im Bereich der Palmölimporte Zugeständnisse mit geringen Anforderungen an die Nachhaltigkeit gemacht. Das Niveau ist allerdings bescheiden, verglichen mit den Anforderungen an die inländische Produktion.

Das 2019 teilweise ausgehandelte Abkommen mit den Mercosur-Staaten zeigt, dass für die Milchwirtschaft die gegenseitige Anerkennung von Ursprungsbezeichnungen eine zentrale Pendenz ist. Die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP wird auch hier sehr wachsam sein und ihre Position einbringen, um Verbesserungen zu erreichen.

Hanspeter Kern
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



Stephan Hagenbuch
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP

Wirtschaft und Politik

Der Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» bekommt 2019 «Hand und Fuss»: Der A-Richtpreis wird im September um 3 Rappen erhöht und im Herbst kommen erste Produkte mit der Marke «swissmilk green» in die Läden. Ein Freihhandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten rückt etwas näher.

Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch»
2019 beschäftigt die Milchproduzenten der Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch», der «Grüne Teppich», den sie im Vorjahr mit grossem Aufwand gemeinsam mit der Milchbranche auf die Beine gestellt haben.

Ab September plus 3 Rappen für A-Molkereimilch
Anfang April genehmigt der Vorstand der BO Milch zuhanden der Delegiertenversammlung die folgenden Anträge:

- Die Ziele, das Kontrollsystem und die Anforderungen auf Stufe Produktion, Erstmilchkauf, Verarbeitung und Kennzeichnung werden in einem Reglement integriert.
- Der Nachhaltigkeitszuschlag zugunsten der Produzenten wird im Reglement festgeschrieben. Er beträgt 3 Rappen für Molkereimilch im A-Segment. Dieser Zuschlag wird über das Richtpreissystem explizit abgebildet.
- Für Milchprodukte, welche den Branchenstandard erfüllen, wird eine Kennzeichnung mit den damit verbundenen Marketingmassnahmen geschaffen. Diese kann ab Sommer von den Marktakteuren verwendet werden.
- Der Nachhaltigkeitszuschlag wird ab dem 1. September ausbezahlt, weil dann erste gekennzeichnete Produkte in den Läden verfügbar sind.

Diese Vorschläge werden am 2. Mai von den Delegierten der BO Milch genehmigt. Sie beschliessen zudem, dass der Nachhaltigkeitszuschlag auch für Silomilch, welche zu Käse verarbeitet wird, ausbezahlt werden muss. Die Mehrheit spricht sich für eine strenge Regelung aus. Auch Bauern, deren Milch zu Käse wie Mozzarella oder Raclette für den Inlandmarkt verarbeitet wird, sollen den Nachhaltigkeitszuschlag erhalten.

Bis Ende 2019 haben sich 7'521 Milchproduzenten für die Produktion gemäss Branchenstandard angemeldet und die Anforderungen erfüllt.

Reglemente und Weisungen zum Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» sind auf der Homepage der BO Milch abrufbar (www.ip-lait.ch).

Grüner Teppich auch für Käsereimilch
Der in der BO Milch beschlossene Branchenstandard gilt formell nur für Molkereimilch. Anfang Jahr bringen die Käsereimilchproduzenten die Diskussion über den «Grünen Teppich» in die Sortenorganisationen. Dies vor allem aus folgenden Gründen:

- Um gegenüber der ausländischen Konkurrenz einen Mehrwert ausweisen zu können, müssen die Anforderungen an eine nachhaltige Milchproduktion für sämtliche Schweizer Milch gelten. Es ist nicht nachvollziehbar, wenn die Käsereimilch tiefere Anforderungen als Molkereimilch zu erfüllen hat.
- Zu Molkereimilchprodukten verarbeitete Überschussmilch und Rahm aus den Käsereien müssen den Standard erfüllen. Nach einer Übergangsfrist von vier Jahren soll sämtliche in der Schweiz produzierte Milch die Anforderungen des «Grünen Teppichs» erfüllen.

Charta und «swissmilk green»
Am 13. August 2019 unterzeichnen SMP-Präsident Hanspeter Kern und über 40 weitere Vertreter der Schweizer Milchwirtschaft im Bundeshaus die Charta für den Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch». Die Charta hält die Werte fest, für welche die Schweizer Milchwirtschaft jetzt und in Zukunft einsteht. Dazu zählen das Tierwohl, ein hoher Anteil Wiesenfutter, nachhaltige Milchverarbeitung sowie eine transparente Entschädigung der Bauern für ihre Leistungen im Zusammenhang mit der Produktion von nachhaltiger Milch. Die unterzeichnenden Organisationen verpflichten sich auch, diese Werte weiterzuentwickeln und damit Verantwortung für die Zukunft zu übernehmen.

Im «Café des Alpes» des Bundeshauses werden traditionell wichtige Entscheide zwischen Markt und Politik getroffen. Auch Bundespräsident Ueli Maurer wohnt dem Anlass bei und gratuliert in seiner Ansprache der Milchbranche zu diesem Schritt.

SMP-Präsident Hanspeter Kern, die Bundesräte Ueli Maurer und Guy Parmelin und BO Milch-Präsident und Ständerat Peter Hegglin stossen an auf die Einführung der Marke «swissmilk green» und den Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch».

Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten müssen den hohen Standard wahrnehmen und verstehen. Mit der neuen gemeinsamen Marke «swissmilk green» können ab dem 1. September Produkte, welche die Anforderungen des «Grünen Teppichs» erfüllen, ausgezeichnet werden. Um die Bekanntheit rasch zu steigern, integriert die SMP «swissmilk green» ab September in die Marketing Basiskampagne Schweizer Milch.

Damit ist ein Anfangsschritt getan, dem eine konsequente Umsetzung folgen muss, damit die Mehrwerte bekannt und auch am Markt honoriert werden.

Milchforum: Bringen Mehrwerte mehr Wert?

Am 20. September hat die SMP gemeinsam mit aaremilch AG ein Milchforum durchgeführt zum Thema «Differenzierung im internationalen Wettbewerb – bringen Mehrwerte mehr Werte?» Das Milchforum stellt eine Austauschplattform für die gesamte Wertschöpfungskette Milch dar. Dabei stehen die Position der Milchproduzenten und die Verbesserung ihrer Stellung im Fokus. Rund 200 Persönlichkeiten aus der ganzen Milchbranche haben sich über den Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» – den «Grünen Teppich» orientieren lassen.

Referenten Milchforum:

- Professorin Dr. Hiltrud Nieberg, Thünen Institut in Braunschweig
- Ständerat Peter Hegglin, Präsident der BO Milch
- Adrian Aebi, Vizedirektor BLW
- Lukas Barth, Leiter Milchbeschaffung ELSA
- Roland Frefel, Category Manager Coop Bern
- Hansueli Jungen, Milchproduzent und Vizepräsident aaremilch AG

Im internationalen Vergleich unumgänglich

Gemäss Peter Hegglin war der Weg zum «Grünen Teppich» nicht immer einfach. Umso stolzer sei er, dass er als Vertreter der gesamten Branche jetzt die von über 40 Organisationen unterzeichnete Charta präsentieren könne. Mit ihren Unterschriften bezeugen alle Marktakteure, dass sie ihre Verantwortung wahrnehmen wollen.

Dieses gemeinsame Vorgehen würdigt auch die deutsche Professorin Dr. Hiltrud Nieberg: «Fahren sie gemeinsam weiter und bleiben sie im Fahrersitz!», rät sie der anwesenden Milchbranche. Das sei der einzig gangbare Weg, um Erfolg zu haben, ohne dass einzelne Akteure negative Folgen zu tragen haben. Eine Auslegeordnung der internationalen Nachhaltigkeitsbestrebungen zeigt, dass die Schweiz im internationalen Vergleich nicht alleine, aber auf gutem Weg ist. Das Ausland bewegt sich auch. Deshalb ist es unumgänglich, dass der Standard in Zukunft weiter ausgebaut wird.

Peter Hegglin, Präsident der BO Milch, ist stolz, dass über 40 Organisationen die Charta für die Schweizer Milch unterzeichnet haben.

Der «Grüne Teppich» lässt sich verkaufen

Bei den Verhandlungen war lange offen, ob sich die Mehrwerte auch am Markt umsetzen lassen. Roland Frefel von Coop und Lukas Barth von der ELSA/Migros bestätigen beide, dass «die Kundinnen und Kunden bereit sind, einen Mehrpreis zu bezahlen, wenn ihnen Nachhaltigkeit in allen Dimensionen garantiert wird». Dazu müsse aber jetzt von allen Seiten in die Kommunikation der Inhalte des «Grünen Teppichs» investiert werden. Swissmilk hat deshalb die Kennzeichnung «swissmilk green» in die aktuelle Marketingkampagne integriert.

Der «Grüne Teppich» als gutes Beispiel

Adrian Aebi vom Bundesamt für Landwirtschaft begrüsst den neuen Standard und die Zusammenarbeit in der Branche sehr: «Die Agrarpolitik greift dort ein, wo am Markt für die vom Bund gewünschten Inhalte keine oder zu wenig Wertschöpfung erzielt werden kann». Mit der Förderung der Mehrwertstrategie erwarte der Bund solche Zusammenarbeiten auch in anderen Branchen und wolle diese motivieren, den Weg, den die Milch gegangen sei, auch zu gehen.

Gesicht der Schweizer Milchproduktion

Den Milchproduzenten ist bewusst: Die Konsumenten wollen nachhaltiger produzierte Milch und Milchprodukte. «Die Milchproduzenten wollen ihren Anteil an die Erfüllung dieser Erwartungen leisten, sind im Gegenzug aber auf eine angemessene Entschädigung angewiesen». Milchproduzent Hansueli Jungen aus Wimmis zeigt mit dieser Aussage eindrücklich, dass die Milchproduzenten nicht mehr viel Luft haben. Die Milchproduzenten müssen für zusätzliche Anforderungen an die Produktion fair entlöhnt werden.

Preise für Tränkekälber

Seit 2017 haben Geburtsbetriebe (ASR und SMP), Viehhandel und Mäster unter der Leitung des Schweizer Bauernverbands einen Richtpreis für Tränkekälber publiziert. Ebenfalls seit 2017 erhebt die SMP die realisierten Preise. Die Preismelder haben 2019 im Durchschnitt gegenüber den jeweiligen Richtpreisen für AA-Tränker 1.60 und für A-Tränker 0.80 Franken mehr erhalten.

Weil die Differenz seit 2017 immer weiter angewachsen ist und mit Viehhandel und Mästern unter der Leitung des SBV keine Einigung über einen gemeinsamen, marktbezogenen Richtpreis realisiert werden konnte, publizieren die ASR und SMP ab Januar 2020 eine eigene Preisempfehlung. Es gibt keinen Einheitspreis auf dem tiefsten Niveau. Die SMP ist überzeugt, mit einem AA- und A-Richtpreis, welcher der Realität möglichst genau entspricht, den Geburtsbetrieben einen guten Anhaltspunkt für den Verkauf der Tränkekälber liefern zu können.

Internationale Abkommen

Die Verhandlungen für ein Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten sind am 23. August in der Substanz abgeschlossen worden. Die Verträge sind bis Ende 2019 noch nicht bereinigt und unterzeichnet worden.

Im Herbst hat die SMP eine Zwischenbilanz gezogen:

- Die übrige Wirtschaft erhält sehr bedeutende Zollkonzessionen von rund 180 Millionen Franken.
- Der Käse-Marktzugang von 990 Tonnen ist etwas mager.
- Konzessionen beim Fleisch haben geringe reale Auswirkungen.
- Konzessionen bei der Butter von 100 Tonnen bedeuten einen Marktanteilsverlust und ein Präjudiz.
- Das Schutzkonzept für die Ursprungsbezeichnungen AOP/IGP ist nicht effektiv und nicht vergleichbar mit dem Status quo gegenüber der EU.
- Der Fokus der Diskussionen liegt nicht bei der Landwirtschaft.

Die Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten sind 2019 in der Substanz abgeschlossen worden. Der Vertragsabschluss ist allerdings noch offen.

Agrarpolitik

Mit der Ausgestaltung der Agrarpolitik 2022+ werden die Weichen für die Zukunft gestellt. Mit ihren Forderungen im Rahmen der Vernehmlassung sind die Milchproduzenten teilweise erfolgreich gewesen. Der Weg zu einer guten AP 2022+ ist allerdings noch weit.

Agrarpolitik 2022+: Vernehmlassung

Die Milchproduktion ist in der Schweiz mit der AP 2014–17 durch die Politik deutlich geschwächt und gegenüber anderen Produktionsrichtungen schlechter gestellt worden. Dies, obwohl Milch in der Schweiz standortgerecht und im europäischen Umfeld am wettbewerbsfähigsten ist. Das will die SMP mit der Publikation ihrer Position in der Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2022+ Ende Januar korrigieren.

Arbeit stärker gewichten

Die Milchproduzenten unterstützen eine tiefere Gewichtung der flächenbezogenen Direktzahlungen und eine höhere Alimentierung der Produktionssystembeiträge über Programme wie RAUS, BTS, GMF und Tiergesundheit. Positiv zu werten ist, dass die eingesetzten Mittel für Direktzahlungen im Wesentlichen unverändert bleiben. Entscheidend ist nun, dass die bestehenden und neuen Produktionssystembeiträge in Zukunft so ausgestaltet werden, dass die in diesen Programmen erbrachten Leistungen der Milchproduzenten aufwandgerecht abgegolten werden. Die heutige Situation zeigt für die Milchproduzenten dringenden Handlungsbedarf.

Verkäsungs- und Siloverzichtszulage nicht verändern

Die vom Bundesrat vorgeschlagene Senkung der Verkäsungszulage lehnen die Milchproduzenten entschieden ab. Das würde unweigerlich zu einer flächendeckenden Milchpreissenkung von 2 Rappen führen, was einer Wertschöpfungsvernichtung in der Höhe von 70 Millionen Franken entspricht.

Die SMP lehnt den Vorschlag ab, die Siloverzichtszulage auch auszurichten, wenn die Milch nicht zu Rohmilchkäse verwertet wird. Das führt zu falschen Anreizen auf dem Markt und fördert ein Angebot, das keine Nachfrage hat.

Förderung von Schweizer Raufutter

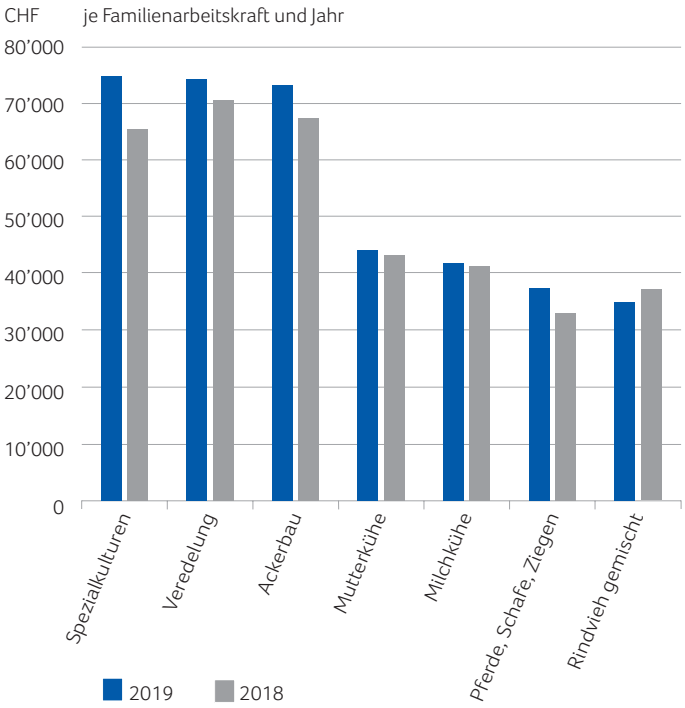
Der Bundesrat will mit der neuen Agrarpolitik die Stärken der Schweizer Landwirtschaft stärken. Eine der ganz grossen Stärken ist die Verfügbarkeit und der Einsatz von einheimischem Raufutter. Die Schweizer Milchproduzenten sind erstaunt, dass diese Stärke, ein entscheidendes Differenzierungsargument gegenüber dem Ausland, nicht gefördert wird. Sie fordern deshalb, dass diesem Umstand, zum Beispiel bei der Ausgestaltung des GMF-Programms, Rechnung getragen wird.

Finanzrahmen unverändert

Positiv bewertet die SMP, dass der zukünftige Zahlungsrahmen (2022 – 2025) für die gesamte Landwirtschaft auf dem heutigen Stand bleiben soll, die Milchprüfung wieder direkt an die Landwirtschaft gekoppelt und die neu eingeführte Ausrichtung der Absatzförderung beibehalten wird, und dass die Vorsorgeleistungen für Familienarbeitskräfte grundsätzlich verbessert werden sollen.

Weiter spricht sich die SMP für eine Verschärfung der Ausbildungsanforderungen beim Bezug von Direktzahlungen aus und fordert den Bundesrat auf, konkrete Zielsetzungen zur Rolle des Bundes bei der Digitalisierung in der Landwirtschaft im Sinne der administrativen Vereinfachung zu formulieren.

Arbeitsverdienst Landwirtschaft Schweiz



Arbeitsverdienst: Spezialkulturen, Veredelung und Ackerbau stehen im Vergleich zur Tierhaltung deutlich besser da. Obwohl die Milch in der Schweiz sehr standortgerecht ist, schlägt sich das im Mittel weder im wirtschaftlichen Ergebnis noch im Arbeitsverdienst nieder. Deshalb ist es nun sehr entscheidend, wie die agrarpolitischen Weichen gestellt werden.

Daten: Agroscope

Agrarpolitik 2022+: Bericht zur Vernehmlassung
Der Bundesrat veröffentlicht am 21. August 2019 den Bericht über die Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2022+. Einige zentrale Anliegen der Milchproduzenten sind im Bericht bestätigt und werden voraussichtlich in die neue Agrarpolitik aufgenommen:

- Produktionssystembeiträge: Für die SMP ist es wichtig, dass die Umlagerung hin zu den Produktionssystembeiträgen ein zentraler Punkt bleibt. Das wird im Bericht bestätigt. Die Details der Umlagerung sind aber noch unklar.
- Neue Direktzahlungsbezüger sollen höhere Ausbildungsanforderungen einhalten müssen, was die SMP befürwortet hat.
- Verkäsungszulage: Der Bundesrat nimmt im Bericht ausdrücklich Abschied von der Idee, die Verkäsungszulage zu kürzen.

Die Milchproduzenten haben sich in der Vernehmlassung erfolgreich gegen eine Senkung der Verkäsungszulage gewehrt.

- Inlandleistungen beim Fleisch: Ebenfalls positiv ist zu werten, dass die Forderung der SMP aufgenommen worden ist, die obligatorischen Inlandleistungen bei der Vergabe von Importkontingenten für Fleisch beizubehalten.
- Soziale Absicherung: Den Schweizer Milchproduzenten war es ein Anliegen, dass Familienarbeitskräfte besser abgesichert werden. Auch dieses Anliegen ist aufgenommen worden.
- Freihandel: Die Milchproduzenten haben bereits in der Gesamtschau Landwirtschaft gefordert, kein Präjudiz für allfällige Freihandelsabkommen zu schaffen. Daher ist es positiv zu werten, dass dieses Thema in der Agrarpolitik nicht mehr aufgenommen wird. Dies erlaubt den Milchproduzenten, ihre Position bei zukünftigen Verhandlungen für Freihandelsabkommen jeweils anzupassen.

Keine administrativen Vereinfachungen
Vom Ziel der administrativen Vereinfachung ist im vorliegenden Bericht nichts zu sehen. Dieses Anliegen der gesamten Landwirtschaft muss noch nachgebessert werden.

Einfluss der Agrarinitiativen
In der Agrarpolitik 2022+ ist ein ganzes Paket mit Massnahmen vorgesehen, welches als Antwort auf die Forderung der Trinkwasserinitiative angesehen werden kann. Dies betrifft Milchbetriebe mit Ackerbau oder Spezialkulturen. Die Massnahmen sollen den Einsatz von gefährlichen Pflanzenschutzmitteln reduzieren und damit Oberflächengewässer und Grundwasser schützen. Gemäss Vernehmlassungsbericht bleiben diese Massnahmen Teil der neuen Agrarpolitik. Zusätzlich soll die Landwirtschaft mit weiteren noch unklaren Massnahmen mehr zur Erreichung der Schweizer Klimaziele beitragen und Nährstoffverluste sollen zusätzlich vermieden werden. Zudem wird das Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) beauftragt zu prüfen, ob es gesetzliche Vorgaben zur Reduktion des Einsatzes von Pflanzenschutzmitteln braucht.

Bundesfinanzen: Budget 2020 wie im Vorjahr
Das Bundesbudget ist zum zweiten Mal in Folge dem Parlament ohne Kürzungsanträge im Bereich Milchwirtschaft vorgelegt worden. Die SMP hat das mit Befriedigung zur Kenntnis genommen.

Stellungnahmen 2019
Alle Stellungnahmen sind zu finden auf www.swissmilk.ch/Milchproduzenten:

- Agrarpolitik 2022+, 28. Januar 2019
- Änderung der Agrareinfuhrverordnung, 3. Mai 2019
- Luftreinhalte-Verordnung (LRV), 20. Mai 2019
- Verordnung über die Unterstützung der Tiergesundheitsdienste, 20. Mai 2019
- Änderungen des Lebensmittelrechts, 22. August 2019

Marketing

Herkunft, Gesundheit, Genuss: Dies sind die drei Säulen der Marketingstrategie und der Kommunikation 2018+. Auch im letzten Jahr hat Swissmilk ihre Aktivitäten auf diese drei Schwerpunkte ausgerichtet. Etwa mit «swissmilk green» (Herkunft), Botschaften rund um den Laufsport (Gesundheit) und dem grössten Online-Kochbuch der Schweiz, eben swissmilk.ch/rezepte (Genuss).

Logo, Werbemassnahmen, Webauftritt, Marktbeobachtung am Verkaufspunkt, Unterstützung bei der Launch-Medienkonferenz: Für das Basismarketing haben sich rund um den Start von «swissmilk green» verschiedenste Tätigkeitsfelder eröffnet. Die SMP hat «swissmilk green» in die Basiskommunikation integriert. Vorgestellt wurde die Marke zum grünen Teppich an einer Medienkonferenz im Bundeshaus am 13. August. Mit der feierlichen Einweihung durch den Bundespräsidenten Ueli Maurer und wichtige Vertreter der gesamten Milch-Branche wahrlich ein besonderer Moment. Eigentlicher Starttermin war anschliessend der 1. September. Besonders ab dem Sommer haben die Vorbereitung und danach die Begleitung von «swissmilk green» einen wichtigen Stellenwert eingenommen. Das Thema rund um die nachhaltige Milchproduktion kann in der Marketingstrategie 2018+ unter dem Begriff Herkunft, eine der drei inhaltlichen Säulen, subsummiert werden.

Das Logo von «swissmilk green» vereint Swissness (Rot), Milch (Weiss) und Nachhaltigkeit (Grün).

Sorgfältig geprüftes Logo

Hauptaufgabe für Swissmilk ist es dabei, «swissmilk green» gegenüber den Konsumenten inhaltlich stark zu positionieren. Um dies zu ermöglichen, musste zunächst das Erscheinungsbild konzipiert werden. Aus mehr als einem Dutzend Entwürfen wurde das Logo mit drei Farbkomponenten ausgewählt: Rot (das für die Schweiz steht), Weiss (Milch) und Grün (Nachhaltigkeit). Entwickelt wurden dasselbe sowie weitere Massnahmen auf eigene Kosten der SMP. Die Auswahl durch die BOM erfolgte gestützt durch Befragungen, welche die Swissmilk-Marktforschung bei Konsumenten durchgeführt hatte. Begleitet wird das Logo durch fünf Piktogramme, welche die einzelnen Anforderungsbereiche des Standards symbolisieren. Im werbenden Umfeld wurde «swissmilk green» in der zweiten Jahreshälfte 2019 in bekannte Umsetzungen integriert. So wurden bewährte Spots (z.B. die Variante «clean») neu produziert und mit dem Logo versehen ausgestrahlt. Wie die Inhalte des neuen nachhaltigen Branchenstandards dem Endkonsumenten vermittelt werden können, war auch die Frage, die sich das redaktionelle Team stellte: Es schrieb die Inhalte, die über www.swissmilk.ch/green hauptsächliche Informationsquelle für die Verbraucher sein sollen.

Zum Auftrag der Marktforschung gehört auch die Überprüfung der Umsetzung und Bekanntheit von «swissmilk green» an den Verkaufspunkten und mit Konsumentenbefragungen.

Die fünf Piktogramme stehen für die einzelnen Anforderungsbereiche von «swissmilk green»: Tierwohl, Fütterung, Biodiversität, Klima/Energie und Bildung/Soziales.

Die Kampagne mit Charles Nguela brachte wieder mehr Humor in die Welt von Lovely – wobei die Kuh weiterhin einfach Kuh sein durfte.

Viel Akzeptanz für Lovely und Charles

Im Frühling 2019 wurde eine weitere Basiskampagne für Schweizer Milch und Milchprodukte lanciert. Das Sujet mit Kuh Lovely im Kühlschrank von Comedian Charles Nguela wurde vom Publikum sehr positiv angenommen. Beim zentralen Leistungsindikator Akzeptanz zeigt sich: 82 Prozent der Befragten zeigen sich vom Spot mindestens angesprochen (37 % sehr angesprochen, 45 % angesprochen).

Schweizer Milch als «Recovery Drink» an Stadtläufen

Der Laufsport in der Schweiz boomt – die wichtigsten Veranstaltungen melden regelmässig neue Teilnehmerrekorde. Weitere Trends: Immer mehr Frauen rennen mit, und im Schnitt geht das Durchschnittsalter zurück. Umfragen Ende 2018 haben jedoch auch ergeben, dass ein Grossteil der Läuferinnen und Läufer nicht weiss, dass (Schokoladen-)Milch ein hervorragender «Recovery Drink» ist. Nicht zuletzt deshalb hat Swissmilk 2019 das Engagement bei den Läufen ausgebaut, ein Engagement, das damit dem strategischen Kernbereich Gesundheit zuzurechnen ist. Als Partner präsent war Swissmilk beim Zürcher Silvesterlauf, bei der Genfer Escalade und beim Basler Stadtlauf – nächstes Jahr kommen die 20 km von Lausanne hinzu. Allesamt Anlässe in grossen Städten also, mit denen eine urbane Bevölkerung – eine der Hauptzielgruppen – abgeholt werden kann. Wer den Lauf beendet, erhält als Präsent einen Schokoladenmilch-Proteindrink überreicht – versehen mit den entsprechenden Botschaften. Ein Stand-Auftritt mit Ausschank von Milchgetränken und ein Wettbewerb ergänzten die Massnahme.

Bei den Laufsport-Events (hier in Genf) steht die Botschaft von der Schokoladenmilch als hervorragendem Recovery Drink im Mittelpunkt.

Mehr Platz für Geschichten

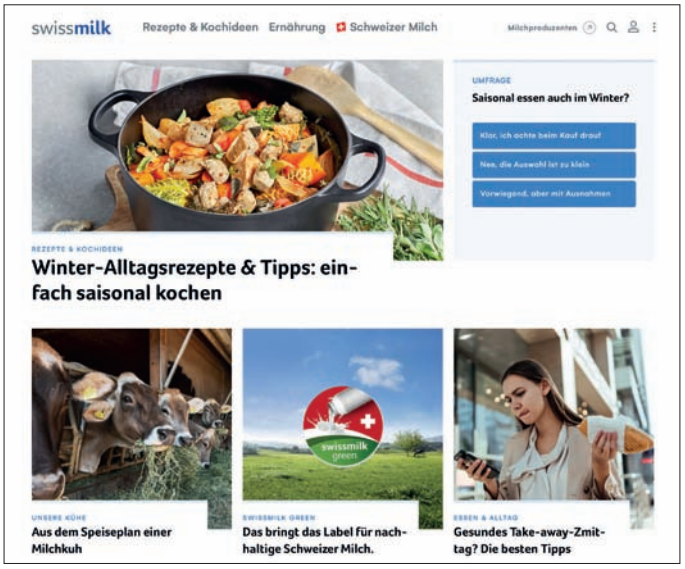
Die Website von Swissmilk ist seit Jahren erfolgreich, besonders wegen des strategischen Bereichs Genuss: Die überwiegende Mehrheit der Nutzer steuert direkt die Rezepte an – oft von mobilen Geräten aus, oft direkt über Google, sehr oft ohne Besuch der Swissmilk-Startseite. Je nach Monat verzeichnet swissmilk.ch über eine Million Unique Clients und mehr als zwei Millionen Visits. Besonders die Zahl der Unique Clients kann sich im Vergleich der erfolgreichsten Schweizer Websites sehen lassen. Doch auch ein starker Web-Auftritt muss in regelmässigen Abständen aufgefrischt werden, damit er zeitgemäss ist und bleibt. Swissmilk hat Mitte 2019 einen solchen Relaunch durchgeführt. Das Ziel: eine sinnlichere Gestaltung der beliebten Rezepte, mehr Raum fürs Storytelling («Gschichte vo hie») und bessere Möglichkeiten für Verweise auf diese Geschichten. Umfragen haben ergeben, dass die Besucher den neuen Auftritt für zeitgemäss (76 % bei «trifft zu» oder «trifft voll ganz zu») und übersichtlich (74 % unter den gleichen Antwortmöglichkeiten) halten.

Auszeichnung für Social Media

Genuss-Themen dominieren in der Breite auch auf Social Media. Die Bilder von feinen Rezepten garantieren Reichweite. Über diesen Kulinarik-Teppich können anschliessend weitere Themen ausgespielt werden, die vom Volumen profitieren. Auf Facebook durfte Swissmilk kurz vor Jahresende ihren 50'000. Fan begrüssen. Eine Zahl, die in nicht einmal zwei Jahren erreicht wurde, starteten die Social-Media-Kanäle unter der Marke Swissmilk doch erst im Frühjahr 2018. Auf Instagram beträgt die Follower-Zahl über 40'000 (inklusive Chochdoch by Swissmilk und mit den Accounts in beiden Sprachen). Die erfolgreiche Lancierung der Kanäle wurde beim Treffen des internationalen Milchverbands IDF in Istanbul als eine der weltweit besten Milchpromotionen des Jahres ausgezeichnet.

Die Zusammenstellung der Massnahmen aus dem Jahr 2019 kann in diesem Rahmen bei weitem nicht abschliessend stattfinden und ist auf Highlights und Neuerungen fokussiert. Weiterhin platziert Swissmilk etwa mehrmals jährlich Publireportagen auf Kanäle, die entweder explizit die jungen Erwachsenen oder Familien ansprechen. Diese Reihe unter dem Überbegriff «Ernährungsirrtümer» wurde im Lauf des Jahres grafisch aufgefrischt. Zum Leistungsspektrum des Basismarketings gehört unverändert auch das Issues Management, welches die in der Öffentlichkeit kursierenden milchrelevanten Themen frühzeitig zu erkennen versucht. Im Event-Bereich wurden die Auftritte an den wichtigsten Festivals und die 2018 gestartete Partnerschaft mit Allianz Cinema erfolgreich weitergeführt. Der Tag der Schweizer Milch im April (Hauptanlass 2019 in Winterthur) bleibt ein Fixpunkt, ebenso der Tag der Pausenmilch in Schweizer Schulen im November.

Die Social-Media-Kampagne von Swissmilk wurde international ausgezeichnet.



Der Relaunch von www.swissmilk.ch ermöglicht einen sinnlicheren Auftritt und schafft mehr Platz für Geschichten.

Ausblick auf 2020

Die Dimensionen Herkunft, Genuss und Gesundheit prägen auch das Swissmilk-Jahr 2020. Für «swissmilk green» werden ab Frühling weitere Werbeclips und -plakate im Rahmen einer Bekanntmachungskampagne lanciert. Das Online-Rezeptbuch wird um Kreationen aus dem Schweizerischen Bäuerinnen- und Landfrauenverband erweitert. Eine Partnerschaft mit dem UBS Kids Cup vertieft den Gesundheits-Dialog mit den Familien und Kindern. Mit einem Projekt mit dem Arbeitstitel «Think. Eat.Enjoy» sollen solche Gesundheits-Themen zudem auch gegenüber den jungen Erwachsenen verbessert platziert werden. Im Bereich Social Media erhält der bei den Jungen beliebte Kanal YouTube mehr Gewicht und wird proaktiver bearbeitet.

Marktordnung

2019 steht im Zeichen der Einführung der beiden Fonds Rohstoffpreisausgleich und Regulierung der BO Milch und der neuen allgemeinen Milchzulage des Bundes, welche direkt an die Produzenten ausbezahlt wird. Weiterhin wichtig sind der Standardvertrag und die Segmentierung der BO Milch. Der A-Richtpreis ist per 1. September um drei Rappen erhöht worden.

Nachfolgelösung Schoggigesetz: Bilanz durchzogen

Das Schoggigesetz ist Anfang 2019 durch die Fonds Rohstoffpreisausgleich und Regulierung der BO Milch und die vom Bund direkt an die Milchproduzenten ausbezahlte allgemeine Milchzulage von 4.5 Rappen abgelöst worden.

Die Auszahlung der neuen Zulage durch BLW und TSM sowie die Organisation der Fonds durch die Branche funktionieren gut. Schlecht sieht die Bilanz beim Effekt auf den Milchpreis aus. Im März hat die SMP gegen Milchpreissenkungen protestiert und die ungenügende Verkaufsleistung der Milchverarbeiter an die Lebensmittelindustrie angeprangert.

Aufgrund tiefer Milcheinlieferungen hat der Fonds Regulierung den Maximalbestand von 10 Millionen Franken bereits im Sommer 2019 erreicht. Das Inkasso für diesen Fonds ist deshalb im September sistiert worden. Je nach Milchverwertung (nur «nicht verkäste Milch» ist betroffen) hat dies zu einer Milchpreiserhöhung bis zu 0.9 Rappen je Kilogramm geführt.

Standardvertrag und Segmentierung

Der seit Januar 2018 allgemeinverbindliche Standardvertrag für den Erst- und den Zweitmilchkauf ist im halboffenen Schweizer Milchmarkt weiterhin von grosser Bedeutung. Kernelement des Standardvertrags ist die Zuordnung des Rohstoffs Milch in Segmente je nach hergestelltem Verkaufsprodukt. Die Abstufung erlaubt unterschiedliche Preise nach Segment, was der Wertschöpfungsoptimierung dient.

Die Details der Segmentierung sind ersichtlich auf der Homepage der BO Milch: www.ip-lait.ch.

Richtpreis für Milch im A-Segment erhöht

Die stabile Marktlage, die prospektive Markteinschätzung und die Entscheide der BO Milch zum Branchenstandard Nachhaltige Schweizer Milch haben zur Erhöhung des Richtpreises auf 71 Rappen per 1. September 2019 geführt. Die Umsetzung dieser Preiserhöhung war sehr anspruchsvoll.

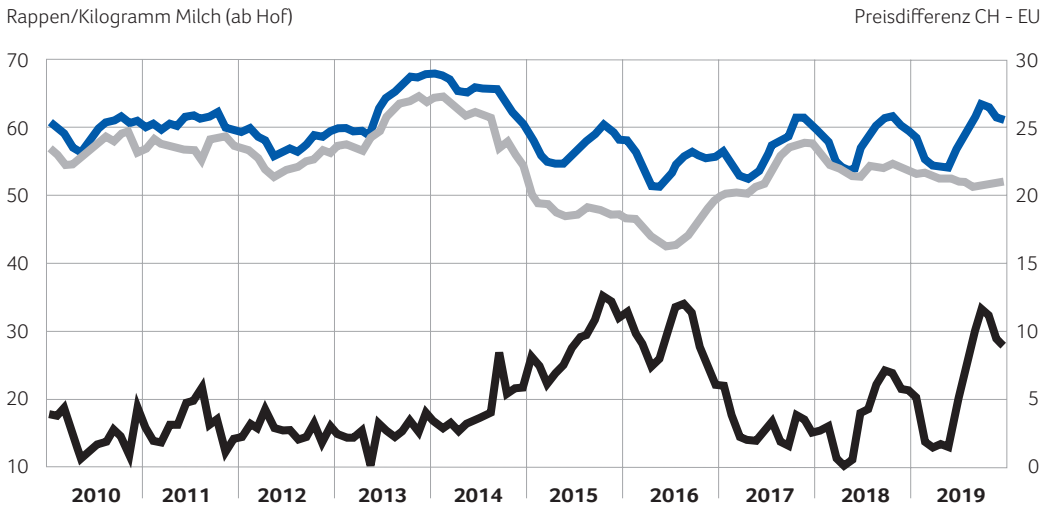
Aktuell geltende gesetzliche Grundlagen

Die wichtigsten gesetzlichen Schutz- und Stützungsinstrumente des schweizerischen Milchmarktes sind:

- Grenzschutz mit Einschränkungen gemäss WTO für Milch und Milchprodukte (ausser Käsefreihandelsabkommen mit der EU);
- Verkäsungszulage, Siloverzichtszulage und Verkehrsmilchzulage;
- Qualitätsförderung im Rahmen der Milchprüfung;
- Absatzförderungsmittel des Bundes und Allgemeinverbindlichkeit für die Beiträge der Produzenten;
- Allgemeine Vorgaben zu den Milchkaufverträgen;
- Aufzeichnungs- und Rapportierungspflicht;
- Forschung Käsekulturen und Qualitätssicherung Milch.

.

Molkereimilch-Preis Schweiz und EU (LTO)



CH-Molkereimilchpreis (BLW; 2019 inkl. 4.5 Rp. Milchzulage)
LTO (4.2 F/3.4 E) + VKZ (Wechselkurs SNB)
Differenz CH - EU

Im halboffenen Schweizer Milchmarkt ist der Einfluss des EU-Milchmarktes gross. In der zweiten Jahreshälfte 2019 hat die Preisdifferenz (netto) Schweiz-EU bei der Molkereimilch im Durschnitt 9.63 Rappen betragen.

Quelle: BO Milch, BLW

Marktlage und Milchverkauf

Für Molkereimilch werden 2019 0.87 Rappen mehr bezahlt als im Vorjahr. Aufgrund der gesunkenen Milchproduktion werden weniger Regulierprodukte exportiert. Bei der Käsereimilch herrschen stabile Verhältnisse. Das grosse Produktionswachstum bei der Biomolkereimilch führt zu Preisdruck.

Preise für Molkereimilch erneut leicht gestiegen

Der von der SMP kalkulierte Standard-Produzentenpreis SPP für eine Milchlieferung von 180'000 Kilogramm inkl. 4.5 Rappen Milchzulage beträgt 57.13 Rappen (Durchschnitt der 12 Monate). Damit steigt er im Vergleich zum Vorjahr leicht um 0.87 Rappen – für eine nachhaltige Milchproduktion in der Schweiz eine ungenügende Steigerung.

Einflüsse auf die Preisbildung sind vielfältig:

- Mit der Einführung des «Grünen Teppichs» erhöht die BO Milch den Richtpreis für A-Milch per 1. September 2019 um 3 Rappen. Ab September liegt der SPP 2.0 Rappen und mehr über Vorjahr.
- Der Anteil A-Milch fällt in der zweiten Jahreshälfte deutlich unter den Wert vom Vorjahr (Juli, Aug., Sept. und Dez. minus 5 bis 7 %, Okt. und Nov. sogar minus 12 %). Insgesamt werden rund 72 Prozent A-Molkereimilch eingekauft (-4 % ggü. Vorjahr).
- Der Wechselkurs Franken – Euro verändert sich mit 1.11 Franken (-0.04 Fr. ggü. Vorjahr) leicht negativ.
- Die Produzentenpreise in der EU betragen durchschnittlich 33.5 Cent (-0.4 ct. ggü. Vorjahr).
- In der EU wird die Preisdifferenz zwischen Milchfett und Milcheiweiss deutlich kleiner. Dies wegen eines Preisrückgangs beim Fett und eines stetigen Anstiegs beim Eiweiss, der einige Monate nach dem Abbau der Milchpulverinterventionslager einsetzt.
- Im Vergleich zum Vorjahr wird 1,6 Prozent weniger Milch eingeliefert. Letztmals ist im Jahr 2007 weniger Milch produziert worden.
- Der Buttermarkt ist ausgeglichen. Es sind nur kleine Posten exportiert worden. Ende Jahr wird jedoch etwas Butter importiert, was mit besserer Planung und höheren Milchpreisen hätte vermieden werden können.
- Der Pro-Kopf-Konsum im Inland sinkt 2019 leicht auf 361 Kilogramm (- 1 kg).

Gegenteilige Entwicklung bei Bio-Molkereimilch

Bei der Bio-Molkereimilch kann die Nachfrage nicht mit dem Anstieg des Angebots mithalten. Der SPP für Biomolkereimilch beträgt Ende Jahr 81.1 Rappen (-1.0 Rp. ggü. Vorjahr). Der Preisdruck nimmt gegen Ende Jahr zu.

Stabile Situation bei Käsereimilch

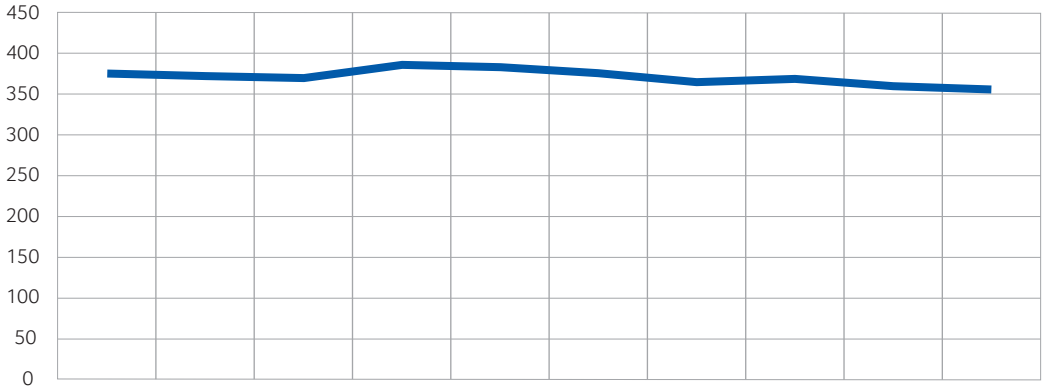
2019 bleiben die Preise bei der silofrei produzierten Milch stabil. Franko Käserei werden im Durchschnitt inkl. 4,5 Rappen Milchzulage 73.73 Rappen bezahlt (+0.19 Rp. ggü Vorjahr).

Wichtiger Aussenhandel

Bei einem Export von 792,8 Millionen Vollmilchäquivalent (-12,9 Mio. VMA ggü. 2018) und einem Import von 472,7 (+8,4) Millionen VMA resultiert ein Exportüberschuss von 320,1 Millionen VMA (-21,3 Mio. VMA bzw. -6,2 % ggü. 2018). Das Nettoexportvolumen beträgt 9,4 Prozent der Schweizer Milchmenge (Vorjahr 9,9 %).
Beim Käse beträgt das Nettoexportvolumen 98,0 Millionen VMA (+1,7 Mio. ggü. Vorjahr). Die Exporte steigen zum ersten Mal seit Einführung des Käsefreihandels mit der EU stärker an als die Importe.
Umgerechnet in Energie exportiert die Schweiz leicht mehr Milch in verarbeiteten Lebensmitteln als in Form von Käse.

Gesamtverbrauch von Milch und Milchprodukten in der Schweiz

Kilogramm pro Kopf und Jahr



2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
377	**373**	**372**	**387**	**385**	**377**	**368**	**370**	**362**	**361**

Berechnungsmethode:
+ Inlandproduktion
- Export Milch und Milchprodukte
+ Import Milch und Milchprodukte
± Lagerveränderungen bei Butter und Käse
÷ durch die ortsansässige Bevölkerung

* Provisorische Daten

Pro-Kopf-Konsum (kg und Jahr)

Quelle: SMP

Milchproduktion

2019 produzieren 19'048 Betriebe 3'399'271 Tonnen Milch, was im Vergleich zum Vorjahr einem Minus von 1,6 Prozent entspricht. Der Rückgang ist bei der silofrei produzierten Milch weniger stark als bei der Milch aus Betrieben mit Silagefütterung. Eine Zunahme gibt es bei der Produktion von Biomilch.

Milchproduktion rückläufig

2019 produzieren die Milchbauern 3'399'271 Tonnen Milch für die Verarbeitung in den Molkereien und Käsereien. Dies entspricht einer Abnahme gegenüber dem Vorjahr um 55'164 Tonnen oder 1,6 Prozent. Tiefer ist die Produktion letztmals im Jahr 2007 gewesen.

Die Anzahl der Betriebe ist um 520 oder 2,7 Prozent auf 19'048 zurückgegangen (Rückgang im Vorjahr -643, resp. -3,2 %).

Bei einigen Punkten lohnt sich eine genauere Betrachtung:

- Fast das ganze Jahr über wird weniger Milch als im Vorjahr produziert. Einzige Ausnahme ist der Monat Juni mit einem Plus von 0,6 Prozent.
- 1'114'170 Tonnen oder 32,8 Prozent der Milch stammen von silofrei produzierenden Betrieben. 2'285'102 Tonnen Milch stammen aus Betrieben mit Silagefütterung.
  Bei der silofrei produzierten Milch nimmt die Milchmenge im Vergleich zum Vorjahr weniger stark ab (-11'586 t, resp. -1,04 %) als bei der Milch aus Betrieben mit Silagefütterung (-43'578 t, resp. -1,88 %).
- Die Produktion von Biomilch nimmt zu. 258'445 Tonnen Milch (+11'362 t oder 4,9 %) stammen von Biobetrieben. Biomilch hat einen Produktionsanteil von 7,6 Prozent (Vorjahr 7,0 %).
- Die pro Betrieb eingelieferte Milchmenge beträgt im Durchschnitt 172'699 Kilogramm. Sie nimmt gegenüber dem Vorjahr um 1'933 Kilogramm oder 1,2 Prozent zu.
- Die Anzahl Kühe auf den Milchproduktionsbetrieben beträgt 2019 noch 515'943 und geht um 6'780 oder 1,3 Prozent zurück.
- Die Einlieferung pro Kuh beträgt 6'375 Kilogramm. Diese Menge nimmt um 14 Kilogramm oder 0,2 Prozent ab.

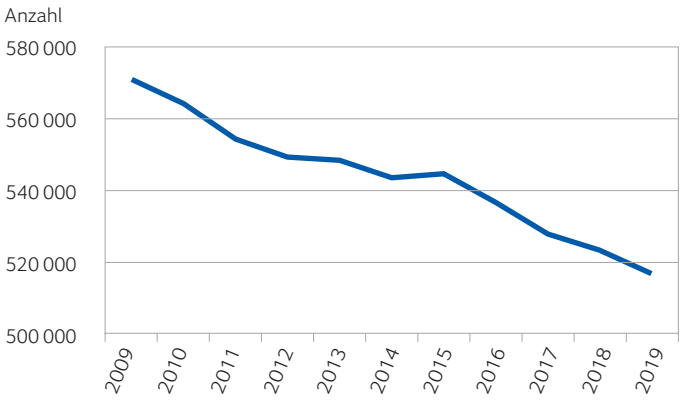
Anzahl grosser Betriebe nimmt zu

13,5 Prozent der Betriebe (Vorjahr 12,8 %) produzieren mehr als 300'000 Kilogramm Milch. Die 2'570 (+62 ggü. Vorjahr) Betriebe dieser Gruppe liefern 37,4 Prozent (Vorjahr 36,3 %) der gesamten Milch an die Verarbeiter. Die Zahl der Betriebe mit einer Produktion von über 1 Million Kilogramm steigt von 67 auf 69.

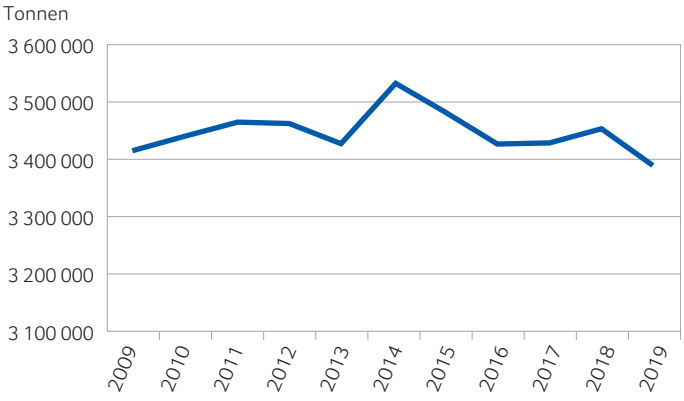
2'370 Betriebe (-54, resp. -2,2 % ggü. Vorjahr) produzieren weniger als 50'000 Kilogramm Milch. Ihre Milch hat mit 70'351 Tonnen einen Anteil von 2,1 Prozent an der Gesamtproduktion.

In der Grössenklasse 50'000 bis 100'000 Kilogramm ist der Rückgang der Betriebszahl mit minus 4,7 Prozent am grössten.

Kühe zur Verkehrsmilchproduktion 2009 bis 2019



Vermarktete Milchproduktion 2009 bis 2019



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchverarbeitung

Käse ist mit Abstand das wichtigste Produkt der Schweizer Milchwirtschaft. Geht die Butterproduktion weiter zurück, ist eine wertschöpfungsstarke Versorgung mit einheimischer Ware gefährdet. Zuviel und zu wenig liegen nahe beieinander.

Käse ist das wichtigste Produkt

44,5 Prozent der 3'399'271 Tonnen Milch werden zu Käse verarbeitet. Gegenüber dem Vorjahr sind 19,7 Millionen Milchäquivalente (MAE) beziehungsweise 1,3 Prozent mehr in die Käseproduktion geflossen. Die produzierte Käsemenge (exkl. Quark) steigt fast gleich stark (+1,4 %) wie die zu Käse verarbeitete Milchmenge. Das bedeutet, dass ähnlich gehaltvolle Käse hergestellt werden.

Das zweitwichtigste Produkt der Milchwirtschaft ist Butter. 15,4 Prozent (-3,4 % ggü. Vorjahr) der Milch werden zu diesem Produkt verarbeitet. 11,0 Prozent (-0,4 %) werden zu Konsummilch, 10,5 Prozent (-6,1 %) zu Dauermilchwaren und 8,1 Prozent (-1,2 %) zu Konsumrahm verarbeitet.

Insgesamt sind 2019 folgende Produkte hergestellt worden (siehe auch Seiten 33 – 35):

429'661 Tonnen Konsummilch (-1,9 %)
220'224 Tonnen Magermilchprodukte (-9,8 %)
195'114 Tonnen Käse inkl. Quark (+2,0 %)
146'640 Tonnen Joghurt (+0,5%)
92'030 Tonnen Milchspezialitäten (+1,2 %)
66'730 Tonnen Konsumrahm (-1,3 %)
55'170 Tonnen Milchpulver und Kondensate (+3,2 %)
44'178 Tonnen Butter (-3,9 %)

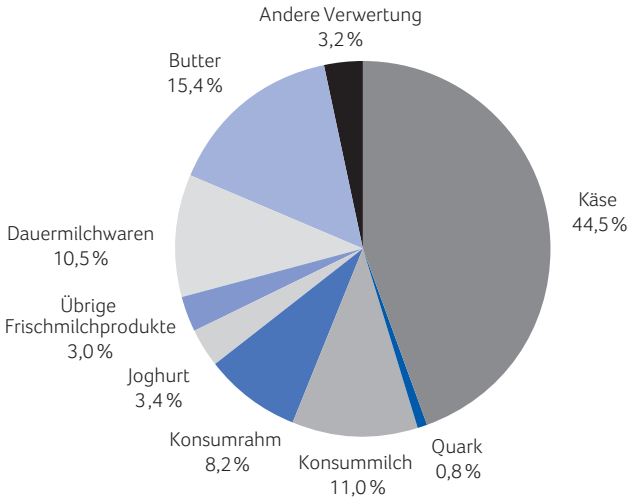
Mehrjahresvergleich: Mehr Käse, weniger Konsummilch

Der Vergleich mit der Milchverarbeitung vor fünf Jahren zeigt interessante Entwicklungen. 2014 war das Jahr mit der höchsten Milchproduktion. 2019 sind 141 Millionen Kilogramm oder 4,0 Prozent weniger produziert worden als im Rekordjahr 2014. Trotz dieses markanten Rückgangs der Produktion hat es bei einigen Produkten ein Wachstum gegeben. Es sind 31,6 Millionen Kilogramm mehr Milch zu Käse (+2,1 %) und 2,4 Millionen Kilogramm mehr Milch zu Quark (+9,4 %) verarbeitet worden. Beim Joghurt beträgt das Wachstum im Vergleich zu 2014 1,4 Millionen Kilogramm (+1,2 %).

Ungünstig für die Wertschöpfung der Milchproduzenten ist der Rückgang bei der Konsummilch. Er hat 32,2 Millionen Kilogramm betragen und wird fast kompensiert durch das Wachstum beim Käse.

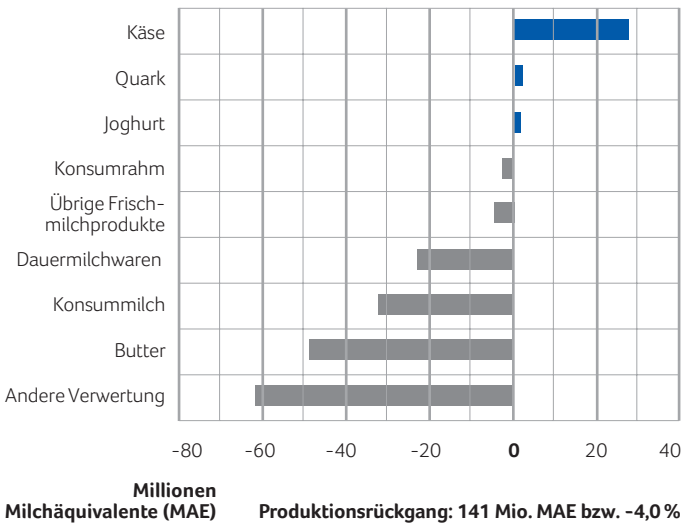
Die Verarbeitung ist aber vor allem bei Produkten für den Export mit geringer Wertschöpfung zurückgegangen. Es sind 48,5 Millionen Kilogramm Milch (-8,5 %) weniger zu Butter und 86,2 Millionen Kilogramm Milch (-15,6 %) weniger zu Milchpulver, Spezialmilchpulver und Milchproteinkonzentraten (Dauermilchwaren und andere Verarbeitung) verarbeitet worden.

Verarbeitung der Milch 2019



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Veränderung der Milchverarbeitung 2014 bis 2019



Käseproduktion

2019 werden in der Schweiz 195’114 Tonnen Käse hergestellt. Das sind 3’793 Tonnen beziehungsweise 2,0 Prozent mehr als im Vorjahr. Le Gruyère AOP ist der meisthergestellte Käse, gefolgt von Mozzarella, Quark, Emmentaler AOP und Raclette Suisse®.

Über die Hälfte der Produktion verteilt auf fünf Sorten

2019 festigt Le Gruyère AOP seine Position als Spitzenreiter in der Schweizer Käseproduktion. Ebenfalls unangefochten besetzt Mozzarella den zweiten Rang. Zu den fünf wichtigsten Käsesorten gehören weiter Quark, Emmentaler AOP und Raclette Suisse®. Ihr Anteil an der Schweizer Produktion beträgt 52,6 Prozent (-0,6 ggü. Vorjahr). Der Anteil der beiden Käsesorten aus Rohmilch (Le Gruyère AOP und Emmentaler AOP) beträgt 23,7 Prozent (-0,7 ggü. Vorjahr) (siehe auch Seite 35).

Unterschiedliche Entwicklungen

Le Gruyère AOP erhöht die Produktion auf 29’818 Tonnen (+532 t bzw. +1,8 %). Mit 23’322 Tonnen (-46 t bzw. -0,2 %) wird fast gleich viel Mozzarella hergestellt wie im Vorjahr. Neu auf Platz drei der Rangliste steht Quark. Hier wird die Produktion um 1’296 Tonnen auf 17’487 Tonnen (+8,0 %) gesteigert.

Beim Emmentaler AOP ist die Produktion um 1’449 auf 16’332 Tonnen (-8,1 %) gesenkt worden – dies auch, damit der Lagerbestand die gewünschte Zielgrösse erreicht. Der Exportanteil beträgt beim Emmentaler AOP 67,4 Prozent. Die exportierte Menge bleibt fast unverändert (+0,5 %). Beim Inlandkonsum von Tafelware beträgt der Rückgang 5,9 Prozent.

Bei Raclette Suisse® gibt es erneut einen Anstieg der Produktion. Die produzierte Menge beträgt 15’693 Tonnen (+444 t, resp. +2,9 %). Den Anstieg verdankt dieser Käse dem Export (+807 t, resp. 37,2 %). Der Inlandkonsum geht leicht zurück (-363 t, resp. -2,8 %).

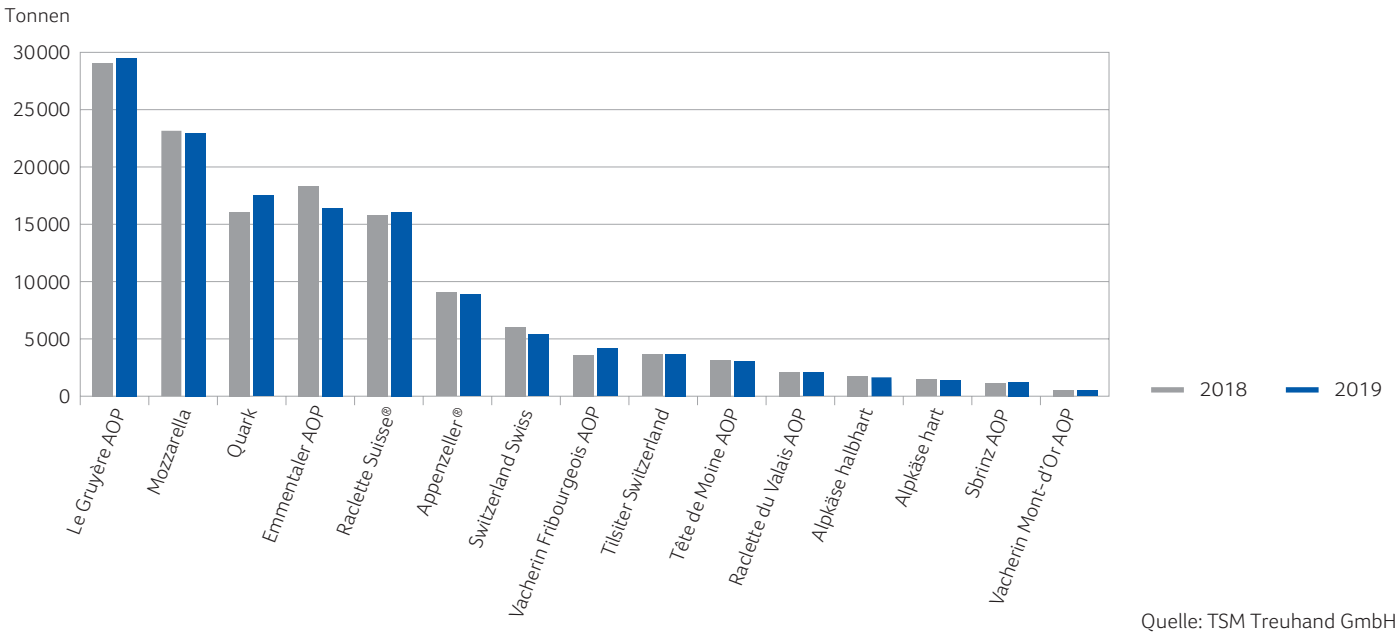
Beim Appenzeller® werden 8’601 Tonnen (-67t, resp. -0,8 %) hergestellt. Beim Switzerland Swiss wird die Produktion erneut gesenkt. Es werden noch 6’064 Tonnen (-199 t, resp. -3,2 % ggü. Vorjahr) dieses exportorientierten Grosslochkäses hergestellt.

Bei den weiteren Käsespezialitäten ist die Produktionsbilanz unterschiedlich. Mit 7 Prozent ein klares Plus verzeichnet Vacherin Fribourgeois AOP. Fast unverändert sind die Produktionsmengen bei Tilsiter Switzerland, Tête de Moine AOP, Raclette du Valais AOP und Alpkäse. Positiv ist die Bilanz bei Sbrinz AOP (+2,1 %), negativ bei Vacherin Mont-d’Or AOP (-4,0 %).

Der Anteil an der Schweizer Käseproduktion der hier genauer betrachteten Sorten beträgt 68,7 Prozent (-1,0 ggü. Vorjahr). Die Produktion ist hier um 0,5 Prozent angestiegen. Bei den übrigen Käsen inkl. Quark hat das Mengenwachstum 5,5 Prozent betragen.

Der Anteil reiner Ziegen- und Schafkäse an der Schweizer Käseproduktion beträgt unverändert 0,8 Prozent.

Produktion ausgewählter Käsesorten 2018 und 2019



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Delegiertenversammlung

An der ordentlichen Delegiertenversammlung vom 17. April 2019 bilden die Revision der Statuten, die Abnahme der statutarischen Geschäfte, Wahlen und umfassende Informationen zum Milchmarkt, zur Agrarpolitik und zum Milchmarketing die Schwerpunkte.

Abschluss Organisationsüberprüfung

Mit der Genehmigung der Statutenrevision schliessen die Delegierten die im Jahr 2017 gestartete Organisationsüberprüfung ab. Damit werden administrative Aufgaben vom Vorstand an den Vorstandsausschuss übertragen und die Rollenteilung zwischen SMP und Mitgliederorganisationen präzisiert. Neu hat der Vorstand zwei Sitzungen weniger pro Jahr, der Vorstandsausschuss kommt mindestens fünf Mal pro Jahr zusammen.

Verein Mittelland Milch neues SMP-Mitglied

Im November 2018 haben sich die Berner Emmi-Milchlieferanten (PMO Bemo), die Milchproduzenten Mittelland (PMO MIMO) und die Milchproduzenten Zentral-, Nord- und Ostschweiz (PMO ZeNoOs) im Verein Mittelland Milch zusammengeschlossen. Dieser Verein wird von den SMP-Delegierten als neues SMP-Mitglied aufgenommen. Er ersetzt die bisherigen Mitgliedsorganisationen Bemo und MPM. Unter Berücksichtigung dieser neuen Mitgliederstruktur ist die Zusammensetzung des SMP-Vorstandes neu geregelt worden.

Wahlen

Im Rahmen der Gesamterneuerungswahlen werden die bisherigen Vorstandsmitglieder, die sich für weitere vier Jahre zur Verfügung stellen sowie der Präsident und die beiden Vize-Präsidenten wiedergewählt. Als neue Vorstandsmitglieder werden Urs Jenni (aaremilch), Daniel Vetterli (Thurgauer Milchproduzenten) und Remo Siegenthaler (Miba) gewählt. Neu gewählt werden als Suppleanten des Vorstands Heribert Rudaz (aaremilch) und Marc Zeller (Laiteries Réunies Genève). Verdankt wird das Engagement von Andreas Schaad (aaremilch und Berner Bauernverband).

Finanzierungsbeschlüsse

Die Delegierten haben die konsolidierte Jahresrechnung 2018 und die Budgets 2019 genehmigt und die Organe entlastet.

Gemäss Beschluss der Delegierten erheben die Mitgliedsorganisationen auf der vermarkteten Milch der angeschlossenen Produzenten in der Periode vom 1. Mai 2019 bis 30. April 2020 folgende Beiträge pro Kilogramm Milch:

- Marketingfonds: 0.525 Rappen*
- Basismarketing Schweizer Käse: 0.20 Rappen*
- Finanzierung der Interessenvertretung: 0.17 Rappen

* Die Beiträge für den SMP-Marketingfonds und das Basismarketing Schweizer Käse sind allgemeinverbindlich.

Informationen zu aktuellen Themen

Weiter werden die Delegierten zu den Bereichen Agrarpolitik, Milchmarkt und Marketing informiert. In der Vernehmlassung zur Agrarpolitik 2022+ ist das zentrale Anliegen der SMP, dass bei den Direktzahlungen vermehrt die Arbeitsleistung und weniger die Fläche berücksichtigt wird. Weiter braucht es Stabilität bei der Verkäsungs- und Siloverzichtszulage. Für die zweite Jahreshälfte fordert die SMP eine Erhöhung der Produzentenmilchpreise. Mit Blick auf die Entscheidungen in der BO Milch von anfangs Mai führen die Delegierten eine eingehende und deutlich zustimmende Diskussion zur Umsetzung des Branchenstandards für eine Nachhaltige Schweizer Milch («Grüner Teppich»).

Die 11 Mitgliedsorganisationen der SMP

Grafik: SMP/PSL

Die SMP-Delegierten haben den Verein Mittelland Milch als neues SMP-Mitglied aufgenommen. Er ersetzt die bisherigen Mitgliedsorganisationen Bemo und MPM. Die SMP hat damit noch 11 Mitglieder (vorher 12). Der Organisationsgrad auf Stufe Milchproduzenten ist mit dieser Änderung gestiegen.

Regionaltagungen

Rund 400 Personen haben sich an den Regionaltagungen vom 4. bis 15. November 2019 in Thun BE, Hohenrain LU, Lindau ZH und Pomy VD über die aktuellen Stossrichtungen der Milchproduzenten im Milchmarkt, in der Basiskampagne des Milchmarketings und in der Milchpolitik informiert.

Die jährlich durchgeführten Regionaltagungen der Schweizer Milchproduzenten SMP sind ein wichtiges Instrument, um in allen vier Landesregionen mit den Milchproduzentinnen und Milchproduzenten direkt über Aktualitäten zu diskutieren. Wichtige Themen im Herbst 2019 sind neben der Marktlage der Grüne Teppich, die Agrarpolitik 2022+ und eine Konsumentenumfrage zum Thema «Automatische Melksysteme».

Zuschlag auch für Käse aus Molkereimilch

Viele Produzenten machen mit beim Branchenstandard Nachhaltige Schweizer Milch – dem «Grünen Teppich». Bereits rund ⅔ der Molkereimilch sind angemeldet, was in der kurzen Zeit ein Erfolg ist. Das auf der DB-Milch basierende Kontrollsystem funktioniert und die Marketing-Kampagne «swissmilk green» ist vielversprechend angelaufen. Ebenfalls wird von den meisten Erstmilchkäufern ein Nachhaltigkeitszuschlag ausbezahlt. Dieser Zuschlag bewegt sich zwischen 0.5 bis 3 Rappen pro Kilogramm A-Molkereimilch (im Mittel rund 2.5 Rp.). Das Glas ist also mindestens halbvoll.

Von den Produzenten wird aber nicht verstanden, warum auf Käse aus Molkereimilch (z. B. Raclette) bisher kaum Preiserhöhungen in den Regalen erfolgt sind. Die Verantwortlichen der SMP haben an den Regionaltagungen kommuniziert, dass sie auch auf diesen Käsen eine Preiserhöhung im Laden erwarten, damit der volle Nachhaltigkeitszuschlag auf der ganzen A-Molkereimilch längerfristig gesichert werden kann. Die SMP wird Preisentwicklungen deshalb weiter genau beobachten.

Weichenstellung in der Agrarpolitik

Die Erhebungen der Arbeitsverdienste zeigen, dass die Milchproduktion im Vergleich zu anderen Betriebszweigen unter Druck steht. Darum kommt den Rahmenbedingungen, die für die neue Agrarpolitik am Entstehen sind, eine enorme Bedeutung zu.

Die SMP hat informiert, dass sie weiter an ihren Grundforderungen fest hält, dass Beiträge, welche Arbeitsleistungen belohnen, gegenüber reinen Flächenbeiträgen stärker zu gewichten sind. Die neuen Produktionssystembeiträge (Förderung Rindvieh nach Tierkategorien, 2-stufiges RAUS, GMF+, Tiergesundheitsmassnahmen) spielen dabei eine wichtige Rolle. Diese Diskussionen sind mehrheitlich auf gutem Weg. Allerdings müssen die Forderungen im Bereich ÖLN (keine SAK-Begrenzung bei den Direktzahlungen, keine Begrenzung der DGVE/ha auf 2.5) bei der Revision des bäuerlichen Bodenrechts aufrechterhalten bleiben, bis ganz genau Klarheit herrscht.

Die SMP beobachtet auch genau, was über das aktuelle und das nächste Verordnungspaket geändert wird. Die Agrarpakete dürfen kein verdeckter Weg sein, Präjudizien für die Agrarpolitik 2022+ zu schaffen.

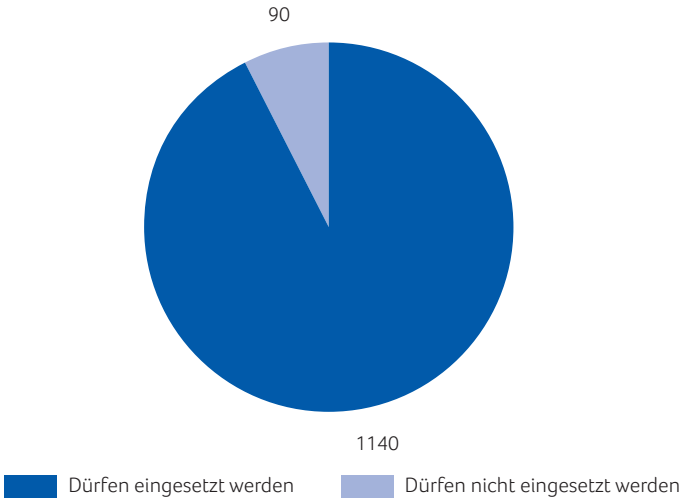
Konsumenten und Automatische Melksysteme

Auf grosses Interesse ist auch eine repräsentative Umfrage der SMP zum Thema Automatische Melksysteme gestossen. Diese zeigt, dass 75 % der über 2'000 befragten Konsumentinnen und Konsumenten erwarten, dass traditionelle Werte aufrechterhalten werden.

Die Milchproduzentinnen und Milchproduzenten nehmen aber mit Genugtuung zur Kenntnis, dass diese 75 % zu 94 % absolutes Verständnis haben, wenn sich Produktionsbetriebe modernisieren wollen. Arbeitserleichternde Technologien, wie automatische Melkanlagen oder automatisierte Fütterungsanlagen sind kein negatives Argument für das einwandfreie Image der Schweizer Sortenkäse.

Natürlich müssen die Anforderungen der AOP-Pflichtenhefte erfüllt und die Käsereitauglichkeit darf auch mit einem automatischen Melksystem (AMS) nicht beeinträchtigt werden. AMS sollen auch nicht dazu führen, dass die Milchkühe nicht mehr auf die Weide gehen.

Einsatz von automatisierten Produktionssystemen in der Milchproduktion für traditionelle Schweizer Käse



94 Prozent der Konsumenten, welche die Tradition bei den Schweizer Sortenkäse als wichtig erachten, sehen in der Modernisierung der Produktion mit automatischen Melk- und Fütterungsanlagen kein Problem.

Vorstand

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP hat sich im Geschäftsjahr 2019 zu sechs ordentlichen Sitzungen getroffen.

24. Januar: Stellungnahme AP 2022+

- Die Stellungnahme der SMP zur AP 2022+ wird verabschiedet. Die Milchproduzenten unterstützen eine tiefere Gewichtung der flächenbezogenen Direktzahlungen sowie eine höhere Alimentierung der Produktionssystembeiträge über Programme wie RAUS, BTS, GMF und Tiergesundheit. Hier wird die Forderung wiederholt, diese Beiträge konsequent auf die effektive damit verbundene Arbeitsleistung auszurichten. Die SMP-Position wird fristgerecht beim Schweizer Bauernverband zur Kenntnisnahme eingereicht und bei der Bundesverwaltung deponiert.
  Sehr dezidiert weist der Vorstand den Vorschlag zur Senkung der Verkäsungszulage zurück.
- Zuhanden der Delegiertenversammlung unterstützt der Vorstand den Antrag des Vereins Mittelland Milch für die Aufnahme als SMP-Mitglied bei gleichzeitigem Austritt des Vereins PO Bemo (Berner Emmi-Milchproduzenten-Organisation) und der Genossenschaft Milchproduzenten Mittelland (MPM).
- Der Vorstand nimmt zustimmend Kenntnis von den Massnahmen, die im Anschluss an die erfolgte Organisationsanalyse getroffen worden sind. Diese wird nach zwei Jahren mit den formellen Beschlüssen der Delegiertenversammlung ihren Abschluss finden und per 1. Mai 2019 in Kraft gesetzt.

Schweizer Kühe sind oft im Freien. Das Thema beschäftigt den Vorstand bezüglich Politik (RAUS) und Marketing («Grüner Teppich»).

13. März: Milchmarkt/Vorbereitung DV

- Der Vorstand nimmt Kenntnis vom Stand der Umsetzung Nachfolgelösung des Schoggigesetzes. Er ist zufrieden, dass die Auszahlung der neuen Zulage durch BLW und TSM sowie die Organisation der Fonds durch die Branche gut funktioniert. Enttäuscht ist der Vorstand hingegen von der Verkaufsleistung der Verarbeiter in die entsprechenden Kanäle. Die Preise für Molkereimilch sind unnötig unter Druck geraten.
- Der Vorstand bereitet die Geschäfte der Frühjahrs-Delegiertenversammlung vor. Er verabschiedet die Anträge zur Genehmigung der Jahresrechnung 2018 und des Geschäftsberichts 2018.
- Stephan Schneider wird per 1. Mai 2019 zum neuen Leiter des Bereichs Finanzen, Personal und zentrale Dienste und zum Mitglied der SMP-Geschäftsleitung gewählt.

16. Mai: Ausblick Grüner Teppich

- Der Vorstand nimmt die Entscheide der Delegiertenversammlung der Branchenorganisation Milch zum Branchenstandard Nachhaltige Schweizer Milch – dem «Grünen Teppich» – positiv zur Kenntnis. Für eine erfolgreiche Umsetzung mit einer angemessenen Abgeltung der Produzenten sind weitere grosse Anstrengungen nötig. Der Vorstand ist überzeugt, dass die Argumente für den «Grünen Teppich» in der Wertschöpfungskette und bei den Konsumenten breit akzeptiert werden und die internationale Marktlage bezüglich Milchproduktion und -absatz günstig ist.
- Im Zusammenhang mit bedeutenden Veredelungsverkehrsgesuchen von Milchpulver fordert der Vorstand die Akteure der Wertschöpfungskette und die Exporteure auf, ihre Verantwortung wahrzunehmen und Transparenz zu schaffen. Er wird sich vehement gegen Dumpingpreise zulasten der Milchproduzenten zur Wehr setzen.
- Aus erster Hand nimmt der Vorstand Kenntnis vom Schlussbericht des Forschungsprojektes «Flächen- und Nahrungsmittelkonkurrenz in der Milchproduktion» (Food-Feed-Competition).
- Der Vorstand verabschiedet die Stellungnahmen zur Verordnung über die Unterstützung der Tiergesundheitsdienste und zur Revision Luftreinhalteverordnung.

27. Juni: Milchmarkt/Tiergesundheit

- Der Vorstand nimmt Kenntnis von der aktuellen Marktsituation im Allgemeinen und im Speziellen zur Reduktion des Abzugs auf der nicht verkästen Milch von 0,9 Rp./kg (Regulierfonds BO Milch bei Erreichung des Plafonds von 10 Mio. CHF) auf September 2019.
- Lukas Perler vom Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV informiert aus erster Hand über das Projekt Nutztiergesundheit. Der Vorstand steht der Bildung einer Plattform für Nutztiergesundheit grundsätzlich positiv gegenüber. Allerdings muss diese von allen Tierhalter- und Tierzuchtorganisationen mitgetragen werden.

3. Oktober: Rückblick Teppich

- Der Vorstand nimmt Kenntnis vom aktuellen Stand des Standards «Grüner Teppich». Vorerst gilt es, den «Grünen Teppich» breit zu etablieren.
  In einer zukünftigen 2. Phase soll angestrebt werden, verschiedene Nachhaltigkeitsstandards auf dem Markt zu vereinheitlichen. Die Grundanforderungen müssen deshalb insbesondere in den Bereichen Biodiversität; Raufutter aus der Schweiz und Kraftfutter ergänzt werden.
- Der Vertrag zur Übertragung der Marke «swissmilk green» an die BO Milch wird genehmigt. Die Defensivmarken bleiben im Eigentum der SMP.

Der Vorstand hat die Übertragung der Marke Nr. 733'691 «swissmilk green» an die BO Milch vertraglich geregelt.

5. Dezember: Budgets 2020 der SMP

- Der Vorstand informiert sich über die geplanten Aktivitäten im Jahr 2020 und genehmigt die Budgets für das Milchmarketing, den Milchstützungsfonds und den Verband.
- Für Butterimporte für die Migros zum Jahresende unter dem Deckmantel eines angeblichen «Rohstoffmangels» hat der Vorstand kein Verständnis. Mit einer rechtzeitigen Planung und der Bereitschaft, anständige Preise zu bezahlen, wäre genügend Milch zu finden gewesen, um die benötigte Buttermenge herzustellen.
- Der Vorstand beschliesst den Beitritt zur Organisation Nutztiergesundheit Schweiz.
- In einer Vorschau zum Agrarpaket nimmt der Vorstand Kenntnis von Überlegungen zur direkten Auszahlung der Verkäsungs- und Siloverzichtszulagen an die Milchproduzenten und legt seine Position im Grundsatz fest.

Vorstandsausschuss

Der fünfköpfige Vorstandsausschuss ist nach Umsetzung der Organisationsüberprüfung ab Juli zweimal zusammen getreten. Er hat sich unter anderem mit Personal- und Entschädigungsfragen, dem Risk Management, der Vermögensanlage befasst, sich über die finanzielle Lage orientieren lassen und Geschäfte im Zusammenhang mit der beruflichen Vorsorge behandelt. Weitere Themen des Vorstandsausschusses waren: Verabschiedung Vernehmlassung Revision Lebensmittelverordnung, Variantenvergleiche Markenübertragung «swissmilk green», direkte Auszahlung Verkäsungs- und Siloverzichtszulage an Produzenten, Freihandelsabkommen Indonesien und Mercosur und der Stand AP22+.

Kommission Käsereimilch

Die Kommission Käsereimilch hat sich an sechs und eine Arbeitsgruppe an zwei weiteren Sitzungen getroffen. Neben der Marktlage sind die Mehrwerte der Käsereimilch sowie gemeinsame Differenzierungsmerkmale für Schweizer silofreie Sortenkäse wichtige Themen gewesen.

Die Resultate einer breit angelegten online-Umfrage bei Konsumenten bestätigen einerseits Erwartungen an Käsereimilch und liefern anderseits neue Erkenntnisse. Die zukünftige Auszahlung der Verkäsungs- und Siloverzichtszulage ist in der zweiten Jahreshälfte intensiv diskutiert worden. Über das ganze Jahr hat sich die Kommission mit der Einführung des Branchenstandards für Nachhaltige Schweizer Milch beschäftigt.

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2019

Die Jahresrechnung 2019 liegt auf konsolidierter Basis mit dem ausgewiesenen Ergebnis von 0,183 Millionen Franken über dem budgetierten Resultat, welches ein positives Ergebnis vorsah, was steuertechnisch mit einem Verlustvortrag gegengerechnet werden kann.

Der operative Bereich zeigt über die 3 Teilrechnungen wie in den Vorjahren und wie auch für 2019 budgetiert ein Minus. Das Ergebnis von -1,95 Millionen Franken ist dabei leicht besser als budgetiert, jedoch -0,3 Millionen Franken tiefer als im Vorjahr.

Die Nettoerlöse konnten deutlich zulegen (+3 % ggü. Budget), obwohl die Milchmenge gegenüber dem Vorjahr um -1,6 Prozent abnahm und nicht wie budgetiert, um +0,2 % zugenommen hat. Mehrerträge des Marketings aus Dienstleistungen an Dritte, zusätzliche Einnahmen aus Massnahmen und schliesslich höhere Beiträge des Bundesamtes für Landwirtschaft BLW haben rund 1,6 Millionen Franken zusätzliche Mittel generiert. Entsprechend konnten die Marketingmassnahmen um rund 1,3 Millionen Franken erweitert werden, u.a. mit Projekten rund um das Label Swissmilk Green.

Nicht ausgeschöpft wurden die Kostenbudgets. Der Personal- wie auch der übrige betriebliche Aufwand lagen zusammen 0,94 Millionen Franken unter den Budgetvorgaben. Damit konnten die gegenüber Budget um 0,1 Millionen Franken höheren Abschreibungen abgedeckt werden.

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2019

Aktiven (in 1000 CHF)	**2019**	**%**	**2018**	**%**
Flüssige Mittel – zweckgebunden 8,8 Mio. Fr. (DV 14.04.2004)	22 616	23,6	19 436	20,7
Kurzfristig gehaltene Aktiven mit Börsenkurs	32 262	33,7	32 285	34,4
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	7 923	8,3	8 910	9,5
Übrige kurzfristige Forderungen	479	0,5	2 415	2,6
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	66	0,1	131	0,1
Aktive Rechnungsabrenzungen	4 399	4,6	4 776	5,1
Total Umlaufvermögen	**67 745**	**70,7**	**67 953**	**72,4**
Finanzanlagen	2 540	2,6	2 076	2,2
Beteiligungen	363	0,4	538	0,6
Mobile Sachanlagen	888	0,9	972	1,0
Grundstücke und Bauten	23 995	25,0	22 306	23,8
Immaterielle Werte (Software)	331	0,3	64	0,1
Total Anlagevermögen	**28 117**	**29,3**	**25 955**	**27,6**
Total Aktiven	**95 862**	**100,0**	**93 908**	**100,0**

Passiven (in 1000 CHF)	**2019**	**%**	**2018**	**%**
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	6 140	6,4	6 192	6,6
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	2 257	2,4	410	0,4
Passive Rechnungsabgrenzungen	931	1,0	1 020	1,1
Kurzfristige Rückstellungen	1 029	1,1	980	1,0
Total kurzfristiges Fremdkapital	**10 357**	**10,8**	**8 601**	**9,2**
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	170	0,2	125	0,1
Rückstellungen sowie vom Gesetz vorgesehene ähnliche Positionen	9 494	9,9	9 525	10,1
Total langfristiges Fremdkapital	**9 664**	**10,1**	**9 650**	**10,3**
Genossenschaftskapital	3 000	3,1	3 000	3,2
Fondskapital	25 594	26,7	25 511	27,2
Kumulierte Gewinne aus dem Vorjahr	47 063	49,1	47 215	50,3
Jahresgewinn (+)/-verlust (–)	183	0,2	– 69	– 0,1
Total Eigenkapital	**75 840**	**79,1**	**75 657**	**80,6**
Total Passiven	**95 862**	**100,0**	**93 908**	**100,0**

Konsolidierte Bilanz

Die Bilanzsumme per 31.12.2019 steigt auf konsolidierter Basis auf 96,0 Millionen Franken, nach 93,9 Millionen Franken im Vorjahr. Die Eigenkapitalquote ist infolge der höheren Bilanzsumme und trotz des ausgewiesenen Jahresgewinns auf 79 Prozent (Vorjahr 80,6 %) gesunken.
Das Umlaufvermögen erreicht 70,7 Prozent (Vorjahr 72,4 %). Den 67,9 Millionen Franken Umlaufvermögen steht ein kurzfristiges Fremdkapital 10,5 Millionen Franken oder 10,9 Prozent (Vorjahr 9,2 %) gegenüber. Die Liquiditätssituation darf somit unverändert als stabil und vorsichtig ausgerichtet bezeichnet werden.
Bei der Mittelanlage wird weiterhin der nachhaltigen Substanzerhaltung gegenüber einer risikoträchtigen Renditeoptimierung Priorität eingeräumt. Die Passivseite zeigt ein gutes Verhältnis zwischen kurz- wie langfristigem Fremd- und Eigenkapital. Zinsbelastete Fremdfinanzierungen bestehen keine. Per 31.12.2019 besteht somit unverändert ein gesundes Bilanzbild.

2019 wurde wiederum der SMP-Mitgliederbeitrag an den Schweizer Bauernverband SBV entsprechend dem landwirtschaftlichen Produktionswert der Milch geleistet. Der Beitrag betrug 0,675 Millionen Franken

Die Erwartungen übertroffen hat 2019 das Netto-Finanzergebnis mit +1,9 Millionen Franken. Aufgrund des hervorragenden Börsenjahres erlitten nur wenige Titel – insbesondere Obligationen – Kursverluste im Umfang von -0,23 Millionen Franken. Auf der Ertragsseite, u.a. bedingt durch Engagements in dividendenstarke Titel, sind Finanzerträge von 2,1 Millionen Franken vereinnahmt worden. In das Finanzergebnis fliessen keine unrealisierten Kursgewinne. Seit 2012 erfolgt die Bewertung der Wertschriften unverändert gemäss dem Imparitätsprinzip. Einen wichtigen Beitrag zur Abdeckung des operativen Betriebsverlustes leistet mit 0,8 Millionen Franken auch der Liegenschaftserfolg.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2019

(in 1 000 CHF)	2019	%	2018	%
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	42 097	100,0	42 394	100,0
Materialaufwand und Drittleistungen	–23 481	–55,8	–23 908	–56,4
Bruttogewinn (+)/-verlust (–)	**18 616**	**44,2**	**18 486**	**43,6**
Personalaufwand	–11 799	–28,0	–11 593	–27,3
Übriger betrieblicher Aufwand	–7 595	–18,0	–7 323	–17,3
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (–) vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)	**–778**	**–1,8**	**–431**	**–1,0**
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	–1 167	–2,8	–1 214	–2,9
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (–) vor Zinsen und Steuern (EBIT)	**–1 945**	**–4,6**	**–1 644**	**–3,9**
Finanzaufwand	–231	–0,5	–926	–2,2
Finanzertrag	2 122	5,0	1 956	4,6
Betrieblicher Gewinn (+)/Verlust (–) vor Steuern (EBT)	**–54**	**–0,1**	**–615**	**–1,4**
Liegenschaftsaufwand	–301	–0,7	–277	–0,7
Liegenschaftsertrag	1 097	2,6	1 174	2,8
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	–422	–1,0	–618	–1,5
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	63	0,2	409	1,0
Gewinn (+)/Verlust (–) vor Steuern	**383**	**0,9**	**74**	**0,2**
Direkte Steuern	–200	–0,5	–143	–0,3
Jahresgewinn (+)/-verlust (–)	**183**	**0,4**	**–69**	**–0,2**

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Die Nettoerlöse von insgesamt 42,1 Millionen Franken werden zu 55 Prozent durch Produzentenbeiträge und zu rund einem Viertel, nämlich zu 24,5 Prozent durch eigene Dienstleistungen generiert. Ergänzt wird die Position durch Mittel des Bundes zur Absatzförderung. Der Betriebs- und Materialaufwand inkl. Leistungen Dritter sowie der Personalaufwand erreichen zusammen 42,9 Millionen Franken.

Nach Abschreibungen resultiert auf Stufe operatives Betriebsergebnis/EBIT ein Minus von -1,95 Millionen Franken. Nach dem Netto-Finanzergebnis, dem Liegenschaftserfolg sowie dem Resultat des neutralen Bereichs wird konsolidiert ein Ertragsüberschuss von +0,18 Millionen Franken ausgewiesen.

Teilrechnungen 2019

Verbandsrechnung

Die Verbandsrechnung weist wie in den Vorjahren und wie budgetiert ein negatives, operatives Betriebsergebnis (EBIT) von -1,95 Millionen Franken aus. Darin bereits berücksichtigt ist eine einmalige Sonderabschreibung auf einer Beteiligung. Damit wird die Stetigkeit in der Bewertung gewährleistet, wonach Beteiligungen und Finanzanlagen, welche keine Dividenden ausrichten, pro memoria zu bilanzieren sind. Das Netto-Finanzergebnis sowie der Liegenschaftserfolg erreichen rund 2,7 Millionen Franken und vermögen das negative Betriebsergebnis zu kompensieren. Die bedeutendste Kostenposition, die Personalkosten, liegt 0,15 Millionen Franken unter Budget. Die Kostendisziplin und -überwachung ist unverändert gewährleistet. Im ausserordentlichen Bereich erfolgte eine Einlage in die Arbeitgeber-Beitragsreserve der beruflichen Vorsorge.

Die Verbandsrechnung schliesst mit einem Einnahmenüberschuss von 0,174 Millionen Franken ab. Budgetiert war ein Jahresgewinn von 0,075 Millionen Franken.

Marketingfonds

Innerhalb der Jahresrechnung des Marketingfonds hat die 2018 neu lancierte «Mehrwert»-Strategie sowie die Umsetzung von Swissmilk Green die Erfolgsrechnung geprägt.

Die Produzentenbeiträge waren 0,25 Millionen Franken unter dem Budgetwert. Die übrigen Erlöspositionen waren hingegen allesamt höher als budgetiert.

Vakante Stellen wurden mit einer zeitlichen Verzögerung umgesetzt. Dadurch war der Personalaufwand 0,31 Millionen Franken tiefer als budgetiert.

Das operative Betriebsergebnis (EBIT) weist ein praktisch ausgeglichenes Resultat aus und entspricht damit dem budgetierten betrieblichen Ergebnis.

Der ausserordentliche Ertrag enthält eine Vorsteuerkorrektur aus dem Vorjahr sowie den Gewinn aus dem Verkauf eines Fahrzeugs.

Milchstützungsfonds

Die Erfolgsrechnung 2019 des Milchstützungsfonds weist ein unverändertes Bild zu den beiden Vorjahren aus. Die Jahresrechnung schliesst ebenso im gleichen Rahmen ab wie in den Vorjahren. Es resultiert ein geringer Aufwandüberschuss von -0,05 Millionen Franken. Erfolgsneutral verhalten sich wie üblich die Erträge und Aufwendungen für die Basiskommunikation «Schweizer Alpkäse». In der Bilanz angeführt sind die Beteiligungen an der LactoFama AG und der Liebefeld Käsekulturen AG.

Lagebericht

Geschäftsverlauf/wirtschaftliche Lage

Die wesentlichen Aussagen zum Lagebericht gemäss Art. 961c OR sind im Geschäftsbericht festgehalten.

Anzahl Vollzeitstellen im Jahresdurchschnitt

Im Geschäftsjahr 2019 bestanden bei der SMP im Jahresdurchschnitt 114,9 Vollzeitstellen. Insbesondere durch die saisonalen Schwerpunkte der Marketingaktivitäten fallen starke Schwankungen im Personalbestand an. Die Zahl der Festangestellten liegt im Jahresdurchschnitt tiefer.

Durchführung einer Risikobeurteilung

Der Vorstandsausschuss hat sich mit den möglichen Risiken beschäftigt. Anhand eines Risikokatalogs wurden Risiken aufgeführt, beurteilt, gewichtet, zugeordnet und Massnahmen festgehalten. Planmässig werden die Risikofaktoren zumindest jährlich überprüft und allfällig ergänzt oder bereinigt.

Bestellungs- und Auftragslage/Forschungs- und Entwicklungstätigkeit

Die SMP ist die Dachorganisation, der nationale Verband der Schweizer Milchproduzenten. In dieser Funktion beteiligt er sich an allfälligen Forschungsprojekten, vornehmlich von Bildungs- und Forschungsinstitutionen, welche einen landwirtschaftlichen Bezug, insbesondere zur Milchwirtschaft im Allgemeinen haben.

Aussergewöhnliche Ereignisse/Zukunftsaussichten

Die hier wesentlichen Aussagen sind im Geschäftsbericht umfassend festgehalten.

Anhang zur Jahresrechnung 2019

Firma, Name, Rechtsform und Sitz

Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft mit Sitz in Bern (UID-Nummer: CHE-105.903.217 MWST).

Angaben über die in der Jahresrechnung angewandten Grundsätze

Die vorliegende Jahresrechnung wurde nach dem Vorsichtsprinzip erstellt und entspricht dem neuen Rechnungslegungsrecht gemäss den Art. 957 bis 962 OR.

Zum Wohle der Genossenschaft können dabei im Rahmen des Vorsichtsprinzips Abschreibungen, Wertberichtigungen und Rückstellungen über das betriebswirtschaftlich benötigte Ausmass hinaus gebildet werden.

In der Jahresrechnung wurden die nachfolgenden Grundsätze angewendet:

Wertschriften des Umlaufvermögens und Wertberichtigungen

Bei den Wertschriften des Umlaufsvermögens handelt es sich um börsengehandelte Titel, welche als Liquiditätsreserve dienen. Die Bewertung erfolgt seit 2012 gemäss Niederstwertprinzip höchstens zu Anschaffungswerten oder tiefer liegenden Kurswerten. Um den Einfluss von Kursschwankungen auf das Ergebnis zu reduzieren, wird eine Wertberichtigung von 4 % auf Obligationen und 30 % auf Aktien gebildet.

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Die Wertberichtigung (Delkredere) umfasst grundsätzlich eine Pauschale von 5 % auf dem Bestand zuzüglich bekannter Einzelberichtigungen.

Anlagevermögen

Die Abschreibungen auf dem Anlagevermögen erfolgen nach der linearen Methode. Allfällige Sofortabschreibungen im steuerlich zulässigen Rahmen werden einzelfallmässig nach Bedarf und Ermessen durch die Geschäftsleitung beurteilt.

Rückstellungen

Die Höhe der Rückstellungen wird aufgrund einer vorsichtigen Schätzung durch die Geschäftsleitung bestimmt.

Angaben, Aufschlüsselung und Erläuterungen zu Positionen der konsolidierten Bilanz und konsolidierten Erfolgsrechnung

Die detaillierten Angaben, Aufschlüsselungen und Erläuterungen sind vorliegend und können vollumfänglich nachgewiesen werden. Sie bildeten unter anderem Bestandteil der Unterlagen zur ordentlichen Revision.

Wesentliche Beteiligungen	31.12.2019	31.12.2018
Emmentaler Schaukäserei AG mit Sitz in Affoltern im Emmental		
Aktienkapital	4 522 600	4 264 800
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	993 600	993 600
Stimmrechtsanteil	22 %	23 %
Appenzeller Schaukäserei AG mit Sitz in Stein AR		
Aktienkapital	2 550 000	2 550 000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	783 000	783 000
Stimmrechtsanteil	31 %	31 %
Société coopérative «Laiterie de Gruyères» mit Sitz in Pringy		
Genossenschaftskapital	2 020 000	2 020 000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	664 000	664 000
Kapitalanteil in % (Stimmrechtsanteil ~2 %)	33 %	33 %
Schweizer Agrarmedien AG mit Sitz in Bern		
Aktienkapital	1 320 000	1 320 000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	420 000	420 000
Stimmrechtsanteil	32 %	32 %
Liebefeld Kulturen AG mit Sitz in Köniz		
Aktienkapital	1 000 000	1 000 000
Kapitalanteil – Buchwert	201 000	201 000
Stimmrechtsanteil	20 %	20 %
Branchenorganisation Butter GmbH mit Sitz in Bern		
Stammkapital	500 000	500 000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	168 000	168 000
Stimmrechtsanteil	34 %	34 %
Le Journal Agri Sàrl mit Sitz in Lausanne		
Stammkapital	505 000	505 000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	104 000	104 000
Stimmrechtsanteil	21 %	21 %
TSM Treuhand GmbH mit Sitz in Bern		
Stammkapital	270 000	270 000
Kapitalanteil / Buchwert	62 000	62 000
Stimmrechtsanteil	23 %	23 %
LactoFama AG mit Sitz in Bern		
Aktienkapital	100 000	100 000
Kapitalanteil	100 000	40 000
Stimmrechtsanteil	100 %	100 %

Mietverpflichtungen und Verbindlichkeiten aus Leasinggeschäften	2019	2018
in den nächsten 12 Monaten fällig	1 126 438	1 126 438
in mehr als 12 Monaten fällig	1 727 114	2 853 551,5
	2 853 552	**3 979 990**

Sonstige Angaben	31.12.2019	31.12.2018
Verbindlichkeiten gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	1 893 133	–

Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Prüfung der Jahresrechnung durch die Revisionsstelle am 12. Februar 2020 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten.

Honorar der Revisionsstelle	2019	2018
Honorar für Revisionsdienstleistungen	62 225	64 056
Honorar für andere Dienstleistungen	2 151	2 894
	64 375	**66 950**

Bei den anderen Dienstleistungen im Berichtsjahr handelt es sich um Beratungsdienstleistungen.

Bericht der Revisionsstelle

Bericht der Revisionsstelle zur konsolidierten Jahresrechnung an die Delegiertenversammlung der Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft, Bern.

Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende konsolidierte Jahresrechnung (bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung, Geldflussrechnung und Anhang) der Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Vorstandes
Der Vorstand ist für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung in Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den Statuten verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung eines internen Kontrollsystems mit Bezug auf die Aufstellung einer Jahresrechnung, die frei von wesentlichen falschen Angaben als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist der Vorstand für die Auswahl und die Anwendung sachgemässer Rechnungslegungsmethoden sowie die Vornahme angemessener Schätzungen verantwortlich.

Verantwortung der Revisionsstelle
Unsere Verantwortung ist es, aufgrund unserer Prüfung ein Prüfungsurteil über die konsolidierte Jahresrechnung abzugeben. Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem schweizerischen Gesetz und den Schweizer Prüfungsstandards vorgenommen. Nach diesen Standards haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir hinreichende Sicherheit gewinnen, ob die konsolidierte Jahresrechnung frei von wesentlichen falschen Angaben ist.

Eine Prüfung beinhaltet die Durchführung von Prüfungshandlungen zur Erlangung von Prüfungsnachweisen für die in der konsolidierten Jahresrechnung enthaltenen Wertansätze und sonstigen Angaben. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des Prüfers. Dies schliesst eine Beurteilung der Risiken wesentlicher falscher Angaben in der konsolidierten Jahresrechnung als Folge von Verstössen oder Irrtümern ein. Bei der Beurteilung dieser Risiken berücksichtigt der Prüfer das interne Kontrollsystem, soweit es für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung von Bedeutung ist, um die den Umständen entsprechenden Prüfungshandlungen festzulegen, nicht aber um ein Prüfungsurteil über die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems abzugeben. Die Prüfung umfasst zudem die Beurteilung der Angemessenheit der angewandten Rechnungslegungsmethoden, der Plausibilität der vorgenommenen Schätzungen sowie eine Würdigung der Gesamtdarstellung der konsolidierten Jahresrechnung. Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil
Nach unserer Beurteilung entspricht die konsolidierte Jahresrechnung für das am 31. Dezember 2019 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften
Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen an die Zulassung gemäss Revisionsaufsichtsgesetz (RAG) und die Unabhängigkeit (Art. 728 OR) erfüllen und keine mit unserer Unabhängigkeit nicht vereinbare Sachverhalte vorliegen.

In Übereinstimmung mit Art. 728a Abs. 1 Ziff. 3 OR und dem Schweizer Prüfungsstandard 890 bestätigen wir, dass ein gemäss den Vorgaben des Vorstandes ausgestaltetes internes Kontrollsystem für die Aufstellung der konsolidierten Jahresrechnung existiert.

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.

Bern, 6. März 2020

Dr. Röthlisberger AG

sig. René Peterhans
dipl. Wirtschaftsprüfer
Revisionsexperte
(Leitender Revisor)

sig. Hanny Meister
dipl. Wirtschaftsprüferin
Revisionsexpertin

Mitglieder der SMP

Organisation Präsident	Geschäftsführer Adresse	Telefon Fax E-Mail Internet	Anzahl Delegierte
VMMO Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost Hanspeter Egli	Markus Berner Poststrasse 13 9200 Gossau	Tel. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milchbauern.ch www.milchbauern.ch	38
ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten Thomas Oehen	Pirmin Furrer Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tel. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch www.zmp.ch	22
aaremilch AG Rudolf Bigler	Donat Schneider Marktplatz 7 3250 Lyss	Tel. 032 332 89 00 info@aaremilch.ch www.aaremilch.ch	18
MM Mittelland Milch Andreas Hitz	Marco Genoni Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tel. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 marco.genoni@mpm-suhr.ch www.mpm-suhr.ch	15
MIBA Genossenschaft Milchverband der Nordwestschweiz Boris Beuret	Christophe Eggenschwiler Andlauring 30b 4147 Aesch BL	Tel. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch www.mibabasel.ch	14
TMP Thurgauer Milchproduzenten Daniel Vetterli	Jürg Fatzer Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tel. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 info@milchthurgau.ch www.milchthurgau.ch	13
FSFL Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie Gabriel Yerly	André Brodard Route de Riaz 95 Case postale 427 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	18
PROLAIT Fédération laitière Marc Benoit	Daniel Geiser Route de Lausanne 23 1400 Yverdon-les-Bains	Tel. 024 424 20 10 Fax 024 424 20 19 info@prolait.ch www.prolait.ch	12
FLV Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband Michel Bonjean	Jean-Jacques Favre Route des Lacs 32 3960 Sierre	Tel. 027 455 69 72 Fax 027 455 69 74 jean-jacques.favre@flv.ch www.flv.ch	4
LRG Fédération des Laiteries Réunies de Genève Olivier Berlie	Philippe Lebrun Chemin des Aulx 6 Case postale 1055 1211 Genève 26	Tel. 022 884 80 00 Fax 022 884 80 09 info@laiteries-reunies.ch www.lrgg.ch	3
FTPL Federazione ticinese produttori di latte Nello Croce	Denis Turnsek Via Gorelle 6592 S. Antonino	Tel. 091 850 27 94 Fax 091 850 27 77 info@ftpl.ch	3

Stand am 31. Dezember 2019

Zusammensetzung der Gremien

Ehrenpräsident

Kühne Josef, Benken SG

Vorstand	Organisation	Suppleanten des Vorstandes
Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident		
Egli Hanspeter, Trachslau SZ, 2. Vizepräsident	VMMO	Preisig Alfred, Frümsen SG
Häcki Karl, Hausen am Albis ZH	VMMO	
Neff Sepp, Appenzell Enggenhütten AI	VMMO	
Werder Urs, Ganterschwil SG	VMMO	
Oehen Thomas, Lieli LU	ZMP	Furrer Pirmin, Luzern LU
Arnold Christian, Seedorf UR	ZMP	
Iseli Jürg, Zwieselberg BE	aaremilch	Rudaz Heribert, Schmitten FR
Jenni Urs, Ins BE	aaremilch	
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MM	Genoni Marco, Suhr AG
Hirsbrunner Thomas, Häusernmoos i.E. BE	MM	Dummermuth Jürg, Thörishaus BE
Schreiber Daniel, Wegenstetten AG	MIBA	Eggenschwiler Christophe, Aesch BL
Siegenthaler Remo, Niederbipp BE	MIBA	
Vetterli Daniel, Rheinklingen TG	TMP	Fatzer Jürg, Weinfelden TG
Yerly Gabriel, Berlens FR	FSFL	Savary Nicolas, Sâles FR
Noël Christophe, Vuissens FR, 1. Vizepräsident	FSFL	
Benoit Marc, Romainmôtier VD	PROLAIT	Tanner Christophe, Les Vieux Prés NE
Roch Didier, Ballens VD	PROLAIT	
Bonjean Michel, Vouvry VS	FLV	Mottiez Steve, Collonges VS
Berlie Olivier, La Rippe VD	LRG	Zeller Marc
Bossi Emilio, Ambri TI	FTPL	vakant

Vorstandsausschuss

Kern Hanspeter, Buchberg SH, Präsident
Noël Christophe, Vuissens FR, 1. Vizepräsident
Egli Hanspeter, Trachslau SZ, 2. Vizepräsident
Oehen Thomas, Lieli LU
Roch Didier, Ballens VD

Kontrollstelle

Dr. Röthlisberger AG, Bern

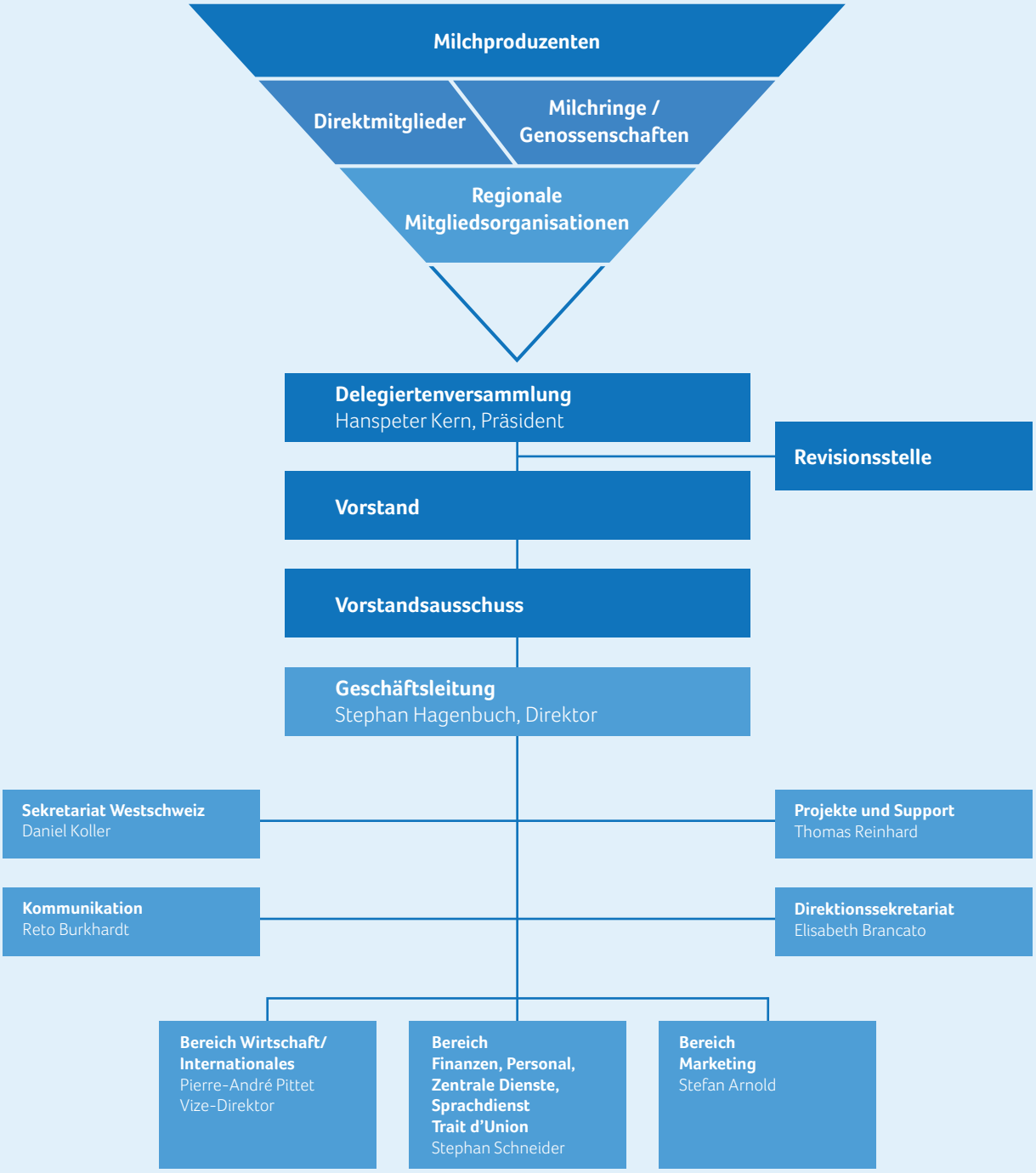
Geschäftsleitung

Hagenbuch Stephan, Marly FR, Direktor
Pittet Pierre-André, Schüpfen BE, Vize-Direktor
Arnold Stefan, Zürich ZH
Koller Daniel, Montsevelier JU
Schneider Stephan, Bern BE

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2019 bis 2023

Stand am 31. Dezember 2019

Organigramm der SMP



Stand am 31. Dezember 2019

Dokumentarischer Teil: Kennzahlen

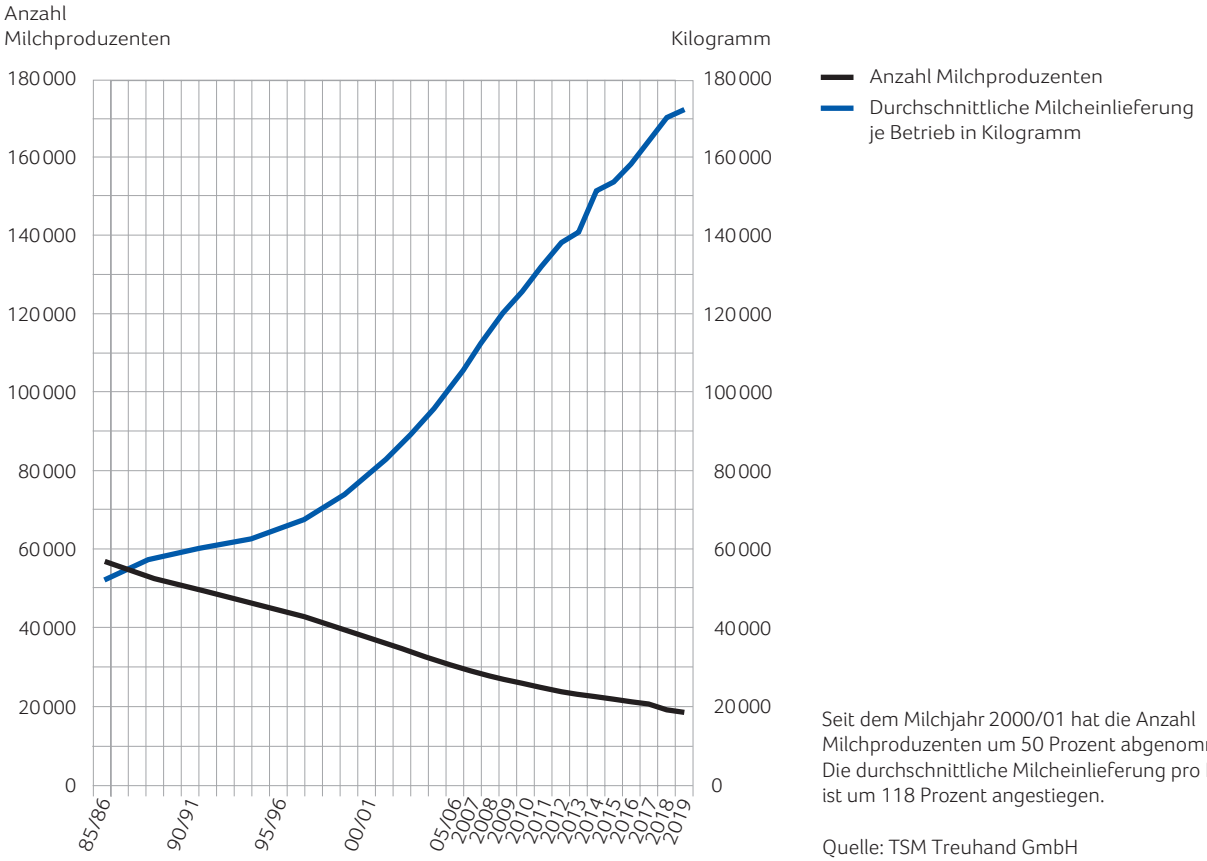
Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

Ganzjahresbetriebe (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr 95/96	00/01	05/06	Kalenderjahr 2010	2015	2018	2019	Veränderung 2018/2019	%
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	26 097	21 765	19 568	19 048	**– 520**	**– 2.7**
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	23,5	25,1	26,8	27,1	**0,3**	**1,1**
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	566 047	546 553	522 723	515 943	**– 6 780**	**– 1,3**
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	21,7	25,1	26,7	27,1	**0,4**	**1,4**
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	127 082	154 705	170 676	172 669	**1 993**	**1,2**
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 518	6 079	6 373	6 362	**– 11**	**– 0,2**
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	5 859	6 161	6 389	6 375	**– 14**	**– 0,2**
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm**	5 842	6 405	7 044	7 237	7 512	7 660	7 820	**160**	**2,1**

* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)
** Kontrolljahr Mai–April

Quelle: TSM Treuhand GmbH, Milchstatistik

Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2019



Seit dem Milchjahr 2000/01 hat die Anzahl Milchproduzenten um 50 Prozent abgenommen. Die durchschnittliche Milcheinlieferung pro Betrieb ist um 118 Prozent angestiegen.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

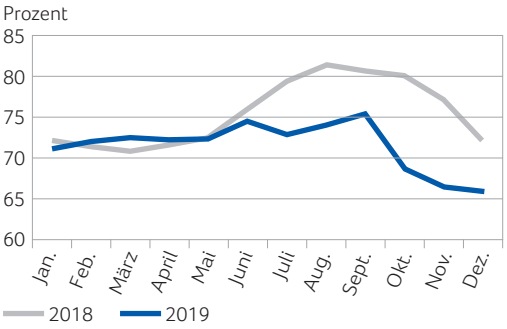
Milchpreise

Standard-Produzentenpreis für Molkereimilch und Segmentierung

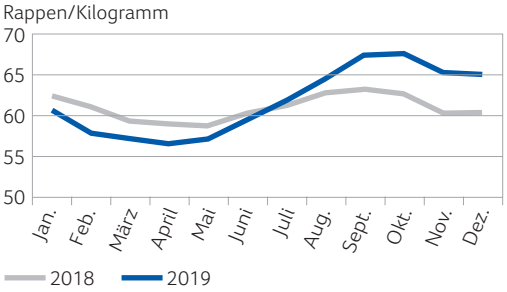
Für die Molkereimilch berechnet die SMP den Standard-Produzentenpreis (SPP). Die Erhebung beruht auf den Vertragskonditionen und Angaben der Milchkäufer sowie den Milchgeldabrechnungen der Produzenten. Die Berechnungsbasis bildet eine jährliche Liefermenge von 180'000 Kilogramm Milch mit einem Gehalt von 4,0 Prozent Fett und 3,3 Prozent Eiweiss. Die Zulage für Verkehrsmilch von 4.5 Rappen ist im SPP enthalten. Mehr dazu auf www.swissmilk.ch/milchpreis

Von grossem Interesse ist auch die Segmentierung: Anteil A-Milch, A- und B-Preise.

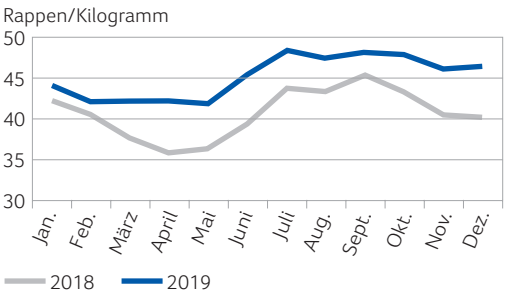
Segmentierung Anteil A-Molkereimilch



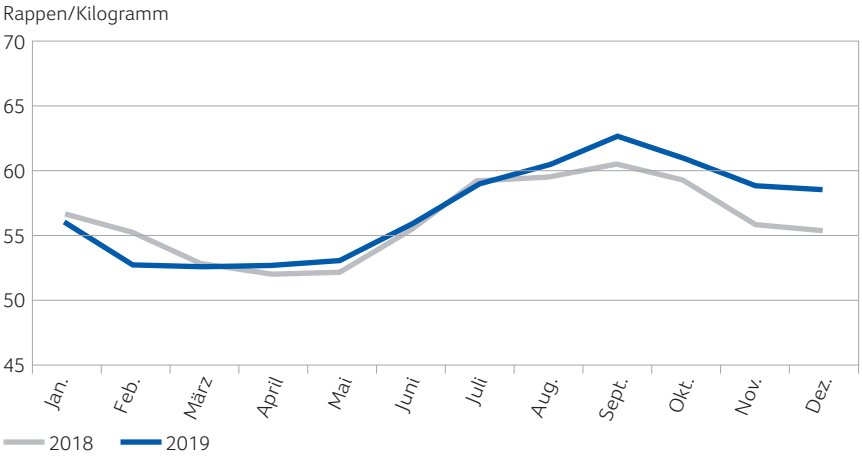
A-Preis Durchschnitt Schweiz SPP 180'000 Molkereimilch ÖLN ab Hof



B-Preis Durchschnitt Schweiz SPP 180'000 Molkereimilch ÖLN ab Hof



Standard-Produzentenpreis (SPP) 180'000 Molkereimilch ÖLN ab Hof



Molkereimilch ÖLN		Jahr	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	M12*
SPP Schweiz	Rp./kg	2019	55.9	53.2	52.9	52.7	52.7	56.2	59.2	60.5	63.2	61.6	58.8	58.6	**57.1**
		2018	56.8	55.2	53.1	52.1	52.4	55.4	58.2	59.7	60.5	59.7	56.1	56.7	**56.2**
Anteil A	%	2019	71,3	72,0	72,5	72,2	72,2	75,0	73,9	74,9	75,5	68,3	66,9	66,0	**71,7**
		2018	72,4	71,6	71,1	72,2	72,4	76,4	79,1	81,8	81,1	80,8	77,8	72,6	**75,8**
Preis A	Rp./kg	2019	60.6	57.6	57.0	56.7	56.8	59.7	62.4	64.2	67.7	67.9	65.3	65.1	**61.7**
		2018	62.5	61.2	59.5	59.4	58.8	60.2	62.0	62.9	63.8	63.0	60.2	60.2	**61.2**
Preis B	Rp./kg	2019	44.2	42.1	42.4	42.5	42.3	45.6	48.5	48.3	48.6	48.1	46.1	46.5	**45.4**
		2018	42.3	40.7	37.9	35.9	36.8	39.2	44.8	44.7	45.3	44.8	40.7	44.1	**41.2**

***M12**: Mittelwert der 12 Monate

Die Preise der Erstmilchkäufer von ÖLN-Molkereimilch werden seit Sommer 2019 nicht mehr veröffentlicht. Dies, weil die Publikation zum Nachteil der Milchproduzenten verwendet worden ist.

SPP Erstmilchkäufer Bio-Milch

(Basis 180 000 kg Jahresliefermenge, Gehalt 73 g/kg, ab Hof abgeholt)	Kalenderjahr 2018 Rp./kg	Kalenderjahr 2019 Rp./kg	Veränderung 2018/2019 Rp./kg
aaremilch AG	78.62	79.72	1.10
Biedermann Molkerei AG	82.19	81.69	–0.50
Cremo SA	82.74	79.53	–3.21
Emmi AG	84.80	81.62	–3.18
LRG	80.67	84.92	4.25
Milco	81.84	82.10	0.26
mooh	80.32	80.17	–0.15
Schwyzer Milchhuus	79.44	79.57	0.13
Strähl Käse AG	82.03	80.90	–1.13
ZMP	84.38	82.59	–1.79
Züger Frischkäse AG	83.96	81.32	–2.64
Durchschnitt Schweiz	**82.12**	**81.05**	**–1.07**

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Milchpreise/Milchqualität

Ausbezahlte Milchpreise für Käsereimilch

Im ausbezahlten Milchpreis für Käsereimilch, franko Käserei eingeliefert, sind folgende Preiskomponenten enthalten: Basispreis, Verkäsungszulage, Zulage für Verkehrsmilch, saisonale Preisstaffelung, Lademengen, Zuschläge beziehungsweise Abzüge für Gehalt und Qualität, Transport, periodische Nachzahlungen sowie Boni und Prämien aller Art.

Im ausbezahlten Käsereimilchpreis nicht enthalten sind: Siloverzichtszulage, Molke, Beiträge an Marketing-Selbsthilfemassnahmen und Organisationen, sonstige Verrechnungen, Gegenleistungen aller Art wie beispielsweise Warenbezüge oder Mieten.

Mehr Informationen erhalten Sie im Internet auf swissmilk.ch/milchpreis.

Milchqualität weiter auf sehr hohem Niveau

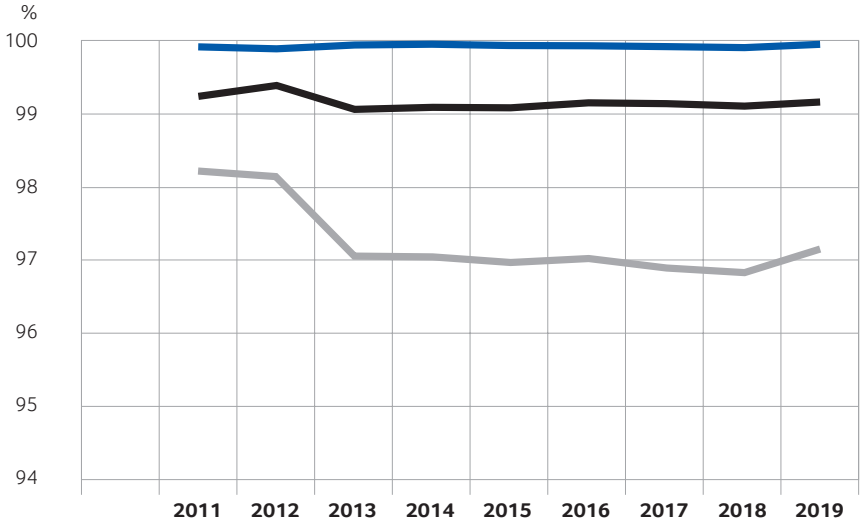
Die hygienische Qualität von Schweizer Milch ist von höchster Güte. Dies belegen die Ergebnisse der Qualitätskontrolle des Berichtsjahrs 2019 aufs Neue. Von den über 420'000 Proben, die im Rahmen der öffentlich-rechtlichen Milchkontrolle erhoben und bei Suisselab untersucht wurden, erfüllten 97,10 Prozent beim Kriterium Zellgehalt die strengen Schweizer Normen. Bei der Keimbelastung waren 99,21 Prozent der Proben einwandfrei und beim Hemmstoffnachweis 99,94 Prozent.

Ausbezahlte Milchpreise für Käsereimilch ÖLN

(Basis: effektive Lademengen und Gehalte gemäss den erfassten Milchgeldabrechnungen, ohne Siloverzichtszulage) Käsesorte	Kalenderjahr 2018 Rp./kg	Kalenderjahr 2019 Rp./kg	Veränderung 2018/2019 Rp./kg
franko Käserei			
Appenzeller®	70.72	71.43	0.71
Diverse Käse	62.89	62.88	–0.01
Emmentaler AOP	62.33	61.93	–0.40
Le Gruyère AOP	81.20	81.44	0.24
Raclette du Valais AOP	78.25	78.25	0.00
Sbrinz AOP	67.72	67.77	0.04
Tête de Moine AOP	76.04	75.31	–0.73
Tilsiter Switzerland	71.27	70.75	–0.51
Vacherin Fribourgeois AOP	78.65	77.24	–1.41
Durchschnitt Schweiz	**73.54**	**73.74**	**0.20**

Quelle: SMP Milchpreismonitoring

Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung

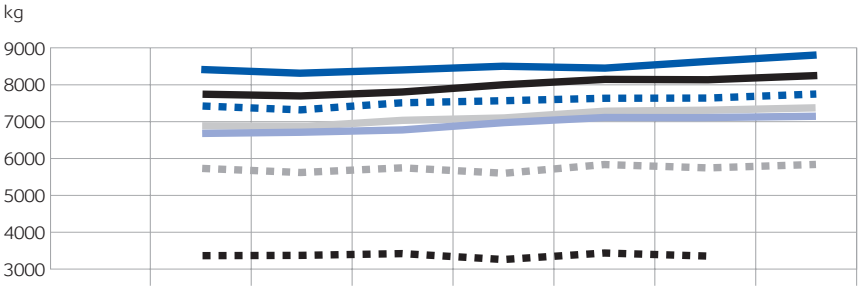


	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Hemmstoffe	99,91	99,87	99,94	99,96	99,95	99,94	99,93	99,92	99,94
Keimbelastung	99,33	99,43	99,05	99,11	99,10	99,15	99,13	99,12	99,21
Zellgehalt	98,24	98,10	97,04	97,03	96,99	97,01	96,88	96,84	97,10

Quelle: TSM Treuhand GmbH

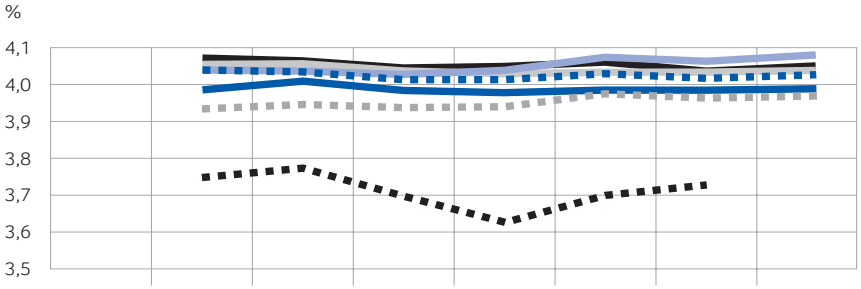
Milchleistungen und Gehalte

Milchleistungen der Schweizer Milchviehrassen



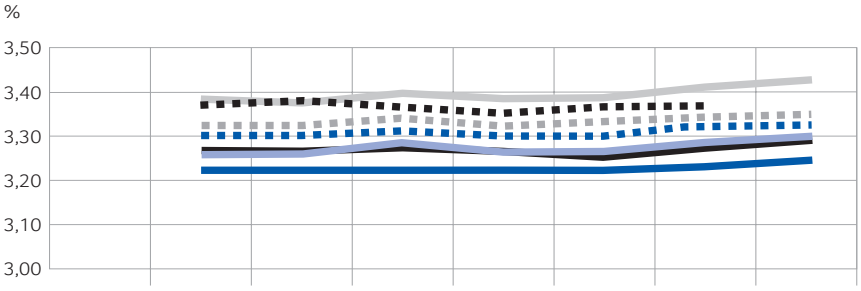
	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	2019
Braunvieh	6986	6917	7059	7078	7171	7184	7328
Red Holstein	7844	7783	7960	8062	8140	8127	8241
Holstein*	8425	8334	8462	8593	8451	8717	8900
Swiss Fleckvieh	6741	6766	6980	7028	7098	7100	7146
Simmental	5819	5796	5866	5767	5940	5879	5960
Eringer	3281	3352	3354	3326	3499	3361	
Mittel (gewichtet)	**7403**	**7347**	**7512**	**7572**	**7605**	**7660**	**7820**

Milchfettgehalte der Schweizer Milchviehrassen



	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	2019
Braunvieh	4,07	4,06	4,03	4,02	4,04	4,02	4,03
Red Holstein	4,08	4,06	4,03	4,04	4,06	4,03	4,06
Holstein*	3,98	4,02	3,95	3,94	3,97	3,98	3,99
Swiss Fleckvieh	4,05	4,05	4,04	4,05	4,08	4,06	4,09
Simmental	3,93	3,94	3,93	3,93	3,98	3,96	3,97
Eringer	3,75	3,79	3,70	3,62	3,70	3,72	
Mittel (gewichtet)	**4,05**	**4,04**	**4,01**	**4,01**	**4,03**	**4,02**	**4,03**

Milcheiweissgehalte der Schweizer Milchviehrassen



	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	2019
Braunvieh	3,39	3,38	3,40	3,39	3,39	3,41	3,43
Red Holstein	3,26	3,25	3,27	3,26	3,25	3,28	3,29
Holstein*	3,22	3,22	3,22	3,22	3,22	3,23	3,25
Swiss Fleckvieh	3,26	3,26	3,29	3,27	3,27	3,29	3,30
Simmental	3,32	3,32	3,34	3,32	3,33	3,34	3,35
Eringer	3,38	3,39	3,37	3,36	3,37	3,37	
Mittel (gewichtet)	**3,30**	**3,30**	**3,31**	**3,30**	**3,30**	**3,32**	**3,32**

* gewichteter Durchschnitt aus den Standardabschlüssen der bei Holstein Switzerland und Swissherdbook eingetragenen Kühe

Quelle: Schweizer Braunviehzuchtverband, Swissherdbook, Holstein Switzerland, Milchstatistik der Schweiz

Verarbeitung

Milchverwertung nach Milchäquivalent (MAE)*

Kategorie	Verwertung 2018 kMAE	Verwertung 2019 kMAE	Veränderung 2018/2019 kMAE	Veränderung 2018/2019 %
Käse	1 492 848	1 512 573	19 725	1,3
Quark	26 746	28 374	1 628	6,1
Konsummilch	382 614	373 405	–9 209	–2,4
Konsumrahm	280 933	277 517	–3 416	–1,2
Joghurt	118 272	116 665	–1 607	–1,4
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	100 307	100 435	128	0,1
Dauermilchwaren	379 814	356 543	–23 271	–6,1
Butter	542 593	523 957	–18 636	–3,4
Andere Verwertung	130 301	109 802	–20 499	–15,7
Total Vollmilchverwertung	**3 454 428**	**3 399 271**	**–55 157**	**–1,6**

* Ein Milchäquivalent entspricht der Eiweiss- und Fettmenge von einem kg Rohmilch mit 73 g Eiweiss und Fett. 1 kMAE = 1000 MAE

Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2018 Tonnen	Produktion 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Rohmilch	4 596	4 795	199	4,3
Fettangereicherte Milch UHT	530	472	–58	–10,9
Vollmilch pasteurisiert	42 264	43 400	1 136	2,7
Vollmilch UHT	16 149	11 449	–4 700	–29,1
Standardisierte Vollmilch 3,5% MF* pasteurisiert	43 892	42 678	–1 214	–2,8
Standardisierte Vollmilch 3,5% MF* UHT	136 478	139 443	2 965	2,2
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	70 574	68 728	–1 846	–2,6
Teilentrahmte Milch UHT	113 991	110 281	–3 710	–3,3
Trinkmagermilch pasteurisiert	27	7	–20	–74,1
Trinkmagermilch UHT	9 408	8 408	–1 000	–10,6
Total Konsummilch	**437 909**	**429 661**	**–8 248**	**–1,9**

* Milchfett

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2018 Tonnen	Produktion 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Doppelrahm	820	837	17	2,1
Vollrahm (35% Fett)	33 484	33 520	36	0,1
Halbrahm (25 bis 30% Fett)	13 373	13 210	–163	–1,2
Kaffeerahm	19 931	19 163	–768	–3,9
Total Konsumrahm	**67 608**	**66 730**	**–878**	**–1,3**

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2018 Tonnen	Produktion 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Sauermilch	4 238	631	–3 607	–85,1
Sauerrahm	3 422	3 582	160	4,7
Dessertprodukte	12 961	12 475	–486	–3,7
Milchgetränke	70 050	75 048	4 998	7,1
Joghurt	145 908	146 640	732	0,5
Kefir	294	294	0	0,0
Speiseeis	24 961	23 401	–1 560	–6,2

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpulver/Butter

Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2018 Tonnen	Produktion 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Magermilch (verarbeitet)				
Milchprotein über 80%	224 325	208 376	–15 949	–7,1
Milchprotein 50–80%	19 896	11 848	–8 048	–40,5
Total Magermilch (ohne MEFM*)	**244 221**	**220 224**	**–23 997**	**–9,8**
Vollmilchpulver (26%)	13 530	14 667	1 137	8,4
Teilentrahmtes Milchpulver	4 859	5 169	310	6,4
Fettangereichertes Milchpulver + Rahmpulver	1 639	1 676	37	2,3
Magermilchpulver	25 024	23 468	–1 556	–6,2
Buttermilchpulver**	1 422	1 980	558	39,2
Molkenpulver**	4 479	5 824	1 345	30,0
Milchkondensat	2 521	2 386	–135	–5,4
Total Milchpulver, Milchkondensate	**53 474**	**55 170**	**1 696**	**3,2**

* MEFM = Milchersatz-Futtermittel ** inklusive Veredelungsverkehr

Quelle: Branchenorganisation Schweizer Milchpulver BSM

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2018 Tonnen	Produktion 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Butter				
Vorzugsbutter	40 885	38 827	–2 058	–5,0
Sirtenrahmbutter	1 340	1 252	–88	–6,6
Gewerbliche Butterproduktion	3 725	4 099	374	10,0
Total Butter *	**45 950**	**44 178**	**–1 772**	**–3,9**

* Die TSM Treuhand GmbH weist in der Jahresstatistik die Butter mit Fettanteil 100 % aus: 2018 44 265 t und 2019 42 725 t.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2018 Tonnen	Verkäufe 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Butter				
Milchrahmbutter	7 251	7 226	–25	–0,3
Buttermischungen	10 768	10 675	–93	–0,9
Milch-Sirtenrahmbutter	191	36	–155	–81,2
Butter in Spezialprodukten*	405	383	–22	–5,4
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	17 418	17 452	34	0,2
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	**36 033**	**35 772**	**–261**	**–0,7**
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	**6 298**	**6 041**	**–257**	**–4,1**
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	**42 331**	**41 813**	**–518**	**–1,2**

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.

Quelle: Branchenorganisation Butter BOB

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2018 Tonnen	Produktion 2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 Tonnen	Veränderung 2018/2019 %
Quark	16 191	17 487	1 296	8,0
Mozzarella	23 368	23 322	– 46	– 0,2
Mascarpone	508	521	13	2,6
Übrige Frischkäse	12 041	12 610	569	4,7
Frischkäse total	**52 108**	**53 939**	**1 831**	**3,5**
Weissschimmelkäse, halb- bis vollfett	776	791	15	1,9
Weissschimmelkäse, überfett	1 556	1 535	– 21	– 1,3
Blau-, Grünschimmelkäse	16	23	7	43,8
Tommes	1 859	1 953	94	5,1
Vacherin Mont-d'Or AOP	554	532	– 22	– 4,0
Weichkäse, andere, mager bis viertelfett	22	7	– 15	– 68,2
Weichkäse, andere, halb- bis vollfett	767	787	20	2,6
Weichkäse, andere, überfett	327	289	– 38	– 11,6
Weichkäse total	**5 879**	**5 922**	**43**	**0,7**
Appenzeller®	8 668	8 601	– 67	– 0,8
Tilsiter Switzerland	2 742	2 744	2	0,1
Raclette du Valais AOP	2 396	2 394	– 2	– 0,1
Raclette Suisse®	15 249	15 693	444	2,9
Vacherin Fribourgeois AOP	2 713	2 903	190	7,0
Tête de Moine AOP	2 719	2 703	– 16	– 0,6
Jurakäse	589	508	– 81	– 13,8
Winzerkäse	83	72	– 11	– 13,3
Mutschli	614	746	132	21,5
Alpkäse, halbhart	2 229	2 184	– 45	– 2,0
Bündner Bergkäse	876	994	118	13,5
Bergkäse, halbhart	2 412	2 483	71	2,9
St. Paulin Suisse	269	274	5	1,9
Schweizer Edamer	148	156	8	5,4
Kaltgereifter Käse	545	466	– 79	– 14,5
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	232	233	1	0,4
Conveniencekäse	1 044	964	– 80	– 7,7
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	6 787	7 394	607	8,9
Halbhartkäse, andere, mager bis viertelfett	262	285	23	8,8
Halbhartkäse, andere, halb- bis vollfett	11 137	11 772	635	5,7
Halbhartkäse, andere, überfett	4 834	5 662	828	17,1
Halbhartkäse total	**66 558**	**69 233**	**2 675**	**4,0**
Emmentaler AOP	17 781	16 332	– 1 449	– 8,1
Switzerland Swiss	6 263	6 064	– 199	– 3,2
Le Gruyère AOP	29 286	29 818	532	1,8
Alpkäse hart	1 797	1 763	– 34	– 1,9
Hartkäse, andere, mager bis viertelfett	2 631	2 585	– 46	– 1,7
Hartkäse, andere, halb- bis vollfett	5 849	6 283	434	7,4
Hartkäse, andere, überfett	216	191	– 25	– 11,6
Hartkäse total	**63 823**	**63 036**	**– 787**	**– 1,2**
Sbrinz AOP	1 477	1 508	31	2,1
Extra Hartkäse total	**1 477**	**1 508**	**31**	**2,1**
Reiner Ziegenkäse	1 100	1 098	– 2	– 0,2
Reiner Schafkäse	380	381	1	0,3
Spezialprodukte total	**1 476**	**1 481**	**5**	**0,3**
Total alle Käsesorten	**191 321**	**195 114**	**3 793**	**2,0**

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Aussenhandel

Importe

umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*	2018 Mio. VMA	2019** Mio. VMA	Veränderung 2018/2019 Mio. VMA	Veränderung 2018/2019 %
Konsummilch	24,2	24,0	– 0,2	– 0,8
Frischkäse	76,2	75,2	– 1,1	– 1,4
Weichkäse	40,4	42,1	1,7	4,3
Halbhartkäse	56,1	59,5	3,4	6,1
Hartkäse	62,4	65,7	3,3	5,3
Käse total	**235,1**	**242,5**	**7,4**	**3,1**
Rahm	5,3	6,6	1,3	24,0
Joghurt	7,4	7,1	– 0,3	– 3,8
Frischmilchprodukte	0,6	0,4	– 0,2	– 27,8
Dauermilchwaren	49,1	42,8	– 6,2	– 12,7
Milchproteinprodukte	0,3	0,2	– 0,1	– 34,9
Butter	8,1	10,7	2,6	32,1
Lebensmittelzubereitungen (übrige Zollkapitel)	134,3	138,4	4,1	3,1
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	**464,3**	**472,7**	**8,4**	**1,8**

Exporte

umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*	2018 Mio. VMA	2019** Mio. VMA	Veränderung 2018/2019 Mio. VMA	Veränderung 2018/2019 %
Konsummilch	2,7	2,9	0,2	7,0
Frischkäse	22,0	28,8	6,8	31,1
Weichkäse	2,8	3,9	1,1	37,4
Halbhartkäse	94,5	103,7	9,3	9,8
Hartkäse	212,0	204,0	– 8,0	– 3,8
Käse total	**331,3**	**340,5**	**9,2**	**2,8**
Rahm	5,1	6,2	1,1	20,9
Joghurt	3,4	3,7	0,4	11,8
Frischmilchprodukte	18,4	16,3	– 2,1	– 11,4
Dauermilchwaren	60,8	63,1	2,3	3,9
Milchproteinprodukte	10,9	6,5	– 4,4	– 40,4
Butter	18,8	10,9	– 7,9	– 42,0
Lebensmittelzubereitungen (übrige Zollkapitel)	354,4	342,7	– 11,6	– 3,3
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	**805,7**	**792,8**	**– 12,9**	**– 1,6**

Bilanz (Exporte – Importe)

umgerechnet in Vollmilchäquivalente (VMA)*	2018 Mio. VMA	2019** Mio. VMA	Veränderung 2018/2019 Mio. VMA	Veränderung 2018/2019 %
Konsummilch	– 21,5	– 21,1	0,4	1,8
Frischkäse	– 54,2	– 46,3	7,9	14,5
Weichkäse	– 37,6	– 38,3	– 0,7	– 1,8
Halbhartkäse	38,4	44,2	5,8	15,2
Hartkäse	149,6	138,3	– 11,3	– 7,6
Käse total	**96,2**	**98,0**	**1,7**	**1,8**
Rahm	– 0,2	– 0,4	– 0,2	– 97,9
Joghurt	– 4,0	– 3,3	0,7	16,9
Frischmilchprodukte	17,8	15,9	– 1,9	– 10,8
Dauermilchwaren	11,7	20,3	8,6	73,5
Milchproteinprodukte	10,6	6,3	– 4,3	– 40,6
Butter	10,7	0,2	– 10,5	– 97,9
Lebensmittelzubereitungen (übrige Zollkapitel)	220,1	204,3	– 15,8	– 7,2
Total Milchprodukte (Mio. VMA)*	**341,4**	**320,1**	**– 21,3**	**– 6,2**

* Die Milchprodukte wurden nach Gehalt an verwertbarer Energie in Millionen Vollmilchäquivalente (VMA) umgerechnet. Ein VMA entspricht einem kg Kuh-Vollmilch mit einer verwertbaren Energie von 2 800 Kilojoule.
** Provisorische Daten

Quelle: Agristat

Kontakt und Impressum

Die SMP bietet Dienstleistungen und Informationen unter anderem für die Bereiche Wirtschaft, Politik, Produktion, Verarbeitung, Marketing und Ernährungsberatung an. Kontaktieren Sie uns bei Fragen entweder über die Zentrale oder wenden Sie sich direkt an die entsprechenden Auskunftspersonen. Sehr viele Informationen sind auch im Internet abrufbar.

Zentrale
Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft
Weststrasse 10, Postfach, 3000 Bern 6
Telefon: 031 359 51 11, Telefax: 031 359 58 51
smp@swissmilk.ch, www.swissmilk.ch

SMP Marketing
Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft
Brunnmattstrasse 21, 3007 Bern
Telefon: 031 359 57 28, Telefax: 031 359 58 55
marketing@swissmilk.ch, www.swissmilk.ch

Auskünfte für Produzenten und weitere Kreise
Thomas Reinhard, Telefon 031 359 54 82

Marketing-Dienstleistungen für Produzenten, Bestellungen von Broschüren, Werbeartikeln, Material für Anlässe, Shop
Contact Center, Telefon 031 359 57 28

Medienauskünfte
Reto Burkhardt, Telefon 031 359 52 14

Online
www.swissmilk.ch
www.swissmilk.ch/produzenten
www.swissmilk.ch/medien

Impressum
Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft
Weststrasse 10
3000 Bern 6
Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
www.swissmilk.ch
smp@swissmilk.ch
© Copyright by SMP
April 2020
Bilder: SMP, BO Milch (S. 3 und 4), LID (S. 5) und depositphotos (S. 6)
Grafik: Aebi Grafik & Illustration, Münchenbuchsee
Druck: Merkur Druck AG, Langenthal

SMP · PSL

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

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

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

swissmilk