

SMP·PSL

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

Jahresbericht 2022

**über Durchführung und Wirkung
der Selbsthilfemassnahmen der SMP**

zuhanden

**Bundesamt für Landwirtschaft BLW
Fachbereich Tierische Produkte und Tierzucht
Schwarzenburgstrasse 165
3003 Bern**

Bern, 15. Juni 2023

Inhaltsverzeichnis:

Vorbemerkungen und Zusammenfassung	3
1. Anzahl der vom Ausdehnungsentscheid betroffenen Nichtmitglieder	3
2. Bei Nichtmitgliedern im Jahr 2022 erhobene Beiträge	4
3. Produzenten, welche die Bezahlung verweigerten, getrennt nach Mitgliedern und Nichtmitgliedern	5
a) Anzahl	5
b) Für die Verweigerung vorgebrachte Gründe	5
c) Stand des Verfahrens gegen jeden dieser Produzenten	6
d) Erläuterungen zur Entwicklung gegenüber 2021	6
4. Nachweis, dass ein unabhängiges Revisionsorgan die korrekte Verwendung der Beiträge der Nichtmitglieder überprüft hat	6
5. Art der Berücksichtigung der über Direktvermarktung verkauften Produkte und Angabe, wie die Nichtmitglieder über ihre Rechte betreffend Direktvermarktung informiert wurden	7
a) Ganzjahresbetriebe	7
b) Sömmerungsbetriebe	7
6. Finanzmittel	9
a) Total der für die gemeinsame Massnahme zur Verfügung gestandenen Finanzmittel (Mitglieder und Nichtmitglieder)	9
b) Verwendung der Finanzmittel im Rahmen der gemeinsamen Massnahme Bezeichnung der verschiedenen Aktivitäten und entsprechender Betrag	9
c) Erfolgsrechnung und Bilanz	10
7. Bezeichnung der Unternehmen, welche die Massnahme umgesetzt, d.h. die eingezogenen Beiträge verwendet haben	10
8. Bewertung der Massnahme und ihrer Wirkung (positive/negative Wirkungen, Schwierigkeiten bei der Durchführung, Verbesserungsmöglichkeiten für das Instrument „Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen“)	10
Anhang	10
a) Bilanz, Erfolgsrechnung und Revisionsbericht Marketingfonds 2022 (DV 2023)	10
b) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 13. April 2022; Fonds Basismarketing	10
c) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 13. April 2022; Basismarketing Schweizer Käse	10
d) Protokoll der Delegiertenversammlung vom 13. April 2022	10
e) Zusammenarbeit BIO SUISSE – SMP (Brief vom 7. Dezember 2022; Beilage Vorstand SMP vom 2.2.2023)	10
f) Bericht von Bio Suisse über die Verwendung der von SMP an Bio Suisse überwiesenen Mittel aus den allgemeinverbindlichen Milchvermarktungsabgaben 2022	10
g) Vereinbarung SAV – SMP ab 2008/09	10
h) Reglement „Regionalmassnahmen“ von Schweizer Alpkäse	10
i) Rechnung 2022 Schweizer Alpkäse mit Kommentar	10
j) Kopie einer Abrechnung an die Nichtmitglieder mit Hinweisen auf die Artikel 1 und 12 der VBPO (ab März 2020)	10
k) Musterbrief SAV–SMP: Selbsthilfebeiträge auf Alpmilch–Direktvermarktung– Jährliche Abklärung	10

Vorbemerkungen und Zusammenfassung

Die Selbsthilfemassnahmen der Schweizer Milchproduzenten SMP zur Absatzförderung von Milchprodukten (Marketingfonds - SMP) sowie zur Förderung des Käseexportes (Basismarketing Schweizer Käse - SCM) basieren auf der Verordnung über die Branchen- und Produzentenorganisationen vom 30. Oktober 2002, SR 919.117.72. Der Bundesrat hat diese am 24. November 2021 bis Ende 2025 verlängert.

Der vorliegende Bericht legt zuhanden des Bundesamtes für Landwirtschaft (BLW) Rechenschaft darüber ab, wie die Mittel im Jahr 2022 (Kalenderjahr) generiert und verwendet wurden. Er orientiert sich an den im Brief des BLW vom 13. Juni 2023 gestellten Beurteilungspunkten. Sind Fragen bereits in anderen Berichten an das BLW, die Kommission Schweizer Alpkäse oder an die Delegierten der SMP beantwortet worden, verweisen wir auf diese Dokumente. Die entsprechenden Beilagen der Delegiertenversammlungen der SMP und der Alpkäsekommission befinden sich im Anhang.

1. Anzahl der vom Ausdehnungsentscheid betroffenen Nichtmitglieder

Die Mitgliedschaft der einzelnen Milchproduzenten bei den regionalen Milchproduzentenorganisationen resp. der SMP ist in der DB Milch der TSM Treuhand GmbH seit 1. Mai 2006 hinterlegt (Tabelle 1). Für das Inkasso sind diese Angaben massgebend. Die Mitglieder werden aufgrund sämtlicher Milchkaufverträge (Betriebsnummern) gezählt. Ein Milchproduzent kann mehrere Betriebsnummern haben (z.B. Sömmerungs- und Ganzjahresbetrieb). Deshalb ist das Total in dieser Tabelle höher als das Total der Milchproduzenten in der Schweiz. Die Zuteilung zu den regionalen Milchproduzentenorganisationen erfolgt über die zuständige Inkassoorganisation. Jene Milchproduzenten, welche keiner regionalen Organisation angehören und das Inkasso direkt über die SMP vornehmen lassen, sind unter SMP zusammengefasst. Produzenten, welche die SMP-Mitgliederbeiträge bezahlen, sind in der Spalte Mitglieder aufgeführt. Die OPU Chasseral wird vom Milchverband der Nordwestschweiz (MIBA) betreut.

Nicht alle Milchproduzenten liefern jeden Monat Milch ab. Daher bezieht sich die Tabelle 1 auf das ganze Jahr 2022. Wechselte ein Milchproduzent unterjährig die Inkassostelle, wurde der Betrieb derjenigen Inkassostelle zugewiesen, für welche die vermarktete Milchmenge am höchsten war. Bei der Frage betr. voller Beitragspflicht gilt als Stichtag der 31.12.2022.

Tabelle 1: Mitglieder und Nichtmitglieder der SMP inkl. Sömmerungsbetriebe

Name Inkassostelle volle Beitragspflicht	2021		2022	
	ja	nein	ja	nein
Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	4'670	4	4'541	11
ASMK ZMP	3'233	7	3'145	2
aaremilch AG	2'599	49	2'336	3
Verein Mittelland Milch	1'747	2	1'711	1
MIBA Genossenschaft	1'255	0	1'202	0
Thurgauer Milchproduzenten	744	5	724	2
Fédération des soc. fribourg. de laiterie FSFL	1'489	687	1'444	8
PROLAIT - fédération laitière	1'109	3	1'080	1
Laiteries Réunies de Genève	68	0	62	0
Féd. laitière Valaisanne FLV-WMV	529	5	521	2
Federazione Ticinese Produttori di Latte	149	0	141	1
SMP Schweizer Milchproduzenten	934	1'184	1'210	1'865
Total	18'526	1'946	18'117	1'896
Total Mitglieder & Nichtmitglieder	20'472		20'013	
Anteil Mitglieder / Nichtmitglieder in %	90.49%	9.51%	90.53%	9.47%

Quelle: DB Milch per April 2023, SMP

Der Anteil der Nichtmitglieder ist 2022 fast gleich geblieben wie im Vorjahr. Die im Vorjahr bei der «Fédération des soc. Fribourg. de laiterie FSFL» aufgeführten Nichtmitglieder sind 2022 unter SMP geführt. Es handelt sich dabei vor allem um Milchproduzenten aus dem Kanton Bern, die ihre Milch an den Freiburger Milchverarbeiter Cremo AG liefern und im Jahr 2019 gegründeten «Verein der Berner-Milchproduzenten der CREMO AG, (VBMC)» organisiert sind. Der Verein ist an der Delegiertenversammlung vom 12. April 2023 per 1. Mai 2023 als neues Mitglied in die SMP aufgenommen worden. Mit der Aufnahme dieses Vereins als neues Mitglied bei SMP (916 Milchproduzenten) wird der Anteil der Nichtmitglieder per 1. Mai 2023 faktisch wieder auf die Hälfte zurückgehen.

2. Bei Nichtmitgliedern im Jahr 2022 erhobene Beiträge

Die Beiträge entsprechen den Daten aus dem Finanzabschluss der SMP. Ausstehende Beiträge sind darin abgegrenzt, resp. enthalten.

Tabelle 2: Beiträge 2022 von Mitgliedern und Nichtmitgliedern

	Menge	Ansatz	Betrag	Betrag(rund)	Prozent
	Tonnen	Rp./kg	CHF	CHF	%
Marketingfonds / Mitglieder					
Januar bis Dezember 2022	3'047'468	0.525	15'999'207	15'999'000	
Total	3'047'468		15'999'207	15'999'000	
Käseexportmarketing / Mitglieder					
Januar bis Dezember 2022	3'047'468	0.200	6'094'936	6'095'000	
Total	3'047'468		6'094'936	6'095'000	
Marketingfonds / Nichtmitglieder*					
Januar bis Dezember 2022	312'664	0.525	1'641'486	1'641'000	
Total	312'664		1'641'486	1'641'000	
Käseexportmarketing / Nichtmitglieder*					
Januar bis Dezember 2022	312'664	0.200	625'328	625'000	
Total	312'664		625'328	625'000	
Beiträge Nichtmitglieder					
Beiträge Marketingfonds			1'641'486	1'641'000	
Beiträge Käseexportmarketing			625'328	625'000	
Total Beiträge Nichtmitglieder			2'266'813	2'266'000	9.31%
./Bestrittene Beiträge (Verfahren 2022)			61'635	62'000	0.25%
Beiträge von Nichtmitgliedern ohne Verfahren			2'205'179	2'204'000	9.05%
Zusammenfassung					
Beiträge Marketing Mitglieder			15'999'207	15'999'000	
Beiträge Marketing Nichtmitglieder			1'641'486	1'641'000	
Total Beiträge Marketingfonds			17'640'692	17'640'000	
Beiträge Käseexportmarketing Mitglieder			6'094'936	6'095'000	
Beiträge Käseexportmarketing Nichtmitglieder			625'328	625'000	
Total Beiträge Käseexportmarketing			6'720'264	6'720'000	
Total Selbsthilfebeiträge Mitglieder und Nichtmitglieder			24'360'956	24'360'000	100.00%

Die Produzentenbeiträge in der Erfolgsrechnung des Marketingfonds (2022) betragen 17.506 Mio. CHF. Die Differenz gegenüber dem Betrag in der vorangehenden Tabelle 2 (Total Beiträge Marketingfonds: 17.640 Mio. CHF) ergibt sich aus Wertberichtigungen und Abgrenzungsdifferenzen.

In **Tabelle 2** sind alle Beiträge enthalten, auch diejenigen von Biobetrieben, welche an Bio Suisse überwiesen werden. Die vertragskonforme Überweisung an Bio Suisse entspricht dem Nettobetrag gemäss Vertrag (Betrag = 0.525 x zu Bioprodukten verarbeitete und vermarktete Milchmenge

minus direkte Inkassokosten Dritter anteilmässig). SMP erhebt – im Gegensatz zu anderen Organisationen – gegenüber Bio Suisse keine Inkassogebühren für die eigene Tätigkeit.

In **Tabelle 2** weisen wir ebenfalls den an SCM überwiesenen Beitrag aus (Nettobetrag). Dieser Betrag entspricht der gesamten vermarkteten Milchmenge mal 0.2 Rappen je Kilogramm. An dieser Stelle möchten wir ebenfalls darauf hinweisen, dass die SMP gegenüber SCM keine Inkassogebühren für die eigene Tätigkeit verrechnet. Wir sind jedoch zum Teil mit der Tatsache konfrontiert, dass einzelne Käser resp. Milchverarbeiter eine Inkassogebühr für sich in Abzug bringen. Auch diese Abzüge verrechnen wir nicht weiter. Die SCM kennt diese Angelegenheiten. Das Inkasso ist teilweise nur dank der Allgemeinverbindlichkeit durchführbar.

3. Produzenten, welche die Bezahlung verweigerten, getrennt nach Mitgliedern und Nichtmitgliedern

Die Statuten der Schweizer Milchproduzenten SMP sehen vor, dass die von der Delegiertenversammlung beschlossenen Beiträge für alle der SMP angeschlossenen Milchproduzenten verpflichtend sind. Verweigert ein Mitglied die Bezahlung der Beiträge auch nach zweimaliger Mahnung, wird er zuerst aus der SMP via die regionalen Milchproduzentenorganisationen ausgeschlossen. Erst nach rechtskräftigem Ausschluss erstellt die SMP eine Verfügung über die Selbsthilfebeiträge. Bei den Produzenten, welche die Bezahlung der Selbsthilfebeiträge verweigern, handelt es sich daher ausschliesslich um Nichtmitglieder der SMP.

a) Anzahl

Im Jahr 2022 sind 39 Verfahren abgeschlossen worden. 34 Fälle sind pendent.

Tabelle 3: Stand der Verfahren am 31. Dezember 2022

	2021	2022
Erledigte Fälle mit Verfügung	29	7
Erledigte Fälle mit Betreibungsverfahren	2	3
Erledigte Fälle mit Verwaltungsbeschwerde	0	29
Total erledigte Fälle	31	39
Fälle mit offener Verfügung	44	27
Fälle mit laufenden Betreibungsverfahren	0	2
Fälle mit offener Verwaltungsbeschwerde	0	1
Fälle in Abklärung	0	4
Total pendente Fälle per Ende Jahr	44	34
Total Verfügungen	73	34

Quelle: SMP, April 2023

Ein einzelner Produzent kann in mehrere Fälle involviert sein, was nicht selten der Fall ist. Die Beiträge werden periodisch abgerechnet. Mit jeder Verfügung wird ein neues Verfahren eröffnet. Dies führt dazu, dass über einen Betrieb mehrere Verfahren laufen (Phänomen: „Stammkunden“). Mehrere Verfahren eines Betriebes werden für die Betreuung zu einem Verfahren zusammengefasst.

b) Für die Verweigerung vorgebrachte Gründe

Die wichtigsten Gründe für die Nichtbezahlung der Beiträge sind im Wesentlichen gegenüber dem Vorjahr unverändert:

- Zweifel an der Rechtmässigkeit der Forderung seitens der Produzentenorganisation.
- Unzufriedenheit mit der Agrarpolitik, Situation auf dem Milchmarkt im Allgemeinen und mit den Milchpreisen im Speziellen.

- Unzufriedenheit mit dem Milchkäufer.
- Differenzen bezüglich strategischer Ausrichtung im Zusammenhang mit der Segmentierung (Freiwilligkeit B-Milch) und der betrieblichen Entwicklung.
- Tiefe Einkommen, hohe Produktionskosten, persönliche finanzielle Probleme.
- Direktvermarkter und Sömmerungsbetriebe, die ihre Produkte selber verkaufen, verstehen fälschlicherweise auch Verkäufe an Handel, Hotels, Restaurants etc. als Direktvermarktung.
- Das Basismarketing ist zu abstrakt, der Produzent sieht keinen direkten Nutzen für seinen Betrieb.

In der Regel wird kein Unterschied zwischen den verschiedenen Beitragsarten gemacht. Inhaltlich ist die Notwendigkeit für Marketingmassnahmen kaum bestritten. Die Ablehnungsgründe sind inhaltlich sehr konstant.

c) Stand des Verfahrens gegen jeden dieser Produzenten

Über den Stand der Verfahren wird im Punkt 3 a) Auskunft gegeben.

d) Erläuterungen zur Entwicklung gegenüber 2021

Es ist unbestritten, dass die sachliche Überzeugungsarbeit für Selbsthilfemassnahmen einem Rechtsverfahren stets überlegen ist. Diesem Umstand messen wir grossen Wert bei und führen mehrmals Gespräche, bevor wir zum Mittel der Verfügung greifen.

2021 hat das Bundesgericht einen seit langer Zeit hängigen Grundsatzentscheid auf höchster Instanz gefällt (2C_677/2020 vom 9.6.2021: Verfassungs- und Gesetzesmässigkeit der Allgemeinverbindlichkeit). Weiter hat das Bundesgericht ebenfalls einen Fall zur Umsetzung der Allgemeinverbindlichkeit bei SMP entschieden und die Beurteilung von SMP gestützt (2C_397/2021 vom 25.11.2021: Beschlussfassung der Allgemeinverbindlichkeit bei SMP). Diese Entscheide haben viele Unsicherheiten beseitigt. 2021 konnte deshalb die Zahl pender Verfahren von 81 auf 44 deutlich abgebaut werden. 2022 konnte die Reduktion der pendenten Verfahren fortgesetzt werden. Ende Jahr waren noch 34 Verfahren pendent.

4. Nachweis, dass ein unabhängiges Revisionsorgan die korrekte Verwendung der Beiträge der Nichtmitglieder überprüft hat

Die SMP erhebt ihre Beiträge gemäss der langjährigen durch das BLW anerkannten Praxis aufgrund der Daten der DB Milch. In der DB Milch sind sämtliche Milchproduzenten mit einem Code hinterlegt, der darauf verweist, ob sie Mitglied oder Nichtmitglied der SMP sind. Damit kann jederzeit für jede Periode nachgeprüft werden, welche Beiträge bei Mitgliedern und bei Nichtmitgliedern erhoben wurden. Aufgrund dieser Überprüfbarkeit ist es nicht zwingend notwendig, in der Buchhaltung separate Konten zur Unterscheidung der Beiträge von Mitgliedern und Nichtmitgliedern einzuführen. SMP hat 2016 die statutarischen Grundlagen für die Erhebung von Beiträgen gemäss den Vorgaben des BLW angepasst. 2019 und 2022 hat die SMP weitere Statutenanpassungen vorgenommen und damit die Rechtssicherheit beim Inkasso noch weiter erhöht.

Der Mechanismus ist im Internen Kontrollsystem (IKS) der SMP beschrieben und wurde von der unabhängigen Revisionsstelle geprüft und so akzeptiert.

Über die Selbsthilfemassnahmen werden separate Rechnungen geführt, die einzeln von der Revisionsstelle geprüft und einzeln von der Delegiertenversammlung verabschiedet werden.

Die Buchführung über das Basismarketing Schweizer Käse erfolgt durch die SCM, die auch für die Revision ihrer Rechnung verantwortlich ist. Das BLW erhält im Rahmen der Absatzförderungsmassnahmen Käse Kenntnis über die Rechnungsführung und Revision dieser Rechnung.

Analoges gilt für jene Beiträge, welche die SMP an Bio Suisse überweist (siehe auch Punkt 6) sowie jene Mittel, welche gestützt auf eine Vereinbarung zwischen dem Schweizerischen Alpwirtschaftlichen Verein (SAV) und der SMP an die paritätisch zusammengesetzte Alpkäsekommission delegiert wurden.

Die Rechnungen der SMP wie auch das IKS werden revidiert durch die Firma Dr. Röthlisberger AG, Zollikofen. Der Revisionsbericht 2022 des Marketingfonds wird als Beweismittel für die separate Rechnung und die separate und unabhängige Revision im Anhang beigelegt.

5. Art der Berücksichtigung der über Direktvermarktung verkauften Produkte und Angabe, wie die Nichtmitglieder über ihre Rechte betreffend Direktvermarktung informiert wurden

Beim Vorgehen, wie die Direktvermarktung berücksichtigt wird, müssen zwei Gruppen von Produzenten unterschieden werden:

a) Ganzjahresbetriebe

Die direkt vermarktete Milch wird von der TSM Treuhand GmbH separat erfasst. Die regionalen Milchproduzentenorganisationen stellen den Mitgliedern der SMP einmal jährlich Rechnung über die Beiträge auf der direkt vermarkteten Milch. Den Nichtmitgliedern wird diese Milch nicht in Rechnung gestellt.

Wird ein Fall an die SMP für die Verfahrenseröffnung gemeldet, meldet die regionale Milchproduzentenorganisation die Milchmenge ohne die direkt vermarktete Milch.

b) Sömmerungsbetriebe

Die Produzenten werden grundsätzlich bereits von den regionalen Milchproduzentenorganisationen über ihre Rechtslage informiert und werden nochmals vor der ersten Verfügung der SMP informiert, welche belegt, dass direkt vermarktete Mengen abgezogen werden können. Dies erfolgt nochmals im Falle der ersten Verfügung durch die SMP. Nachdem das Inkasso 2002 auf den Alpen im Zuge einer Gesetzesanpassung (Bil. I) im Landwirtschaftsgesetz wieder aufgenommen wurde, fanden in allen Regionen sehr intensive Informationstätigkeiten statt. Inzwischen hat sich dieser Prozess eingespielt. Gleichzeitig verweisen wir auf www.swissmilk.ch (siehe Link nachfolgende Seite), wo dieses Thema in aller Ausführlichkeit mit Beispielen (inkl. Inkasso-Musterbrief SAV – SMP im Anhang) abgehandelt ist. Dazu der entsprechende Link und ein Bild der Publikation im Internet:

Hilfe zur Selbsthilfe

Die Milchproduzenten leisten Beiträge für das Basismarketing. Mit Allgemeinverbindlichkeiten können wichtige Massnahmen zum Erhalt und zur Förderung des Absatzes umgesetzt werden.



Rechtsprechung

Bisher wurde keinem Rekurs vom Bundesamt für Landwirtschaft stattgegeben. Auch das Bundesverwaltungsgericht wie auch das Bundesgericht bestätigen die Rechtskraft der Allgemeinverbindlichkeit in ihren Urteilen.

Ausnahme Direktvermarktung bei Nicht-Mitgliedern

Direkt vermarktete Milch und Milchprodukte sind von der Allgemeinverbindlichkeit der Selbsthilfemassnahmen ausgenommen. Als direkt vermarktete Milch gelten bei den Selbsthilfemassnahmen diejenigen Produkte, die direkt vom Produzenten an den Endkonsumenten für den Verzehr im eigenen Haushalt verkauft wurden (Art. 1, Abs. 4 der Verordnung über die Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen (SR 919.117.72)).

Die Ausnahmeregelung gilt nicht für Produkte, die an Hotels, Restaurants, andere Grossverbraucher oder Detaillisten verkauft wurden.

Erfassung der Direktvermarktung

Direkt vermarktete Milchmengen müssen der TSM Treuhand mit dem TSM-1-Formular gemeldet werden. Dieses Formular kann bei der TSM Treuhand angefordert werden.

Die Zusammenarbeitsvereinbarung der SMP mit dem Schweizerischen Alpwirtschaftlichen Verband (SAV) ab 2008/09 ist weiterhin gültig. Darin anerkennt der SAV die Beiträge an die SMP, unabhängig vom Mitgliedsstatus der Milchproduzenten bei der SMP. Die Alpkäsehersteller sind aufgefordert, auf der gesamten Milchmenge die Beiträge an die SMP zu bezahlen, unabhängig von der Art des Verkaufs. Die SMP verpflichtet sich ihrerseits, die auf der verkästen Alpmilch generierten Selbsthilfebeiträge zweckgebunden für den Alpkäse einzusetzen. Zuständig für die Umsetzung ist die paritätisch zusammengesetzte Alpkäsekommission. Die Alpkäsekommission ist eine einfache Gesellschaft, die durch die Vereinbarung zwischen SAV und SMP begründet ist. Die Vereinbarung liegt dem Bericht bei.

Um die Umsetzung der Allgemeinverbindlichkeit sicherzustellen, wurde die Vereinbarung ebenfalls dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) unterbreitet. Das BLW hat die Vereinbarung geprüft und kommt mit Schreiben vom 03. und 23. April 2007 zum Schluss, dass die geplanten Massnahmen für Alpkäse in den möglichen Massnahmen nach Anhang 2 Ziffer A VBPO enthalten sind. Das BLW hat zustimmend von der Vereinbarung Kenntnis genommen. Aus der Vereinbarung geht hervor:

- Alle Beiträge auf der Alpmilch werden für den Schweizer Alpkäse eingesetzt. Ein Teil der Mittel fliesst an Organisationen in den Regionen zurück.
- Mit dieser Vereinbarung wurde der Solidaritätskreis vertraglich (privatrechtlich und nicht öffentlich-rechtlich) deutlich ausgeweitet, indem der SAV das Inkasso dieser (aller) Beiträge (SMP, SCM etc.) bei seinen Mitgliedern ausdrücklich unterstützt.

Somit ist nur ein sehr kleiner Teil der Bewirtschafterinnen und Bewirtschafter von Sömmerungsbetrieben privatrechtlich nicht eingebunden und berechtigt, für die direkt vermarktete Menge keine Beiträge zu entrichten.

Wir haben dem Bericht die Jahresrechnung 2022 (inkl. Kommentar) von Schweizer Alpkäse beigelegt. Diese enthält sämtliche Massnahmen, die im Auftrag der Schweizer Alpkäsekommission ausgeführt worden sind. Regionalmassnahmen und administrative Aufwände werden mit 100% Eigenmittel finanziert, nationale Massnahmen werden partiell über SCM mit Absatzförderung des Bundes co-finanziert.

Als Ergänzung liegen auch das Reglement über die Regionalmassnahmen und die Vereinbarung mit CasAlp (Sortenorganisation Berner Alp- und Hobelkäse AOP) dem Bericht bei.

In der Praxis dürfen wir feststellen, dass sich die Basiskommunikation Schweizer Alpkäse ausserordentliche Akzeptanz verschaffen konnte und Schweizer Alpkäse ein wertschöpfungsstarkes Vorzeigeprodukt der Schweizer Milchwirtschaft darstellt.

6. Finanzmittel

a) Total der für die gemeinsame Massnahme zur Verfügung gestandenen Finanzmittel (Mitglieder und Nichtmitglieder)

Wie unter Punkt 2 dargelegt, standen im Jahr 2022 total 24.4 Mio. CHF, welche unter diese Allgemeinverbindlichkeit fallen, für Selbsthilfemassnahmen zur Verfügung. Total stammen 9.31 Prozent der Selbsthilfebeiträge von Nichtmitgliedern, die ihrerseits 9.47 Prozent der Milchproduzenten repräsentieren. Lediglich für 0.25 Prozent der Beiträge mussten Verfahren eröffnet werden. Die übrigen Beiträge bezahlten die Nichtmitglieder bereits nach Rechnungsstellung oder aufgrund von privatrechtlich abgesicherten Verrechnungsmöglichkeiten (**Tabelle 2**).

b) Verwendung der Finanzmittel im Rahmen der gemeinsamen Massnahme Bezeichnung der verschiedenen Aktivitäten und entsprechender Betrag

Über die Art der Verwendung der Finanzmittel im Rahmen der gemeinsamen Massnahmen wird dem BLW für den Marketingfonds und das Käseexportmarketing (inkl. Alpkäse) in separaten Berichten im Rahmen der Absatzförderung umfassend Bericht erstattet. Wir verzichten an dieser Stelle auf weitere Ausführungen bezüglich dieser Selbsthilfemassnahmen und verweisen auf Dokumente, die dem BLW bereits vorliegen.

Die Marketingbeiträge der Biomilch werden gemäss einer Zusammenarbeitsvereinbarung an Bio Suisse für die Absatzförderung der Biomilch weitergeleitet. Der Bericht über die Durchführung und Wirkung der Massnahmen für Biomilch von Bio Suisse ist im Anhang beigelegt.

Betr. Alpkäse verweisen wir zudem auf die Anhänge g, h und i (Reglemente und Rechnung Schweizer Alpkäse).

c) Erfolgsrechnung und Bilanz

Erfolgsrechnung und Bilanz der Selbsthilfemassnahmen sind im Anhang beigelegt.

7. Bezeichnung der Unternehmen, welche die Massnahme umgesetzt, d.h. die eingezogenen Beiträge verwendet haben

Was die Verwendung der nach Artikel 12 LWG eingesetzten Mittel für Marketing und Käseexportmarketing betrifft, verweisen wir wiederum auf die Berichterstattung nach den Vorgaben der Absatzförderung. Da das Marketing jedoch massnahmenbezogen umgesetzt wird, sind keine Firmen direkt involviert.

8. Bewertung der Massnahme und ihrer Wirkung (positive/negative Wirkungen, Schwierigkeiten bei der Durchführung, Verbesserungsmöglichkeiten für das Instrument „Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen“)

Die Bewertung der Massnahmen und ihrer Wirkung erfolgt jeweils im Rahmen der Jahresberichte. Die Berichte über die Massnahmen des Marketingfonds und des Käseexportmarketings werden dem BLW separat eingereicht. Wir verzichten daher im Rahmen dieser Berichterstattung auf eine Beurteilung.

Allgemein stellen wir fest, dass die Wirkung sowohl des Milchmarketings wie auch des Käseexportmarketings als positiv beurteilt werden. Diese Einschätzung wird von allen Seiten geteilt. Detaillierte Wirkungskontrollen/Controlling nach Massnahmen sind bei SMP resp. SCM (inkl. Alpkäse) verfügbar. Die Wirkungskontrolle über die Massnahmen, welche SMP durchführt, wird durch unabhängige Experten beurteilt und gewürdigt. Sie wird jährlich, systematisch und umfassend durchgeführt. Aus Konkurrenzgründen sind die Inhalte vertraulicher Natur, für den Bund jedoch verfügbar.

Bern, 15. Juni 2023

Anhang

- a) Bilanz, Erfolgsrechnung und Revisionsbericht Marketingfonds 2022 (DV 2023)
- b) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 13. April 2022; Fonds Basismarketing
- c) Beilage Delegiertenversammlung SMP vom 13. April 2022; Basismarketing Schweizer Käse
- d) Protokoll der Delegiertenversammlung vom 13. April 2022
- e) Zusammenarbeit BIO SUISSE – SMP (Brief vom 7. Dezember 2022; Beilage Vorstand SMP vom 2.2.2023)
- f) Bericht von Bio Suisse über die Verwendung der von SMP an Bio Suisse überwiesenen Mittel aus den allgemeinverbindlichen Milchvermarktungsabgaben 2022
- g) Vereinbarung SAV – SMP ab 2008/09
- h) Reglement „Regionalmassnahmen“ von Schweizer Alpkäse
- i) Rechnung 2022 Schweizer Alpkäse mit Kommentar
- j) Kopie einer Abrechnung an die Nichtmitglieder mit Hinweisen auf die Artikel 1 und 12 der VBPO (ab März 2020)
- k) Musterbrief SAV–SMP: Selbsthilfebeiträge auf Alpmilch–Direktvermarktung–Jährliche Abklärung