





Hier geht's zum  
**Dokumentarischen Teil**  
mit diversen Tabellen

# Inhalt

## EDITORIAL

- 4 Vorwort von Boris Beuret und Stephan Hagenbuch

## ÜBER UNS

- 6 Zahlen und Fakten  
Mitgliedsorganisationen  
Wertschöpfungskette  
Leitsätze

## RÜCKBLICK

- 10 Jahresrückblick 2024



## AUS DEN GESCHÄFTSBEREICHEN

- 12 Politik  
3 Fragen an: Stefan Hagenbuch
- 15 Markt  
3 Fragen an: Pierre-André Pittet
- 18 Marketing  
3 Fragen an: Stefan Arnold

## NACHHALTIGKEIT

- 24 Selbstcheck Lebensqualität  
Klimarechner  
Tierwohl  
Umwelt und Kreislaufwirtschaft



## ORGANISATION

- 28 Zusammensetzung der Gremien  
Überblick Gremien

## FINANZEN

- 32 Finanzberichterstattung 2024  
3 Fragen an: Stephan Schneider

- 38 Kontakt und Impressum

# Stabilität sichern, Zukunft gestalten — unser Einsatz 2024

**Das Jahr 2024 war in vielerlei Hinsicht ein herausforderndes Jahr, in dem wir uns erneut mit vollem Einsatz für die Interessen unserer Milchproduzent:innen stark gemacht und unser Engagement in vielen zentralen Bereichen weiter intensiviert haben.**

## Wenig Zug im Markt

Das Jahr 2024 war geprägt von einem unruhigen Umfeld auf den Märkten und forderte von den Produzentenorganisationen viel Aufmerksamkeit. Auf Anfang 2024 musste in der Branchenorganisation Milch eine A-Richtpreissenkung auf 79 Rappen hingenommen werden, die erst auf Juli wieder auf 82 Rappen korrigiert werden konnte. Wenig Zug war in der ersten Jahreshälfte beim Käseelexport und beim Export von verarbeiteten Produkten zu spüren. Die Butterlager blieben das gesamte Jahr über auf einem hohen Niveau, sodass im Herbst Massnahmen zur Entlastung des Fettmarkts ergriffen werden mussten. In der BO Milch wurden die Fonds-Reglemente für den Export überarbeitet und beschlossen, eine signi-

fikante Menge Butter und Rahm zu exportieren, um negative Auswirkungen auf die Milchpreise im Jahr 2025 zu vermeiden.

Die Milchmenge ist weitgehend stabil geblieben. Bio-Milch war sogar sehr gesucht. Gleichzeitig stellte die anhaltende Kostenentwicklung eine grosse Herausforderung dar. Die Erlösverbesserungen bleiben daher ein zentrales Anliegen unserer Arbeit.

## Die Stärken stärken

Ein weiterer Schwerpunkt lag 2024 auf der Agrarpolitik 2030+. Wir haben unsere Forderungen aktiv eingebracht, um für die Zukunft bessere Rahmenbedingungen für die Schweizer Milchproduktion zu erreichen. Unser Indikator zur Beurteilung der künftigen Agrarpolitik ist der Arbeitsverdienst pro Stunde. Die Ernährungsleistung und der Wert der Arbeit müssen bei der künftigen Ausgestaltung der Agrarpolitik besser zum Ausdruck kommen. Unser Ziel ist es zudem, den Selbstversorgungsgrad zu erhalten und die Milchproduktion auch für zukünftige Generationen attraktiv zu gestalten. Zusammen mit der gesamten Milchbranche setzen wir die Priorität auf die Stärkung der Milchproduktion im Grasland Schweiz. Zufrieden sind wir allerdings erst, wenn dies auch auf der agrarpolitischen Agenda unverrückbar angekommen ist.

## 25 Jahres SMP – 100% «Grüner Teppich»

Zu den Höhepunkten des Jahres zählte die Delegiertenversammlung im Frühling, bei der wir den 25. Geburtstag der SMP feierten. Gleichzeitig konnten wir fünf Jahre nach der Einführung auch feststellen, dass nun 100 Prozent der Schweizer Milch den Produktionsstandard «Grüner Teppich» erfüllen.



Eine grosse Leistung aller Milchproduzent:innen in der Schweiz. Zudem wurde mit Mireille Hirt erstmals eine Frau in den Vorstandsausschuss der SMP gewählt – ein Meilenstein in unserer Verbandsgeschichte. Auch unser traditionelles Milchforum und die Regionaltagungen im Herbst waren wieder bedeutende Veranstaltungen. Das Milchforum stand ganz im Zeichen der neuen Ernährungsempfehlungen, die Milch und Milchprodukte als essenziellen Bestandteil einer gesunden und nachhaltigen Ernährung positionieren. Die Regionaltagungen boten wertvolle Gelegenheiten, den direkten Austausch mit unseren Mitgliedsorganisationen und Milchproduzent:innen zu pflegen – ein Aspekt, der uns besonders am Herzen liegt.

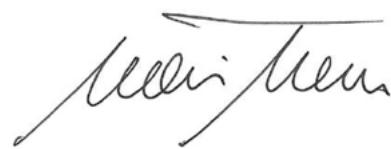
### Strategie geschärft

Mit der neuen Amtsperiode in unseren Gremien haben wir intern unsere Vision, Mission und Strategie geschärft und Mitte Jahr verabschiedet. Diese bilden eine Grundlage für unsere tägliche Arbeit. Nachhaltigkeit war auch 2024 ein zentrales Thema und ein wichtiger Faktor für die langfristige Sicherung des Milchabsatzes. Im Bereich der sozialen Nachhaltigkeit konnten wir mit der Einführung des «Selbstchecks Lebensqualität» einen wichtigen Schritt machen. Die ökologische Nachhaltigkeit wird durch das Klimarechner-Projekt der BO Milch mit hoher Priorität vorangetrieben. Gleichzeitig setzen wir uns für einen fairen Milchpreis und eine kostendeckende Milch-

produktion ein – eine wesentliche Grundlage der ökonomischen Nachhaltigkeit. Auch das Tierwohl bleibt ein wichtiger Bestandteil unserer Arbeit, bei dem wir weiterhin umfassende Aufklärungsarbeit leisten. Zudem haben wir uns mit dem zukunftsweisenden Thema der künstlichen Intelligenz befasst, um Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung zu identifizieren und zu nutzen.

Wir stehen ein für die Schweizer Milchproduzent:innen und übernehmen Verantwortung, auch wenn es nicht immer populär ist. So gehören unvorhergesehene und kontroverse Situationen zum Alltag. Das Auftreten der Blauzungenkrankheit oder die Diskussionen zur Kälberhaltung waren solche Themen, die schnelles mediales Handeln erforderten. SMP hat zudem den Schweizer Bauernverband bei der Abstimmung gegen die extreme Biodiversitätsinitiative unterstützt.

Wir danken Ihnen, sehr geehrte Milchproduzentinnen und Milchproduzenten, und hoffen, auch künftig auf Ihre Unterstützung zählen zu dürfen.



**Boris Beuret** Präsident  
Schweizer Milchproduzenten SMP



**Stephan Hagenbuch** Direktor  
Schweizer Milchproduzenten SMP



Weitere Informationen  
zur Mission, Vision und  
Strategie der SMP

# Rückblick 2024



## Ankündigung Erhöhung des A-Milchpreises auf den 1. Juli

**1. März** Die BO Milch beschliesst für das zweite Halbjahr 2024 eine Erhöhung des A-Richtpreises für Molkereimilch um 3 Rappen auf 82 Rappen.



## Mireille Hirt als erste Frau im Vorstands- ausschuss

**2. Mai** Mireille Hirt wird vom Vorstand als erste Frau überhaupt in den Vorstandsausschuss gewählt. Zudem werden Sara Hesselink, Priska Wismer und Yves Nicolet ins Fachgremium Marketing der SMP gewählt.

## Tag der Schweizer Milch

**20. April** An über 100 Standorten im ganzen Land genießen über 100'000 Personen die Vorzüge der Schweizer Milch.



## BO Milch stärkt Export

**19. September** Die BO Milch stärkt den Export von milchhaltigen Nahrungsmitteln durch Anpassungen in ihren Fonds-Reglementen.

## SMP-Milchforum

**10. Oktober** Das SMP-Milchforum zum Thema «Stellenwert der Milch in der CH-Ernährung» findet in St. Gallen statt. Die wichtige Rolle von Milch in einer gesunden und nachhaltigen Ernährung wird bestätigt.



## Grüne Woche Berlin

**25. Januar** Swissmilk organisiert mit Hilfe des «European Milk Forum» eine Podiumsdiskussion zum Thema «Der europäische Milchsektor: Wege zu einem nachhaltigeren Ernährungssystem»



## Delegierten- versammlung

**17. April** Boris Beuret macht an seiner ersten Delegiertenversammlung als Präsident eine Programmansage zur künftigen Gestaltung der Agrarpolitik. Zudem gratuliert er den Milchproduzent:innen für die flächendeckende Umsetzung des «Grünen Teppichs» per Anfang 2024. Das Jubiläum 25 Jahre SMP wird mit einer Torte gefeiert.

## Online-Spiel: Swissmilk Planets

**18. Juni** Swissmilk lanciert das Online-Spiel zum Schweizer Grasland. Diese Initiative sorgt für Begeisterung und vermittelt gleichzeitig Wissen. Im November wird das Online-Game «Swissmilk Planets» beim Best of Swiss Apps Award gleich doppelt ausgezeichnet.



Politik



## Ganzes Jahr

**AP 2030:** 2022 initialisiert und 2023 lanciert befindet sich die AP 2030 momentan in der Konzeptionsphase. 2024 finden zwei Begleitgruppen-Sitzungen im Beisein von Präsident Boris Beuret statt.

## World Dairy Summit

**14.–18. Oktober** In Paris findet der World Dairy Summit der International Dairy Federation (IDF) statt. Eine SMP-Delegation profitiert von inspirierenden Vorträgen, spannenden Referaten und Panel-Diskussionen zu diversen Themen rund um die Milch.



## SMP-Regionaltagungen

**12.–21. November** Rund 500 Teilnehmende informieren sich über die Schwerpunktthemen der SMP, die Situation auf dem Milchmarkt, die politischen Herausforderungen, Swissmilk-Marketing und weitere aktuelle und relevante Themen.



## Tag der Pausenmilch

**24./31. Oktober** Am 24. Oktober im Tessin sowie am 31. Oktober in der Deutschschweiz und in der Romandie kommen rund 250'000 Kinder von der Kita bis zur 9. Klasse in den Genuss einer Portion Milch.



## Selbstcheck Lebensqualität

**30. Oktober** Die SMP führt den «Selbstcheck Lebensqualität» ein – einen Fragenkatalog, mit dem Milchproduzent:innen ihre eigene Lebenssituation reflektieren und einstufen können. Damit sollen eine Diskussion über die Lebensqualität der Milchproduzent:innen angestoßen und Grundlagen für Verbesserungen auf verschiedenen Ebenen geschaffen werden.



## Entscheide BO Milch

**18. November** Die BO Milch fällt wichtige Entscheide: Der A-Richtpreis bleibt im 1. Quartal 2025 unverändert und weitere Beschlüsse zur Umsetzung der geplanten Fett-Marktentlastung werden gefasst.

### 15. Januar

**Medienmitteilung:** SMP lehnt die Kürzung des landwirtschaftlichen Zahlungsrahmens 2026–2029 entschieden ab.



### 4. März

Das Parlament will die Zulagen für verkäste Milch an einen Mindestpreis koppeln. Als Zweitrat hat der Ständerat eine entsprechende **Motion des Waadtländer SVP-Nationalrats Jacques Nicolet** (eingereicht im September 2021) angenommen. Die SMP begrüßt diese Motion zur Steigerung der Wertschöpfung für die Milchproduzenten.



### 10. September

Die Schweizerische Gesellschaft für Ernährung (SGE) und das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) veröffentlichen die **neuen Ernährungsempfehlungen**. Fazit: Milch und Milchprodukte bleiben unverzichtbar.

### 11. November

**WAK-S: Anhörung von Vertretern der Milchbranche für mehr Wertschöpfung im Milchmarkt.** Erfreuliches Ergebnis: Der Bundesrat wird beauftragt, im Rahmen der Weiterentwicklung der Agrar- und Ernährungspolitik (AP 2030) dafür zu sorgen, dass die Milchproduktion im Grasland Schweiz wieder ein wirtschaftlich attraktiver Sektor und die Wertschöpfung in der Schweiz gefördert wird.

# Zahlen & Fakten 2024

## 16'759

### Milchproduktionsbetriebe in der Schweiz

Dies sind 405 oder 2,4 % weniger als im Vorjahr.  
Die Zahl entspricht rund 35 % aller Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz.

## 3,34 Mio.

### Tonnen Milch

Dies sind 4595 Tonnen oder 0,15 % mehr als im Vorjahr und 172'244 Tonnen oder 5 % weniger als vor zehn Jahren.

## 12

### Mitgliedsorganisationen

Sie bilden mit ihren Vertretenden die institutionelle Verbindung zwischen der Dachorganisation Schweizer Milchproduzenten SMP und den einzelnen Milchproduzenten.

## 102

### Vollzeitstellen bei SMP

Dies entspricht einem Rückgang um vier Vollzeitstellen gegenüber dem Vorjahr. Die knapp 20 Vollzeitstellen für Aushilfen bei Anlässen und Events unterliegen dabei starken Schwankungen im Jahresverlauf aufgrund der saisonalen Marketingaktivitäten.

## 502'081

### Milchkühe

Dies sind 584 oder 0,1 % mehr als im Vorjahr und 41'947 oder 7,7 % weniger als vor zehn Jahren.

## ≈CHF 15.-

### Stundenlohn

Der Durchschnittsstundenlohn eines Milchproduzenten beträgt nur rund CHF 15.-, während der durchschnittliche Stundenlohn in der Landwirtschaft CHF 17.- beträgt.

## ≈95%

### Mitglied bei SMP

Rund 95 % der Schweizer Milchproduzent:innen sind Mitglied bei der SMP. Der hohe Organisationsgrad, in der Tendenz weiterhin leicht steigend, ist erfreulich.

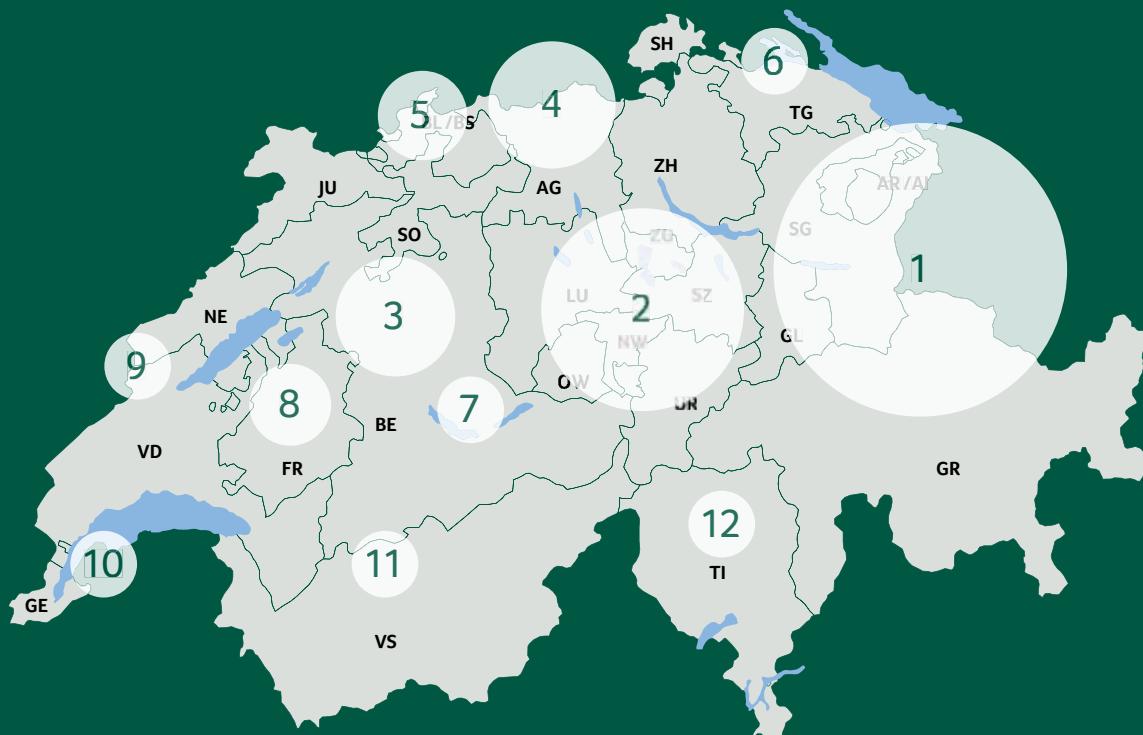
## 1999

### Aus ZVSM wird SMP

Aus dem Zentralverband schweizerischer Milchproduzenten ZVSM wird 1999 die Organisation der Schweizer Milchproduzenten SMP.

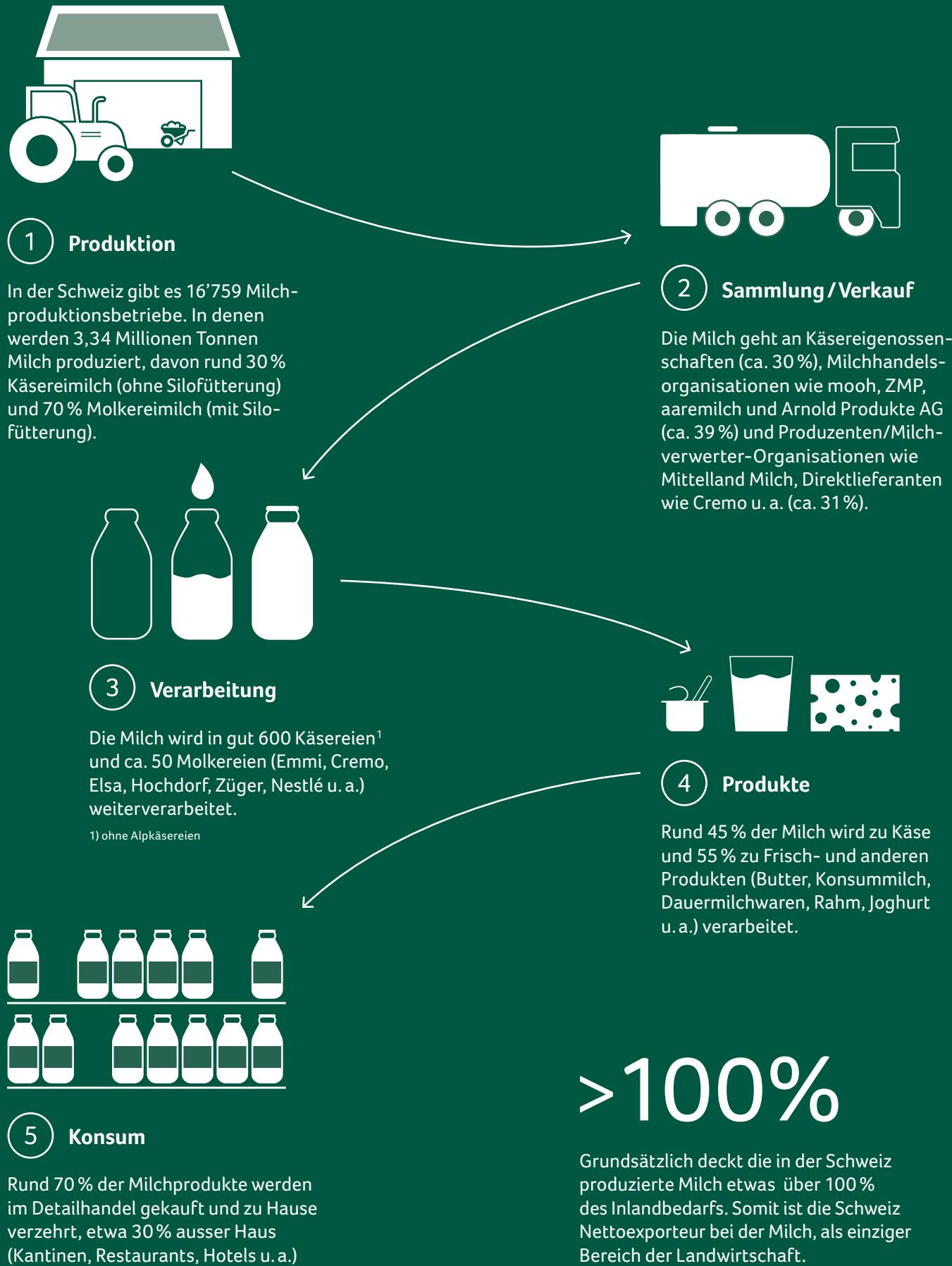
# Die 12 Mitgliedsorganisationen

Zwölf regionale Produzentenorganisationen bilden die institutionelle Verbindung zwischen der Dachorganisation Schweizer Milchproduzenten SMP und den einzelnen Milchproduzenten. Einerseits vertreten die Repräsentant:innen der SMP-Mitgliedsorganisationen die Interessen der Regionen in der SMP. Andererseits sind sie auch für die Umsetzung der SMP-Beschlüsse in ihren regionalen Organisationen zuständig.



- |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost (VMMO)</b><br>Anzahl Mitglieder: 3913<br>Milchmenge: ca. 712'474 t<br>Gründungsjahr: 2006<br>milchbauern.ch | <b>4 Mittelland Milch</b><br>Anzahl Mitglieder: 1725<br>Milchmenge: 342'593 t<br>Gründungsjahr: 2018*<br>mittelland-milch.ch           | <b>7 Vereinigung der Berner Milchproduzenten Cremo AG (V BMC)</b><br>Anzahl Mitglieder: 850<br>Milchmenge: 95'434 t<br>Gründungsjahr: 2023<br>bernercremomilch.ch | <b>10 Fédération des Laiteries Réunies de Genève (LRG)</b><br>Anzahl Mitglieder: 82<br>Milchmenge: 33'806 t<br>Gründungsjahr: 1911<br>lrgg.ch             |
| <b>2 Zentralschweizer Milchproduzenten (ZMP)</b><br>Anzahl Mitglieder: 2763<br>Milchmenge: 511'172 t<br>Gründungsjahr: 1907<br>zmp.ch             | <b>5 MIBA Genossenschaft</b><br>Anzahl Mitglieder: 1200<br>Milchmenge: 240'340 t<br>Gründungsjahr: 1905<br>mibabasel.ch                | <b>8 Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie (FSFL)</b><br>Anzahl Mitglieder: 1120<br>Milchmenge: 334'084 t<br>Gründungsjahr: 1915<br>fsfl.ch          | <b>11 Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband (FLV)</b><br>Anzahl Mitglieder: 530<br>Milchmenge: 37'024 t<br>Gründungsjahr: 1919<br>flv.ch |
| <b>3 Aaremilch AG</b><br>Anzahl Mitglieder: 1600<br>Milchmenge: 262'469 t<br>Gründungsjahr: 2013<br>aaremilch.ch                                  | <b>6 Thurgauer Milchproduzenten (TMP)</b><br>Anzahl Mitglieder: 665<br>Milchmenge: 205'139 t<br>Gründungsjahr: 1897<br>milchthurgau.ch | <b>9 Fédération laitière Prolait</b><br>Anzahl Mitglieder: 818<br>Milchmenge: 199'146 t<br>Gründungsjahr: 2008<br>prolait.ch                                      | <b>12 Federazione ticinese produttori di latte (FTPL)</b><br>Anzahl Mitglieder: 135<br>Milchmenge: 14'498 t<br>Gründungsjahr: 1916                        |

# Wertschöpfung



# SMP in Kürze: unsere Leitsätze

Die SMP ...

**... bringt sich aktiv für vorteilhafte agrar- und wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen der Milchproduktion ein.** Das Prinzip dabei: «Stärken stärken».

**... ist bestens vernetzt** mit Branchenpartnern, Politik, Behörden, Konsument:innen und allen wichtigen Stakeholdern. Die Positionen der SMP sindfordernd, loyal und partnerschaftlich.

**... ist nah an den Milchproduzent:innen** und setzt sich proaktiv in eigenen und externen Projekten für Verbesserungen zugunsten der Milchproduktion ein.

**... engagiert sich für zukunftsorientierte Grund- und Weiterbildung in der Milchproduktion** und sorgt dafür, dass die Anliegen der Milchproduktion in der Schweizer Agrarforschung Priorität haben.

**... ist über alle relevanten politischen, gesellschaftlichen und marktwirtschaftlichen Entwicklungen in der Schweiz sowie im Ausland** rund um die Milch bestens informiert.

**... kennt die Erwartungen der Konsument:innen und begeistert sie durch starkes Marketing für Schweizer Milch und Milchprodukte.**

**... fokussiert in der Kommunikation auf die Mehrwerte der Schweizer Milch und Milchprodukte,** insbesondere in Bezug auf Nachhaltigkeit, Gesundheit und Genuss.

**... setzt auf transparente und faktenbasierte Kommunikation.** Sie nutzt innovative Marketinginstrumente mit hoher Effizienz und zielgenauem, effektivem Mitteleinsatz.



Weitere Informationen  
zur Mission, Vision  
und Strategie der SMP

# Aus den Geschäftsbereichen

## Politik

**2024 war in politischer Hinsicht ein intensives Jahr, insbesondere bezüglich Agrarpolitik 2030+ (AP30+), wo entscheidende Weichen gestellt wurden. Die SMP beteiligte sich aktiv an den Diskussionen und setzt sich auch weiterhin mit hoher Priorität für eine zukunftsähnliche Agrarpolitik ein, die der effektiven Ernährungsleistung eine grössere Bedeutung beimisst. Aber in der Finanzpolitik standen bedeutende kurz-, mittel- und langfristig Entscheide an.**

Die AP30+ befand sich 2024 in einer zentralen Konzeptionsphase, in der wesentliche inhaltliche und strukturelle Anpassungen diskutiert wurden. Im Rahmen von drei Sitzungen der Begleitgruppe, an denen SMP-Präsident Boris Beuret teilnahm, wurden Schlüsselthemen behandelt. Die SMP brachte klare Forderungen ein:

- Nachhaltige Entwicklung mit dem Ziel, Nahrungsmittel zu produzieren.
- Stärkung der Grünlandnutzung mit besserer Entschädigung und Berücksichtigung der Arbeits- und Ernährungsleistung
- Erhöhung der Verkäusungszulage und damit Aufrechterhaltung des Grenzschutzes für die Milch
- Programme zur Förderung des Tierwohls (RAUS) + Stärkung Tierwohl Kälber
- Sicherung Absatzförderung
- Reformdauer mindestens 8 Jahre
- Streichung ineffizienter Massnahmen wie «Weidebeitrag» oder Prämie für «alte Kühe» etc.
- Ausgleich der Nährstoffbilanz über 3 Jahre
- Förderung der Automatisierung und elektronischen Datenweitergabe.

Das primäre Ziel all dieser Forderungen ist eine bessere Abgeltung der Produktions- und Ernährungsleistung der Milch. Dazu werden Vereinfachungen angestrebt, beispielsweise im Bereich der Direktzahlungen. Der SMP schweben zwei verschiedene Direktzahlungen in einem nachhaltigen Rahmen vor:

1. Für die Produktion von Nahrungsmitteln
2. Für allgemeine, öffentliche Leistungen (z.B. das Tierwohl).

Die Dringlichkeit dieser Forderungen zeigt sich am sinkenden Selbstversorgungsgrad und dem niedrigen Stundenlohn in der Milchwirtschaft von nur CHF 15.- gegenüber CHF 17.- in der Gesamtlandwirtschaft. Es gilt, die Attraktivität des Berufs zu erhalten und Anreize für eine nachhaltige Schweizer Milchproduktion zu schaffen.

## Bundesfinanzen

Zur Sicherung stabiler Rahmenbedingungen setzte sich die SMP für ein unverändertes Budget 2025 sowie einen ungekürzten Zahlungsrahmen 2026–2029 ein. Zudem wurden die Entwicklungen rund um den Expertenbericht "Gaillard" verfolgt, aus denen potenzielle Sparvorgaben resultieren können.

## Agrarpaket 2024

Das Agrarpaket 2024 enthielt wenige milchspezifische Anpassungen. Zu den wesentlichen Änderungen zählten:

- Einführung eines Versicherungsschutzes als Voraussetzung für Direktzahlungen
- Fusion von Vernetzungs- und Landschaftsqualitätsbeiträgen zu regionalen Biodiversitäts- und Landschaftsqualitätsbeiträgen
- Verzicht auf einige Massnahmen aus der Agrarpolitik 2022 bei der Administration der Zulagen.

## Politische Vorstösse und Motionen

Ein wichtiges Anliegen, das die SMP 2024 beschäftigte, war die Motion des Waadtländer Nationalrats Jacques Nicolet, die in beiden Räten überwiesen wurde. Das Parlament will so die Zulagen für verkäste Milch an Mindestpreise koppeln. Die SMP hat sich gegenüber den Parlamentarier:innen entsprechend für eine Annahme dieser Motion engagiert, denn es geht um die Steigerung der Wertschöpfung zugunsten der Milchproduzent:innen. Im Verlauf des Jahres haben sich die Vertreter:innen der Milchproduzenten in einer Arbeitsgruppe der BO Milch dafür engagiert, einen gemeinsamen Umsetzungsvorschlag auszuarbeiten. Der Branchenvorschlag wurde dem BLW am 4. Dezember 2024 präsentiert und überreicht.

Ein zentraler Vorstoss zur Stärkung der Milchproduktion war zudem die Motion von Nationalrat Martin Hübscher für mehr Wertschöpfung in der Milchproduktion, die knapp abgelehnt wurde. Gemeinsam mit VMI, Fromarte

# Drei Fragen an



**Stephan Hagenbuch**  
Direktor

**Was unternimmt die SMP, damit der Selbstversorgungsgrad der Milch nicht weiter abnimmt?** Eine wettbewerbsfähige Milchproduktion braucht gute Rahmenbedingungen – sowohl für die Milchproduzent:innen als auch für die gesamte Branche. Der zeit- und arbeitsintensive Beruf muss zudem attraktiver werden. Die Agrarpolitik 2030+ steht diesbezüglich im Zentrum unserer Arbeit. Unsere wichtigsten Forderungen betreffen die folgenden Punkte: eine bessere Abgeltung der Produktionsleistung von Milch, die Erhöhung der Verkäusungszulage zur Sicherung des Grenzschutzes, der Erhalt der Absatzförderung für Milchprodukte, Effizienzsteigerungen durch den Abbau von ineffizienten Massnahmen und Bürokratie sowie eine langfristige Planungssicherheit. Unser Präsident ist Mitglied der Begleitgruppe des Bundes und setzt sich dort aktiv für die Interessen der Schweizer Milchproduzent:innen ein.

**Wie beurteilen Sie die kommenden Jahre im Hinblick auf die Bundesfinanzen?** Die Sicherstellung der finanziellen Mittel für die Land- und Milchwirtschaft bleibt eine Herausforderung. Seit Jahren kämpfen wir gegen eine Budgetkürzung an – gleichzeitig hat es nie eine Erhöhung gegeben, obwohl die Gesamtausgaben des Bundes massiv gestiegen sind. Der Zahlungsrahmen 2026–2029 ist auf gutem Weg, doch endgültige Sicherheit gibt es erst nach der Behandlung des Sanierungspaketes für die Jahre 2026/27ff. Die vorgeschlagenen Kürzungen zulasten der Land- und Milchwirtschaft von rund CHF 220 Mio. müssen eliminiert werden. Entscheidend dafür sind langfristig verlässliche politische Allianzen.

**Welche Themen beschäftigen Sie derzeit am meisten?** Ein zentrales Thema ist die Sicherung der Marktstabilität – sowohl in der BO Milch als auch in Zusammenarbeit mit Markakteuren und Produzentengruppen. Hier wurden Fortschritte erzielt, aber auch die Grenzen der Solidarität sichtbar. Der Milchmarkt hat sich 2024 gewandelt, besonders im Käse- und Verarbeitungsprodukteexport. Durch schnelle Anpassungen in der BO Milch konnten die Anreize neu gesetzt werden, damit es 2025 keine C-Milch gibt. Daneben beschäftigen uns Themen wie die Positionierung der Milch in der neuen Ernährungspyramide, Nachhaltigkeitsdebatten, die Blauzungenkrankheit, PFAS-Belastungen oder die neu beschlossene Kälberimpfung.

und der BO Milch konnte dennoch gemeinsam in einem Hearing der WAK-S eine Kommissionsmotion zur Stärkung der Milchproduktion erwirkt werden. Damit soll der Bundesrat beauftragt werden, im Rahmen der Weiterentwicklung der Agrar- und Ernährungspolitik (AP 2030) dafür zu sorgen, dass die Milchproduktion im Grasland Schweiz wieder ein wirtschaftlich attraktiver Sektor und die Wertschöpfung in der Schweiz gefördert wird. Ein vielversprechender Auftakt dank des geschlossenen Auftritts und der einheitlichen Position der Milchbranche – doch der Weg ist noch nicht zu Ende!

## Volksinitiativen

Ein zentrales Thema 2024 war die Biodiversitätsinitiative. Dank einer hervorragend durch den SBV geführten Kampagne wurde die Initiative klar mit 63 Prozent verworfen. Biodiversität bleibt dennoch ein wichtiges Anliegen. Es zeigte sich jedoch ein deutlicher Stadt-Land-Graben, der für die Zukunft Sorgen bereitet. Die kommenden Jahre bringen weitere Initiativen wie die Umweltverantwortungsinitiative und die Ernährungsinitiative, denen man wiederum mit gezielter Aufklärung und starken Allianzen begegnen will.

## Totalrevision Zollgesetz

Hinsichtlich der Totalrevision des Zollgesetzes hat sich die SMP beim aktiven Veredelungsverkehr insbesondere stark für die Änderung von Art. 29, Absatz 3 eingesetzt. Danach konsultiert das BAZG die interessierten Kreise, bevor es eine Bewilligung für die Einfuhr von Milch und Magermilch zur aktiven Veredelung erlaubt.

Eine positive Nachricht war außerdem die Senkung der Wertfreigrenze im Reiseverkehr von CHF 300.– auf CHF 150.– pro Person. Die SMP begrüsste diese Massnahme im Kampf gegen «Steuerschlupflöcher» im Einkaufstourismus.

## Weitere zentrale Themen 2024

**PFAS:** Ende August informierte der Kanton St. Gallen über erhöhte PFAS-Werte in der Ostschweiz. Das Thema wurde bald daraufhin auf die nationale Ebene transportiert

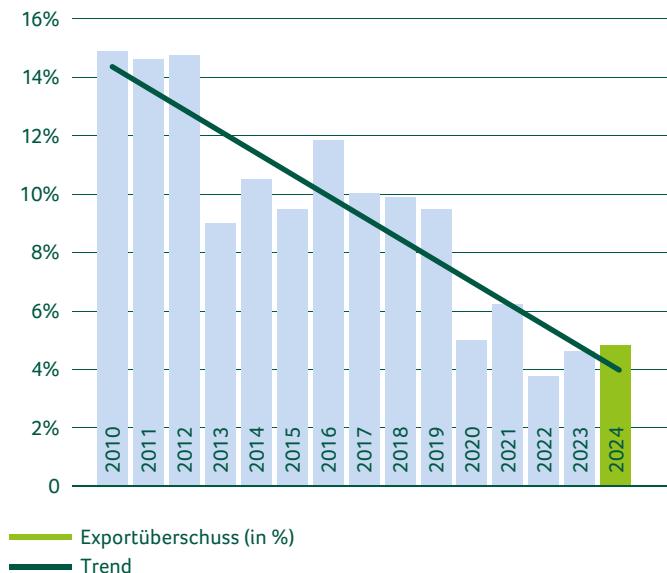
**Wir freuen uns über  
das Vertrauen!** 

**DANKE !**

Am 22. September  
**NEIN!** zur extremen  
Biodiversitätsinitiative.

Dank für die Unterstützung bei der Biodiversitätsinitiative

## Selbstversorgungsgrad abnehmend



Exports minus Imports in Vollmilchäquivalenten in Prozent der Milchproduktion. Quelle: Agristat, TSM Treuhand

und wird dort weiter behandelt. Grossangelegte Untersuchungen, auch im Bereich der Milch, sind diesbezüglich 2025 geplant.

**Blauzungenkrankheit:** Das Auftreten der Blauzungenkrankheit beschäftigte die SMP ebenfalls. In der zweiten Jahreshälfte 2024 überrollte die durch Gnaden übertragene Krankheit die Schweiz von Norden her. Rund 1000 Betriebe und insbesondere Schafe waren betroffen. Um die Krankheit wirksam einzudämmen, wurde politisch Einfluss genommen für eine Notfallzulassung von Impfstoffen. Dank dessen kann der Impfstoff auf das Frühjahr 2025 hin beschafft werden, wodurch sich die Situation kurzfristig entspannen dürfte und gleichzeitig eine Vorbereitung für den Sommer 2025 geboten wird.

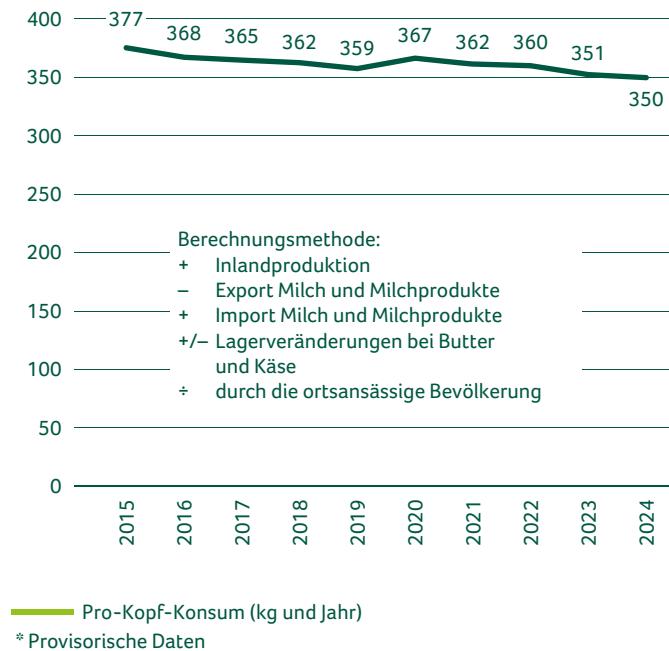
**Kälberimpfung:** Die SMP unterbreitete 2024 einen Vorschlag für ein befristetes dreijähriges Impfobligatorium für Handelstränker, um die Tiergesundheit zu verbessern und den Antibiotikaeinsatz zu reduzieren. Der finale Beschluss sollte Ende Januar 2025 in der Kommission Viehwirtschaft erfolgen.

## Stellungnahmen

Die SMP äusserte sich 2024 im Rahmen der Vernehmlassung zu 12 verschiedenen landwirtschaftlichen Themen. Die drei wichtigsten:

- 12. Januar:  
**Landwirtschaftliche Zahlungsrahmen 2026-2029**  
Die SMP lehnt die geplanten Kürzungen und Umlagerungen der Direktzahlungen entschieden ab. Eine Umverteilung von 122 Mio. CHF zu den Produktionsgrundlagen ist inakzeptabel – Strukturverbesserungen müssen durch zusätzliche Mittel finanziert werden, nicht zulasten der Bauernfamilien.

## Gesamtverbrauch von Milch und Milchprodukten in der Schweiz



- 20. März:  
**Revision Landesversorgungsgesetz**  
Die SMP fordert eine starke inländische Produktion zur Sicherstellung der Versorgungssicherheit. Der Bund muss eine faire Finanzierung der Pflichtlager gewährleisten und Wettbewerbsnachteile für die heimische Landwirtschaft vermeiden.
- 24. April:  
**landwirtschaftliches Verordnungspaket 2024/AP22**  
Der Bundesrat will laut eigener Aussage die Rahmenbedingungen der Landwirtschaft verbessern, doch konkrete Massnahmen fehlen. Die SMP fordert weniger Auflagen, kostensenkende Massnahmen, faire Preise und angemessene Direktzahlungen. Die Einkommenssituation der Landwirte ist besorgnis erregend und verschlechtert sich weiter.

## Fazit

2024 war ein Jahr intensiver agrarpolitischer Arbeit, in dem die SMP ihre Rolle als starke Interessenvertretung der Milchproduzenten konsequent wahrnahm. Durch strategische Positionierung und enge Zusammenarbeit, insbesondere mit dem Schweizer Bauernverband, aber auch mit politischen Akteuren, wurden wichtige Zwischenschritte für Erfolge erzielt, die zur Stärkung der Schweizer Milchwirtschaft beitragen. Auch 2025 bleibt das Ziel, wirtschaftliche Rahmenbedingungen zu verbessern und eine nachhaltige Milchproduktion zu sichern.



Hier geht's zu allen  
Stellungnahmen

# Markt

**Im Frühjahr 2024 hat sich schnell gezeigt, dass aufgrund von tieferen Käse- und Milchpulverkäufen in der Schweiz mehr als genügend Butter produziert wird. Der Milchmarkt war 2024 von hohen Butterlagern geprägt. Bei weiterhin unerfreulicher Abnahme der Anzahl Milchproduktionsbetriebe ist die produzierte Milchmenge stabil geblieben.**

Das Gleichgewicht auf dem Schweizer Milchmarkt, mit offenen Grenzen gegenüber dem EU-Käsemarkt, ist eine Gratwanderung. Bei konstanten Produktionsmengen und drei Jahren mit Butterimporten waren 2024 hohe Butterlager ein grosses Thema in der Branche.

## A-Richtpreis im 2. Halbjahr erhöht

Im März beschloss die BO Milch, den Richtpreis für A-Milch für das 3. und 4. Quartal – entgegen dem Antrag der Produzenten bereits auf das 2. Quartal – um 3 Rappen auf 82 Rappen je Kilogramm A-Milch zu erhöhen. Der Entscheid fiel nach intensiver Diskussion aufgrund der Marktsituation mit viel Überschussmilch aufgrund einer tieferen Käseproduktion und dem saisonalen Anstieg der Milchproduktion.

## Reglemente angepasst

Aufgrund der Marktentwicklung haben die Delegierten der BO Milch am 19. September 2024 Anpassungen der Fondsreglemente beschlossen. Einerseits werden die Rohstoffverbilligungsmassnahmen zuhanden der exportierenden zweiten Verarbeitungsstufe um 3 Rappen pro Kilogramm Milch erhöht. Damit bezahlt die BO Milch neu umgerechnet 28 Rappen pro Kilogramm Milch aus dem Fonds Rohstoffverbilligung, wenn ein Exporteur von Schokolade, Biscuits oder Babyfood teurere Schweizer Rohstoffe verwendet. Dieses privatrechtliche Instrument ist 2019 als Nachfolgelösung des früheren staatlichen «Schoggigesetzes» eingeführt worden. Zudem sind die privatrechtlichen Regulierungsmassnahmen angepasst worden. Für die Marktregulierung von Fett werden drei Phasen definiert, abhängig von den Tiefkühl-Butter-Lagerbeständen. Je nach Bestand wird die Stützung für Milchfett und Eiweiss variiert oder zusätzlich erhöht. Damit soll der Markt im Bedarfsfall flexibel von überschüssigem Milchfett entlastet werden können.

Mit der Anpassung der Fonds-Reglemente der BO Milch wird die Rohstoffverbilligung für den Export von milchhaltigen, verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten (Schokolade, Biscuits, u.a.) unter den Produzenten ausgeglichener getragen und der Export attraktiver gemacht. Da über diesen Absatzkanal gut 250 Millionen Kilogramm Milch (netto) exportiert werden, ist er für alle sehr wichtig. 2024 hat in diesem Bereich der Veredelungsverkehr stark an Bedeutung gewonnen. Die Ansteige beim Veredelungsverkehr von Butter und Vollmilchpulver erklären eine Zunahme der Butterlager um mindestens 2'500 Tonnen.

## Wichtiger Aussenhandel

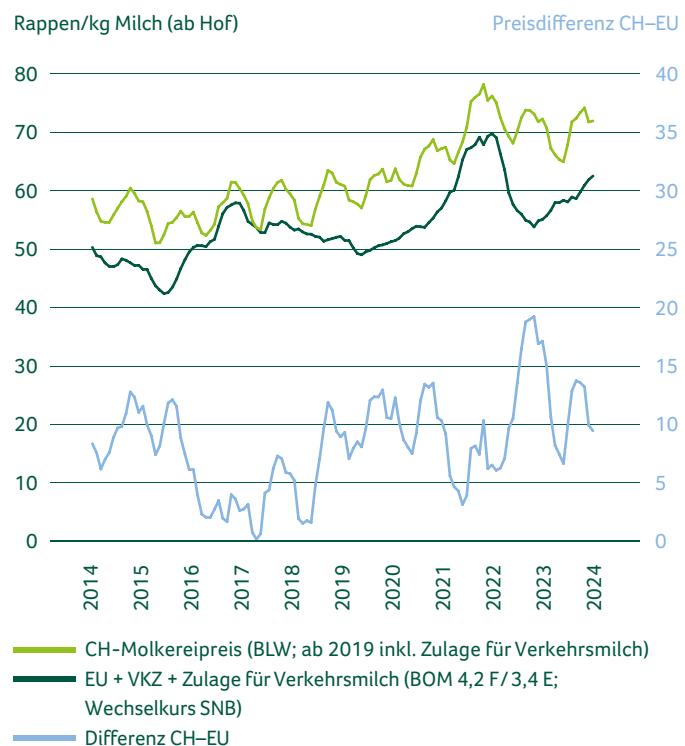
Bei einem Export von 761 Millionen Vollmilchäquivalenten (+2 Mio. VMA ggü. 2023) und einem Import von 600 (-6) Millionen VMA hat ein Exportüberschuss von 162 Millionen VMA (+9 Mio. VMA ggü. 2023) resultiert. Das ergibt im Verhältnis zur Milchproduktion einen Exportüberschuss von 4,8 Prozent. Im Vorjahr betrug der Exportüberschuss 4,6 Prozent.

Die Milch wird vor allem in Form von Käse (45 %, im Vorjahr 42 %) und Milchbestandteilen in Produkten der Lebensmittelverarbeitung (44 %, im Vorjahr 48 %) exportiert.

Die wichtigsten Positionen beim Import sind Käse (49 %, im Vorjahr 46 %), Milchbestandteile in Produkten der Lebensmittelverarbeitung (27 %, im Vorjahr 26 %), Dauermilchwaren (12 %, im Vorjahr 8 %) und Butter (5 %, im Vorjahr 14 %).

Nachdem 2023 gemessen in Tonnen erstmals eine grössere Menge Käse importiert als exportiert worden war (737 t), hat 2024 die Exportmenge die Importmenge 2024 wieder übertroffen, und zwar um 622 Tonnen. Weil die Importe aber bei Frisch- und Weichkäse und die Exporte bei Halbhart- und Hartkäse deutlich überwiegen, fällt die Aussenhandelsbilanz in Form von Vollmilchäquivalenten deutlicher zugunsten der Exporte aus, als wenn man die absolute Menge in Tonnen betrachtet.

## Molkereimilch-Preis Schweiz und EU (+ VKZ)



Im halboffenen Schweizer Milchmarkt ist der Einfluss des EU-Milchmarktes gross. 2024 hat die zulagenkorrigierte Preisdifferenz Schweiz-EU bei der Molkereimilch im Durchschnitt 10,8 Rappen betragen («Swissness»).

## Milchverarbeitung: fast zur Hälfte Käse

2024 sind 45,0 Prozent der Schweizer Milch zu Käse verarbeitet worden. Mit 15,5 Prozent der Verarbeitung ist Butter das zweitwichtigste Produkt der Milchwirtschaft. Weitere 10,4 Prozent der Milch sind zu Konsummilch verarbeitet worden. Von grosser Bedeutung sind weiter die Verarbeitung zu Dauermilchwaren (8,9 %) und Konsumrahm (8,4 %).

Gegenüber dem Vorjahr sind 27,4 Millionen Kilogramm mehr zu Käse verarbeitet worden. Der grösste Rückgang ist bei der Verarbeitung zu Dauermilchwaren (Voll- und Margermilchpulver) zu beobachten. Gegenüber Vorjahr sind 34,6 MMAE oder 11,7 Prozent weniger zu diesem Produkt verarbeitet worden.

Le Gruyère AOP ist der am meisten konsumierte Käse aus der Schweiz. Die produzierte Menge ist um 967 Tonnen auf 30'311 Tonnen gestiegen. Der zweitgrösste Käse, anders als Le Gruyère AOP aus Molkereimilch hergestellt, ist mit 24'978 Tonnen der Mozzarella. Den grössten Anstieg mit plus 1'222 Tonnen (neu 20'234 t) hat Quark verzeichnet.

## Milchproduktion stabil

2024 haben 16'759 Milchproduzenten 3'339'533 Tonnen Milch für die Verarbeitung in den Molkereien und Käsereien produziert. Die Anzahl Betriebe hat gegenüber dem Vorjahr um 405 oder 2,4 Prozent abgenommen. Die abgelieferte Menge hat um 4'595 Tonnen oder 0,1 Prozent zugenommen.

1'007'720 Tonnen oder 30,2 Prozent (im Vorjahr 30,7 %) der Milch stammen von silofrei produzierenden Betrieben. Betriebe mit Silagefütterung haben 2'331'813 Tonnen Milch produziert. Der leichte Trend zur Umstellung auf die Fütterung mit Silage hat sich 2024 fortgesetzt. Die silofrei produzierte Milchmenge hat um 16'000 Tonnen abgenommen und die Milchmenge von Betrieben mit Silagefütterung um 20'000 Tonnen zugenommen.

Die Produktion von Biomilch hat um 722 Tonnen oder 0,1 Prozent zugenommen. 274'030 Tonnen Milch stammen von Biobetrieben. Biomilch hat unverändert einen Produktionsanteil von 8,2 Prozent.

Die pro Betrieb eingelieferte Milchmenge hat im Durchschnitt 193'400 Kilogramm betragen. Gegenüber dem Vorjahr hat sie um 4'832 Kilogramm oder 2,6 Prozent zugenommen. Die Anzahl Kühe auf den Milchproduktionsbetrieben ist um 584 auf 502'081 gestiegen (+0,1%). Die Einlieferung pro Kuh beträgt unverändert 6'651 Kilogramm (-1 kg).



Mehr Zahlen zum Milchmarkt  
im Dokumentarischen Teil

# Drei Fragen an



**Pierre-André Pittet**

Vizedirektor, Bereichsleiter Wirtschaft,  
Internationales und Nachhaltigkeit\*

**Welches sind die wichtigsten Entwicklungen auf dem globalen Milchmarkt?** Die globale Produktion und Nachfrage steigen weiter, mit regionalen Unterschieden, die den Welthandel und die Preisvolatilität beeinflussen. In der EU hat sich der Milchmarkt 2024 gefestigt, die Preise blieben überdurchschnittlich, während die Produktion stagnierte. Der Käsemarkt war der wichtigste Treiber, sowohl in der EU als auch international. 2025 dürfte die Milchproduktion in Europa konstant bleiben, während sich der Käsesektor weiterentwickelt – eine gute Nachricht für den Schweizer Milchmarkt.

**Wie war die Preisentwicklung für 2024 auf dem heimischen Milchmarkt aus und wodurch ist sie beeinflusst?** Die Preise für verkäste silofreie Milch haben sich insgesamt gut auf Vorjahresniveau gehalten. Nach einem schwachen Beginn in den ersten sechs Monaten mit Preisen auf dem Niveau von 2022 hat sich der Milchpreis für Molkereimilch im 2. Halbjahr auf das Niveau von 2023 erhöht. Dies ist hauptsächlich einer stabilen Milchmenge, der Erhöhung des A-Richtpreises um 3 Rp. auf den Juli, einer Steigerung der Käseproduktion und dem besseren Preisniveau in der EU zu verdanken.

**Was sind die Hauptaktivitäten der SMP im Bereich Nachhaltigkeit?** Nachhaltigkeit spielt eine zunehmend zentrale Rolle bei der SMP. Unser Team entwickelt seine Fachkompetenz stetig weiter und bleibt in allen Bereichen der Nachhaltigkeit – ökologisch, ökonomisch und sozial – à jour. Wir sind zudem international vernetzt, etwa über die International Dairy Federation (IDF). Seit 2020 tauscht sich unser internes Nachhaltigkeitsboard regelmässig aus. 2023 intensivierten wir den Dialog zum Thema Tierwohl mit Expert:innen, ab 2025 wird eine Nachhaltigkeitskommission mit Milchproduzent:innen ins Leben gerufen. Mit dem 2024 eingeführten Selbstcheck Lebensqualität setzen wir ein Zeichen für soziale Nachhaltigkeit. Zudem arbeiten wir am Klimarechner der BO Milch, um die Klimafreundlichkeit der Schweizer Milchproduktion zu verbessern.

\* Leicht geänderter Zuständigkeitsbereich per 1. Februar 2025

## Milchpreis in Bewegung

Anfang 2024 ist für Molkereimilch, produziert nach dem Branchenstandard für nachhaltige Schweizer Milch (Grüner Teppich), deutlich weniger bezahlt worden als im Vorjahr. Im Juli wurde dann das Vorjahresniveau fast wieder erreicht und in den drei letzten Monaten des Jahres leicht überschritten. Insgesamt lag 2024 der von der SMP kalkulierte Standard-Produzentenpreis SPP für eine Milchlieferrung von 180'000 Kilogramm bei 66,79 Rappen (Durchschnitt der 12 Monate, inkl. 5 Rappen Milchzulage). Damit ist er im Vergleich zum Vorjahr um 2,05 Rappen gesunken. Der Hauptgrund dafür ist bei der Entwicklung des A-Richtpreises zu finden. 2023 betrug dieser das ganze Jahr 81 Rappen. Im ersten Halbjahr 2024 lag er zwei Rappen tiefer bei 79 Rappen und im zweiten Halbjahr einen Rappen höher bei 82 Rappen. Auch der Preis für B-Milch ist im Schnitt im ersten Halbjahr deutlich unter Vorjahr gelegen (-6,5 Rp.) und hat das Vorjahresniveau im letzten Halbjahr leicht überschritten.

Mit 70,6 Prozent wurde 2024 fast ein Prozent weniger Milch als A-Milch eingekauft als im Vorjahr. Zudem wurde im zweiten Halbjahr die Einlage in die Fonds der BO Milch für nicht verkäste Milch um 0,5 Rappen auf 5 Rappen erhöht.

Der Wechselkurs Franken – Euro hat sich mit 0,96 Franken für Exporte aus der Schweiz erneut verschlechtert (-0,02 Fr. ggü. Vorjahr, Mittelwert der 12 Monate). Er wird ebenfalls in der Berechnung der Grundlagen für die Bildung der Richtpreise berücksichtigt.

## Höhere Preise für Bio-Molkereimilch

Der SPP für Biomolkereimilch (Mittelwert der 12 Vormonate) betrug Ende Jahr 91,2 Rappen (+1,8 Rp. ggü. Vorjahr). Die Preise waren im ersten Halbjahr fast gleich hoch wie im Vorjahr. Aufgrund der Marktlage konnten die Biomilchproduzenten per 1. Juli mit den Abnehmern eine Preiserhöhung aushandeln. Im zweiten Halbjahr ist der Preis im Durchschnitt 3,5 Rappen über den Vorjahreswert gestiegen.

## Preise bei Käsereimilch leicht tiefer

Bei einigen Käsesorten ist 2024 etwas weniger, bei einigen etwas mehr für die Milch bezahlt worden als im Vorjahr. Franko Käserei sind im Durchschnitt 83,8 Rappen bezahlt worden (-0,95 Rp. ggü. Vorjahr). Die Differenz zwischen silofrei produzierter Milch (Milchpreismonitoring SMP inkl. SVZ) und Molkereimilch (BLW) ist um 1,2 Rappen auf 16,8 Rappen gestiegen.

## Tiefer Verdienst in der Milchproduktion

Im Herbst hat Agroscope die Zentrale Auswertung der Buchhaltungsergebnisse 2023 publiziert. Die Arbeitsverdienste je Familienarbeitskraft in der Landwirtschaft sind gegenüber den Vorjahren wegen höheren Kosten und angestiegenen Zinsen gefallen. Im Betriebszweig «Milchkühe» wurden 15 Franken je Arbeitsstunde verdient. Im Vergleich zum Pflanzenbau und zur übrigen Wirtschaft, wo die Löhne angestiegen sind, ist der Verdienst sehr tief. Der Vergleichs-

## Arbeitsverdienst Landwirtschaft Schweiz je Familienarbeitskraft und Stunde



Berechnet mit 2'800 Arbeitsstunden je Jahr für die Landwirtschaft; mit 1'974 Arbeitsstunden je Jahr beim Vergleichseinkommen.

\* Schweine, Geflügel, Rindermast

Quelle: Zentrale Auswertung von Buchhaltungsdaten, Agroscope

lohn der übrigen Wirtschaft beträgt 2023 42 Franken (Vorjahr 40 Fr.). Bei der Berechnung werden die in der Regel höheren Arbeitszeiten in der Landwirtschaft mitberücksichtigt (2'800 Stunden pro Jahr für die Landwirtschaft und 1'974 Stunden pro Jahr beim Vergleichseinkommen).

Die Streuung zwischen den Betrieben und den Regionen ist gross. Nach wie vor ist die Milchviehhaltung ein sehr wichtiger Betriebszweig, weil ein hoher Arbeitsanfall besteht und sich damit ein kontinuierliches Einkommen erwirtschaften lässt. Bei den Diskussionen um soziale Nachhaltigkeit, bei den Preisverhandlungen, bei der Agrarpolitik und dem Budget sowie bei Betriebsoptimierungen müssen auch diese Fakten berücksichtigt werden.

## «Grüner Teppich» ist Standard

Im Januar 2024 konnte die Umsetzung der Phase 1 des Branchenstandards Nachhaltige Schweizer Milch abgeschlossen werden. Schweizer Milch wird jetzt flächen-deckend nach dem Standard produziert. Der «Grüne Teppich», begleitet durch die vielen mit der Marke «swissmilk green» gekennzeichneten Produkte, ist ein Erfolg.

Klar wurde im Januar allerdings auch, dass es auf 2025 keine Phase 2 geben wird, da es im Vorstand der BO Milch keine Einigung zu einer «fairen» Entschädigung des Gesamtpakets gegeben hat. Positiv ist hingegen, dass aus der Diskussion über eine Phase 2 eine Einigung über die Einführung eines gemeinsamen Klimarechners aller Akteure der Branche resultiert hat. Dies war auch zwingend notwendig, um administrativen «Wildwuchs» und Doppel-spurigkeiten zu verhindern.

## Milchproduktion

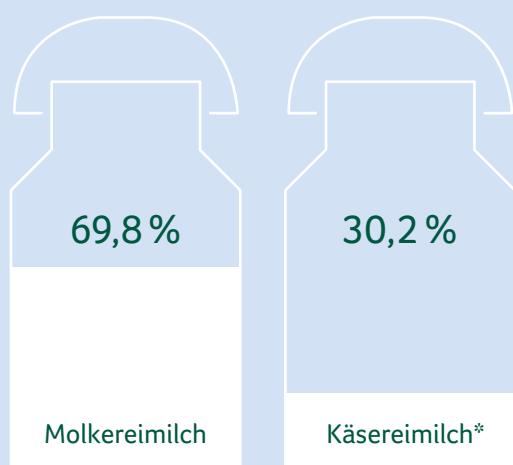
2024 haben 16'759 Betriebe 3'339'533 Tonnen Milch produziert. Das bedeutet eine Zunahme der Milchmenge um 0,15 Prozent.

2022	17'603
2023	17'164
2024	16'759

# 16'759

### Anzahl Betriebe

Veränderung gegenüber Vorjahr: -2,5%



# 3,34 Mio.

### Tonnen produzierte Milch

Veränderung gegenüber Vorjahr: +0,15 %

\*silofreie Fütterung

# 193 t

### Milchmenge pro Betrieb Ø

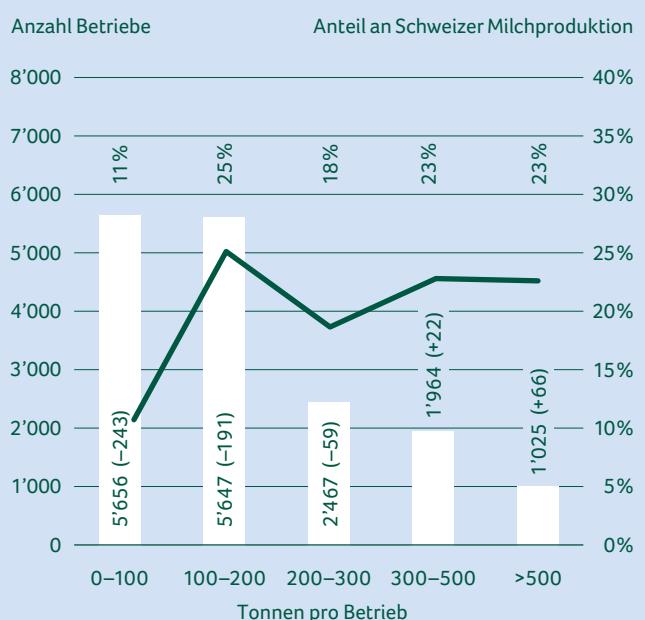
Veränderung gegenüber Vorjahr: +2,5%



### 502'081 Kühe auf

### Milchproduktionsbetrieben

Veränderung gegenüber Vorjahr: +0,1 %



### Betriebe und Milchmenge

- Anzahl Betriebe (ggü. Vorjahr)
- Anteil an Schweizer Milchproduktion

# 6'651 kg

### Einlieferung pro Kuh

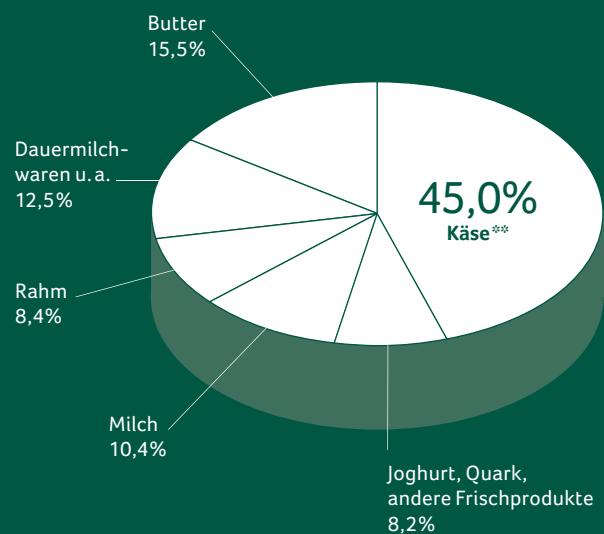
Veränderung gegenüber Vorjahr: 0,0 %

# Milchverarbeitung

Käse ist mit Abstand das wichtigste Produkt der Schweizer Milchwirtschaft. Nach einem Rückgang im Vorjahr ist 2024 wieder mehr Milch zu Käse verarbeitet worden.

## Milchverarbeitung 2024

Anteile der Milchverarbeitung nach Milchäquivalenten (MAE)\*



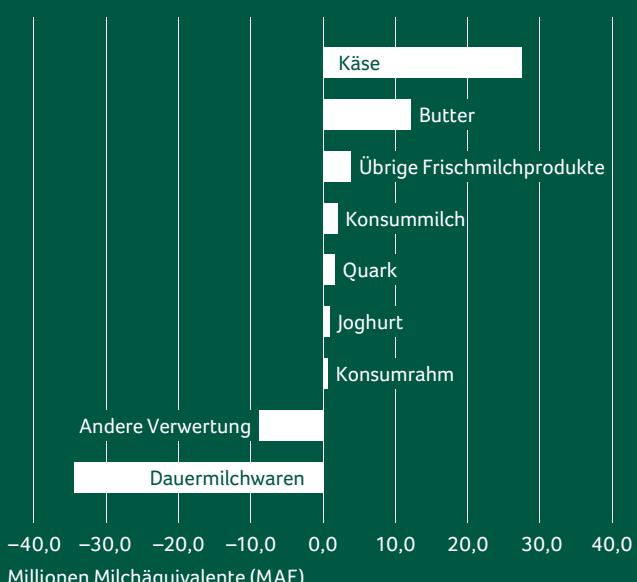
\* Ein Milchäquivalent entspricht den Inhaltenstoffen von Eiweiß und Fett eines Kilogramms Milch

\*\* je rund 50 Prozent Molkerei- und Käsereimilch

## Veränderung der Milchverarbeitung

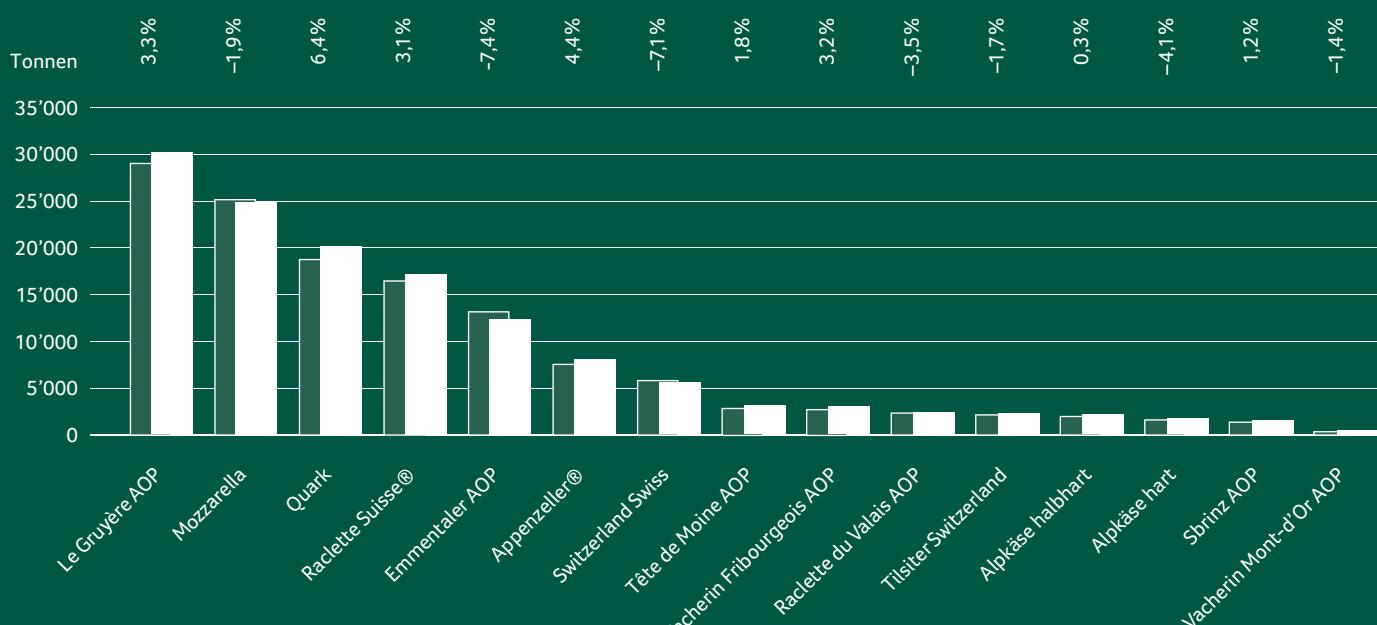
Vergleich 2023–2024

Produktion: +4,6 Mio. MAE bzw. +0,15%



# Käseproduktion

## Produktion ausgewählter Käsesorten 2023 und 2024



■ 2024 □ 2023

# Marketing

Auch 2024 setzte Swissmilk auf ihre drei bewährten strategischen Kommunikationsfelder: Nachhaltigkeit, Gesundheit und Genuss. Diese stehen für die zentralen Mehrwerte der Schweizer Milch und Milchprodukte. Die nachhaltige Produktion ist ein Mehrwert, der in der Bevölkerung weiter an Bedeutung gewinnt – ein klarer Vorteil der Schweizer Milchwirtschaft. Dies wird auch durch die neuen Ernährungsempfehlungen des Bundes gestützt: Sie bestätigen die zentrale Rolle von Milchprodukten in einer ausgewogenen und nachhaltigen Ernährung. Damit unterstreichen sie die Relevanz des Basismarketings und der Aufklärungsarbeit von Swissmilk.

## Bei den Konsument:innen vor Ort

Der Tag der Schweizer Milch bleibt eine der wichtigsten Massnahmen, um die Werte von Nachhaltigkeit, Gesundheit und Genuss direkt den Konsument:innen zu vermitteln. 2024 erreichte der Event mit 136 Standorten einen neuen Höchststand. Neben den 15 Swissmilk-Standorten in Städten wie Basel, Bern, Genf und Lausanne waren auch Jungzüchter:innen, Produzent:innen, Käsereien und Detailhändler wie Aldi und Lidl vertreten. Eine neue Kooperation mit Faireswiss ermöglichte zusätzliche 36 Standorte. Insgesamt wurden 110'000 Milchportionen verteilt – ein Plus von 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr – und 150'000 Besucher:innen gezählt. Das Produktsponsoring durch Züger machte zudem die Verteilung

von rund 9'000 Schweizer Frischkäse-Filona-Portionen möglich. Ergänzend wurden 300'000 Sticker auf Käse Jean-Louis von LRG ausgegeben, um den Wettbewerb und den Tag der Schweizer Milch zu kommunizieren.

Neben dem Tag der Schweizer Milch boten auch zahlreiche Sportveranstaltungen die Gelegenheit, die Genuss- und Gesundheitsaspekte der Schweizer Milch in den Vordergrund zu stellen. 2024 war Swissmilk an vielen Laufevents präsent, darunter der 20KM Lausanne, der Basler Stadtlauf, die Course de l'Escalade in Genf und der Zürcher Silvesterlauf. Bei allen Veranstaltungen wurden Teilnehmendenrekorde verzeichnet, was den anhaltenden Trend zu Volksläufen bestätigt. Insgesamt verteilt Swissmilk über 90'000 Schoggimilch-Regenerationsdrinks an Finisher:innen – ein Anstieg von 16 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Für Zuschauer:innen gab es heisse Schoggimilch in der «echt stark»-Tasse, einer nachhaltigen Alternative zu Einwegbechern.

Auch Kinder standen im Fokus: Der UBS Kids Cup blieb eine zentrale Massnahme zur Förderung eines aktiven Lebensstils. 2024 wurden insgesamt 155'000 Musterpakete verteilt, während an den Kantonalfinalen 14'000 Schweizer Glacen konsumiert wurden. Die beliebten Spiele wie das Milchkannenschieben und das Ballspiel sorgten für Unterhaltung und zählten 11'300 gespielte Runden, während 10'000 Sofortpreise vergeben wurden. Zudem beteiligten sich knapp 8'000 Personen online am Wettbewerb.



Spass und Genuss mit Schweizer Milch an der BEA

# Drei Fragen an



**Stefan Arnold**  
Bereichsleiter Marketing

**Der Branchenstandard «Nachhaltige Schweizer Milch» ist seit dem 1.1.2024 Pflicht. Wie hilft das dem Swissmilk Marketing?** Die Marke «swissmilk green» zeichnet Milchprodukte aus, die die Anforderungen des Produktionsstandards erfüllen. Sie schafft Klarheit für die Konsumentinnen und Konsumenten, da alle Schweizer Milchprodukte einheitlich nachhaltige Produktionsstandards erfüllen. Es unterstreicht das hohe Niveau der gesamten Schweizer Milchwirtschaft in Sachen Tier-wohl, Fütterung, Nachhaltigkeit und Soziales. Dies stärkt das Vertrauen in die Marke Swissmilk und bildet eine solide Basis für Marketingkampagnen, die auf nachhaltige Schweizer Milch setzen.

**Warum sind die Absatzförderungen des Bundes wichtig?** Die Absatzförderungen des Bundes ermöglichen gezielte Kampagnen zur Förderung des Konsums von Schweizer Landwirtschaftsprodukten. Sie tragen dazu bei, wichtige Botschaften zu einer nachhaltigen Produktion und einer gesunden und ausgewogenen Ernährung in der Öffentlichkeit zu verankern. Zudem erlauben sie uns, mit wirkungsvollen Massnahmen die Konsument:innen für Schweizer Milchprodukte zu begeistern. Auch die EU unterstützt Landwirtschaftsprodukte via der Absatzförderung und kommuniziert dies mit der Kampagne «Enjoy. It's from Europe». Wir wollen unsererseits auf die Mehrwerte der Schweizer Produktion hinweisen. Kennzeichen wie «swissmilk green» und Suisse Garantie sollen die Konsument:innen beim Kaufentscheid im Laden unterstützen.

**Was bedeuten die neuen Ernährungsempfehlungen des Bundes für das Marketing?** Die überarbeitete Lebensmittelpyramide von BLV und SGE bestätigt die Bedeutung von Milchprodukten in der täglichen Ernährung. Dies verleiht unseren Kampagnen zusätzliche Legitimation und bestätigt unsere Bemühungen, Milch als essenziellen Bestandteil einer gesunden Ernährung zu positionieren, auch im Kontext von Sport- und Gesundheitskampagnen. Zwei bis drei Milch und Milchprodukte gehören einfach dazu!

## Spielend unterwegs

Auch der Spass kam nicht zu kurz: 2024 lancierte Swissmilk das Onlinespiel «Swissmilk Planets», bei dem es darum geht, in einer bestimmten Zeit genügend Gras aufzunehmen oder zu mähen, um Lovely zu füttern, während Wissensfragen rund um Milch beantwortet werden. Mit diesem Spiel war Swissmilk erstmals an den Gaming-Messen Fantasy Basel und Zürich Pop Con vertreten. Besonders gut kamen dabei die Milkshakes und Frozen Joghurts mit kreativen Toppings an. Die auffällige Standgestaltung mit grossen Blumen und Gräsern sorgte für zusätzliche Aufmerksamkeit und führte zu positiven Ergebnissen, die durch die anschliessende Marktforschung bestätigt wurden.

## Feiern mit Schweizer Milch

Auch an den grossen Festivals und Fachmessen war Swissmilk 2024 präsent. Die Stände an Events wie dem Openair Frauenfeld, dem OpenAir St. Gallen und dem Paléo Festival zogen insgesamt eine Million Besucher:innen an, und Swissmilk erreichte mehr als 800'000 Konsument:innen direkt. Besonders beliebt waren die frisch zubereiteten Milchshakes, Frozen Joghurts und Glacen sowie die verteilten Windräderli. Ein neuer Publikumsmagnet war zudem die Sitzkuh, die sowohl Kinder als auch Erwachsene begeisterte und für zahlreiche Erinnerungsfotos sorgte. Pure Freude und Spass mit Schweizer Milch!



Fantasy Basel: Auf Entdeckungsreise in die faszinierende Welt der Schweizer Milch



Immer neue Rezepte mit feinen Schweizer Milchprodukten, um regional und saisonal zu kochen



Das Swissmilk Family, ein geschätztes Magazin



Expert:innen Talk: Die Nachhaltigkeit am Mikrofon und vor der Kamera

## Geliefert wie bestellt

Die logistische Abwicklung der zahlreichen Marketing- und Eventaktivitäten stellte auch 2024 eine grosse Herausforderung dar, die Swissmilk erfolgreich meisterte. Insgesamt wurden 733 Messen und Events betreut, darunter 440 Eventaufträge von Milchproduzent:innen. Mit der passenden Infrastruktur sorgte Swissmilk dafür, dass Milch und Milchprodukte bei Anlässen auf Höfen, Messen und Events optimal präsentiert wurden und ihre Bedeutung eindrucksvoll sichtbar blieb.

## Gesund für jung und alt

Auch 2024 setzte Swissmilk auf gezielte Massnahmen, um die Bedeutung von Milch für eine gesunde und ausgewogene Ernährung in den Fokus zu rücken. Der Tag der Pausenmilch wurde erneut mit grosser Unterstützung des Schweizerischen Bäuerinnen- und Landfrauenverbands durchgeführt. Dank dieses Engagements erhielten Schulkinder in den teilnehmenden Schulen insgesamt 260'000 Portionen Milch – eine Gelegenheit, um die Bedeutung einer bewussten Ernährung in jedem Alter zu betonen und die Rolle der Schweizer Bauernfamilien dabei hervorzuheben.

Auch Fachveranstaltungen spielten eine wichtige Rolle. Die Swissmilk-Symposien für Ernährungsfachleute in Bern, Lausanne und online boten eine Plattform für den Austausch zu aktuellen Erkenntnissen rund um die Ernährung. Eine der bedeutendsten Ernährungskampagnen war die Initiative zur Einführung von Beikost, die mit beeindruckenden Reichweiten aufzeigte, wie wichtig eine gesunde und ausgewogene Ernährung von Anfang an ist. Zudem erzielte die Protein-Kampagne herausragende Ergebnisse: Social Ads zu den «Top 20 proteinreichen Lebensmitteln» und der Proteinbedarfsrechner erreichten Klickraten, die weit über den Vergleichswerten anderer Kampagnen lagen.

## Nachhaltigkeit im Fokus

Nachhaltigkeit blieb auch 2024 ein zentrales Thema. Besonders im Fokus standen Tierwohl, Graslandbewirtschaftung und Kreislaufwirtschaft. Die BTS/RAUS-Kampagne im Winter rückte das Wohl der Tiere in der Schweizer Milchproduktion ins Zentrum. Mit Plakaten, Online-Werbung und einer Publireportage wurde die Frage thematisiert, ob Kühe im Winter frieren, und damit das Verständnis für die artgerechte Haltung gestärkt.

Im Frühjahr folgte die Grasland-Kampagne, die mit Werbespots, Plakaten und digitalen Massnahmen auf die Bedeutung nachhaltiger Weidewirtschaft hinwies. Ergänzend lieferte eine Publireportage vertiefte wissenschaftliche Einblicke in die Kreislaufwirtschaft der Landwirtschaft. Ein weiterer Meilenstein in der Kommunikati-



Die im Herbst 2024 publizierte Lebensmittelpyramide des BLV.



Ein vollwertiges Frühstück mit Schweizer Milchprodukten, auch im Festival-Modus

on war das Pilotprojekt «Expert:innen Talk» auf YouTube, das sich intensiv mit nachhaltigen Produktionsprozessen auseinandersetzte. Abgerundet wurde die Nachhaltigkeitskampagne im Herbst mit einer Publireportage, die mithilfe einer anschaulichen Grafik die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft verständlich darstellte und das Bewusstsein für eine ressourcenschonende Landwirtschaft weiter stärkte.

### Auf dem Schirm und auf Papier

2024 konnte Swissmilk die digitale Reichweite weiter ausbauen. Die Website wurde 68 Millionen Mal besucht – ein Zuwachs von 29 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Ein spielerischer Proteinrechner und weitere interaktive Inhalte sorgten für besonders hohe Nutzerzahlen. Auf den Social-Media-Plattformen erreichte Swissmilk 8,3 Millionen Kontakte, während die YouTube-Videos insgesamt über 25 Millionen Mal aufgerufen wurden. Besonders erfolgreich war die Serie «Bim Milchbuur», die Einblicke in den Alltag auf Milchhöfen gab und über eine Million Interaktionen generierte. Die dritte und vorerst letzte Staffel von «Lifere nid Lafere», produziert mit dem populären Influencer Rash Junior, erzielte über zwei Millionen Aufrufe.

Auch die Kooperation mit «Watson» wurde fortgesetzt. Dadurch konnten 150'000 Rezeptaufrufe sowie 434'000 Views für die «Good News»-Reihe erzielt werden, die vertieft auf verschiedene Aspekte der Milchproduktion einging. Zudem wurden die neuen Episoden des Milch-Podcasts insgesamt über 95'000 Mal angehört.

Print blieb ebenfalls ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation. Das Swissmilk-Familienmagazin erschien mit zwei Ausgaben und erreichte 520'000 Leser:innen. Drei von vier Empfänger:innen gaben an, das Magazin regelmäßig zu lesen, über 80 Prozent würden es weiterempfehlen. Alle diese Massnahmen wurden laufend durch Marktforschung und Controlling begleitet, um eine konsistente und wirkungsvolle Umsetzung der Marketingstrategie sicherzustellen.

### Swissmilk 2024 – erfolgreich und relevant

Swissmilk blickt auf ein äusserst erfolgreiches Jahr 2024 zurück. Die strategischen Initiativen in den Bereichen Gesundheit, Genuss und Nachhaltigkeit wurden weiter ausgebaut und mit neuen Kooperationen sowie innovativen Kampagnen verstärkt. Die wachsende Online-Präsenz, die verstärkte Teilnahme an Events und Sportveranstaltungen sowie die konsequente Optimierung digitaler Formate zeigen, dass Swissmilk die Bedürfnisse der modernen Konsument:innen kennt und darauf eingeht. Mit ihrer breiten und vielseitigen Kommunikationsstrategie bleibt Swissmilk eine zentrale Akteurin, wenn es darum geht, die nachhaltige Schweizer Milchproduktion ins richtige Licht zu rücken und ihre Mehrwerte klar zu vermitteln.



Hier geht's zur  
Swissmilk-Website mit  
vielen Informationen

# Fokus Nachhaltigkeit

## Einführung

Nachhaltigkeit ist ein zentrales Thema und ein bedeutender Megatrend, der in der Landwirtschaft und Ernährung eine entscheidende Rolle spielt. Eine nachhaltige Milchproduktion sichert nicht nur die Zukunft der Betriebe, sondern trägt auch massgeblich zum Schutz der Umwelt und zum Wohl der Gesellschaft und der Tiere bei, sichert den Absatz von Schweizer Milch und Milchprodukten und ist somit kein Selbstzweck. Sie verbindet wirtschaftlichen Erfolg mit ökologischer und sozialer Verantwortung. Deshalb engagieren wir uns in allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: ökologisch, ökonomisch und sozial.

Das Thema Nachhaltigkeit ist bei der SMP organisatorisch sowohl im operativen als auch im strategischen Bereich fest verankert. Ein internes Nachhaltigkeitsteam vereint eine grosse Expertise und bearbeitet zentrale Projekte zum Thema. Seit 2020 tauscht sich unser internes abteilungsübergreifendes Nachhaltigkeitsboard regelmäßig aus, um Themen zu identifizieren, zu priorisieren und strategische Entscheidungen vorzubereiten. Ab 2025 wird eine Nachhaltigkeitskommission mit Milchproduzent:innen gegründet, um das Thema auf höchster Ebene weiter zu etablieren.

Unser Team entwickelt seine Fachkompetenz stetig weiter, bleibt durch nationale und internationale Netzwerke wie der International Dairy Federation (IDF) auf dem neuesten Stand, treibt innovative Lösungen voran, kommuniziert diese und ist auch da, um falsche Verlautbarungen zu korrigieren.

Die SMP befasst sich mit allen drei Dimensionen der Nachhaltigkeit:

- **Ökologische Nachhaltigkeit und Tierwohl** bedeutet für uns, natürliche Ressourcen zu schonen, Emissionen zu reduzieren und unsere Milchkühe artgerecht zu halten. Mit dem Klimarechner der BO Milch arbeiten wir daran, die vorteilhafte Klimabilanz der Schweizer Milchproduktion zu belegen und weiter zu verbessern. Eine nachhaltige Fütterung, der achtsame Umgang mit Böden und Gewässern, der Einsatz von erneuerbaren Energien sowie die Reduktion von Emissionen, insbesondere von Methan, sind essenzielle Bausteine unseres Engagements. Des Weiteren tragen eine effiziente Kreislaufwirtschaft und eine extensive Weidehaltung, die Artenvielfalt und Bodenfruchtbarkeit för-



Infografik zum Thema Kreislaufwirtschaft

- ① **Die Kühe verzehren nährstoffhaltiges Futter**  
Auf der Weide oder im Stall fressen sie viel Gras, das z. B. mit Mais oder etwas Kraftfutter ergänzt wird.
- ② **Verdauung erzeugt nährstoffhaltigen Dünger**  
Neben Milch produziert die Kuh auch Gülle und Mist. Diese sind wichtige Dünger für die Böden.
- ③ **Nährstoffe gelangen zurück in den Boden**  
Der Kuhmist auf der Weide oder die Ausbringung des im Stall angefallenen Hofdüngers bringt die Nährstoffe wieder in den Boden.
- ④ **Pflanzenwachstum gibt nährstoffhaltiges Futter**  
Gras wächst und wird entweder direkt auf der Weide gefressen oder im Stall verfüttert. Der Kreislauf schliesst sich.

- 
- dert, zur Umweltfreundlichkeit bei. Auch das Thema Tierwohl liegt der SMP sehr am Herzen. Der Dialog mit Expert:innen zum Thema wird seit vielen Jahren gepflegt und wurde seit 2023 nochmals intensiviert.
  - **Ökonomische Nachhaltigkeit** bedeutet, dass Milchproduktionsbetriebe wirtschaftlich tragfähig bleiben. Hohe gesellschaftliche Erwartungen, steigende Produktionskosten und Milchpreise, die nicht kosten-deckend sind, stellen die Betriebe vor Herausforde-rungen. Durch effiziente Ressourcennutzung, moderne Technologien und nachhaltige Investitionen

- können die Betriebe ihre wirtschaftliche Widerstandsfähigkeit stärken. Unser Engagement für bessere Marktleröse (Milchpreise) ist in diesem Bereich zentral.
- **Soziale Nachhaltigkeit** impliziert, dass die Branche nur langfristig bestehen kann, wenn die Lebensqualität der Milchproduzent:innen und ihrer Familien stimmt, sie Wertschätzung erfahren und faire Bedingungen vorfinden. Mit dem 2024 eingeführten **Selbstcheck Lebensqualität** setzen wir ein Zeichen für soziale Nachhaltigkeit, unterstützen die Milchproduzent:innen mit Hilfsmitteln und wollen diverse Stakeholder motivieren, Beiträge für eine Verbesserungen zu leisten.

Die Schweiz bietet ideale Voraussetzungen für eine nachhaltige Milchproduktion – und wir setzen uns täglich dafür ein. Dass Nachhaltigkeit in der Schweizer Milchproduktion gelebt wird und eine hohe Priorität geniesst, zeigen die folgenden Tatsachen:

- Branchenstandard Nachhaltige Schweizer Milch (gekennzeichnet mit der Marke «swissmilk green»): Seit September 2019 gilt dieser Standard, dessen Vorgaben die Schweizer Milchbranche und ihre Vorreiterrolle in Sachen Tierwohl, natürliche Fütterung und ökologische Produktion verstärkt. 2024 wurde der Standard flächendeckend umgesetzt.
- In der Schweiz sind 80 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Flächen Grasland. 75 Prozent der Milchviehbetriebe nehmen am Programm Graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion (GMF) teil, das die standortangepasste, effiziente Nutzung von Wiesen- und Weidefutter fördert.
- Ökologischer Leistungsausweis (ÖLN): Damit Landwirtschaft nachhaltig betrieben werden kann, müssen die Ökosysteme aufrechterhalten und gefördert werden. Dies wird dank dem «Ökologischen Leistungsausweis» des Bundes flächendeckend sichergestellt und unterscheidet uns vom Ausland.
- Tierwohl hat in der Schweiz einen hohen Stellenwert, und die Haltung der Milchkühe ist vorbildlich. Freiwillige Bundesprogramme fördern höhere Anforderungen als die Gesetzgebung. So profitieren 95 Prozent der Milchkühe von mindestens einem der Tierwohlprogramme BTS (Besonders Tierfreundliche Stallhaltungssysteme) oder RAUS (Regelmässiger Auslauf im Freien).

## Projekte und Themen

### Selbstcheck Lebensqualität: Fokus auf das Wohl der Milchproduzent:innen

Im Oktober 2024 führte die SMP den Selbstcheck Lebensqualität ein – eine neue Dienstleistung für die Mitglieder der regionalen SMP-Organisationen. Dieser wurde im Bewusstsein entwickelt, dass eine hohe Lebensqualität der Milchproduzent:innen und ihrer Familien essenziell für eine nachhaltige Zukunft der Schweizer Milchproduktion und damit für die gesamte Milchwirtschaft ist.



### Was ist überhaupt Lebensqualität?

«Lebensqualität» meint das generelle Wohlbefinden von Individuen und Gesellschaften. Der Begriff beinhaltet sowohl objektive als auch subjektive Aspekte. Ersteres beinhaltet materielle Aspekte, die objektiv gemessen oder beobachtet werden können, z. B. Einkommen, Vermögen, Arbeit, Verdienst und Wohnbedingungen. Subjektive Aspekte sind z. B. positive und negative Emotionen (wie Freude, Stolz, Schmerz und Ärger). Die Lebensqualität erfasst somit eine Palette an Faktoren, die ein Leben lebenswert machen.

Der Selbstcheck wurde in Zusammenarbeit mit der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) entwickelt und bietet Milchproduzent:innen eine wertvolle Möglichkeit, ihre berufliche und private Situation bewusst zu reflektieren. Anhand von 40 Fragen zu verschiedenen Lebensbereichen erhalten die Teilnehmenden eine individuelle Auswertung in Form eines Spinnendiagramms. Dies ermöglicht eine Visualisierung der eigenen Lebensqualität und zeigt auf einen Blick, in welchen Bereichen Handlungsbedarf besteht. Zudem werden für alle Lebensbereiche Möglichkeiten aufgezeigt, wie man Unterstützung erhalten kann.

Der Selbstcheck ist mehr als eine Momentaufnahme: Er kann zu einem späteren Zeitpunkt erneut durchgeführt werden, um Veränderungen nachzuvollziehen. Da viele Milchbetriebe familiengeführt sind, wird empfohlen, dass der/die Partner:in den Check für sich selbst ebenfalls ausfüllt und man die Ergebnisse anschliessend gemeinsam bespricht. So können wertvolle Erkenntnisse gewonnen und mögliche Verbesserungen gemeinsam angegangen werden.

Für die SMP ermöglichen anonyme Auswertungen die Identifikation von zentralen Handlungsfeldern, die in der Interessenvertretung der Milchproduzent:innen gezielt adressiert werden können. Damit setzt die SMP ein klares Zeichen: Die soziale Nachhaltigkeit und das Wohl der Milchproduzent:innen stehen im Mittelpunkt einer zukunftsfähigen Milchproduktion.

### Klimarechner: Ein Instrument, um den Treibhausgas-Fussabdruck der Milch zu berechnen

Die BO Milch hat das Projekt Klimarechner ins Leben gerufen, um den Treibhausgas-Fussabdruck pro Kilogramm Milch auf Produktionsebene zu ermitteln. Dies bildet eine essenzielle Grundlage für die Kommunikation rund um Schweizer Milch und für Reduktionsmassnahmen innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette. Der Klimarechner ist ein praxisorientiertes Betriebsmanagement-Tool, das Produzent:innen dabei unterstützt, ihre eigenen Emissionswerte zu kennen und individuelle Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren.

Ab Januar 2026 steht allen Schweizer Milchproduktionsbetrieben ein Berechnungstool zur Verfügung, mit dem sie ihren CO<sub>2</sub>-Fussabdruck freiwillig ermitteln und bewerten können. Es hilft Betrieben nicht nur, Einsparpotenziale zu erkennen und gezielte Massnahmen abzuleiten, sondern ermöglicht durch aggregierte Daten auch die Berechnung der durchschnittlichen Treibhausgasemissionen für Schweizer Milch. Damit setzt die Branche ein klares Zeichen für eine faktenbasierte Klimaschutz-Diskussion und -Kommunikation. Zudem wird damit der Grundstein für eine verbesserte Klimabilanz der Milchproduktion gelegt.

Das übergeordnete Ziel des Standard-Klimarechners ist es, Verarbeitern und dem Detailhandel zu ermöglichen, ihre im Rahmen der Science Based Targets Initiative (SBTi) festgelegten Reduktionsziele für Treibhausgasemissionen zu erreichen. Gleichzeitig stärkt er die Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Milchbranche im internationalen Markt, wo klimazertifizierte Milchprodukte zunehmend nachgefragt werden. Zudem trägt das Tool dazu bei, die gesellschaftliche Akzeptanz der Milchproduktion zu erhöhen.

Für die breite Einführung wird das KlirTool der HAFL als Standardrechner bis Januar 2026 weiterentwickelt. Während es derzeit ausschliesslich auf die Berechnung der Treibhausgasemissionen pro Kilo Milch ausgerichtet ist, kann es zukünftig auch auf andere Bereiche der Landwirtschaft – wie beispielsweise die Fleischproduktion – ausgeweitet werden.

2024 wurden entscheidende Meilensteine erreicht: Nach dem Kauf des Programms Klir wurde im Mai der Projekt-auftrag definiert und die Projektgruppe bestimmt. Im August fiel die Wahl des strategischen IT-Partners sowie des Schulungs- und Beratungsanbieters auf Barto. 2025 folgt die Ausarbeitung des Reglements sowie der Antrag an die Delegiertenversammlung. Der offizielle Rollout ist für den 1. Januar 2026 geplant.

Mit dem Klimarechner schafft die Schweizer Milchbranche eine fundierte Basis für mehr Transparenz und effektiven Klimaschutz – ein entscheidender Schritt, um die Nachhaltigkeit der Milchproduktion aufzuzeigen und zu fördern.

### **Umwelt und Kreislaufwirtschaft: Nachhaltigkeit im Grasland Schweiz**

Die SMP setzt sich aktiv dafür ein, die Zusammenhänge im Bereich Umwelt und Kreislaufwirtschaft zu vermitteln und so zur Aufklärung der Öffentlichkeit beizutragen.



Das neue Modul «Kuh und Umwelt»

Durch gezielte Publireportagen, Expert:innen-Talks und weitere Informationsformate wird wissenschaftlich basiert informiert.

In der Schweiz herrschen optimale Bedingungen für Grasland, das rund 80 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Fläche ausmacht. Diese Grasflächen sind eine ideale Grundlage für die Haltung von Wiederkäuern, die das Gras in Milch und Fleisch umwandeln können und so die Nahrungsmittelproduktion effizient gestalten. Zudem erfüllt Grasland wichtige ökologische Funktionen. Die standortangepasste Milchproduktion in der Schweiz zeigt sich auch darin, dass Milchkühe die etwa 30 Prozent Kunstmiesen auf Ackerflächen nutzen. Diese Flächen sind ein zentraler Bestandteil der Fruchtfolge im Schweizer Ackerbau und leisten einen Beitrag zum Erhalt gesunder Böden.

Rund 90 Prozent des Futters für die Kühe stammt aus der Schweiz. Das Futter besteht überwiegend aus in der Schweiz reichlich vorhandenem Raufutter wie Gras, Heu, Silage und Mais. Im Vergleich zu internationalen Standards setzen Schweizer Milchproduzent:innen wenig Kraftfutter ein, wodurch die Umweltbelastung minimiert wird. Zudem besteht ein erheblicher Anteil des eingesetzten Kraftfutters – 61 Prozent – aus Nebenprodukten der Lebensmittelherstellung wie Ölkuchen, Melasse oder Biertreber. Diese Nebenprodukte werden sinnvoll weiterverwertet, wodurch jährlich etwa 305'000 Tonnen «Abfall» dank der Schliessung von Nährstoffkreisläufen für die menschliche Ernährung zugänglich gemacht werden.

Beim ersten Swissmilk Expert:innen-Talk diskutierten ein Agrarwissenschaftler und eine Milchproduzentin die Kreislaufwirtschaft in der Landwirtschaft. Sie erklärten den Konsument:innen, wie die Kühe Gras, Neben-



Hier finden sich weitere Informationen zum Thema Nachhaltigkeit

produkte und anderes Futter verwerten, und wie durch ihre Ausscheidungen wertvolle Nährstoffe zurück in den Boden gelangen. Das Ziel ist eine optimale Nährstoffbilanz, bei der Futtermittel und Düngung effizient aufeinander abgestimmt sind. Dabei wurde auch diskutiert, wie Überschüsse und Verluste möglichst minimiert werden können. Der 40-minütige Talk wurde von über 20'000 Personen bis zum Schluss geschaut – ein klares Zeichen dafür, dass ein Interesse an vertiefter Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen in der Landwirtschaft besteht und Konsument:innen bereit sind, sich intensiv damit auseinanderzusetzen.

Um die Wirkung der Milchkuh auf ihre Umwelt abzubilden, hat Swissmilk das Modul «Kuh und Umwelt» entwickelt. Es erklärt einerseits die Verdauung der Kuh, die zur Bildung von Methan führt, wobei der Methanausstoß in den Kohlenstoffkreislauf eingebettet wird. Zudem werden die positiven Beiträge der Milchkuh für Mensch und Umwelt hervorgehoben, wie beispielsweise die Fähigkeit, aus Gras nährstoffreiche Lebensmittel für den Menschen zu erzeugen. Das Modul fördert eine differenzierte Betrachtung der Kuh und ihrer Umweltwirkung, indem es verschiedene Perspektiven einbezieht. Im Jahr 2025 wird es durch weitere Elemente ergänzt und erweitert.

## Engagement für das Tierwohl in der Schweizer Milchwirtschaft

Die Schweizer Milchproduktion steht für Qualität, Nachhaltigkeit und Tierwohl. Eine artgerechte Haltung unserer Milchkühe ist für uns nicht nur eine gesetzliche Verpflichtung, sondern ein zentraler Bestandteil unseres Selbstverständnisses. Die Schweizer Milchproduzent:innen setzen sich aktiv für das Wohl der Tiere ein, um eine gesunde und nachhaltige Milchwirtschaft zu gewährleisten.

Die Schweiz verfügt über eines der weltweit strengsten Tierschutzgesetze. Die Haltung von Milchkühen ist definiert geregelt und setzt hohe Standards. Die Einhaltung der Schweizer Tierschutzgesetzgebung ist für alle Tierhalter:innen obligatorisch und legt die Mindestanforderungen für die Haltung von Nutztieren fest.

Freiwillige Tierwohlprogramme: Programme wie BTS (Besonders Tierfreundliche Stallhaltungssysteme) und RAUS (Regelässiger Auslauf im Freien) gehen über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Bereits 95 Prozent der Schweizer Milchkühe profitieren von mindestens einem dieser Programme. Viele Betriebe erfüllen darüber hinaus noch strengere Anforderungen durch freiwillige Labelprogramme, die das Tierwohl zusätzlich fördern.

Um Konsument:innen transparent über das Engagement für das Tierwohl zu informieren, setzt die SMP auf gezielte Aufklärung. Im Rahmen einer Kampagne wurde beispielsweise vermittelt, dass sich Kühe auch in der kalten Jahreszeit draussen wohl fühlen.

Zudem wurde ein neues Format in Form von Faktenblättern entwickelt. Darin werden die wichtigsten Informationen zum Thema Tierwohl in der Schweizer Milchproduktion für die Konsument:innen einfach und verständlich dargestellt und vermittelt.

Ein wichtiges Thema, das 2024 im Fokus stand, war die Kälbergesundheit. Die SMP setzt sich für einen verantwortungsvollen und sparsamen Umgang mit Antibiotika ein und will mit Gesundheitspräventionsmaßnahmen wie guter Haltung oder der Kälberimpfung die Gesundheit der Kälber nachhaltig sichern.

Das Tierwohl ist eine der tragenden Säulen der Schweizer Milchwirtschaft. Die Kombination aus strenger Gesetzgebung, freiwilligen Tierwohlprogrammen und nachhaltiger Aufklärung macht die Schweizer Milchproduktion zu einem internationalen Vorbild. Die SMP bleibt weiterhin engagiert, um das Wohl der Tiere kontinuierlich zu verbessern und das Vertrauen der Konsument:innen zu stärken.

## Ausblick

Auch 2025 wird die SMP im Bereich Nachhaltigkeit zahlreiche wichtige Themen und Projekte vorantreiben. Die Weiterentwicklung hin zu einer noch nachhaltigeren Milchproduktion sowie die aufklärende Kommunikation gegen aussen werden fortgesetzt. Organisatorisch wird der Bereich weiter gestärkt, indem eine eigene Nachhaltigkeitsabteilung geschaffen wird. Zusammen mit der ebenfalls neu gegründeten Kommission Nachhaltigkeit wird sichergestellt, dass das Thema die nötige Beachtung findet.

**Tierwohl in der Schweiz**

Schweizer Milchproduzent:innen setzen sich täglich mit Leidenschaft für das Wohlergehen ihrer Kühe ein.

Die Schweiz besitzt eine der strengsten Tierschutzgesetzgebungen der Welt. Der Umgang mit den Tieren und die Anforderungen an Ställe, Einrichtungen sowie Auslaufplätzen sind definiert geregelt. Neben den gesetzlichen Tierwohlstandards bestehen vorstaatliche Programme, ein Branchenstandard und private Labels für qualitativ hochwertiges Tierwohl.

**Tierwohlprogramme des Bundes**

- 95% der Schweizer Milchkuhe profitieren von mindestens einem der Tierschutzprogramme (BTS und RAUS).
- 29 Kühe tragen das Label der Swissmilk Milchkuh mit dem Zusatz "Milchkuh für nachhaltige Milchproduktion".
- Der gesamte Käse und Milch wird unter dem Namen "Swissmilk" vermarktet und kommt aus den Händen gut betriebener Betriebe.

**Kühe im Winter**

- 5° bis 15° zwischen diesen Temperaturen fühlt sich Kühe am wohlst.
- Für alle Milchbetriebe unserer Kühe ist es wichtig, dass sie auch im Winter Zeit zuhausen zu bringen und eine frische Luft. Lassen Sie Ihre Kühe nicht zu lange im Stall. In der Schweiz ist auch eine Winterhaltung mit einer grünen Weide mit den verschiedenen Rindungsprogrammen ganz normal. Schauen Sie auch in *Winter ist Freie kleine*.

**swissmilk green**

10+2

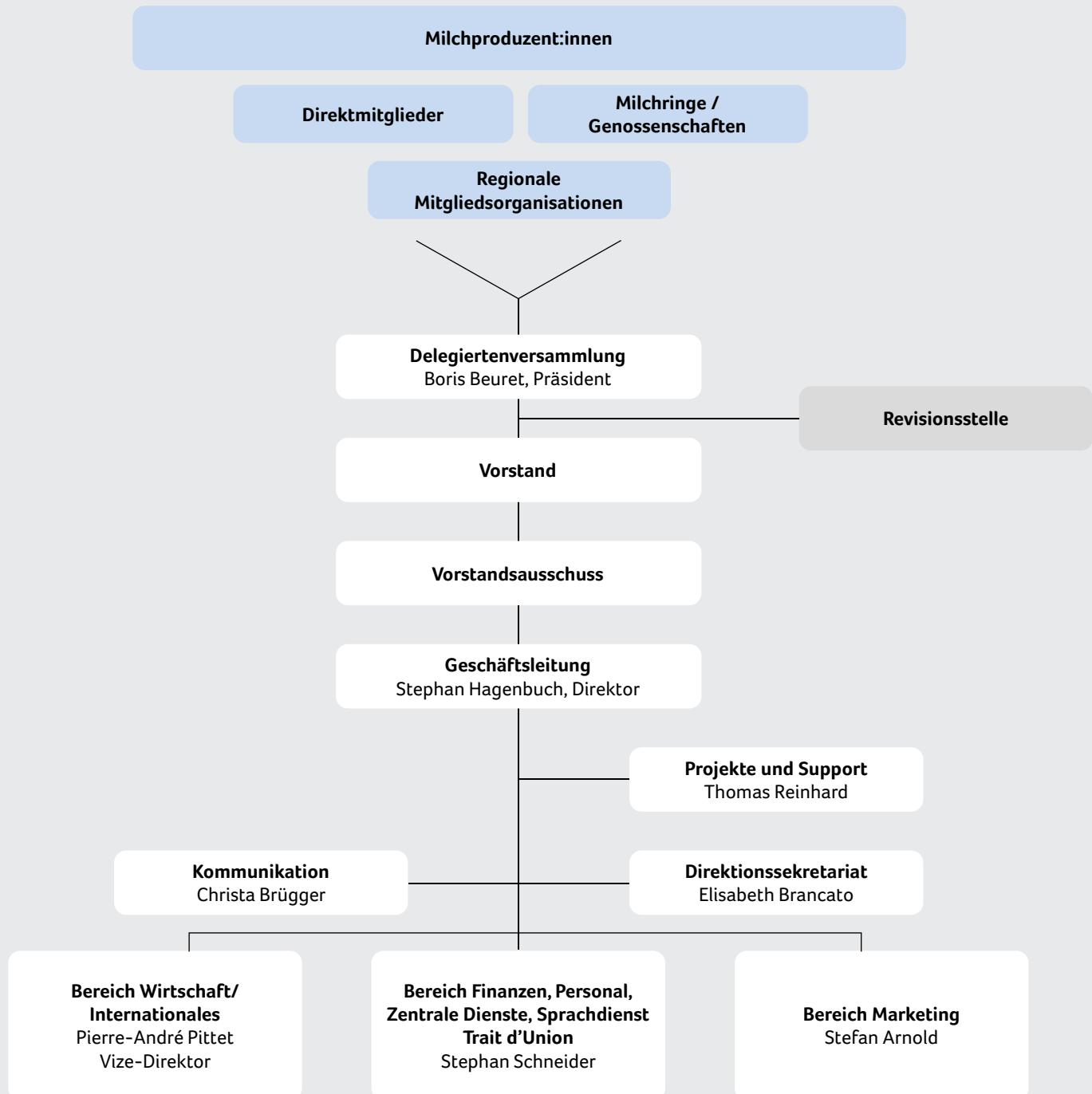
Die Swissmilk Milchkuh mit dem Zusatz "Milchkuh für nachhaltige Milchproduktion" ist ein freiwilliges Label, das seit Anfang des Jahres 2024 für das der Schweiz nur noch Schweizer Milch produziert werden darf. Es kann nur vertrieben werden, die dem Branchenstandard entsprechen. Dies bedeutet, dass die Käse und Milch aus einer Kuh mit den strengen gesetzlichen Anforderungen, von Betrieben sind zweit bestimmt.

**swissmilk**

Factsheet zum Thema Tierwohl

# Organisation

## Organigramm der SMP



Stand am 31. Dezember 2024

# Zusammensetzung der Gremien

## Ehrenpräsidenten

Kern Hanspeter, Buchberg SH

Kühne Josef, Benken SG

## Vorstand

Boris Beuret, Corban JU, Präsident

Egli Hanspeter, Trachslau SZ, 1. Vizepräsident

Neff Sepp, Appenzell Enggenhütten AI

Werder Urs, Ganterschwil SG

Lukas Dissler, Wolhusen LU\*

Grüter Thomas, St. Urban LU

Jenni Urs, Ins BE

Thomann Simon, Utzenstorf BE

Dummermuth Jürg, Thörishaus BE

Schlegel Sabrina, Oschwand BE

Marti Anton, Rüttenen SO

Siegenthaler Remo, Niederbipp BE

Vetterli Daniel, Rheinklingen TG

Siegenthaler Daniel, Schangnau BE

Hirt Mireille, St. Ursen FR

Nicolet Yves, Cottens FR

Benoit Marc, Romainmôtier VD

Bonjean Michel, Vouvry VS

Joly Eric, Saint-George VD\*

Balmelli Fabio, San Antonino TI

## Mitgliedsorganisation

VMMO

VMMO

VMMO

ZMP

ZMP

aaremilch

aaremilch

MM

MM

MIBA

MIBA

TMP

VBMC

FSFL

FSFL

PROLAIT

FLV

LRG

FTPL

## Suppleanten des Vorstandes

Preisig Alfred, Frümsen SG

Furrer Pirmin, Luzern LU

Jungen Hansueli, Wimmis BE

Aeschlimann Werner, Wangen ZH

Gugger Andreas, Aesch BL

Fatzer Jürg, Weinfelden TG

Nussbaum Niklaus, Wattenwil BE

Braillard Frédéric, Saint-Martin FR

Kern Anthony, Rossens VD

Mottiez Steve, Collonges VS

Dupraz Henri-Pierre, Soral GE

Dazio Michele, Fusio TI

## Vorstandsausschuss

Boris Beuret, Corban JU, Präsident

Egli Hanspeter, Trachslau SZ, 1. Vizepräsident

Grüter Thomas, St. Urban LU

Hirt-Sturny Mireille, St. Ursen FR

Jenni Urs, Ins BE

## Kontrollstelle

Balmer-Etienne AG, Bern

## Geschäftsleitung

Hagenbuch Stephan, Marly FR, Direktor

Pittet Pierre-André, Schüpfen BE, Vize-Direktor

Arnold Stefan, Zürich ZH

Schneider Stephan, Rümligen BE

Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2023 bis 2027.

\* Bestätigung DV 2025

# Überblick Gremien



## Delegiertenversammlung

Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ der Schweizer Milchproduzenten SMP. Sie ist unter anderem für die Wahl des Präsidiums und des Vorstandes verantwortlich und entscheidet über die Mitgliederbeiträge.

Versammlung: 17. April 2024

Delegierte: 160

Themen und Beschlüsse:

- Wahl von Mireille Hirt-Sturny aus St. Ursen FR und Yves Nicolet aus Cottens in den Vorstand. Sie ersetzen Christophe Noël und Gabriel Yerly
- Umfassende Informationen über die Aktivitäten des Verbands
- Zustimmung zu den unveränderten Beiträgen für die Interessenvertretung und das Basismarketing für Schweizer Milch und Käse im Inland und Export

## Vorstand

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP besteht aus dem Präsidenten, den beiden Vizepräsidenten sowie 16 bis 18 weiteren Mitgliedern. Jede Mitgliedsorganisation hat Anrecht auf mindestens einen Vorstandssitz, den in der Regel der Präsident der jeweiligen Mitgliedsorganisation einnimmt.

Mitglieder: 20

Sitzungen: 7

Themen und Beschlüsse

- Agrarpolitik: Stellungnahmen zum Verordnungspaket, Zahlungsrahmen, Eingabe Begleitgruppe AP 2030
- Geschäfte der BO Milch: Position zu Handen Produzentengruppe im Vorstand BO Milch
- Agroscope: Informationsaustausch und Eingaben zum Arbeitsprogramm 2026–2029 der Forschung im Bereich «Produktionssystem Tiere und Tiergesundheit»

- Blauzungenkrankheit: Einsatz für rechtzeitige Bereitstellung eines Impfstoffs
- Impfung Tränkekälber: Vorschlag Impfpflicht mit Befristung auf 3 Jahre und Prüfung, ob positive Wirkung da (bessere Tiergesundheit und weniger Antibiotikaeinsatz).
- Vision, Strategie und Budgets des Verbands: Diskussion und Beschluss

## Vorstandsausschuss

Der Vorstandsausschuss besteht aus dem Präsidenten, den beiden Vizepräsidenten sowie zwei weiteren vom Vorstand gewählten Mitgliedern. Er bereitet Geschäfte des Vorstandes vor und stellt Anträge.

Mitglieder: 5

Sitzungen: 7





## Kommission Käsereimilch

Die Kommission Käsereimilch ist die Plattform für Vertreter der Milchproduktion in den Organen der Sortenorganisationen zur Information und Meinungsbildung für die Käsereimilch und den Käse betreffende Themen sowie für die Interessenvertretung der Käsereimilchproduzenten ohne Silagefütterung.

Mitglieder: 21

Sitzungen: 4

Themen und Beschlüsse:

- Lagebeurteilung auf dem Milch- und Käsemarkt
- Erwartungen der silofreien Milch an die AP 2030
- Auswirkungen der Beschlüsse der BO-Milch auf die silofreie Milch
- Beurteilung der Verbesserungen für die silofreie Milch aus der Motion Nicolet 21.4124
- Entwicklung der Rahmenbedingungen für AMS in den Sortenorganisationen
- Austausch mit der Direktion von SCM zur Ausgestaltung und Wirkung der Absatzförderung für Schweizer Käse im In- und Ausland

## Fachgremium Marketing

Das Fachgremium Marketing beurteilt die Massnahmen und Budgets der Basiskommunikation Schweizer Milch und Milchprodukte zuhanden des Vorstands. Dieser entscheidet auf Antrag des Fachgremiums über den Mitteleinsatz.

Mitglieder: 9

Sitzungen: 2



Hier finden sich alle Informationen zu unseren **Gremien**

Themen und Beschlüsse:

- Freigabe der Marketingstrategie 2026+
- Freigabe des Marketingbudgets 2025
- Inhaltliche Themenschwerpunkte rund um Nachhaltigkeit und Gesundheit

## IG Produktion BO Milch

Die Interessensgruppe Produktion aus dem Vorstand der BO Milch bereitet die BO Milch-Vorstandssitzungen vor und bündelt die Interessen der Produzent:innen von Molkereimilch.

Mitglieder: 10

Sitzungen: 5

Themen und Beschlüsse:

- Erhöhung A-Richtpreis 2. Halbjahr
- Laufende Markteinschätzungen, Marktstabilität
- Einführung Klimarechner in der Schweizer Milchproduktion ab Januar 2025
- Anpassungen Reglemente Fonds für Rohstoffpreisdifferenz Export & Regulierung



# Finanzbericht 2024

## Kommentar zur Jahresrechnung 2024

Die konsolidierte Jahresrechnung 2024 schliesst mit einem Jahresgewinn von CHF 1,07 Mio. ab. Im Vergleich dazu sah das Budget 2024 einen Verlust von CHF –0,182 Mio. vor. Dieses erfreuliche Ergebnis ist insbesondere auf einen ausserordentlichen Ertrag aus Finanz- und Liegenschaftsanlagen zurückzuführen, der netto CHF 1,074 Mio. über dem Vorjahr und CHF 0,81 Mio. über dem Budget liegt. Durch die Verrechnung von steuerlichen Verlustvorträgen aus vergangenen Jahren mit dem erzielten Jahresgewinn werden 2024 keine Gewinnsteuern anfallen.

Das Betriebsergebnis (EBIT) weist ein Minus von CHF –1,953 Mio. aus. Dies entspricht einer Abweichung von CHF –0,32 Mio. gegenüber dem Budget und CHF –0,776 Mio. gegenüber dem Vorjahr.

Die Nettoerlöse lagen insgesamt 2,4 Prozent unter dem Budget. Die vermarktete Milchmenge stieg im Vergleich zum Vorjahr um 0,14 Prozent.

Das Bundesamt für Landwirtschaft bewilligte für das Basismarketing Swissmilk im Jahr 2024 erneut CHF 8,2 Mio. Zudem unterstützte der Bund mit CHF 0,05 Mio. den KI-basierten Chatbot zur Reduktion von Food Waste und zur Förderung einer gesunden und ausgewogenen Ernährung.

Die Marketingbeiträge der Milchproduzenten sanken im Vergleich zum Vorjahr geringfügig um CHF 0,07 Mio. Ebenso reduzierten sich die Erträge aus Dienstleistungen für Dritte, was jedoch durch eine entsprechende Senkung der Ausgaben für Drittienstleistungen und Waren kompensiert wurde. Der Bruttogewinn der Marketing-Jahresrechnung stieg somit um CHF 1,353 Mio. im Vergleich zum Vorjahr und lag CHF 0,433 Mio. über dem Budget.

In der konsolidierten Erfolgsrechnung sank der Personalaufwand im Vergleich zum Vorjahr um CHF 0,119 Mio. und lag um CHF 0,471 Mio. unter dem Budget. Der übrige betriebliche Aufwand sank gegenüber dem Vorjahr um CHF 0,328 Mio. Wie bereits im Jahr 2023 wurden auch 2024 verschiedene nahestehende Organisationen unterstützt.

Das Netto-Finanzergebnis betrug CHF 3,533 Mio. und lag damit CHF 1,972 Mio. über dem Budget. Unrealisierte Kursgewinne sind darin nicht enthalten. Seit 2012 erfolgt die Bewertung der Wertschriften unverändert gemäss dem Imparitätsprinzip.

Der Liegenschaftserfolg belief sich im Jahr 2024 netto auf CHF –0,6 Mio., was auf höhere Abschreibungen auf den Liegenschaften zurückzuführen ist. Die Mietzinsenrechte Dritter erreichten CHF 1,715 Mio., während der Liegenschaftsaufwand bei CHF –0,708 Mio. lag. Somit betrug der Nettoerlös aus Liegenschaften ohne Abschreibungen CHF 1,007 Mio. Die Abschreibungen beliefen sich im Jahr 2024 auf CHF 1,959 Mio.

### Konsolidierte Bilanz

Per 31. Dezember 2024 erhöhte sich die konsolidierte Bilanzsumme leicht um CHF 0,799 Mio. auf CHF 91,13 Mio. Dieser Anstieg ist unter anderem auf die Zunahme der flüssigen Mittel zurückzuführen, was dazu führte, dass das Umlaufvermögen um 2,2 Prozent auf 44 Prozent der Bilanzsumme stieg.

# Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2024

Aktiven (in 1'000 CHF)	2024	in %	2023	in %
Flüssige Mittel	6'911	7,6	3'839	4,2
Kurzfristig gehaltene Aktiven mit Börsenkurs	20'954	23,0	22'337	24,7
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	6'680	7,3	6'228	6,9
Übrige kurzfristige Forderungen	1'188	1,3	1'072	1,2
Vorräte und nicht fakturierte Dienstleistungen	153	0,2	108	0,1
Aktive Rechnungsabgrenzung	4'241	4,7	4'179	4,6
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>40'127</b>	<b>44,0</b>	<b>37'763</b>	<b>41,8</b>
Finanzanlagen	1'887	2,1	2'087	2,3
Beteiligungen	363	0,4	363	0,4
Mobile Sachanlagen	1'059	1,2	995	1,1
Grundstücke und Bauten	47'694	52,3	49'067	54,3
Immaterielle Werte (Software)	–	0,0	56	0,1
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>51'003</b>	<b>56,0</b>	<b>52'568</b>	<b>58,2</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>91'130</b>	<b>100,0</b>	<b>90'331</b>	<b>100,0</b>
Passiven (in 1'000 CHF)	2024	in %	2023	in %
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	3'269	3,6	4'345	4,8
Übrige kurzfristige Verbindlichkeiten	204	0,2	235	0,3
Passive Rechnungsabgrenzung	1'278	1,4	948	1,0
Kurzfristige Rückstellungen	459	0,5	461	0,5
<b>Total kurzfristiges Fremdkapital</b>	<b>5'211</b>	<b>5,7</b>	<b>5'988</b>	<b>6,6</b>
Übrige langfristige Verbindlichkeiten	–	0,0	45	0,1
Rückstellungen sowie ähnliche Positionen	10'160	11,1	9'608	10,6
<b>Total langfristiges Fremdkapital</b>	<b>10'160</b>	<b>11,1</b>	<b>9'654</b>	<b>10,7</b>
Genossenschaftskapital	3'000	3,3	3'000	3,3
Fondskapital	24'651	27,1	25'535	28,3
Kumulierte Gewinne aus Vorjahr	47'038	51,6	47'158	52,2
Jahresgewinn (+) /-verlust (-)	1'070	1,2	-1'004	-1,1
<b>Total Eigenkapital</b>	<b>75'759</b>	<b>83,1</b>	<b>74'689</b>	<b>82,7</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>91'130</b>	<b>100,0</b>	<b>90'331</b>	<b>100,0</b>

# Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2024

in 1'000 CHF	2024	in %	2023	in %
Nettoerlöse aus Lieferungen und Leistungen	37'086	100,0	37'906	100,0
Materialaufwand und Drittleistungen	-24'324	-65,6	-25'684	-67,8
<b>Bruttogewinn (+) / -verlust (-)</b>	<b>12'763</b>	<b>34,4</b>	<b>12'222</b>	<b>32,2</b>
Personalaufwand	-11'138	-30,0	-11'257	-29,7
Übriger betrieblicher Aufwand	-2'953	-8,0	-3'281	-8,7
<b>Betrieblicher Gewinn (+) / Verlust (-) vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA)</b>	<b>-1'329</b>	<b>-3,6</b>	<b>-2'316</b>	<b>-6,1</b>
Abschreibungen auf Positionen des Anlagevermögens	-624	-1,7	-413	-1,1
<b>Betrieblicher Gewinn (+) / Verlust (-) vor Nebenerfolg und Steuern (EBIT)</b>	<b>-1'953</b>	<b>-5,3</b>	<b>-2'729</b>	<b>-7,2</b>
Finanzaufwand	-174	-0,5	-254	-0,7
Finanzertrag	3'708	10,0	1'919	5,5
Liegenschaftserfolg (inklusive Abschreibungen Liegenschaften)	-603	-1,6	191	0,5
<b>Gewinn (+) / Verlust (-) vor ausserordentlichem Erfolg und Steuern</b>	<b>978</b>	<b>2,6</b>	<b>-873</b>	<b>-2,3</b>
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Aufwand	-595	-1,6	-121	-0,3
Ausserordentlicher, einmaliger oder periodenfremder Ertrag	766	2,1	43	0,1
<b>Gewinn (+) / Verlust (-) vor Steuern (EBT)</b>	<b>1'148</b>	<b>3,1</b>	<b>-951</b>	<b>-2,5</b>
Direkte Steuern aktuelles Jahr	-58	-0,2	-53	-0,1
Direkte Steuern Vorjahre	-21	-0,1	-	-
<b>Jahresgewinn (+) / -verlust (-)</b>	<b>1'070</b>	<b>2,9</b>	<b>-1'004</b>	<b>-2,6</b>

Die gemäss Beschluss der Delegiertenversammlung vom 14.04.2004 (CHF 8,8 Mio.) zweckgebundenen Mittel sind über flüssige Mittel sowie kurzfristig gehaltene Wertschriften sichergestellt.

## Wesentliche Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Nach dem Bilanzstichtag und bis zur Prüfung der Jahresrechnung durch die Revisionsstelle am 14. Februar 2025 sind keine wesentlichen Ereignisse eingetreten.

# Drei Fragen an



**Stephan Schneider**

Bereichsleiter Finanzen, Personal  
und zentrale Dienste

**Die Milchdatenbank (db Milch) ist ein wichtiges Instrument für die Finanzabteilung. Nun wird in Kürze ein neues Inkasso-Modul eingeführt. Welche Vorteile ergeben sich daraus?** Die «alte» DB-Milch und deren Module sind seit 2006 im Einsatz. Die Bewirtschaftung des Tools war sehr aufwändig. Aus technologischer Sicht und aus Sicherheitsgründen drängte sich die Einführung der neuen Module «Inkasso» und «Fakturierung» auf. Es ist daher primär eine Ersatzinvestition. Die neuen Funktionalitäten werden das Beitragsinkasso wesentlich effizienter machen.

**Wie entgegnet die SMP dem heutigen Fachkräfte-mangel?** Wir können offene Stellen in der Regel schnell wieder besetzen, und auch die Fluktuationsrate zeigt, dass unsere Mitarbeitenden gerne für die SMP/Swissmilk arbeiten. Seit vielen Jahren fördern wir zudem die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeitenden. Mit unserem «Werteteam» entstehen immer wieder neue Ideen. Viele davon werden umgesetzt, wie zum Beispiel in den letzten Monaten die Erweiterung unserer Benefits. Massnahmen wie flexible Arbeitszeiten, Homeoffice-Möglichkeiten und Teilzeitmodelle sind seit längerem umgesetzt und werden von den Mitarbeitenden sehr geschätzt. Mit unserer Cafeteria Laube haben wir zudem die Möglichkeit, dass sich unsere Mitarbeitenden günstig und gesund verpflegen können. Auch dies ist ein grosser Mehrwert in unserem Unternehmen.

**Was sind im Bereich IT momentan die grössten Herausforderungen?** Die SMP ist ein KMU und unsere finanziellen Mittel sind beschränkt. Themen wie Cybersicherheit, die digitale Transformation, die Einhaltung des Datenschutzes oder generell das laufende Adaptieren an immer wieder neue Technologien sind eine enorme Herausforderung. Insbesondere, weil die Geschwindigkeit, mit der all diese Veränderungen passieren, immens ist. Dennoch bleiben wir mit unserem kleinen, schlagkräftigen Team am Puls, insbesondere auch, was die künstliche Intelligenz betrifft. Wir haben diesbezüglich dedizierte Zuständigkeiten, eine klare Roadmap und arbeiten eng mit anderen Abteilungen – insbesondere aus dem Marketing – zusammen.

Das Umlaufvermögen von CHF 40,127 Mio. steht einem kurzfristigen Fremdkapital von CHF 5,211 Mio. gegenüber. Somit bleibt die Liquiditätssituation stabil und vorsichtig ausgerichtet.

Bei der Mittelanlage wird weiterhin der nachhaltigen Substanzerhaltung gegenüber einer risikobehafteten Renditeoptimierung Priorität eingeräumt. Die Passivseite zeigt ein ausgewogenes Verhältnis zwischen kurz- und langfristigem Fremd- sowie Eigenkapital. Es bestehen keine zinsbelasteten Fremdfinanzierungen. Somit präsentiert sich per 31. Dezember 2024 unverändert eine gesunde Bilanzstruktur.

## Konsolidierte Erfolgsrechnung

Die Nettoerlöse belaufen sich auf insgesamt CHF 37,086 Mio. und setzen sich aus folgenden Quellen zusammen: 61 Prozent stammen aus Produzentenbeiträgen, 17 Prozent aus eigenen Dienstleistungen und 22 Prozent aus Bundesmitteln zur Absatzförderung.

Der gesamte Aufwand für Dienstleistungen, Waren, Personal und Betrieb beträgt CHF 38,415 Mio. und liegt damit um CHF 1,807 Mio. unter dem Vorjahreswert und CHF 1,51 Mio. unter Budget.

# Anhang zur Jahresrechnung 2024

Wesentliche Beteiligungen	31.12.2024	31.12.2023
<b>Emmentaler Schaukäserei AG mit Sitz in Affoltern im Emmental</b>		
Aktienkapital	4'522'600	4'522'600
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	993'600	993'600
Stimmrechtsanteil	22%	22%
<b>Appenzeller Schaukäserei AG mit Sitz in Stein AR</b>		
Aktienkapital	2'550'000	2'550'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	783'000	783'000
Stimmrechtsanteil	31%	31%
<b>Société coopérative «Laiterie de Gruyères» mit Sitz in Gruyères</b>		
Genossenschaftskapital	2'020'000	2'020'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	664'000	664'000
Kapitalanteil in % (Stimmrechtsanteil ~ 2 %)	33%	33%
<b>Schweizer Agramedien AG mit Sitz in Münchenbuchsee</b>		
Aktienkapital	1'320'000	1'320'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	420'000	420'000
Stimmrechtsanteil	32%	32%
<b>BO Butter GmbH mit Sitz in Bern</b>		
Stammkapital	500'000	500'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	168'000	168'000
Stimmrechtsanteil	34%	34%
<b>Floralp Butter GmbH mit Sitz in Bern</b>		
Stammkapital	125'000	125'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	42'000	42'000
Stimmrechtsanteil	34%	34%
<b>Le Journal Agri Sarl mit Sitz in Lausanne</b>		
Stammkapital	401'000	401'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	104'000	104'000
Stimmrechtsanteil	26%	26%
<b>TSM Treuhand GmbH mit Sitz in Bern</b>		
Stammkapital	270'000	270'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	62'000	62'000
Stimmrechtsanteil	23%	23%
<b>Liebefeld Kulturen AG mit Sitz in Posieux-Hauterive (im Milchstützungsfonds)</b>		
Aktienkapital	1'000'000	1'000'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	201'000	201'000
Stimmrechtsanteil	20%	20%
<b>LactoFama AG in Liquidation mit Sitz in Bern (im Milchstützungsfonds)</b>		
Aktienkapital	100'000	100'000
Kapitalanteil – Buchwert p.m.	100'000	100'000
Stimmrechtsanteil	100%	100%

	2024	2023
in den nächsten 12 Monaten fällig	717'610	717'859
in mehr als 12 Monaten fällig	1'435'220	2'153'577
	<b>2'152'830</b>	<b>2'871'436</b>
	2024	2023
Forderungen gegenüber Vorsorgeeinrichtungen	38'857	0
Die gemäss Beschluss der Delegiertenversammlung vom 14.04.2004 (CHF 8,8 Mio.) zweckgebundenen Mittel, sind über flüssige Mittel sowie kurzfristig gehaltene Wertschriften sichergestellt.		
	2024	2023
Honorar für Revisionsdienstleistungen	74'524	57'940
Honorar für andere Dienstleistungen	5'253	6'639
	<b>79'777</b>	<b>64'579</b>

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

## Allgemeine Informationen zur Jahresrechnung

### 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 / Stetigkeit

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 Umlaufvermögens handelt es sich um börsengehandelte Titel, welche als Liquiditätsreserve dienen. Die Bewertung erfolgt gemäss Niederstwertprinzip höchstens zu Anschaffungswerten. Um den Einfluss von Kursschwankungen auf das Ergebnis zu reduzieren, wird eine Wertberichtigung von 4 Prozent auf Obligationen und 30 Prozent auf Aktien gebildet.

### Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden zu Nominalwerten bilanziert. Die Wertberichtigung (Delkredere) wird nach Fälligkeiten mit verschiedenen Berechnungssätzen eruiert, zuzüglich benötigter Einzelwertberichtigungen.

### 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, Aufschlüsse und Erläuterungen zu Positionen der konsolidierten Bilanz und konsolidierten Erfolgsrechnung

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

# Kontakt und Impressum

## Schreiben Sie uns

Die SMP bietet Dienstleistungen und Informationen unter anderem für die Bereiche Wirtschaft, Politik, Produktion, Verarbeitung, Marketing, Ernährungsberatung und Übersetzung 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.

## Kontakt

Verband:  
Telefon: 031 359 51 11  
[smp@swissmilk.ch](mailto:smp@swissmilk.ch)  
[www.swissmilk.ch/produzenten](http://www.swissmilk.ch/produzenten)

Swissmilk Marketing:  
Telefon: 031 359 57 28  
[marketing@swissmilk.ch](mailto:marketing@swissmilk.ch)  
[www.swissmilk.ch](http://www.swissmilk.ch)

## Termine 2025

12. April  
Tag der Schweizer Milch  
(über 100 Orte  
in der Schweiz)

16. April  
Delegiertenversammlung  
(Expo Bern)

30. Oktober  
Tag der Pausenmilch

13.–15. November  
World Cheese  
Awards 2025  
(BEA-Festhalle Bern)

November  
Regionaltagungen

gedruckt in der  
schweiz



Druckprodukt mit finanziellem  
**Klimabeitrag**  
ClimatePartner.com/12986-2503-1009

**swissmilk.ch**

## Impressum

Dieser Geschäftsbericht erscheint  
in deutscher und französischer Sprache.

Herausgeber:  
Schweizer Milchproduzenten  
SMP Genossenschaft  
Laubeggstrasse 68  
3006 Bern

Design: Hej AG, Zürich  
Bildbearbeitung: Roger Bahcic  
Druck: merkur medien ag, Langenthal

© SMP, April 2025



Hier geht's zum  
**Dokumentarischen Teil**  
mit diversen Tabellen

SMP·PSL

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



swissmilk