

SMP • PSL

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

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

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



Schweizer Milchproduzenten SMP

Geschäfts- bericht 2009

SMP • PSL

1	Was alle betrifft...
3	Zum Nutzen aller Milchproduzenten
4	Wirtschaft und Politik
6	Milchproduktion
7	Milchverarbeitung
8	Marktlage und Milchverkauf
9	Käsemärkte
10	BO Milch: eine Zangengeburt
11	Grundzüge der BO Milch
12	Marketing
14	Kostenoptimierung der Milchproduktion
15	Delegiertenversammlungen
16	Vorstand, Ausschuss, Kommissionen
18	Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2009
20	Finanzberichterstattung: Anhang
21	Bericht der Revisionsstelle
22	Mitglieder der SMP
23	Zusammensetzung der Gremien
24	Organigramm der SMP
25	Dokumentarischer Teil
	Kontakt und Impressum

Die SMP will, darf und muss auch in Zukunft auf die Gemeinsamkeiten unter den Milchproduzenten bauen. Als SMP-Präsident verlange ich diese Haltung nicht nur operativ von der Geschäftsstelle, ich erwarte sie auch strategisch von unseren Organen. Denn eines ist klar: Was alle Milchproduzenten betrifft, müssen und können wir nur gemeinsam lösen.

Für eine bessere Zukunft

Welche Konsequenzen ziehen die Milchproduzenten aus dem wirtschaftlichen Krisenjahr 2009? Und was wollen und können wir gemeinsam mit den Milchproduzenten und ihren Organisationen ändern, damit unsere Zukunft eine bessere wird? Auf diese Frage gibt es viele Antworten. Aus der lokalen und regionalen Sichtweise hat jeder Meinungsführer längst seine eigenen Vorstellungen, was für ihn und die auf ihn vertrauenden Milchproduzenten richtig ist. Es fehlt nicht an Ideen, wie die Milchproduzenten ihre wirtschaftliche Notlage bewältigen könnten.

Einkommensverlust war absehbar

Es war absehbar, dass die Einkommen der Milchproduzenten im Jahr 2009 drastisch fallen würden. Der schlepende Marktverlauf mit dem globalen und europäischen Preiszerfall kündigte sich bereits im Herbst 2008 an. Und mit der Aufhebung der Milchkontingentierung per 1. Mai 2009 wurden die organisatorischen und strukturellen Mängel auf Seiten der Milchproduzenten offensichtlich. Aber wen kümmert es schon, wenn die Milchproduzenten Einkommen, Vermögen und Substanz vernichten müssen, um ihre Kühe melken zu können? Ausser den Milchproduzenten leider kaum jemand.

Ungleiche Verteilung von Macht und Gewinn

Die Ereignisse des vergangenen Jahres haben mit aller Deutlichkeit die herrschenden Kräfteverhältnisse im Milchmarkt aufgezeigt. Die Milchgeldeinbusse der Produzenten betrug aufsummiert rund 400 Millionen Franken. Für einen durchschnittlichen Molkereimilchproduzenten schlug der Milchpreiszerfall mit minus 20'000 Franken auf das Einkommen, das damit innert Jahresfrist halbiert wurde. Auf der anderen Seite haben die wichtigsten Milchver-

arbeiter und Lebensmittelhändler bereits stolz verkündet, dass sie die Krise gut, ja sogar mit besseren Ergebnissen als erwartet, gemeistert haben. Dieser Mechanismus hat einen Namen und heisst Marktversagen. Der «freie Markt» versagt, weil die Wertschöpfung nicht nach der Marktleistung verteilt wird, sondern nach der Marktmacht. Wer die Marktmacht besitzt, schöpft zuerst den Gewinn ab wie die Sahne von der aufgerahmten Rohmilch.

Gemeinsam und aus eigener Kraft

Die möglichen Massnahmen, mit denen sich die Produzenten aus eigener Kraft aus ihrer Notlage befreien könnten, sind längst auf dem Tisch. Es sind aber logischerweise alles Massnahmen, die das Gemeinsame stärker gewichten als den Verdrängungskampf unter den regionalen Milchverkaufsorganisationen und damit unter den Milchproduzenten. Die SMP will, darf und muss auch in Zukunft auf die Gemeinsamkeiten unter den Milchproduzenten setzen. Das haben wir 2009 unter anderem bei der Mitgestaltung der BO Milch bewiesen. Als SMP-Präsident verlange ich diese Haltung nicht nur operativ von der Geschäftsstelle, ich erwarte sie auch strategisch von unseren Organen. Allen Schwierigkeiten zum Trotz bin ich überzeugt, dass sich unser Einsatz für die gemeinsamen Werte lohnt. Denn für mich ist klar: Was alle betrifft, müssen und können wir nur gemeinsam lösen.



Peter Gfeller
Präsident Schweizer Milchproduzenten SMP



Zum Nutzen aller Milchproduzenten

Das Geschäftsjahr 2009 war turbulent. Der Milchpreisabsturz konnte unter den herrschenden Verhältnissen nur abgeschwächt werden. Trotzdem konnte die SMP – im Interesse aller Milchproduzenten – die Zukunft der schweizerischen Milchwirtschaft mitgestalten und operativ in den Bereichen Marketing, Wirtschaft und Politik für die Milchproduzenten Nutzen stiften.



Schwieriger Start ins Geschäftsjahr 2009

Für die Milchproduzenten und ihre Dachorganisation SMP war es klar, dass im Geschäftsjahr 2009 einige Entscheide von grosser Tragweite fallen mussten. Trotz allen bisherigen Versuchen auf strategischer und operativer Ebene seitens SMP, einen gemeinsamen Weg für eine privatrechtliche Marktordnung zu finden, war die Situation Anfang 2009 vertrackter als je zuvor. Der SMP-Vorschlag mit einer Branchenlösung fand bei den Verarbeitern unerwartet keine Akzeptanz mehr. Vielmehr sollten mit dem Verein Schweizer Milch die Interessen der Produzenten deutlich geschwächt werden. Zusätzlich erschwerend für die gemeinsame Lösungsfindung war der enorme Druck auf die Milchpreise.

Argumente nützen gegen Marktmacht wenig

Die Marktinformationen der SMP unterstützten in dieser schwierigen Situation die Milchverkaufsorganisationen mit Argumenten. Auch setzte sich die SMP unmissverständlich und mit Vehemenz gegen die Preisdrückerei ein. Doch bei der vorherrschenden ungleichen Verteilung der Marktmacht war da kaum etwas entgegenzustellen. Umso mehr erneuerte die SMP ihre Forderung nach einer Branchenorganisation Milch, in die alle Vertreter von den Produzentenorganisationen über die Verarbeiter bis zum Absatzhandel eingebunden sein müssten, um die rasante Vernichtung von Wertschöpfung, Milchpreis und Produzenteneinkommen zu stoppen. In dieser Phase trug schliesslich der Schweizerische Bauernverband SBV massgebend dazu bei, als neutraler Vermittler den Knoten zu lösen. Dafür gebührt dem SBV Dank und Anerkennung.

SMP koordiniert die Produzentenfamilie

Damit konnte sich die SMP aber auch wieder auf ihre eigentliche Rolle konzentrieren: die Interessenvertretung der Milchproduzentinnen und Milchproduzenten. Die SMP übernahm die Koordination der «Produzentenfamilie» in der Branchenorganisation und brachte über den SMP-Präsidenten Peter Gfeller wichtige materielle Anliegen in den Vorstand der BO Milch ein, insbesondere das Verankern der «Wertschöpfungsstrategie» im Zweckartikel und die Anwendung des «Verursacherprinzips» bei Mengenüberschüssen. Schliesslich ist es auch eine Genugtuung, dass die Mengensteuerung auf dem von der SMP eingebrachten Segmentierungsprinzip beruht.

BO muss sich stets von Neuem bewähren

Ob sich die Branchenorganisation als tragfähige Organisationsstruktur für die gesamte Wertschöpfungskette Milch bewähren wird, das müssen die Verantwortungsträger bei der Festsetzung der Steuerungsgrössen Mengenindex und Richtpreis stets von Neuem beweisen. Sicher ist jedoch, dass am Ende eines turbulenten Geschäftsjahres die SMP die Zukunft der Milchwirtschaft massgeblich im Interesse aller Milchproduzenten mitgestalten und operativ mit all ihren Dienstleistungen in den Bereichen Marketing, Wirtschaft und Politik für die Milchproduzenten wesentlichen Nutzen stiften konnte.

Dr. Albert Rösti
Direktor Schweizer Milchproduzenten SMP



Bild linke Seite:
Gesunde Ernährung macht schon den Kleinen Spass. Bei Sport und Spiel erfahren die Nachwuchsskisportler, dass drei Portionen Milch am Tag schmackhaft sind und fit machen.

Die politische Grosswetterlage bleibt instabil. Nach 20 Jahren Agrarreform ist die Anzahl Milchbetriebe halbiert, die einzelbetriebliche Produktion verdoppelt, und trotzdem sind die Einkommen tief. Der aufgestaute Unmut der Bauern entlud sich am 29. August 2009 an der Bauernkundgebung in Sempach. Auch die SMP verlangt Kurskorrekturen.

Agrarreformen zogen bereits tiefe Furchen

Welche Wirtschaftspolitik braucht und erträgt die Schweizer Land- und Milchwirtschaft? Die politische Auseinandersetzung um diese Frage bleibt das zentrale Thema der Interessenvertretung für die Bäuerinnen und Bauern. Denn die Politik gibt immer den Spielraum und die Grenzen vor, in welchen sich die Marktakteure bewegen können. Die Agrarreformen der vergangenen 20 Jahre haben tiefe Furchen gezogen. So hat sich die Anzahl Milchproduzenten von 50'000 auf 27'000 fast halbiert. Die noch verbleibenden Betriebe produzieren zwar die doppelte Menge Milch, die Einkommen hingegen bleiben unverändert auf tiefem Niveau. Über den gesamten Sektor betrachtet wirkten sich die Rationalisierungsmassnahmen und die Produktivitätssteigerung nicht auf die Verbesserung der einzelbetrieblichen Einkommen aus. Profitiert haben bisher vorwiegend andere.

Weitere Umwälzungen in Sicht

Weiteren Nährstoff erhielt die politische Diskussion im Jahr 2009 aus folgenden Gründen:

- Mit der weltweiten Nahrungsmittelkrise von 2007 und der Finanzkrise von 2008 wurde sichtbar, dass die globalen Ernährungsfragen nicht allein dem «freien Markt» überlassen werden dürfen. Das Konzept der Ernährungssouveränität – das Recht eines jeden Landes auf eine eigenständige Nahrungsmittelproduktion – erhielt dadurch Aufwind.
- Die dominierenden Nationen innerhalb der Welthandelsorganisation WTO taktieren weiterhin um einen Abschluss der Doha-Runde. Zwischen den rhetorischen Absichten und den praktischen Taten klafft weiterhin ein tiefer Graben. Beim Agrardossier hingegen sind die Liberalisierungsschritte weitgehend verhandelt, das Sektoreinkommen aus der Produktion würde bei einem Abschluss etwa halbiert.
- Aus aussen- und innenwirtschaftlichen Gründen strengt der Bundesrat ein Freihandelsabkommen für den Agrar- und Lebensmittelbereich (FHAL) mit der EU an. Damit sollen die Folgen eines WTO-Abschlusses gelindert werden. Aber auch das FHAL hätte praktisch eine Halbierung des Sektoreinkommens zur Folge. Denn nicht die Produktionsmittel machen die Schweizer Nahrungsmittel teurer, sondern die Lohn- und Arbeitskosten, die in jedem Schweizer Produkt enthalten sind.

Anhaltende Verunsicherung in der Basis

Angesichts dieser instabilen politischen und wirtschaftlichen Grosswetterlage sind die Schweizer Bäuerinnen und Bauern zutiefst verunsichert. Um ihrem Unmut Luft zu verschaffen, hielten am 29. August 2009 mehrere Tausend in Sempach eine Bauernkundgebung ab. Sie forderten vom Staat Rahmenbedingungen, welche die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft nicht in ihrer Existenz bedrohen.

Auch die SMP ist zutiefst besorgt. Denn die produzierende Landwirtschaft ist als politische Minderheit nicht in der Lage, aus eigenen Kräften die Rahmenbedingungen in eine für sie bessere und nachhaltige Richtung zu beeinflussen. Die Landwirtschaft ist dringend auf Kooperationen angewiesen. Diese drohen jedoch an den unterschiedlichen Partikularinteressen aufgegeben zu werden.

Wirtschaftspolitische Ausrichtung der SMP

Um eine selbstbewusste, ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltige schweizerische Milch- und Landwirtschaft zu fördern, setzt sich die SMP für folgende übergreifende Ziele ein:

- Der Staat soll das Gefälle bei den Produktions- und Lohnkosten zum Ausland hin ausgleichen, damit die Urproduktion nicht in unverantwortlicher Weise geschwächt wird. Denn grenzenloser Freihandel ist nicht nachhaltig, weil offene Weltmärkte keinen Bezug zur ökonomischen und ökologischen Realität haben.
- Landwirtschaftsboden als wichtigster Produktionsfaktor soll umfassend für die Nahrungsmittelproduktion geschützt werden.
- Die Direktzahlungen sollen verstärkt auf eine produzierende Landwirtschaft und die Produktionsleistung ausgerichtet werden.
- Das insgesamt sehr hohe Schweizer Qualitätsniveau soll auch für die Bauern Wertschöpfung erzeugen.

Sonderdebatte Landwirtschaft im Nationalrat

Am 3. Dezember 2009 hielt der Nationalrat eine Sonderdebatte zur Landwirtschaft ab, an welcher insgesamt 43 parlamentarische Vorstösse behandelt wurden. Der damit aufgebaute politische Druck war nötig, um einerseits die Marktakteure bei der Milch in die Pflicht zu nehmen, andererseits den Unmut über die Liberalisierung beim Agrarhandel kund zu tun.

Im Interesse der Milchproduzenten bezog die SMP zu wichtigen politischen Geschäften Position und reichte Stellungnahmen ein. Im Zentrum der Tätigkeiten stand auch immer wieder die Kommunikation mit den Milchproduzenten.

Weiterentwicklung der Direktzahlungen

Am 6. Mai 2009 veröffentlichte der Bundesrat den Bericht zur Weiterentwicklung des Direktzahlungssystems. Aus Sicht der SMP beinhaltet das vorgeschlagene Konzept wertvolle Ansätze für die weiteren Diskussionen. Noch nicht ausgereift sind allerdings verschiedene Vorschläge wie beispielsweise die Versorgungssicherheitsbeiträge und die Anpassungsbeiträge, die nochmals grundsätzlich überdacht werden müssen. Insbesondere wird sich die SMP für die Weiterführung der tierbezogenen Beiträge und die Ausrichtung auf die produzierende Landwirtschaft einsetzen.

Besserer Schutz vor Käse-Imitaten

Vor allem in verarbeiteten Nahrungsmitteln tauchen immer mehr Lebensmittelzubereitungen auf, die sich in ihrer Funktionalität an Käse anlehnen, jedoch ein aus Milcheiweiss und pflanzlichen Fetten kombiniertes Produkt sind. Die SMP intervenierte erfolgreich beim Bundesamt für Gesundheit, damit diese so genannten «Analog-Käse» klar und deutlich gekennzeichnet werden müssen, um die echten Käse vor Imitation besser zu schützen.

Umstrittener Agrarfreihandel mit der EU

Parallel zu den Verhandlungen mit der EU über ein mögliches Freihandelsabkommen im Agrar- und Lebensmittelbereich (FHAL) erarbeitete eine Arbeitsgruppe des Eidgenössischen Volkswirtschaftsdepartementes Begleitmassnahmen zur Abfederung der negativen Auswirkungen – denn die landwirtschaftlichen Einkommen würden bei einem Abschluss praktisch halbiert. Die SMP hatte in dieser Arbeitsgruppe zwar mitgearbeitet und für den Milchsektor Vorschläge eingebracht, welche auch auf breite Akzeptanz stiessen. Allerdings ist deren Finanzierung noch völlig offen. Die SMP trat auch der Schweizerischen Vereinigung für einen starken Agrar- und Lebensmittelsektor (SALS-Schweiz) bei. Diese Organisation wurde am 20. Oktober 2009 gegründet, um die Kräfte gegen das FHAL zu bündeln. Die Befürworter des FHAL sind ihrerseits in der Agrarallianz zusammengeschlossen.

Cassis-de-Dijon-Prinzip nur für Importe

Die eidgenössischen Räte verankerten das Cassis-de-Dijon-Prinzip im Gesetz über die technischen Handelshemmnisse. Neu kann ein Produkt, das gemäss der Gesetzgebung der EU oder derjenigen eines EU- beziehungsweise EWR-Landes produziert wird, in der Schweiz verkauft werden, auch wenn es nicht der schweize-

rischen Gesetzgebung entspricht. Immerhin konnte für den Lebensmittelsektor erreicht werden, dass das Produktionsland und die Rohstoffe deklariert werden müssen und dass beim Import eine Bewilligung des Bundesamtes für Gesundheit notwendig ist. Die grösste Schwachstelle ist jedoch die Tatsache, dass die Änderung nur für Importe gilt und für den Export die technischen Hemmnisse seitens der EU bestehen bleiben.

Revision des Lebensmittelgesetzes

Der Bundesrat führte die Vernehmlassung für eine Revision des Lebensmittelgesetzes durch. Die SMP unterstützte das Anliegen nach vermehrter Transparenz. Sie verlangte aber auch, einen Zielbereich «ausgewogene und gesunde Ernährung» aufzunehmen, um der Volkskrankheit «Fehlernährung» wirkungsvoll entgegenzutreten.

Dienstleistungen zur Kostenoptimierung

Mit der Freischaltung eines einfachen Kostenrechners auf dem Internet und dem Start zu einer dreijährigen Beratungskampagne setzt die SMP eine weitere Massnahme aus ihrer Strategie 2015 in die Tat um. Die Milchbauern erhalten Unterstützung bei der einzelbetrieblichen Analyse und Optimierung der Produktionskosten, um die Einkommen zu verbessern.

Kommunikation Wirtschaft und Politik

Die Kommunikation direkt mit den Milchproduzenten hat weiter an Bedeutung gewonnen. Denn der Meinungsbildungsprozess ist je nach Region und Milchkäufer höchst unterschiedlich. Umso wichtiger ist es, dass die Milchproduzenten vermehrt auch die Haltung ihrer Dachorganisation in die Meinungsbildung einbeziehen. Um diesem wachsenden Informationsbedürfnis Rechnung zu tragen, hat die SMP die elektronische Kommunikation im Internet via Newsletter und elektronischem Versand der Medienmitteilungen weiter ausgebaut. Unverändert setzt die SMP auf den Infoexpress in der Fachpresse.

swissmilk.ch/smpnews

Milchproduktion

Mit 3,415 Millionen Tonnen Milch lag die vermarktete Milchmenge im Jahr 2009 0,2 Prozent unter dem bisherigen Rekordjahr 2008, welches jedoch ein Schaltjahr war. Bei praktisch gleichbleibender Gesamtmenge und einer Abnahme der Betriebe um 2,6 Prozent stieg die durchschnittliche Einlieferung je Betrieb gleichsam um 2,6 Prozent an.

Der Produktions-Rekord wurde egalisiert

Im Kalenderjahr 2009 vermarkteten die Milchproduzenten 3'415'352 Tonnen Milch. Damit lag die Menge zwar 0,2 Prozent beziehungsweise 7'696 Tonnen unter dem Rekordjahr 2008. Weil dieses jedoch ein Schaltjahr war, wurden 2009 schalttagbereinigt knapp 1'660 Tonnen mehr Milch produziert als im Vorjahr. Mit einer durchschnittlichen Tageseinlieferung von 9'357 Tonnen erzielten die Produzenten deshalb auch im Jahr 2009 einen neuen Produktionsrekord.

Strukturwandel schwächt sich ab

Während der Strukturwandel bei den Milchproduktionsbetrieben um die Jahrtausendwende zwischen vier und fünf Prozent lag, hat sich der Rückgang in den letzten beiden Jahren etwas abgeschwächt. Im Jahr 2009 wurden noch 27'016 Milchproduktionsbetriebe gezählt, das sind 733 Betriebe beziehungsweise 2,6 Prozent weniger als im Vorjahr. Weil die Gesamtmilchproduktion konstant blieb, stieg die durchschnittlich verkaufte Milchmenge je Betrieb um 2,6 Prozent beziehungsweise 3'032 Kilogramm an. Die Anzahl Milchkühe nahm gesamtschweizerisch gegenüber 2008 um 1,0 Prozent ab. Die Milcheinlieferung je Kuh stieg um 0,8 Prozent und die Milchleistungssteigerung der Herdebuchtiere um 1,0 Prozent (siehe auch Seite 25, Kennzahlen).

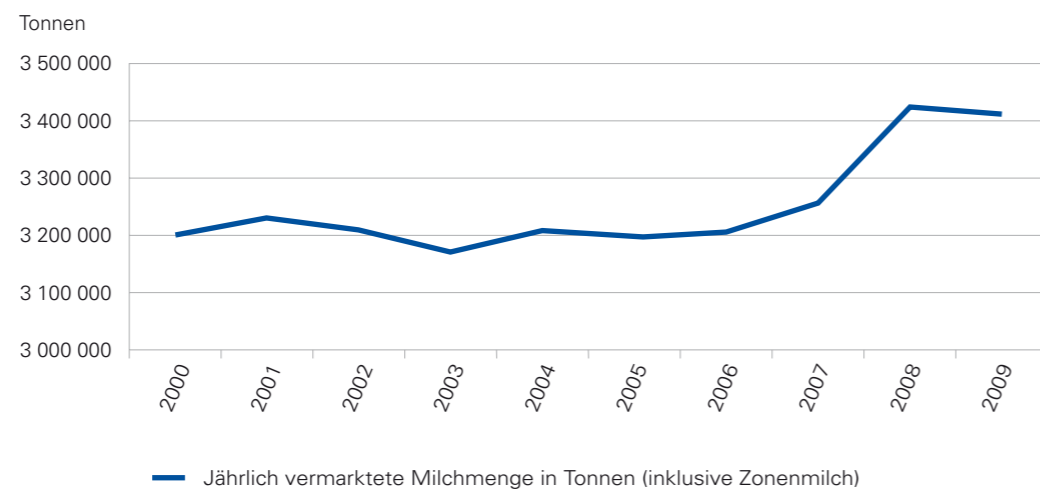
Der insgesamt hohe Milchkuhbestand hat auch einen wachsenden Jungviehbestand zur Folge. Im Jahr 2009 gab es rund 25'000 weibliche Tiere im Alter bis zwei Jahre mehr als noch 2007. Damit sind die Voraussetzungen für eine weitere rasche Produktionsausdehnung gegeben.

Rahmenbedingungen für die Milchproduktion

Im Jahr 2009 haben sich die Rahmenbedingungen für die Milchproduktion in wesentlichen Punkten verändert. Erstmals gab es keine Beihilfen für die Marktstützungen im Inland und Export mehr, diese wurden teilweise in Direktzahlungen umgewandelt. Am 30. April 2009 wurde die Milchkontingentierung definitiv aufgehoben. Mit diesen Liberalisierungsschritten nahm der Staat seinen Einfluss auf Menge und Preise stark zurück. Trotzdem hat die Schweizer Milchwirtschaft immer noch einen bestimmten Aussenhandelschutz. Zölle, die Verkäsungszulage und Siloverzichtszulage sowie die Rohstoffverbilligung beim Export von verarbeiteten Nahrungsmitteln sind die wichtigsten Instrumente.

[swissmilk.ch > Für Produzenten > Milchverarbeitung > Marktlage](#)

Entwicklung der vermarkteten Milchproduktion von 2000 bis 2009



Mit 3,415 Millionen Tonnen Milch lag die vermarktete Milchmenge im Jahr 2009 zwar 0,2 Prozent unter dem Vorjahresrekord. Schalttagbereinigt war die durchschnittliche Tagesproduktion mit 9'357 Tonnen (+4,5t) jedoch so hoch wie nie zuvor.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchverarbeitung

Die anteilmässige Verarbeitung der Milchmenge zu den verschiedenen Produktgruppen war im Jahr 2009 ähnlich wie 2008. Im Mehrjahresvergleich wird jedoch deutlich, dass im Jahr 2009 rund 182'000 Tonnen Milchäquivalent mehr zu Butter und Milchpulver verarbeitet wurden als noch 2007. Dies entspricht 5,3 Prozent der Milchmenge.

Verarbeiter investierten in Kapazitäten

Viele Milchverarbeiter sowohl im Industriemilch- wie auch im Käsebereich investierten in den vergangenen Jahren in die Erweiterung ihrer Anlagen. Während bei den hohen Tageseinlieferungen im Frühjahr 2008 teilweise noch Verarbeitungsengpässe beklagt wurden, war dies 2009 kaum mehr ein Thema. Im Gegenteil, die abgelieferte Milchmenge von 3,415 Millionen Tonnen konnte schlank verarbeitet werden und die neuen Kapazitäten vor allem im Milchtrocknungsbereich waren damit bestimmt noch nicht ausgelastet.

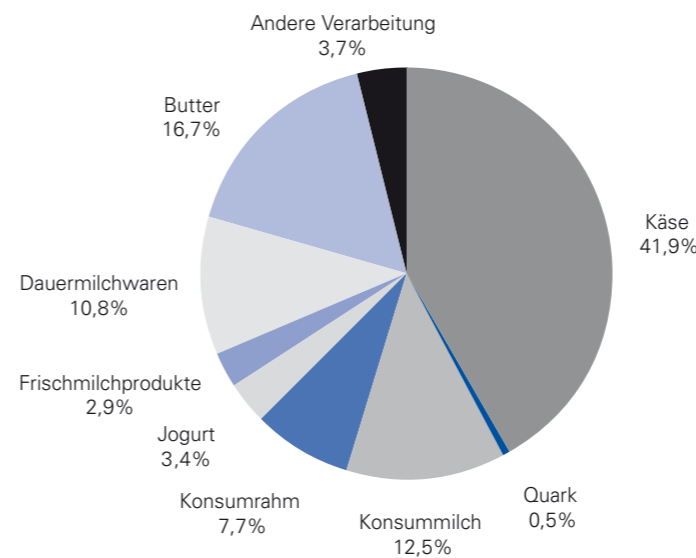
Käse bleibt an der Spitze

Die anteilmässige Verarbeitung der Milchmenge zu den verschiedenen Produktgruppen war im Jahr 2009 ähnlich wie 2008. Mit 41,9 Prozent Anteil an der gesamten verarbeiteten Milchmenge blieb Käse ungefochten die wichtigste Produktgruppe (Grafik unten links), gefolgt von Butter (16,7%), Konsummilch (12,5%), Dauermilchwaren (10,8%) und Konsumrahm (7,7%). Nur ein kleiner – aber wichtiger – Anteil der gesamten Menge wurde zu Jogurt (3,4%), Frischmilchprodukten (2,9%), Quark (0,5%) und zu übrigen Produkten (3,7%) verarbeitet.

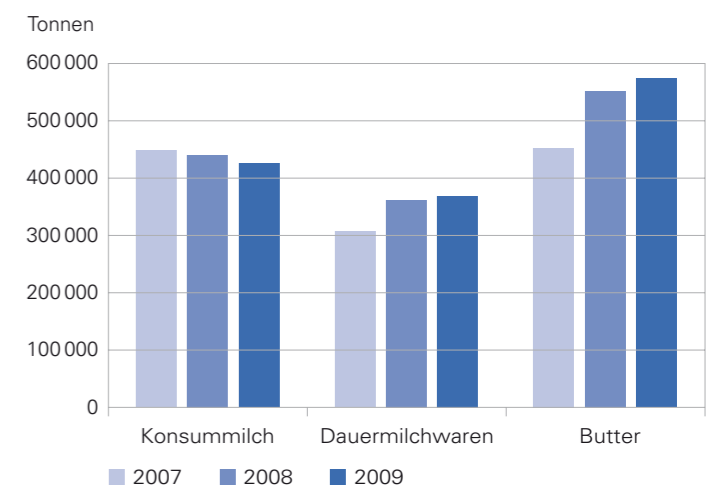
Mehrjahresvergleich macht Überschuss sichtbar

Dass das Milchangebot im Jahr 2009, aber eben schon 2008, rund fünf Prozent über den Absatzmöglichkeiten lag, zeigt der Mehrjahresvergleich von 2007 bis 2009. Während die zu wertschöpfungsstarken Produkten wie Käse, Quark, Jogurt und übrigen Produkten verarbeitete Milchmenge praktisch konstant blieb, war der Vollmilchbedarf für die Konsummilchherstellung vor allem wegen der Fettgehalt-Standardisierung um rund 22'000 Tonnen Milchäquivalent rückläufig. Hingegen nahm die zu Dauermilchwaren und Butter verarbeitete Milchmenge massiv zu (Grafik unten rechts). Gegenüber dem Jahr 2007 wurden im Jahr 2008 154'000 Tonnen und im Jahr 2009 182'000 Tonnen Milchäquivalent mehr zu Butter und Milchpulver verarbeitet. Diese Mehrproduktion war auf dem Normalmarkt nicht verkäuflich. Im Jahr 2009 entsprach dies einem Anteil von 5,3 Prozent der Milchmenge.

Verarbeitung der Milch 2009 (Milchäquivalent)



Milchverarbeitung 2007 bis 2009 (Milchäquivalent)



Quelle: TSM Treuhand GmbH

Marktlage und Milchverkauf

Der Milchpreiserfall als Folge der schlechten Marktlage kostete die Produzenten im Jahr 2009 insgesamt 400 Millionen Franken Milchgeld. Weiter waren rund 180'000 Tonnen Milch nicht auf dem Normalmarkt verkäuflich. Der Export dieser Überschüsse in Form von Butter und Milchpulver kostete über 100 Millionen Franken. Auch diese bezahlten grösstenteils die Produzenten.

Gemolken, verarbeitet, aber zu wenig Absatz

Was gemolken war, wurde verarbeitet. Was verarbeitet wurde, war nicht in jedem Fall auch gut verkäuflich. Der Anstieg der Butterlager auf die Rekordmenge von 8'907 Tonnen in der dritten Maiwoche 2009 zeigte eindrücklich auf, dass die Milchmenge viel höher war als die Nachfrage nach den daraus hergestellten Produkten. Bis Ende 2009 belief sich der Milchüberschuss auf über 160'000 Tonnen, was etwa 8'000 Tonnen Butteräquivalent entspricht. Die Ursachen dieser Milchfettüberschüsse liessen sich auch orten. Die Standardisierung der Konsummilch auf tiefere Fettgehalte trug im Jahr 2009 mit rund 1'400 Tonnen und die tiefere Käseproduktion mit rund 600 Tonnen Butteräquivalent an den Lageraufbau bei. Die verbleibenden 6'000 Tonnen Butteräquivalent produzierten jedoch jene Marktorganisationen auf Halde, die ihre Milchmenge in den vergangenen Jahren spekulativ mit und ohne Mehrmengen ausdehnten.

400 Millionen Franken umverteilt

Diese Produktionsüberschüsse fielen zeitgleich mit dem Konjunkturbruch und der sinkenden Konsumentensympathie auf den europäischen Märkten, der Aufhebung der Milchkontingentierung und dem Fehlen einer neuen privatrechtlichen Marktordnung zusammen. Die Folgen dieser Kombination waren für die Milchproduzenten dramatisch. Der Produzentenpreis für Molkereimilch ÖLN fiel gemäss der Erhebung des Bundesamtes für Landwirtschaft um 13,8 Rappen pro Kilogramm (siehe auch Seite 26 f). Die gesamte Erlöseinbusse aus dem Milchverkauf betrug im Jahr 2009 rund 400 Millionen Franken. Die Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten profitierten durch tiefere Preise mit rund 100 Millionen Franken vom Milchpreiserückgang. Mit den restlichen 300 Millionen Franken hielten sich jedoch die Verarbeiter, die Rohstoff- und Produktehändler, der Detailhandel und die Exporteure mehr als schadlos. Viele verbesserten die Unternehmensgewinne trotz der Preis- und Absatzkrise.

Butterlagerabbau kostete weitere 100 Millionen

In die Milchpreiseinbusse grösstenteils nicht eingerechnet sind die Kosten für den Abbau der Milchfettlager von rund 100 Millionen Franken. Den Hauptanteil bezahlten die Milchproduzenten über den SMP-Milchstützungsfonds, über tiefere Rahmpreise und eine zeitlich begrenzte Abräumungsaktion. Der Bund beteiligte sich trotz der Abschaffung der Beihilfen mit rund 20 Millionen Franken im Sinne einer Notmassnahme.

Im Aussenhandel 44'200 Tonnen Milch verloren

Die Aussenhandelsbilanz 2009 wird durch die hohen Butterexporte zur Marktsanierung massiv verfälscht. Insgesamt nahmen die Exporte zwar um 142'900 Tonnen Milchäquivalent (+12,7 %) zu. Diese Zunahme entsprach jedoch praktisch der Zunahme der Butterexporte (siehe Tabellen Seite 32). Bei den wertschöpfungsstarken Produkten hingegen ist die Aussenhandelsbilanz trotz der massiv gesunkenen Rohstoffpreise stark negativ. Die Exporte nahmen bei fast allen Produktgruppen ab, während die Importe anstiegen. Die Exporte von Milch in verarbeiteten Produkten (ohne Käse und Butter) sanken um 11'200 Tonnen (-3,2 %) Milchäquivalent, während die Importe um 11'000 Tonnen (+11,6 %) zulegten. Bei Käse stiegen die Exporte lediglich um 8'600 Tonnen (+1,3 %) Milchäquivalent, während die Importe um 30'600 Tonnen (+6,5 %) stiegen. Insgesamt gingen ohne die Butterexporte Marktanteile von 44'200 Tonnen Milchäquivalent verloren, was 1,3 Prozent der Jahresmilchmenge entspricht.

[swissmilk.ch > Für Produzenten > Milchverarbeitung > Marktlage](#)

Käsemärkte

Im Jahr 2009 wurden gegenüber dem Vorjahr 0,6 Prozent weniger Käse produziert und dafür 0,9 Prozent weniger Milch benötigt. Der Trend zur Produktion von unterfettem Käse sowie Frisch- und Weichkäse hält unvermindert an. Die mit Milch aus silagefreier Fütterung hergestellten Käsespezialitäten bekunden Mühe, sich zu behaupten.

Weniger Käse mit noch weniger Milch

Im Kalenderjahr 2009 stellten die gewerblichen und industriellen Käsehersteller 178'276 Tonnen Käse (inklusive Quark) her, 1'062 Tonnen beziehungsweise 0,6 Prozent weniger als im Vorjahr. Insgesamt wurden für die Käseproduktion inklusive Quark 1'446'680 Tonnen Milchäquivalent benötigt. Dies waren 13'819 Tonnen (-0,9%) Milchäquivalent weniger als im Vorjahr. Der Grund für diesen überproportionalen Rückgang der benötigten Milchmenge ist eine fortschreitende Verschiebung im Käsesortiment. Während die Produktion von vollfetten Halbhart- und Hartkäsen zurückgeht, steigt die Produktion der unterfetten Käse sowie der Frisch- und Weichkäse mit einem höheren Wassergehalt.

Le Gruyère AOC übernimmt die Spitze

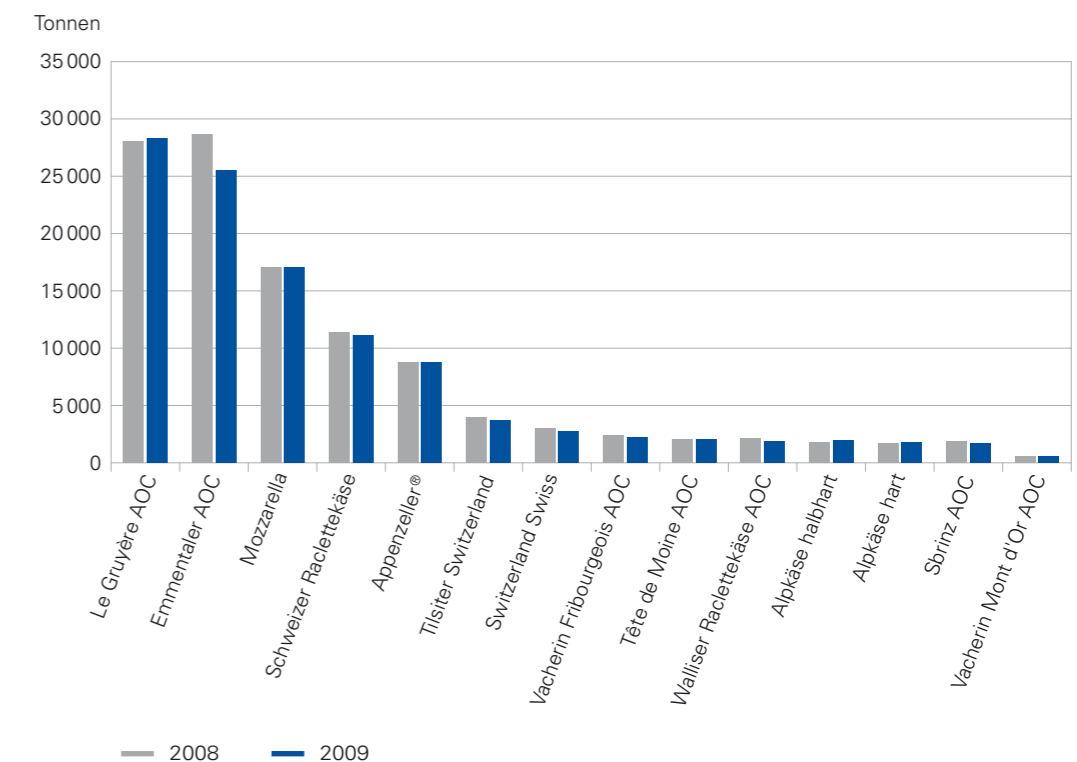
Die grösste Umwälzung in der Käseproduktion fand zwischen Emmentaler AOC und Le Gruyère AOC statt. Aufgrund der hohen Produktionseinschränkung bei Emmentaler AOC setzte sich Le Gruyère AOC in der gleitenden 12-Monats-Produktionsmenge bereits im Februar 2009 an die Spitze der meistproduzierten Käse.

Im Jahr 2009 wurden insgesamt 28'420 Tonnen (+0,8 %) Le Gruyère AOC hergestellt. Damit wurde der bisherige Leader Emmentaler AOC mit noch 25'722 Tonnen (-3'108t bzw. -10,8 %) deutlich übertroffen. Mengemässig praktisch unverändert liegt mit 17'176 Tonnen (0,0 %) Mozzarella an dritter Stelle.

Weitere Gewinner und Verlierer

In der Produktion stark zugelegt haben vor allem die Sammelposition andere unterfette Halbhartkäse (+1'949t), übrige Frischkäse (+615t), Quark (+405t) und magere Weichkäse (+397t). Im Vergleich zum Vorjahr und bezogen auf die Jahresproduktion auf etwa stabilem Niveau blieben die Sortenkäse Le Gruyère AOC (+214t), Vacherin Mont d'Or AOC (+19t), Tête de Moine AOC (+16t) und Appenzeller® (-69t). Menge eingebüsst haben unter anderem Schweizer Raclettekäse (-329t), Tilsiter Switzerland (-304t), Sbrinz AOC (-265t), Tommes (-239t), Switzerland Swiss (-167t), Vacherin Fribourgeois AOC (-120t), Bündner Bergkäse (-115t) und Walliser Raclettekäse AOC (-65t).

Produktion ausgewählter Käsesorten 2008 und 2009



Noch nie wurde so viel Le Gruyère AOC hergestellt wie 2009. Diese Sorte löste damit auch Emmentaler AOC von der Spitze der meistproduzierten Käse ab. Im Vergleich zum Vorjahr ging die Käseproduktion insgesamt um 0,6 Prozent zurück.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

BO Milch: eine Zangengeburt

Die gegensätzlichen Interessen der regionalen Milchverkaufsorganisationen stellten die SMP vor die fast unlösbare Aufgabe, unter den Produzenten einen gemeinsamen Nenner für die Ausgestaltung der Branchenorganisation Milch (BO Milch) zu finden. Denn ein Minimum an Marktstabilität kann nur mit gemeinsamen Spielregeln erreicht werden.

Den Produzenten läuft die Zeit davon

Welche Rolle würden die Milchproduzenten nach der Aufhebung der staatlichen Milchkontingentierung in einer privatrechtlichen Marktordnung spielen? Dies musste sich in diesem Jahr nun entscheiden. Wenn die Rollenfindung nicht vorausschauend und mitgestaltend sein sollte, dann eben aufgezwungen durch die in der Vergangenheit geschaffenen Tatsachen. Die Zeit zur Einigung unter den Produzenten würde am 1. Mai 2009 abgelaufen sein. Die Bereitschaft zur freiwilligen Zusammenarbeit zwischen den Produzentenorganisationen war in den vorangehenden Monaten trotz grossen Anstrengungen der SMP nicht besser geworden.

Gegenläufige Strategien der Organisationen

Die 38 producentenseitigen Milchverkaufsorganisationen verfolgten weiterhin unterschiedliche, wenn nicht sogar gegenläufige Strategien:

- Vertikale Integration: Etliche Organisationen beschritten den Weg, die Milchverkaufsorganisationen vertraglich stärker an ihre Milchverarbeiter zu binden, wo dies nicht schon mit der Produzenten-Milchverarbeiter-Organisation PMO institutionalisiert war.
- Konkurrenzstrategie: Einige Produzentenorganisationen verfolgten das Ziel, durch die einzelbetriebliche Mengenausdehnung preislich günstigere Milch anzubieten. Im übersättigten Milchmarkt kam diese Konkurrenzstrategie den Milchverarbeitern gelegen, weil so die Verantwortung für den daraus folgenden Preisdruck auf die Produzentenseite abgeschoben werden konnte.
- Institutionelle Angebotsbündelung: Andere Organisationen verfolgten das Ziel, das Angebot der Milchproduzenten institutionell um einen Verarbeiter herum zu koordinieren und dadurch zumindest die Mengen- und Preisverhandlungen gemeinsam zu führen. Dies würde, wenn von allen Organisationen getragen, ein Minimum an Stabilität bieten.

Produzenten erwarten Interessenausgleich

Aus diesen auch regional gegensätzlichen Strategien stellte sich für die SMP die Aufgabe, einen gemeinsamen Nenner unter den regionalen Milchverkaufsorganisationen wie auch unter den SMP-Mitgliederorganisationen zu finden, ohne die statutarischen Aufgaben der SMP zu kompromittieren. Dass dies nicht einfach sein würde, war klar. Die in einzelnen Regionen vollzogene Trennung zwischen der regionalen Produzentenorganisation und der Milchverkaufsorganisation führte zur

paradoxen Situation, dass die überwiegende Mehrheit der Milchproduzenten von ihrer Dachorganisation, der SMP, einen Interessenausgleich erwartete. Doch zu viele Milchverkaufsorganisationen, auch solche der SMP-Mitgliederorganisationen, fühlten sich nicht zu einem gemeinsamen Vorgehen verpflichtet. So erstaunt es auch nicht, dass der SMP-Vorstand sich an seinen Sitzungen zwar über den Fortschritt der Branchenorganisation informierte, jedoch auf das Geschehen kaum institutionellen Einfluss nehmen konnte.

Mit der BO Milch den Preiskrieg abwenden

Trotzdem, oder vielleicht gerade deswegen, verfolgten Präsident und Geschäftsleitung der SMP das Ziel weiter, die neue Branchenorganisation aktiv mitzugestalten. Dies aus der Überzeugung heraus, dass letztlich nur mit gemeinsamen und für alle Organisationen verbindlichen Spielregeln ein Minimum an Stabilität im Markt erreicht werden kann. Ohne diese Verlässlichkeit würde die Preisschlacht zwischen den Milchverkaufsorganisationen weitergeführt, was einzig die wirtschaftliche Not der Milchproduzenten noch weiter verschärfen würde.

Erfolg für die Interessenvertretung

Es mag als Armutszeugnis gewertet werden, dass die Akteure nicht selbst im Stande waren, ihre eigene Branchenorganisation zu gründen. Wenn man jedoch bedenkt, dass etliche Player seitens Verarbeitung und Handel ihre Kräfte stets dahin lenkten, griffige Beschlüsse zu verhindern oder zu unterwandern, dann darf sich das Resultat durchaus sehen lassen. Die Delegiertenversammlung der BO Milch hatte am 27. November 2009 die neue Marktordnung und die dazugehörigen Instrumente praktisch einstimmig verabschiedet. Zu diesem Erfolg hat auch der Schweizerische Bauernverband SBV beigetragen, er verdient dafür Anerkennung und Dank. Die vermittelnde Rolle des SBV befreite auch die SMP von der Fessel, für das Gelingen die alleinige Verantwortung tragen zu müssen. So konnte sich die SMP auf ihre ursprüngliche Kernaufgabe zurückbesinnen: die Interessenvertretung der Milchproduzenten.

Grundzüge der BO Milch

Die Instrumente der Branchenorganisation Milch (BO Milch) gelten für den Zweitmilchkauf zwischen den Milchverkaufsorganisationen und Verarbeitern. Wie die neuen Marktregeln auf die einzelnen Produzenten angewendet werden, legt jede Milchverkaufsorganisation in ihrem Reglement selber fest.

BO Milch will dreistufiges Marktmodell

Am 27. November 2009 verabschiedeten die Delegierten der Branchenorganisation Milch (BO Milch) die neue gemeinsame Ordnung für den Milchmarkt. Mit den Grundsätzen zum dreistufigen Milchmarkt, zur Markttransparenz, zum Sanktionsreglement sowie der Erwartung, dass der Bundesrat diese Kernelemente für allgemeinverbindlich erklärt, wurde Klarheit geschaffen, was die Marktteilnehmer als gemeinsamen Nenner wollen und umsetzen können. Die Beschlüsse der BO Milch gelten für den so genannten Zweitmilchkauf, also auf der Handelsstufe zwischen Milchverkaufsorganisation (PO oder PMO) und Milchverarbeiter. Wie die PO und PMO dies auf die einzelnen Milchproduzenten anwenden, legt jede Milchverkaufsorganisation in ihrem Reglement selber fest.

Wertschöpfungsstrategie

Die neue Milchmarktordnung hat ihren Kern im Zweckartikel der Statuten der BO Milch. Danach ist «das Erreichen von geeigneten Instrumenten zur bedarfsgerechten Versorgung des Milchmarktes sowie zum Erhalt und zur Förderung von Wertschöpfung unter Berücksichtigung der realen Absatzmöglichkeiten» eine ihrer wesentlichen Aufgaben. Mit dem dreistufigen Marktmodell kann diese Aufgabe zweckmässig erfüllt werden.

A-B-C-Milch: Die drei Marktstufen

Das Marktmodell setzt auf eine Unterteilung des Milchmarktes in drei Preis- und Mengenstufen (Grafik):

- Richtpreis und Vertragsmenge: Für die erste Stufe dienen der Richtpreis (A-Preis) und der Vertrags-

milchmengen-Index als Leitlinie. Beide passt die BO Milch quartalsweise an die Verhältnisse und Möglichkeiten des Marktes an.

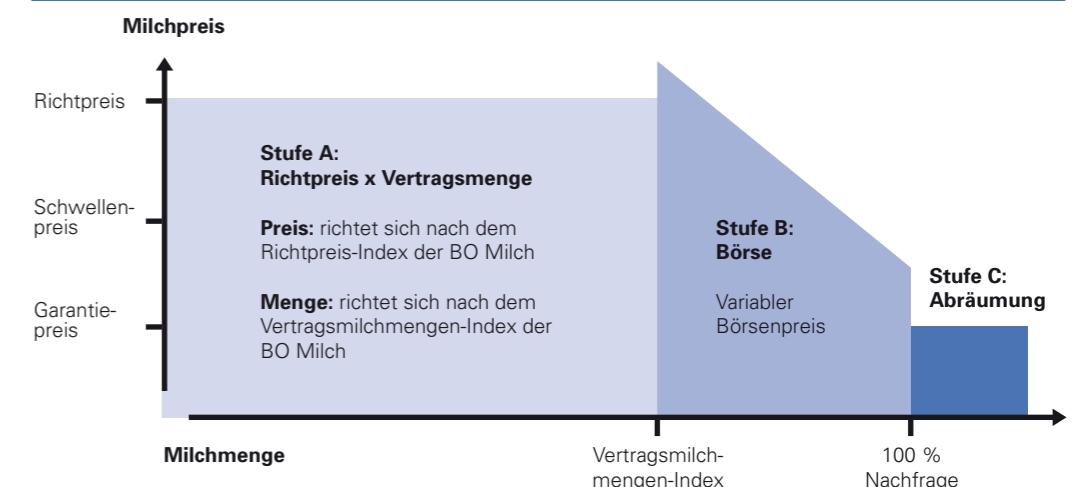
- Börse: Die Milchbörse als zweite Stufe ist die Handelsplattform für jene Milchmenge, welche über den quartalsweise gültigen Vertragsmengenindex hinaus produziert wird. Der Börsenpreis (B-Preis) ist entsprechend der Angebots- und Nachfragesituation variabel.
- Abräumung: Wird die Preisschwelle fortdauernd unterschritten, kann die dritte Stufe in Kraft gesetzt werden, die Marktabräumung. Diese dient als letztes Mittel, wenn der Milchmarkt nicht anderweitig ausgeglichen werden kann. Diese Milch wird zum so genannten Garantipreis (C-Preis) übernommen, zu definierten Produkten verarbeitet und ausserhalb der EU exportiert.

Stabilität für alle

Die Vorteile dieses Systems sind offensichtlich. Es bietet den Milchverarbeitern Gewähr, dass sie entsprechend ihrem längerfristigen Bedarf Milch zum Richtpreisniveau beschaffen können. Und die Milchverkaufsorganisationen haben einen planbaren, weil vertraglich abgesicherten Absatz. Andererseits ist das System auch verursachergerecht. Wer über die Nachfrage hinaus produziert, kann diese Milch nicht zum Richtpreis verkaufen, sondern muss sich mit dem Börsenpreis oder sogar dem Garantipreis zufrieden geben.

swissmilk.ch > Für Produzenten > Aktuell

Die drei Mengen- und Preisstufen des Milchmarktes



Das Image stärken, den gesundheitlichen Stellenwert vermitteln und Konsumentenreize schaffen: In diesen drei Dimensionen wirkt das Basismarketing für Milch. Dabei ist die Werbekampagne mit der Kuh Lovely nur eine von vielen Massnahmen. Gute Botschafter sind auch die Milchproduzenten selbst. Für sie stellt das SMP-Marketing ein umfangreiches Angebot für eigene Aktivitäten zur Verfügung.

Milch-Marketing ist mehr als Lovely

Das Basis-Marketing Milch ist nicht einfach dazu da, die Werbekuh Lovely ein bisschen tanzen zu lassen. Es soll vor allem mithelfen, die Verbandsziele zu unterstützen: die starke Stellung der Milchwirtschaft in der Schweiz erhalten und den Arbeitsverdienst der Milchproduzenten erhöhen. Dies ist jedoch nur möglich, wenn Milchprodukte am Markt langfristig erfolgreich sind. Das SMP-Marketing kann entscheidend dazu beitragen, dass Milch ihre starke Position in der Gunst der Konsumentinnen und Konsumenten behält und auch in Zukunft als wichtiges Grundnahrungsmittel täglich auf den Tisch kommt.

Strategisch und kontrolliert

Das Marketing ist strategisch aufgebaut und setzt die Mittel dort ein, wo sie am wirksamsten sind. Es hat messbare Ziele definiert und klare, einheitliche Botschaften formuliert. Es konzentriert sich auf prioritäre Zielgruppen, die für das Produkt Milch relevant sind und bei denen Einstellungen und Konsumverhalten positiv beeinflusst werden können. Dabei fokussiert es auf drei für die Milch wichtige Dimensionen: Erstens darauf, das positive Image zu festigen, zweitens zu erklären, welche wichtigen gesundheitlichen Stellenwert Milchprodukte haben und drittens mit vielfältigen Rezepten Konsumentenreize zu schaffen. Das Basismarketing verhilft dem Gattungsprodukt Milch zu einem effizienten, gesamtschweizerischen Marktauftritt. Ohne diesen hätten die Volumenprodukte keine Lobby, denn die Milchverarbeiter sind vor allem interessiert an wertschöpfungsstarken Spezialitäten. Das SMP-Marketing tritt zudem gegen die starke Konkurrenz von Süssgetränken, Margarinen und ausländischem Käse an.

Wirksamkeit nachgewiesen

Die systematischen Erfolgskontrollen zeigen, dass die Massnahmen wirken: Die Imagewerte sind in den letzten Jahren markant gestiegen. Milch, früher vorwiegend ein Familien- und Frühstückstrank, ist heute auch in grosser Gesellschaft salonfähig. An Openairs betrachten Jugendliche den Milchshake mittlerweile sogar als Trendgetränk – ein besonders wertvoller Erfolg, denn in diesem Alter lassen sich Ernährungsgewohnheiten noch prägen. Dank den Ernährungsinformationen weiss die Bevölkerung heute, dass Milch der wichtigste Kalziumlieferant ist und starke Knochen und gesunde Zähne gibt. Und die SMP-Rezeptdatenbank ist nicht nur die umfangreichste der Schweiz, sie verzeichnet auch die höchsten Besucherzahlen.



Angebote für jeden Milchproduzenten

Milchproduzenten sind die besten Botschafter für ihre Produkte. Deshalb stellt ihnen das SMP-Marketing eine breite Palette an Werbe-, Informations- und Infrastrukturmaterial für eigene Absatzförderungsaktivitäten oder lokale Anlässe kostenlos oder zu günstigen Konditionen zur Verfügung. Bestellen kann man unter www.swissmilk.ch > für Produzenten > Milchmarketing.

Zusammenarbeit ist wichtig

Das SMP-Marketing nutzt die zahlreichen Möglichkeiten für koordiniertes Vorgehen innerhalb der Schweizer Landwirtschaft aktiv: So nimmt es in der AMS Agro-Marketing Suisse eine aktive Rolle ein, beispielsweise bei Messeauftritten im Inland und an der Grünen Woche in Berlin, beim gemeinsamen Einkauf von Media-Leistungen der Landwirtschaftsorganisationen oder bei der Umsetzung von Massnahmen für SUISSE GARANTIE, dem Zeichen für Nahrungsmittel schweizerischer Herkunft.

Auf einen Klick

Ob Informationen über Produkte oder über die gesunde Ernährung, ob TV-Spots oder Werbeartikel, ob Schulungshilfen oder Rezepte – unter www.swissmilk.ch ist alles Nützliche und Wissenswerte online abrufbar.

swissmilk.ch



Ob am Tag der Milch auf Stadtplätzen oder am Tag der Pausenmilch auf Schulhöfen: Gross und Klein freuen sich über einen Becher Milch, den sie von Jungzüchtern oder von Landfrauen erhalten.



Gut 340'000 Leserinnen und Leser des Kochmagazins LE MENU lassen sich von feinen Rezepten inspirieren. Pro Jahr erscheinen 10 Ausgaben mit Rezepten und viel Wissenswerten über die Milch. Über 5'000 Rezepte sind auch online abrufbar.



Um den Dialog mit den wichtigsten Konsumentenzielgruppen zu pflegen, setzt die SMP nicht nur Magazine und Broschüren ein, sondern setzt vermehrt auch auf elektronische Newsletter.

klick!

Bitte Name und Nachnamen

Name: _____

Adresse: _____

Postleitzahl: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Bitte ankreuzen:

Milchprodukte Fleisch Gemüse Obst Backwaren Getränke Sonstige

Bitte ankreuzen:

Ich bin ein Milchproduzent Ich bin ein Milchverarbeiter Ich bin ein Milchhändler Ich bin ein Milchkonsument Ich bin ein Milchproduzent und Milchverarbeiter Ich bin ein Milchproduzent und Milchhändler Ich bin ein Milchproduzent und Milchkonsument Ich bin ein Milchverarbeiter und Milchhändler Ich bin ein Milchverarbeiter und Milchkonsument Ich bin ein Milchhändler und Milchkonsument

Milch ist ein interessantes und vielfältiges Unterrichtsthema. Die SMP unterstützt Lehrpersonen mit Arbeitsblättern und Vorträgen zur gesunden Ernährung, damit auch Stadtkinder wissen, woher die Milch kommt und weshalb sie so wertvoll ist.



Milch sei out? Keineswegs! An den Openair-Festivals ist der Milchshake das Trendgetränk und die viel besuchte Milchbar der Treffpunkt für Jugendliche.

Ernährungsfachleute erhalten regelmässig wissenschaftlich abgestützte Informationen über Milch und Butter sowie Beratungshilfen für die Praxis, damit sie Milch und Butter aktiv weiterempfehlen.

Kostenoptimierung der Milchproduktion

Der Arbeitsverdienst aus der Milchproduktion reicht nicht aus, um die Lebenshaltungskosten zu Schweizer Preisen zu decken. Die dreijährige nationale Kampagne «Kostenoptimierung der Milchproduktion» unterstützt Milchproduzenten bei der betriebsindividuellen Kostenanalyse und Strategieplanung.

Verbessern des Arbeitsverdienstes

Kein Unternehmen kann längerfristig produzieren, wenn die Produktionskosten nicht gedeckt sind. Nebst der Deckung der Direktkosten und Fremdkosten müssen die Milchproduzenten aber auch ihr Arbeitseinkommen verbessern können. Denn mit einem durchschnittlichen Arbeitsverdienst von 15 Franken pro Stunde im Dreijahresmittel können auch gut aufgestellte Talbetriebe die Lebenshaltungskosten zu Schweizer Preisen nicht mehr decken. Noch schwieriger ist die Situation für Betriebe in benachteiligten Gebieten.

Kostenanalyse und Kostenoptimierung

Bei den Milchproduktionsbetrieben stehen dem Aufwand die Einkünfte aus dem Milchverkauf und den Direktzahlungen gegenüber. Im Dreieck von Produktionskosten, Milchpreis und Direktzahlungen muss jeder Betriebsleiter das eigene betriebsspezifische ökonomische Gleichgewicht finden. Um die Milchproduzenten bei der Kostenanalyse und Kostenoptimierung zu unterstützen, lancierte die SMP zusammen mit ihren Mitgliederorganisationen, mit Profi-Lait, Agridea, dem Beratungsforum Schweiz BFS und seinen Mitgliedern sowie den kantonalen Beratungsstellen die nationale Kampagne «Kostenoptimierung der Milchproduktion».

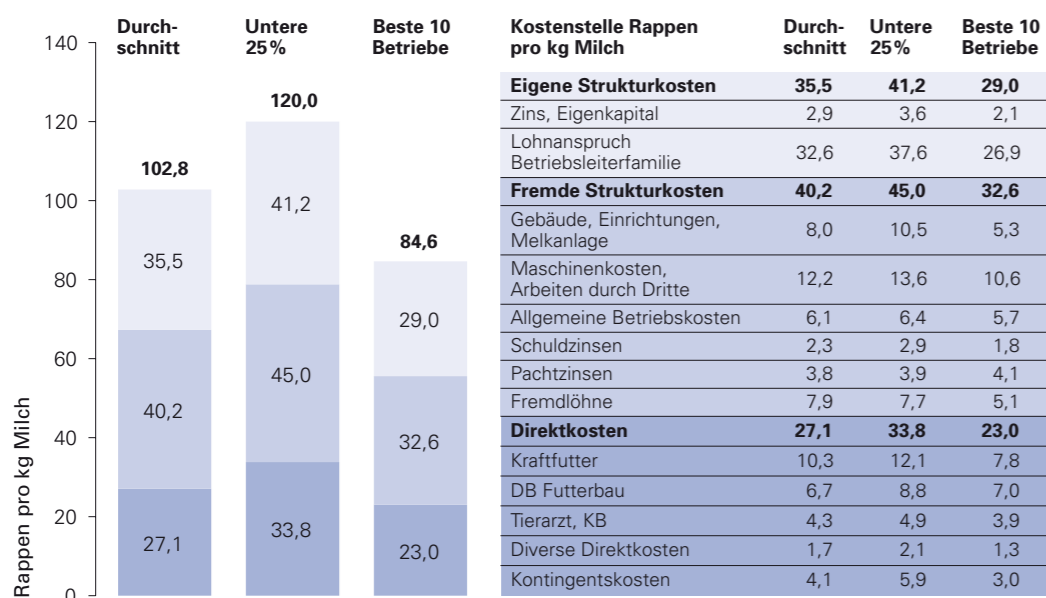
Kostenrechner und Beratungskampagne

Die Kampagne besteht aus zwei Elementen:

- Auf www.swissmilk.ch/kostenrechner steht ein einfach zu bedienender Kostenrechner zur Verfügung. Mit den Daten aus der Finanzbuchhaltung können die Direktkosten der Milchproduktion berechnet und mit nationalen Referenzwerten verglichen werden.
- Mit einer Vollkostenrechnung aufgrund der Betriebsbuchhaltung ist eine vertiefte Analyse möglich. Die SMP unterstützt Betriebsleiter, die einen entsprechenden Kurs besuchen, ihre individuelle Strategie und einen Massnahmenplan ausarbeiten, mit einem finanziellen Beitrag.

swissmilk.ch/kostenrechner

Produktionskosten Milch: Zwischen den Betrieben gibt es Unterschiede



Wieviel kostet die Produktion von einem Kilogramm Milch? Dies zeigt die Auswertung der Vollkostenrechnungen von 233 Talbetrieben. Die Zahlen geben den Durchschnitt der Jahre 2006–2008 an.

Quelle: BBZN Hohenrain/Agridea 2009

Delegiertenversammlungen

Am 15. April und 18. November 2009 hielt die SMP ihre ordentlichen Delegiertenversammlungen ab. Im Zentrum der Geschäftstätigkeit standen die neue Marktordnung und die Branchenorganisation. Die SMP-Führung erhielt von den Delegierten weitgehendste Unterstützung für den eingeschlagenen Kurs.

15. April: Frühjahrs-Delegiertenversammlung

Die Marktsituation im Milchmarkt bleibt angespannt und die Strukturen der Produzenten sind für den Milchverkauf nicht befriedigend. «Der Fokus muss unverändert auf die Mitgestaltung der Marktordnung gerichtet bleiben», sagt SMP-Präsident Peter Gfeller. Zusammen mit den regionalen Organisationen und den Milchverarbeitern hat die SMP in den vergangenen Monaten weiter nach Kompromissen gesucht und mehrheitsfähige Lösungen gefunden, wie der Markt beruhigt werden könnte. Gfeller informiert, dass die Lösungen auf den vier Säulen temporäre Fettstützung, Angebotssegmentierung auf der Basismenge, institutionelle Bündelung des Angebots und Bildung einer Branchenorganisation beruhen.

Beschlüsse

- Die Delegierten stimmen den statutarischen Geschäften (Protokoll, Geschäftsbericht 2008 und Jahresrechnungen 2008) zu und entlasten die Organe.
- Die Delegierten genehmigen die Budgets 2009 und stimmen folgenden Finanzierungsbeschlüssen zu (Beiträge je Kilogramm in Verkehr gebrachte Milch für die Periode 1. Mai 2009 bis 30. April 2010):
 - Verwaltungskosten: 0,15 Rappen
 - Marketingfonds: 0,525 Rappen
 - Basismarketing Schweizer Käse: 0,2 Rappen
 - SBV-Beitrag: 0,04 Rappen

Der Finanzierungsbeschluss zum Milchstützungsfonds wurde zusammen mit dem Gesuch um Allgemeinverbindlichkeit bereits an der Herbst-Delegiertenversammlung vom 19. November 2008 gefällt. Für das Kalenderjahr 2009 beträgt der Beitrag 1,0 Rappen.

- Die Delegierten stimmen einer Reglementsänderung beim Milchstützungsfonds zu. Die Mittelverwendung wird rückwirkend ab 1. Januar 2009 auf die Fettintervention beschränkt.
- Ein Antrag der Thurgauer Milchproduzenten zur Überprüfung von Statuten, Mitgliederstruktur und Strategie lehnen die Delegierten ab. In der gegenwärtigen Umsetzungsphase sei eine Grundsatzdiskussion nicht angezeigt und schwäche die Position der Milchproduzenten, stellt SMP-Präsident Peter Gfeller fest.

18. November: Herbst-Delegiertenversammlung

SMP-Präsident Peter Gfeller informiert über die Grundlagen der neuen Milchmarktordnung, die innerhalb der Branchenorganisation Milch ausgearbeitet wurden. Sie beinhalten ein dreistufiges Marktmodell mit Vertrags-, Börsen- und Abräumungsmenge, mehr Markttransparenz, Sanktionen und die Absicht, beim Bundesrat die Allgemeinverbindlichkeit zu beantragen. «Diese Massnahmen gewähren für alle Marktteilnehmer die so wichtige minimale Stabilität und Planbarkeit», fasst Gfeller zusammen. Er leuchtet auch die politischen Handlungsfelder aus: Ablehnung des Agrarfriehandels mit der EU, mehr Schutz für den Landwirtschaftsboden sowie die Kopplung der Arbeitsleistung an die Direktzahlungen.

Beschlüsse

- Die Delegierten genehmigen die statutarischen Geschäfte (Protokoll, Berichterstattung des Direktors zu den laufenden Geschäften).
- Drei Mitgliederorganisationen bringen den Antrag zur Abstimmung, welche Position die SMP bei der Frage der Mengensegmentierung einnehmen soll. Die Delegierten unterstützen den eingeschlagenen Kurs der SMP, wonach bei Mengenkürzungen 80 Prozent auf die Mehr- und Zusatzmengen entfallen müssen.

Ersatzwahlen

Die Delegierten wählen Lukas Grüter, Vorstandsmitglied ZMP, in den SMP-Vorstand. Er ersetzt Peter Bühlmann. Als Suppleanten werden Pirmin Furrer, Geschäftsführer ZMP, und Christophe Eggenschwiler, Geschäftsführer MIBA, gewählt. Sie ersetzen Benedikt Felder (ehemaliger Geschäftsführer ZMP) und Jacques Gygax (ehemaliger Geschäftsführer MIBA).

swissmilk.ch > [Über uns](#) > [Die Organisation SMP](#) > [Organigramm und Organe](#) > [Delegiertenversammlung](#)

Vorstand, Ausschuss, Kommissionen

Der Vorstand erledigte die vorhersehbaren Geschäfte an sieben ordentlichen Sitzungen. An drei ausserordentlichen Sitzungen befasste sich der Vorstand zusätzlich mit der Branchenorganisation Milch (BO Milch), den Milchüberschüssen und mit Anträgen zuhanden der Delegiertenversammlung.

29. Januar: Jahresziele 2009

- Freihandelsabkommen im Agrar- und Lebensmittelbereich (FHAL) mit der EU: Der Vorstand nimmt davon Kenntnis, in welchen Bereichen die SMP Begleitmassnahmen fordert. Es sind die Bereiche Absatzförderung, Lebensmitteldeklaration, Direktzahlungen, EU-kongruente Marktinstrumente und Finanzierung der Lagerabwertung.
- Jahresziele: Der Vorstand verabschiedet die operativen Ziele für 2009. Nebst der weiteren Umsetzung der Strategie 2015 sind die Marketingstrategie, SUISSE GARANTIE, politische Meinungsbildung, die Dienstleistung zum Kostensenken sowie der Organisationsgrad der Milchproduzenten wichtige Ziele.

12. März: Neuausrichtung Milchmarkt

- Präsident und Direktor informieren darüber, was die SMP zur Stabilisierung des Marktes und zur Ausgestaltung der Marktordnung beitragen kann. Nebst der Mitfinanzierung der Milchfettmarktsanierung setzt sich die SMP für die Segmentierung von Mengen und Preisen und für die Gründung einer neuen Branchenorganisation ein.
- Milchstützungsfonds: Der Bundesrat hat diese Selbsthilfemassnahme der Milchproduzenten für allgemein verbindlich erklärt. Damit stehen seitens der Produzenten etwa 34 Millionen Franken zur Verfügung, die für die Absatzförderung von Milchfett zu verwenden sind. Die notwendige Neuausrichtung des Milchstützungsfonds-Reglements wird der Delegiertenversammlung vorgelegt.

7. Mai: Charlotte Hofstetter übernimmt Marketing

- Der Vorstand informiert sich über den Entwicklungsstand der Branchenorganisation. Die Mengen- und Preissegmentierung sowie ein Richtpreisindex dürften auf Akzeptanz stossen.
- Der Vorstand nimmt vom Bericht Kenntnis, den der Bundesrat zur Weiterentwicklung der Direktzahlungen publiziert hat.
- Der Vorstand nimmt vom Jahresbericht über die Durchführung und Wirkung der Selbsthilfemassnahmen der SMP Kenntnis.
- Charlotte Hofstetter, welche ab 1. Juni 2009 den Bereich Marketing leiten wird, wird zum Mitglied der Geschäftsleitung befördert.

11. Juni: 1. ausserordentliche Sitzung

- Das Milchangebot liegt weit über der Nachfrage, die Butterlager steigen weiter an. Die bisher von den Marktakteuren versprochenen Massnahmen greifen kaum. Der Zerfall der Produzentenpreise ist dramatisch.
- Die Branchenorganisation Milch steht vor der Gründung. Der Vorstand nominiert SMP-Präsident Peter Gfeller für den Vorstand der BO Milch.

25. Juni: Viehexporte statt Schlachtprämie

- Der überbordende Milchmarkt und die Gründung der BO Milch geben unverändert zu Diskussionen Anlass. Die SMP setzt sich dafür ein, dass die BO Milch möglichst rasch die im Grundsatz beschlossene Marktsegmentierung umsetzen kann.
- Die Milchviehbestände haben einen Höchststand erreicht. Da die Exportstützung per Ende 2009 wegfällt, wird eine Schlachtprämie diskutiert. Der Vorstand bevorzugt, auf politischem Weg eine Weiterführung der Viehexportstützung zu erwirken.
- Der Vorstand gibt die Finanzmittel frei, damit im Rahmen der «Strategie Milchmarkt 2015» die Massnahme «Kostenoptimierung der Milchproduktion» mit der Umsetzungsphase starten kann. Das neue Dienstleistungsangebot besteht aus dem Teil «Kostenrechner» sowie einer dreijährigen Beratungskampagne.

27. August: Kein Agrarfreihandel mit der EU

- Der Vorstand fordert Lösungen, wie der Anreiz zur Fettproduktion als Folge der Gehaltsbezahlung reduziert werden kann. Die SMP nimmt mit den Marktorganisationen Kontakt auf.
- Der Vorstand diskutiert den Bericht «Weiterentwicklung des Direktzahlungssystems». Die SMP fordert das Beibehalten der tierbezogenen Beiträge und lehnt einen noch stärkeren Flächenbezug ab. Die SMP befürchtet eine Schwächung der produzierenden Landwirtschaft.
- Die Begleitmassnahmen zum FHAL, welche die SMP eingebracht hat, sind aufgenommen worden. Unter den gegebenen Umständen wird jedoch das Freihandelsabkommen abgelehnt. Die Verhandlungen sollen sistiert werden, bis bezüglich WTO klarere Grundlagen vorliegen.
- Marc Benoit, Suppleant für Prolait im Vorstand SMP, wird in das «Fachgremium Marketing» gewählt.

Die Mitgestaltung und Gründung der Branchenorganisation Milch war zweifellos ein Tätigkeitsschwerpunkt im Jahr 2009. Obwohl der SMP-Vorstand formell kaum Entscheide zu fällen hatte, waren die Diskussionen von grösster Bedeutung. Dieser Rückhalt im Vorstand stärkte die Position von Präsident und Direktor für die schwierigen Verhandlungen.

25. September: 2. ausserordentliche Sitzung

- Im Nordwesten Frankreichs ist ein erneuter Milchstreik ausgerufen worden. Der Zorn der Bauern richtet sich sowohl gegen die Politik wie auch gegen die marktmächtigen Unternehmen. Die SMP lehnt Kampfmassnahmen ab. Die eigenen Herausforderungen sollen im Rahmen der BO Milch gelöst werden.

15. Oktober: Milchstützung soll in die BO

- Der Vorstand verzichtet darauf, der Delegiertenversammlung einen Finanzierungsbeschluss zur Milchstützung zu unterbreiten. Das Milchfettproblem muss zukünftig über die Mengensteuerung in der BO Milch gelöst werden.
- Der Vorstand beschliesst, der Schweizerischen Vereinigung für einen starken Agrar- und Lebensmittelsektor (SALS-Schweiz) beizutreten.
- Der Vorstand genehmigt die finanzielle Beteiligung an einem Projekt der Vetsuisse, damit eine schnellere und günstigere Diagnose von Staphylococcus aureus als Haupterreger der bovinen Mastitis entwickelt werden kann.

16. November: 3. ausserordentliche Sitzung

- Im Hinblick auf die Delegiertenversammlung der BO Milch haben die SMP-Mitglieder Prolait und VMMO zuhanden der SMP-Delegiertenversammlung Anträge eingereicht, um gegenüber der BO Milch den Willen der SMP-Basis kund zu tun. Denn im Mengenreglement der BO Milch ist der Modus bei einer allfälligen Mengenkürzung umstritten. Für die SMP müssen 80 Prozent der zu kürzenden Menge von den Mehr- und Zusatzmengen getragen werden.

10. Dezember: Entscheide für die Zukunft

- Der Vorstand nimmt mit Befriedigung Kenntnis von den Beschlüssen der Delegiertenversammlung der BO Milch. Mit der Verabschiedung des dreistufigen Marktmodells, den Grundsätzen zur Markttransparenz und dem Gesuch an den Bundesrat um Allgemeinverbindlichkeit sind die für die SMP zentralen Elemente verankert worden.
- Auf Antrag von VMMO und TMP setzt sich der Vorstand das Ziel, eine Standortbestimmung zur Rolle der SMP in der schweizerischen Milchwirtschaft vorzunehmen. Zielsetzungen und Aufgaben der SMP sollen überprüft werden.

- Der Vorstand verabschiedet die Budgets für 2010. Die konsolidierten Ausgaben sind auf 42,5 Millionen Franken budgetiert, davon rund 35 Millionen Franken für das Basismarketing Milch.
- Für die Milchstützung können keine Ausgaben mehr budgetiert werden, da auf der Einnahmenseite ab 1. Januar 2010 keine Allgemeinverbindlichkeit mehr besteht.
- Die SMP beteiligt sich an der Gründung der Trägerschaft Milchbörse und bildet auf Produzentenseite den Aktienpool mit 33 % des Aktienkapitals. Die Aktien sollen jedoch grösstenteils an die Milchverkaufsorganisationen weiterverkauft werden.
- Der Vorstand beschliesst im Grundsatz, die ständige Kommission Milchmarkt, in der alle PO und PMO vertreten sind, aufzulösen. An deren Stelle sollen bei Bedarf die produzentenseitigen Delegierten der BO Milch eingeladen werden.

Vorstands-Ausschuss

- Der fünfköpfige Ausschuss trat zweimal zusammen. Er entschied in Personalfragen beziehungsweise bereitete diese zuhanden des Vorstandes vor, behandelte Geschäfte der Vorsorgestiftung und vollzog wichtige Geschäfte des Vorstandes.

Kommission Käseemilch

- Unter dem Vorsitz von SMP-Vizepräsident André Aeby traf sich die Kommission Käseemilch zu fünf Sitzungen. Die Kommission dient den Vertretern der Käseemilchproduzenten und den SMP-Vertretern in den Käse-Sortenorganisationen zum Informationsaustausch und als Diskussionsforum. Die Kommission ist inzwischen zur unverzichtbaren Meinungsbildungsplattform der SMP für die nationalen Käseemilch- und Käsefragen geworden.

Kommission Milchmarkt

- Die Kommission Milchmarkt, zu deren Sitzungen Vertreter aller PO und PMO eingeladen waren, traf sich zu drei Sitzungen. Da die Kommission lediglich als Informationsplattform benutzt wurde und sich als Folge der grossen Interessengegensätze als handlungsunfähig erwies, entschied der SMP-Vorstand Ende 2009, diese Kommission aufzulösen.

swissmilk.ch > Über uns > Medien

Finanzberichterstattung: Jahresrechnung 2009

Die finanzielle Kraft der SMP ist nach dem im Jahr 2008 erfolgten Mittelabfluss im Berichtsjahr nicht nochmals weiter massgeblich in Anspruch genommen worden. Somit war zumindest aus finanzieller Sicht das Jahr 2009 ein erster Schritt zurück in die Normalität.

Allgemeines

Das Geschäftsjahr 2009 ist auf der finanziellen Seite mit bedeutendem Respekt angegangen worden. Die starke finanzielle Inanspruchnahme der SMP im 2008 – dies in einer massgeblichen Phase der Neuausrichtung der Schweizer Milchwirtschaft – und der damit verbundene reduzierte Handlungsspielraum für die Folgejahre mahnten zur Vorsicht. Im Rückblick hat sich dies ausbezahlt. Dem budgetierten Verlust von CHF 5,6 Millionen auf konsolidierter Ebene steht ein Ertragsüberschuss von CHF 3,5 Millionen gegenüber.

Von den drei Teilrechnungen weisen der Verband und der Marketingfonds einen Überschuss aus. Sie schliessen mit einem unerwartet guten Ergebnis ab. Der Milchstützungsfonds weist seinerseits einen erwarteten Aufwandüberschuss aus, der bei CHF -2,2 Millionen liegt.

Im Geschäftsjahr 2009 konnte ein gesundes Bilanzbild gewahrt werden. Die Liquidität zeigt sich verbessert, verursacht durch die Rückzahlung von kurz- und langfristigen Aktivdarlehen. Die ausgewiesene Eigenkapitalquote erreicht 56 Prozent, obschon der Milchstützungsfonds einen weiteren Substanzverlust hat erleiden müssen. Mit den erfolgten Weichenstellungen der letzten Monate ist der Milchstützungsfonds für 2010 inaktiv gesetzt, womit weitere Mittelzu- und -abflüsse entfallen.

Bei der Darstellung und Präsentation der Jahresrechnung gilt unverändert die Zielsetzung einer hohen Transparenz. Der handelsrechtliche Abschluss bildet grundsätzlich auch die Grundlage für die steuerrechtliche Behandlung der Schweizer Milchproduzenten SMP. Hier konnte im Januar 2010 mit den Steuerbehörden ein Abkommen für die nächsten drei Jahre, also bis und mit 2012, getroffen werden.

Verbandsrechnung

Die Verbandsrechnung hat ertrag- wie kostenseitig das Budget aus der ordentlichen operativen Tätigkeit eingehalten. Die Betriebserträge liegen leicht über, die Betriebsaufwendungen leicht unter Budget. Aus der operativen Tätigkeit – vor Abschreibungen, Finanzergebnis und Steuern – resultiert wiederum ein Negativ-Ergebnis von CHF -0,8 Millionen.

Dieses negative operative Ergebnis konnte im 2009 im Gegensatz zu den beiden Vorjahren mit dem Netto-Finanzergebnis von CHF 3,1 Millionen vollständig aufgefangen werden. Das effektive Netto-Finanzergebnis 2009 fällt damit deutlich positiver aus als budgetiert. Die 2008 und 2007 erlittenen Buchverluste sind mit der aufgetretenen Erholung der Finanzmärkte jedoch erst teilweise kompensiert.

Im ausserordentlichen Bereich konnte die Wertberichtigung für langfristige Forderungen von CHF 1,5 Millionen aufgelöst werden. Für kurzfristige Forderungen musste das Delkredere deutlich um CHF 0,4 Millionen erhöht werden.

Bilanz SMP konsolidiert per 31. Dezember 2009				
Aktiven (in 1000 CHF)	2009	%	2008	%
Flüssige Mittel	29740	34,4	20818	22,2
Wertschriften	20790	24,0	19593	20,9
Forderungen Dritte	21673	25,1	35345	37,8
Forderungen Vorsorgeeinrichtungen	19	0,0	1	0,0
Vorräte	150	0,2	276	0,3
Aktive Rechnungsabgrenzung	5721	6,6	5411	5,8
Total Umlaufvermögen	78093	90,3	81444	87,0
Finanzanlagen	5852	6,7	9506	10,1
Mobile Sachanlagen	745	0,9	516	0,6
Geschäftsliegenschaft	1380	1,6	1495	1,6
Total Anlagevermögen	7977	9,2	11517	12,3
Vermögenswerte	428	0,5	697	0,7
Total betriebsfremdes Vermögen	428	0,5	697	0,7
Total Aktiven	86498	100,0	93658	100,0
Passiven (in 1000 CHF)				
Kurzfristige Verbindlichkeiten Dritte	7358	8,5	10546	11,3
Kurzfristige Verbindlichkeiten Vorsorgeeinrichtungen	170	0,2	122	0,1
Passive Rechnungsabgrenzung	4580	5,3	12737	13,6
Kurzfristige Rückstellungen	867	1,0	1032	1,1
Total Fremdkapital kurzfristig	12975	15,0	24437	26,1
Hypothekarverbindlichkeiten	400	0,5	400	0,4
Andere langfristige Verbindlichkeiten	110	0,1	110	0,1
Rückstellungen langfristige	15864	18,3	15099	16,2
Rückstellung Milchstützungsmassnahmen	8800	10,2	8800	9,4
Total Fremdkapital langfristig	25174	29,1	24409	26,1
Genossenschaftskapital	3000	3,5	3000	3,2
Kapital Spezialfonds	23159	26,7	19923	21,2
Fonds Milch-Express	–	0,0	–3	0,0
Reserven, Bilanzgewinn	18656	21,6	18715	20,0
Jahresergebnis	3534	4,1	3177	3,4
Total Eigenkapital	48349	55,9	44812	47,8
Total Passiven	86498	100,0	93658	100,0

Konsolidierte Bilanz

Die konsolidierte Bilanzsumme liegt noch bei CHF 86 Millionen und hat sich in den letzten beiden Jahren um über 20 Prozent reduziert. Der Anteil des Umlaufvermögens ist auf 90 Prozent der Bilanzsumme angestiegen, was den Schluss zulässt, dass die Liquiditätslage sich im grünen Bereich befindet. Die Passivseite ist geprägt durch das markant tiefere kurzfristige Fremdkapital. Die Finanzierungssituation mit einem kurzfristigen, nicht zinstragenden Fremdkapital von lediglich 15 Prozent darf als komfortabel bezeichnet werden. Zinsbelastetes Fremdkapital im langfristigen Bereich besteht im bescheidenen Umfang von CHF 0,4 Millionen. Die SMP hat eine angemessene buchmässige Eigenmittelausstattung. Die ausgewiesene Eigenkapitalquote beträgt 56 Prozent.

Die Rechnung schliesst – bei einem budgetierten Nullergebnis – mit einem Ertragsüberschuss von CHF 3,8 Millionen ab.

Milchstützungsfonds

Die Rechnung des Milchstützungsfonds widerspiegelt mit deutlichen Fakten das nochmals extreme finanzielle Engagement der SMP im Milchmarkt. Im 2009 ist – nach fast CHF 50 Millionen im 2008 – nochmals ein Mitteleinsatz von CHF 39 Millionen erbracht worden.

Auf der Ertragsseite sind Produzentenbeiträge von über CHF 34 Millionen geleistet worden. Dadurch wird letztlich in der Jahresrechnung 2009 ein Aufwandüberschuss von CHF -2,2 Millionen ausgewiesen. Budgetiert waren sogar CHF -4,3 Millionen. Bedingt durch höhere Produzentenbeiträge ist der Aufwandüberschuss geringer ausgefallen.

Per 31.12.2009 ist die Geltungsdauer der Allgemeinverbindlichkeit des Beitrages an den Milchstützungsfonds ausgelaufen und folgedessen auch die Beitragspflicht für die SMP-Mitglieder zugunsten des SMP-Milchstützungsfonds sistiert worden. Ab 01.01.2010 erhebt die BO Milch bei ihren Mitgliedern Beiträge für produktbezogene Stützungsmaßnahmen.

Marketingfonds

Die Jahresrechnung des Marketingfonds schneidet linear über sämtliche Positionen besser als budgetiert ab. Höhere Produzentenbeiträge, ansteigende Dienstleistungserträge, reduzierte Direktaufwendungen und rückläufige Betriebskosten tragen zum erzielten Ertragsüberschuss von CHF 2,0 Millionen bei, dies bei einem budgetierten Aufwandüberschuss von CHF -1,3 Millionen. Dabei mussten im 2009 gegenüber dem Vorjahr die weggefallenen Mittel aus dem Butterimportfonds (BIF) von CHF 2,0 Millionen aufgefangen werden.

Fazit

Die finanzielle Kraft der SMP ist nach dem im Jahr 2008 erfolgten Mittelabfluss im Berichtsjahr nicht nochmals weiter massgeblich in Anspruch genommen worden. Somit war zumindest aus finanzieller Sicht das Jahr 2009 ein erster Schritt zurück in die Normalität. Eine gesunde und stabile Liquiditäts- und Finanzsituation der SMP muss auch weiterhin gewahrt werden. Dies ist eine Ultima ratio und schafft die Voraussetzung, auch zukünftig aktiv die Interessen der Milchproduzenten vertreten zu können.

Erfolgsrechnung SMP konsolidiert per 31. Dezember 2009				
(in 1000 CHF)	2009	%	2008	%
Produzentenbeiträge	57412	71,6	41779	60,6
Beiträge	7900	9,9	9876	14,3
Übriger Ertrag	14779	18,5	17331	25,1
Total Betriebsertrag	80091	100,0	68986	100,0
Direktaufwand	– 63194	– 78,9	– 73743	– 106,9
Total Direktaufwand	– 63194	– 78,9	– 73743	– 106,9
Personalaufwand	– 12195	– 15,3	– 12003	– 17,5
Organe	– 266	– 0,3	– 336	– 0,5
Raumaufwand	– 1430	– 1,8	– 1451	– 2,1
Unterhalt, Reparaturen, Ersatz	– 22	0,0	– 21	0,0
Fahrzeug- und Transportaufwand	– 204	– 0,3	– 207	– 0,3
Sachversicherungen, Abgaben	– 69	– 0,1	– 54	– 0,1
Energie- und Entsorgungsaufwand	– 75	– 0,1	– 85	– 0,1
Verwaltungs- und Informatikaufwand	– 1106	– 1,4	– 1174	– 1,7
Beiträge	– 3951	– 4,9	– 3952	– 5,7
Werbeaufwand	– 100	– 0,1	– 155	– 0,2
Übriger Betriebsaufwand	– 10	– 0,0	– 8	0,0
Total Betriebsaufwand	– 82622	– 103,2	– 93189	– 135,1
Total betrieblicher EBITDA aus operativer Tätigkeit	– 2531	– 3,2	– 24203	– 35,1
Abschreibungen	– 571	– 0,7	– 473	– 0,7
Total Betriebsergebnis vor Erfolg Finanzen und Steuern (EBIT)	– 3102	– 3,9	– 24676	– 35,8
Finanzertrag	4324	5,4	7072	10,3
Finanzaufwand	– 1199	– 1,5	– 8234	– 11,9
Total Betriebsergebnis vor Steuern (EBT)	23	0,0	– 25838	– 37,4
Erfolg Geschäftsliegenschaft	227	0,3	240	0,3
Ausserordentlicher Ertrag	3732	4,7	28893	41,8
Ausserordentlicher Aufwand	– 377	– 0,5	– 22	0,0
Steuern	– 71	– 0,1	– 96	– 0,1
Total Ertragsüberschuss	3534	4,4	3177	4,6

Konsolidierte Erfolgsrechnung

Der ausgewiesene, konsolidierte Ertragsüberschuss von CHF 3,5 Millionen ergibt sich nicht aus dem operativen Bereich – auf Stufe Betriebsergebnis/EBIT besteht ein Minus von CHF 3,1 Millionen – sondern aus dem Netto-Finanzergebnis und einem ausserordentlichen Nettoerfolg durch die Auflösung nicht mehr notwendiger Wertberichtigungen und Abgrenzungen. Dennoch darf festgestellt werden, dass gegenüber dem Vorjahr eine deutliche Stabilisierung der Ertragslage eingetreten ist. Auf die Beanspruchung von Reservepositionen in bedeutendem Umfang, wie dies im Vorjahr der Fall war, konnte verzichtet werden.

Die massgeblichen Produzentenbeiträge liegen mit CHF 57,4 Millionen (Vorjahr: CHF 41,8 Millionen) über Budget. Vornehmlich ist dies einerseits auf die anhaltend hohe Milchmenge, andererseits auf die beschlossene Beitragsanhebung im November/Dezember 2008 zu Gunsten des Milchstützungsfonds zurückzuführen.

Finanzberichterstattung: Anhang

Der Anhang ist Teil der Jahresrechnung und beinhaltet weitere wichtige Informationen, welche nicht direkt aus Bilanz und Erfolgsrechnung ersichtlich sind. Die Jahresrechnung soll dem Bilanzleser einen möglichst umfassenden Einblick in die wirtschaftliche und finanzielle Lage der Genossenschaft vermitteln.

Offenlegung Risikomanagement

Der Vorstand der Schweizer Milchproduzenten SMP hat von der Gesamtübersicht der aktuellen Risikolage des Genossenschaftsverbandes Kenntnis genommen und dem von der Geschäftsleitung vorgeschlagenen Massnahmenkatalog zur Risiko-Steuerung zugestimmt. Die Geschäftsleitung orientiert den Vorstand zumindest jährlich mit einer Berichterstattung und Dokumentierung über den weiteren Verlauf des systematisierten Risikomanagement-Prozesses. Das Risikomanagement-System ermöglicht sowohl die frühzeitige Erkennung und Analyse von Risiken als auch die Ergreifung entsprechender Massnahmen. Zum Risiko-beurteilungsprozess gehören die Vorgaben der systematischen Erfassung und Auswertung der Risiken, deren Priorisierung, die Beurteilung der Einflüsse auf das gesamte Unternehmen sowie die Einleitung und Überwachung von Massnahmen zur Vermeidung oder Minimierung von Risiken.

Die Schweizer Milchproduzenten SMP haben die identifizierten Risiken in die vier Gefahrenbereiche «Politik und Gesellschaft», «Milchproduzenten und Mitgliedsorganisationen», «Verwerter, Handel und Endkonsumenten» sowie «Interne Umwelt» eingeteilt. Die Risiko-/Wahrscheinlichkeits-Matrix der Schweizer Milchproduzenten SMP zeigt 9 zentrale Risikofelder, 7 weitere betrachtete und beurteilte Risikofelder sowie 6 potentielle Risikofelder, welche proaktiv als mögliche zukünftige Gefahrenherde auf der Risikolandkarte aufgeführt sind. Anhand dieser Zusammenfassung sind keine bestandesgefährdenden Risiken zu erkennen. Gegenüber dem Vorjahr hatsich die Risikolage des Genossenschaftsverbandes im Wesentlichen nicht grundsätzlich verändert. Der Vorstand hat im Berichtsjahr am 29. Januar 2009 das Thema der Risikobeurteilung in seiner Vorstandssitzung behandelt.

Auf Negativbestätigungen im Anhang wird verzichtet.

Anhang zur Jahresrechnung 2009

Zur Sicherung eigener Verpflichtungen abgetretene oder verpfändete Aktiven

(in 1000 CHF)	2009	2008
Immobilien (Bilanzwert per 31.12.)	1380	1495
Aktiven unter Eigentumsvorbehalt	–	–
Total	1380	1495

Auf der Liegenschaft Weststrasse 10, Bern, besteht eine hypothekarische Finanzierung von CHF 400 000, sichergestellt mit Schuldbriefen.

Nichtbilanzierte Leasingverbindlichkeiten

(in 1000 CHF)		
Summe aller zukünftigen Leasingraten Kopiergeräte (inkl. Zins)	57	61
Total	57	61

Brandversicherungswerte der Sachanlagen

(in 1000 CHF)		
Bürogebäude Weststrasse 10, Bern	5188	5188
Mobilien und Einrichtungen Verband (Weststrasse)	1500	1500
Mobilien und Einrichtungen Marketing (Gümligen/Brunnmatt, inkl. Fremdeinlagerungen)	13500	13500
Total	20188	20188

Wesentliche Beteiligungen an Unternehmungen

(Nominalwert in 1000 CHF)		
35,77% Beteiligung Holding der Schweizerischen Milchproduzenten, M'buchsee	1789	1789
31,47% Beteiligung Emmentaler Schaukäserei AG, Affoltern i.E.	1559	1559
30,60% Beteiligung Genossenschaft Appenzeller-Schaukäserei, Stein AR	1380	1380
32,87% Beteiligung Société coopérative «Laiterie de Gruyères», Bulle	664	664
35,00% Beteiligung Emmi Interfrais SA, Küssnacht	350	350
30,00% Beteiligung Schweizer Agrarmedien GmbH, Bern	300	300
33,60% Beteiligung Branchenorganisation Butter GmbH, Bern	168	168
20,60% Beteiligung Le Journal AGRI Sàrl, Lausanne	104	104
22,96% Beteiligung TSM Treuhand GmbH, Bern	62	62
Total	6376	6376

Bericht der Revisionsstelle

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

«Als Revisionsstelle haben wir die beiliegende konsolidierte Jahresrechnung (bestehend aus Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) sowie die Geschäftsführung der Genossenschaft Schweizer Milchproduzenten SMP für das am 31. Dezember 2009 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Verantwortung des Vorstandes

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

Verantwortung der Revisionsstelle

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

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

Prüfungsnachweise eine ausreichende und angemessene Grundlage für unser Prüfungsurteil bilden.

Prüfungsurteil

Nach unserer Beurteilung entsprechen die konsolidierte Jahresrechnung sowie die Geschäftsführung für das am 31. Dezember 2009 abgeschlossene Geschäftsjahr dem schweizerischen Gesetz und den Statuten.

Berichterstattung aufgrund weiterer gesetzlicher Vorschriften

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

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

Wir empfehlen, die vorliegende konsolidierte Jahresrechnung zu genehmigen.»

Bern, 4. März 2010 sw/kz

Dr. Röhliberger AG

René Peterhans dipl. Wirtschaftsprüfer Revisionsexperte	Urs Schwab dipl. Wirtschaftsprüfer Revisionsexperte (Leitender Revisor)
---	--

Mitglieder der SMP

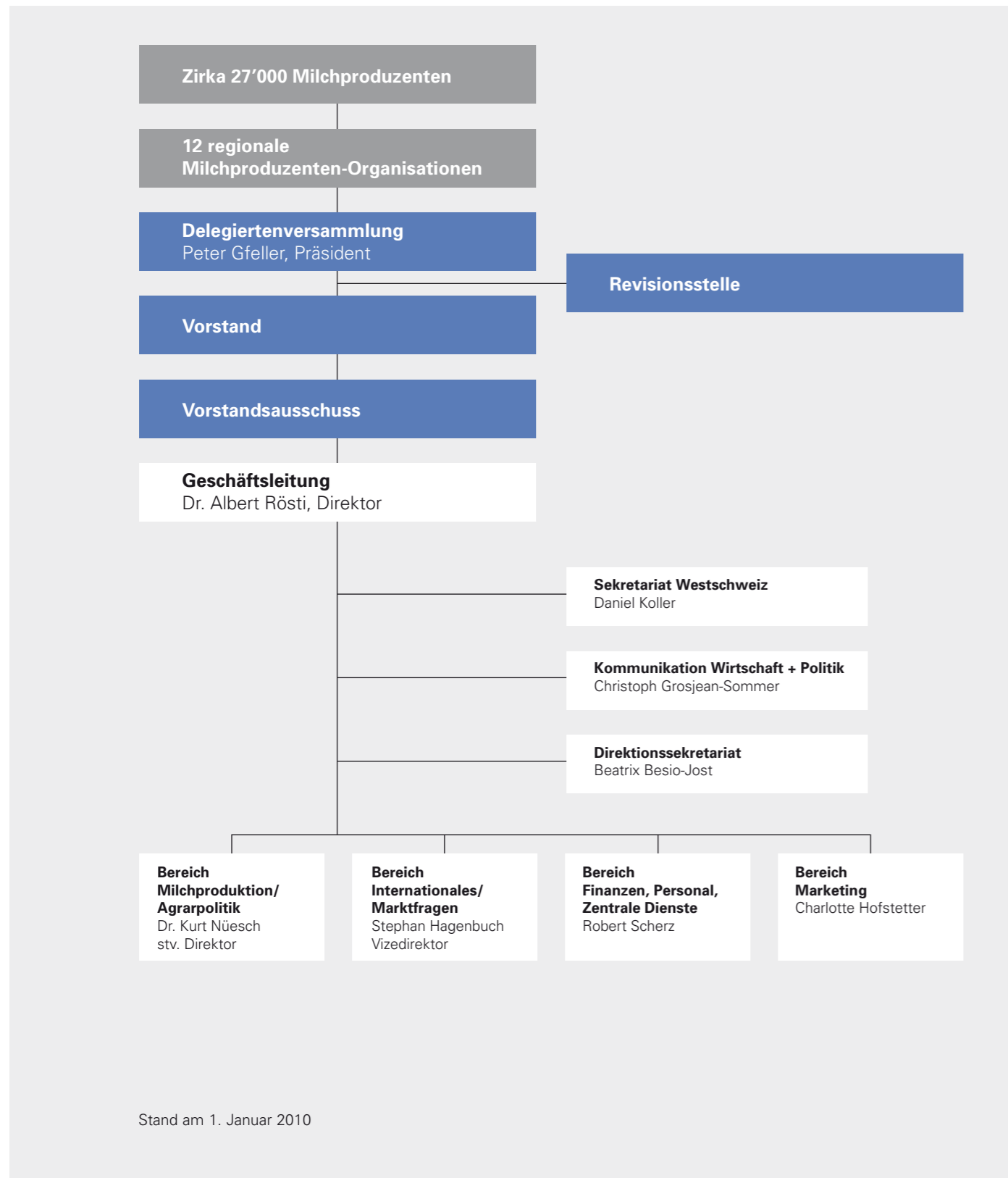
Organisation	Geschäftsführer Adresse	Telefon Fax E-Mail Internet	Anzahl Delegierte
VMMO Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost	Andreas Ritter Poststrasse 13 9200 Gossau	Tel. 071 387 48 48 Fax 071 387 48 42 info@milchbauern.ch www.milchbauern.ch	35
LOBAG Landwirtschaftliche Organisation Bern und angrenzende Gebiete	Donat Schneider Forelstrasse 1 Postfach 3072 Ostermundigen	Tel. 031 938 22 22 Fax 031 938 22 50 info@lobag.ch www.lobag.ch	26
ZMP Zentralschweizer Milchproduzenten	Pirmin Furrer Friedentalstrasse 43 6002 Luzern	Tel. 041 429 39 00 Fax 041 429 39 01 zmp@zmp.ch www.zmp.ch	21
MIBA Milchverband der Nordwestschweiz	Christophe Eggenschwiler Zeughausstrasse 31 Postfach 4002 Basel	Tel. 061 377 84 00 Fax 061 377 84 19 info@mibabasel.ch www.mibabasel.ch	14
TMP Thurgauer Milchproduzenten	Jürg Fatzer Industriestrasse 9 Postfach 412 8570 Weinfelden	Tel. 071 626 20 50 Fax 071 626 20 55 info@milchthurgau.ch www.milchthurgau.ch	12
MPM Milchproduzenten Mittelland	Rolf Luginbühl Obertelweg 2 Postfach 5034 Suhr	Tel. 062 855 53 53 Fax 062 855 53 54 rolf.luginbuehl@mpm-suhr.ch www.mpm-suhr.ch	8
BEMO Berner Emmi-Milchlieferanten	Christian Burren Settibuchstrasse 40 3144 Gasel	Tel. 031 971 18 50 c-burren@bluewin.ch	6
FTPL Federazione ticinese produttori di latte	Gianmarco Fattorini Via Gorelle 6592 San Antonino	Tel. 091 850 27 27 Fax 091 850 27 77 info@ftpl.ch www.lati.ch	3
FSFL Fédération des sociétés fribourgeoises de laiterie	Clément Moret Rue Albert Rieter 9 1630 Bulle	Tel. 026 919 89 19 Fax 026 919 89 18 fsfl@fsfl.ch	12
PROLAI Fédération laitière	Eric Jordan Route de Lausanne 23 1400 Yverdon-les-Bains	Tel. 024 424 20 10 Fax 024 424 20 19 info@prolait.ch www.prolait.ch	17
LRG Fédération des Laiteries Réunies de Genève	Pierre Charvet Chemin des Aulx 6 Case postale 1055 1211 Genève 26	Tel. 022 884 80 00 Fax 022 884 80 09 info@laiteries-reunies.ch www.lrgg.ch	3
FLV Fédération Laitière Valaisanne – Walliser Milchverband	Jean-Jacques Favre Rue de l'Île Falcon 5 3960 Sierre	Tel. 027 452 39 00 Fax 027 452 39 20 ecla@flv.ch www.flv.ch	3

Stand am 1. Januar 2010

Zusammensetzung der Gremien

Ehrenpräsidenten		
Reichling Rudolf, Stäfa ZH Kühne Josef, Benken SG		
Vorstand	Organisation	Suppleanten des Vorstandes
Gfeller Peter, Kappelen BE, Präsident		
Baier Hans-Heinrich, Landquart GR	VMMO	Fuster Josef, Wolfhalden AR
Bischofberger Robert, Schönengrund AR	VMMO	
Kern Hanspeter, Buchberg SH	VMMO	
Ruckstuhl Hans, Rosrüti SG	VMMO	
Müller Andreas, Walkringen BE	LOBAG	Oesch Christian, Ostermundigen BE
Scheuner Hansruedi, Schwarzenegg BE	LOBAG	
von Känel Christian, Lenk im Simmental BE	LOBAG	
Erni Moritz, Ruswil LU	ZMP	Furrer Pirmin, Luzern LU
Grüter Lukas, St. Urban LU	ZMP	
Jenni Daniel, Langenbruck BL	MIBA	Eggenschwiler Christophe, Basel BS
Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident	TMP	Fatzer Jürg, Weinfelden TG
Hitz Andreas, Untersiggenthal AG	MPM	Luginbühl Rolf, Suhr AG
Burren Christian, Gasel BE	BEMO	Wyss Markus, Grasswil BE
Feitknecht Ulrico, Contone TI	FTPL	Fattorini Gianmarco, S. Antonino TI*
Stirnimann Jean-Pierre, Posieux FR	FSFL	Vonlanthen René, Praroman FR
Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident	PROLAI	Benoit Marc, Romainmôtier VD
Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD	PROLAI	
Berlie Olivier, La Rippe VD	LRG	Pradervand Jean-Marc, Céligny GE
Tornay Laurent, Orsières VS	FLV	Stalder Max, Visp VS*
Vorstandsausschuss		
Gfeller Peter, Kappelen BE, Präsident Aeby André, La Brévine NE, 1. Vizepräsident Schnyder Ruedi, Ellighausen TG, 2. Vizepräsident Erni Moritz, Ruswil LU Henchoz Benjamin, Essertines-sur-Yverdon VD		
Revisionsstelle		
Dr. Röhli Berger AG, Bern		
Geschäftsleitung		Beisitzer
Rösti Albert, Direktor, Uetendorf BE Nüesch Kurt, stv. Direktor, Lyss BE Hagenbuch Stephan, Vizedirektor, Marly FR Hofstetter Charlotte, Villars-sur-Glâne FR Koller Daniel, Montsevelier JU Scherz Robert, Bremgarten BE		Besio-Jost Beatrix, Niederwangen BE Grosjean-Sommer Christoph, Kirchlindach BE
Die Besetzung des Vorstandes gilt für die Amtsperiode 2007 bis 2011 * Der Delegiertenversammlung zur Wahl vorgeschlagen		
swissmilk.ch > Über uns > Die Organisation SMP		

Stand am 1. Januar 2010



Kennzahlen der Milchproduktion in der Schweiz

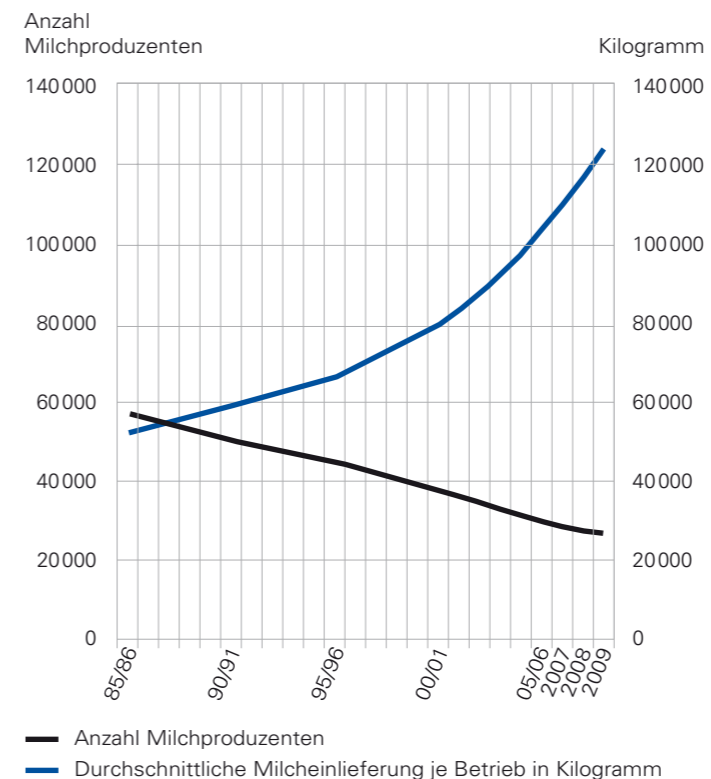
Ganzjahresbetriebe mit aktivem Lieferrecht / Kontingent (ohne Sömmerungsbetriebe)	Milchjahr			Kalenderjahr			Veränderung	
	95/96	00/01	05/06	2007	2008	2009	2009/2008	%
Anzahl Milchproduzenten*	44 360	38 082	30 163	28 515	27 749	27 016	- 733	- 2,6
Ø Nutzfläche je Milchbetrieb in Hektaren	19,1	19,1	21,4	21,7	22,1	22,3	0,2	0,8
Anzahl Milchkühe zur Verkaufsmilchproduktion	689 023	615 645	565 200	563 694	578 330	572 618	- 5 712	- 1,0
Ø Anzahl Kühe je Betrieb	15,5	16,2	18,7	19,8	20,8	21,2	0,4	1,7
Ø Einlieferung je Betrieb in Kilogramm	68 248	81 691	101 589	109 595	118 616	121 648	3 032	2,6
Ø Einlieferung je Hektare in Kilogramm	3 573	4 277	4 747	5 050	5 367	5 462	95	1,8
Ø Einlieferung je Kuh in Kilogramm	4 394	5 053	5 421	5 544	5 691	5 739	48	0,8
Ø Milchleistung der Herdebuchtiere je Kuh in Kilogramm **	5 842	6 405	6 997	7 025	6 996	7 066	70	1,0

* Ganzjahresbetriebe und Betriebsgemeinschaften (ohne Sömmerungsbetriebe)

** Kontrolljahr Mai-April

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Entwicklung der Anzahl Milchproduzenten und der Milcheinlieferungen von 1985 bis 2009



Seit dem Milchjahr 2000/01 hat die Anzahl Milchproduzenten um 29 Prozent abgenommen, hingegen ist die durchschnittliche Milcheinlieferung pro Betrieb um 54 Prozent angestiegen.

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Vertragspreise für Molkereimilch ÖLN und Bio

	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Differenz 2009/2008
	2008	2009	
Erstmilchkäufer ÖLN-Milch	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Arnold Produkte AG	75,02	58,92	- 16,10
Crema SA	74,29	61,87	- 12,43
Elsa SA	76,40	64,00	- 12,40
Emmi-Berno	75,02	60,47	- 14,54
Emmi-ZeNoOs	75,02	60,63	- 14,39
Fédération LRG	72,38	61,48	- 10,90
Fromalp AG	76,00	62,00	- 14,00
Lanz Molkerei AG	76,43	65,19	- 11,24
LATI	75,55	66,67	- 8,88
Lobag Milch AG	73,33	60,14	- 13,19
MIBA	72,40	58,44	- 13,97
Mittellandmolkerei AG	75,02	60,88	- 14,14
NordOstMilch AG	74,56	59,31	- 15,25
Prolait SA	-	60,87	-
Schwyz Milchhuus	75,53	64,21	- 11,33
Strähl Käse AG	75,49	63,50	- 11,99
Swiss Premium AG	77,14	61,41	- 15,73
Thur Milch Ring AG	74,76	59,60	- 15,17
Vallait SA	74,37	65,97	- 8,40
ZMP	77,20	60,26	- 16,94
Züger Frischkäse AG	76,41	65,08	- 11,33
Gewichtetes Mittel	74,79	60,52	- 14,26
Erstmilchkäufer Bio-Milch			
Crema SA	87,82	75,40	- 12,42
Fédération LRG	85,47	77,92	- 7,55
Lobag Milch AG	-	73,28	-
MIBA	86,15	75,99	- 10,17
Mittellandmolkerei AG	88,30	78,14	- 10,16
NordOstMilch AG	80,31	66,14	- 14,17
Schwyz Milchhuus	90,28	78,42	- 11,87
ZMP	89,12	79,39	- 9,72
Züger Frischkäse AG	89,08	78,38	- 10,71
Gewichtetes Mittel	87,36	76,47	- 10,89

Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch ÖLN

Käsesorte	Kalenderjahr	Kalenderjahr	Differenz 2009/2008
	2008	2009	
	Rp./kg	Rp./kg	Rp./kg
Appenzeller®	83,90	75,12	- 8,78
Bündner Bergkäse	83,71	68,86	- 14,85
Diverse Käse	86,45	79,22	- 7,23
Emmentaler Switzerland AOC	76,55	69,78	- 6,77
Le Gruyère AOC	81,27	79,93	- 1,34
Sbrinz AOC	77,42	70,69	- 6,73
Tête de Moine AOC	79,44	80,61	1,17
Tilsiter Switzerland	81,58	70,89	- 10,69
Gewichtetes Mittel	79,65	74,83	- 4,82

SMP Milchpreismonitoring

Wer bezahlt wieviel für die Milch? Im Rahmen des Milchpreismonitorings berechnet und publiziert die SMP die Milchpreise von einzelnen Milchkäufern und Käsesorten sowohl für ÖLN- als auch für Bio-Milch. Das SMP Milchpreismonitoring ist eine freiwillige Selbsthilfemassnahme der Milchbauern und beruht nebst der Berechnung der Vertragspreise auf der systematischen monatlichen Auswertung der Milchgeldabrechnungen von einzelnen Milchproduzentinnen und Milchproduzenten.

Vertragspreise Molkereimilch

Für die beobachteten Milchkäufer von Molkereimilch berechnet die SMP aufgrund der Vertragsbedingungen den standardisierten Vertragspreis. Die Berechnungsbasis bildet eine jährliche Liefermenge von 120'000 Kilogramm Milch mit einem standardisierten Gehalt von 4,0 Prozent Fett und 3,3 Prozent Eiweiss. Die Milch wird jeden zweiten Tag ab Hof abgeholt. Im Vertragspreis sind alle zum Voraus festgelegten Preisbestandteile enthalten, insbesondere die saisonale Preisstaffelung sowie Lademengenzuschläge. Nicht enthalten sind in ihrer Höhe nicht festgelegte Bestandteile wie Boni, Prämien und Nachzahlungen sowie die Beiträge an Selbsthilfemassnahmen und Organisationen.

Ausbezahlte Milchpreise für Käseemilch

Im ausbezahlten Milchpreis für Käseemilch franko Käserei eingeliefert sind folgende Preiskomponenten enthalten: Basispreis, Verkäsungszulage, saisonale Preisstaffelung, Lademengen, Zuschläge beziehungsweise Abzüge für Gehalt und Transport, Qualitätszuschläge, periodische Nachzahlungen sowie Boni und Prämien aller Art. Im ausbezahlten Käseemilchpreis nicht enthalten sind: Siloverzichtszulage, Molke, Beiträge an Selbsthilfemassnahmen und Organisationen, sonstige Verrechnungen, Gegenleistungen aller Art wie beispielsweise Warenbezüge oder Mieten.

swissmilk.ch/milchpreis

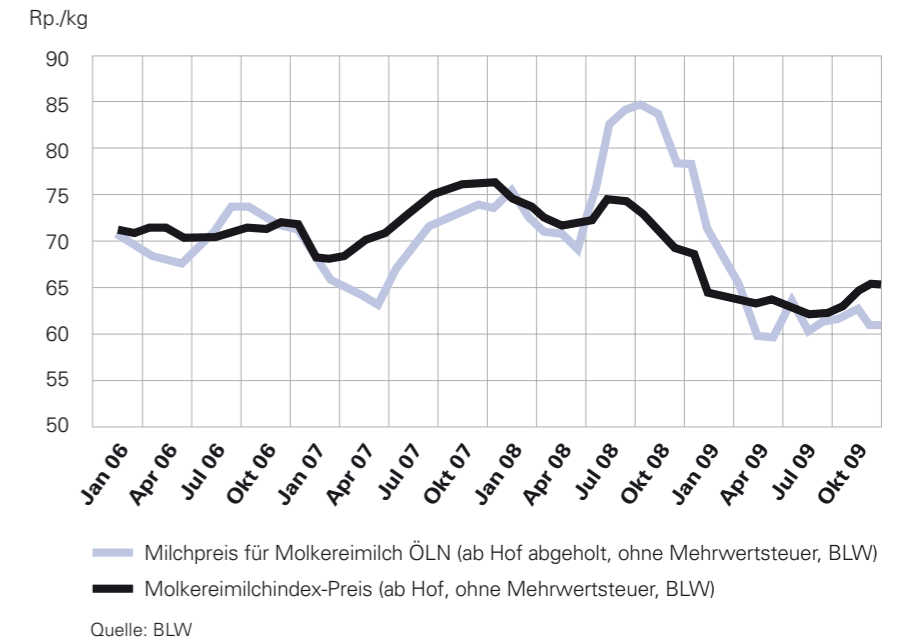
Erläuterungen zum Molkereimilchindex-Preis

Seit Herbst 2009 publiziert das Bundesamt für Landwirtschaft BLW monatlich den Molkereimilchpreis-Index. Die Art und Weise der Index-Berechnung beruht auf einem Branchenkonsens, um die Diskussion der Milchpreisentwicklung und damit auch die Milchpreisverhandlungen zu versachlichen. Der Molkereimilchpreis-Index 100 entspricht dem durchschnittlichen Produzentenpreis für Industriemilch aus dem Jahr 2005, der damals bei 71,04 Rappen pro Kilogramm Milch (ab Hof oder Sammelstelle abgeholt) lag. Diese Eichung ermöglicht es, den Index in einen Produzentenpreis, den so genannten Molkereimilchindex-Preis, umzurechnen. Dieser bildet vergangenheitsbezogen die Entwicklung der Preise von Molkereimilchprodukten für den Detailhandel und die Industrie sowie die Produzentenpreise für Milch in den umliegenden Ländern ab. Die Grafik stellt den Indexpreis dem realisierten Preis gegenüber.

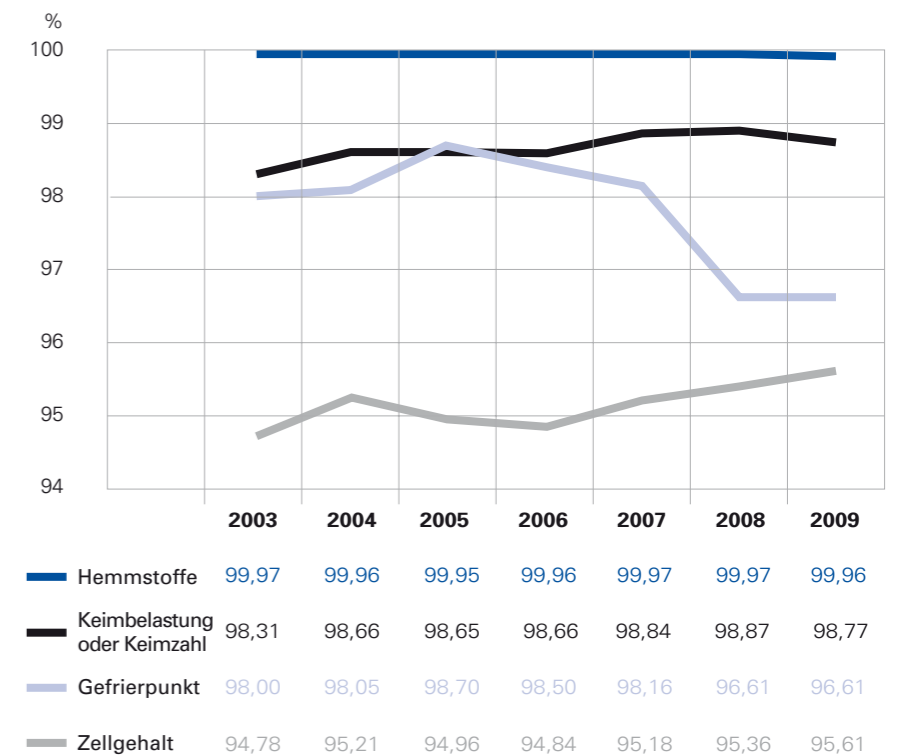
Erläuterungen zur Qualitätskontrolle

Die Qualität der Verkehrsmilch war, wie bereits in den vorangehenden Jahren, auch im Kontrolljahr 2009 ausserordentlich gut. In den beiden Labors Qualitas und Suisselab wurden total 353'149 Milchproben untersucht. Bezüglich der Keimbelastung beziehungsweise der Keimzahl waren 98,77 Prozent der Proben ohne Beanstandung, bezüglich des Zellgehalts 95,61 Prozent und bezüglich des Hemmstoffnachweises 99,96 Prozent. Bezüglich des Gefrierpunkts waren 96,61 Prozent ohne Beanstandung. Milchlieferungen mussten aufgrund der Keimbelastung in nur 60 Fällen verhängt werden, wegen zu hohem Zellgehalt in 48 Fällen und wegen positivem Hemmstoffnachweis in 123 Fällen.

Molkereimilchpreis und Molkereimilchindex-Preis

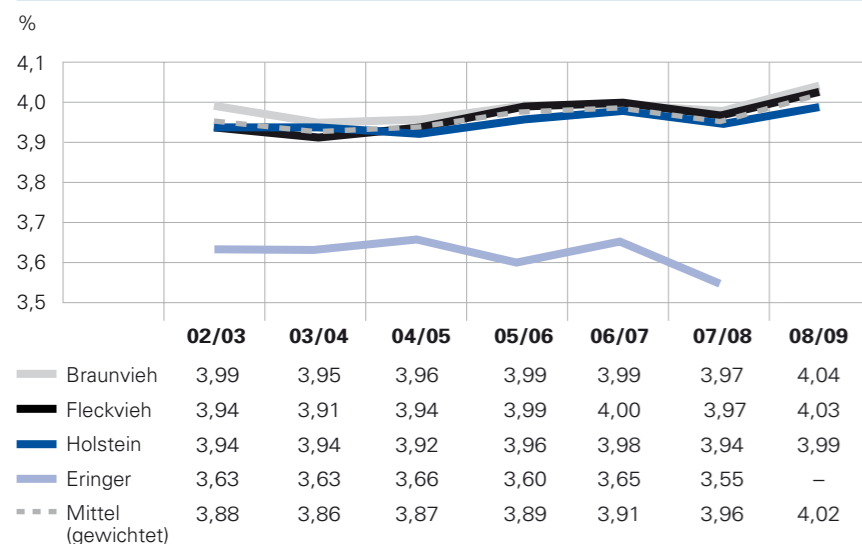


Ergebnisse der Qualitätskontrolle der Verkehrsmilch: Milchproben ohne Beanstandung



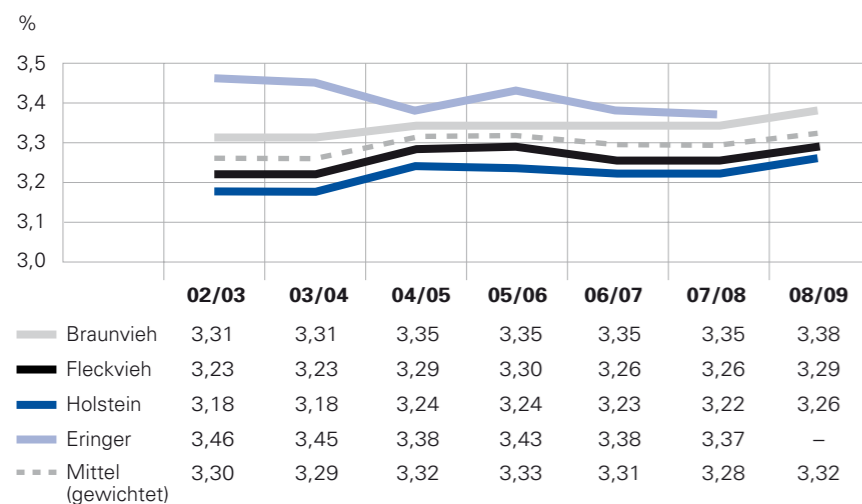
Gehalt

Fettgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)



Quelle: Milchstatistik der Schweiz

Eiweissgehalt der Milch der vier Rassen (Milchleistungsprüfungen)



Quelle: Milchstatistik der Schweiz

Verarbeitung

Milchverwertung nach Milchäquivalent (MAQ)*

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen MAQ	Produktion 2009 Tonnen MAQ	Veränderung 2009/2008 Tonnen MAQ	Veränderung 2009/2008 %
Käse	1 443 644	1 429 872	- 13 772	- 1,0
Quark	16 855	16 808	- 47	- 0,3
Konsummilch	438 267	425 410	- 12 857	- 2,9
Konsumrahm	258 686	262 261	3 575	1,4
Jogurt	115 435	114 997	- 438	- 0,4
Übrige Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	109 295	99 010	- 10 285	- 9,4
Dauermilchwaren	361 144	367 990	6 846	1,9
Butter	550 636	572 021	21 385	3,9
Andere Verwertung	129 086	126 983	- 2 103	- 1,6
Total Vollmilchverwertung	3 423 048	3 415 352	- 7 696	- 0,2

* Ein Milchäquivalent (MAQ) entspricht den Inhaltsstoffen Eiweiss und Fett eines Kilogramms Milch.

Konsummilchproduktion

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen	Produktion 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Rohmilch	10 918	9 594	- 1 324	- 12,1
Fettangereicherte Milch pasteurisiert	0	0	0	-
Fettangereicherte Milch UHT	1 007	958	- 49	- 4,9
Vollmilch pasteurisiert	92 656	58 501	- 34 155	- 36,9
Vollmilch UHT	176 881	22 190	- 154 691	- 87,5
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* pasteurisiert	0	33 967	33 967	-
Standardisierte Vollmilch 3,5 % MF* UHT	0	158 803	158 803	-
Teilentrahmte Milch pasteurisiert	81 085	80 213	- 872	- 1,1
Teilentrahmte Milch UHT	110 031	112 474	2 443	2,2
Trinkmagermilch pasteurisiert	110	7	- 103	- 93,6
Trinkmagermilch UHT	15 716	14 915	- 801	- 5,1
Total Konsummilch	488 404	491 622	3 218	0,7

* Milchfett

Konsumrahmproduktion

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen	Produktion 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Doppelrahm	635	674	39	6,1
Vollrahm (35 und 45 % Fett)	27 389	28 056	667	2,4
Halbrahm (25 bis 30 % Fett)	14 007	14 541	534	3,8
Kaffeerahm	25 581	25 000	- 581	- 2,3
Total Konsumrahm	67 612	68 271	659	1,0

Produktion von anderen Milchspezialitäten

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen	Produktion 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Sauermilch	6 286	6 664	378	6,0
Sauerrahm	2 208	2 447	239	10,8
Dessertprodukte	23 457	22 480	- 977	- 4,2
Milchgetränke	79 017	72 018	- 6 999	- 8,9
Jogurt	14 784	141 585	126 801	858,0
Kefir	201	174	- 27	- 13,4
Speiseeis	22 440	23 606	1 166	5,2

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Milchpulver/Butter

Produktion von Magermilch, Milchpulver und Milchkondensat

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen	Produktion 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Magermilch (verarbeitet)				
Frisch verfüttert*	6 824	–	–	–
Säurekasein	11	59	48	436,4
Kaseinate	9 418	12 253	2 835	30,1
Promilk	222 016	194 816	– 27 200	– 12,3
Milchprotein	29 276	14 062	– 15 214	– 52,0
Total Magermilch (ohne MEFM**)	267 545	221 190	– 39 531	– 15,2
Vollmilchpulver (26%)	17 695	15 697	– 1 998	– 11,3
Übriges fetthaltiges Milchpulver + Rahmpulver	4 782	4 505	– 277	– 5,8
Magermilchpulver	29 531	38 224	8 693	29,4
Buttermilchpulver ***	853	721	– 132	– 15,5
Molkenpulver ***	4 030	3 691	– 339	– 8,4
Total Milchpulver, Milchkondensate	56 891	62 838	5 947	10,5

* Nach Aufhebung der Beihilfe keine Daten mehr verfügbar ** MEFM = Milchersatz-Futtermittel *** inklusive Veredelungsverkehr
Quelle: TSM Treuhand GmbH, BSM

Butterproduktion

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen	Produktion 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Butter				
Vorzugsbutter	41 474	45 090	3 616	8,7
Sirtenrahmbutter	1 920	1 820	– 100	– 5,2
Gesammelte Butter	79	59	– 20	– 25,3
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)*	43 473	46 969	3 496	8,0

* Die Butterproduktion gemäss Statistik der TSM Treuhand GmbH betrug 2009 47 895 t (Vorjahr 45 736 t)
Quelle: BO Butter

Butterverkäufe

Kategorie	Verkäufe 2008 Tonnen	Verkäufe 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Butter				
Vorzugsbutter	5 856	6 433	577	9,9
«Die Butter» (Kleinpackungen)	12 642	12 747	105	0,8
Milch-Sirtenrahmbutter	181	146	– 35	– 19,3
Butter in Spezialprodukten*	727	1 092	365	50,2
Industrie- und Gewerbe-Butter (inkl. Bäckereibutter)	16 616	15 795	– 821	– 4,9
Total: Wasserhaltige Butter 82% Fett	36 022	36 213	191	0,5
Total: Entwässerte Butter (umgerechnet in 82% Fett)	6 246	6 094	– 152	– 2,4
Total Butter (ohne Ortsverkäufe)	42 268	42 307	39	0,1

* Butterzubereitungen, Lightbutter etc.
Quelle: BO Butter

Käseproduktion

Käseproduktion

Kategorie	Produktion 2008 Tonnen	Produktion 2009 Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Quark	9 633	10 038	405	4,2
Mozzarella	17 184	17 176	– 8	– 0,0
Mascarpone	610	623	13	2,1
Übrige Frischkäse	15 194	15 809	615	4,0
Frischkäse total	42 617	43 643	1 026	2,4
Weisschimmelkäse, mager bis viertelfett	0	0	0	
Weisschimmelkäse, halb- bis vollfett	1 236	1 301	65	5,3
Weisschimmelkäse, überfett	1 475	1 655	180	12,2
Blau- , Grün- und Schimmelkäse	9	6	– 3	– 33,3
Tommes	2 283	2 044	– 239	– 10,5
Vacherin Mont d'Or AOC	529	548	19	3,6
Weichkäse andere, mager- bis viertelfett	279	676	397	142,3
Weichkäse andere, halb- bis vollfett	941	751	– 190	– 20,2
Weichkäse andere, überfett	432	398	– 34	– 7,9
Weichkäse total	7 182	7 378	196	2,7
Appenzeller®	8 924	8 855	– 69	– 0,8
Tilsiter Switzerland	4 177	3 873	– 304	– 7,3
Walliser Käse (Walliser Raclettekäse AOC)	2 164	2 099	– 65	– 3,0
Schweizer Raclettekäse	11 538	11 209	– 329	– 2,9
Vacherin Fribourgeois AOC	2 547	2 427	– 120	– 4,7
Tête de Moine AOC	2 197	2 213	16	0,7
Jurakäse	229	264	35	15,3
Winzerkäse	422	397	– 25	– 5,9
Mutschli	584	518	– 66	– 11,3
Alpkäse, halbhart	1 960	2 038	78	4,0
Bündner Bergkäse	840	725	– 115	– 13,7
Berg- und Schnittkäse, halbhart	2 075	2 248	173	8,3
St. Paulin Suisse	732	651	– 81	– 11,1
Schweizer Edamer	389	311	– 78	– 20,1
Kaltgereifter Käse	18	8	– 10	– 55,6
Halbhartkäse mit Schimmelbildung	201	250	49	24,4
Conveniencekäse	2 051	1 811	– 240	– 11,7
Schmelzrohware vollfett auf Bestellung	1 636	1 633	– 3	– 0,2
Halbhartkäse andere, mager bis viertelfett	632	962	330	52,2
Halbhartkäse andere, halb- bis vollfett	9 948	11 567	1 619	16,3
Halbhartkäse andere, überfett	2 387	2 491	104	4,4
Halbhartkäse total	55 649	56 560	911	1,6
Emmentaler AOC	28 830	25 722	– 3 108	– 10,8
Switzerland Swiss	3 139	2 972	– 167	– 5,3
Le Gruyère AOC	28 206	28 420	214	0,8
Alpkäse hart	1 829	1 916	87	4,8
Hartkäse andere, mager bis viertelfett	47	378	331	704,3
Hartkäse andere, halb- bis vollfett	8 596	8 168	– 428	– 5,0
Hartkäse andere, überfett	30	130	100	333,3
Hartkäse total	70 677	67 706	– 2 971	– 4,2
Sbrinz AOC	2 128	1 863	– 265	– 12,5
Extra Hartkäse total	2 128	1 863	– 265	– 12,5
Reiner Ziegenkäse	869	894	25	2,9
Reiner Schafkäse	209	225	16	7,7
Spezialprodukte total	1 080	1 120	40	3,7
Total alle Käsesorten	179 338	178 276	– 1 062	– 0,6

Quelle: TSM Treuhand GmbH

Importe

umgerechnet in Frischmilch	2008 Tonnen	2009* Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Frischmilch, Jogurt	32 000	34 900	2 900	9,1
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmittel	35 000	41 100	6 100	17,4
Schokolade, Speiseeis	25 300	27 300	2 000	7,9
Kondensmilch, sterilisierte Milch	2 300	2 300	0	0,0
Butter**	123 600	120 200	-3 400	-2,8
Weichkäse	233 500	257 100	23 600	10,1
Hart- und Halbhartkäse	213 700	212 800	-900	-0,4
Schmelzkäse	21 200	29 100	7 900	37,3
Total Milchprodukte	686 600	724 800	38 200	5,6

* Provisorische Daten ** Inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)

Exporte

umgerechnet in Frischmilch	2008 Tonnen	2009* Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Frischmilch, Jogurt	6 800	5 900	-900	-13,2
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmittel	197 100	194 500	-2 600	-1,3
Schokolade, Speiseeis	125 300	119 000	-6 300	-5,0
Kondensmilch, sterilisierte Milch	22 600	21 200	-1 400	-6,2
Butter**	89 100	234 600	145 500	163,3
Weichkäse	30 200	43 800	13 600	45,0
Hart- und Halbhartkäse	612 600	612 100	-500	-0,1
Schmelzkäse	40 800	36 300	-4 500	-11,0
Total Milchprodukte	1 124 500	1 267 400	142 900	12,7

* Provisorische Daten ** Inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)

Bilanz (Exporte – Importe)

umgerechnet in Frischmilch	2008 Tonnen	2009* Tonnen	Veränderung 2009/2008 Tonnen	Veränderung 2009/2008 %
Frischmilch, Jogurt	-25 200	-29 000	-3 800	15,1
Milch- und Rahmpulver, Kindernährmittel	162 100	153 400	-8 700	-5,4
Schokolade, Speiseeis	100 000	91 700	-8 300	-8,3
Kondensmilch, sterilisierte Milch	20 300	18 900	-1 400	-6,9
Butter**	-34 500	114 400	148 900	-431,6
Weichkäse	-203 300	-213 300	-10 000	4,9
Hart- und Halbhartkäse	398 900	399 300	400	0,1
Schmelzkäse	19 600	7 200	-12 400	-63,3
Total Milchprodukte	437 900	542 600	104 700	23,9

* Provisorische Daten ** Inkl. Butteröle, Butterzubereitungen (Schoggigesetz)

Quelle: OZD, SBV

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

Zentrale

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

SMP Marketing

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

Auskünfte für Produzenten

Thomas Reinhard, Telefon 031 359 54 82

Marketing-Dienstleistungen für Produzenten Bestell-Hotline

Amanda Züttel, Telefon 031 359 57 77

Auskünfte und Beratung

Hans Eggimann, Telefon 031 359 57 31

Bestellungen von Broschüren, Werbeartikeln etc.

Contact Center, Telefon 031 359 57 28

Medienauskünfte

Wirtschaft und Politik

Christoph Grosjean-Sommer, Telefon 031 359 53 18

Marketing/PR

Nicole Huwyler, Telefon 031 359 57 58

Online

www.swissmilk.ch
www.swissmilk.ch/smpnews
www.swissmilk.ch/medien

Impressum

Schweizer Milchproduzenten SMP
Weststrasse 10
3000 Bern 6
Telefon 031 359 51 11
Telefax 031 359 58 51
www.swissmilk.ch
smp@swissmilk.ch
© Copyright by SMP
April 2010
Fotos: SMP
Grafik: Aebi Grafik&Illustration, Bern
Druck: Merkur Druck AG, Langenthal