

SMP · PSL

*Schweizer Milchproduzenten
Producteurs Suisses de Lait
Produttori Svizzeri di Latte*

Weststrasse 10
Postfach
CH-3000 Bern 6

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



Schweizerische Arbeitsgemeinschaft
für die Berggebiete (SAB)

Seilerstrasse 4
CH-3001 Bern

Telefon 031 382 10 10
Telefax 031 382 10 16
info@sab.ch
www.sab.ch



Aktiv **für**
unsere Region:
mit lokaler
Milchverarbeitung



Schweizerische Arbeitsgemeinschaft
für die Berggebiete (SAB)



Schweizer Milchproduzenten SMP





Impressum

- Herausgeber:** Schweizer Milchproduzenten (SMP),
Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
- Projektleitung:** Samuel Lüthi (SMP)
- Autorinnen
und Autoren:** Sibylle Meyre (SAB), Martin Raaflaub (SMP),
Roger Schwarzenbach (SHL), Franziska Wirz (SMP), Urs Zaugg (SHL)
- Übersetzung:** M. Monney
- Layout:** aebi, grafik und illustration
- Auflage:** 7 000 deutsch, 3 000 französisch
- Bezugsquellen:** Die Broschüre «Aktiv für unsere Region: mit lokaler Milch-
verarbeitung», das «Handbuch für die regionale Milchbranche»,
der Bericht «Lösungen für die Schotterverwertungsproblematik»
sowie weitere Studien zum Projekt «Milchverarbeitung in
Randregionen» können bestellt werden bei:
- Schweizer Milchproduzenten (SMP)
Weststrasse 10
3000 Bern 6
Email: infoverband@swissmilk.ch
- Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
Seilerstrasse 4
3001 Bern
Email: info@sab.ch

März 2003

Inhalt

- 4 **Vorwort**
- 5 **Die Milchwirtschaft unter Druck**
- 6 **Entwicklung der Milchproduktion**
6 Entwicklung der Milchproduktion in der Schweiz
8 Entwicklung der Milchproduktion in Randregionen
8 Beratungsinstrumente
- 9 **Ansätze zur Problemlösung**
9 Lösungen für die Schotterproblematik
- 10 **Hohe Wertschöpfung dank regionaler
Milchverarbeitung**
11 Definition und Berechnung der Wertschöpfung
12 Tête de Moine – eine Erfolgsgeschichte
14 Käse aus dem Biosphärenreservat
16 «Natürl» – ein erfolgreiches Regional-
marketingprojekt aus dem Zürcher Berggebiet
- 18 **Die Erfolgsfaktoren**
18 Akteure
19 Produkte und Herstellung
19 Kommunikation
20 Absatzkanäle
20 Finanzen und Rechnungswesen
20 Unternehmensstrategie
- 21 **Wie steht es um die Milchwirtschaft
in Ihrer Region?**
- 22 **Kontakt**

Gemeinschaftsprojekt der Schweizerischen
Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)
und der Schweizer Milchproduzenten (SMP).

Beim Projekt arbeiteten die Schweizerische

**Hochschule für Landwirtschaft (SHL), das Institut für Agrarwirtschaft der ETH
Zürich, sowie die regionalen Milchproduzentenorganisationen und die Fromarte
mit. Wir danken dem Bundesamt für Landwirtschaft und der Schweizer Berg-
hilfe für die finanzielle Unterstützung.**



Der Zielkatalog des Landwirtschaftsartikels in der Bundesverfassung verpflichtet den Bund unter anderem, dafür zu sorgen, dass die Landwirtschaft durch eine nachhaltige und auf den Markt ausgerichtete Produktion einen wesentlichen Beitrag zur dezentralen Besiedelung des Landes leistet.

Vorwort

Globalisierung, Liberalisierung und Öffnung der Märkte setzen die produzierende Landwirtschaft in der Schweiz unter grossen Druck. Wenn wir den Kräften, welche die Produktion auf die billigsten Standorte verlagern, nichts entgegensetzen, wird die Milchproduktion rasch aus den benachteiligten Gebieten verschwinden.

Wie also können wir dafür sorgen, dass die Milchproduktion und damit die Wertschöpfung und das Synergiepotential zum Tourismus auch in Randregionen erhalten bleiben? Schaukäsereien, Käsemärkte und Älplerfeste bereichern nicht nur das Touristikprogramm, sie sind auch ausgezeichnete Instrumente, um die Leistungen der Landwirtschaft zu kommunizieren und die Attraktivität der Regionen zu steigern. Kuhalpung, Alpkäseproduktion und die damit verbundenen Traditionen sind viel mehr als Folklore. Aus all diesen Gründen sollen die bestehende regionale Milchverarbeitung gesichert und neue Projekte zur Herstellung und Vermarktung von Milchprodukten unterstützt und begleitet werden. Bemühungen, welche die dezentrale Verarbeitung in Randregionen fördern, sollen koordiniert und in die Regionalpolitik eingebettet werden.

Im Projekt «Milchverarbeitung in Randregionen» haben Fachleute verschiedenster Herkunft gearbeitet. Wir danken allen, die sich am Projekt in irgendeiner Weise engagiert haben. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Erfüllung von Artikel 104 der Bundesverfassung und zur nachhaltigen Stärkung der Randregionen. Als nächster Schritt müssen die Erkenntnisse in die Praxis umgesetzt werden.



*Samuel Lüthi
Direktor der
Schweizer Milch-
produzenten*



*Thomas Egger
Direktor der
Schweizerischen
Arbeitsgemeinschaft
für die Berggebiete*



Die Milch- wirtschaft unter Druck

Die Milchproduzenten sind unter grossem Druck – besonders diejenigen in Randregionen. Die Entwicklung auf dem Milchmarkt ist unsicher und Meldungen über Käseerziehungen häufen sich. Der Strukturwandel ist in diesen Gebieten stärker spürbar und Alternativen für den Milchabsatz sind eingeschränkt. Die Milchproduktion und die Milchverarbeitung in Randregionen verändern sich stark. Gründe dafür sind, dass die Anzahl Landwirtschaftsbetriebe allgemein abnimmt, Milchkontingente verkauft werden und viele Betriebe auf Mutterkuhhaltung oder Aufzucht umstellen. Zudem werden beachtliche Milchmengen aus den Regionen wegtransportiert und an Grossmolkereien geliefert. Eine wirtschaftliche Milchverarbeitung und damit eine bessere Wertschöpfung ist jedoch nur möglich, wenn eine Mindestmilchdichte in der Region vorhanden ist und Solidarität zur gemeinsamen Verarbeitung besteht. Wird die Milch regional verarbeitet, bleiben Arbeitsplätze und Wertschöpfung in der Region.

Bereits vor der Milchkrise im Herbst 2002 haben sich die SAB und die SMP zusammengetan, um ein Projekt zu lancieren. Denn schon vor zwei Jahren mussten wir feststellen, dass viele Käsereien in Probleme geraten und aufgegeben werden.

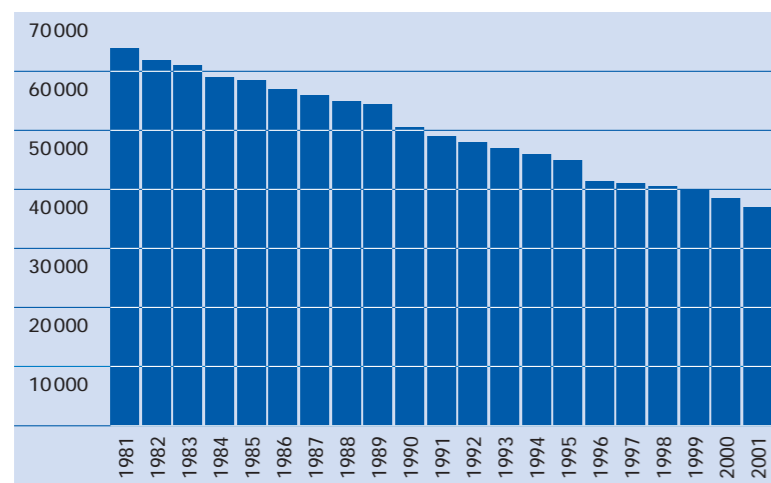
Das Projekt «Milchverarbeitung in Randregionen» engagiert sich für eine wirtschaftliche, regionale Milchverarbeitungskette. In verschiedenen Regionen der Schweiz wurden zahlreiche Studien durchgeführt.

Anhand der Berechnung der Wertschöpfung in verschiedenen Regionen wurde die Bedeutung der Milchverarbeitung für die jeweilige Region aufgezeigt. Des Weiteren wurde im Rahmen des Projektes als Beratungshilfsmittel ein Kataster erstellt, der es ermöglicht, auf Karten die Milchdichten, die Verarbeitungskapazitäten und die Transportwege visuell darzustellen. Zahlreiche Käsereien, die in den letzten Jahren wichtige und innovative Entwicklungsschritte gemacht haben, wurden analysiert, um daraus die Erfolgsfaktoren für solche Projekte zu beschreiben. Ausserdem wurden Lösungen für die Verwertung der anfallenden Schotte gesucht. Die Ergebnisse der Studien werden in der vorliegenden Broschüre vorgestellt. Die Broschüre stellt eine Zusammenfassung der Resultate dar und zeigt ausgewählte Beispiele auf.

Entwicklung der Milchproduktion in der Schweiz

Eine Abnahme der Anzahl Milchproduzenten ist schon seit längerem zu beobachten, aber seit dem Jahre 2000 beschleunigte sich der Rückgang. Diejenigen Betriebe, die weiterhin in der Milchproduktion bleiben, produzieren aber deutlich mehr Milch, bzw. das Milchkontingent pro Betrieb wurde grösser. 2001/02 betrug das durchschnittliche Milchkontingent pro Betrieb über 83 000 kg. Vor zehn Jahren lag es noch bei 59 000 kg. Das Kontingent von einem Talbetrieb betrug 2001/02 im Schnitt 98 000 kg Milch, dasjenige von einem Bergbetrieb 64 000 kg Milch.

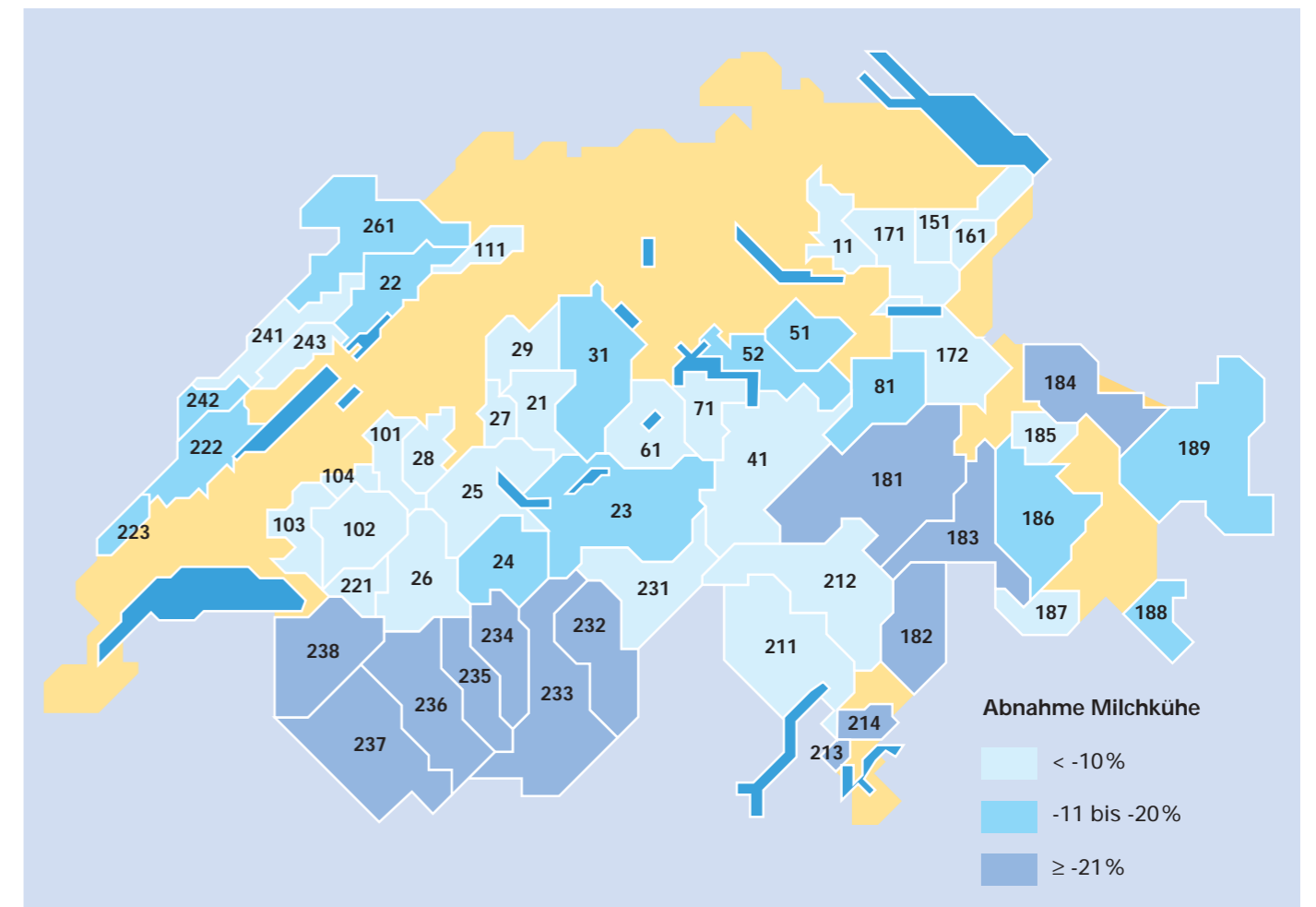
Abnahme der Anzahl Milchproduzenten in der Schweiz 1981 – 2001



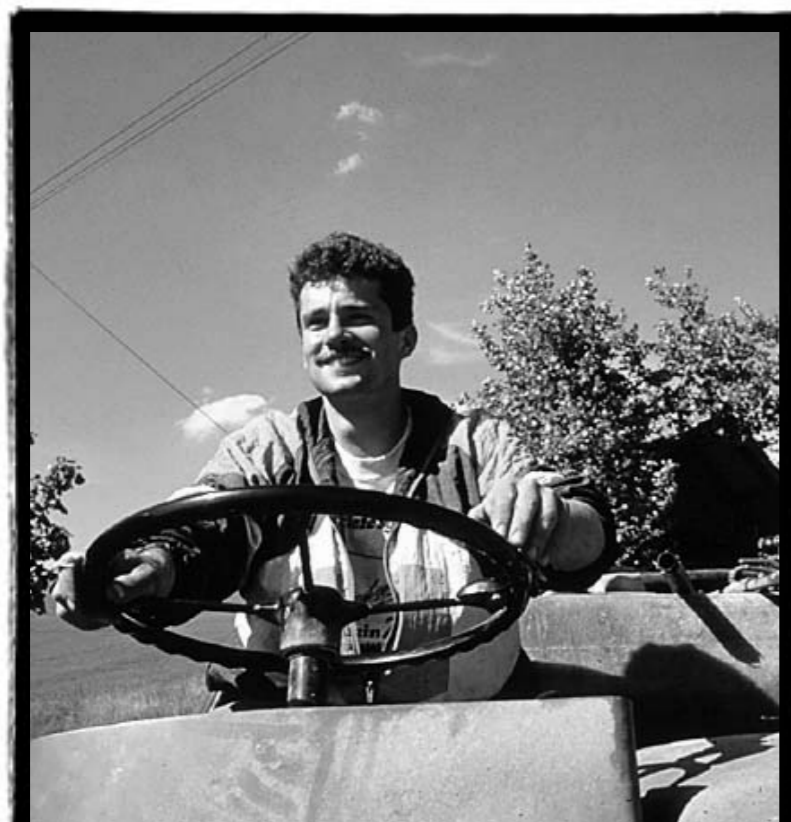
Entwicklung der Milchproduktion

Gleichzeitig nahm die durchschnittliche Milchleistung pro Kuh stark zu. Aufgrund des Zuchtfortschritts gibt eine Kuh heute rund 1 000 kg mehr Milch als vor zehn Jahren. Dies bedeutet, dass für die selbe Milchmenge weniger Kühe gehalten werden.

Veränderung der Anzahl Milchkühe in den IHG-Regionen 1996/2000



11 Zürcher Berggebiet	151 Appenzell A.Rh.	233 Visp-Westlich Raron
21 Oberes Emmental	161 Appenzell I.Rh.	234 Leuk
22 Jura-Bienne	171 Toggenburg	235 Sierre
23 Oberland-Ost	172 Sarganserland-Walensee	236 Sion
24 Kandertal	181 Surselva	237 Martigny
25 Thun-Innerport	182 Moesano	238 Chablais
26 Obersimmental-Saanenland	183 Regio Viamala	241 Centre-Jura
27 Kiestal	184 Prättigau	242 Val-de-Travers
28 Schwarzwasser	185 Schanfigg	243 Val-de-Ruz
29 Trachselwald	186 Mittelbünden	261 Jura
31 Luzerner Berggebiet	187 Bregaglia	
41 Uri	188 Poschiavo	
51 Einsiedeln	189 Unterengadin-Münstertal	
52 Innerschwyz	211 Locarnese e Vallemaggia	
61 Sarneraatal	212 Tre Valli	
71 Nidwalden	213 Malcantone	
81 Glarner Hinterland-Sernftal	214 Valli di Lugano	
101 Sense	221 Pays-d'Enhaut	
102 Gruyère	222 Nord-Vaudois	
103 Glâne-Veveyse	223 Vallée de Joux	
104 Haute-Sarine	231 Goms	
111 Thal	232 Brig-Aletsch	



Entwicklung der Milchproduktion in Randregionen

Die Randregionen werden in diesem Projekt als die Gebiete der 54 IHG-Regionen¹⁾ definiert. Diese sind aufgrund von geografischen und wirtschaftlichen Kriterien abgegrenzt.

Der Milchabsatz in diesen Gebieten ist ohne lokale Milchverarbeitung sehr schwierig. Industrielle Milchabnehmer haben oft wenig Interesse an dieser Milch, da die Transportwege umständlich sind und höhere Kosten verursachen. Zusätzlich ist die Liefermenge saisonal sehr unterschiedlich. Meist ist während der Alpzeit keine Milch verfügbar, da sie direkt auf der Alp verkäst wird.

Um den Wandel in der Milchwirtschaft von Randregionen aufzuzeigen, wird in der Karte Seite 7 die Veränderung der Milchkuhbestände dargestellt. Die Anzahl Milchkuhe ist in der untersuchten Periode von 1996 bis 2000 in der gesamten Schweiz um 11% zurückgegangen. Die Karte zeigt, dass der Rückgang in gewissen Randregionen mit über 21% deutlich stärker war. Diese «gefährdeten» Regionen befinden sich in den Kantonen Wallis, Graubünden und Tessin. In Bezug auf die Milchwirtschaft besteht dort eindeutig Handlungsbedarf.

¹⁾ Die IHG-Regionen basieren auf dem Investitionshilfegesetz, welches zum Ziel hat, dem Bevölkerungsrückgang und dem Verlust an Arbeitsplätzen im Berggebiet entgegen zu wirken. Der Bund gewährt Beiträge an geeignete Projekte in diesen Regionen, um wirtschaftliche Impulse auszulösen.

Beratungsinstrumente

Als Hilfsmittel für die Käseberatung wurde ein EDV-Programm für ein Milchkataster erstellt. Es besteht aus Datenbanken mit Angaben über Milchproduktion und -verarbeitung in der jeweiligen Region. Mit diesen Daten können mittels geografischem Informationssystem (GIS) Karten erstellt werden, die die Milchdichte, die Transportwege, Verarbeitungskapazitäten usw. darstellen.

Die Karten dienen dazu, die besten Möglichkeiten für eine Verarbeitung in der Region sowie die optimalen Transportwege zu eruieren.

Mit dem Programm kann die Beratung gemeinsam mit den Betroffenen vor Ort Lösungen erarbeiten. Gegenwärtig (März 2003) besteht ein Programm für die Region Emmental, wo es getestet wurde. Dort hat dieser Kataster aus-sagekräftige Resultate geliefert, so dass das Programm weiteren Kreisen, insbesondere den Milchverbänden, zur Anwendung empfohlen wird.



Ansätze zur Problemlösung



Fazit für die Verfütterung von Schotte an Milchkuhe:

Aus ernährungsphysiologischer Sicht eignet sich Schotte gut als Futtermittel für Milchkuhe und Aufzuchttrinder.

Nach einer Angewöhnungsphase von ca. 10 Tagen kann Schotte den Kühen ad libitum verfüttert werden. Nebst der Schotte sollte auch Wasser angeboten werden. In der Adaptationsphase muss der Konsum von Schotten-TS begrenzt werden. Die Verfütterung von Schotte an trockenstehende Kühe ist zu vermeiden.

Die Milch von Kühen, die mit Schotte gefüttert werden, weist einen höheren Milchfettgehalt auf. Die Verschiebung des Fettsäurespektrums zu den langkettigen Fettsäuren (härterer Käseteig und härtere Butter) ist allerdings ein gewisser Nachteil.

Schotte verdrängt in erster Linie Grundfutter und nicht Kraftfutter aus der Ration. Grundfutter ist aber das preisgünstigste Futtermittel für die Milchproduktion und dazu meist in ausreichender Menge vorhanden. Aus diesem Grunde ist die Bereitschaft der Tierhalter, für Schotte Geld auszugeben, limitiert.

Lösungen für die Schotteproblematik

In Randregionen gibt es in der näheren Umgebung von Käsereien oft nicht genügend Schweine, welche die anfallende Schotte verwerten können. Aufgrund des Rückganges des Getreidepreises und der Konzentration der Schweinehaltung im Talgebiet der Schweiz sind Käsehersteller in den Kantonen Graubünden und Wallis sowie, in geringerer Masse, im Kanton Tessin und im Berner Oberland mit hohen Kosten für den Abtransport der anfallenden Schotte konfrontiert. Die betreffenden Mengen machen etwa 3 Promille des Schweizer Schotteanfalles aus.

Es handelt sich also heute noch um ein regional begrenztes Problem. Auf nationaler Ebene ist die Schotteverwertung heute nicht gefährdet.

Als kostengünstigere Alternativen gegenüber dem Abtransport bieten sich heute an:

- **Verfütterung an Kälber:** Dies ist eine interessante Möglichkeit für Hersteller, welche über eine Anlage zur Eindickung von Schotte (Umkehrosmose) verfügen. Damit wird die höchste Wertschöpfung für die Schotte erzielt, höher als in der Schweinemast. Da anstatt Gülle Mist anfällt, ist die Akzeptanz viel besser als bei der Schweinehaltung, besonders in touristischen Regionen.

- **Verfütterung an Rindvieh (Milchvieh, Jungvieh, Mastvieh, Mutterkühe):** Verschiedene ausländische Untersuchungen zeigen auf, dass dies möglich ist und die hygienischen Probleme im Griff behalten werden können. Aufgrund der hohen Grundfutterverdrängung sowie des recht hohen Aufwandes kann der Wert der Schotte nicht direkt aus den Gehalten und dem Getreidepreis abgeleitet werden. Die Kosten für diese Verwertung sind tiefer als die Kosten für den Abtransport der Schotte.

- **Weitere Konsumartikel:** Schotte weist ernährungsphysiologisch eine sehr wertvolle Zusammensetzung auf. Der Absatz von Mischgetränken auf Schottebasis, von Molkesorbets etc. dürfte zunehmen, wenn auch auf relativ tiefem Niveau. Die Produkte erlauben einen guten finanziellen Ertrag, jedoch bleiben die absetzbaren Mengen zu tief, um eine spürbare Entlastung zu bewirken. Dasselbe gilt für Kosmetikprodukte auf Schottebasis.

- **Konzentration durch Umkehrosmose:** Eine Verdoppelung des TS-Gehaltes der Schotte durch Umkehrosmose kann den Wert der Schotte beträchtlich verbessern bzw. kann die Entsorgungskosten reduziert werden. Durch die Entwicklung der Technik der Umkehrosmose sind die Preise besonders für kleine Anlagen stark gesunken. Auch in mittleren gewerblichen Käsereien können die Investitionen der Anlagen durch Mehrerlös oder Einsparungen beim Schotteabsatz innerhalb von kurzer Zeit amortisiert werden.

- **Ausbringung mit der Gülle:** Dies ist erlaubt. Bezüglich Vorschriften gelten dieselben Regeln wie für die Ausbringung der Gülle selber. Zu beachten sind die möglichen, noch weitgehend unerforschten Reaktionen von Schotte und Gülle, welche unter Umständen zu Verätzungen am Pflanzenbestand sowie zu Geruchsentwicklung führen können. Diese Entsorgungsvariante kommt wahrscheinlich nur während der Vegetationsperiode in Betracht, da im Winter der Güllelagerraum fehlt.

Eine hohe Wertschöpfung bringt Leben in die Region: Damit können die Löhne bezahlt werden, die Geldgeber erhalten den Zins für das ausgeliehene Kapital, dem Staat fallen Unternehmenssteuern für seine vielfältigen Aufgaben zu, der Aktionär erhält eine Dividende und dem Unternehmer bleibt der Gewinn. Dieser bildet, zusammen mit den Abschreibungen, den Cash Flow und damit die Grundlage für neue Investitionen oder die Rückzahlung von Schulden. Eine hohe Wertschöpfung erweitert den Handlungsspielraum einer ganzen Region und bietet den Bewohnerinnen und Bewohnern bessere Zukunftsperspektiven. Intakte Zukunftsperspektiven sind das wirksamste Mittel gegen die drohende Abwanderung.



Dank der hohen Wertschöpfung kann zudem ein wichtiger Beitrag zur Erfüllung der multifunktionalen Aufgaben wie der dezentralen Besiedlung, der Landschaftspflege und der Erhaltung der natürlichen Lebensgrundlagen erbracht werden. Beispielsweise kann ein für eine Region typisches Produkt das Identitätsbewusstsein einer Region stärken; Landwirtschafts-, Käserei- sowie Molkereibetriebe bieten Arbeitsplätze und Lehrstellen für Jugendliche an und verstärken somit die Verbundenheit mit der Region. Die Aussicht auf spätere Arbeitsstellen in der Region motiviert die Jugendlichen, einen entsprechenden Beruf zu wählen. Milchwirtschaftsbetriebe sind auf die Anwesenheit der Betriebsleiter oder ihrer Mitarbeiter angewiesen und tragen damit zur bäuerlichen Präsenz im ländlichen Alltag bei. Die abgestufte Nutzung der Wiesen und Weiden liefert einen Beitrag zur Erhaltung der typischen Kulturlandschaft in den Randregionen.

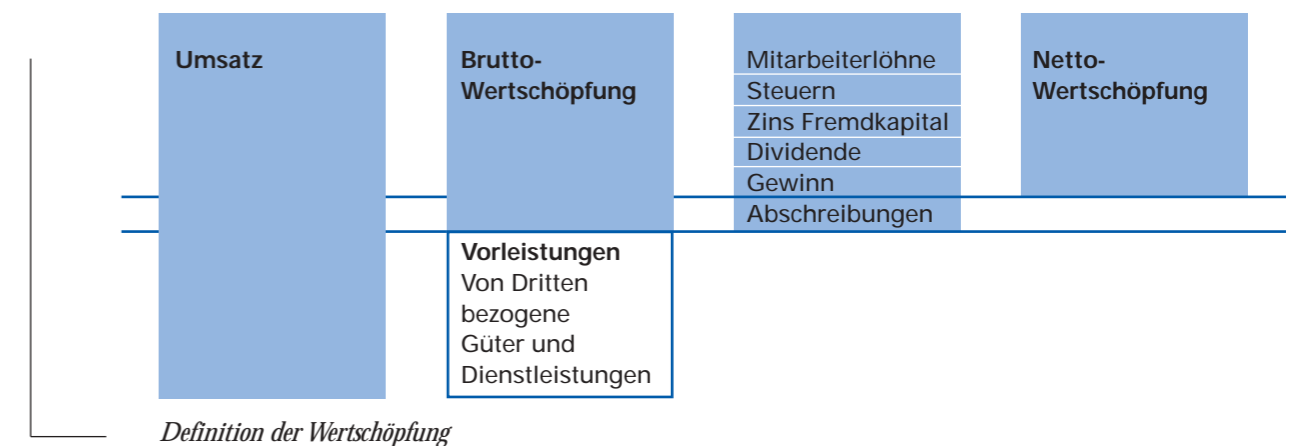
Hohe Wert- schöpfung dank regionaler Milchverarbeitung



Definition und Berechnung der Wertschöpfung

Die Wertschöpfung entspricht dem von einer Unternehmung in einer bestimmten Periode geschaffenen Wertzuwachs. Sie ist die am besten geeignete Grösse, um die Leistung einer ganzen Unternehmung oder einer ganzen Branche zu messen. Dabei wird zwischen der Nettowertschöpfung und der Bruttowertschöpfung unterschieden.

Die Nettowertschöpfung wird errechnet, indem vom Umsatz, also von der gesamten Unternehmensleistung, die von Dritten bezogenen Vorleistungen sowie die Abschreibungen abgezogen werden (Abb. 1). Die erarbeitete Wertschöpfung wird als Einkommen auf die Mitarbeiter, als Steuern an den Staat, als Zins an die Fremdkapitalgeber, als Dividende an die Eigenkapitalgeber und als Gewinn an die Unternehmer verteilt. Die Bruttowertschöpfung entspricht der Nettowertschöpfung plus dem Abschreibungsaufwand.



Neben dieser direkten Wertschöpfung entsteht eine zusätzliche, indirekte Wertschöpfung durch den Bezug von Vorleistungen:

- bei der Milchproduktion z.B. Futtermittel, Tierarzt, Klauenschneider, Viehversicherung
- bei der Käseherstellung z.B. Strom, Wasser, Kulturen, Reinigungsmittel
- bei der Affinage z.B. Strom, Holzbretter für die Lagerung, Verpackungsmaterial
- beim Verkauf im Detailhandel z.B. Verpackungsmaterial, Strom, Reinigungsmittel, Werbung.

Sofern diese Vorleistungen ebenfalls in der Region hergestellt werden, was oftmals der Fall ist, wird eine zusätzliche, indirekte Wertschöpfung in der Region erzielt.

Unsere nachfolgenden Ergebnisse beruhen auf einer möglichst genauen Schätzung der totalen Wertschöpfung (direkte und indirekte Wertschöpfung) auf den einzelnen Wertschöpfungsstufen.

Tête de Moine – eine Erfolgsgeschichte

Der Tête de Moine verfügt über eine anerkannte Ursprungsbezeichnung (AOC), wird mit der «Girolle» geschabt und entfaltet dabei sein blumig-würziges Aroma. Der Tête de Moine wird in einem genau abgegrenzten Gebiet in den Bergzonen der Amtsbezirke Courtelary, Moutier, Franches Montagnes und Porrentruy hergestellt. Im Zentrum unserer Untersuchung stand die Frage, welchen Einfluss die regionale Verarbeitung der Milch zu Tête de Moine auf die Wertschöpfung in dieser Randregion hat. Daneben wurden die dabei geschaffenen Arbeitsplätze und die Bedeutung eines regionalen Produktes für die Identität einer Region untersucht.

Von den 60 Mio kg Milch, welche in der AOC-Region produziert werden, wurden 1999 17,3 Mio kg zu Tête de Moine verarbeitet, was einem Anteil von mehr als einem Viertel der Milchmenge entspricht. Der Grossteil der übrigen Milch wird aus der Region weggeführt.

Wertschöpfungsstufe	Wertschöpfung Mio Fr.	Anteil an der totalen Wertschöpfung	Wertschöpfung in der AOC-Region Mio Fr.	Wertschöpfung ausserhalb der AOC-Region Mio Fr.
Verkauf	17.2	40 %	0.3	16.9
Verarbeitung und Affinage	11.2	26 %	10.6	0.6
Milchproduktion	14.8	34 %	14.8	0
Summe	43.2	100 %	25.7	17.5
Anteil an der totalen Wertschöpfung	–	–	60 %	40 %



Wertschöpfungskette Tête de Moine

■ Die Wertschöpfung auf Stufe Milchproduktion beträgt 14,8 Mio Franken oder 34 % der totalen Wertschöpfung (s. Tabelle). Die Produktion der Milch für den Tête de Moine schafft direkt 219 Arbeitsplätze.

■ Die Wertschöpfung auf Stufe Verarbeitung und Affinage des Tête de Moine beträgt 11,2 Mio Franken oder 26 % der totalen Wertschöpfung. Davon fallen 95 % in der Region an. Durch die Verarbeitung und Affinage werden 35 Arbeitsplätze geschaffen. Die Herstellung der Girolle schafft zusätzlich 15 Arbeitsplätze.

■ Die Wertschöpfung auf Stufe Verkauf beträgt 17,2 Mio Franken oder 40 % der totalen Wertschöpfung. Davon fällt praktisch nichts in der Region an, da der grösste Teil des Tête de Moine ausserhalb des AOC-Gebietes verkauft wird. Es werden deshalb auch kaum zusätzliche Arbeitsplätze in der AOC-Region geschaffen.

Die totale Wertschöpfung des Tête de Moine beträgt somit 43,2 Mio Franken. Davon fallen 25,7 Mio Franken oder 60 % auf die AOC-Region. 40 % der Wertschöpfung finden ausserhalb der AOC-Region statt. Mit der regionalen Verarbeitung der Milch zu Tête de Moine kann die regionale Wertschöpfung im Vergleich zur reinen Milchproduktion um über 75 % erhöht werden. Die Wertschöpfung in der Region könnte noch weiter erhöht werden mit der Verarbeitung von zusätzlicher Milch zu Tête de Moine oder durch einen vermehrten Verkauf in der Region, z.B. in Zusammenarbeit mit dem Tourismus.

Ein sehr bedeutender Produzent von Tête de Moine-Käse ist Josef Spielhofer in Cormoret im Berner Jura. Er ist 1982 als Milchkäufer eingestiegen, hat 1983 die Produktion von Tête de Moine aufgenommen und diese anschliessend kontinuierlich ausgedehnt. 1990 kaufte der dynamische Spielhofer die Käserei von der dortigen Milchgenossenschaft und realisierte eine umfassende Sanierung, um effizienter produzieren zu können. 1998 erwarb er auch die Käserei im benachbarten Renan und baute diese ebenfalls um. Im Jahr 2001 betrug die verarbeitete Milchmenge bereits rund 5 Mio kg. Damit wurden 150 t Tête de Moine, 125 t Gruyère, 30 t Mont Soleil-Käse, 40 t Montagne du Jura sowie weitere innovative Käsespezialitäten hergestellt. Spielhofer hat einen Vertrag mit den Windkraftwerken auf dem Mont Soleil abgeschlossen, wonach dortige Besuchergruppen das Programm mit einer Käsereibesichtigung ergänzen können; gleichzeitig darf er den Namen "Eolienne" für eine seiner Käsespezialitäten benutzen. Das ganze Unternehmen bietet heute 9 Angestellten einen in dieser Region besonders wertvollen Arbeitsplatz und sichert insgesamt 47 Milchproduzenten die Milchabnahme zu einem guten Preis. Der positive Beschäftigungseffekt ist damit offensichtlich. Spielhofer beabsichtigt, die Kontingentsmenge in Zukunft auf maximal 7 Mio kg aufzustocken. Um diese hohe Milchmenge rationell verarbeiten zu können, plant er einen Käserei-Neubau, welcher die Produktionsstätten in Cormoret und Renan ersetzen soll.



Käsekeller Spielhofer

Käse aus dem Biosphärenreservat

Das Entlebuch ist seit September 2001 ein anerkanntes UNESCO-Biosphärenreservat, bei welchem die Erhaltung der Natur- und Kulturlandschaft sowie die Stärkung der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturen im Vordergrund steht. Ziel ist eine nachhaltige Entwicklung nicht nur in ökologischer, sondern auch in ökonomischer und sozialer Hinsicht. Das Entlebuch gilt heute als wirtschaftsschwache Randregion mit einem vergleichsweise kleinen Industrie- und Dienstleistungssektor. Der Tourismus konzentriert sich schwergewichtig auf Sörenberg, soll aber dank der Attraktivität des Biosphärenreservates in der ganzen Region ausgebaut werden. Neben der Ansiedlung von neuen Wirtschaftsunternehmen wird eine Sicherung der im Entlebuch umfangreichen Milchproduktion und -verarbeitung volkswirtschaftlich als sehr wichtig angesehen. Im Jahr 2001 produzierten 815 Milchwirtschaftsbetriebe rund 45 Mio kg Milch für den Markt. Davon wurden 61 % vorwiegend zu Emmentaler (15 Käsereien) und Sbrinz (6 Käsereien) verarbeitet, die restlichen 39 % wurden als Molkereimilch aus der Region zu Emmi und Nestlé nach Emmen und Konolfingen weggeführt.



Käseerei Klusen in Schüpflheim



Willi Schneider ist Landwirt auf dem Hof Boumatte in Schüpflheim, dem Zentrum des Biosphärenreservates, und Präsident der Klusen Chäsi GmbH. In der Klusen Chäsi wurde bis 1992 während Jahrzehnten Emmentaler produziert, danach erfolgte ein Total-Umbau mit einer Produktionsumstellung auf Sbrinz. Willi Schneider ist zusammen mit dem Käser Franz Troxler und dessen Frau ständig auf der Suche nach neuen Ideen und Wachstumsmöglichkeiten. Im Jahr 2000 gelang es, ein zusätzliches Kontingent unter Vertrag zu nehmen, womit die verarbeitete Milchmenge auf insgesamt 1,8 Mio kg pro Jahr anstieg; die Milch stammt von 31 Lieferanten. Der Käser Franz Troxler produziert einen erstklassigen Sbrinz, welcher schon mehrfach prämiert wurde. Zusätzlich sind 5 weitere Käsespezialitäten sowie zahlreiche Joghurtsorten im Produktionsprogramm. Frau Troxler verkauft diese im Käseerei-Laden; zusätzlich erfolgt eine eigene Auslieferung an die regionale Gastronomie und an Detaillisten. Der Betrieb zählt 3,5 Arbeitsplätze und produziert heute an der Kapazitätsgrenze. Gemäss Willi Schmid wird der Markt bzw. die Nachfrage entscheiden, ob in Zukunft in den Ausbau der Sbrinz-Produktion oder der Spezialitäten investiert wird. Ein weiteres Wachstum wird von den initiativen Akteuren aber in jedem Fall als unabdingbar für eine erfolgreiche Zukunftsbewältigung angesehen.



Die Wertschöpfung aus der Milch im ganzen Entlebuch betrug 2001 rund 88 Mio Franken. Davon fielen 43% in der Region an, grösstenteils auf den Milchwirtschaftsbetrieben und zu einem kleineren Teil in den Käsereien. Die restliche Wertschöpfung in der Höhe von 57% erfolgte ausserhalb der Region: bei der Affinage der Käse, bei der industriellen Milchverarbeitung in Emmen und Konolfingen sowie beim Vertrieb und dem Verkauf der Produkte in der Schweiz und im Ausland. Mit den angekündigten Schliessungen der Käsereien auf Frühling 2003 wird der regionale Anteil der Wertschöpfung auf rund 40% zurückgehen. Im Quervergleich ist dieser Anteil tief: In der AOC-Region des Tête de Moine kann 48% der gesamten Wertschöpfung aus der Milch in der Region behalten werden, bei der Käsespezialität Tête de Moine allein 60%. Bei kleineren Käsereien mit lokaler Vermarktung (z.B. Käseerei Rietwies im Zürcher Berggebiet) sind es sogar über 70%.

Trotz der Anstrengungen im Rahmen des UNESCO-Biosphärenreservats – und ersten Erfolgen – droht das Entlebuch mittelfristig zu einem reinen Milchbeschaffungsgebiet für die Industrie zu werden. Damit würde nur noch rund ein Drittel der möglichen Wertschöpfung aus der Milch in der Region bleiben. Langfristig könnte die Milchproduktion sogar in Frage gestellt werden. Ohne Alternativen würden durch die Verminderung der Wertschöpfung der Handlungsspielraum der Region eingeschränkt und die Zukunftsperspektiven der Bewohnerinnen und Bewohnern verschlechtert. Intakte Zukunftsperspektiven jedoch sind das wirksamste Mittel gegen die drohende Abwanderung und deren Folgen.

«Natürli» – ein erfolgreiches Regionalmarketingprojekt aus dem Zürcher Berggebiet

Im Jahr 1995 gründeten 11 initiativ Käser aus der Region Zürcher Berggebiet eine Käservereinigung, welche sich zum Ziel setzte, die Produktion und die gemeinsame Vermarktung von regionalen Milch- und Käsespezialitäten zu fördern. Im Zürcher Berggebiet gab es um 1990 rund 50 gewerbliche Käsereien, heute sind es noch 29 Betriebe. Die 11 Käser der Käservereinigung und ihre Milchlieferanten erkannten rechtzeitig, dass die Änderungen der Agrarpolitik vermehrt zum unternehmerischen Handeln zwingen und sie dem rauen Wind des deregulierten Marktes aussetzen werden.



Die Projektziele lauten im einzelnen wie folgt:

- Produktion von qualitativ hoch stehenden Milch- und Käsespezialitäten
- Gemeinsame Vermarktung
- Erhaltung leistungsfähiger Käsereien für qualitativ hoch stehende Rohmilchprodukte
- Sicherstellung der Zusammenarbeit der Käser mit Milchproduzenten, Detaillisten und Konsumenten.



Fredi Gerber, Geschäftsführer der Käservereinigung, sieht die Einzigartigkeit der Produkte, deren konstant hohe Qualität sowie eine vielfältige und attraktive Produktpalette aus einer (Vermarktungs-) Hand als zentrale Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Marktbearbeitung. Gemäss seiner Erfahrung braucht es einige Jahre Aufbauarbeit, bis ein Regionalmarketing-Projekt selbsttragend sein kann; die Starthilfen der Vereinigung Pro Zürcher Berggebiet und des Bundes über Regio Plus haben die Finanzierung des Projektes in der Aufbauphase stark erleichtert.

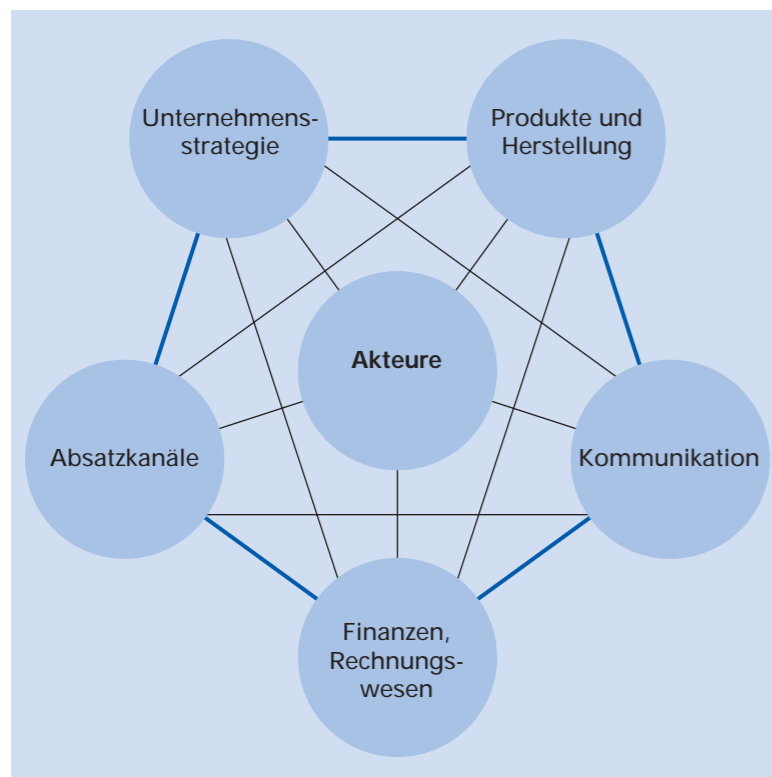
Heute werden über einen unabhängigen, gemeinsamen Vermarkter über 200 Detaillisten im Grossraum Zürich mit meist im oberen Preissegment positionierten Produkten aus Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch beliefert. Im Jahr 2001 konnte umgerechnet eine Milchmenge von rund 4 Mio kg in Form von regionalen Milch- und Käsespezialitäten abgesetzt werden. Spezielle Aufmerksamkeit wird den Käsespezialitäten aus Rohmilch geschenkt. Die Produktpalette umfasst mittlerweile rund 300 verschiedene Produkte und reicht von verschiedenen Hartkäsesorten über Weichkäse bis zu Jogurt, Quark und Glacé. Seit 1995 konnten 16 neue Arbeitsplätze geschaffen werden, davon 2 neue Lehrstellen. Mit einem geplanten Verteilzentrum soll die Logistik sowie das Bestell- und Abrechnungswesen weiter vereinfacht und den heutigen Umsätzen angepasst werden.



Beat Brunner von der Käserei Bühl in Gibswil ist seit Beginn des Naturli-Projektes dabei. Wie die meisten seiner Berufskollegen hat er die Produktion im Laufe der letzten Jahre kontinuierlich ausgebaut. Heute verarbeitet er rund 1,05 Mio kg Milch pro Jahr. Das ist an sich nicht sehr viel; dank Spezialitäten ist die Wertschöpfung aber vergleichsweise hoch. Jährlich werden rund 100 t Käse produziert, davon die Hälfte Winzerkäse, welcher über die Emmi vermarktet wird. Die anderen 50 t sind regionale Spezialitäten wie z.B. Brummerli, Chnoblichäs, Chrütlichäs, Pfefferchäs, Ratsherrenkäse oder Altlandensburger. Diese werden alle über das Label «natürli – us de Region Zürcher Berggebiet» abgesetzt. Die Käserei bietet insgesamt 4 Arbeitsplätze, die Milch stammt von 12 Produzenten.

Martin Pfister hat im Rahmen einer Semesterarbeit an der ETH Zürich die Wertschöpfung der Käserei Bühl berechnet. Die gesamte Wertschöpfung beträgt rund 2,76 Mio Franken, davon fallen 63% auf die Region. 37% der Wertschöpfung werden ausserhalb der Region erzielt, was auf den gewichtigen Anteil des Käseverkaufs durch ein nichtregionales Unternehmen zurückzuführen ist. Pfister weist nach, dass bei regionalen Käsespezialitäten vor allem als Folge der höheren Käsepreise eine höhere Wertschöpfung erzielt wird als bei Standardsorten wie Emmentaler oder Tilsiter. Durch die Erhöhung der Wertschöpfung in der Region werden zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen, darunter auch Lehrstellen. Zu beachten ist, dass bei den Standardsorten ein Angestellter rund die doppelte Menge Milch verarbeitet als dies bei den Spezialitäten der Fall ist, die Einkommenssituation von Käsern und Angestellten ist deshalb separat von der Wertschöpfung zu betrachten.

Die Erfolgsfaktoren in der regionalen Milchverarbeitung und -vermarktung können in Form eines Management-Moleküls dargestellt werden, wobei den Akteuren die zentrale Funktion zukommt:



Die Erfolgsfaktoren

Schema Erfolgsfaktoren

Akteure

Für die in der Regel kleingewerblichen regionalen Milchverarbeitungsbetriebe sind die einzelnen Akteure (Käser und Molkeristen als Betriebsleiter, Milchproduzenten, Verkaufspersonal) für Erfolg oder Misserfolg von absolut entscheidender Bedeutung. Dabei sind die Betriebsleiter, unabhängig davon, ob es sich um private Milchkäufer oder um Käsereigensenschaften mit einem Betriebsleiter im Angestelltenverhältnis handelt, die Schlüsselpersonen. Diese sollten über die folgenden Eigenschaften verfügen:

- Unternehmereigenschaften wie Führungs- und Motivationsfähigkeiten, hohe Leistungsbereitschaft und Belastbarkeit, Kommunikationsfähigkeit und Verhandlungsgeschick beim Aufbau und der Pflege von langfristigen Kundenbeziehungen, Risikofreude und ein Gespür für den Markt
- Ein exzellentes produktionstechnisches Know-how
- Vor allem bei wichtigen Entwicklungsschritten wie Fusionen, grossen Investitionen oder der Produktion und Einführung von neuen Produkten benötigt der Betriebsleiter ausgeprägte «Zugpferd-Qualitäten», um sich gegen äussere und teilweise auch innere Widerstände durchsetzen zu können. Auch die Milchproduzenten müssen sich voll mit den Produkten, welche mit dem von ihnen gelieferten Rohstoff hergestellt werden, identifizieren. Sie müssen sich in Zukunft noch vermehrt als authentische Botschafter regionaler Produkte engagieren und damit die Vermarktung wirkungsvoll unterstützen.



Produkte und Herstellung

Eine gleichbleibend hohe Produktqualität und eine entsprechende Qualitätskontrolle sind heute eine Selbstverständlichkeit, die von jedem Wettbewerber zu erbringen sind, der im Markt überleben will. Auch industriell hergestellte Milchprodukte verfügen über eine hohe und standardisierte Produktqualität, welche zudem fortlaufend auf den Massengeschmack hin optimiert wird; sie vermögen damit durchaus einen hohen sogenannten Grundnutzen bezüglich Nähr- und Gesundheitswert zu bieten. Produkte aus Randregionen müssen sich – nach Möglichkeit mit einzigartigen Produktvorteilen, sogenannten «unique selling propositions» (USP's) – von derartigen Massenprodukten abheben, um sich als Premium-Produkte im Hochpreissegment positionieren zu können. Zu diesem Zweck müssen sie einen hohen Zusatznutzen bieten. Dieser Zusatznutzen soll die Konsumentinnen und Konsumenten primär emotional ansprechen. Er kann auf verschiedene Arten vermittelt werden:

- Die Herkunft eines Produktes beinhaltet oft einen hohen Zusatznutzen. Die italienischen (Parmigiano Reggiano) oder französischen Käseproduzenten (Roquefort) haben sich dies früh zu Nutzen gemacht und ihre Produkte mit einem AOC-Label schützen lassen. Die in ganz Europa oder gar weltweit bekannten Ferienregionen der Schweiz bieten hier noch ein grosses Potential; vielfach wird im Ausland die ganze Schweiz als attraktive Bergregion wahrgenommen
- Die traditionelle, handwerkliche Produktion stellt gegenüber der industriellen Massenproduktion einen Zusatznutzen dar, welcher leider bis anhin auch für unsere grossen Sorten wie Emmentaler oder Gruyère viel zu wenig kommuniziert worden ist
- Schon allein die Form kann einen hohen Zusatznutzen bieten, was besonders eindrücklich am Beispiel der Grolle-Rosetten des Tête de Moine gezeigt werden kann; auch die Hobelkäse-Rollen oder Sbrinz-Möckli sind entsprechende Beispiele
- Der Erlebniswert, wie ihn ein Fondue oder ein Raclette zu bieten vermögen, stellt einen Zusatznutzen dar, welcher

in letzter Zeit zunehmend erfolgreich exportiert wird

- Ausgesuchte, rare Spezialitäten können einen Zusatznutzen in Form eines Prestigewertes liefern; als Beispiele lassen sich hier der Schangnauer Büffelkäse oder der Dallenwiler Ziegenkäse anführen
- Der spezifische Genusswert bietet insbesondere für Alpkäse einen hohen Zusatznutzen, indem sich diese – auf hohem allgemeinem Qualitätsniveau – durch spezifische Geschmacksdifferenzen auszeichnen.

Kommunikation

Gewerbliche Milchverarbeitungsbetriebe verfügen in der Regel nur über kleine Kommunikationsbudgets. Um so wichtiger ist ein effizienter Einsatz der beschränkt vorhandenen Mittel. Aus der Praxis erfolgreicher Vermarkter lassen sich die folgenden Handlungsempfehlungen ableiten:

- Beschränkung auf einige wenige Massnahmen, um die Wirkungsschwelle zu überschreiten; also kein Handeln nach dem Giesskannenprinzip
- Kommunikation klarer Werbe-Botschaften, welche sich auf eine bis höchstens drei pointierte Aussagen fokussieren (z.B. bezüglich Genuss, Natürlichkeit, Gesundheit, Frische, Herkunft, Produktionsweise)
- Massnahmen am Verkaufspunkt sind besonders erfolgversprechend und minimieren die Streuverluste (z.B. Degustationen, Display-Material, Rezeptbroschüren, Schulung des Verkaufspersonals, Aktionen wie «Käse des Monats»)
- Organisation von starken Auftritten an Messen für den Detailhandel und die Gastronomie
- Veranstaltung von Meetings in Käsereien oder Molkereien, zu welchen Detaillisten mit ihren Familien eingeladen werden. Damit können lang andauernde und gute Kundenbeziehungen aufgebaut und gepflegt werden
- Aufbau und Pflege von guten Beziehungen zu den Regional- und Lokalmedien, was zur (kostengünstigen) Veröffentlichung von Artikeln im redaktionellen Teil verhilft.

Absatzkanäle

Beim Milchproduktmarkt der Schweiz handelt es sich um einen gesättigten Markt, was in randvollen Regalen und Verkaufstheken zum Ausdruck kommt. Das Nadelöhr für einen erfolgreichen Produkteabsatz bildet deshalb zunehmend die Eroberung eines Regalplatzes oder eines Platzes in der Offenverkaufstheke. Viele gewerbliche Milchverarbeiter haben ihre neuen Produkte zunächst selber an Detaillisten oder die Gastronomie ausgeliefert, mussten aber wegen eines unverhältnismässig hohen zeitlichen Aufwandes wieder davon abrücken. Heute hat sich die Meinung durchgesetzt, dass es ohne leistungsfähigen Vertriebspartner nicht mehr geht. Neben den Grossverteilern, die in letzter Zeit wieder vermehrt die Bedeutung regionaler Produkte für ihre Sortimente entdeckt haben, können auch mit regionalen Vertriebs-spezialisten gute Verkaufsleistungen erzielt werden. Der beste Beweis dafür ist das Regionalmarketing-Projekt «Natürli» aus dem Zürcher Berggebiet. Voraussetzung sind in jedem Fall aber Produkte, die sich deutlich von der «Massenware» abheben und damit den Kunden einen speziellen Nutzen bringen.

Finanzen und Rechnungswesen

Die Herstellung und die Vermarktung von Milchprodukten ist mit einem hohen finanziellen Aufwand verbunden. Die Erfahrung zeigt, dass ein einzelner Milchverarbeiter vor allem bei der Verwirklichung eines neuen Projektes häufig finanziell überfordert ist. Es braucht deshalb eine Anschubfinanzierung von aussen. Im Rahmen des Regio plus-Programmes ist in diesem Zusammenhang einiges geleistet worden. Wünschbar wäre die generelle und institutionalisierte Erteilung von zinslosen Krediten. Daneben müssen sich die Milchproduzenten noch vermehrt an Verarbeitungsbetrieben beteiligen und gewisse Risiken übernehmen.

Eine grosse Bedeutung kommt auch dem Kostenmanagement zu. Vielfach verfügen die Milchverarbeitungsbetriebe nur über ein rudimentäres Rech-

nungswesen, welches keine genaue Kostenerfassung und -kontrolle erlaubt. In Zukunft gilt es, in dieses wichtige Führungsinstrument vermehrt zu investieren, um damit auf die sich rasch verändernden Marktbedingungen schneller reagieren zu können.

Unternehmensstrategie

Um heute im Milchmarkt Erfolg zu haben, müssen zahlreiche Faktoren zusammenpassen. Die bereits angeführten Punkte müssen Bestandteile einer klaren, konsistenten Unternehmensstrategie bilden, welche konsequent umgesetzt wird. Für die nach wie vor zahlreichen regionalen Milchverarbeitungsbetriebe, die über ganz unterschiedliche Betriebs- und Umfeldbedingungen verfügen, gibt es nicht nur eine einzige optimale Lösung. So wirtschaften einerseits viele vergleichsweise kleine Betriebe mit einer klaren Differenzierungsstrategie durchaus erfolgreich. Ein ausgeprägter Leistungswille sowie ein hohes Mass an Kreativität und Innovation auf allen Ebenen können die oft ungenügenden finanziellen Mittel aufwiegen. Andere Betriebe wiederum setzen auf eine Wachstumsstrategie und gelangen durch die Ausschöpfung des entsprechenden Kostensenkungspotentials zum Erfolg. So hat jede Unternehmung ihren eigenen Weg zu finden, die Faktoren optimal auszugestalten und aufeinander abzustimmen. Gerade darin liegt die unternehmerische Aufgabe und Herausforderung.



Wie steht es um die Milchwirtschaft in Ihrer Region?

Eine erfolgreiche Zukunft der Milchwirtschaft in Randregionen stellt eine grosse Herausforderung für alle Beteiligten dar. Wir hoffen, dass unser Projekt viele Personen aus der Landwirtschaft und der Politik dazu anspornt, die Situation der eigenen Region zu überdenken. Unsere Resultate zeigen mögliche Strategien und Lösungen auf. Jede Region muss für sich eine eigene optimale Lösung suchen. Mit dem Projekt «Milch in Randregionen» ist ein wichtiger Schritt getan. Nun liegt es an Ihnen, aus der Milchwirtschaft Ihrer Region das Beste zu machen.

Die beigelegte Checkliste soll Ihnen helfen, die Situation der Milchwirtschaft und deren Zukunftschancen in Ihrer Region besser abschätzen zu können. Wir empfehlen Ihnen auch, die Checkliste an Anlässen (Vorstandssitzungen, Interessengruppen, Genossenschaften, etc.) mit anderen Interessierten auszufüllen und auszuwerten. Sie kann als Diskussionsgrundlage dienen.

Die breite Diskussion der Lage mit allen betroffenen Akteuren in den Randregionen (Käsergenossenschaften, Milchkäufer, Molke-reimanager) ist im jetzigen Moment äusserst wichtig. Wir empfehlen Ihnen, die Situation zu evaluieren und die notwendigen Schritte einzuleiten. In der nachfolgenden Liste sind mögliche Stellen für Auskünfte und Beratung aufgeführt.



Für Auskünfte und Beratung im Bereich der Milchproduktion und Milchverarbeitung in Randregionen können Ihnen die Projektmitglieder oder Ihr regionaler Milchverband weiterhelfen:

Kontakt

Organisation	Adresse	Ort	Telefon	Projektmitglieder
ETH Zürich: Institut für Agrarwirtschaft	Sonneggstrasse 33	8092 Zürich	01 632 53 92	Gregor Albisser
Fédération Laitière Neuchâteloise	Chemin de l'Aurore 4	2053 Cernier	032 854 05 96	Daniel Geiser
Fromarte	Schwarztorstrasse 26	3001 Bern	031 390 33 33	Franz Meier Roland Unternährer
Inforama Emmental	Bäregg	3552 Bärau	034 409 37 11	Hans Neuenschwander
Lobag	Forelstr. 1	3072 Ostermundigen	031 938 22 22	Andres Alchenberger Thomas Vogt
Milchverband St. Gallen-Appenzell	Mattenweg 11	9230 Flawil	071 394 53 41	Ueli Bleiker
Milchverband Winterthur	Archstrasse 2	8401 Winterthur	052 260 34 34	Ueli Bleiker
Schweizer Milchproduzenten (SMP)	Weststrasse 10	3000 Bern 6	031 359 51 11	Samuel Lüthi Stefan Hagenbuch Martin Raaflaub Thomas Reinhard Franziska Wirz
Schweizerische Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete (SAB)	Seilerstrasse 4	3001 Bern	031 382 10 10	Sibylle Meyre
Schweizerische Hochschule für Landwirtschaft (SHL)	Länggasse 85	3052 Zollikofen	031 910 21 11	Roger Schwarzenbach Urs Zaugg
Walliser Milchverband	Rue de l'Île Falcon 5	3960 Sierre	027 452 39 00	Urs Guntern
Zentralschweizer Milchproduzenten	Habsburgerstrasse 12	6002 Luzern	041 227 27 00	Jörg Lustenberger