

# Milchstross

Mitgliederbulletin 2/26



Vereinigte  
Milchbauern  
Mitte-Ost

**Delegierten-  
versammlung**

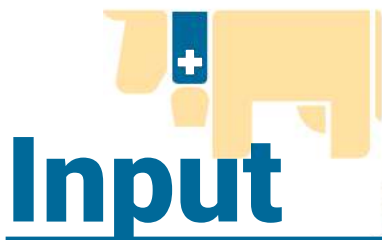
Seite 4

**Mitgliederangebot  
Hotel Waldhaus**

Seite 8

**SMP-Milchpreis-  
monitoring**

Seite 16



### Schweizer Käse mit neuem Auftritt unterwegs

Mit «Schweizer Käse on Tour» geht die SCM neue Wege: Ein flexibler Live-Auftritt mit zwei modularen Einheiten bringt Schweizer Käse direkt zu den Menschen – erlebbar, genussvoll und dialogorientiert. Nach intensiver Vorbereitung hat das Konzept seine Feuertaufe bestanden: Mit eindrücklichen Auftritten am Zermatt Unplugged und an der BEA präsentierte sich «Schweizer Käse on Tour» erstmals einem breiten Publikum.

Kern des Konzepts sind ein Snackmodul sowie ein kombiniertes Informations- und Degustationsmodul. Besucherinnen und Besucher erleben darin interaktiv, wie aus Milch, Handwerk und Leidenschaft echte Schweizer Käsetradition entsteht – inklusive Degustation. Das Snackmodul ergänzt das Erlebnis mit 15 kreativen Käsegerichten, die als frei kombinierbare Dreiermenüs genossen werden können – von veredeltem Raclette über Emmentaler-AOP-Käseessenz bis hin zu Älplermagronen-Pralinen mit Berner Alpkäse AOP.

Weitere Einsätze der Module folgen über das ganze Jahr hinweg, unter anderem bei Migros Hiking Sounds, an Käsefesten des Cheese Festival sowie an den Swiss Cheese Awards.

Das Jahr 2026 steht zugleich für eine verstärkte Zusammenarbeit innerhalb der Branche. So wurde am Zermatt Unplugged erstmals eine offizielle Kooperation mit Proviande umgesetzt, am Tag der Milch engagierte sich «Schweizer Käse» gemeinsam mit Swissmilk, und ab Juni folgt eine gemeinsame nationale Promotion von Swissmilk und «Schweizer Käse».

Diese Projekte zeigen: Starke Live-Auftritte und enge Partnerschaften ergänzen sich ideal – für unsere Produkte und die Menschen dahinter.

**Martin Spahr**  
Marketingleiter  
Switzerland Cheese Marketing AG (SCM)

## KONKRET

### RÜCKERSTATTUNG BEITRÄGE SMP AUS- BEZAHLT

Die Kostenbeteiligung an die Produzentenbeiträge SMP von 0,10 Rp. pro im Jahr 2025 produziertes kg Milch wurden Anfang Mai ausbezahlt. Falls du die Rückerstattung nicht erhalten hast, kontaktiere bitte die VMMO-Geschäftsstelle. Die Auszahlung erfolgte nun bereits zum 8. Mal in Folge.

### AUSZEICHNUNG «GUTE MILCH»

Die Plaketten für «Gute Milch» werden den Mitgliedern im Mai per Post zugestellt. Die Jubiläumsplaketten für 5 / 10 / 15 Jahre «Gute Milch» werden den Geehrten an den Mitgliedertreffen im Spätherbst überreicht.

### GESCHÄFTSBERICHT 2025 JETZT ONLINE VERFÜGBAR!

Scanne den QR-Code und erfahre mehr über die wichtigsten Kennzahlen und Entwicklungen des vergangenen Jahres.



GESCHÄFTS-  
BERICHT 2025

# Zukunft entsteht

## nur, wenn wir sie gemeinsam gestalten

### Geschätzte Milchproduzentinnen und Milchproduzenten

An der Delegiertenversammlung vom 10. April 2026 wurde ich zum neuen VMMO-Präsidenten gewählt. Ich bin dankbar für das Vertrauen und die Unterstützung durch die Wahlberechtigten.

Ich freue mich sehr darauf, viele von euch in den nächsten Wochen persönlich kennenzulernen. Diese Plattform nutze ich gerne, um mich bereits jetzt kurz vorzustellen und ein paar Gedanken mit euch zu teilen.

Zusammen mit meiner Familie bewirtschafte ich im Zürcher Oberland einen Betrieb mit 25 Kühen und Forstwirtschaft. Ich bin Milchbauer aus Leidenschaft und weiss, was dieser Beruf jeden Tag von uns verlangt: Verantwortung tragen, Entscheidungen treffen, Schicksale annehmen, weiterdenken und den Alltag laufend optimieren. Ich bin digital affin, schätze aber auch meinen Notizblock. Genau dieses Pendeln zwischen Tradition und Innovation, zwischen «Melcher-Tschööpli» und Hemd, gefällt mir. Ich bewege mich gerne in beiden Welten, denn ich bin überzeugt, dass es heute genau diese Verbindung braucht.

Die VMMO ist für mich mehr als eine Organisation. Sie ist für mich eine wichtige Stimme für unsere Milchbauern in den Regionen. Eine Stimme, die nahe bei den Leuten sein muss. Eine Stimme, die klar auftreten muss. Die Stimme unserer Organisation muss dort Gehör finden, wo Entscheidungen getroffen werden.

Mein Credo lautet:

«Wer Ernährungssicherheit will, muss jene stärken, die sie jeden Tag erarbeiten.»

Ich trete das Amt nicht mit dem Anspruch an, alles neu zu erfinden. Ich habe auch nicht das Gefühl, als Einzelner alles besser zu wissen. Zukunft entsteht nur, wenn wir sie gemeinsam gestalten. Ich habe grossen Respekt vor dem, was meine Vorgänger aufgebaut haben. Diese solide Basis will ich zusammen mit euch nutzen, um für unsere Ziele zu kämpfen.

Meine Vision für die VMMO ist eine Genossenschaft, die nah an der Basis bleibt, fachlich stark ist und politisch wirksam auftritt.

Im Zentrum steht der Dialog auf Augenhöhe. Ich wünsche mir, dass ihr eure Ideen und Anliegen in unsere Organisation einbringt.

Die politischen und ökonomischen Herausforderungen für die Milchwirtschaft werden in Zukunft nicht kleiner, umso wichtiger ist es, dass wir gut organisiert sind und uns auf unseren Kernauftrag besinnen: kompetent rund um die Milch.

Nun wünsche ich euch eine interessante Lektüre und natürlich einen guten Sommer.

Herzliche Grüsse



Reto Schaufelberger  
Präsident



166 Delegierte aus neun Kantonen sowie dem Fürstentum Liechtenstein und zahlreiche Gäste trafen sich am Freitag, 10. April 2026, im Gemeindezentrum Mörschwil zur Delegiertenversammlung der Vereinigten Milchbauern Mitte-Ost (VMMO). 20 Jahre nach dem Zusammenschluss der Milchverbände St. Gallen-Appenzell und Winterthur war die Versammlung zwar von einem gewissen Jubiläumscharakter geprägt, doch die angespannte Lage am Milchmarkt war deutlich spürbar.



# Delegiertenversammlung vom 10. April 2026

Die diesjährige Versammlung fand in neuer Zusammensetzung statt: Rund ein Drittel der Delegierten nahm erstmals an einer DV teil. Durch die Versammlung führte Vizepräsident Urs Werder. Im Zentrum standen auch personelle Veränderungen: Präsident Hanspeter Egli sowie sechs langjährige Vorstandsmitglieder wurden verabschiedet und für ihren grossen Einsatz gewürdigt. Gleichzeitig wählten die Delegierten sechs neue Vorstandsmitglieder einstimmig in das Gremium.

Mit Reto Schaufelberger wurde zudem ein neuer Präsident gewählt. Der 42-jährige Milchproduzent aus dem Zürcher Oberland nutzte die Gelegenheit, sich den Delegierten persönlich vorzustellen und seine Ziele darzulegen. Er sprach offen von einem «ziemlichen Kaltstart» und bat um die notwendige Unterstützung. Er sei sich bewusst, dass Herausforderungen bevorständen, er sei jedoch bereit, diese anzupacken. Wichtig sei ihm eine offene und konstruktive Kommunikation: Anliegen sollen direkt angesprochen werden, anstatt Unzufriedenheit zurückzuhalten.



VMMO-Präsident Reto Stauffelberger

«Meine Vision für die VMMO ist eine Genossenschaft, die nah an der Basis bleibt, fachlich stark ist und politisch wirksam auftritt.»



VMMO-Delegiertenversammlung 2026

Inhaltlich setzte Schaufelberger klare Schwerpunkte: «Unsere Kernaufgabe ist der Wissenstransfer in den Bereichen Milchmarkt und Milchproduktion. Mir ist wichtig, dass unsere Mitglieder gut informiert sind und Entwicklungen im Markt und in der Produktion einordnen können.» Ebenso betonte er die Bedeutung der politischen Interessenvertretung, guter Rahmenbedingungen für die Betriebe sowie der Nähe zu den Mitgliedern. Seine Vision: «Eine Genossenschaft, die nah an der Basis bleibt, fachlich stark ist und politisch wirksam auftritt.»

Schaufelberger tritt die Nachfolge von Hanspeter Egli an, der die VMMO während 20 Jahren im Vorstand, davon 13 Jahre als Präsident, massgeblich geprägt hat.

Das Geschäftsjahr 2025 erwies sich für die Genossenschaft als erfolgreich. Diese solide wirtschaftliche Basis ermöglicht es, sich weiterhin wirksam für die Anliegen der Milchbäuerinnen und Milchbauern einzusetzen. Die Delegierten folgten dem Antrag der Verwaltung und wiesen den Jahresgewinn von CHF 250'581 vollumfänglich dem Genossenschaftsvermögen zu. Der Gewinn resultiert hauptsächlich aus Liegenschaftserträgen.

Ein wichtiger Entscheid betraf erneut die Unterstützung der Mitglieder: Auch für 2025 übernimmt die VMMO 0,1 Rappen pro Kilogramm produzierter Milch an die SMP-Beiträge. Diese Rückvergütung wird seit 2018 ununterbrochen ausgerichtet. Die Delegierten stimmten der Weiterführung dieser Vergünstigung einstimmig zu.

Einen Einblick in die aktuelle Marktsituation gab Boris Beuret, Präsident der Schweizer Milchproduzenten (SMP). Er zeigte auf, dass das hervorragende Futterbaujahr 2025 zu hohen Milcheingängen geführt hat, was die Milchpreise stark unter Druck setzt. So lag die Verkehrsmilchproduktion im Januar 2026 um 7,1% über dem Vorjahresmonat. Gleichzeitig nannte er einen Lichtblick: Der weltweite Milchkonsum steigt weiterhin kontinuierlich.



VMMO-Präsidium

Innerhalb der Branche wird intensiv daran gearbeitet, aus der aktuellen Situation die richtigen Schlüsse zu ziehen und geeignete Instrumente zu entwickeln, um künftig besser auf solche Herausforderungen reagieren zu können. Auch politisch stehen wichtige Entscheidungen an: Mit der Agrarpolitik 2030+ werden derzeit die Weichen für die Zukunft gestellt. Beuret erinnerte daran, dass mit der Motion «Stärkung der Milch im Grasland Schweiz» ein klarer Auftrag für die Ausgestaltung vorliegt.

Im Anschluss an die Versammlung und die Ansprache von Bundesrat Albert Rösti bot das gemeinsame Mittagessen Gelegenheit zum persönlichen Austausch und zur Pflege des Miteinanders.

Ein grosses Dankeschön gilt den Bäuerinnen aus Mörschwil für den hervorragenden Service und die liebevolle Dekoration des Saals sowie der Gemeinde Mörschwil für die Gastfreundschaft.

### Abtretende Vorstandsmitglieder

- Anton à Porta, Scoul GR
- Adrian Annen, Zug ZG
- Hanspeter Brändle, Libingen SG
- Hanspeter Egli, Trachslau SZ
- Martin Müller, Schmerikon SG
- Alfred Preisig, Frümisen SG
- Armin Zimmermann, Cazis GR

### Neue Vorstandsmitglieder

- Cyril Graf, Davos GR
- Roland Eggenberger, Grabs SG
- Gabi Mettler-Kühne, Benken SG
- Thomas Roffler, Grüşch GR
- Vroni Seliner, Schänis SG
- Heiri Tschumper, Wattwil SG



Gastredner BR Albert Rösti

## ANSPRACHE VON ALBERT RÖSTI

### Bundesrat und Vorsteher Eidgenössisches Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK)

Bundesrat Albert Rösti gratulierte den Vereinigten Milchbauern Mitte-Ost zu ihrem 20-jährigen Bestehen und dem neuen Präsidenten Reto Schaufelberger sowie den neuen Vorstandsmitgliedern zur Wahl. Dass seinerzeit beim Zusammenschluss der Milchverbände St. Gallen-Appenzell und Winterthur die politische Arbeit vom Milchhandel abgetrennt wurde, nannte er eine kluge Entscheidung.

Zwar sei das Bundesamt für Landwirtschaft nicht seinem Departement angegliedert, aber auch im UVEK gebe es viele Schnittstellen, welche die heimische Lebensmittelproduktion tangieren. Konkret nannte er die Bereiche Raumplanung, Energie und Umweltschutz. Rösti betonte, dass sich der Gesamtbundesrat bewusst sei, dass die inländische Lebensmittelproduktion eine zentrale Rolle für die Ernährungssicherheit einnimmt und dies auch in Zukunft so sein wird. Der eine oder andere Anwesende dürfte bei dieser Aussage eine gewisse Erleichterung verspürt haben, gab es in der Vergangenheit doch auch schon Zeiten, in denen aus dem Bundesratsgremium anderslautende Stimmen zu vernehmen waren.

### Schweizer Milchkrise international in den Schlagzeilen

Die Krise im Schweizer Milchmarkt findet internationale Aufmerksamkeit. Nachdem im letzten November die renommierte «New York Times» das Thema aufgenommen hatte, folgten «Le Monde» aus Paris, die «Economic Times» aus Indien und Anfang 2026 mit «Il Sole 24 Ore» eine der meistgelesenen Wirtschaftszeitungen Italiens.



# Schweizer Milchkrise *sorgt international für Aufsehen*



Auch bei unseren österreichischen Nachbarn sorgt die Schweizer Milchschwemme für Aufmerksamkeit: Ein Team des Österreichischen Rundfunks (ORF) reiste für Dreharbeiten auf den Hof von VMMO-Vorstandsmitglied Werner Giezendanner nach Teufen AR. Dort wollte die ORF-Korrespondentin für die Schweiz und Liechtenstein, Bettina Prendergast, vom Ausserrhoder Milchproduzenten erfahren, welches die Gründe für die aktuell hohen Milchmengen und die tiefen Milchpreise sind.

Der Beitrag, der für die Sendung «Zeit im Bild» (entspricht der «Tagesschau» auf SRF) realisiert wurde, kann unter [milchbauern.ch](http://milchbauern.ch) in der Rubrik Mediathek nachgeschaut werden.



## Auszeit im Hotel Waldhaus am See in St. Moritz

Im Engadin sind der Bergsommer und der Herbst so intensiv und schön wie sonst kaum in einer Region. Die Besucher erwarten majestätische Gipfel, blühende Wiesen, tiefe Wälder, rauschende Bergbäche und weite Panoramablicke.

VMMO-Mitglieder profitieren im genossenschaftseigenen Hotel Waldhaus am See von attraktiven Spezialkonditionen. Das Waldhaus ist das einzige Hotel in St. Moritz, das direkt am See liegt.

Seit 40 Jahren begrüsst die Familie Bernasconi ihre Gäste mit Enthusiasmus, Leidenschaft und viel Liebe zum Detail.

Das Angebot gilt ausschliesslich für Buchungen, die direkt über das Hotel Waldhaus am See getätigt werden. Bei Buchungen über Plattformen wie Trivago, Booking.com usw. besteht kein Anspruch auf den Rabatt.

## Pauschalwoche in der Engadiner Seenlandschaft

	13.06. – 26.06.26 05.09. – 17.10.26 Rabattangebot*	13.06. – 26.06.26 05.09. – 17.10.26 Regulärer Preis	27.06. – 04.09.26 Rabattangebot*	27.06. – 04.09.26 Regulärer Preis	
EZ	830.–	1230.–	930.–	1330.–	
EZ See	1050.–	1450.–	1150.–	1550.–	
DZ	850.–	1250.–	950.–	1350.–	
DZ Comfort	885.–	1285.–	985.–	1385.–	
DZ See	950.–	1350.–	1050.–	1450.–	* Angebot für rabattberechtigte Milchproduzenten VMMO
DZ Comfort See	985.–	1385.–	1085.–	1485.–	«Gemäss Verfügbarkeit»

### Waldhaus-Pauschalwoche

13. Juni bis 17. Oktober 2026

### Preise verstehen sich pro Person in CHF

7 Übernachtungen von Samstag bis Samstag, inkl. Frühstücksbuffet, 4-Gang-Abendessen, Waldhaus-Parcours mit Auswahl von mehr als 25 Inklusivleistungen, Service, MWST und aller Taxen.

### Ab der 2. Übernachtung sind folgende Punkte inklusive

Bergbahnen, öffentliche Verkehrsmittel im Oberengadin sowie das Postauto bis ins Bergell

Gültigkeit: 01.05. – 31.10.2026

Ende Mai ist es wieder so weit: Die Jahresplaketten «Gute Milch» für das Jahr 2025 werden versendet. Mit dieser Auszeichnung würdigen wir Betriebe, die konstant hohe Milchqualität liefern.

Habt ihr Fragen zur Auszeichnung oder seid ihr unsicher, weshalb ihr keine Plakette erhalten habt? Dann meldet euch gerne bei uns per Telefon unter 071 387 48 44 oder per Mail an [info@milchbauern.ch](mailto:info@milchbauern.ch) – wir geben euch Auskunft.



**Wichtig: Bitte meldet euch erst, wenn ihr bis zum 1. Juni keine Plakette erhalten habt.**

# Auszeichnung «Gute Milch» 2025

## Das sind die Voraussetzungen

Für die Beurteilung zählt jede einzelne Qualitätsprobe des Kalenderjahrs von dbMilch (keine Gehaltsproben).

Keimzahl	unter 80'000/mg
Zellzahl	unter 350'000/mg
Hemmstoffe	negativ

Damit eine Jahresplakette vergeben werden kann, müssen ausreichend Proben vorliegen:

Talgebiet ohne Alpung	20 Proben
Talgebiet mit Alpung	13 Proben
Berggebiet ohne Alpung	20 Proben
Berggebiet mit Alpung	13 Proben



## Weitere Informationen

Das vollständige Reglement zur Auszeichnung «Gute Milch»

# Ehemalige Milchzentrale Wattwil Erstvermietung

Nach der planmässigen Vollendung des Rohbaus konnte Mitte April das Aufrichtfest gefeiert werden. In derselben Woche wurden die Unterlagen für die Erstvermietung auf [milchbauern.ch](http://milchbauern.ch) aufgeschaltet. Bereits haben sich erste Interessenten für Wohnungen beworben. Zu vermieten sind je drei Wohnungen mit 2½ Zimmern, 3½ Zimmern und 4½ Zimmern. Bezugs-termin ist der 1. November 2026.



## Weitere Informationen

Über diesen QR-Code kommst du zu den Grundrissen und Anmeldeformularen.



Im Geschäftsjahr 2025 zeigt sich bei den verschiedenen Sortenorganisationen im Verbandsgebiet ein ähnliches Bild, auch wenn sich die Ausgangslagen und Entwicklungen im Detail unterscheiden. Übergreifend wird deutlich, dass der Inlandmarkt weiter an Bedeutung gewinnt und für Stabilität sorgt, während die Exportmärkte zunehmend volatil bleiben und stärker unter Druck stehen. Gründe dafür sind geopolitische Unsicherheiten, verändertes Konsumverhalten sowie ein anhaltender Preisdruck im internationalen Umfeld.



# Starkes Jahr für Schweizer Käse im Inland – Export weiter unter Druck

## Appenzeller Käse



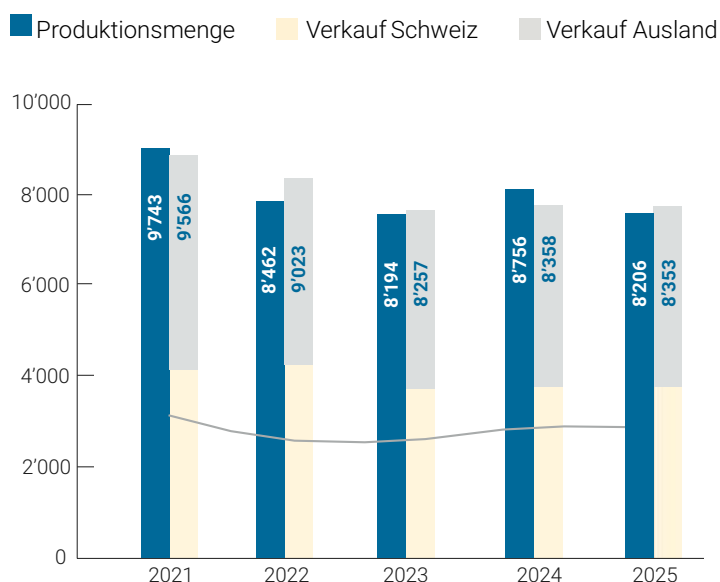
Die Produktionsmenge ging im Jahr 2025 von 8'756 Tonnen im Vorjahr auf 8'206 Tonnen zurück, wobei auch der Lagerbestand um 1,2% abnahm. Trotzdem war die Warenverfügbarkeit jederzeit gegeben, und die Appenzeller-Käse-Händler waren das ganze Jahr über voll lieferfähig.

Mit einem Gesamtumsatz von 8'353 Tonnen bewegte sich Appenzeller Käse praktisch genau auf Vorjahresniveau. Das Inland entwickelte sich erneut positiv und legte von 4'185 Tonnen im Vorjahr auf 4'226 Tonnen zu, trotz schwierigen Gesamtmarktumständen. Im Export zeigte sich ein differenziertes Bild. Während sich der für Appenzeller wichtigste Absatzmarkt Deutschland mit +0,6% auf 3'186 Tonnen Absatz steigern konnte und einzelne Län-

der wie Kanada oder Teile Europas ein deutliches Wachstum zeigten, belasteten insbesondere Frankreich (-9,9%) und die USA (-19,6%) das Exportergebnis.

Insbesondere die Appenzellerin Elegant konnte ihre Bedeutung als mild-fruchtige Alternative zum würzigen Appenzeller erfolgreich ausbauen und entwickelte sich mit einem Jahresumsatz von rund 440 Tonnen bereits zwei Jahre nach Lancierung zur volumenstärksten Spezialität im Sortiment. Sie trug zudem wesentlich zum positiven Absatz im deutschen Markt bei. Mit der geplanten internationalen Expansion ab 2026 sowie einer neuen, länger gereiften Variante im Schweizer Markt soll weiteres Wachstum generiert werden.

## Produktions-, Lager- und Verkaufsentwicklung Nov. 2024 bis Oktober 2025 in Tonnen



## Tilsiter Käse

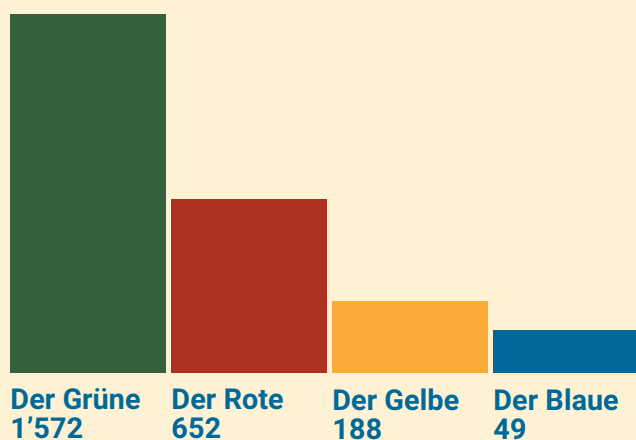


Der Handel agierte im Jahr 2025 spürbar zurückhaltender in der Bestellpolitik – eine direkte Folge des Vorjahres, in dem hohe Budgets zu einem Überlager geführt hatten, das nur mit erheblichem Aufwand abgebaut werden konnte. Gleichzeitig entwickelte sich auch der Exportmarkt anspruchsvoll.

Vor diesem Hintergrund wurde die Produktion bewusst an die Marktsituation angepasst. Die Mengenentwicklung erfolgte mit Augenmass und Verantwortung gegenüber Markt, Partnern und Produzenten.

Das Jahr 2025 war von einem herausfordernden Marktumfeld im Inland wie auch im Export geprägt. Während sich die Gesamtnachfrage zurückhaltend entwickelte, konnten die Retail-Absätze, insbesondere bei den beiden grossen Schweizer Detailhändlern, leicht zulegen.

Produktion (t)  
**Total: 2'461**



## Sortenorganisation Bündner Bergkäse

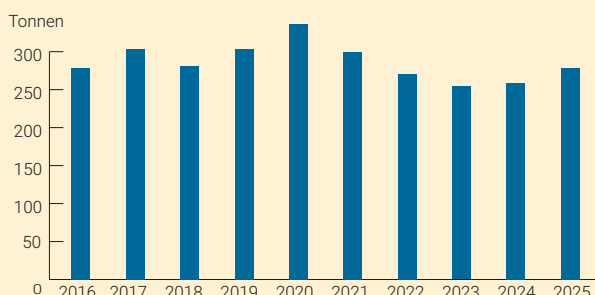


Über das ganze Jahr 2025 wurden in Summe 188 Tonnen von den Käsereien an das Reifungslager in Landquart geliefert. Erfreulich ist dabei das sehr hohe Qualitätsniveau: 98.3 % des angelieferten Käses hat den Anforderungen des Reglements des Bündner Bergkäses entsprochen. Nur 1.7 % des Käses musste von den Taxationsexperten deklassiert werden. Ab dem Reifungslager in Landquart wurden im Berichtsjahr total 237 Tonnen Bündner Bergkäse vermarktet. Der Mittelwert über die letzten 10 Jahre lag bei rund 243 Tonnen pro Jahr. Nach den Absatzrückgängen der Jahre 2023 und 2024 konnte 2025 der Absatz des Bündner Bergkäses auf einem tiefen Niveau stabilisiert werden.

Bei den Absatzkanälen gab es im Berichtsjahr keine grossen Änderungen. Der Bündner Bergkäse ist weiterhin bei diversen Detailhandelsunternehmen sowie im Gastro- und Grosshandel erhältlich – unter anderem bei Coop, Migros, Aldi Suisse, Spar, Volg, Manor Food, Pistor sowie Transgourmet Prodega.

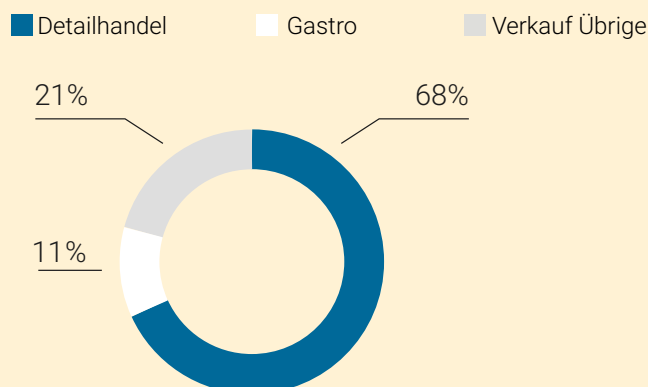
Für eine bessere Positionierung am Markt und um auch andere Kundengruppen anzusprechen, wurde das Produktangebot von Bündner Bergkäse ergänzt. Um auch Kundinnen und Kunden zu gewinnen, die Käse mit einem milderen Geschmack bevorzugen, wurde die neue Reifestufe «Bündner Bergkäse mild» eingeführt. Der «Bündner Bergkäse mild» wurde im Dezember 2025 bei Coop im Selbstbedienungsbereich unter dem Label «Pro Montagna» gelistet.

## Verkaufsmenge | ab Reifungslager Landquart



## Absatzkanäle Bündner Bergkäse

Anteil pro Handelsgruppe in %

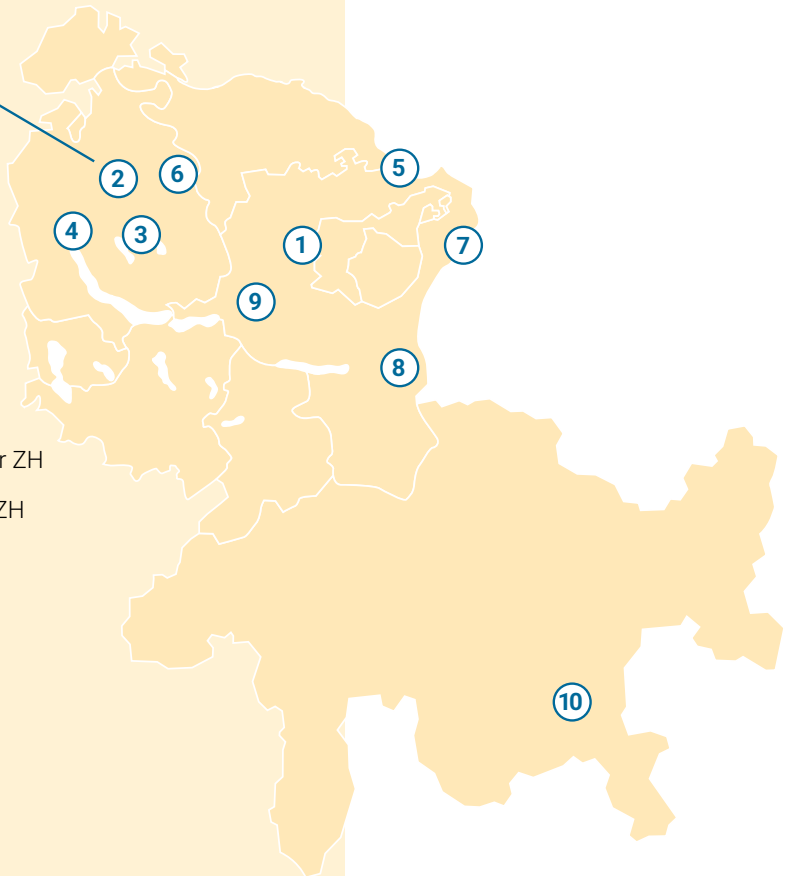


Die Genossenschaft Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost besitzt zehn Liegenschaften an verschiedenen Standorten im Verbandsgebiet, die früher hauptsächlich als Molkereien, Käsereien und Milchsammelstellen genutzt wurden. Im Laufe der Zeit wurden diese stillgelegt und umgenutzt. Dadurch entstanden allmählich Immobilien, die zu Wohn- oder Gewerberaum umgebaut wurden und vermietet werden. Die Liegenschaften werden von der VMMO verwaltet. Die VMMO finanziert sich und ihre Dienstleistungsangebote hauptsächlich aus den Erträgen der Liegenschaften.

Die VMMO unterhält rund 150 Mietverhältnisse – unsere Mieter sind sehr unterschiedlich und vielfältig. In der Serie «Mieter aus ...» stellen wir in jeder Ausgabe der «Milchströss» einen unserer Gewerbemieter vor.

# Mieter aus ...

## Archstrasse 2, 8400 Winterthur

- 
- 1 Geschäftshaus Poststrasse 13, Gossau SG
  - 2 Geschäftshaus Arch-Park, Archstrasse 2, Winterthur ZH (ehemalige Toni-Molkerei)
  - 3 Wohn- und Geschäftshaus Atria, Brunnenstrasse 1, Uster ZH
  - 4 Wohn- und Geschäftshaus, Badenerstrasse 343, Zürich ZH
  - 5 Wohn- und Geschäftshaus, Marienbergstrasse 11/13, Rorschach SG
  - 6 Wohn- und Geschäftshaus, St. Gallerstrasse 18, Elgg ZH
  - 7 Wohnhaus, Weedstrasse 2, Rebstein SG
  - 8 Wohnhaus, Rietliweg 1, Sevelen SG
  - 9 Wohn- und Geschäftshaus, Schonmattenstrasse 9, 9630 Wattwil
  - 10 Hotel Waldhaus am See, St. Moritz GR



# Gewerbemieterin aus Winterthur

## AgriViva

Seit November 2005 befindet sich die Geschäftsstelle der AgriViva in unserem Geschäftsgebäude in Winterthur. AgriViva ermöglicht jungen Menschen einen authentischen, praxisorientierten Einblick in die Landwirtschaft. Durch die aktive Mitarbeit auf dem Bauernhof lernen die Jugendlichen, übernehmen und Verantwortung zu übernehmen, im Einklang mit der Natur zu arbeiten. Sie erhalten Einblicke in die regionale Lebensmittelproduktion und das Leben auf dem Land.

### Was ist die Philosophie Ihres Unternehmens?

AgriViva verbindet Kulturen, Stadt und Land, auch über Sprachgrenzen hinaus. Ein AgriViva-Einsatz ist etwas sehr Persönliches – für die Jugendlichen wie auch für die Gastfamilien. Diese beiden Gruppen zusammenzubringen, braucht Einfühlungsvermögen und gute Menschenkenntnis. Wir gehen offen auf unsere Kundschaft zu, nehmen uns Zeit für ihre Anliegen und suchen gemeinsam pragmatische Wege. Sei es intern oder mit den Kunden: Gute Lösungen erreicht man nur gemeinsam.

### Wie würden Sie Ihre Kundschaft beschreiben?

Wir haben sehr unterschiedliche Zielgruppen: die Jugendlichen, die sich für einen Einsatz auf einem Bauernhof entscheiden, und die Bauernfamilien, die freiwillig jungen Menschen einen aktiven Einblick in die Landwirtschaft und den Alltag auf dem Betrieb ermöglichen. Die Jugendlichen kommen mehrheitlich aus dem städtischen Raum. Viele waren zuvor noch nie auf einem Bauernhof.

### Wie viele Mitarbeitende werden beschäftigt?

Auf der Geschäftsstelle in Winterthur arbeiten vier Personen und 17 in den regionalen Aussenstellen. Die AgriViva-Zuständigen in den Regionen arbeiten hauptberuflich für einen kantonalen Bauernverband, ein kantonales Amt oder eine landwirtschaftliche Schule.

### Was schätzen Sie am Standort der Liegenschaft?

Die zentrale Lage unmittelbar beim Bahnhof Winterthur ist perfekt für uns. Unter der Mieterschaft pflegen wir einen offenen und unkomplizierten Austausch. Wir fühlen uns sehr wohl an der Archstrasse 2.

### Welches Milchprodukt würden Sie Ihrer Kundschaft empfehlen?

Alle, solange es aus Schweizer Milch hergestellt ist. Wir lieben Käse – je würziger, desto besser. Und wenn es etwas Süsses sein soll, schwarze Schokolade oder Rahmtäfel.



**MEIN ESSEN,  
MEINE WAHL.**

**NEIN ZUM VEGAN-  
ZWANG!**

[ernaehrungsinitiative-nein.ch](http://ernaehrungsinitiative-nein.ch)



# Was wir in Zukunft essen (dürfen)

*Im Herbst kommt die Ernährungsinitiative zur Abstimmung. Worum es geht und warum sie nicht hält, was sie auf den ersten Blick verspricht. Eine Kolumne von Bauernpräsident Markus Ritter.*

## **Essen wie im Krieg**

Die Initiative fordert einen Netto-Selbstversorgungsgrad von mindestens 70 Prozent. In Zeiten globaler Krisen mag das verlockend klingen. Doch ein solcher Wert ist völlig unrealistisch. Er wurde letztmals im Zweiten Weltkrieg erreicht – während der «Anbauschlacht». Damals wurde jeder verfügbare Quadratmeter umgepflügt, um Kartoffeln und Getreide anzubauen. 70 Prozent wären heute allenfalls mit modernsten Sorten und intensivster Bewirtschaftung erreichbar – trotz weniger Landwirtschaftsfläche und deutlich mehr Bevölkerung. Aber zu welchem Preis? Mit einer Ernährung wie in Kriegszeiten: Kartoffeln, Getreide, Polenta für die Kalorien. Etwas Gemüse und Obst für die Vitamine. Fleisch? Kaum. Poulet, Schwein oder Eier praktisch verschwunden. Milch und etwas Rind-, Schaf- oder Ziegenfleisch vielleicht am Sonntag. Wollen wir das wirklich?

### Staat statt Speisekarte

Und das alles nicht freiwillig, sondern politisch verordnet. Der Staat würde definieren, was produziert wird – und indirekt auch, was auf den Teller kommt. Gleichzeitig müsste er verhindern, dass die Bevölkerung stattdessen im Ausland einkauft. Ein massiver Eingriff in unsere Ernährung – und in unsere Freiheit. Ob vegan, vegetarisch, flexitarisch oder mit Fleisch: Die Entscheidung muss bei den Konsumentinnen und Konsumenten bleiben. Wahlfreiheit ist ein hohes Gut.

### Höhere Preise und Einkaufstourismus

Die Initiative hätte spürbare wirtschaftliche Konsequenzen. Mehr Auflagen – auch für pflanzliche Kulturen. Lenkungsmaßnahmen zur Angebotssteuerung. Tiefgreifende Umstellungen in der Produktion. Das alles kostet. Und höhere Produktionskosten bedeuten höhere Preise im Laden. Besonders Familien mit kleinerem Budget würden das deutlich spüren. Gleichzeitig wächst der Anreiz, im Ausland günstiger und vielfältiger einzukaufen. Mehr Einkaufstourismus – weniger Wertschöpfung in der Schweiz. Geschwächt würde am Ende die gesamte Land- und Ernährungswirtschaft.

### Gefährliche Einseitigkeit

Die Schweizer Landwirtschaft ist vielfältig – und sie ist standortgerecht. In Berg- und Hügelregionen ist Ackerbau oft kaum möglich. Dort sind Milch- und Fleischproduktion zentral. Eine politische Einbahnstrasse hin zu rein pflanzlicher Produktion würde genau diese Betriebe massiv unter Druck setzen. Unsere Landwirtschaft funktioniert im Einklang mit den natürlichen Gegebenheiten unseres Landes. Diese Vielfalt ist ökologisch sinnvoll und wirtschaftlich tragfähig. Ideologisch motivierte Zielvorgaben hingegen helfen weder der Umwelt noch der Versorgungssicherheit.

### Ja zur einheimischen Landwirtschaft

Natürlich muss sich die Landwirtschaft weiterentwickeln. Der Schutz von Klima und natürlichen Ressourcen ist wichtig. Ebenso eine sichere Versorgung. Aber Fortschritt gelingt mit Innovation, Verantwortung und marktwirtschaftlichen Anreizen – nicht mit staatlicher Menüplanung. Und nicht vergessen: Jeder Einkauf ist eine Bestellung an uns Bauernfamilien: Jede und jeder hat es heute schon in der Hand, wie sich die Landwirtschaft weiterentwickelt. Ein Nein zur Ernährungsinitiative ist deshalb kein Nein zur Nachhaltigkeit. Es ist ein Ja zu Augenmass, ein Ja zur Wahlfreiheit und ein Ja zu einer starken, vielfältigen Schweizer Landwirtschaft.



Markus Ritter, Präsident Schweizer Bauernverband

«Unser Selbstversorgungsgrad würde massiv sinken, und immer öfter kämen importierte Nahrungsmittel auf unsere Teller, die notabene nicht nach Schweizer Standards produziert sind.»

## Was bedeutet Monitoring?

Monitoring heisst laufendes Beobachten und Auswerten von Daten.

**Einfach gesagt: Man schaut immer wieder hin, sammelt Daten und vergleicht sie.**

Die aktuellen Berichte und weiterführende Informationen findest du hier:



**Wie funktioniert das Milchpreismonitoring der Schweizer Milchproduzenten (SMP), und was nützt es?**

**Das Milchpreismonitoring der Schweizer Milchproduzenten (SMP) schafft Transparenz im Milchmarkt. Grundlage sind echte Daten aus der Praxis: Milchproduzenten liefern der SMP ihre Milchgeldabrechnungen, die ausgewertet werden.**

**Unterschieden wird zwischen einem standardisierten Vergleichswert – dem sogenannten Standard-Produzentenpreis (SPP) – und den effektiv ausbezahlten Preisen. Während der SPP gleiche Bedingungen annimmt, zeigen die realisierten Preise, was Bauern tatsächlich erhalten.**

**Das Monitoring macht also sichtbar, wie sich die Milchpreise entwickeln – und wie stark sie je nach Käufer, Nutzung (Molkereimilch, Käsereimilch, Bio) und Segment variieren.**

# Milchpreis- monitoring

## Milchpreismonitoring sorgt für Transparenz

Der Erstmilchkauf ist in der Schweiz sehr heterogen strukturiert. Ein Teil der Milchproduzenten verkauft die Milch an Milchhandelsorganisationen, der andere direkt an einen Verarbeitungsbetrieb. Die Milchgeldabrechnungen der Erstmilchkäufer sehen sehr unterschiedlich aus (Gehaltsbezahlung, Transportkosten, Marktabzüge, diverse Abzüge und Zuschläge). Im Milchpreismonitoring berechnet die SMP für die relevanten Milchkäufer einen Standardpreis für fixe Milchmengen und Gehalte (Standardbetrieb). Mit dem Milchpreismonitoring sorgt die SMP damit für Transparenz und macht die Preise vergleichbar.

Milchproduzenten unterstützen diese Selbsthilfemassnahme, indem sie monatlich eine Kopie ihrer Milchgeldabrechnung zur Auswertung an die SMP einsenden. Für die Berechnung der standardisierten Vertragspreise gibt die SMP zudem den Erstmilchkäufern volle Einsicht in die Kalkulation. Diese transparente Zusammenarbeit gewährleistet eine grösstmögliche Sicherheit beim Milchpreisvergleich.

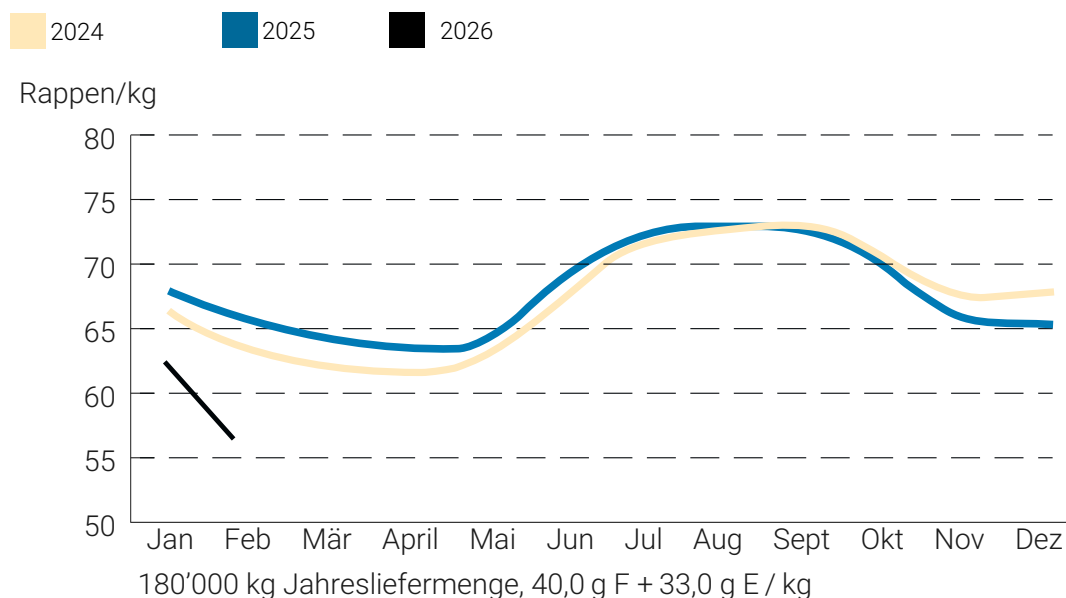
## Wichtig für Verhandlungen

Die Milchpreise werden von Vertretern von Produzenten mit den Verarbeitungsbetrieben verhandelt. Für die Verhandlungsführung sind Kenntnisse hinsichtlich der Preise und Mengen von entscheidender Bedeutung. Damit die Verhandlungsposition der Produzenten gestärkt wird, werden die Preise der Erstmilchkäufer nicht veröffentlicht. Die mit den Verhandlungen betrauten Produzentenvertreter erhalten einen Bericht mit Details zu den Preisen und zur Segmentierung der verschiedenen Erstmilchkäufer. Die Milchgeldabrechnungen geben auch Informationen über die getroffenen Massnahmen der Milchkäufer zur Marktentlastung (C-Milch). Der monatlich auf der Website publizierte Bericht enthält Zahlen und Grafiken über die Entwicklungen der Schweizer Durchschnittspreise der Molkereimilch («Grüner Teppich» und Bio) und die Segmentierung (Anteil A-Milch, A- und B-Preise). Für die Käsereimilch werden Preise nach Käsesorten publiziert. Hier wird der Mittelwert der effektiven Preise (Gehalt etc.) der Preismelder der jeweiligen Käsesorte publiziert.

## Internationale Entwicklung im Marktlagebericht

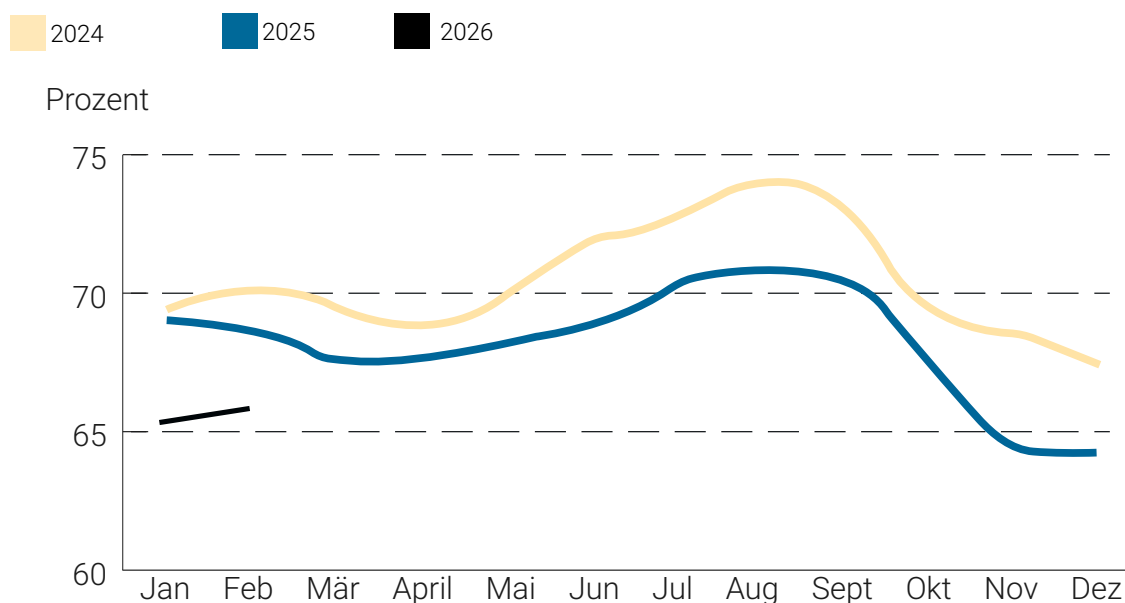
Wichtig im halboffenen Milchmarkt (Käsefreihandel mit der EU) sind auch die internationalen Preisentwicklungen. Im monatlichen Marktlagebericht der SMP sind die wichtigsten internationalen Preise aufgeführt: EDF-ZuivelnL (vormals LTO), Spotmilch Lodi (Italien) und der Kieler Rohstoffwert.

## Standard-Produzentenpreis (SPP) 180'000 kg Molkereimilch ab Hof, Feb. 2026 «Grüner Teppich»



**Der Molkereimilchpreis ist ab Oktober 2025 gesunken**

## Segmentierung Anteil A-Molkereimilch, Februar 2026



**Anteil A-Milch ist deutlich tiefer als im Jahr 2024**

# Erfolgreicher Tag der Schweizer Milch 2026 im Kinderzoo

Am 11. April 2026 feierte die VMMO den Tag der Schweizer Milch wieder mit einem attraktiven Auftritt im Knies Kinderzoo in Rapperswil.

Insgesamt 700 Becher Milchshake mit frischer Milch vom Seehof in Turbenthal wurden ausgeschenkt – eine willkommene Erfrischung an diesem sonnigen Frühlingstag. Ein besonderes Highlight war das Glücksrad, bei dem es zahlreiche attraktive Preise zu gewinnen gab.

Der Tag der Schweizer Milch 2026 war ein voller Erfolg – eine gelungene Kombination aus Information, Genuss und Erlebnis.



## Entwurf Werbeflyer



## Grosse Schweizer Milchwochen

Im Juni und Juli können Konsumentinnen und Konsumenten Preise im Wert von über CHF 120'000 gewinnen: Einfach Schweizer Milch und Milchprodukte einkaufen, Kassenbon scannen und einreichen.

Die gemeinsame Promotion von Swissmilk und «Unser Schweizer Käse» zielt darauf ab, die Herkunft und die Qualität von Schweizer Milch und Milchprodukten in den Fokus der Bevölkerung zu rücken und bewusster im Kaufentscheid zu verankern.

# Schweizer Milchwochen

# Albert Steger

## Milchproduzent aus Altstätten SG

*Auch wenn die fünf Kinder von Albert und Diana Steger inzwischen alle erwachsen sind, hilft die ganze Familie weiterhin tatkräftig auf dem Hof in Altstätten SG mit. Ergänzt wird das Team durch einen Lernenden. Auf dem Betrieb mit eigener Nachzucht werden rund 70 Brown-Swiss-Kühe gemolken; Acker- und Obstbau erweitern den vielseitigen Betrieb. Die im Hofladen angebotenen Eier stammen von den rund 200 Hühnern, und auch Joghurt sowie Konfitüre werden direkt vor Ort hergestellt. Während 16 Jahren engagierte sich Albert im Vorstand des St. Galler Braunviehzuchtverbands. Noch immer aktiv ist er beim «Schellnerclub Bergfründä», den er 1993 mitgegründet hat.*

### Warum bist du Milchbauer geworden?

Ich hatte schon von klein auf Freude an den Kühen und bin glücklich, dass ich unseren Betrieb in der 4. Generation führen darf.

### Wenn nicht Bauer, was dann?

Ganz ehrlich, das habe ich mir noch gar nie überlegt.

### Was sind deine Zukunftspläne?

Die Nachfolgelösung ist aufgegleist, meine Tochter arbeitet jetzt schon in einem 50 %-Pensum auf dem Betrieb und soll in absehbarer Zeit übernehmen. Ich hoffe, dass ich dann bis zu meiner Pensionierung auf dem Hof mitarbeiten darf.

### Was würdest du einem Berufseinsteiger mit auf den Weg geben?

Wenn du Freude an der Arbeit hast, kannst du Erfolg haben. Ohne Freude an der Sache macht es keinen Sinn, unseren Beruf zu ergreifen.

### Deine Lieblingsmilchprodukte?

Kalte Rohmilch und Käse.

### Läuft bei dir im Stall Musik?

Ja, Radio Eviva oder SRF Musikwelle.

### Machst du Ferien?

Meist im Sommer eine Woche, früher als ganze Familie, jetzt zusammen mit meiner Frau. Diesen Sommer besuchen wir meinen Cousin, der in Schweden lebt.

### Nutzt du Apps für deine Arbeit?

Wenig.

### Machst du oder schaust du Sport?

Nicht übermässig, ich verfolge ein bisschen den FC St. Gallen, den Schwingsport und schaue Skirennen.

### Welches ist der schönste Ort in deiner Region?

Altstätten hat eine schöne Altstadt. Empfehlen kann ich den Weinwanderweg: Der beschilderte Weg informiert über den Weinbau in Altstätten und führt von der Forstkapelle über den Forstrücken bis zum historischen, 500-jährigen Weinbautorkel der Ortsbürgergemeinde.

### Fondue oder Raclette?

Raclette.



*Die Vereinigten Milchbauern Mitte-Ost (VMMO) vertreten die Interessen der Milchproduzenten in der Zentral- und der Ostschweiz.*

*Für die Leitung unserer Geschäftsstelle in Gossau SG suchen wir eine initiative Persönlichkeit als*

# Geschäftsführer/in

## 60 – 100 %

---

Führung der Geschäftsstelle mit 5 bis 6 Mitarbeitenden

---

Vorbereitung und Umsetzung der Geschäfte der Organe

---

Ansprechperson für Mitglieder, Delegierte und Partnerorganisationen

---

Vertretung der VMMO gegenüber Politik, Verwaltung und Milchbranche

---

Mitarbeit in Gremien und Organisationen, in denen die VMMO Einsitz nimmt oder mitwirkt

---

### Dein Profil

---

Führungserfahrung und organisatorisches Geschick

---

Verständnis für Landwirtschaft, Agrarpolitik und idealerweise Milchwirtschaft

---

Sicheres Auftreten, gute Kommunikation und Verhandlungsgeschick

---

Eigeninitiative, selbstständige und zuverlässige Arbeitsweise

---

Sehr gute Fähigkeit im Umgang mit Menschen

---

### Wir bieten dir

---

Eine vielseitige Kaderfunktion mit Verantwortung

---

Eine Aufgabe an der Schnittstelle von Landwirtschaft, Politik und Milchwirtschaft

---

Eine Aufgabe mit Gestaltungsspielraum und kurzen Entscheidungswegen

---

Ein engagiertes Umfeld mit direktem Bezug zu den Milchproduzenten

---

[milchbauern.ch](http://milchbauern.ch)



**Vereinigte  
Milchbauern  
Mitte-Ost**

Wir freuen uns auf deine Bewerbung mit Foto, Lebenslauf und Zeugnissen.

**Sende diese bitte per Mail an**

Reto Schaufelberger, Präsident  
Vereinigte Milchbauern Mitte-Ost,  
Poststrasse 13, 9200 Gossau,  
[reto.schaufelberger@milchbauern.ch](mailto:reto.schaufelberger@milchbauern.ch)

Anfragen von externen  
Personaldienstleistern werden  
nicht berücksichtigt.