

Eidgenössisches Departement für  
Wirtschaft, Bildung und Forschung  
Bundesamt für Landwirtschaft  
Fachbereich Tierische Produkte und Tierzucht  
Schwarzenburgstrasse 165  
3003 Bern

Brugg, im Juni 2024

|              |                                                                    |
|--------------|--------------------------------------------------------------------|
| Zuständig:   | Oliver Wehrli                                                      |
| Sekretariat: | Tatjana Fina                                                       |
| Dokument:    | Gesuch BLW_Bundesrat_Verlängerung<br>Allgemeinverbindlichkeit.docx |

### **Gesuch des Schweizer Bauernverbands betreffend Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen**

Sehr geehrter Herr Bundesrat Parmelin

Mit der am 7. November 2001 verabschiedeten Verordnung über die Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen (SR 919.117.72) ermächtigte der Bundesrat den Schweizer Bauernverband (SBV), die Beiträge der Tierproduktion (ohne Verkehrsmilch) für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft auch bei Nichtmitgliedern einzuziehen. Daraufhin etablierte der SBV – in Absprache mit den betroffenen Organisationen und dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) – den Einzug über die Abgabe der Ohrmarken durch die Identitas AG (damalige Tierverkehrsdatenbank AG). Diese Vorgehensweise hat sich in der Vergangenheit sehr bewährt. Obwohl der SBV in der grünen Presse, mit dem Versand und neu auch mit der Rechnung der Ohrmarken auf die Möglichkeit einer Dispensation für Direktvermarkter hinweist, machten seit der Einführung lediglich ein Dutzend Bezüger davon Gebrauch.

Im laufenden Jahr ist eine Erneuerung des Antrags nötig. Der SBV stellt hiermit das Gesuch um Weiterführung für vier Jahre (**1. Januar 2026 bis 31. Dezember 2029**). Die detaillierte Eingabe sowie weitere Dokumente liegen diesem Schreiben bei. Der SBV informierte die betroffenen Mitgliedorganisationen über die Verlängerung und forderte sie auf, die notwendigen Einverständniserklärungen für den Einzug zu erneuern. Die Beschlüsse der jeweils zuständigen Gremien liegen vor.

Die Landwirtschaftskammer (LAKA) fällte – basierend auf den Entscheiden der Produzentenorganisationen – den für das BLW erforderlichen übergeordneten Beschluss. Gemäss Absprache mit dem BLW integrierte der SBV in diesen auch den Ablauf des Inkassos (siehe auch den Antrag, der diesem Schreiben beiliegt).

Seite 2 | 2

Für die wohlwollende Prüfung danken wir bestens und stehen für Rückfragen gerne zur Verfügung.

Freundliche Grüsse

**Schweizer Bauernverband**  
Kommunikation & Services



Oliver Wehrli

Leiter Basiskommunikation  
Stv. Leiter Kommunikation & Marketing

- Ausführungen Verlängerung Allgemeinverbindlichkeit (Beilage 1)
- Statuten SBV (Beilage 2)
- Strategie Basiskommunikation (Beilage 3)
- Einverständniserklärungen der Tierhalterorganisationen sowie deren Statuten (Beilage 4)
- Antrag an die LAKA (Beilage 5)
- Protokollauszug LAKA (Beilage 6)
- Rechnungsbeispiel Identitas (Beilage 7)
- Liste Präsenz der Vertreter LAKA (Beilage 8)

## Ausführungen zum Gesuch um Ausdehnung der Selbsthilfemassnahme des Schweizer Bauernverbands

---

### Inhalt

|       |                                                                                                                                                                          |   |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 1.    | Beschreibung der Organisation und deren Tätigkeitsbereiche.....                                                                                                          | 2 |
| 2.    | Selbsthilfemassnahme, deren Ausdehnung beantragt wird .....                                                                                                              | 2 |
| 2.1   | Beschreibung der Selbsthilfemassnahme .....                                                                                                                              | 2 |
| 2.1.1 | Allgemeine Erläuterungen Basiskommunikation .....                                                                                                                        | 2 |
| 2.1.2 | Beschreibung der Basiskommunikation .....                                                                                                                                | 2 |
| 2.1.3 | Finanzierung der Basiskommunikation .....                                                                                                                                | 3 |
| 2.2   | Begründung der Notwendigkeit .....                                                                                                                                       | 3 |
| 2.3   | Anpassung an Erfordernisse des Marktes .....                                                                                                                             | 5 |
| 2.4   | Nachweis, dass die beschlossene Selbsthilfemassnahme ohne die Ausdehnung durch den Bundesrat durch jene Tierhalter gefährdet wird, die sich nicht daran beteiligen ..... | 5 |
| 3.    | Repräsentativität der Organisation .....                                                                                                                                 | 6 |
| 4.    | Ausdehnungsentscheid und -begehren.....                                                                                                                                  | 6 |
| 5.    | Umsetzung der Massnahme und Berücksichtigung der Direktverkäufe.....                                                                                                     | 6 |

## 1. Beschreibung der Organisation und deren Tätigkeitsbereiche

Der Schweizer Bauernverband (SBV) ist ein Verein nach Artikel 60 ff ZGB mit Sitz in Brugg AG. Als stimmberechtigte Mitglieder können kantonale Bauernverbände, landwirtschaftliche Fachorganisationen sowie weitere Institutionen mit bäuerlichen Interessen und Sitz in der Schweiz aufgenommen werden. Der SBV verfolgt gemäss Artikel 3 seiner Statuten die Zielsetzung, die Interessen des Bauernstandes, insbesondere gegenüber den Bundesbehörden, den Politikern und den Wirtschafts- und Sozialpartnern zu vertreten. Weiter informiert er die Mitglieder in allen Belangen und erbringt diverse Dienstleistungen, so auch allgemeine Öffentlichkeitsarbeit. Der SBV übt keine kommerziellen Tätigkeiten aus, ist politisch neutral und vertritt die Interessen der gesamten Schweizer Landwirtschaft.

Zur formalen Prüfung liegen dem Schreiben die Statuten des SBV bei.

## 2. Selbsthilfemassnahme, deren Ausdehnung beantragt wird

### 2.1 Beschreibung der Selbsthilfemassnahme

*Beschreibung der Selbsthilfemassnahme, für welche die Ausdehnung beantragt wird, und ihre Zielsetzungen.*

#### 2.1.1 Allgemeine Erläuterungen Basiskommunikation

Inhaltlich geht es beim vorliegenden Ausdehnungsgesuch um die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft – auch «Schweizer Bauern» genannt.

Der Einzug der Beiträge aus dem Tierhaltungsbereich für die Basiskommunikation wird seit 2002 über die Ohrenmarken (Identitas AG) erhoben und betrifft die Schweineproduzenten sowie die Rinder-, Schaf- und Ziegenhalter. Dieses Inkasso basiert einerseits auf Entscheiden, die deren Interessenorganisationen gefällt haben, andererseits auf einem übergeordneten Beschluss der Landwirtschaftskammer des SBV.

Sämtliche beteiligten Organisationen bestätigten im Frühling 2025 den Einzug auf unbestimmte Zeit. Die erhobenen Beiträge blieben seit 2002 unverändert: 9 Rappen pro neugeborenes Rind, 2.5 Rappen pro neugeborenes Schwein, 2 Rappen pro neugeborenes Schaf und 1 Rappen pro neugeborene Ziege.

**Die beantragte Ausdehnung betrifft jene Tierhalter, die nicht Mitglied der jeweiligen Organisation sind.**

#### 2.1.2 Beschreibung der Basiskommunikation

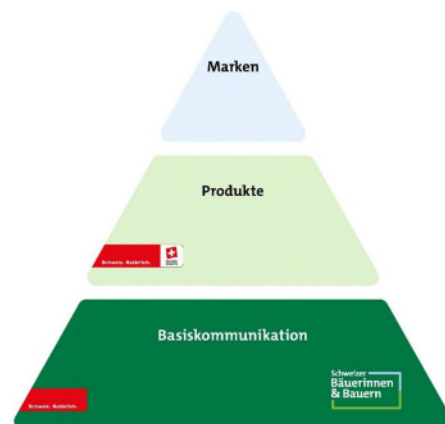
Die Basiskommunikation zielt darauf ab, dass die Schweizer Landwirtschaft mit ihren vielfältigen gemeinwirtschaftlichen Leistungen a) generell in der Gesellschaft wahrgenommen, b) ihre Funktionsweise verstanden, c) sich daraus eine positive, vertrauensvolle Einstellung zur Schweizer Landwirtschaft sowie d) ein für sie günstiges Einkaufs- und generelles Verhalten ergibt.

**Der Fokus der Basiskommunikation liegt bei der Bekanntmachung der gemeinwirtschaftlichen Leistungen.**

Die Kommunikationsarbeit ist im Bereich Marketing in die Gesamtkommunikationslandschaft der Landwirtschaft eingebettet. Damit bildet sie gleichzeitig die Grundlage für die produktebezogene Absatzförderung im Inland. Die Basiskommunikation legt ein Fundament, das Verständnis für die mit der Landwirtschaft verbundenen Leistungen schafft und die Ausgangslage für den Verkauf einheimischer Produkte verbessert. **Sie zeigt Mehrwerte auf, die allen Lebensmitteln und Dienstleistungen aus der Schweiz gemeinsam sind.** Die Massnahmen und Aktivitäten der produktebezogenen Absatzförderung und der Basiskommunikation greifen dabei ineinander.

**Von dieser Grundlagenarbeit und einem guten Bild der einheimischen Tierhaltung profitieren alle Tierhalter, die Produkte und Dienstleistungen verkaufen, gleichermassen. Dies unabhängig davon, ob sie die Produkte direkt oder über den Zwischenhandel vermarkten.**

Die Aktivitäten der Basiskommunikation sind im Bericht: Öffentlichkeitsarbeit und Basiskommunikation für die Schweizer Landwirtschaft (Projekt 194.1999.24)», der dem BLW vorliegt, festgehalten. Die detaillierte Basiskommunikations-Strategie mit Zielen und Fokusgruppen liegt im Anhang dieses Schreibens bei.



### 2.1.3 Finanzierung der Basiskommunikation

Gestützt auf die landwirtschaftliche Absatzförderungsverordnung trägt der Bund maximal die Hälfte der Mittel für die Marketing-Kommunikation der Schweizer Landwirtschaft bei. Die Produzenten bzw. deren Fachorganisationen sowie die kantonalen Bauernverbände beteiligen sich solidarisch an der Finanzierung jenes Anteils, der von der Branche aufzubringen ist. Die Zusammensetzung und Mittelherkunft kann der Schlussrechnung der Basiskommunikation, die dem BLW vorliegt, entnommen werden.

## 2.2 Begründung der Notwendigkeit

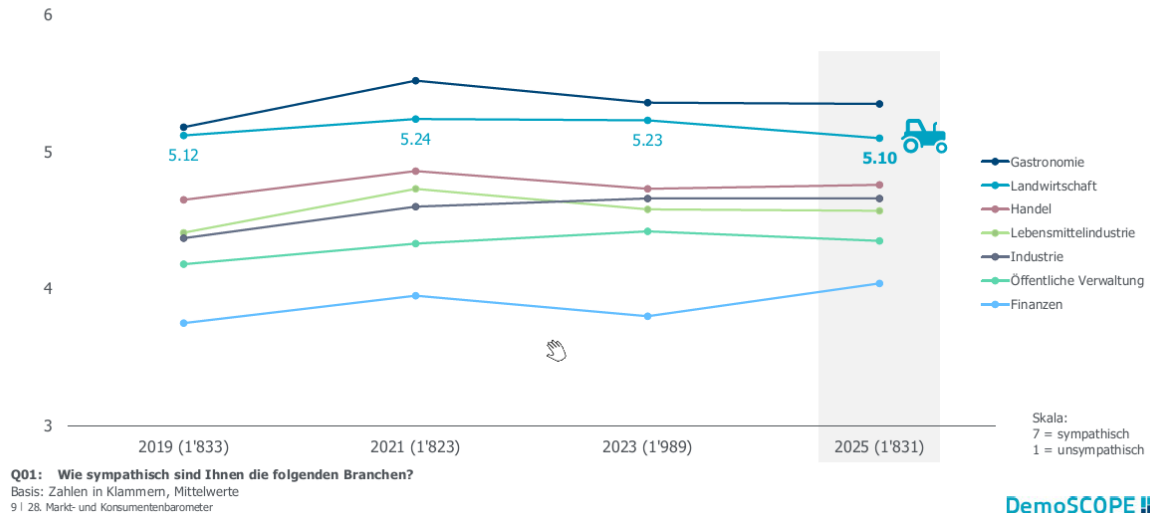
*Ausführliche Begründung der Notwendigkeit der Ausdehnung und Angaben zum öffentlichen Interesse an der Massnahme (d. h. die Gründe angeben, aus denen der Bundesrat die Massnahme für verbindlich erklären soll).*

Alle müssen essen – das heisst alle sind betroffen und haben nicht zuletzt deshalb in Sachen Produktion der Lebensmittel eine klare Meinung. Das Interesse an der Landwirtschaft ist entsprechend gross. Der Bezug und das Wissen über die Urproduktion hingegen werden aber immer kleiner. Die Landwirtschaft geniesst in der Bevölkerung zwar nach wie vor grossen Rückhalt. Es besteht aber die Gefahr, dass diese grundsätzliche Unterstützung mit der zunehmenden kritischen Haltung in Umwelt- oder Tierwohlfragen vor allem aus dem städtischen Milieu ins Wanken gerät.

Die Marktforschungen zeigen: Nachdem die Grundstimmung der Konsumenten gegenüber der Landwirtschaft als auch deren Sensibilität, woher die Produkte stammen und wie sie hergestellt werden, über stagnieren auf hohem Niveau.

## Sympathie nach Branchen

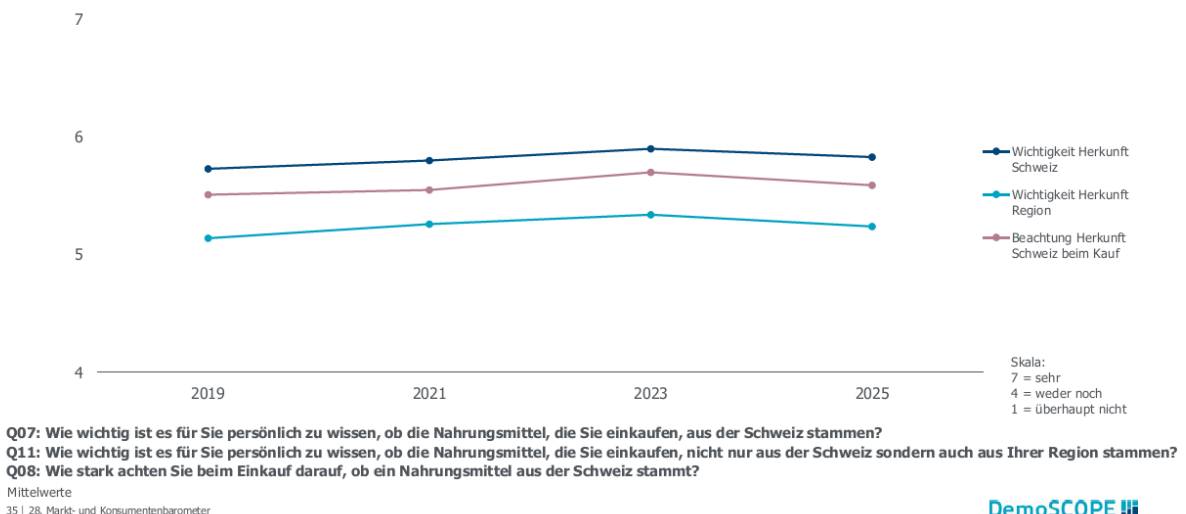
Die Sympathiewerte sind über alle Branchen relativ stabil. Am stärksten zugenommen hat die Sympathie für den Bereich Finanzen, der aber auch von einem sehr tiefen Niveau (und der CS-Krise) kommt. Die Sympathie für die Landwirtschaft bewegt sich wieder auf dem Vor-Corona Niveau.



**Ohne ein Grundverständnis und Sympathien für die Schweizer Landwirtschaft können sich keine Präferenzen für deren Produkte entwickeln.** Die Notwendigkeit einer Vermittlung dieses Grundverständnisses nimmt zu, da immer weniger Menschen in der Landwirtschaft tätig sind oder einen familiären Bezug dazu haben. Heute leben bereits drei Viertel der Schweizer Bevölkerung in Städten und Agglomerationen. Und dieser Trend geht weiter: Gemäss Schätzungen wird der Urbanisierungsgrad 2050 rund 85 Prozent betragen. Die Konsequenz: Konsumentinnen und Konsumenten kennen die vielfältigen Aspekte der Lebensmittelproduktion immer weniger und nehmen die gemeinwirtschaftlichen Leistungen der Bauernfamilien kaum mehr als solche wahr. Mit dieser Entfremdung wachsen gleichzeitig ideelle Ansprüche der Gesellschaft an die Produktion ihrer Lebensmittel.

## Übersicht Sensibilität Herkunft Nahrungsmittel

Insgesamt sehr stabile Werte über die Zeit, die sich zudem über alle drei Fragen hinweg ziemlich im «Gleichschritt» entwickeln bzw. bewegen.



**Von der Kommunikation der gemeinwirtschaftlichen Leistungen über die Basiskommunikation profitieren alle – auch jene Tierhalter, die nicht Mitglieder einer Organisation sind oder ihre Produkte und Dienstleistungen direkt ab Hof anbieten. Diese sind ebenfalls darauf angewiesen, dass die breite Bevölkerung davon überzeugt ist, dass die Schweizer Tierhalter Weltmeister beim Tierwohl und der Ökologie sind und behutsam mit den natürlichen Ressourcen umgehen.**

### **2.3 Anpassung an Erfordernisse des Marktes**

*Betrifft das Begehren die Anpassung der Produktion und des Angebots an die Erfordernisse des Marktes, muss der Nachweis erbracht werden, dass die Marktentwicklung durch eine ausserordentliche Situation und nicht durch strukturelle Probleme bedingt ist, oder es müssen die Grundlagen angegeben werden, aufgrund derer die Organisation zu entscheiden beabsichtigt, ob eine derartige Situation vorliegt.*

Das Begehren betrifft die Anpassung der Produktion und des Angebots an die Erfordernisse des Marktes nicht. Im Vordergrund steht die Förderung des Absatzes von Produkten. Die erhobenen Mittel haben einen positiven Effekt auf die Einkommen der Bauernfamilien, in dem sie dafür eingesetzt werden, dass die Bauern beim Verkauf ihrer Produkte erfolgreich sind. Damit tragen sie zum Erreichen eines agrarpolitischen, verfassungsmässig verankerten Ziels bei.

### **2.4 Nachweis, dass die beschlossene Selbsthilfemassnahme ohne die Ausdehnung durch den Bundesrat durch jene Tierhalter gefährdet wird, die sich nicht daran beteiligen**

*Nachweis, dass die beschlossene Selbsthilfemassnahme ohne die Ausdehnung durch den Bundesrat durch Unternehmen gefährdet wird, die sich nicht daran beteiligen (vgl. Art. 9 Abs. 1 LwG).*

*Wichtiger Hinweis: Artikel 9 Absatz 1 LwG wurde auf den 1. Januar 2014 geändert. Die Bedingungen, damit eine Selbsthilfemassnahme auf Nichtmitglieder ausgedehnt werden kann, sind seither wesentlich restriktiver. Der Bundesrat kann die Massnahme nur noch ausdehnen, wenn sie durch Unternehmen gefährdet wird, die sich nicht daran beteiligen. Die potenzielle Gefährdung durch sogenannte „Trittbrettfahrer“, die von der Selbsthilfemassnahme profitieren, ohne dafür zu zahlen und all jene entmutigen könnten, die sich solidarisch an der Massnahme beteiligen, reicht als Begründung nicht mehr aus. Die gesuchstellende Organisation muss den Nachweis liefern, dass die von ihr beschlossene Selbsthilfemassnahme ohne Ausdehnung durch den Bundesrat effektiv gefährdet ist.*

Die Eigenfinanzierung der Basiskommunikation basiert darauf, dass alle Interessen- und Produktionsbereiche diese solidarisch mittragen – obwohl der Beitrag für die mittragenden Organisationen einen nicht zu unterschätzenden Aufwand bedeutet. Dank Transparenz, Information und einem guten Netzwerk gelang dies bisher immer. Mit einer Ausdehnung auf Nichtmitglieder werden auch jene in die Pflicht genommen, die sich dem innerlandwirtschaftlichen Solidaritätsprinzip entziehen und dennoch von der eingangs beschriebenen und immer wichtigeren Grundlagenarbeit profitieren. Dies unabhängig davon, ob sie die Produkte direkt oder über den Zwischenhandel vermarkten.

Bei einer Nichtausdehnung der Selbsthilfemassnahme findet eine Sogwirkung statt, die das Solidaritätsprinzip der Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft bei Weitem übersteigt. Fachorganisationen, welche die Mittel bereits jetzt nur mühsam aufbringen, werden dazu verleitet, sich ebenfalls aus der Verantwortung zu ziehen. Dies hätte weitreichende Folgen für die Basiskommunikation des SBV – aber auch für die gesamte mehrstufige Absatzförderung der Landwirtschaft.

**Diese nicht zu unterschätzende Hebelwirkung zeigte sich deutlich nach dem zweijährigen Austritt (2018 & 2019) der Schweizer Gemüseproduzenten aus der Basiskommunikation. Diverse Organisationen zogen ebenfalls Kürzungen in Betracht – mit der Begründung, dass das Gemüse (auch ohne Bezahlung**

der Branche) nach wie vor Bestandteil der Kommunikationsmassnahmen der Basiskommunikation sei und gar keine Leistungseinbussen spüre. Dies verdeutlicht, wie sensibel eine Gemeinschaft reagiert, die rein von der Solidarität getragen wird.

### 3. Repräsentativität der Organisation

Der SBV erfüllt die Kriterien für eine repräsentative Produzentenorganisation der Schweizer Landwirtschaft nach Artikel 5 der Verordnung über die Ausdehnung der Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen. Die betroffenen Tierproduzenten sind entweder über ihre Fachorganisation oder über den kantonalen Bauernverband Mitglied beim SBV. Sämtliche Mitgliedorganisationen des SBV können unter [www.sbv-usp.ch/de/mitgliedorganisationen](http://www.sbv-usp.ch/de/mitgliedorganisationen) eingesehen werden.

Eine detaillierte Erhebung des tatsächlich vermarkteten Produktanteils pro Mitglied ist aufgrund der betrieblichen Vielfalt und der fehlenden Datenverfügbarkeit nicht praktikabel. Die Organisation stützt sich deshalb auf eine plausibilisierte Schätzung, basierend auf der Mitgliederstruktur, den Produktionsschwerpunkten sowie verfügbaren Marktinformationen. Aus Sicht des SBV ist die Anforderung gemäss Art. 5 Bst. a VBPO damit erfüllt.

Die Fachorganisationen haben einen Organisationsgrad von 60 Prozent oder höher, bei den kantonalen Bauernverbänden liegt der tiefste Organisationsgrad im Bereich von 80 Prozent, in den meisten Kantonen jedoch weit über 90 Prozent. Von den rund 50'000 aktiven Betriebe, die Ohrmarken bestellen, sind fünf bis maximal zehn Prozent Nichtmitglieder des SBV betroffen sind.

### 4. Ausdehnungsentscheid und -begehren

Die Landwirtschaftskammer (LAKA) ist das zweitoberste Organ des SBV. Sie gab im April 2024 auf grünes Licht, die Beiträge der Fachorganisationen in der Tierproduktion für die Marketing-Kommunikation Schweizer Landwirtschaft erneut zu verlängern. Der Protokollauszug und alle weiteren Unterlagen liegen diesem Gesuch bei.

Der SBV beantragt dem Bundesrat, die Massnahme für weitere vier Jahre auf Nichtmitglieder der betroffenen Organisationen auszudehnen. Die erforderlichen Einverständniserklärungen von deren Vorständen liegen diesem Schreiben bei.

### 5. Umsetzung der Massnahme und Berücksichtigung der Direktverkäufe

*Die Umsetzung der Selbsthilfemassnahme bei den Mitgliedern und den Nichtmitgliedern ist im Begehren detailliert zu beschreiben. Insbesondere muss aufgezeigt werden, wie die Direktverkäufe der Nichtmitglieder berücksichtigt werden, die der Massnahme nicht unterworfen sind.*

Der Beitrag pro geborenes Tier wird beim Ohrmarkenbezug via Identitas AG entrichtet. Die Identitas AG erklärte sich 2002 bereit, diese im Auftrag des SBV zu erheben. Ein entsprechender Vertrag ist regelt die Zusammenarbeit und liegt dem BLW vor.

Die rechtlichen Bestimmungen sehen vor, dass Direktvermarktern die Möglichkeit eingeräumt wird, sich von der Beitragspflicht dispensieren zu lassen. Der SBV eröffnet den Tierhaltern diese in regelmässigen Abständen mit Broschüren und seit September 2020 mit einem entsprechenden Hinweis auf der Rechnung der Identitas AG. Seit 2002 machten insgesamt dreizehn Betriebe davon Gebrauch.

Der SBV setzt für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft jährlich rund 4,4 Mio. Franken ein. Weniger als die Hälfte davon sind Absatzförderungsmittel des Bundes (2024: 2,2 Mio. Franken). Die Eigenmittel kommen aufgrund der von der SBV-Delegiertenversammlung 1999 beschlossenen

Spezialfinanzierung zusammen. Beiträge leisten die kantonalen Bauernverbände und die Fachorganisationen – dazu kommen Sponsoringbeiträge und von den kantonalen Bauernverbänden und Partnerorganisationen für Ergänzungsprojekte eingesetzte Mittel.

Die verschiedenen Aktivitäten im Zusammenhang mit «Schweizer Bauern» sowie die eingesetzten Mittel sind im Bericht: Öffentlichkeitsarbeit und Basiskommunikation für die Schweizer Landwirtschaft (Projekt 194.1999.24)», der dem BLW vorliegt, festgehalten.

**Wie unter Punkt 2.1.2. bereits erläutert, profitieren alle Tierhalter gleichermassen von dieser Grundlagenarbeit der Basiskommunikation und einem guten Bild der einheimischen Tierhaltung. Dies unabhängig davon, ob sie die Produkte direkt oder über den Zwischenhandel vermarkten.**

**Mehrwertsteuer:**

Die Beiträge zur Basiskommunikation unterliegen der Mehrwertsteuer. Die Identitas AG erhebt diese im Auftrag des SBV und fakturiert sie den Tierhaltern zuzüglich MWST gemäss den geltenden gesetzlichen Bestimmungen. Die MWST wird auf der Rechnung separat ausgewiesen.

Brugg, 24. Juni 2025

# **Statuten**

## **des Schweizer Bauernverbandes**

## Inhaltsverzeichnis

|                                                                                     |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>I. Name, Sitz und Zweck .....</b>                                                | <b>4</b>  |
| Art. 1    Name .....                                                                | 4         |
| Art. 2    Sitz .....                                                                | 4         |
| Art. 3    Zweck.....                                                                | 4         |
| Art. 4    Aufgaben .....                                                            | 4         |
| <b>II. Mitgliedschaft .....</b>                                                     | <b>5</b>  |
| Art. 5    Mitglieder .....                                                          | 5         |
| Art. 6    Aufnahmeverfahren .....                                                   | 5         |
| Art. 7    Erlöschen der Mitgliedschaft .....                                        | 5         |
| Art. 8    Austritt .....                                                            | 5         |
| Art. 9    Ausschluss .....                                                          | 5         |
| Art. 10   Beschwerde gegen den Ausschluss und gegen eine verweigerte Aufnahme ..... | 5         |
| Art. 11   Ehrenmitgliedschaft .....                                                 | 5         |
| <b>III. Finanzierung.....</b>                                                       | <b>6</b>  |
| Art. 12   Einnahmen .....                                                           | 6         |
| Art. 13   Finanzierungsreglement .....                                              | 6         |
| Art. 14   Geschäftsjahr.....                                                        | 6         |
| Art. 15   Haftung für Schulden des SBV .....                                        | 6         |
| <b>IV. Organisation .....</b>                                                       | <b>6</b>  |
| Art. 16   Organe .....                                                              | 6         |
| Art. 17   Amtszeit der Organe.....                                                  | 6         |
| Art. 18   Gäste .....                                                               | 7         |
| Art. 19   Basisbefragung .....                                                      | 7         |
| <b>A. Die Delegiertenversammlung .....</b>                                          | <b>7</b>  |
| Art. 20   Stellung der Delegiertenversammlung .....                                 | 7         |
| Art. 21   Anzahl und Aufteilung der Delegierten .....                               | 7         |
| Art. 22   Aufgaben und Kompetenzen der Delegiertenversammlung .....                 | 7         |
| Art. 23   Einberufung der Delegiertenversammlung .....                              | 7         |
| Art. 24   Anträge zuhanden der Delegiertenversammlung .....                         | 8         |
| Art. 25   Beschlüsse der Delegiertenversammlung und Stimmrecht.....                 | 8         |
| <b>B. Die Schweizerische Landwirtschaftskammer .....</b>                            | <b>8</b>  |
| Art. 26   Anzahl und Aufteilung der Landwirtschaftskammermitglieder .....           | 8         |
| Art. 27   In die Landwirtschaftskammer wählbare Personen und Konstituierung.....    | 8         |
| Art. 28   Aufgaben und Kompetenzen der Landwirtschaftskammer .....                  | 8         |
| Art. 29   Landwirtschaftskammersitzungen.....                                       | 9         |
| Art. 30   Vertretung des SBV .....                                                  | 9         |
| <b>C. Der Vorstand.....</b>                                                         | <b>9</b>  |
| Art. 31   Anzahl und Aufteilung der Mitglieder des Vorstandes .....                 | 9         |
| Art. 32   Aufgaben und Kompetenzen des Vorstandes .....                             | 9         |
| Art. 33   Besondere Verantwortlichkeiten .....                                      | 9         |
| Art. 34   Sitzungen des Vorstandes.....                                             | 10        |
| Art. 35   Fachkommissionen .....                                                    | 10        |
| <b>D. Kontrolle.....</b>                                                            | <b>10</b> |
| Art. 36   Gesetzliche Revisionsstelle.....                                          | 10        |
| Art. 37   Interne Revisionsstelle .....                                             | 10        |
| <b>E. Das Präsidium.....</b>                                                        | <b>10</b> |
| Art. 38   Zusammensetzung und Aufgaben des Präsidiums .....                         | 10        |
| <b>V. Operative Stellen des SBV.....</b>                                            | <b>11</b> |
| Art. 39   Operative Stellen .....                                                   | 11        |
| <b>A. Die Geschäftsstelle.....</b>                                                  | <b>11</b> |
| Art. 40   Funktion, Aufgaben und Kompetenzen der Geschäftsstelle .....              | 11        |
| Art. 41   Zusammenarbeit mit Konferenzen.....                                       | 11        |
| <b>B. Die Dienstleistungsbereiche .....</b>                                         | <b>11</b> |
| Art. 42   Funktion und Aufgaben der Dienstleistungsbereiche .....                   | 11        |
| <b>VI. Statutenrevision.....</b>                                                    | <b>12</b> |
| Art. 43   Antrag auf Statutenrevision .....                                         | 12        |
| Art. 44   Beschlussfassung über eine Statutenrevision .....                         | 12        |
| <b>VII. Auflösung.....</b>                                                          | <b>12</b> |
| Art. 45   Antrag auf Auflösung.....                                                 | 12        |
| Art. 46   Beschlussfassung über die Auflösung .....                                 | 12        |
| Art. 47   Verwendung des Vereinsvermögens .....                                     | 12        |

# **I. Name, Sitz und Zweck**

## **Art. 1        Name**

Unter dem Namen Schweizer Bauernverband (SBV), Union Suisse des Paysans (USP), Unione Svizzera dei Contadini (USC), Uniun Purila Svizra (UPS) besteht auf unbestimmte Dauer ein Verband in der Rechtsform des Vereins gemäss Art. 60 ff ZGB.

## **Art. 2        Sitz**

Der SBV hat seinen Sitz in Brugg. Er betreibt in Bern eine Zweigstelle. Zur Erfüllung von weiteren Aufgaben und insbesondere zum Erbringen von Dienstleistungen können Zweigstellen an weiteren Orten festgelegt werden.

## **Art. 3        Zweck**

Der SBV ist die Dachorganisation der Bäuerinnen und Bauern. Er ist für die umfassende Interessenvertretung des Bauernstandes, insbesondere gegenüber den Bundesbehörden, den Politikern und den Wirtschafts- und Sozialpartnern sowie den Konsumentinnen und Konsumenten und der Bevölkerung zuständig. Er wahrt bei der Erfüllung seiner Aufgaben die ethischen Grundwerte. Er ist parteipolitisch und konfessionell neutral.

## **Art. 4        Aufgaben**

Die zentralen Aufgaben des SBV sind:

- Interessenvertretung auf nationaler und internationaler Ebene mit dem Ziel, den Bäuerinnen und Bauern Einkommen und Existenz zu sichern
- Information der Bäuerinnen und Bauern sowie allgemeine und produktionsbezogene Öffentlichkeitsarbeit
- Erbringen von Dienstleistungen
- Wahrnehmung der Interessenvertretung bei der Grund- und höheren Berufsbildung für die Schweizer Landwirtschaft

Der SBV trifft insbesondere folgende Massnahmen:

- Festlegung der Zielsetzungen des Berufsstandes auf der Grundlage des bäuerlichen Familienbetriebes
- Koordination der Bestrebungen seiner Mitgliedorganisationen
- Erarbeiten von Grundlagen für eine aktive Agrarpolitik

Er berücksichtigt bei der Erfüllung seiner Aufgaben die Anliegen der verschiedenen Sprachgebiete und Regionen sowie die Interessen der Gebiete mit erschwerten Produktionsbedingungen.

## **II. Mitgliedschaft**

### **Art. 5 Mitglieder**

Als stimmberechtigte Mitglieder können in den SBV aufgenommen werden:

- Kantonale Berufsorganisationen
- Landwirtschaftliche Fachorganisationen oder andere Organisationen mit Sitz in der Schweiz, welche auf regionaler oder nationaler Ebene bestimmte Interessen der schweizerischen Landwirtschaft vertreten.

### **Art. 6 Aufnahmeverfahren**

Gesuche um Aufnahme sind schriftlich an die Geschäftsstelle des SBV zu richten.

Über die Aufnahme neuer Mitgliedorganisationen entscheidet die Landwirtschaftskammer.

### **Art. 7 Erlöschen der Mitgliedschaft**

Die Mitgliedschaft erlischt durch:

- Austritt
- Ausschluss
- Auflösung der Mitgliedorganisation

### **Art. 8 Austritt**

Eine Mitgliedorganisation kann durch schriftliche Kündigung an die Geschäftsstelle des SBV auf Ende des Kalenderjahres austreten, wobei die erfolgte Kündigung nicht von der Beitragspflicht für das laufende Kalenderjahr befreit.

Die Kündigungsfrist beträgt sechs Monate.

Austretende oder ausgeschlossene Mitgliedorganisationen haben keinen Anspruch auf das Vereinsvermögen. Sie haften jedoch für ausstehende Mitgliederbeiträge.

### **Art. 9 Ausschluss**

Eine Mitgliedorganisation, welche den Interessen des SBV in schwerwiegender Weise zuwiderhandelt, kann von der Landwirtschaftskammer mit einer Zweidrittelmehrheit der anwesenden Stimmberechtigten aus dem Verband ausgeschlossen werden.

### **Art. 10 Beschwerde gegen den Ausschluss und gegen eine verweigerte Aufnahme**

Ausgeschlossene Mitgliedorganisationen und abgewiesene Antragsteller können innerhalb von 30 Tagen zuhänden der Delegiertenversammlung Beschwerde gegen den Landwirtschaftskammerentscheid einreichen.

Für den Beschluss über den Ausschluss oder gegen eine verweigerte Aufnahme einer Mitgliedorganisation ist in der Delegiertenversammlung eine Mehrheit von 2/3 der abgegebenen Stimmen notwendig.

### **Art. 11 Ehrenmitgliedschaft**

Die Delegiertenversammlung kann Personen, die sich um den SBV oder die schweizerische Landwirtschaft besondere Verdienste erworben, zu Ehrenmitgliedern ernennen.

Den Ehrenmitgliedern steht im Rahmen der Delegiertenversammlung jedoch kein Stimmrecht zu.

### **III. Finanzierung**

#### **Art. 12 Einnahmen**

Der SBV finanziert sich aus:

- Mitgliederbeiträgen
- Erträgen aus Abgeltungen für wissenschaftliche Untersuchungen, statistische Erhebungen und Schätzungen, usw.
- Erträgen aus Publikationen
- Entschädigungen für Dienstleistungen
- Gönnerbeiträgen und Schenkungen
- Vermögenserträgen
- Beteiligungen

#### **Art. 13 Finanzierungsreglement**

Die Finanzierung des SBV wird in einem von der Delegiertenversammlung genehmigten Reglement festgehalten.

#### **Art. 14 Geschäftsjahr**

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr und wird jährlich per 31. Dezember abgeschlossen.

#### **Art. 15 Haftung für Schulden des SBV**

Für die Verbindlichkeiten des SBV haftet ausschliesslich das Vereinsvermögen.

### **IV. Organisation**

#### **Art. 16 Organe**

Die Organe des SBV sind:

- die Delegiertenversammlung
- die Landwirtschaftskammer
- der Vorstand
- das Präsidium
- die gesetzliche Revisionsstelle
- die interne Revisionsstelle

#### **Art. 17 Amtszeit der Organe**

Die Amtszeit der gewählten Organe beträgt vier Jahre. Die gesetzliche Revisionsstelle muss jährlich gewählt werden.

Sie beginnt jeweils im Jahr nach den eidgenössischen Parlamentswahlen.

Bei Erreichen des 65. Lebensjahres hat der Amtsinhaber oder die Amtsinhaberin per Ablauf der ordentlichen Amtszeit zurückzutreten.

## **Art. 18      Gäste**

Zu den Delegiertenversammlungen sowie den Sitzungen der Landwirtschaftskammer und des Vorstandes können auch Personen eingeladen werden, die keiner Mitgliedorganisation angehören. Sie haben jedoch kein Stimmrecht.

## **Art. 19      Basisbefragung**

Der SBV kann zu wichtigen Sachfragen Basisbefragungen durchführen. Die Basisbefragung wird in einem von der Landwirtschaftskammer genehmigten Reglement festgehalten.

# **A. Die Delegiertenversammlung**

## **Art. 20      Stellung der Delegiertenversammlung**

Die Delegiertenversammlung bildet das oberste Organ des SBV im Sinne von Art. 64 ZGB.

## **Art. 21      Anzahl und Aufteilung der Delegierten**

Die Delegiertenversammlung umfasst 495 bis 505 Delegierte.

Mindestens 60% der Delegierten sind Vertreterinnen oder Vertreter der kantonalen Berufsorganisationen, und höchstens 40% sind Vertreterinnen oder Vertreter der übrigen Mitgliedorganisationen.

Jede kantonale Berufsorganisation hat Anrecht auf mindestens 3 Delegierte und bestimmt diese nach Massgabe ihrer Statuten.

Jede andere Mitgliedorganisation hat Anrecht auf mindestens 1 Delegierte(n) und bestimmt diese(n) nach Massgabe ihrer Statuten.

Die verschiedenen Produktionsrichtungen und Regionen müssen ihrer Bedeutung entsprechend in der Delegiertenversammlung vertreten sein.

Die Landwirtschaftskammer erlässt ein Reglement über die Verteilung der Sitze.

## **Art. 22      Aufgaben und Kompetenzen der Delegiertenversammlung**

Die Delegiertenversammlung hat als oberstes Organ des SBV folgende Aufgaben:

- Festlegung der Zielsetzungen der Verbandspolitik
- Stellungnahme zu grundsätzlichen Fragen der Landwirtschaft und der Agrarpolitik
- Wahl der Landwirtschaftskammer, der Präsidentin oder des Präsidenten und der Vizepräsidentinnen oder Vizepräsidenten
- Genehmigung des Tätigkeitsberichtes und des Tätigkeitsprogrammes
- Festsetzung der Mitgliederbeiträge
- Behandlung von Beschwerden gegen Ausschluss respektive Abweisung des Aufnahmegesuches
- Ernennung von Ehrenmitgliedern
- Beschlussfassung über eine Statutenrevision und über die Auflösung des SBV

## **Art. 23      Einberufung der Delegiertenversammlung**

Die Delegiertenversammlung findet mindestens einmal jährlich statt.

Ausserordentliche Delegiertenversammlungen finden statt, wenn die Landwirtschaftskammer oder ein Fünftel der Mitgliedorganisationen, unabhängig von der Anzahl der sie vertretenden Delegierten, die Einberufung verlangt. In Ausnahmefällen kann der Vorstand eine ausserordentliche Delegiertenversammlung beschliessen.

#### **Art. 24      Anträge zuhanden der Delegiertenversammlung**

Anträge von Mitgliedorganisationen, die auf die Traktandenliste der nächsten ordentlichen Delegiertenversammlung gesetzt werden sollen, müssen mindestens einen Monat vor der Delegiertenversammlung der Präsidentin oder dem Präsidenten oder der Geschäftsstelle in schriftlicher und begründeter Form eingereicht werden.

#### **Art. 25      Beschlüsse der Delegiertenversammlung und Stimmrecht**

Beschlüsse an der Delegiertenversammlung werden mit dem absoluten Mehr der abgegebenen Stimmen gefasst. Bei Stimmengleichheit ist die Abstimmung zu wiederholen.

Jedem oder jeder anwesenden Delegierten kommt eine Stimme zu.

### **B. Die Schweizerische Landwirtschaftskammer**

#### **Art. 26      Anzahl und Aufteilung der Landwirtschaftskammermitglieder**

Die Landwirtschaftskammer umfasst 98 bis 105 Mitglieder.

Mindestens 60% der Landwirtschaftskammermitglieder sind Vertreterinnen oder Vertreter der kantonalen Berufsorganisationen, und höchstens 40% sind Vertreterinnen oder Vertreter der übrigen Mitgliedorganisationen.

Alle kantonalen Berufsorganisationen und die wichtigen Fachorganisationen haben Anrecht auf mindestens 1 Landwirtschaftskammermitglied und bestimmen dieses nach Massgabe ihrer Statuten.

Die verschiedenen Produktionsrichtungen und Regionen müssen ihrer Bedeutung entsprechend in der Landwirtschaftskammer vertreten sein.

Die Landwirtschaftskammer erlässt ein Reglement über die Verteilung der Sitze.

#### **Art. 27      In die Landwirtschaftskammer wählbare Personen und Konstituierung**

In die Landwirtschaftskammer sind nur Delegierte wählbar.

Die Landwirtschaftskammermitglieder sind nach Ablauf der Amtsperiode wieder wählbar.

#### **Art. 28      Aufgaben und Kompetenzen der Landwirtschaftskammer**

Die Landwirtschaftskammer hat insbesondere folgende Aufgaben:

- Beschlussfassung über Begehren zur Sicherung der Existenz und des Einkommens der Bäuerinnen und Bauern sowie andere wichtige Eingaben an die Behörden
- Beschlussfassung über agrarpolitisch wichtige Vernehmlassungen
- Festlegung von wichtigen Abstimmungsparolen
- Vorbereitung politischer Entscheide
- Genehmigung der Jahresrechnung und des Berichtes der gesetzlichen Revisionsstelle
- Kenntnisnahme des Berichts der internen Revisionsstelle
- Entlastung Vorstand und Geschäftsleitung
- Genehmigung des Voranschlages
- Wahl des Vorstandes und der Direktorin oder des Direktors sowie der gesetzlichen und internen Revisionsstelle
- Aufsicht über die Geschäftsführung
- Vorbereitung der Delegiertenversammlung
- Erlass des Reglements über die Finanzierung und die Sitzverteilung in den Organen

- Erlass des Geschäftsreglements
- Erlass des Reglements für die Fachkommissionen,
- des Reglements für die Konferenzen und des Reglements für die Durchführung von Basisbefragungen.
- Aufnahme und Ausschluss von Mitgliedorganisationen
- Entscheid über die Durchführung von Basisbefragungen, wobei dafür eine Zweidrittelmehrheit erforderlich ist

Die Landwirtschaftskammer erledigt zudem die ihr von der Delegiertenversammlung erteilten Aufträge.

Die Landwirtschaftskammer kann einzelne dieser Aufgaben an den Vorstand delegieren.

#### **Art. 29      Landwirtschaftskammersitzungen**

Die Landwirtschaftskammer tritt in der Regel viermal jährlich zusammen.

Weitere Sitzungen finden statt, wenn die Präsidentin oder der Präsident, die Mehrheit des Vorstandes oder ein Fünftel der Mitglieder der Landwirtschaftskammer dies verlangen.

Die Sitzungen der Landwirtschaftskammer können physisch oder auf Anordnung des Präsidiums virtuell oder hybrid durchgeführt werden.

#### **Art. 30      Vertretung des SBV**

Die Landwirtschaftskammer oder die von ihr beauftragten Personen, vertreten den SBV gegenüber sämtlichen Behörden und Drittpersonen. Die Landwirtschaftskammer erlässt diesbezüglich ein entsprechendes Geschäftsreglement.

### **C. Der Vorstand**

#### **Art. 31      Anzahl und Aufteilung der Mitglieder des Vorstandes**

Der Vorstand besteht aus der Präsidentin oder dem Präsidenten, drei Vizepräsidentinnen oder -präsidenten und 18 bis 21 Mitgliedern der Landwirtschaftskammer. Von den maximal 25 Mitgliedern müssen mindestens 8 Mitglieder aus dem lateinischen Sprachgebiet stammen. Bei der Zusammensetzung des Vorstandes ist das Berggebiet angemessen zu berücksichtigen.

#### **Art. 32      Aufgaben und Kompetenzen des Vorstandes**

Der Vorstand bearbeitet die laufenden Geschäfte und ist für die Vorbereitung der Beratungen in der Landwirtschaftskammer verantwortlich. Er erledigt die ihm von der Landwirtschaftskammer übertragenen Aufgaben. Seine Aufgaben und Kompetenzen sind im Geschäftsreglement geordnet.

Er wählt die Mitglieder der Fachkommissionen.

Im Weiteren ist der Vorstand für alle Geschäfte zuständig, die nicht durch Statuten, Reglemente oder Beschlüsse der Delegiertenversammlung oder der Landwirtschaftskammer einem anderen Organ zugewiesen sind.

Die Vorstandsmitglieder des lateinischen Sprachgebietes können eine zweite Lesung einer beschlossenen Vorlage verlangen. Der Antrag ist unmittelbar nach dem ersten Beschluss über die Vorlage dem oder der Vorsitzenden einzureichen.

#### **Art. 33      Besondere Verantwortlichkeiten**

Die Mitglieder des Vorstandes setzen sich für die Belange des SBV ein.

Mitgliedern des Vorstandes kann Ressortverantwortung in einem spezifischen Sachgebiet übertragen werden.

Der Vorstand fasst zu Beginn jeder Amtsperiode einen entsprechenden Beschluss über die Zuweisung der persönlichen Ressortverantwortung.

#### **Art. 34 Sitzungen des Vorstandes**

Der Vorstand tritt in der Regel einmal pro Monat zusammen.

Die Sitzungen des Vorstands können physisch oder auf Anordnung des Präsidiums virtuell oder hybrid durchgeführt werden.

#### **Art. 35 Fachkommissionen**

Dem Vorstand stehen Fachkommissionen zur Verfügung.

Die Fachkommissionen setzen sich aufgrund der ihnen übertragenen Aufgaben aus Mitgliedern der Produktion, der Wissenschaft, der Beratung und Ausbildung sowie aus der Landwirtschaft vor- und nachgelagerten Branchen zusammen. Die Produzenten verfügen über die Mehrheit der Sitze in einer Fachkommission.

Die Fachkommissionen beraten den Vorstand, können seine Geschäfte vorbereiten und Anträge stellen.

Aufgaben, Kompetenzen und Arbeitsweise der Fachkommissionen werden in einem von der Landwirtschaftskammer genehmigten Reglement festgehalten. Die Sitzungen der Fachkommissionen können physisch, virtuell oder hybrid durchgeführt werden.

### **D. Kontrolle**

#### **Art. 36 Gesetzliche Revisionsstelle**

Die Landwirtschaftskammer wählt für die Dauer von 1 Jahr die gesetzliche Revisionsstelle. Sie muss die Bedingungen des Revisionsaufsichtsgesetzes (RAG) erfüllen.

#### **Art. 37 Interne Revisionsstelle**

Die Landwirtschaftskammer wählt auf die Dauer von 4 Jahren eine interne Revisionsstelle, welche sich aus 3 Mitgliedern zusammensetzt. Diese müssen Vertreterinnen oder Vertreter der Landwirtschaftskammer sein.

### **E. Das Präsidium**

#### **Art. 38 Zusammensetzung und Aufgaben des Präsidiums**

Die Präsidentin oder der Präsident und die drei Vizepräsidentinnen oder Vizepräsidenten bilden das Präsidium.

Beide Geschlechter müssen im Präsidium vertreten sein.

Die Präsidentin, der Präsident oder ein anderes Mitglied muss aus dem lateinischen Sprachgebiet stammen.

Die Präsidentin oder der Präsident und im Verhinderungsfall ein Mitglied des Präsidiums leitet die Delegiertenversammlung sowie die Sitzungen der Landwirtschaftskammer und des Vorstandes.

Das Präsidium bereitet die längerfristig für die Schweizer Landwirtschaft wichtigen, strategischen Fragen zu Händen des Vorstandes vor. Die Sitzungen des Präsidiums können physisch, virtuell oder hybrid durchgeführt werden.

Die Präsidentin oder der Präsident und im Verhinderungsfall ein Mitglied des Präsidiums zeichnet zusammen mit einem Mitglied der Geschäftsleitung die Eingaben an die Behörden und andere wichtige Schriftstücke kollektiv zu zweien.

## **V. Operative Stellen des SBV**

### **Art. 39 Operative Stellen**

Die operativen Stellen des SBV sind:

- die Geschäftsstelle
- die Dienstleistungsbereiche

### **A. Die Geschäftsstelle**

#### **Art. 40 Funktion, Aufgaben und Kompetenzen der Geschäftsstelle**

Unter der Leitung der Direktorin oder des Direktors führt die Geschäftsleitung die Geschäftsstelle des Verbandes. Der Geschäftsstelle obliegt die Vorbereitung und Ausführung aller Verbandsaufgaben, die nicht durch Beschluss der Delegiertenversammlung, der Landwirtschaftskammer oder des Vorstandes einem anderen Organ oder einer anderen Stelle explizit zugewiesen werden.

Die Aufgaben und Kompetenzen der Geschäftsstelle, der Direktorin oder des Direktors, der Geschäftsleitung sowie der Mitarbeitenden werden in einem von der Landwirtschaftskammer genehmigten Geschäftsreglement festgehalten.

Die Sitzungen der Geschäftsstelle können physisch, virtuell oder hybrid durchgeführt werden.

#### **Art. 41 Zusammenarbeit mit Konferenzen**

Zwecks gegenseitiger Information und Koordination können Konferenzen gebildet werden, namentlich für:

- Operative Leiterinnen oder Leiter der Fachorganisationen
- Geschäftsführerinnen oder Geschäftsführer kantonaler Berufsorganisationen
- Bäuerliche Parlamentarierinnen oder Parlamentarier
- Kommerziell tätige Organisationen der vor- und nachgelagerten Branchen

Die Aufgaben, Kompetenzen und Arbeitsweisen der Konferenzen werden in einem von der Landwirtschaftskammer genehmigten Reglement festgehalten.

### **B. Die Dienstleistungsbereiche**

#### **Art. 42 Funktion und Aufgaben der Dienstleistungsbereiche**

Das Erbringen von Dienstleistungen für die Bäuerinnen und Bauern und andere Auftraggeber ist Aufgabe von speziell dafür errichteten Dienstleistungsbereichen.

Deren Aufgaben werden vom Vorstand festgelegt.

Die einzelnen Dienstleistungsbereiche organisieren und finanzieren sich selbst.

Der oder die entsprechende Ressortverantwortliche im Vorstand ist für die Koordination mit den Dienstleistungsbereichen auf der Führungsebene verantwortlich.

## VI. Statutenrevision

### Art. 43 Antrag auf Statutenrevision

Ein Antrag auf Statutenrevision muss den Mitgliedorganisationen mindestens zwei Monate vor der Delegiertenversammlung als schriftlicher Antrag, beinhaltend die Formulierung der abzuändernden Statutenbestimmungen, unterbreitet werden.

### Art. 44 Beschlussfassung über eine Statutenrevision

Ein Antrag auf Statutenrevision gilt als angenommen, wenn er von mindestens zwei Dritteln der an der Delegiertenversammlung anwesenden stimmberechtigten Delegierten gutgeheissen wird.

## VII. Auflösung

### Art. 45 Antrag auf Auflösung

Ein Antrag auf Auflösung des SBV muss den Mitgliedorganisationen mindestens zwei Monate vor der Delegiertenversammlung schriftlich unterbreitet werden.

### Art. 46 Beschlussfassung über die Auflösung

Der SBV wird aufgelöst, wenn mindestens drei Viertel der an der Delegiertenversammlung anwesenden stimmberechtigten Delegierten dem Antrag zustimmen.

### Art. 47 Verwendung des Vereinsvermögens

Bei der Auflösung muss das Vermögen des SBV dessen Zweckbestimmung erhalten bleiben.

Die vorliegenden Statuten sind an der Delegiertenversammlung vom 20. November 2024 revidiert worden. Sie treten mit diesem Datum in Kraft und ersetzen die Fassung vom 22. November 2018.

Bern, 20. November 2024

Namens der Delegiertenversammlung

Der Präsident:

Markus Ritter

Der Direktor:

Martin Rufer

Schweizer  
Bäuerinnen  
& Bauern

# Strategie 2017–27

zur nationalen Basiskommunikation  
der Schweizer Bäuerinnen und Bauern

Update Juni 2022



Für dich.

# Inhalt

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 1. Die Basiskommunikation .....                  | 2  |
| 2. Umfeld und Auswirkungen .....                 | 3  |
| 3. Ziele der Basiskommunikation .....            | 5  |
| 4. Hauptbotschaften der Basiskommunikation ..... | 6  |
| 5. Absender der Basiskommunikation .....         | 7  |
| 6. Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» .....   | 8  |
| 7. Schulprojekte .....                           | 12 |
| 8. Wirkungskontrolle .....                       | 13 |
| 9. Finanzierung .....                            | 14 |
| 10. Projektorganisation .....                    | 15 |
| 11. Zeithorizont .....                           | 16 |
| 12. Anhang .....                                 | 17 |

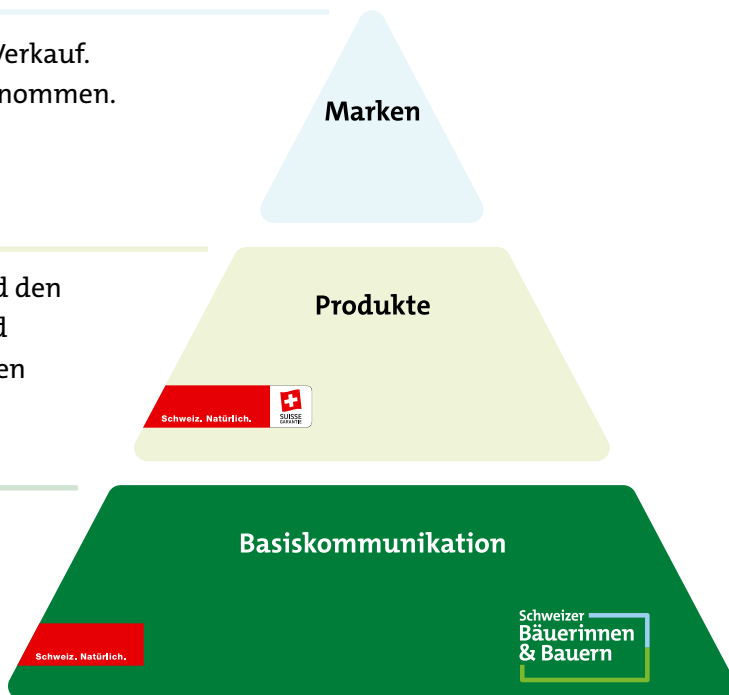
# 1. Die Basiskommunikation

## Die Kommunikationspyramide der Land- und Ernährungswirtschaft

Die **Markenkommunikation** bewirbt die Endprodukte im Verkauf. Sie wird von den Verarbeitern und Detailhändlern wahrgenommen.

Die Branchenkommunikation vermittelt darauf aufbauend den Wert der verschiedenen **Landwirtschaftsprodukte**. Sie wird von den entsprechenden Fach- und Branchenorganisationen und der Agro-Marketing Suisse (AMS) betrieben.

Die **Basiskommunikation (Bako)** schafft bei der Bevölkerung Sympathie, Verständnis und Vertrauen in die Schweizer Bauernfamilien als Lebensmittelproduzenten und Erbringer von Dienstleistungen. Sie legt damit eine wichtige Basis für die Branchen- und Markenkommunikation.



Angestrebt wird ein koordinierter Auftritt der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft mit einer abgestimmten Kommunikation über alle drei Ebenen.

## 2. Umfeld und Auswirkungen

### Umfeld und Wahrnehmung der Schweizer Bäuerinnen und Bauern

#### **Entfremdung, Romantisierung und Polarisierung**

75% der Bevölkerung der Schweiz leben in Städten und Agglomerationen, der direkte Bezug zur landwirtschaftlichen Realität schwindet. Es fehlen zunehmend Kenntnisse der Nahrungsmittelproduktion und ihrer Zusammenhänge. Verstärkt durch die omnipräsente Kommunikation der Detailhändler hält sich ein romantisch-verklärtes Bild der Landwirtschaft in der Bevölkerung. Gleichzeitig ist in der Schweiz eine zunehmende Polarisierung der Einstellungen gegenüber der Landwirtschaft zu beobachten, die sich auch in – zuweilen extremen – politischen Vorstössen äussert. Gerade mehrere Volksabstimmungen, die die Landwirtschaft direkt betreffen, sind in den nächsten Jahren zu erwarten. Die breite politische Exposition der Landwirtschaft nimmt weiter zu.

#### **Megatrends «Nachhaltigkeit», «Gesundheit» und «Regionalität»**

Einhergehend mit den gesellschaftlichen Megatrends «Nachhaltigkeit» und «Gesundheit» steigt das öffentliche Bewusstsein für Umwelt, Klima und die verantwortungsvolle und nachhaltige Produktion von Lebensmitteln. Nochmals befeuert durch die Corona-Pandemie findet seit Längerem eine verstärkte Zuwendung zu regionalen Produkten und Dienstleistungen statt.

#### **Sehr gutes und stabiles Image der Schweizer Bäuerinnen und Bauern**

Das Image der Bäuerinnen und Bauern in der Schweizer Bevölkerung ist in allen Landesteilen sehr gut. Insbesondere punkten die Bäuerinnen und Bauern mit hohen Werten bei Vertrauen, Sympathie und Glaubwürdigkeit quer durch alle Altersgruppen. Gemäss der im Frühjahr 2020 durchgeführten Marktstudie deklarieren drei Viertel der Befragten die Bäuerinnen und Bauern als sehr wichtig für unsere Zukunft und rund 2 von 3 Personen empfinden sie als Experten auf ihrem Gebiet. Im Vergleich der einzelnen, generell sehr gut bewerteten Imagekriterien schneiden die Bäuerinnen und Bauern bei der Frage «arbeiten umweltschonend» weniger gut ab.

*Hinweis: Die ausführliche Analyse (SWOT) befindet sich im Anhang*

## 2. Umfeld und Auswirkungen

### Auswirkungen auf die Basiskommunikation

#### **Aufklärungsarbeit leisten**

Entfremdung, Romantisierung und Polarisierung ist mit Aufklärungsarbeit zu begegnen. Aufklären heisst, Fakten zu vermitteln und komplexe Zusammenhänge bewusst und erlebbar zu machen. Und dabei sowohl Grundauftrag wie auch die gemeinwirtschaftlichen Leistungen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern hervorzuheben.

#### **Image langfristig steuern und Sympathie erhalten**

Trotz hervorragender Werte: Es gilt das gute Image der Schweizer Bäuerinnen und Bauern langfristig zu sichern. Dafür braucht es eine zielgerichtete Profilierung im für die Bevölkerung relevanten Bereich «Nachhaltigkeit». Insbesondere die Themen «Ökologie» und «Tierwohl» sind für die nächsten Jahre zentral.

#### **Leistungen vermarkten**

Ziel ist es, die Lebensgrundlage der Schweizer Bäuerinnen und Bauern nachhaltig zu gestalten und die Wertschöpfung auf den Betrieben zu erhöhen. Neben dem Aufbau von Wissen um die landwirtschaftlichen Zusammenhänge und der Sympathie für die Schweizer Bäuerinnen und Bauern braucht es dazu eine generelle Promotion der landwirtschaftlichen Produkte und Dienstleistungen.

# 3. Ziele der Basiskommunikation

1. Die Bevölkerung kennt den **Grundauftrag** der Bäuerinnen und Bauern: die Lebensmittelgewinnung aus der Natur.
2. Die Bevölkerung hat ein **realistisches und positives Bild** von der aktuellen Schweizer Landwirtschaft.
3. Die Bevölkerung nimmt das **Zusammenspiel der Nachhaltigkeitswerte** Ökonomie – Ökologie – Soziales in der Schweizer Landwirtschaft positiv wahr und teilt diese Werte.
4. Die Bevölkerung erkennt die **produktebezogenen und multifunktionalen Leistungen** der Schweizer Bäuerinnen und Bauern als wichtigen Beitrag zur allgemeinen Lebensqualität.
5. Die Bevölkerung anerkennt und sichert sich die Leistungen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern durch den Konsum ihrer Produkte und durch die **Zusicherung von guten Rahmenbedingungen** für ihre Arbeit.

## 4. Hauptbotschaften der Basiskommunikation

- Der Grundauftrag der Bäuerinnen und Bauern ist, der Natur Lebensmittel abzugewinnen und sie der ganzen Bevölkerung zur Ernährung und zum Genuss zur Verfügung zu stellen.
- Die heutigen Bäuerinnen und Bauern arbeiten auf ihren Betrieben mit fortschrittlichen Technologien und Einrichtungen und mit hoher Fachkompetenz, damit effizient und ressourcenschonend.
- Die Schweizer Bäuerinnen und Bauern arbeiten im Spannungsfeld zwischen Wirtschaftlichkeit, respektvollem Umgang mit Natur und Tier und guter Lebensqualität für alle. Für diese Werte engagieren sie sich, im eigenen und allgemeinen Interesse.
- Die Schweizer Bäuerinnen und Bauern nutzen die natürlichen Ressourcen der Schweiz und beleben gleichzeitig den ländlichen Raum als Naturpfleger, Landschaftsgestalter und Arbeitgeber.  
Eine sinnvolle Verbindung!
- Wer Schweizer Lebensmittel kauft und damit die Landwirtschaft unterstützt, nützt letztlich sich selbst. Er sichert sich langfristig die Versorgung mit guten Produkten und die damit verbundenen multifunktionalen Leistungen, die die Bäuerinnen und Bauern erbringen.

# 5. Absender der Basiskommunikation

Absender und Leitträger der Basiskommunikation sind die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» und die Schulprojekte.

## Die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern»

Mit dem Ziel, Präsenz und Reichweite zu maximieren, wird ein Grossteil der Bako-Aktivitäten unter der gemeinsamen Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» kommuniziert. Ihr Grundauftrag ist langfristig angelegt: Aufklären und Wissen vermitteln, Nähe schaffen und Sympathie erhalten sowie die Leistungen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern vermarkten. Grundsätzlich richtet sich die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» an die gesamte Bevölkerung der Schweiz. In der Kommunikation und der Ausgestaltung der Massnahmen legt «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» derzeit einen Fokus auf Familien. Im Gegensatz zu anderen Absendern aus dem Kommunikationsfeld Landwirtschaft (z.B. Schweizer Bauernverband (SBV), Kant. Bauernverbände etc.) positioniert sich «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» apolitisch.

## Die Schulprojekte

Die Kommunikation mit der Schule ist langfristig von grosser Bedeutung. Aus den heutigen Schülerinnen und Schülern wachsen Menschen heran, deren Konsum- oder Ernährungsverhalten oder auch deren Bezug zu unseren natürlichen Ressourcen in dieser Zeit wesentlich geprägt wird. Die Zielgruppe Schüler/-in wird indirekt über die Lehrpersonen erreicht. Dabei steht die Bewerbung der verschiedenen Schulprojekte sowie konkrete fachliche Hilfestellungen für den Unterricht im Fokus. Zu den Schulprojekten gehören «Schule auf dem Bauernhof» sowie «Agro Image». Sie verfügen über eigene Auftritte. Die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» tritt darin als Partnerin in Erscheinung.

Die vermehrt kritische Haltung der Öffentlichkeit gegenüber Werbung in den Schulen sowie politischen Vereinnahmungsversuchen veranlasst uns dazu, diese Zielgruppe nicht unter der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» anzusprechen, sondern separat als «Schulprojekte» unter der Leitung der Informationsagenturen LID und AGIR. Sie vernetzen diese Schulprojekte mit weiteren Angeboten im Rahmen der Branchenorganisationen und der Agro-Marketing Suisse. So sichern sie die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit gegenüber der Zielgruppe.

## 6. Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern»

Im Einklang mit den übergeordneten Zielen der Basiskommunikation werden mit der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» fünf spezifische Markenziele verfolgt:

1. **Wissen fördern:** Die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» soll das Wissen um die landwirtschaftliche Produktion und die gemeinwirtschaftlichen Leistungen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern vergrössern.
2. **Bekanntheit steigern:** Die Bekanntheit der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» soll substantiell steigen.
3. **Image aufbauen:** Das Image der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» soll entlang der Markenattribute «innovativ», «stark» und «verantwortungsvoll» aufgebaut und kontinuierlich gefestigt werden.
4. **Sympathie erhalten:** Die Sympathie für die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» (und damit indirekt für den Berufsstand) soll langfristig auf hohem Niveau gehalten werden.
5. **Präferenz bilden:** Die Präferenz sowie die Preisbereitschaft für Produkte der Schweizer Landwirtschaft sollen langfristig erhöht werden.

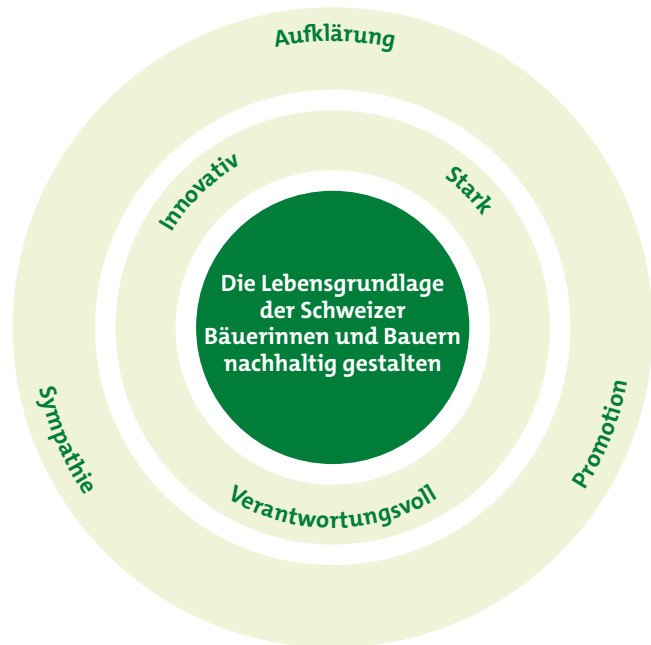
Unter der Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» werden alle aktuellen und künftigen Bako-Vorhaben in den Bereichen Aufklärung, Image und Promotion kommuniziert. Davon ausgenommen sind, wie in Kapitel 5 definiert, die Schulprojekte.

# 6. Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern»

## Die Positionierung der Marke

### Markenkern

Die Marke verfolgt das Ziel, als Teil der Basiskommunikation, nachhaltig die Lebensgrundlage der Schweizer Bäuerinnen und Bauern zu gestalten. Das ist der «Reason why» – der Markenkern. Nach ihm richten sich langfristig alle Marken- und Kommunikationsaktivitäten.



### Markenattribute

Auf dem Markenkern bauen die Markenwerte auf. Auf ihnen basieren die Positionierung der Marke sowie deren Tonalität in der Markenkommunikation:

- **Innovativ**  
Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind aufgeschlossen und handeln unternehmerisch weitsichtig.
- **Stark**  
Schweizer Bäuerinnen und Bauern ernähren das Land und prägen die Landschaft.
- **Verantwortungsvoll**  
Schweizer Bäuerinnen und Bauern gehen sorgsam mit Mensch und Natur um.

### Markenleistung

Die Markenleistung beinhaltet den kommunikativen Grundauftrag der Marke. Entlang dieser drei Bereiche werden sämtliche Themen, Massnahmen und Konzepte aufgebaut:

- **Aufklärung**  
Die Marke erläutert landwirtschaftliche Zusammenhänge und zeigt die Vorzüge einheimischer Produktion.
- **Sympathie**  
Die Marke schafft Nähe zu und Sympathie für die Bäuerinnen und Bauern in der Schweiz.
- **Promotion**  
Die Marke erzeugt Präferenz und erhöht die Preisbereitschaft für Erzeugnisse und Dienstleistungen der Schweizer Bäuerinnen und Bauern.

# 6. Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern»

## Der Zielgruppen-Fokus

Grundsätzlich richtet sich die Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» an die gesamte Bevölkerung der Schweiz. In der Kommunikation und der Ausgestaltung der Massnahmen legt «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» den Fokus auf «Familien schweizweit», d.h. auf Erwachsene im Alter von 29–49 Jahre mit mindestens einem Kind im Alter bis 19 Jahre in allen Landesregionen.

Die Familiengründung verändert bei vielen Menschen die Perspektive. Erwachsene mit Kindern sind im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen überdurchschnittlich affin auf die Themen «Gesundheit», «Ernährung», «Herkunft der Lebensmittel» und «Produkte aus der Schweiz». Dies gilt verstärkt für Erwachsene mit jüngeren Kindern. Zudem prägen Eltern die Wertvorstellungen ihrer Kinder. Neben der Präferenz für Produkte aus Schweizer Herkunft steigt die Zahlungsbereitschaft mit zunehmendem Alter der Erwachsenen an.

Im Hinblick auf die Erreichung der gesteckten Ziele verspricht der Fokus auf «Familien» den effizientesten Einsatz der verfügbaren Mittel. Zudem sichert er die Anschlussfähigkeit von Kommunikation und Massnahmen an andere Bevölkerungssegmente.

## Integrierte Kommunikation

Die Marke erreicht ihre Ziele über eine integrierte Kommunikation und die abgestimmte Ausrichtung all ihrer Massnahmen. Marke und Kommunikation sind auf den geografischen Raum der Schweiz ausgerichtet und mehrsprachig.

Die Ansprache der Zielgruppen erfolgt auf drei Ebenen: national durch die Projektleitung; regional durch die kantonalen Bauernverbände und Partner; lokal durch die Bauernbetriebe. Alle Ebenen sind in die Basiskommunikation einbezogen und optimal miteinander vernetzt.

Zentrale Markenaktivitäten sind die nationale, crossmediale Informationskampagne, Aktionen und Auftritte von «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» im Umfeld der Zielgruppen sowie Angebote und Events auf den Bauernbetrieben. Zusätzlich wird der Dialog mit einer starken Online-Präsenz über [schweizerbauern.ch](http://schweizerbauern.ch) und Social Media aufgebaut.

# 6. Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern»

## Strategische Themen und Leitbotschaften 2022ff

Die kommende Kommunikationsperiode von «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» steht inhaltlich im Zeichen des Zusammenspiels der Nachhaltigkeitswerte Ökonomie – Ökologie – Soziales in der Schweizer Landwirtschaft. Dafür wurden drei Themencluster mit Leitbotschaften festgelegt:



### «Tierwohl»

- Die Schweizer Bäuerinnen und Bauern tragen ihren Tieren Sorge.
- Tiere sind wichtig für die Schweiz.
- Im Thema Tierschutz geniesst die Schweiz und die Schweizer Landwirtschaft international Vorbildcharakter.



### «Ökologie und Biodiversität»

- Schweizer Bäuerinnen und Bauern gehen verantwortungsvoll mit unserer Natur um.
- Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind Experten im schonenden Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen.
- Schweizer Bäuerinnen und Bauern produzieren nicht nur, sondern tun noch viel mehr für die Schweiz.



### «Erholung, Bewegung & Nähe»

- Schweizer Bäuerinnen und Bauern pflegen die Landschaft und schaffen in unmittelbarer Nähe Räume zur Erholung und Bewegung.
- Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind der direkte Draht zur Schweizer Landwirtschaft.
- Wer wissen will, woher seine Lebensmittel kommen und wer sie produziert, der macht einen Besuch auf dem Bauernhof.

*Hinweis: Die vollständige Fassung der Leitbotschaften befindet sich im Anhang.*

# 7. Schulprojekte

Die Kommunikation mit der Schule ist langfristig von grosser Bedeutung. Aus den heutigen Schülerinnen und Schülern wachsen Menschen heran, deren Konsum- oder Ernährungsverhalten oder auch deren Bezug zu unseren natürlichen Ressourcen in dieser Zeit wesentlich geprägt wird. Der Grundauftrag der Schulprojekte ist es, eine langfristige Beziehung zu den zukünftigen Konsumenten aufzubauen.

Die Schulen sind seit vielen Jahren eine wichtige Dialoggruppe der Landwirtschaft. Zu den Schulprojekten gehören «Schule auf dem Bauernhof» sowie «Agro Image».

## Der Zielgruppen-Fokus

Die Zielgruppe sind Schülerinnen und Schüler aller Schulstufen. Sie werden indirekt über die Lehrpersonen erreicht. Dabei steht die Bewerbung der verschiedenen Schulprojekte sowie konkrete fachliche Hilfestellungen für den Unterricht im Fokus.

## Ziele der Schulprojekte

Alle Schulprojekte verfolgen die folgenden Ziele:

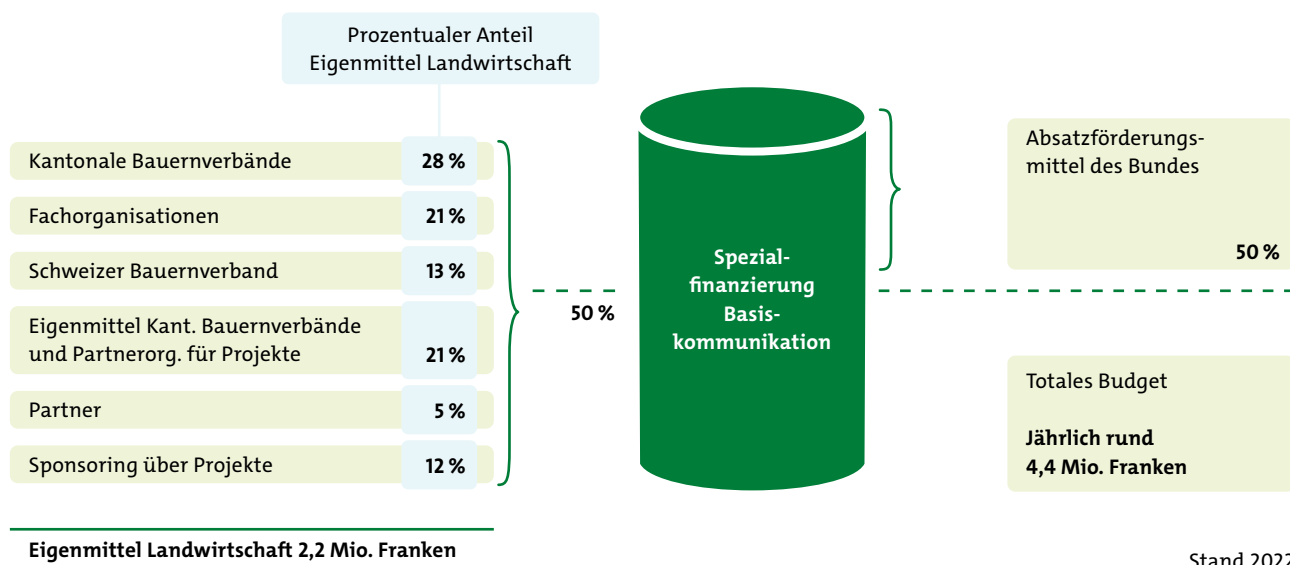
1. Beziehung schaffen und grundlegend informieren:  
Die Landwirtschaft kann primär ihre Produkte und Tätigkeiten aufzeigen, muss aber auch Grundsätzlicheres anbieten: Einblick verschaffen in ihre Besonderheiten und Funktionsweisen und das wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Umfeld, in dem sie sich bewegt und in ihre allgemeinen Werte und Dienstleistungen, ihre Nachhaltigkeit aufzeigen und verständlich machen.
2. Gesellschaftstrends beobachten, auffangen, nutzen:  
Manche Gesellschaftstrends laufen der Landwirtschaft und ihren Anliegen zuwider: Globalisierung und Freihandel, Nutzung von Natur und Boden, Beziehung zum Tier. Hier braucht es sorgfältige Aufklärung über die Bedeutung und Folgen dieser Trends. Andere Trends kommen der Landwirtschaft entgegen: Die Bedürfnisse nach Verwurzelung, Landleben, Naturerlebnis, die Problemthemen Gesundheit und Ernährung sowie das grosse Interesse am Kochen.  
Besonders aufmerksam muss mit der Spannung zwischen Bauernhofromantik und moderner Betriebsrealität, respektive Naturbezogenheit und Wirtschaftlichkeit umgegangen werden: Natur und Romantik aber auch die moderne, produzierende Landwirtschaft vermitteln und die Schulen abholen, damit sie mit der neuen Realität der Betriebe offen und ehrlich umgehen lernen.

Besonders Augenmerk ist der zunehmend kritischen Haltung der Öffentlichkeit gegenüber Werbung in den Schulen sowie politischen Vereinnahmungsversuchen zu widmen. Zudem erfordert die Ansprache der Zielgruppe Schulen vermehrt pädagogisches Wissen und Fingerspitzengefühl, um die Vorzüge der breiten Palette an Unterrichtsthemen aus den Lehrplänen hervorzuheben, die sich mit landwirtschaftlichen Inhalten und den Themen rund um den Bauernhof auf allen Schulstufen erarbeiten lassen.

## 8. Wirkungskontrolle

- Für die zielgerichtete Führung und Weiterentwicklung der Basiskommunikation bedarf es der regelmässigen Wirkungskontrolle. Diese wird laufend bei den einzelnen Massnahmen wie auch auf übergreifender Ebene vorgenommen.
- Langfristige Auswirkungen der Basiskommunikation werden anhand vertiefter Konsumentenumfragen beobachtet. Die Umfragen werden in Zusammenarbeit mit Partnern aus dem Umfeld der Land- und Ernährungswirtschaft durchgeführt.

# 9. Finanzierung

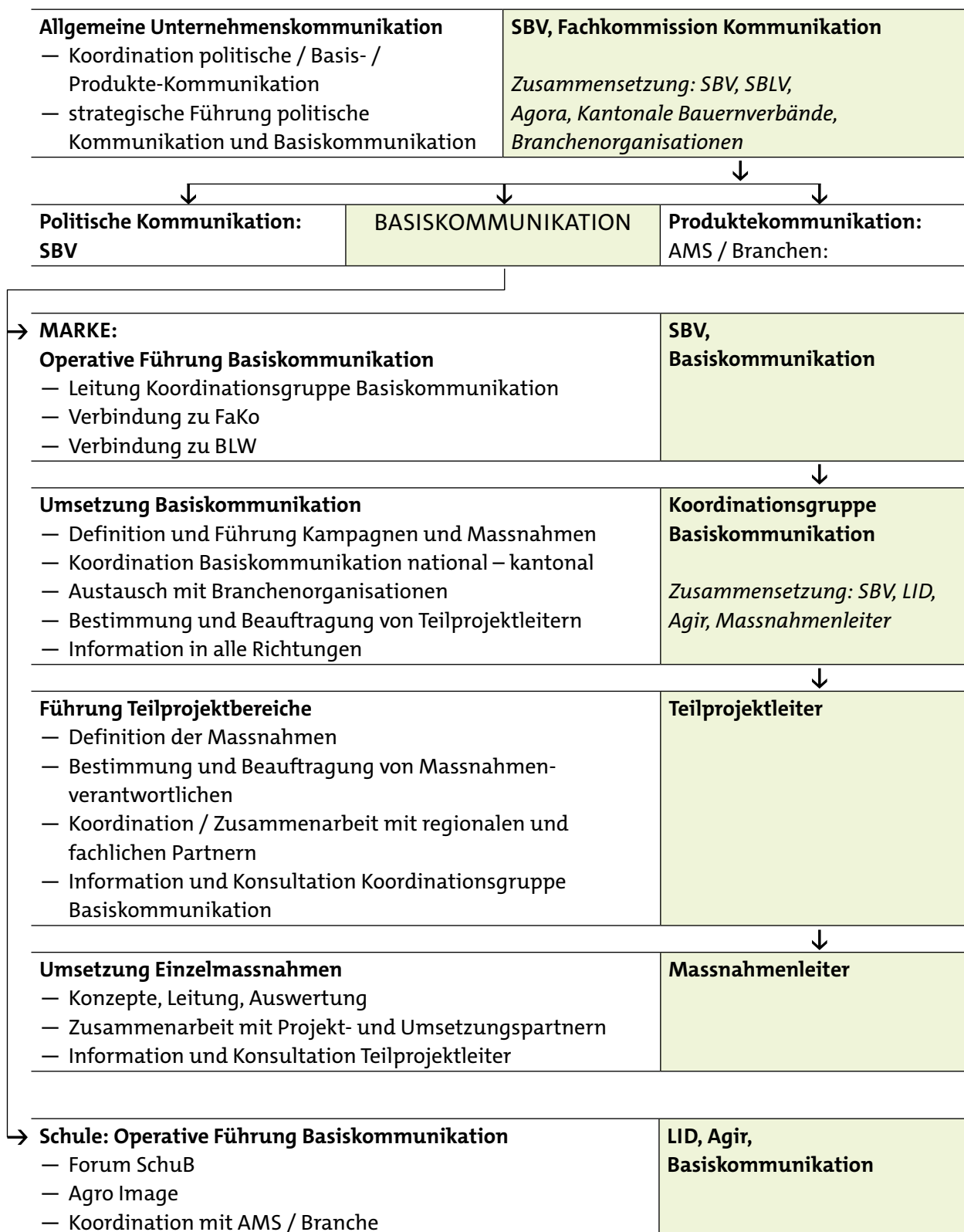


Die Sicherung der finanziellen Grundlagen, respektive die Bereitstellung von ausreichend Eigenmitteln zur Auslösung der Absatzförderungsmittel des Bundes ist in einem separaten Finanzierungskonzept beschrieben

Die Basiskommunikation wird beim Schweizer Bauernverband (SBV) als Spezialfinanzierung geführt. Diese unterliegt der Prüfung durch die statutarisch vorgegebene Revision, die eine von der SBV-Delegiertenversammlung gewählte Treuhandstelle sowie Mitglieder der Landwirtschaftskammer durchführen.

Die Verantwortung für die Umsetzung der Massnahmen sowie die Rechnungsführung liegt beim SBV. Die fachliche Begleitung der Kampagne ist der Koordinationsgruppe Basiskommunikation übertragen, strategisch unterliegt sie der Fachkommission Kommunikation des SBV.

# 10. Projektorganisation



# 11. Zeithorizont

Die Basiskommunikation ist auf unbefristete Zeit angelegt.

Die Strategie gilt für 10 Jahre, wird periodisch überprüft und kann im Falle von wesentlichen Veränderungen im Umfeld (Landwirtschaft, BLW, Konsumenten, Kommunikation) jederzeit angepasst oder erneuert werden.

Ausgabe 24.03.2021:

— mit neuen Abschnitten zur Marke «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» und den Schulprojekten

# 12. Anhang

## SWOT-Analyse

im Hinblick auf die Basiskommunikation

### Stärken

| Beobachtung                                                                                                                                                                                                    | Kommentar, Optionen                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| – versorgen die Bevölkerung mit Lebensmitteln, sorgen für Ernährungssicherheit immer wieder bewusstmachen, in Erinnerung rufen                                                                                 | → immer wieder bewusstmachen, in Erinnerung rufen                                                                                               |
| – haben hohes Qualitätsbewusstsein, hohes Qualitätsniveau bei den Produkten, bieten hochwertige Spezialitäten, halten hohes Niveau bei der Qualitätssicherung (Qualitäts-Charta)                               | – entspricht Konsumentenbedürfnissen!<br>→ klar kommunizieren (und konsequenter Tatbeweis), Vertrauensaufbau                                    |
| – stehen für Swissness, mit abgesicherter Herkunftsbezeichnung                                                                                                                                                 | – entspricht Trend in der Bevölkerung<br>→ klar kommunizieren (und konsequenter Tatbeweis), Vertrauensaufbau                                    |
| – sind weitgehend marktorientiert, innovativ, haben hohe Fachkompetenz durch hohes Ausbildungsniveau, haben Leistungsbereitschaft und Berufsmotivation                                                         | – sind schweizerische Vorbildwerte, vertrauensbildend<br>→ kommunizieren, durch Beispiele und Direktbegegnungen belegen                         |
| – betreiben Familienbetriebe, d.h. keine Massentierhaltung, keine Agrarindustriebetriebe, sind in den Regionen verankert                                                                                       | – entspricht eigentlich Idealbild der Konsumente<br>→ bewusstmachen, vergleichend dokumentieren, ausloben                                       |
| – betreiben insgesamt eine vielseitige Landwirtschaft mit grosser Vielfalt bei Betriebsstrukturen, Produktionsformen und Überzeugungen                                                                         | → als der Topografie und Kulturvielfalt der Schweiz entsprechend kommunizieren                                                                  |
| – bewirtschaften mit dem Strukturwandel immer grössere Betriebe, aber generell noch kleiner als in anderen Ländern                                                                                             | – ist bei Bevölkerung / Konsumenten gewünscht<br>→ (vergleichend) kommunizieren                                                                 |
| – arbeiten zunehmend mit modernen Technologien und digitalen Instrumenten                                                                                                                                      | – als Fortschritt und Innovation kommunizieren, inklusive positive Folgen für Ökonomie und Ökologie<br>→ neues Bauernbild vermitteln / aufbauen |
| – halten sich an hohe Standards bei Ökologie und Tierwohl, umwelt- und standortgerechter Produktion; sorgen für den Erhalt und der Förderung der Biodiversität                                                 | – entspricht Konsumentenbedürfnissen!<br>→ immer wieder klar aufzeigen und belegen                                                              |
| – nutzen die natürlichen Ressourcen der Schweiz sinnvoll und pflegen dabei Natur und Landschaft (multifunktionale Leistungen)                                                                                  | → entspricht Verfassungsauftrag                                                                                                                 |
| <b>Kommunikation</b>                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                 |
| – haben seit 1998 klares, kontinuierlich entwickeltes nationales Kommunikationskonzept mit Basis- / Produkte- / Markenkommunikation (Kommunikationspyramide), das gemäss Wirkungskontrollen gute Wirkung zeigt | → weiterführen, entwickeln, aktualisieren                                                                                                       |
| – verfügen über authentische Botschafterinnen und Botschafter auf 50'000 Betrieben                                                                                                                             | → Verantwortung bewusstmachen, in Kommunikation einbeziehen, motivieren und unterstützen                                                        |

# 12. Anhang

## Schwächen

| Beobachtung                                                                                                                                                                     | Kommentar, Optionen                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| – stehen unter hohem wirtschaftlichem Druck, viele Betriebe sind auf Nebenerwerb angewiesen, viele geben auf (zugunsten von verbleibenden grösseren Betrieben)                  | → in Basiskommunikation nicht portieren, positive / affirmative Kommunikation<br>→ Basiskommunikation muss zur Verbesserung / Linderung der Situation beitragen                           |
| – stossen immer mehr sozial (Arbeitsbelastung, Wirtschaftsdruck, Selbstverständnis, Beziehungen) an Grenzen                                                                     | → Verbesserung als erstrebenswerten Nachhaltigkeitswert (Soziales) zielorientiert-positiv kommunizieren<br>→ Basiskommunikation muss zur Verbesserung / Linderung der Situation beitragen |
| – sind stark abhängig von «aufgeklärten» Konsumenten, die bereit sind, hochpreisige Schweizer Produkte zu kaufen                                                                | → Bevölkerung / Konsumenten über Funktion / Bedeutung / Leistung der Schweizer Bäuerinnen und Bauern informieren / aufklären                                                              |
| – sind stark abhängig vom Aussenschutz und internen Stützungsmaßnahmen (Staatsgelder) damit auch vom politischen Support (positive Einstellung von Politikern und Stimmbürgern) | → Bevölkerung / Stimmbürger über Funktion / Bedeutung / Leistung der Schweizer Bäuerinnen und Bauern informieren / aufklären<br>→ Sympathie und Vertrauen aufbauen                        |
| – sind sehr heterogen und z.T. kontrovers bezüglich Ideen und Einstellungen zu Landwirtschaft und Produktion, was einen einheitlichen Auftritt nach aussen erschwert            | → (bewusstmachen in interner Kommunikation)                                                                                                                                               |
| – rüsten technologisch auf und rationalisieren die Produktion, rücken damit ab vom beliebten und idyllischen Bauernhofbild der Städter                                          | → als Fortschritt und Innovation / als schweizerisch kommunizieren, inklusive positive Folgen für Ökonomie und Ökologie<br>→ neues Bauernbild vermitteln / aufbauen                       |
| – verlieren durch den Strukturwandel an belebendem Einfluss auf das ländliche Leben (wirtschaftlich, gesellschaftlich, kulturell, traditionell)                                 | → als sozial wichtigen Beitrag / Wert, als multifunktionale Leistung kommunizieren                                                                                                        |
| – sind im Marketing (Struktur, Kommunikation) oft Einzelkämpfer; haben die Basiskommunikation nicht optimal mit den Branchenorganisationen verknüpft                            | → überprüfen, koordinieren, gutes Mass an Vielfalt und Einheit definieren                                                                                                                 |

# 12. Anhang

## Chancen

| Beobachtung                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Kommentar, Optionen                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| – wirtschaftlich starkes Umfeld mit hoher Kaufkraft                                                                                                                                                                                                                                           | → Konsumenten mit dem starken Portemonnaie besonders ansprechen / abholen |
| – Regionalität, Saisonalität, Natürlichkeit (Bio) und Genuss sind vielen Konsumenten wichtig                                                                                                                                                                                                  | → das haben die Schweizer Bäuerinnen und Bauern zu bieten → ausloben!     |
| – Konsumenten haben hohe Ansprüche an Sicherheit und Qualität sowie Gesundheit und Ernährung                                                                                                                                                                                                  | → das haben die Schweizer Bäuerinnen und Bauern zu bieten → ausloben!     |
| – hohe Sensibilität der Bevölkerung bezüglich Ökologie und Tierwohl                                                                                                                                                                                                                           | → Stärke, pflegen und kommunizieren                                       |
| – hoher Sympathiewert der Landwirtschaft bei der Bevölkerung, grundsätzliche Wertschätzung ihrer Produkte und Leistungen                                                                                                                                                                      | → halten                                                                  |
| – klarer Verfassungsauftrag und finanzielle Abgeltung für sichere Versorgung der Bevölkerung, Erhaltung der natürlichen Ressourcen, Pflege der Kulturlandschaft, dezentrale Besiedelung und Tierwohl                                                                                          | → beantworten / halten, kommunizieren                                     |
| – nachgelagerte Stufen der Landwirtschaft (Detailhandel) werben gerne mit Swissness, Familienbetrieben und naturnaher Landwirtschaft                                                                                                                                                          | → stützen – in der Balance mit Produktivität                              |
| – Integrierte Kommunikation: crossmedial abgestimmte, nutzenorientierte Massnahmen und zeitgemässer Dialog; impulsiv, unmittelbar, dialogisch (Social Media), individuell & global, kurze Texte, Bilder, Videos – Live Communication mit Begegnung und Erfahrung bleibt parallel dazu wichtig | → alle Kanäle nutzen                                                      |

## Risiken

| Beobachtung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Kommentar, Optionen                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| – zunehmende und grosse Entfremdung der Bevölkerung von der Landwirtschaft und Landwirtschaftsbetrieben führt zu fehlendem Wissen über die natürliche Herkunft der Lebensmittel und die diesbezügliche Bedeutung und grundsätzliche Funktion der Bäuerinnen und Bauern bei der Lebensmittelgewinnung aus der Natur, damit schwindet auch das Verständnis für die Bäuerinnen und Bauern und ihre Arbeit | → Informieren, Einblick verschaffen, Hintergründe vermitteln, Verständnis fördern                                                                                                           |
| – industrielle Ansprüche an Lebensmittel (Verfügbarkeit, Qualität, Preis) und ökologische Ansprüche an die Produktion stehen im Widerspruch                                                                                                                                                                                                                                                            | → Widersprüche und Zusammenhänge aufzeigen, auf Nachhaltigkeits-Balance verweisen                                                                                                           |
| – hohe Ansprüche an Landwirtschaft bezüglich Ökologie (Naturschutz) und Tierwohl (Haltung, Veganismus), gestützt / geführt von einschlägigen Organisationen                                                                                                                                                                                                                                            | → Zusammenhänge Ökologie – Ökonomie aufzeigen, inklusive Defizite bei einseitiger Gewichtung<br>→ verantwortliche Nutztierhaltung einsehbar machen, Empfindung von Nutzer-Respekt mitprägen |
| – fehlende Bereitschaft, für Lebensmittel viel Geld auszugeben (Geiz ist Geil, Einkaufstourismus)                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | → Mehrwert durch multifunktionale Leistungen und Mitgestaltung der Schweiz / Mitbestimmung übers Konsumentenportemonnaie aufzeigen                                                          |

## 12. Anhang

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| – Konsumenten wollen immer höher verarbeitete Produkte (Convenience), Bewusstsein, dass diese aus der Natur / von den Bäuerinnen und Bauern kommen, schwindet                                                                                                                                  | → Zusammenhang vom Boden bis zum Regal / zur Fastfood-Theke aufzeigen                                                                                                            |
| – Urbanisierung führt zur Marginalisierung der Randregionen, diese werden zunehmend zum Freizeitpark für die urbane Bevölkerung, der Druck auf das Kulturland wächst                                                                                                                           | → Kulturland als wichtige Ressource / wichtiges Gut, als Schatzkammer der Schweiz kommunizieren, das von den Bäuerinnen und Bauern sorgfältig genutzt / gepflegt / erhalten wird |
| – insgesamt übersättigter, reichhaltiger, globaler Lebensmittelmarkt, hoher Preisdruck durch Konkurrenz im Detailhandel und durch ausländische Produkte / freien Markt, Hochpreisinsel Schweiz mit hohen Produktionskosten und teurem Kostenumfeld                                             | → Mehrwert (inliegender und multifunktionaler) der Schweizer Produkte aufzeigen                                                                                                  |
| – nachgelagerte Stufen der Landwirtschaft haben viel Gewicht, einerseits durch Konzentration, andererseits durch immer höheren Verarbeitungsgrad der Lebensmittel (Convenience)                                                                                                                | → Bäuerinnen und Bauern selbstbewusst als Produzenten hervorheben                                                                                                                |
| – Angespannte Staatsfinanzen, Beträge an Landwirtschaft werden hinterfragt; Druck der Wirtschaft auf die Landwirtschaft mit Forderung nach Gleichbehandlung und Liberalisierung; Entwicklung der Agrarpolitik in hohem Rhythmus und zunehmender Akzentuierung der multifunktionalen Leistungen | → multifunktionale Leistungen kommunizieren<br>→ Sympathie- / Vertrauensverhältnis zu Bevölkerung stabilisieren / stärken / verwurzeln                                           |
| – Kommunikation: Detailhandel wirbt stark mit idyllischen Bildern der Landwirtschaft                                                                                                                                                                                                           | → professionelle, eigenständige, herausragende Kommunikation<br>→ realistisch-positives Bild aufbauen                                                                            |
| – Reputationsmanagement: Veränderungen des Images verlaufen schleichend, daher ist die Früherkennung unerlässlich (z.B. Reaktion auf gesamtgesellschaftliche Trends)                                                                                                                           | → Controlling institutionalisieren<br>→ Trends antizipieren und in langfristigen Imageaufbau berücksichtigen                                                                     |
| – Kommunikation: Politische Exposition kann Missverständnisse und Reaktionen hervorrufen.                                                                                                                                                                                                      | → Abgrenzung zu anderen Absendern der Landwirtschaft sicherstellen<br>→ In Kommunikationsplanung antizipieren                                                                    |
| – Kommunikation: Hohe Fragmentierung des öffentlichen Diskurses: viele Stimmen und wechselnde Meinungsführer.                                                                                                                                                                                  | → professionelle, eigenständige, herausragende Kommunikation<br>→ realistisch-positives Bild aufbauen                                                                            |

# 12. Anhang

## Strategische Themen und Leitbotschaften 2022ff

Die kommende Kommunikationsperiode von «Schweizer Bäuerinnen & Bauern» steht inhaltlich im Zeichen des Zusammenspiels der Nachhaltigkeitswerte Ökonomie – Ökologie – Soziales in der Schweizer Landwirtschaft. Dafür wurden drei Themencluster mit Leitbotschaften festgelegt:

### «Tierwohl»



**Schweizer Bäuerinnen und Bauern tragen ihren Tieren Sorge.** Sie legen grossen Wert auf die artgerechte Haltung und die Gesundheit ihrer Tiere. Dafür setzen sie auf zeitgemässe Methoden und Technologien. Nur gesunde Tiere fühlen sich wohl und bringen den für Schweizer Bäuerinnen und Bauern notwendigen wirtschaftlichen Erfolg.

#### **Tiere sind wichtig für die Schweiz.**

Dank Tieren kann das in der Schweiz weit verbreitete Grasland erst für die Ernährung der Bevölkerung genutzt werden. Auch für die Landschaftspflege und das Landschaftsbild der Schweiz sind Tiere unentbehrlich.

#### **Im Thema Tierschutz geniesst die Schweiz und die Schweizer Landwirtschaft international Vorbildcharakter.**

Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind sensibilisiert und hervorragend ausgebildet. Das Schweizer Tierschutzgesetz ist eines der strengsten der Welt.

### «Ökologie und Biodiversität»



**Schweizer Bäuerinnen und Bauern gehen verantwortungsvoll mit unserer Natur um.**

Die Natur ist die Quelle der landwirtschaftlichen Produktion und damit die Lebensgrundlage der Schweizer Bauernfamilien. Sie sind auf eine grosse Vielfalt der Lebensräume, Arten und Gene angewiesen, damit sie und auch kommende Generationen Lebensmittel für die Bevölkerung produzieren können.

#### **Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind Experten im schonenden Umgang mit unseren natürlichen Ressourcen.**

Ziel ist seit jeher ein möglichst geschlossener Nährstoffkreislauf. Was nicht für unsere Ernährung verwendet werden kann, geben die Bäuerinnen und Bauern, wenn immer möglich an die Natur zurück.

## 12. Anhang



**Schweizer Bäuerinnen und Bauern produzieren nicht nur, sondern tun noch viel mehr für die Schweiz.**

Sie pflegen die Landschaft und erhalten wichtige natürliche Lebensräume in der ganzen Schweiz – mit modernen Methoden und Technologien, aber auch mit dem Wissen, das über Generationen hinweg in den Bauernfamilien weitergegeben wird.

### «Erholung, Bewegung & Nähe»



**Schweizer Bäuerinnen und Bauern pflegen die Landschaft und schaffen in unmittelbarer Nähe Räume zur Erholung und Bewegung.**

Sie tragen mit ihrer täglichen Arbeit einen wichtigen Teil zur attraktiven Schweizer Landschaft bei. Das kommt uns allen zugute. Ausserdem bereiten sie der Tourismusdestination Schweiz eine perfekte Bühne.

**Schweizer Bäuerinnen und Bauern sind der direkte Draht zur Schweizer Landwirtschaft.**

Sie arbeiten tagtäglich in und mit der Natur und kennen sich aus in den komplexen biologischen Zusammenhängen. Ihr vielfältiges Wissen geben sie gerne weiter.

**Wer wissen will, woher seine Lebensmittel kommen und wer sie produziert, der macht einen Besuch auf dem Bauernhof.**

Die Schweizer Bäuerinnen und Bauern öffnen gerne ihre Hoftüren. Und: Wer will, kauft die Lebensmittel gleich vor Ort – direkt vom Hof.



**Von:** Info ASR <info@asr-ch.ch>  
**Gesendet:** Montag, 17. März 2025 18:46  
**An:** Blättler Daniel  
**Cc:** Geinoz Michel  
**Betreff:** AW: BAKO Allgemeinverbindlichkeit

Guten Tag Herr Blättler

Der folgende Beschluss wurde vom Vorstand der ASR auf dem Korrespondenzweg gefasst und wird protokolliert:

**Der Zirkulationsbeschluss vom 17. März 2025 wird ins Protokoll aufgenommen:**

- **Antrag: Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft «Schweizer Bauern»:**  
*Allgemeinverbindlichkeit für Massnahmen der Basiskommunikation für den Bereich Viehwirtschaft (ohne Verkehrsmilch) sowie mit dem Einzug des Beitrages für Mitglieder und Nichtmitglieder über die Abgabe der Ohrmarke durch die Identitas AG*

**Beschluss:**

- a. Dem Verfahren via Zirkulationsbeschluss stimmten alle ASR-Vorstandsmitglieder zu.
- b. Alle ASR-Vorstandsmitglieder stimmten dem Antrag zu.

Für weiter Unterstützung bin ich gerne da.

Liebe Grüsse

**Esther Kammer**

**ASR Geschäftsstelle**

Schützenstrasse 10  
3052 Zollikofen  
Montag - Donnerstag

+41 31 381 42 01

[info@asr-ch.ch](mailto:info@asr-ch.ch)

[www.asr-ch.ch](http://www.asr-ch.ch)

---

**Von:** Blättler Daniel  
**Gesendet:** Mittwoch, 12. März 2025 20:16  
**An:** Info ASR  
**Betreff:** AW: BAKO Allgemeinverbindlichkeit

Guten Abend Frau Kammer

Dies war das Schreiben aus dem Jahr 2021.

Ich hoffe das passt für Sie.

---

# Statuten

## **Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Rinderzüchter (ASR) Genossenschaft**

Stand 18. Juni 2019

---

## Inhaltsverzeichnis

|                                                        |          |
|--------------------------------------------------------|----------|
| <b>I. NAME, SITZ UND ZWECK.....</b>                    | <b>3</b> |
| Art. 1 Name, Genossenschafter, Sitz .....              | 3        |
| Art. 2 Zweck .....                                     | 3        |
| <b>II. MITGLIEDSCHAFT.....</b>                         | <b>3</b> |
| Art. 3 Aufnahme von Mitgliedern .....                  | 3        |
| Art. 4 Pflichten der Mitglieder .....                  | 4        |
| Art. 5 Beendigung der Mitgliedschaft .....             | 4        |
| <b>III. ASSOZIIERTE ORGANISATIONEN.....</b>            | <b>4</b> |
| Art. 6 Assoziierte Organisationen .....                | 4        |
| <b>IV. ORGANISATION.....</b>                           | <b>4</b> |
| Art. 7 Organe der Genossenschaft .....                 | 4        |
| Art. 8 Delegiertenversammlung .....                    | 4        |
| Art. 9 Bestimmung der Delegiertenzahl.....             | 5        |
| Art. 10 Einberufung der Delegiertenversammlung .....   | 5        |
| Art. 11 Beschlussfassung .....                         | 6        |
| Art. 12 Stimmrecht .....                               | 6        |
| Art. 13 Verwaltung .....                               | 6        |
| Art. 14 Aufgaben .....                                 | 7        |
| Art. 15 Beschlussfassung .....                         | 7        |
| Art. 16 Geschäftsausschuss .....                       | 8        |
| Art. 17 Revisionsstelle.....                           | 8        |
| <b>V. FINANZ- UND RECHNUNGSWESEN.....</b>              | <b>8</b> |
| Art. 18 Mittelbeschaffung .....                        | 8        |
| Art. 19 Geschäftsjahr .....                            | 8        |
| <b>VI. HAFTUNG UND VERSCHIEDENE BESTIMMUNGEN .....</b> | <b>8</b> |
| Art. 20 Haftung .....                                  | 8        |
| Art. 21 Auflösung bzw. Liquidation.....                | 9        |
| Art. 22 Streitigkeiten.....                            | 9        |
| Art. 23 Bekanntmachung .....                           | 9        |
| Art. 24 Inkrafttreten .....                            | 9        |

## **I. NAME, SITZ UND ZWECK**

### **Art. 1 Name, Genossenschafter, Sitz**

<sup>1)</sup> Unter dem Namen Arbeitsgemeinschaft Schweizerischer Rinderzüchter (ASR) Genossenschaft, bilden

- a) die Genossenschaft swissherdbook Zollikofen, mit Sitz in Zollikofen;
- b) der Verein swissherdbook ost, mit Sitz in Hallau;
- c) die Verbandsgenossenschaft für Simmentaler Alpflleckviehzucht und Alpwirtschaft (VSA), mit Sitz in Lenk i.S.;
- d) die Braunvieh Schweiz Genossenschaft, mit Sitz in Zug;
- e) die Holstein Switzerland Genossenschaft, mit Sitz in Hauterive (FR);
- f) der Verein Schweizerischer Eringerviehzuchtverband, mit Sitz in Sitten;
- g) der Verein Mutterkuh Schweiz, mit Sitz in Brugg;

auf unbestimmte Dauer eine Genossenschaft im Sinne des 29. Titels des Schweizerischen Obligationenrechts.

<sup>2)</sup> Sitz der Genossenschaft ist in Zollikofen.

### **Art. 2 Zweck**

Die ASR fördert die schweizerische Rindviehzucht im In- und Ausland und bezweckt die Koordination von Tätigkeiten der Mitgliedorganisationen. Sie ist Ansprechstelle für Tierzucht, Wissenschaft, Behörde und Politik. Die Zielsetzung soll insbesondere erreicht werden durch:

- a) Gemeinsame Abwicklung von Projekten, insbesondere im Bereich von zuchttechnischen Dienstleistungen sowie Forschung und Entwicklung;
- b) Pflege der Beziehungen zu den Behörden und anderen Organisationen;
- c) Beratung und Unterstützung bei der Entscheidungsfindung der Politiker auf Bundes- und Kantonsebene;
- d) eine aktive Promotion für die Rindviehzucht Schweiz im In- und Ausland;
- e) Beteiligung an Gesellschaften und Erwerb von Liegenschaften.

## **II. MITGLIEDSCHAFT**

### **Art. 3 Aufnahme von Mitgliedern**

<sup>1)</sup> Neben den in Art. 1 aufgeführten Organisationen können, sofern die gesetzlichen und statutarischen Voraussetzungen erfüllt sind, weitere juristische Personen, die zur Förderung der Zwecke der ASR beitragen, als Mitglieder aufgenommen werden. Das Gesuch um Aufnahme in die ASR ist dem Präsidenten schriftlich einzureichen.

<sup>2)</sup> Über die Aufnahme entscheidet die Delegiertenversammlung.

**Art. 4 Pflichten der Mitglieder**

Die Mitgliederorganisationen und ihre Delegierten sind verpflichtet, die Interessen der ASR zu wahren, die statutarisch und reglementarisch festgelegten Bestimmungen einzuhalten und die Geschäftsinteressen der anderen Mitglieder zu beachten.

**Art. 5 Beendigung der Mitgliedschaft**

<sup>1)</sup> Die Mitgliedschaft erlischt:

- a) durch Austritt auf Ende des Kalenderjahres aufgrund der spätestens 6 Monate vorher dem Präsidenten einzureichenden schriftlichen Kündigung;
- b) durch Auflösung der Mitgliederorganisation;
- c) durch Ausschluss, wenn eine Mitgliederorganisation die statutarischen, reglementarischen oder andere, der Genossenschaft gegenüber eingegangenen Verpflichtungen nicht erfüllt oder ihren Interessen grob zuwiderläuft.

<sup>2)</sup> Austretende Mitglieder haben unabhängig vom Grund des Austritts keinen Anspruch auf das Vermögen der ASR.

**III. ASSOZIIERTE ORGANISATIONEN****Art. 6 Assoziierte Organisationen**

<sup>1)</sup> Neben den aufgeführten Organisationen können weitere Organisationen als assoziierte Organisationen aufgenommen werden, wenn sie mit einer Mitgliederorganisation eine Zusammenarbeitsvereinbarung nachweisen.

<sup>2)</sup> Die assoziierten Organisationen werden im Informationsfluss einbezogen und nehmen an der Delegiertenversammlung als Gäste teil.

**IV. ORGANISATION****Art. 7 Organe der Genossenschaft**

Die Organe der ASR sind:

- a) die Delegiertenversammlung;
- b) die Verwaltung;
- c) der Geschäftsausschuss;
- d) die Revisionsstelle.

**A. Delegiertenversammlung****Art. 8 Delegiertenversammlung**

Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ der Genossenschaft. Ihr stehen folgende unübertragbare Befugnisse zu:

- a) Festsetzung und Änderung der Statuten;
- b) Wahl der Verwaltung, des Präsidenten und der Revisionsstelle;

- c) Aufnahme und Ausschluss von Mitgliedern und Festsetzung der Eintrittsgebühren;
- d) Genehmigung der Geschäftsberichte;
- e) Genehmigung der Jahresrechnungen;
- f) Entlastung der Organe;
- g) Festsetzung der Mitgliederbeiträge;
- h) Beschlussfassung über die Geschäfte, die der Delegiertenversammlung durch Gesetz oder Statuten vorbehalten sind.

#### Art. 9 Bestimmung der Delegiertenzahl

<sup>1)</sup> Die Delegiertenversammlung besteht aus höchstens 25 Delegierten. Diese verteilen sich wie folgt auf die einzelnen Zuchtorganisationen gemäss Bestand der Herdebuchtiere (Stand 30. November 2016):

Genossenschaft swissherdbook Zollikofen  
(inkl. swissherdbook ost und VSA)

|                        |    |            |
|------------------------|----|------------|
| 195'700 Herdebuchtiere | 10 | Delegierte |
|------------------------|----|------------|

Braunvieh Schweiz Genossenschaft  
159'800 Herdebuchtiere

|   |            |
|---|------------|
| 9 | Delegierte |
|---|------------|

Holstein Switzerland Genossenschaft  
55'100 Herdebuchtiere

|   |            |
|---|------------|
| 3 | Delegierte |
|---|------------|

Verein Mutterkuh Schweiz  
40'800 Herdebuchtiere

|   |            |
|---|------------|
| 2 | Delegierte |
|---|------------|

Verein Schweizerischer Eringerviehzuchtverband  
6'300 Herdebuchtiere

|   |             |
|---|-------------|
| 1 | Delegierter |
|---|-------------|

<sup>2)</sup> Bei Veränderung der Zahl der Herdebuchtiere zu Beginn einer Amtsperiode um mindestens 5%, mindestens aber um 10'000 Herdebuchtiere bei einzelnen Mitgliederorganisationen, nimmt die nachfolgende Delegiertenversammlung eine Neuverteilung der Delegierten vor.

<sup>3)</sup> Bei Aufnahme neuer oder bei Austritt von Mitgliedern ist die Verteilung der Delegierten von der Delegiertenversammlung, welche über die Aufnahme entscheidet, bzw. den Austritt zu Kenntnis nimmt, neu vorzunehmen.

#### Art. 10 Einberufung der Delegiertenversammlung

<sup>1)</sup> Die ordentliche Delegiertenversammlung findet jährlich einmal statt. Weitere Versammlungen können einberufen werden, so oft es die Verwaltung für erforderlich erachtet. Die Einberufung hat ferner auf Verlangen einer Mitgliederorganisation oder der Revisionsstelle zu erfolgen.

<sup>2)</sup> Begehren auf Einberufung einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung sind der Verwaltung unter Angabe der Verhandlungsgegenstände schriftlich einzureichen.

<sup>3)</sup> Die Einladung zur Delegiertenversammlung erfolgt mindestens 20 Tage vor der Versammlung unter Bekanntgabe der Traktanden. Anträge von Mitgliedern, welche in die Kompetenz der Delegiertenversammlung fallen, sind spätestens 60

Tage vor der Delegiertenversammlung einzureichen. Die Verhandlungsgegenstände sind bei der Einberufung bekannt zu geben. Über Gegenstände, die nicht auf diese Weise angekündigt wurden, können Beschlüsse nicht gefasst werden, ausser über einen Antrag auf Einberufung einer weiteren Delegiertenversammlung.

#### Art. 11 Beschlussfassung

- 1) Die Delegiertenversammlung fasst ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen mit absoluter Mehrheit der abgegebenen Stimmen.
- 2) Für den Ausschluss von Mitgliedern, die Auflösung der Genossenschaft sowie für die Abänderung der Statuten bedarf es einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen, wobei mindestens die Hälfte der Delegierten anwesend sein müssen.
- 3) Die Abstimmungen und Wahlen erfolgen offen, wenn nicht mindestens 1/5 der anwesenden Delegierten eine schriftliche Abstimmung verlangen.
- 4) Im Falle von Stimmengleichheit bei Beschlüssen hat der Vorsitzende den Stichentscheid. Bei Wahlen entscheidet das Los.

#### Art. 12 Stimmrecht

An der Delegiertenversammlung hat jeder anwesende Delegierte eine Stimme. Bei der Ausübung seines Stimmrechts kann sich ein Delegierter durch einen anderen Genossenschafter vertreten lassen, doch kann kein Bevollmächtigter mehr als einen Delegierten vertreten.

#### B. Verwaltung

#### Art. 13 Verwaltung

- 1) Die Verwaltung besteht aus dem Präsidenten und maximal 11 Mitgliedern. Diese werden von der Delegiertenversammlung gewählt, wobei folgende Sitzverteilung einzuhalten ist:

|                                                                              |   |       |
|------------------------------------------------------------------------------|---|-------|
| Genossenschaft swissherdbook Zollikofen<br>(inkl. swissherdbook ost und VSA) | 3 | Sitze |
| Braunvieh Schweiz Genossenschaft                                             | 3 | Sitze |
| Holstein Switzerland Genossenschaft                                          | 2 | Sitze |
| Verein Mutterkuh Schweiz                                                     | 2 | Sitze |
| Verein Schweizerischer Eringerviehzuchtverband                               | 1 | Sitz  |

- 2) Die assoziierten Organisationen haben keinen Anspruch auf einen Sitz.
- 3) Die Amtsdauer der Verwaltung beträgt 4 Jahre. Vorbehalten bleiben vorheriger Rücktritt und Abberufung. Neugewählte treten in die Amtsdauer derjenigen Mitglieder ein, die sie ersetzen.
- 4) Die Wiederwahl ist möglich.

## Art. 14 Aufgaben

<sup>1)</sup> Die Verwaltung leitet die ASR nach den gesetzlichen und statutarischen Bestimmungen. Die Verwaltung hat folgende unübertragbare und unentziehbare Aufgaben:

- a) die Oberleitung der Gesellschaft und die Erteilung der nötigen Weisungen;
- b) die Festlegung der Organisation;
- c) die Ausgestaltung des Rechnungswesens, der Finanzkontrolle sowie der Finanzplanung, sofern diese für die Führung der Gesellschaft notwendig ist;
- d) die Ernennung und Abberufung der mit der Geschäftsführung und der Vertretung betrauten Personen;
- e) die Oberaufsicht über die mit der Geschäftsführung betrauten Personen, namentlich im Hinblick auf die Befolgung der Gesetze, Statuten, Reglemente und Weisungen;
- f) die Erstellung des Geschäftsberichtes sowie die Vorbereitung der Delegiertenversammlung und die Ausführung ihrer Beschlüsse;
- g) die Benachrichtigung des Richters im Falle der Überschuldung;
- h) Wahl des Vizepräsidenten;
- i) Berichterstattung und Antragsstellung an die Delegiertenversammlung über grundlegende Fragen der schweizerischen Rindviehzucht;
- j) Wahl der Mitglieder des Geschäftsausschusses;
- k) Entscheid über Erwerb und Veräusserung von Beteiligungen oder Liegenschaften;
- l) Stellungnahme im Rahmen von Vernehmlassungen zu Fragen der Rindviehzucht und des Viehabsatzes.

<sup>2)</sup> Die Verwaltung kann die Vorbereitung und die Ausführung ihrer Beschlüsse oder der die Überwachung von Geschäften Ausschüssen oder einzelnen Mitgliedern zuweisen. Sie hat für eine angemessene Berichterstattung an ihre Mitglieder zu sorgen.

<sup>3)</sup> Die Verwaltung kann die Geschäftsführung nach Massgabe eines Organisationsreglements ganz oder zum Teil an einzelne Mitglieder oder an Dritte übertragen.

<sup>4)</sup> Das Organisationsreglement ordnet die Geschäftsführung, bestimmt die hierfür erforderlichen Stellen, umschreibt deren Aufgaben und regelt insbesondere die Berichterstattung.

<sup>5)</sup> Soweit die Geschäftsführung nicht übertragen worden ist, steht sie allen Mitgliedern der Verwaltung gesamthaft zu.

## Art. 15 Beschlussfassung

<sup>1)</sup> Die Verwaltung versammelt sich, so oft es die Geschäfte erfordern. Die Beschlüsse der Verwaltung werden mit absoluter Mehrheit der von den Anwesenden abgegebenen Stimmen gefasst. Bei Stimmengleichheit hat der Vorsitzende den Stichentscheid. Bei Wahlen entscheidet das Los.

2) Den Vorsitz hat der Präsident oder im Hinderungsfall der Vizepräsident oder ein anderes Verwaltungsmitglied.

#### C. Geschäftsausschuss

##### Art. 16 Geschäftsausschuss

Der Geschäftsausschuss erledigt die ihm von der Verwaltung übertragenen Aufgaben. Die Aufgaben und Pflichten des Geschäftsausschusses sind im Organisationsreglement festgelegt.

#### D. Revisionsstelle

##### Art. 17 Revisionsstelle

1) Die Delegiertenversammlung wählt eine Revisionsstelle entsprechend den Vorschriften der Art. 906 i.V.m. Art. 727 ff. OR.

2) Die Revisionsstelle wird für ein Geschäftsjahr gewählt. Ihr Amt endet mit der Abnahme der Rechnung des betreffenden Geschäftsjahrs. Die Wiederwahl ist möglich.

3) Die Aufgaben und Pflichten der Revisionsstelle richten sich entsprechend des Verweises in Art. 906 OR nach den in Art. 727 ff. OR aufgestellten Vorschriften.

### V. **FINANZ- UND RECHNUNGSWESEN**

##### Art. 18 Mittelbeschaffung

Die erforderlichen Mittel zur Erfüllung der Aufgaben der ASR werden aus:

- a) Erträgen des Vermögens und der Beteiligungen und
  - b) Mitgliederbeiträgen
- aufgebracht.

##### Art. 19 Geschäftsjahr

Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

### VI. **HAFTUNG UND VERSCHIEDENE BESTIMMUNGEN**

##### Art. 20 Haftung

Für die Verbindlichkeiten haftet ausschliesslich das Genossenschaftsvermögen der ASR. Jede persönliche Haftung oder Nachschusspflicht der Genossenschafter ist ausgeschlossen.

Art. 21 Auflösung bzw. Liquidation

Bei der Auflösung der ASR ist das vorhandene Genossenschaftsvermögen einer Institution mit gleicher oder ähnlicher Zielsetzung zuzuführen oder auf die Mitgliederorganisationen nach der Zahl der Delegierten aufzuteilen.

Art. 22 Streitigkeiten

<sup>1)</sup> Allfällige Streitigkeiten zwischen der Genossenschaft und ihren Mitgliedern, die nicht durch die Organe der Genossenschaft geschlichtet werden können, werden durch ein Schiedsgericht von drei Mitgliedern endgültig erledigt. Jede Partei ernannt einen Schiedsrichter, welche ihrerseits den Obmann bestimmen. Können sich die Schiedsrichter auf die Person des Obmannes binnen 30 Tagen nicht einigen, wird dieser durch den Präsidenten des Bernischen Obergerichtes bezeichnet.

<sup>2)</sup> Für das schiedsgerichtliche Verfahren gelten die gesetzlichen Vorschriften des Kantons Bern.

Art. 23 Bekanntmachung

Die Bekanntmachungen der ASR erfolgen mündlich an den Versammlungen oder durch Schreiben an die Mitgliederorganisationen bzw. an die Delegierten derselben, sofern es sich nicht um Publikationen handelt, die im schweizerischen Handelsamtsblatt zu erscheinen haben.

Art. 24 Inkrafttreten

Die Statuten der ASR treten auf Beschluss der Delegiertenversammlung vom 18.06.2019 per sofort in Kraft und ersetzen die Statuten vom 19.06.2017.

Zollikofen, 18.06.2019

Für die Delegiertenversammlung der ASR

Andreas Aebi  
Präsident

Matthias Schelling  
Vorsitzender Geschäftsausschuss

Schweizer Bauernverband  
Oliver Wehrli  
Laurstrasse 10  
5201 Brugg

Brugg, 20. Februar 2025

Sekretariat: Wiedmer Andrea  
Dokument: 250220\_Allgemeinverbindlichkeit BaKo  
Landwirtschaft.docx

**Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft «Schweizer Bauern»**

Sehr geehrter Herr Wehrli, lieber Oliver

Mit dem Schreiben vom 18. Dezember 2024 teilen Sie uns mit, dass der SKMV das Einverständnis für die Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft «Schweizer Bauern» erneuern muss.

Der Vorstand vom SKMV hat diesen Beschluss an der Vorstandssitzung vom 19. Februar 2025 gefasst. Der Vorstand hat beschlossen, den Einzug dieses Beitrages weiterzuführen.

Hiermit erklären sich die Mitglieder des SKMV weiterhin bereit am bestehenden Finanzierungsmodus festzuhalten und beteiligen sich mit 9 Rappen pro Ohrmarke pro neugeborenes Rind an der Finanzierung der Basiskommunikation «Schweizer Bauern».

Besten Dank.

Freundliche Grüsse

**Schweizer Kälbermäster-Verband (SKMV)**

  
Marcel Dettling  
Präsident SKMV

  
Andrea Wiedmer  
Geschäftsführerin

# **STATUTEN**

**Schweizer Kälbermäster-Verband  
(SKMV)**

## **I. Name und Sitz**

### **Art. 1**

<sup>1</sup>Unter dem Namen "Schweizer Kälbermäster-Verband (SKMV)/ Fédération suisse des engraisseurs de veaux" besteht aus den ihm angeschlossenen kantonalen und regionalen Kälbermästervereinigungen und weiteren der Kälbermast nahe stehenden Verbänden (hiernach Sektionen genannt) ein Verein im Sinne von Art. 60 & ff ZGB und eine Produzentenorganisation nach Art. 8 LwG. Der Verein hat seinen Sitz am Ort der Geschäftsstelle.

<sup>2</sup>Er kann sich andern schweizerischen Vereinigungen oder Verbänden anschliessen.

## **II. Zweck**

### **Art. 2**

<sup>1</sup>Der Verband bezweckt, dem Kalbfleisch aus der Schweizer Produktion einen angemessenen Marktanteil zu sichern und den Kälbermästern eine hohe Wertschöpfung aus diesem Produktionszweig zu ermöglichen.

<sup>2</sup>Dies soll geschehen durch:

1. Vertretung der Interessen der Kälbermäster gegenüber den Marktpartnern, Behörden, Schweizerischen Organisationen und der Öffentlichkeit.
2. Förderung einer tiergerechten und umweltschonenden Produktion von höchster Qualität.
3. Ausbau der Selbsthilfe, insbesondere bei der Beschaffung der Produktionsmittel und beim Absatz der Tiere.
4. Ausbau der Berichterstattung über Menge, Qualität, Preis und Kosten im Betrieb und auf dem Markt zur Beschaffung von Grundlagen und zur Sichtbarmachung des Angebotes.
5. Einflussnahme auf gesetzliche Regelungen, welche die Produktion, Handel, Markt und Preisbildung betreffen mit dem Ziel, für die Mitglieder ein optimales wirtschaftliches Resultat zu erzielen.
6. Koordination der Bestrebungen und Zusammenarbeit mit Fachleuten von Amtsstellen und Organisationen.
7. Information der Mitglieder über neue Erkenntnisse in der Produktionstechnik, die Entwicklung des Marktes und andere Fragen, welche die Kälbermast betreffen.

8. Information der Konsument/innen über Schweizer Kalbfleisch höchster Qualität, die Produktionsmethoden und die Bedeutung in der Ernährung.
9. Förderung der Qualitätsproduktion mittels Qualitätslabeln oder Herkunftsbezeichnungen.
10. Weitere Tätigkeiten, welche für den Absatz von Kalbfleisch sowie die Interessen der Produzenten wichtig sind.

### **III. Mitgliedschaft**

#### **Art. 3**

<sup>1</sup>Der Verband setzt sich zusammen aus kantonalen und regionalen Kälbermästervereinigungen, sowie weiteren Verbänden, welche der Kälbermast nahe stehen (hiernach Sektionen genannt). Kälbermäster erzielen ihr landwirtschaftliches Einkommen oder einen Teil davon aus der Kälbermast, sei es durch die entsprechende Verwertung selbst produzierter Kuhmilch oder von bewilligten Milchnebenprodukten (Magermilch, Schotte, Kondensate, Milchpulver, Milchersatzfuttermittel usw.).

<sup>2</sup>Um in den Verband aufgenommen zu werden, bedarf es einer schriftlichen Beitrittserklärung der betreffenden Sektion zuhanden des Vorstandes. Über die Aufnahme entscheidet die Delegiertenversammlung. Die Statuten der Sektionen dürfen keine Bestimmungen enthalten, welche mit diesen Statuten in Widerspruch stehen.

#### **Art. 4**

Die Mitgliedschaft erlischt:

1. durch den Austritt einer Sektion, der jedoch nur auf Ende eines Vereinsjahres erfolgen kann und wenigstens sechs Monate vorher dem Präsidenten/der Präsidentin des Verbandes schriftlich angezeigt werden muss.
2. durch Auflösung einer Sektion.
3. durch Ausschluss einer Sektion.
4. Austretende oder ausgeschlossene Mitglieder haben keinen Anspruch auf das Verbandsvermögen.

## **IV. Organisation**

### **Art. 5**

Die Organe des Verbandes sind:

1. die Delegiertenversammlung (DV)
2. der Vorstand
3. die Geschäftsstelle
4. die Kontrollstelle

### **Die Delegiertenversammlung (DV)**

#### **Art. 6**

<sup>1</sup>Die DV besteht aus den Delegierten der Sektionen. Jede Sektion hat Anrecht auf mindestens eine(n) Delegierte(n).

<sup>2</sup>Die Anzahl der Delegierten ist auf total 50 festgesetzt. Die Verteilung an die kantonalen und regionalen Kälbermästervereinigungen geschieht mittels prozentualer Aufteilung abhängig von der Anzahl Mitglieder im Vergleich zu der totalen Anzahl an Mitglieder des SKMV.

<sup>3</sup>Die Anzahl Delegierte von der Kälbermast nahe stehenden Verbänden beträgt im Maximum 5 und wird nach deren Stärke festgesetzt.

<sup>4</sup>An der DV hat jede(r) Delegierte und jedes Vorstandsmitglied eine Stimme. Sie fasst die Beschlüsse mit der einfachen Mehrheit der abgegebenen Stimmen, sofern nicht die vorliegenden Statuten eine qualifizierte Mehrheit vorsehen. Ob offen oder geheim abgestimmt wird, bestimmt die Versammlung.

<sup>5</sup>Der Präsident/die Präsidentin stimmt mit. Bei Stimmgleichheit hat er/sie überdies den Stichentscheid.

<sup>6</sup>Bei Wahlen entscheidet im ersten Wahlgang das absolute, im zweiten Wahlgang das relative Mehr und bei Stimmgleichheit das Los.

<sup>7</sup>Die DV wird vom Präsidenten/der Präsidentin bzw. vom Vizepräsidenten/ der Vizepräsidentin geleitet. Die Geschäftsstelle des Verbandes führt das Protokoll.

#### **Art. 7**

<sup>1</sup>Die DV tritt ordentlicherweise in den ersten fünf Monaten jedes Vereinsjahres auf Einladung des Vorstandes zusammen. Eine ausserordentliche DV findet statt, wenn ein Fünftel der Sektionen die Einberufung verlangt oder wenn es der Vorstand als notwendig erachtet. Die Einladung erfolgt mindestens 20 Tage im Voraus.

<sup>2</sup>Die DV erledigt folgende Geschäfte:

1. Aufstellung und Revision der Statuten.
2. Wahl des Vorstandes, des Präsidenten und des Vizepräsidenten, resp. der Präsidentin und der Vizepräsidentin.
3. Wahl der Kontrollstelle.
4. Aufnahme und Ausschluss von Sektionen.
5. Beschlussfassung über den Zusammenschluss mit anderen Organisationen oder über die Auflösung des Verbandes.
6. Genehmigung des Jahresberichtes und der Jahresrechnung und Entlastung der Organe.
7. Annahme des Voranschlages und Festsetzung der Sektionsbeiträge.
8. Annahme des Tätigkeitsprogrammes.
9. Beschlussfassung über alle übrigen Fragen, die nicht in die Kompetenz des Vorstandes fallen oder die ihr von letzterem vorgelegt werden.

## **Der Vorstand**

### **Art. 8**

<sup>1</sup>Der Vorstand besteht aus dem Präsidenten/der Präsidentin, dem Vizepräsidenten/der Vizepräsidentin und maximal 13 weiteren Mitgliedern. Er konstituiert sich selbst und kann Dritte mit der Geschäftsführung beauftragen.

<sup>2</sup>Bei der Bestellung des Vorstandes ist auf die verschiedenen Sektionen (inkl. Verbände), die Stärke ihrer Mitgliedschaften und die Landesgegenden angemessen Rücksicht zu nehmen.

<sup>3</sup>Die Mitglieder des Vorstandes werden auf eine Zeitdauer von vier Jahren gewählt; sie sind wieder wählbar.

### **Art. 9**

<sup>1</sup>Der Vorstand leitet die gesamten Verbandsgeschäfte und bereitet die Anträge an die DV vor. Anträge der Sektionen zuhanden der DV sind dem Vorstand mindestens 10 Tage vor der DV einzureichen.

<sup>2</sup>Der Vorstand vertritt den Verband nach aussen. Präsident/in, Vizepräsident/in und Geschäftsführer/in führen die rechtsverbindliche Unterschrift zu zweien.

<sup>3</sup>Der Vorstand tritt auf Einladung des Präsidenten der Präsidentin zusammen, so oft es die Geschäfte erfordern oder wenn es ein Drittel der Vorstandsmitglieder verlangt.

## **Die Kommissionen**

### **Art. 10**

<sup>1</sup>Der Vorstand kann folgende Kommissionen und Arbeitsgruppen ernennen

- Kommission Kälbermast im Berggebiet
- Kommission Fütterung und Haltung
- Kommission Markt
- weitere

<sup>3</sup>In den Kommissionen und Arbeitsgruppen können Sachverständige beigezogen werden.

<sup>4</sup>Der Vorstand definiert die Ziele und Aufgaben der Kommissionen, regelt die Frage der Entschädigungen der Mitglieder und ernennt deren Vorsitzende/r. Die Geschäftsstelle führt das Sekretariat der Kommissionen.

## **Die Geschäftsstelle**

### **Art. 11**

Der Vorstand wählt eine(n) Geschäftsführer/in und beauftragt diese(n) mit der Geschäftsführung des Verbandes. Er erstellt für die Geschäftsstelle ein Pflichtenheft.

## **Die Kontrollstelle**

### **Art. 12**

<sup>1</sup>Die Kontrollstelle besteht aus zwei Rechnungsrevisoren/Rechnungsrevisorinnen und einer Ersatzperson. Sie werden auf die Dauer von vier Jahren gewählt und sind wieder wählbar.

<sup>2</sup>Sie prüft die Geschäftsführung des Vorstandes, die Jahresrechnung und die Kasse. Sie erstattet der DV schriftlich Bericht und Antrag auf Annahme oder Ablehnung der Jahresrechnung.

## **V. Finanzierung und Rechnungsführung**

### **Art. 13**

<sup>1</sup>Die Finanzierung des SKMV wird bestritten durch

a) Beiträge

- der Kollektivmitglieder
- der öffentlichen Hand
- von anderen Organisationen, Dritten und Gönnern

b) Legate und Schenkungen

c) Verrechnung von Leistungen

d) Kapitalerträge

<sup>2</sup>Die Ausgaben sollen sich im Rahmen der Einnahmen und des Voranschlages halten. Für die Verbindlichkeiten des SKMV haftet nur dessen Vermögen.

### **Art. 14**

<sup>1</sup>Die Jahresbeiträge der kantonalen und regionalen Kälbermästervereinigungen berechnen sich nach der Anzahl der angeschlossenen Betriebe und der Mastplätze pro Betrieb. Bis zu 50 Mastplätzen ist dem SKMV ein fester Grundbeitrag zu entrichten, für jeweils weitere 50 Mastplätze oder einen Bruchteil davon ist ein Zusatzbeitrag geschuldet. Verbände bezahlen einen pauschalen Jahresbeitrag. Dieser richtet sich nach deren Grösse und Bedeutung.

<sup>2</sup>Die Delegiertenversammlung beschliesst jährlich die Höhe der Mitgliederbeiträge im Rahmen des Voranschlages.

### **Art. 15**

Zur Finanzierung besonderer und einmaliger Ausgaben kann die Delegiertenversammlung einmalige Mitgliederbeiträge beschliessen.

## **VI. Statutenänderung und Auflösung**

### **Art. 16**

Eine Abänderung der Statuten wird von der DV beschlossen; dazu ist die Zustimmung von zwei Dritteln der anwesenden Delegierten erforderlich. Abänderungsanträge seitens der Sektionen sind dem Vorstand fristgemäss (Art. 9, Abs. 1) einzureichen. In der Einladung zur Delegiertenversammlung ist auf die geplante Statutenänderung aufmerksam zu machen und deren wesentlicher Inhalt bekanntzugeben.

### **Art. 17**

<sup>1</sup>Ein Antrag auf Auflösung des Verbandes muss den Sektionen mindestens zwei Monate vor der ausserordentlichen DV, die darüber Beschluss fassen soll,

schriftlich zugestellt werden. Zur Auflösung des Verbandes bedarf es der Zustimmung von drei Vierteln der anwesenden Delegierten.

<sup>2</sup>Wenn die ausserordentliche DV die Auflösung beschlossen hat, so legt sie auch die Art und Weise der Liquidation und die Verwendung des allfällig vorhandenen Vermögens fest.

## **VII. Schlussbestimmung**

### **Art. 18**

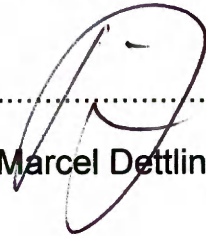
<sup>1</sup>Die Statuten wurden beschlossen an der Delegiertenversammlung des Schweizer Kälbermäster-Verbandes (SKMV) vom 15. März 2024 in Sempach.

<sup>2</sup>Sie ersetzen die Statuten des SKMV vom 15. April 2005.

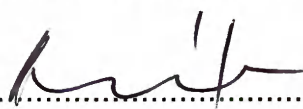
Brugg....., den 25. April 2024.....

Der Präsident:

Die Geschäftsführerin:

  
.....

Marcel Dettling

  
.....

Andrea Wiedmer



## Protokoll

der Vorstandssitzung von Mittwoch, 22. Januar 2025, 9.00-14.20 Uhr in Niederönz

---

### 1 Formelles

*Kursivschrift = Vorprotokoll*

#### 1.1 Anwesenheit

Vorstand Lukas Berger (Vorsitz), Hans Pernet, Martin Berger, Hans-Ueli Baumgartner, Christof Bruhin, Bernardo Brunold, German Kalbermatter, Rinaldo Pfammatter (online), Mario Rubitschon, Karl Scheuber

Geschäftsstelle Christian Aeschlimann, Esther Zimmermann (Protokoll)

#### 1.2 Traktandenliste

Die vorliegende Traktandenliste wird schweigend gutgeheissen.

#### 1.3 Protokoll der Sitzung vom 21. November 2024

Das Protokoll wird unter Verdankung an die Verfasserin genehmigt.

### 2.3 Produktion & Vermarktung

#### 2.3.1 SBV Verlängerung Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktionsbeiträge

*Die bestehende Verordnung muss per 1. Januar 2026 für vier weitere Jahre verlängert werden. Hierfür benötigt der SBV vom SSZV die Statuten sowie einen Beschluss des Vorstandes, dass der Schafzuchtverband mit der Allgemeinverbindlichkeit der Basiskommunikation für den Bereich Viehwirtschaft sowie mit dem Einzug des Beitrages für Mitglieder und Nichtmitglieder über die Abgabe der Ohrmarke durch die Identitas AG nach wie vor einverstanden ist.*

*Der LA ist der Ansicht, dass die bestehende Verordnung verlängert werden kann.*

Der Vorstand spricht sich einstimmig für die Verlängerung der bestehenden Verordnung aus.

Schweizerischer Schafzuchtverband

Fédération suisse d'élevage ovin

Federazione svizzera d'allevamento ovino



# Statuten



## I. Organisation, Sitz und Zweck

- Art. 1 Unter dem Namen Schweizerischer Schafzuchtverband Genossenschaft besteht auf unbestimmte Zeit eine Genossenschaft nach Art. 828 ff. OR mit Sitz in Niederönz.
- Art. 2 Die Genossenschaft bezweckt in gemeinsamer Selbsthilfe für ihre Mitglieder die Hebung und Förderung einer gesunden und wirtschaftlichen Schafzucht und –haltung.
- Art. 3 Der Schweizerische Schafzuchtverband (SSZV) führt ein Herdebuch für Schafe, welches die Vorgaben der Gesetzgebung des Bundes (Tierzuchtverordnung, Verordnung über die Tierverkehrsdatenbank, usw.) vollumfänglich erfüllt.
- Der Vorstand erlässt die dafür notwendigen Ausführungsbestimmungen und Weisungen.

## II. Mitgliedschaft

- Art. 4 Mitglieder können die nachfolgend aufgeführten juristischen und natürlichen Personen mit Sitz/Wohnsitz in der Schweiz/im Fürstentum Liechtenstein werden:
- a) Schafzüchtende von Rassen, für die der SSZV ein Herdebuch führt;
  - b) Schafhaltende;
  - c) In regionalen oder kantonalen Verbänden zusammengeschlossene Schafzuchtgenossenschaften/-vereine sowie Interessenten/Interessentinnen und Organisationen der Schafzucht und Schafhaltung (Kollektivmitglieder)
- Art. 5 Das Gesuch um Mitgliedschaft hat schriftlich bei der Geschäftsstelle des Verbandes zu erfolgen.
- Art. 6 Schafzüchtende Mitglieder von angeschlossenen Schafzuchtgenossenschaften/-vereinen werden automatisch Mitglied. Bei allen weiteren Mitgliedern erfolgt die Aufnahme durch Beschluss des Verbandsvorstandes.
- Art. 7 Die Mitgliedschaft erlischt
- a) infolge schriftlicher Austrittserklärung unter Beachtung einer dreimonatigen Kündigungsfrist auf Ende des Kalenderjahres;
  - b) infolge Aufgabe der Herdebuchzucht/Schafhaltung;
  - c) bei juristischen Personen durch Verlust der Rechtspersönlichkeit;
  - d) durch Ausschluss;
  - e) mit dem Tod natürlicher Personen.

Mitglieder, die dem Verbandszweck und/oder den Statuten zuwiderhandeln oder sich den Beschlüssen der Delegiertenversammlung und den Anordnungen des Vorstandes widersetzen, können, nach persönlicher Anhörung, durch Beschluss des Vorstandes mit sofortiger Wirkung ausgeschlossen werden. Ausgeschlossenen steht das Recht des Rekurses an die Delegiertenversammlung zu.

Austretende oder ausgeschlossene Mitglieder verlieren jeden Anspruch auf das Verbandsvermögen. Ausscheidende Mitglieder sind zur Bezahlung allfälliger Schulden gegenüber dem SSZV verpflichtet.

- Art. 8 Jedes Mitglied ist verpflichtet, die Interessen des Verbandes zu wahren und sich den Statuten und Reglementen sowie den Beschlüssen und Weisungen der Verbandsorgane zu fügen.
- Art. 9 Der Mitgliederbeitrag wird jährlich auf Antrag des Vorstandes durch die Delegiertenversammlung festgesetzt.

Die Mitglieder können die Dienstleistungen des Verbandes beanspruchen. Voraussetzungen dazu sind die Bezahlung des Mitgliederbeitrages inklusive obligatorisches Jahresabonnement der Zeitschrift «Forum Kleinwiederkäuer» und die Einhaltung der Vorschriften und Reglemente des Verbandes.

Bei Nichtbezahlung des Mitgliederbeitrages wird die Herdebuchführung eingestellt.

Die Mitglieder nach Art. 4 lit. a) beteiligen sich gemäss Tierzuchtverordnung an den Kosten für bezogene Leistungen in Form von Leistungsprüfungen, Exterieurbeurteilungen, Zuchtwertschätzung, Abstammungskontrollen und für allfällige neue Leistungsprüfungen sowie für das Erstellen von Dokumenten.



Dem Verband nicht angeschlossene Schafzüchtende und -haltende haben für den Bezug entsprechender Dienstleistungen kostendeckende Preise zu bezahlen.

Jedes Mitglied des SSZV willigt ein, dass der SSZV auf sämtliche Daten seiner Tiere der Gattung Schaf bei der Tierverkehrsdatenbank (Agate) Zugriff hat.

### III. Organe

Art. 10 Die Organe des Verbandes sind:

- a) die Delegiertenversammlung
- b) der Vorstand
- c) der Leitende Ausschuss
- d) Geschäftsstelle
- e) die Kommissionen
- f) die Revisionsstelle

Wo die Statuten nichts vorsehen, gilt für die Organe das geltende Organisationsreglement.

#### a) Die Delegiertenversammlung

Art. 11 Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ des Verbandes.

Stimmberechtigung:

|                                                     |                                       |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Bis 100-HB-Tiere / Schafzuchtgenossenschaft/-verein | 1 Stimmkarte                          |
| Bis 200 HB-Tiere / Schafzuchtgenossenschaft/-verein | 2 Stimmkarten                         |
| Ab 200 HB-Tiere / Schafzuchtgenossenschaft/-verein  | pro 100 HB-Tiere 1 weitere Stimmkarte |

Massgebend zur Ermittlung der Anzahl Stimmkarten der einzelnen Schafzuchtgenossenschaften/-vereine ist der Herdebuchbestand pro Schafzuchtgenossenschaft/-verein des Vorjahres. Genossenschaften/Vereine werden an der Delegiertenversammlung durch die von ihnen gewählten Delegierten vertreten. Als Vertretungsvollmacht gelten die zugestellten Stimmkarten, wobei nur 1 Stimmkarte pro Delegierter zulässig ist.

Mitglieder gemäss Art. 4 lit. a), die keiner Genossenschaft angehören, bilden ein Gefäss. Sie werden an der Delegiertenversammlung durch gemeinsam bestimmte Delegierte vertreten. Diese Delegierten werden durch schriftliche Stimmabgabe (Urabstimmung) für 4 Jahre gewählt. Die Anzahl der Stimmkarten dieses Gefässes bestimmt sich nach Art. 11 Abs. 1.

Mitglieder gemäss Art. 4 lit. b) mit weniger als 200 Tieren bilden ein Gefäss. Sie werden an der Delegiertenversammlung durch gemeinsam bestimmte Delegierte vertreten. Diese Delegierten werden durch schriftliche Stimmabgabe (Urabstimmung) für 4 Jahre gewählt. Dieses Gefäss erhält pro 200 Tiere 1 Stimmkarte.

Mitglieder gemäss Art. 4 lit. b) mit mehr als 200 Tieren erhalten je 1 Stimmkarte.

Mitglieder gemäss Art. 4 lit c) erhalten je eine Stimmkarte.

Art. 12 Die ordentliche Delegiertenversammlung findet jährlich, in der Regel am letzten Samstag im Februar, statt. Die Delegiertenversammlung hat folgende Befugnisse:

- a) Wahl des Verbandspräsidenten / der Verbandspräsidentin, Festlegung der Anzahl Vorstandsmitglieder gemäss Art. 13, Abs. 1, Wahl der Mitglieder des Vorstandes und der Revisionsstelle;
- b) Genehmigung des Geschäftsberichtes;
- c) Genehmigung der Jahresrechnung und Bilanz;
- d) Entlastung des Vorstandes;
- e) Genehmigung des Budgets;
- f) Festsetzung des Jahresbeitrages auf Antrag des Vorstandes;
- g) Ernennung von Ehrenmitgliedern auf Antrag des Vorstandes;
- h) Beschlussfassung über vom Vorstand erlassene Reglemente und Weisungen gemäss Art. 13, Abs. 4, lit. c);
- i) Änderung der Statuten und Beschlussfassung über die Auflösung des Verbandes;
- j) Beschlussfassung über die Sachgeschäfte, die der Delegiertenversammlung durch Gesetz oder Statuten vorbehalten sind.



Die Mitglieder sind gegenüber der Delegiertenversammlung berechtigt, Anträge zu stellen. Die Anträge der Mitglieder sind schriftlich und mit allfälligen Beilagen mit eingeschriebenem Brief 30 Tage (Datum des Poststempels) vor der Delegiertenversammlung an die Geschäftsstelle zuhanden des Vorstandes einzureichen. Der Vorstand nimmt die Anträge in die Einladung zur Delegiertenversammlung auf und legt der Einladung allfällige Beilagen bei.

Der Erlass von Reglementen und Weisungen durch den Vorstand wird in der Zeitschrift «Forum Kleinwiederkäuer» und mittels digitaler Kommunikationsmittel des Verbandes veröffentlicht. Sie sind der Delegiertenversammlung zum Beschluss zu unterbreiten, sofern dies innerhalb von 60 Tagen nach der Publikation von Mitgliedern des Verbandes verlangt wird, die zusammen Anrecht auf mindestens 50 Delegierte nach Art. 11 haben.

Ausserordentliche Delegiertenversammlungen finden statt, so oft es der Vorstand für notwendig erachtet oder ein Zehntel der Verbandsmitglieder es verlangen.

Bei Beschlüssen über die Entlastung des Vorstandes haben der Vorstand und Personen, die an der Geschäftsführung teilgenommen haben, kein Stimmrecht.

Über Sachgeschäfte wird offen abgestimmt, sofern die Versammlung nicht anders beschliesst. Es entscheidet das relative Mehr der abgegebenen Stimmen, bei Stimmengleichheit der Präsident/die Präsidentin. Wahlen werden offen durchgeführt, sofern die Versammlung nichts anderes beschliesst. Liegen bei Ersatzwahlen mehr Wahlvorschläge vor als Sitze zu besetzen sind, wird geheim gewählt. Bei Wahlen entscheidet im ersten Wahlgang das absolute Mehr. Ist ein zweiter oder weiterer Wahlgang notwendig, so entscheidet das relative Mehr. Bei Stimmengleichheit ist ein weiterer Wahlgang mit relativem Mehr durchzuführen.

Die Einladung zur ordentlichen Delegiertenversammlung erfolgt schriftlich unter Angabe der Verhandlungsgegenstände mindestens 10 Tage vor dem Versammlungstag. Kann die Delegiertenversammlung aufgrund höherer Gewalt nicht durchgeführt werden, können Entscheide auf dem Zirkularweg eingeholt werden.

#### **b) der Vorstand**

Art. 13 Der Vorstand besteht aus 5 bis 13 Mitgliedern. Die Rassen, Regionen und Landessprachen sollen im Vorstand angemessen vertreten sein.

Der Vorstand konstituiert sich selbst, mit Ausnahme des Präsidenten/der Präsidentin, der/die von der Delegiertenversammlung gewählt wird.

Eine Amtsperiode dauert 4 Jahre, die maximale Amtszeit eines Mitglieds des Vorstandes beträgt 12 Jahre. Die maximale Amtszeit des Präsidenten / der Präsidentin beträgt 16 Jahre (einschliesslich die Amtszeit als Vorstandsmitglied). Erreicht ein Vorstandsmitglied das 70. Altersjahr, scheidet es auf die nächstfolgende Delegiertenversammlung aus dem Amt aus.

Der Vorstand vertritt und leitet den Verband nach den gesetzlichen und statutarischen Bestimmungen und nach den Beschlüssen der Delegiertenversammlung. Er hat insbesondere folgende Aufgaben:

- a) strategische Führung des Verbandes;
- b) Erlass des Organisationsreglements;
- c) Erlass von Reglementen und Ausführungsbestimmungen für Verbindungspersonen/ Zuchtbuchführende, Kontrolleure/Kontrolleurinnen, Leistungsprüfungen, Interkantonale Ausstellungsmärkte, usw.;
- d) Vorbereitung, Einberufung und Leitung der Delegiertenversammlung;
- e) Wahl und Überwachung der Geschäftsleitung;
- f) Wahl der Mitglieder der Kommissionen;
- g) Aufnahme und Ausschluss von Mitgliedern;
- h) Beschlussfassung über sämtliche Geschäfte, die nicht einem anderen Organ/Gremium, insbesondere der Delegiertenversammlung, vorbehalten sind.

#### **c) Der Leitende Ausschuss**

Art. 14 Der Leitende Ausschuss besteht solange, als der Vorstand mehr als 8 Mitglieder zählt. Er besteht aus mindestens drei Personen: Aus Präsident/Präsidentin, Vizepräsident/Vizepräsidentin und in Abhängigkeit von der Grösse des Vorstandes aus ein bis maximal drei Vorstandsmitgliedern des Schweizerischen Schafzuchtverbandes.

Die Aufgaben und Kompetenzen des Leitenden Ausschusses sind im Organisationsreglement geregelt.

**d) Die Geschäftsstelle**

Art. 15 Die Geschäftsstelle hat die ihr vom Vorstand oder vom leitenden Ausschuss übertragenen Aufgaben auszuführen und die laufenden Geschäfte zu besorgen. Die Aufgaben und Kompetenzen der Geschäftsstelle sind im Organisationsreglement geregelt.

**e) Die Kommissionen**

Art. 16 Die Mitglieder der ständigen Kommissionen sind nach jeder Erneuerungswahl des Vorstandes wieder neu zu wählen. Nach Bedarf kann der Leitende Ausschuss Arbeitsgruppen zur Erledigung besonderer Aufgaben einsetzen.

**f) Die Revisionsstelle**

Art. 17 Die Delegiertenversammlung wählt nach den Vorschriften der Art. 727 ff. OR eine zugelassene Revisionsstelle.

Die Revisionsstelle wird für ein Geschäftsjahr gewählt. Wiederwahl ist unbeschränkt möglich.

**IV. Finanz- und Rechnungswesen**

Art. 18 Die zur Erreichung des Verbandzweckes nötigen Geldmittel werden beschafft durch:

- a) Jahresbeiträge der Mitglieder;
- b) Beiträge der öffentlichen Hand;
- c) Einnahmen aus dem Verkauf von Dienstleistungen und Sachleistungen;
- d) Vermögenserträge;
- e) Liegenschaftserträge;
- f) andere Zuwendungen.

Die Rechnung ist mit dem Kalenderjahr abzuschliessen. Es werden keine Dividenden ausbezahlt. Das Jahresergebnis wird vollumfänglich den gesetzlichen Gewinnreserven zugewiesen. Spätestens zehn Tage vor der Delegiertenversammlung sind Erfolgsrechnung, Bilanz und Bericht der Revisionsstelle zur Einsicht am Sitz des Verbandes aufzulegen. Die Revisionsstelle steht in diesem Zeitraum für Fragen zur Rechnung zur Verfügung.

**V. Ehrenmitgliedschaft**

Art. 19 Zu Ehrenmitgliedern ohne Rechte und Pflichten können auf Antrag des Vorstandes durch die Delegiertenversammlung Personen ernannt werden, welche sich für die Interessen des Schweizerischen Schafzuchtverbandes eingesetzt und sich besonders verdient gemacht haben.

**VI. Zeichnungsberechtigung und Haftung**

Art. 20 Der Verband wird von den zeichnungsberechtigten Mitgliedern des Leitenden Ausschuss, welche zugleich dem Vorstand angehören, mit Kollektivunterschrift zu zweien vertreten.

Die Unterschrift für rechtsverbindliche Geschäfte des Verbandes führen der Präsident/die Präsidentin, der Vizepräsident/die Vizepräsidentin oder der Geschäftsführer/die Geschäftsführerin, bzw. der/die stellvertretende Geschäftsführer / Geschäftsführerin zu zweien kollektiv.

Weitere Regelungen sind im Organisationsreglement festgelegt.

Art. 21 Für die Verpflichtungen des Verbandes haftet nur das Verbandsvermögen, jede persönliche Haftung ist ausgeschlossen.



## VII. Verschiedene Bestimmungen

- Art. 22 Bei Streitigkeiten zwischen Mitgliedern und/oder dem Verband kann die Delegiertenversammlung eine Schlichtungskommission einsetzen. Die Schlichtungskommission entscheidet endgültig.
- Art. 23 Die Bekanntmachungen des Verbandes an die Mitglieder erfolgen in der Zeitschrift «Forum Kleinwiederkäuer» und mittels digitaler Kommunikationsmittel des Verbandes. Offizielles Publikationsorgan nach aussen ist das Schweizerische Handelsamtsblatt.

## VIII. Änderung der Statuten und Auflösung des Verbandes

- Art. 24 Für die Auflösung des Verbandes und für die Änderung der Statuten bedarf es einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen an der Delegiertenversammlung.
- Art. 25 Über die Verwendung eines allfälligen, nach Erfüllung sämtlicher Verbindlichkeiten verbleibenden Vermögens, entscheidet die letzte Delegiertenversammlung. Das verbleibende Vermögen wird nach Abrechnung sämtlicher Verbindlichkeiten ausschliesslich und unwiderruflich einer steuerbefreiten juristischen Person mit Sitz in der Schweiz übertragen.

## IX. Schlussbestimmung

- Art. 26 Diese Statuten sind an der Delegiertenversammlung (Generalversammlung) vom 25. Februar 2023 genehmigt worden und ersetzen jene vom 23. Oktober 2021.

Rothenthurm SZ, den 25. Februar 2023

Lukas Berger, Präsident der Verwaltung

Die Protokollführerin:

Esther Zimmermann, stellvertretende Geschäftsführerin

Öffentliche Beglaubigung durch lic. iur. Matthias Schumacher, Rechtsanwalt und Urkundsperson des Kantons Schwyz, wohnhaft Acherhofstrasse 30A, 6430 Schwyz

Die vorstehenden Statuten wurden an der Generalversammlung der Schweizerischer Schafzuchtverband Genossenschaft am 25. Februar 2023 einstimmig und ohne Enthaltungen beschlossen und stellen mithin die ab diesem Datum einzig gültigen Statuten der Genossenschaft dar und werden hiermit öffentlich als echt beglaubigt.

Rothenthurm, Kanton Schwyz, den 25. Februar 2023

lic. iur. Matthias Schumacher, Rechtsanwalt  
Urkundsperson des Kantons Schwyz



Schweizerischer Bauernverband SBV  
Herr Oliver Wehrli  
Laurstrasse 10  
5201 Brugg

Bern, 12. März 2025

**Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft "Schweizer Bauern"**

Sehr geehrter Herr Wehrli

Wir beziehen uns auf Ihr Schreiben vom 18. Dezember 2024 und teilen Ihnen hiermit mit, dass der Vorstand der SMP an seiner Sitzung vom 6. März 2025 folgenden Beschluss gefasst hat:

**Der Vorstand stimmt der Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit für Massnahmen der Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft „Schweizer Bauern“ des Schweizer Bauernverbandes (SBV) für den Bereich Viehwirtschaft (ohne Verkehrsmilch) per 1.1.2026 bis 31.12.2029 mit dem Einzug des Beitrages über die Abgabe auf der Ohrmarke durch die Identitas AG einstimmig zu.**

Die Zustimmung ist an die Auflage gebunden, bei der Umsetzung der Massnahmen der Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft die organisatorischen Abgrenzungen gegenüber der politischen Interessenvertretung vorzunehmen, damit die Wirkung der Massnahmen beim Zielpublikum unverändert maximiert werden kann.

Vielen Dank für die Kenntnisnahme und freundliche Grüsse

**Schweizer Milchproduzenten SMP**

  
Stefan Hagenbuch  
Direktor

  
Elisabeth Brancato  
Direktionsassistentin

**SMP•PSL**

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

# STATUTEN

**vom 1. Mai 2022**



# I. Firma, Sitz, Zweck und Ziele

## Art. 1 Firma und Sitz

Unter der Firma

**Schweizer Milchproduzenten SMP Genossenschaft  
Producteurs Suisses de Lait PSL Société Coopérative  
Produttori Svizzeri di Latte PSL Società Cooperativa  
Producents Svizzers da Latg PSL Associazion**

besteht mit Sitz in Bern auf unbestimmte Zeit ein Genossenschaftsverband gemäss den Bestimmungen des Schweizerischen Obligationenrechts.

## Art. 2 Zweck und Ziele

Die SMP vertritt die Interessen der Schweizer Milchproduzenten und ihrer lokalen und regionalen Organisationen auf gesellschafts- und wirtschaftspolitischer Ebene. Sie ist föderalistisch strukturiert.

Die SMP bezweckt insbesondere:

- a) Einen Erlös aus der Milchproduktion zu erzielen, der unter Berücksichtigung der Direktzahlungen zu einem Arbeitsverdienst führt, der mit jenem anderer Erwerbstätiger vergleichbar ist;
- b) Rahmenbedingungen zu erarbeiten zur Anpassung der Produktion und des Angebotes an die Erfordernisse des Marktes in Zusammenarbeit mit anderen Organisationen der Branche;
- c) grösstmögliche Transparenz über den Markt und die Preise zu schaffen;
- d) die Vertretung von gemeinsamen Anliegen und solchen von Produzentengruppen in den Organisationen der Milch- und Fleischbranche;
- e) die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit der schweizerischen Milchwirtschaft zu stärken und die Milchverwertung und Marktleistungen zu optimieren;
- f) die schweizerische Milchproduktion nach den Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten auszurichten sowie die Qualität und den Absatz von schweizerischen Milchprodukten zu erhalten und zu fördern durch ein starkes Basismarketing;
- g) ihre Mitglieder sowie alle Schweizer Milchproduzenten sachbezogen zu informieren;
- h) die Kommunikation mit der Öffentlichkeit sicherzustellen und dabei insbesondere den Wert der Schweizer Milch und Milchproduktion zu erklären;
- i) die Aus- und Weiterbildung der Milchproduzenten zu fördern;
- k) ihren Mitgliedern und den Schweizer Milchproduzenten Dienstleistungen zu erbringen.

Die SMP vertritt die Interessen der Milchproduzenten für die Rind- und Kalbfleischproduktion direkt oder über eine andere Organisation.

Ferner kann die SMP Grundstücke erwerben oder veräussern sowie alle Geschäfte eingehen und Verträge abschliessen, welche geeignet sind, den Zweck der SMP zu fördern oder die damit in Zusammenhang stehen.

## **II. Erwerb und Verlust der Mitgliedschaft**

### **Art. 3 Mitgliedschaft**

Die SMP besteht aus:

- a) den regionalen Genossenschaftsverbänden der Milchproduzenten oder ihren Nachfolgeorganisationen (Sektionen), welche dem Verband bei der Gründung oder seither beigetreten sind;
- b) anderen Körperschaften oder ihren Nachfolgeorganisationen, welche sich auf ihre bestehende Mitgliedschaft berufen können.

Um die Mitgliedschaft können überdies regionale und überregionale bäuerliche Körperschaften, welche vergleichbare Ziele verfolgen, nachsuchen.

### **Art. 4 Erwerb und Verlust der Mitgliedschaft**

Wer der SMP beitreten will, hat ein schriftliches Beitrittsge such an die Geschäftsleitung zu richten. Der Entscheid über die Aufnahme obliegt der Delegiertenversammlung.

Die Mitgliedschaft erlischt durch Austritt, Ausschl iessung, Konkurs oder Liquidation eines Mitgliedes.

### **Art. 5 Austritt**

Jedes Mitglied kann unter Wahrung einer Kündigungsfrist von 12 Monaten auf Ende eines Geschäftsjahres aus der SMP austreten.

### **Art. 6 Ausschluss**

Die Delegiertenversammlung kann ein Mitglied aus wichtigen Gründen ausschliessen.

Als wichtige Gründe gelten insbesondere:

- a) eine - ungeachtet rechtskräftig ausgesprochener Konventionalstrafen nach Artikel 31 - wiederholte Missachtung statutarischer Pflichten;
- b) eine einseitig ausgerichtete Interessenpolitik, welche den wirtschaftlichen Gesamtinteressen der Milchproduzenten zuwiderläuft.

### **Art. 7 Vermögensrechtliche Ansprüche**

Austretende Mitglieder haben unabhängig vom Grund des Austritts keinen Anspruch auf das Verbandsvermögen.

### III. Pflichten, Haftung

#### Art. 8 Mitgliederbeiträge

Zur Finanzierung der Verwaltungskosten und von Beitragsleistungen an Dritte leisten die Mitglieder einen Beitrag; derselbe bemisst sich pro Kilogramm Milch, welche die ihnen direkt oder indirekt angeschlossenen Milchproduzenten im laufenden Jahr vermarkten.

Die Höhe dieses Beitrages wird jährlich durch die Delegiertenversammlung festgelegt und beträgt höchstens 0,2 Rappen pro Kilogramm Milch.

Die Mitglieder leisten die Beiträge in monatlichen Zahlungen aufgrund der effektiven Abrechnungen für ihre Mitglieder in diesem Monat. Die Überweisung erfolgt bis spätestens Ende des übernächsten Monats.

Soweit ein Mitglied mehrheitlich Milchproduzenten, die keine Milch vermarkten, vertritt, legt der Vorstand gleichwertige Bemessungskriterien fest.

#### Art. 9 Beiträge an die Spezialfonds

Die Mitglieder leisten überdies Beiträge zur Finanzierung der Spezialfonds (Artikel 27) betreffend:

- a) Massnahmen zur Absicherung von Milchmenge und -preis (Milchstützungsfonds);
- b) Basismarketing für Milchprodukte (Marketingfonds).

Bemessungsgrundlage dieser Beiträge ist die gleiche Milchmenge, wie sie für die Berechnung des Mitgliederbeitrages (Artikel 8) massgeblich ist.

Die Höhe dieser Beiträge wird jährlich durch die Delegiertenversammlung festgelegt. Sie betragen höchstens:

- a) beim Milchstützungsfonds 1,0 Rappen pro Kilogramm Milch;
- b) beim Marketingfonds 0,8 Rappen pro Kilogramm Milch .

Die Mitglieder leisten die Beiträge in monatlichen Zahlungen aufgrund der effektiven Abrechnungen für ihre Mitglieder in diesem Monat. Die Überweisung erfolgt bis spätestens Ende des übernächsten Monats.

Soweit ein Mitglied mehrheitlich Milchproduzenten, die keine Milch vermarkten vertritt, legt der Vorstand gleichwertige Bemessungskriterien fest.

## **Art. 9<sup>bis</sup>** Beiträge Rindvieh

Die Delegiertenversammlung kann zusammen mit anderen Organisationen der Rindviehproduzenten Beiträge für die Marktentlastung und Absatzförderung beim Rindvieh beschliessen. Die Beiträge werden jährlich durch die Delegiertenversammlung festgelegt.

## **Art. 10** Rapportierungspflicht

Alle Mitglieder der SMP stellen statutarisch oder vertraglich sicher, dass der von der SMP bezeichneten Stelle nachstehend genannte Angaben gemeldet werden:

- a) Name, Adresse, Telefonnummer und E-Mailadresse der angeschlossenen Milchproduzenten;
- b) Vertragsmengen der angeschlossenen Milchproduzenten;
- c) Vermarktete Milchmengen der angeschlossenen Milchproduzenten;
- d) Produktionsmerkmale der einzelnen Betriebe;
- e) Agrarstrukturdaten der einzelnen Betriebe.

Auf Beschluss der Delegiertenversammlung können weitere Angaben und Kennzahlen zur Milchproduktion, welche zur Erfüllung der statutarischen Aufgaben notwendig sind, erhoben werden.

## **Art. 10<sup>bis</sup>** Mindestinhalt der Statuten der Mitglieder

Die Mitgliedorganisationen der SMP stellen im Rahmen ihrer Statuten oder vertraglich sicher, dass

- a) **bei direkter Mitgliedschaft der Milchproduzenten:** Die angeschlossenen Milchproduzenten mit der Mitgliedschaft
  - die von der Delegiertenversammlung der SMP getroffenen Finanzierungsbeschlüsse, sowie
  - die gelieferte Milchmenge entsprechend den in der DBMilch.ch erfassten Daten (TSM-Zahlen) als massgebliche Berechnungsgrundlage der geschuldeten Beiträge als für sich verbindlich anerkennen und
  - (beschränkt auf den Zweck dieses Inkassos) der Weitergabe dieser Daten an SMP und deren mit dem Inkasso betraute Mitgliedorganisationen zustimmen.
- b) **bei fehlender direkter Mitgliedschaft der Milchproduzenten:** Ihre Mitglieder in den Statuten oder vertraglich dazu verpflichten, in den eigenen Statuten oder vertraglich sicherzustellen, dass die angeschlossenen Milchproduzenten
  - zur Bezahlung der Beiträge entsprechend den Finanzierungsbeschlüssen der Delegiertenversammlung der SMP verpflichtet sind,
  - die gelieferte Milchmenge entsprechend den in der DBMilch.ch erfassten Daten (TSM-Zahlen) als massgebliche Berechnungsgrundlage dieser Beiträge anerkennen, sowie
  - (beschränkt auf den Zweck dieses Inkassos) mit der Weitergabe dieser Daten an SMP und deren mit dem Inkasso betraute Mitgliedorganisationen einverstanden sind.

## **Art. 11** Treuepflicht

Die Mitglieder sind verpflichtet, die Interessen der SMP zu wahren und diese bei der Erfüllung der statutarischen Ziele (Artikel 2) zu unterstützen.

## **Art. 12** Haftung

Für die Verbindlichkeiten haftet einzig das Verbandsvermögen. Jede persönliche Haftung oder Nachschusspflicht der Mitglieder ist ausgeschlossen.

# **IV. Organisation und Mitwirkungsrechte**

## **Art. 13** Organe

Die Organe der SMP sind:

- A) Die Delegiertenversammlung
- B) Der Vorstand (Verwaltung gemäss Art. 894ff OR)
- C) Der Vorstandsausschuss (Verwaltungsausschuss gemäss Art. 897 OR)
- D) Die Geschäftsleitung
- E) Die Revisionsstelle
- F) Kommissionen

## **A) Die Delegiertenversammlung**

### **Art. 14** Zuständigkeit

Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ der SMP. Ihr obliegen folgende Beschlüsse:

- a) die Wahl des Präsidenten und der beiden Vizepräsidenten; mindestens einer von ihnen muss der lateinischen Schweiz angehören;
- b) die Wahl der übrigen Vorstandsmitglieder sowie eines Suppleanten pro vertretene Mitgliedsorganisation;
- c) die Wahl der Revisionsstelle;
- d) die Festsetzung der Mitgliederbeiträge;
- e) die Abnahme der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz;
- f) die Entgegennahme des Jahresberichtes und des Berichtes der Revisionsstelle;
- g) die Entlastung der Organe;
- h) die Festsetzung und Änderung der Statuten;
- i) die Beschlussfassung über die Aufnahme und die Ausschliessung von Mitgliedern;
- j) die Festsetzung der Beiträge an die Spezialfonds
- k) alle sonstigen Fragen betreffend die Spezialfonds, soweit die Statuten oder die Fondsreglemente die Entscheidungskompetenz der Delegiertenversammlung zuweisen;
- l) die Behandlung von Anträgen aus dem Kreis der Mitglieder;
- m) die Verfügung von Konventionalstrafen;
- n) die Auflösung der SMP.

Der Vorstand kann der Delegiertenversammlung weitere Fragen zur Diskussion unterbreiten.

## **Art. 15**      Zusammensetzung

Die Delegiertenversammlung besteht aus den Delegierten der Mitglieder, davon 160 Delegierte der Sektionen (Artikel 3 lit. a), sowie den Vorstandsmitgliedern. Delegierte sind in der Regel aktive Milchproduzenten. Delegierte inkl. Suppleanten werden von der Versammlung ihrer Gemeinschaft oder von der Gesamtheit der Mitglieder ernannt.

Jedes Mitglied hat Anspruch auf mindestens zwei Delegierte. Die Anzahl der Delegierten der Sektionen wird vom Vorstand jeweils für vier Jahre auf der Basis der vom betreffenden Mitglied während der beiden Vorjahre vertretenen vermarkteten Milchmenge festgelegt.

Die Anzahl der Delegierten der übrigen Mitglieder wird vom Vorstand nach den gleichen Kriterien festgelegt, welche bei der Bemessung ihres Beitrages (Artikel 8) zur Anwendung kommen.

## **Art. 16**      Einberufung

Die Delegiertenversammlung tritt ordentlich einmal im Jahr zusammen, ausserdem wenn der Vorstand die Einberufung aufgrund der anstehenden Geschäfte als erforderlich erachtet oder wenn mindestens drei Mitglieder die Durchführung einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung verlangen. In besonderen Situationen kann die Delegiertenversammlung als schriftliche Abstimmung unter den Delegierten durchgeführt werden.

Die Einladung erfolgt durch den Präsidenten; sie hat 20 Tage im Voraus und unter Bekanntgabe der Traktanden zu erfolgen. Über Verhandlungsgegenstände, die nicht in der Einladung angekündigt worden sind, können keine Beschlüsse gefasst werden, ausser über den Antrag auf Einberufung einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung.

Die zur Dokumentation der Anträge massgeblichen Unterlagen sind nach Möglichkeit mit der Einladung, spätestens jedoch 14 Tage vor der Delegiertenversammlung den Mitgliedern zuzustellen.

## **Art. 17**      Beschlussfassung

Die Delegiertenversammlung wird vom Präsidenten oder bei dessen Abwesenheit von einem der Vizepräsidenten geleitet.

Jeder Delegierte hat eine Stimme.

Soweit das Gesetz keine qualifizierten Mehrheiten verlangt, fasst die Delegiertenversammlung ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen mit dem absoluten Mehr der abgegebenen Stimmen. Beschlüsse über die Erhöhung der Mitgliederbeiträge nach Artikel 8, die Beiträge an die Spezialfonds nach Artikel 9 sowie Beiträge für die Marktentlastung und Absatzförderung beim Rindvieh nach Artikel 9<sup>bis</sup> bedürfen einer Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen Stimmen.

Die Abstimmungen erfolgen offen, es sei denn, die Delegiertenversammlung beschliesst vorgängig geheime Stimmabgabe.

Die Vorstandsmitglieder haben in der Delegiertenversammlung ebenfalls das volle Stimmrecht ausser bei Beschlüssen nach Artikel 14 Buchstabe g).

## **B) Der Vorstand**

### **Art. 18 Aufgaben und Zuständigkeiten**

Der Vorstand entscheidet in allen Fragen, welche nicht anderen Genossenschaftsorganen übertragen oder vorbehalten sind. Er hat insbesondere die folgenden Befugnisse und Pflichten:

- a) die Vorbereitung der Geschäfte der Delegiertenversammlung;
- b) die strategische Leitung der Verbandstätigkeit;
- c) die Wahl des Direktors sowie der weiteren Mitglieder der Geschäftsleitung;
- d) den Erlass des Pflichtenheftes sowie die Festlegung der Kompetenzen des Direktors;
- e) die Einsetzung spezieller Kommissionen sowie die Regelung ihrer Aufgaben und Befugnisse;
- f) alle Pflichten gemäss Artikel 902 Absatz 3 Obligationenrecht;
- g) die Regelung der Zeichnungsberechtigung der Mitglieder der Organe;
- h) die Verwaltung der Spezialfonds (Artikel 27 und folgende).
- i) Festlegung der allgemeinen Verhandlungsposition für den Milchverkauf (Menge, Preis, Qualität).

Der Vorstand regelt die Aufgabenverteilung zwischen Vorstand und Vorstandsausschuss im Rahmen des Geschäfts- und Organisationsreglementes gemäss Artikel 20 mit Funktionendiagramm.

### **Art. 19 Zusammensetzung und Amtsdauer**

Der Vorstand besteht aus dem Präsidenten, den beiden Vizepräsidenten sowie 16-18 weiteren Mitgliedern.

Den Sektionen (Artikel 3 lit. a) der Milchproduzenten steht im Vorstand je mindestens ein Sitz zu. Der Präsident wird keiner Sektion zugeordnet. Die Sektionen sorgen bei der Zusammensetzung des Vorstandes dafür, dass die vermarktete Milch maximal vertreten ist.

Alle Vorstandsmitglieder, ebenso die Suppleanten, werden jeweils auf vier Jahre gewählt; Wiederwahl ist zulässig.

### **Art. 20 Geschäfts- und Organisationsreglement**

Der Vorstand gibt sich ein Geschäfts- und Organisationsreglement.

## **C) Der Vorstandsausschuss**

### **Art. 21** Der Vorstandsausschuss

Der Vorstandsausschuss besteht aus dem Präsidenten, den beiden Vizepräsidenten sowie von zwei weiteren vom Vorstand gewählten Mitgliedern. Keine Mitgliedsorganisation darf mehr als ein Vorstandsausschussmitglied stellen. Die Amtszeit beträgt vier Jahre.

Seine Kompetenzen ergeben sich aus dem Geschäfts- und Organisationsreglement (Artikel 20).

## **D) Die Geschäftsleitung**

### **Art. 22** Die Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung besteht aus dem Direktor sowie den übrigen, vom Vorstand gewählten Mitgliedern.

Der Geschäftsleitung obliegt im Rahmen des Geschäfts- und Organisationsreglementes die operative Verbandsleitung, insbesondere:

- a) die Mitwirkung bei der Vorbereitung und Behandlung aller Geschäfte der übrigen Organe;
- b) der Vollzug aller Beschlüsse der übergeordneten Organe;
- c) die Leitung der Geschäftsstelle.

Die Mitglieder der Geschäftsleitung sowie der Präsident und die beiden Vizepräsidenten vertreten die SMP gegenüber Dritten.

## **E) Die Revisionsstelle**

### **Art. 23** Die Revisionsstelle

Die Delegiertenversammlung wählt als Revisionsstelle einen zugelassenen Revisionsexperten nach den Vorschriften des Revisionsaufsichtsgesetzes vom 16. Dezember 2005. Die Aufgaben richten sich nach Artikel 906 des Obligationenrechts. Die Vorschriften des Aktienrechtes sind entsprechend anwendbar.

Die Revisionsstelle prüft sowohl die Buchführung nach Artikel 25 wie die Rechnungen der beiden Spezialfonds nach Artikel 27.

Die Revisionsstelle wird jeweils auf ein Jahr gewählt; Wiederwahl ist zulässig.

## **F) Kommissionen**

### **Art. 23<sup>bis</sup>    Kommissionen**

Der Vorstand setzt eine Kommission „Käsereimilch“ und ein "Fachgremium Marketing" ein. Für Molkereimilchfragen zieht die SMP die Vertreter der Milchproduzenten in der BO Milch bei. Der Vorstand kann weitere Kommissionen einsetzen und regelt deren Aufgaben und Befugnisse

## **V. Jahresabschluss; Buchführung und Gewinnverwendung**

### **Art. 24    Geschäftsjahr**

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr.

### **Art. 25    Buchführung**

Für die Buchführung, die Bilanz und die Gewinn- und Verlustrechnung sind die Vorschriften der Artikel 902 Abs. 3 und Artikel 957 und folgende des Obligationenrechts massgebend.

### **Art. 26    Gewinn und Verlust**

Ergibt sich aufgrund der Jahresrechnung und nach Vornahme der geschäftsmässig begründeten Abschreibungen ein Reingewinn, so ist derselbe dem Reservefonds zuzuweisen.

Ein allfälliger Verlust ist - soweit gesetzlich zulässig - auf die neue Rechnung vorzutragen.

## **VI. Spezialfonds**

### **Art. 27**    Zweckbestimmung und Reglemente

Die SMP führt von der übrigen Rechnung getrennte Spezialfonds.

Dieselben sind zweckbestimmt und dienen der Finanzierung:

- a) von Massnahmen zur Absicherung von Milchmenge und -preis;
- b) des Basismarketings für Milchprodukte.

Soweit aus dem Marketingfonds ein Beitrag an das Marketing der Switzerland Cheese Marketing (SCM) geleistet werden soll, bedarf dies eines separaten jährlichen Beschlusses der Delegiertenversammlung.

Für die Fonds erlässt die Delegiertenversammlung je ein spezielles Reglement, welches die Richtlinien für den Mitteleinsatz sowie die Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenzen festlegt.

### **Art. 28**    Finanzierung

Die Fonds werden durch Beiträge der Mitglieder finanziert (Artikel 9).

### **Art. 29**    Auflösung

Eine Auflösung der Fonds kann nur durch die Delegiertenversammlung beschlossen werden und bedarf eines qualifizierten Mehrs von drei Viertel der anwesenden Delegierten.

Ein allfälliger Überschuss, der sich nach Begleichung sämtlicher Verpflichtungen ergibt, ist einer wegen Erfüllung öffentlicher Zwecke steuerbefreiten Institution mit Sitz in der Schweiz zuzuweisen und darf nur zur Finanzierung von Massnahmen verwendet werden, die der Erhaltung einer leistungsfähigen Milchwirtschaft dienen.

Die Delegiertenversammlung beschliesst auf Antrag des Vorstandes über die Zuweisung.

## **VII. Bekanntmachung**

### **Art. 30**

Die vorgeschriebenen öffentlichen Bekanntmachungen erfolgen im Schweizerischen Handelsamtsblatt.

## VIII. Sanktionen und Schiedsgericht

### **Art. 31** Widerhandlungen und Konventionalstrafe

Handelt ein Mitglied wider die vorliegenden Statuten oder die darauf basierenden Reglemente und Beschlüsse, so ist es durch den Vorstand unverzüglich schriftlich zu mahnen. Unterzieht sich das Mitglied dieser Mahnung und stellt es den rechtmässigen Zustand innerhalb der ihm angesetzten Frist wieder her, so gilt die Sache als erledigt. Andernfalls schuldet das widerhandelnde Mitglied unabhängig vom Nachweis eines Verschuldens eine Konventionalstrafe bis zu Franken 100'000.--, mindestens jedoch von Franken 5'000.--. Dieselbe ist auf Antrag des Vorstandes durch die Delegiertenversammlung auszusprechen. Kumulative Ansprüche auf Erfüllung der statutarischen Verpflichtungen sowie auf Schadenersatz bleiben vorbehalten.

Konventionalstrafen sind dem Fonds zur Finanzierung von Massnahmen zur Absicherung von Milchmenge und -preis zuzuweisen.

### **Art. 32** Schiedsgericht

Alle Streitigkeiten in Verbandsangelegenheiten zwischen der SMP und ihren Mitgliedern werden, soweit nicht von Gesetzes wegen der ordentliche Richter zuständig ist, durch ein Dreier-Schiedsgericht erledigt.

Der Obmann des Schiedsgerichtes sowie die beiden anderen Schiedsrichter werden von den Parteien gemeinsam ernannt. Können sie sich hierüber nicht binnen 20 Tagen verständigen, oder verweigert eine Partei die Mitwirkung, so erfolgt die Bestellung des Schiedsgerichtes durch den Präsidenten des Obergerichtes des Kantons Bern.

Das Verfahren richtet sich nach der Schweizerischen Zivilprozessordnung. Das Schiedsgericht hat seinen Sitz in Bern.

## IX. Schlussbestimmungen

### Art. 33 Auflösung und Liquidation

Die Auflösung der SMP kann nur von einer zu diesem Zweck einberufenen Delegiertenversammlung und mit Zustimmung von drei Viertel der anwesenden Delegierten beschlossen werden.

Wird die Auflösung beschlossen, so erfolgt die Liquidation durch den Vorstand.

Verbleibt nach durchgeführter Liquidation ein Überschuss, so ist derselbe einer milchwirtschaftlichen Nachfolgeorganisation oder einer Organisation mit gleichem oder ähnlichem Zweck zuzuweisen oder zur Förderung gemeinnütziger Bestrebungen zu verwenden.

Im Übrigen richtet sich die Liquidation nach den gesetzlichen Bestimmungen.

### Art. 34 Inkrafttreten

Die von der Delegiertenversammlung des ZVSM am 14. April 1999 in Bern genehmigten Statuten, die auf den 1. Mai 1999 in Kraft traten und die Statuten vom 24. April 1946 ersetzen, sind an der Delegiertenversammlung vom 10. April 2002 erstmals, am 16. Oktober 2002 zum zweiten Mal, am 14. April 2004 zum dritten Mal, am 12. April 2006 zum vierten Mal, am 13. April 2011 zum fünften Mal, am 19. April 2017 zum sechsten Mal, am 17. April 2019 zum siebten Mal mit Inkraftsetzung auf den 1. Mai 2019, am 4. Juni 2021 zum achten Mal mit Inkraftsetzung auf den 5. Juni 2021 und am 13. April 2022 zum neunten Mal mit Inkraftsetzung auf den 1. Mai 2022 revidiert worden.

Bern, 13. April 2022

### Schweizer Milchproduzenten SMP

Der Präsident:

Der Direktor:



Hanspeter Kern



Stephan Hagenbuch

## Fina Tatjana

---

**Von:** Wehrli Oliver  
**Gesendet:** Mittwoch, 15. Januar 2025 09:43  
**An:** Fina Tatjana; Blättler Daniel  
**Betreff:** WG: Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation "Schweizer Bauern"  
**Anlagen:** Statuten Suisseporcs 2021\_f.pdf; Statuten Suisseporcs 2021.pdf

fyi

---

**Von:** Adrian Schütz <asc@suisseporcs.ch>  
**Gesendet:** Mittwoch, 15. Januar 2025 09:41  
**An:** Wehrli Oliver <oliver.wehrli@sbv-usp.ch>  
**Cc:** Müller Stefan (Suisseporcs) <smu@suisseporcs.ch>; Bernhard Andreas <abe@suisseporcs.ch>  
**Betreff:** Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation "Schweizer Bauern"

Sehr geehrter Herr Wehrli

Wir nehmen Bezug auf ihre Anfrage vom 18.12.2024 zur Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation « Schweizer Bauern».

Der Zentralvorstand Suisseporcs hat an seiner Sitzung vom 13.01.2025 die Weiterführung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktionsbeiträge für die Massnahmen der Basiskommunikation « Schweizer Bauern» besprochen. Der Zentralvorstand hat einstimmig beschlossen, dass sowohl die Allgemeinverbindlichkeit der Massnahmen wie auch das Einzugssystem via Ohrmarken durch die identitas AG mit 2.5 Rappen je Ohrmarke für Schweine vom 1.1.2026 bis am 31.12.2029 weitergeführt werden sollen.

Wir danken dem Schweizer Bauernverband für seine Anstrengungen in der Basiskommunikation Landwirtschaft.

Freundliche Grüsse

Suisseporcs

Adrian Schütz



Adrian Schütz  
Suisseporcs  
Allmend 10 | 6204 Sempach  
Tel. +41 (0)41 462 65 90 | Mobile 079 689 57 80  
asc@suisseporcs.ch | www.suisseporcs.ch





## Statuten

### I. Wesen, Sitz und Zweck

#### Art. 1 Wesen

Unter dem Namen Schweizerischer Schweinezucht- und Schweineproduzentenverband Suisseporcs (kurz Verband) besteht ein körperschaftlich organisierter Verein gemäss Art. 60ff ZGB für das Gebiet der Schweiz und des Fürstentum Liechtenstein.

#### Art. 2 Zweck

<sup>1</sup> Ziele des Verbandes sind insbesondere:

- Förderung einer leistungsfähigen schweizerischen und liechtensteinischen Schweineproduktion, verantwortungsbewusst gegenüber Mensch, Tier und Natur;
- Einheitliche Gewährleistung und nachhaltige Förderung der Zucht und Gesundheit des Schweins;
- Interessenvertretung gegenüber Gesetzgebern, Verwaltungen, politischen Interessengruppen, Handelspartnern und Konsumenten;
- Information, Beratung und Schulung der Schweinehalter in allen relevanten Fragen der Schweineproduktion, der Schweinegesundheit und des Marktes;
- Öffentlichkeitsarbeit für die Schweinehaltung und die Unterstützung von Marketingmassnahmen für das Schweinefleisch.

<sup>2</sup> Zur Erreichung dieser Ziele dienen insbesondere folgende Massnahmen:

- Einflussnahme bei der Erarbeitung, Ausgestaltung und Änderung von Gesetzen, Verordnungen und Vorschriften, so dass den Anliegen der Schweinehalter Rechnung getragen wird;
- Zusammenarbeit und Kontaktpflege mit privaten und staatlichen Organisationen, Unternehmen und Personen innerhalb und ausserhalb der Landwirtschaft, welche auf die Interessen der Schweizerischen Schweinehalter Einfluss nehmen;
- Erwirken einer geordneten und fairen Marktgestaltung und Preisbildung;
- Pflege internationaler Kontakte;
- Erwirken von Produktionsweisen, die der Nachfrage nach Schweinefleisch förderlich sind;
- Information der Öffentlichkeit, insbesondere der Konsumenten und ihrer Organisationen, der Medien, der Marktpartner und Parlamentarier;
- Erwirken von optimalen Strukturen und Verhaltensweisen bei unseren vor- und nachgelagerten Marktpartnern, soweit die Interessen der Schweinehalter betroffen sind;
- Anbieten und Vermitteln von effizienten und kostengünstigen Dienstleistungen für die Schweinehalter.

<sup>3</sup> Der Verband ist konfessionell und parteipolitisch neutral und wirtschaftlich unabhängig.

<sup>4</sup> Er übt keine kommerzielle Tätigkeit aus, kann sich aber an Unternehmen beteiligen, die eine kommerzielle Tätigkeit im Interesse der gesamten Schweinehaltung wahrnehmen.

<sup>5</sup> Der Verband besteht aus vier als Vereine organisierten Sektionen.

#### Art. 3 Sitz

Der Sitz des Verbandes befindet sich am Ort der Geschäftsstelle.

## **II. Mitgliedschaft**

### **Art. 4 Aktivmitglieder**

Aktivmitglieder des Verbandes können natürliche oder juristische Personen werden, die eigene Schweine halten. Sie sind diskussions- und stimmberechtigt sowie wahlfähig.

### **Art. 5 Passivmitglieder**

Passivmitglieder können natürliche Personen werden, die keine Schweine halten. Passivmitglieder unterstützen die Verbandsziele und entrichten den festgesetzten Beitrag. Sie sind diskussionsberechtigt.

### **Art. 6 Ehrenmitglieder**

Wer sich um den Verband besonders verdient gemacht hat, kann auf Antrag des Zentralvorstandes von der Delegiertenversammlung zum Ehrenmitglied ernannt werden.

### **Art. 7 Gönnermitglieder**

Als Gönnermitglied können natürliche und juristische Personen aufgenommen werden, die in der vor- oder nachgelagerten Produktion tätig sind oder die in anderer Weise der Schweineproduktion nahe stehen und die den festgelegten Gönnerbeitrag entrichten. Sie können an allen Mitgliederversammlungen teilnehmen und erhalten die Verbandspublikationen. Sie sind diskussions- aber nicht stimmberechtigt.

### **Art. 8 Anmeldung und Aufnahme**

<sup>1</sup> Die Anmeldung hat an die Geschäftsstelle zu erfolgen. Die Mitglieder werden in den Verband aufgenommen. Die Aufnahme kann jederzeit durch die Geschäftsstelle erfolgen. Mit der Aufnahme wird das Mitglied gleichzeitig Mitglied jener Sektion, in deren Einzugsgebiet sich der Wohnsitz des Gesuchstellers befindet.

<sup>2</sup> Die Geschäftsstelle orientiert den/die zuständige/n Sektionspräsidenten/-präsidentin.

### **Art. 9 Verlust der Mitgliedschaft**

<sup>1</sup> Die Mitgliedschaft erlischt:

- a) durch den Austritt auf das Ende eines Jahres. Der Austritt ist vor dem 31.10. schriftlich zu erklären;
- b) durch Ausschluss. Der Ausschluss kann aus wichtigen Gründen durch den Zentralvorstand, nach Rücksprache mit dem Sektionsvorstand, verfügt werden. Als wichtige Gründe gelten namentlich schwerwiegende Widerhandlungen gegen die Interessen der Schweineproduzenten;
- c) durch Zahlungsverzug des Mitgliederbeitrags, trotz Mahnfrist.

<sup>2</sup> Rekursinstanz ist die Delegiertenversammlung. Ein Rekurs ist innert Monatsfrist nach Empfang der schriftlichen Austrittsverfügung am Sitz der Geschäftsstelle zu erheben. Ein Rekurs hat aufschiebende Wirkung.

<sup>3</sup> Ausgeschlossene und Ausscheidende haben kein Recht auf das Vermögen der Sektion oder des Verbandes.

<sup>4</sup> Ein einmal ausgeschlossenes Mitglied kann nur mit Zustimmung des Zentralvorstandes wieder aufgenommen werden.

### **Art. 10 Jahresbeitrag**

Die Delegiertenversammlung des Verbandes beschliesst den für jede Mitgliederkategorie gültigen Jahresbeitrag. Der Zentralvorstand legt die Bemessungskriterien fest. Ebenso legt die Delegiertenversammlung einen Mindestbeitrag fest. Von diesem Jahresbeitrag erhalten die Sektionen einen vom Zentralvorstand bestimmten Anteil.

## **Art. 11 Haftung**

Die Mitglieder trifft keine Haftbarkeit für die Verpflichtungen des Vereins. Für diese haftet nur das Vereinsvermögen.

## **III. Organe**

### **Art. 12 Organe**

Organe des Verbandes sind:

- a) die Delegiertenversammlung,
- b) der Zentralvorstand,
- c) die Revisionsstelle,
- d) die Geschäftsstelle.

#### *a) Die Delegiertenversammlung*

### **Art. 13 Grundsatz und Zusammensetzung**

<sup>1</sup> Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ des Verbandes. Sie besteht aus den Mitgliedern des Zentralvorstandes und aus den Sektionsdelegierten. Die Anzahl Delegierte beträgt maximal 120.

<sup>2</sup> Die Anzahl der Sektionsdelegierten wird wie folgt bestimmt: Jede Sektion hat Anrecht auf 12 Grundmandate. Zusätzlich hat jede Sektion Anrecht auf weitere Delegierte. Der Zentralvorstand legt den Delegiertenanspruch alle drei Jahre fest. Massgeblich ist die Anzahl der Aktivmitglieder am 31.10. des entsprechenden Vorjahres. Die Sektionen melden die Delegierten namentlich bis Ende März der Geschäftsstelle. Die Wahl der Sektionsdelegierten erfolgt durch die Generalversammlung der Sektionen. Die Amtsdauer der Delegierten beträgt drei Jahre.

### **Art. 14 Zuständigkeiten**

<sup>1</sup> Die Delegiertenversammlung ist zuständig für:

1. Genehmigung des Jahresberichtes;
2. Genehmigung der Jahresrechnung einschliesslich der Nachtragskredite für das abgelaufene Vereinsjahr;
3. Entlastung des Zentralvorstandes;
4. Festsetzung des Jahresbeitrages der Mitglieder und des Sektionsanteils des Jahresbeitrages;
5. Wahl des Präsidenten/der Präsidentin und der Mitglieder des Zentralvorstandes sowie der Revisionsstelle;
6. Erlass von Reglementen für die Tätigkeit des Zentralvorstandes;
7. Beschlussfassung über Anträge von Delegierten und Sektionen, die der Geschäftsstelle spätestens 14 Tage (Versanddatum gemäss Poststempel) vor der Delegiertenversammlung schriftlich eingereicht worden sind;
8. Revision der Statuten;
9. Ernennung von Ehrenmitgliedern.

<sup>2</sup> Die Mitglieder des Zentralvorstandes haben bei der Entlastung des Zentralvorstandes kein Stimmrecht.

## **Art. 15 Tagesordnung**

<sup>1</sup> Die Tagesordnung der Delegiertenversammlung wird vom Zentralvorstand festgelegt.

<sup>2</sup> Anträge über die Ergänzung oder Änderung der vorgesehenen Tagesordnung sind von den Sektionen oder den Delegierten spätestens 14 Tage (Versanddatum gemäss Poststempel) vor der Delegiertenversammlung der Geschäftsstelle schriftlich einzureichen.

<sup>3</sup> Die Geschäftsstelle übermittelt allen Delegierten auf elektronischem Weg die Anträge gemäss Abs. 2 samt der eingereichten Begründung spätestens eine Woche vor der Delegiertenversammlung.

## **Art. 16 Beschlüsse**

<sup>1</sup> Bei Abstimmungen werden die Beschlüsse mit der relativen Stimmenmehrheit der anwesenden Stimmberechtigten gefasst, sofern die Statuten keine qualifizierte Mehrheit vorschreiben. Bei Stimmengleichheit hat der Präsident/die Präsidentin den Stichentscheid.

<sup>2</sup> Bei Wahlen gilt das absolute Mehr. Sind mehrere Wahlgänge notwendig, so scheidet bei jedem Wahlgang der Kandidat/die Kandidatin mit der schlechtesten Stimmenzahl aus. Bei Stimmengleichheit entscheidet das Los.

<sup>3</sup> Die Abstimmungen und Wahlen finden mit offenem Handmehr statt, sofern nicht wenigstens 1/3 der anwesenden Delegierten, eine Sektion oder der/die Vorsitzende geheime Abstimmung verlangt.

## **Art. 17 Einberufung**

<sup>1</sup> Die Delegiertenversammlung wird durch den Präsidenten/die Präsidentin jährlich einmal in der ersten Jahreshälfte und ausserdem, so oft dies der Zentralvorstand für nötig erachtet, einberufen. Sie wird ebenfalls einberufen, wenn zwei Sektionsvorstände oder 1/3 der Sektionsdelegierten dies schriftlich verlangen.

<sup>2</sup> Die ordentliche Delegiertenversammlung wird mindestens einen Monat vor dem für die Tagung festgesetzten Datum einberufen. Ausserordentliche Delegiertenversammlungen können mit einer Vorankündigung von 14 Tagen einberufen werden.

<sup>3</sup> Einladungen und Tagungsordnung werden jedem Delegierten schriftlich zugestellt.

### *b) Der Zentralvorstand*

## **Art. 18 Zusammensetzung**

<sup>1</sup> Der Zentralvorstand besteht aus maximal 12 Mitgliedern, nämlich aus:

- a) dem Präsidenten/der Präsidentin der Suisseporcs,
- b) den vier Sektionspräsidenten/-präsidentinnen,
- c) einem zusätzlichen Mitglied jeder Sektion,
- d) je einem Vertreter/einer Vertreterin der ständigen Kommissionen, sofern die Kommissionen nicht durch die Mitglieder unter Buchstabe a) bis c) vertreten sind.

<sup>2</sup> Der Zentralvorstand besteht grundsätzlich aus Aktivmitgliedern. Maximal zwei Zentralvorstandsmitglieder dürfen Passivmitglieder sein. Die Wahl von Passivmitgliedern kann nur erfolgen, wenn 2/3 der anwesenden Delegierten sie aufgrund der vom Präsidenten/von der Präsidentin dargelegten Umstände als wählbar erklärt haben. Für die Wahl selber ist das absolute Mehr der anwesenden Delegierten erforderlich. Mit Ausnahme der Sektionspräsidenten/Sektionspräsidentinnen, die von Amtes wegen Mitglieder sind, werden die Mitglieder des Zentralvorstandes für eine Amtsdauer von drei Jahren gewählt.

<sup>3</sup> Das Amt der Zentralvorstandsmitglieder ist persönlich.

## **Art. 19 Kompetenzen**

<sup>1</sup> Der Zentralvorstand konstituiert sich mit Ausnahme des Präsidenten/der Präsidentin selbst.

<sup>2</sup> Dem Zentralvorstand obliegt die Leitung des Verbandes. Er hat insbesondere folgende Aufgaben und Kompetenzen:

- Ausführung der Beschlüsse der Delegiertenversammlung;
- Leitung des Verbandes, soweit dies nicht durch Statuten oder Gesetz anderen Organen vorbehalten ist;
- Wahl des Geschäftsführers/der Geschäftsführerin;
- Genehmigung von Reglementen, soweit diese nicht der Delegiertenversammlung vorbehalten oder den entsprechenden Kommissionen delegiert sind;
- Übertragung bestimmter Aufgaben an einzelne oder mehrere Mitglieder des Zentralvorstandes, wobei in besonderen Fällen den Beauftragten eine Entschädigung zugesprochen werden kann;
- Einsetzung und Auflösung von Arbeitsgruppen und Kommissionen;
- Festsetzung der Entschädigung des Präsidenten/der Präsidentin und der Taggelder und Spesen der Mitglieder des Zentralvorstandes;
- Festlegung der Vertreter/der Vertreterin des Verbandes in anderen Organisationen.

<sup>3</sup> Der Zentralvorstand ist beschlussfähig, wenn wenigstens die Hälfte seiner Mitglieder anwesend ist. Bei Stimmengleichheit hat der Präsident/die Präsidentin Stichentscheid.

### *c) Die Revisionsstelle*

## **Art. 20 Revisionsstelle**

<sup>1</sup> Die Delegiertenversammlung ernennt zwei dem Zentralvorstand nicht angehörige Rechnungsrevisoren/-innen. Die Rechnungsrevisoren/-innen sind beauftragt, der nächsten ordentlichen Delegiertenversammlung Bericht über die Bilanz, die Erfolgsrechnung, die Rechnungs- und Protokollführung zu erstatten. Als Revisoren/-innen können auch nicht dem Verband angehörende Fachleute gewählt werden.

<sup>2</sup> Die Amtsdauer der Rechnungsrevisoren/-innen beträgt drei Jahre.

<sup>3</sup> Zusätzlich zu den Revisoren/-innen kann für die Rechnungsprüfung eine aussen stehende Treuhandstelle beauftragt werden.

### *d) Die Geschäftsstelle*

## **Art. 21 Geschäftsstelle**

<sup>1</sup> Die Geschäftsstelle führt im Auftrag des Zentralvorstandes die laufenden Geschäfte des Verbandes. Sie wird von einem Geschäftsführer/einer Geschäftsführerin geleitet.

<sup>2</sup> Die Aufgaben und Kompetenzen werden in einem Pflichtenheft festgelegt. Das Pflichtenheft ist vom Zentralvorstand zu genehmigen.

## **IV. Organisatorische Regelungen**

## **Art. 22 Kommissionen**

<sup>1</sup> Der Zentralvorstand kann für die Erfüllung bestimmter Aufgaben ständige Kommissionen mit einer Amtsdauer von drei Jahren ernennen. Ständigen Kommissionen können auch aussen stehende Personen angehören. Die Kommissionen haben beratende Funktion und sie können Anträge an den Zentralvorstand oder an die Delegiertenversammlung richten. Die Aufgaben und Kompetenzen der Kommissionen werden vom Zentralvorstand durch ein Reglement festgelegt.

<sup>2</sup> Interessengruppen, die der Schweineproduktion dienen, können auf Beschluss des Zentralvorstandes in ihrer Arbeit begleitet oder unterstützt werden.

<sup>3</sup> Zur Bearbeitung besonderer Aufgaben kann der Zentralvorstand Arbeitsgruppen einsetzen, denen auch aussen stehende Personen angehören können.

### **Art. 23 Zeichnungsberechtigung**

<sup>1</sup> Der Zentralvorstand bezeichnet diejenigen Personen aus seiner Mitte, welche für den Verband die rechtsverbindliche Unterschrift führen und die Art der Zeichnung. Auch Mitglieder des Zentralvorstandes sind nur zeichnungsberechtigt, soweit ihnen die Zeichnungsbefugnis durch Beschluss des Zentralvorstandes erteilt wurde. Mindestens ein Mitglied des Zentralvorstandes muss immer zeichnungsberechtigt und entsprechend im Handelsregister eingetragen sein.

<sup>2</sup> Der Zentralvorstand kann weiteren Personen, welche nicht Mitglied des Zentralvorstandes sind, die Unterschriftsberechtigung erteilen und die Art ihrer Zeichnung bestimmen.

## **V. Finanzielles**

### **Art. 24 Geschäftsjahr und Einnahmen**

<sup>1</sup> Das Geschäftsjahr beginnt am 1. Januar und endet am 31. Dezember.

<sup>2</sup> Der Verband finanziert seine Tätigkeit insbesondere aus:

- den jährlichen Beiträgen der Mitglieder;
- den Entschädigungen für Dienstleistungen;
- öffentlichen Beiträgen;
- Schenkungen und Legaten;
- Beiträgen oder Gewinnausschüttungen von Unternehmen, an denen der Verband beteiligt ist;
- weiteren Erträgen.

## **VI. Sektionen**

### **Art. 25 Sektionen**

<sup>1</sup> Die Mitglieder des Verbandes organisieren sich als Vereine mit eigenen Statuten in vier Sektionen. Diese sind:

- Sektion Ostschweiz,
- Sektion Zentralschweiz,
- Sektion Mittelland,
- Sektion Westschweiz.

<sup>2</sup> Die Abgrenzung der Sektionen wird vom Zentralvorstand festgelegt. Einzelmitglieder können nur in einer Sektion Mitglied sein. Bei Differenzen über die Sektionszugehörigkeit entscheidet der Zentralvorstand.

<sup>3</sup> Im Rahmen der Zentralstatuten des Verbandes sind die Sektionen selbständig. Die Sektionsstatuten sind vom Zentralvorstand zu genehmigen. Sie dürfen keine Bestimmungen enthalten, die den Zentralstatuten widersprechen.

<sup>4</sup> Bei der Festsetzung der Rückzahlungsbeiträge an die Sektionen gemäss Art. 10 werden auch die spezifischen Bedürfnisse bzw. Projekte der Sektionen berücksichtigt.

<sup>5</sup> Bei Auflösung einer Sektion geht deren ganzes Vermögen unter Einschluss der ausstehenden Mitgliederbeiträge an den Verband.

## **VII. Statutenänderungen**

### **Art. 26 Statutenänderung**

Für Statutenänderungen ist eine Zweidrittelmehrheit der anwesenden Delegierten erforderlich.

## **VIII. Auflösung und Liquidation**

### **Art. 27 Auflösung**

<sup>1</sup> Die Auflösung des Verbandes kann nur durch eine Delegiertenversammlung beschlossen werden. Es müssen mindestens zwei Drittel aller Delegierten teilnehmen. Wird dieses Quorum nicht erreicht, so ist innert dreier Monate eine weitere Delegiertenversammlung einzuberufen, welche die Auflösung ohne Rücksicht auf die Zahl der anwesenden Delegierten beschliessen kann.

<sup>2</sup> Für die Auflösung ist in beiden Fällen die 3/4 Mehrheit der anwesenden Delegierten erforderlich.

### **Art. 28 Liquidation**

<sup>1</sup> Im Falle der Auflösung bleiben die Vereinsorgane bis zur abschliessenden Delegiertenversammlung im Amt.

<sup>2</sup> Der Zentralvorstand hat das Vereinsvermögen unter Beizug der nötigen Fachkräfte zu liquidieren. Die Delegiertenversammlung beschliesst über die Verwendung des Reinvermögens. Soweit nach der Auflösung des Verbandes einzelne Sektionen weiter bestehen, ist diesen entsprechend ihrer Anzahl Aktivmitglieder das Liquidationsvermögen anteilmässig zu überlassen. Sollte keine Sektion weiter bestehen, ist das Liquidationsvermögen einer schweizerischen Vereinigung mit gleichen Zielen oder einem gemeinnützigen Werk unter Ausschluss jeglicher Verteilung unter die Vereinsmitglieder zu übergeben.

## **IX. Schlussbestimmungen**

### **Art. 29 Schlussbestimmungen**

Diese durch Beschluss der schriftlichen Abstimmung der Delegierten am 2. Juni 2021 revidierten Statuten treten per 01.07.2021 in Kraft.

**Der Präsident:**

Meinrad Pfister

**Der Geschäftsführer:**

Stefan Müller



**Laurstrasse 10  
5201 Brugg  
Tel. 056 462 51 11  
info@swissbeef.ch**

Brugg, 25. Februar 2025

Schweizer Bauernverband  
Herr Oliver Wehrli  
Postfach  
5201 Brugg

Verantwortlich: Thomas Jäggi  
Sekretariat:  
Dokument: Erneuerung Allgemeinverbindlichkeit  
Basiskommunikation Ldw 190612

***Allgemeinverbindlichkeit für Massnahmen der Basiskommunikation der Landwirtschaft  
„Schweizer Bauern“ für den Bereich Viehwirtschaft***

Sehr geehrter Herr Wehrli, lieber Oliver

Mit Ihrem Schreiben vom 18. Dezember 2024 teilen Sie uns mit, dass die Swiss Beef CH das Einverständnis für die Allgemeinverbindlichkeit der Massnahmen der Basiskommunikation im Bereich Viehwirtschaft erneuern muss. Es geht um den Einzug eines Beitrages durch eine Abgabe auf den Ohrmarken der Tierverkehrsdatenbank.

Der Vorstand von Swiss Beef CH hat anlässlich einer Sondersitzung am Rande der Delegiertenversammlung 2025 der gewünschten Erneuerung einstimmig zugestimmt.

Hiermit erklären sich die Mitglieder der Swiss Beef CH weiterhin bereit am bestehenden Finanzierungsmodus festzuhalten und beteiligen sich mit 9 Rappen pro Ohrmarke pro neugeborenes Rind an der Finanzierung der Basiskommunikation „Schweizer Bauern“.

Die Statuten sind seit der letzten Erneuerung der Allgemeinverbindlichkeit im Jahre 2019 unverändert geblieben.

Besten Dank.

Freundliche Grüsse  
**Swiss Beef CH**

Franz Hagenbuch  
Präsident

Thomas Jäggi  
Sekretär

Beilagen  
- Statuten der Swiss Beef, CH  
- Protokollauszug

## **Protokoll der Vorstandssondersitzung von Swiss Beef CH vom 10. Februar 2025, 10:00 Uhr, in Cazis**

|                  |                      |                                 |
|------------------|----------------------|---------------------------------|
| <b>Vorsitz</b>   |                      | Franz Hagenbuch                 |
| <b>Anwesend</b>  | <i>SB Mittelland</i> | Christian Glur, Franz Hagenbuch |
|                  | <i>SB Region Ost</i> | Ralph Schudel, Ronni Vögeli     |
|                  | <i>SB Romandie</i>   | Sepp Rupper                     |
| <b>Protokoll</b> |                      | Thomas Jäggi                    |

### **Einziges Traktandum**

Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktionsbeiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft – Beschluss

### **Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktionsbeiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft – Beschluss**

Die Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Beiträge der Tierproduktion an die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft steht periodisch an. Der SBV hat den Vorstand Swiss Beef CH aufgefordert, diesen Beschluss zu erneuern und schriftlich zu melden.  
Alle Bedingungen (Einzug aufgrund der von der TVD verkauften Ohrmarken) und die Höhe der Beiträge (9 Rp./ neugeborenes Tier der Rindergattung) bleiben unverändert.

### **Beschluss**

Der Vorstand Swiss Beef CH stimmt der Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Beiträge der Tierproduktion an die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft einstimmig zu.

Th. Jäggi, Sekretär

Brugg, 10. Februar 2025



Laurstrasse 10  
5201 Brugg  
Tel. 056 462 51 11  
Fax 056 441 53 48  
info@swissbeef.ch

## **STATUTEN des Verbandes Swiss Beef CH**

### **I. Organisation, Sitz, Zweck und Ziele**

#### **Art. 1 Organisation und Sitz**

Unter dem Namen Swiss Beef CH besteht ein Verein gemäss den vorliegenden Statuten und ZGB Art. 60 ff. Der Sitz des Vereins ist am Ort der Geschäftsstelle.

#### **Art. 2 Zweck und Ziele**

Swiss Beef CH vertritt die Interessen der Schweizer Rindfleischproduzenten und ihrer regionalen Organisationen.

Swiss Beef CH bezweckt insbesondere:

- a) Die Koordination der Interessen aller Schweizer Qualitätsrindfleisch-Produzenten
- b) Unterstützung von Massnahmen zur Aufrechterhaltung des Marktgleichgewichtes
- c) Die Wahrung und Förderung aller gemeinsamen Berufsinteressen und deren Vertretung gegenüber dem Bund, den Kantonen, landwirtschaftlichen Organisationen, Branchenorganisationen und weiterer Marktpartner.
- d) Die Förderung einer qualitativ hochstehenden und rationellen Rindfleischproduktion auf betriebseigener Futtergrundlage
- e) Die Pflege des gegenseitigen Erfahrungsaustausches über alle Fragen der Rindviehmast, sowie fachliche Weiterbildung der Mitglieder
- f) Die Imagepflege für das Qualitätsprodukt Schweizer Rindfleisch
- g) Die regelmässige Information ihrer Mitglieder

### **II. Erwerb und Verlust der Mitgliedschaft**

#### **Art. 3 Mitgliedschaft**

Swiss Beef CH besteht aus:

- a) Swiss Beef Region Ost
- b) Swiss Beef Mittelland
- c) Swiss Beef Romandie

Um die Mitgliedschaft können überdies regionale und überregionale bäuerliche Körperschaften, welche vergleichbare Ziele verfolgen, nachsuchen.

#### **Art. 4 Erwerb und Verlust der Mitgliedschaft**

Wer Swiss Beef CH beitreten will, hat ein schriftliches Beitritts-gesuch an den Vorstand zu richten. Neben den in Art. 3 aufgeführten Organisationen können weitere aus dem Bereiche der Rindfleischproduktion die Mitgliedschaft erwerben.

Der Entscheid über die Aufnahme obliegt der Delegiertenversammlung.

Die Mitgliedschaft erlischt durch Austritt, Ausschlussung oder Liquidation eines Mitgliedes.

#### **Art. 5 Austritt**

Jedes Mitglied kann unter Wahrung einer Kündigungsfrist von 12 Monaten auf Ende eines Geschäftsjahres aus der Swiss Beef CH austreten.

#### **Art. 6 Ausschluss**

Die Delegiertenversammlung kann ein Mitglied aus wichtigen Gründen ausschliessen.

Als wichtiger Grund gilt insbesondere eine einseitig ausgerichtete Interessenpolitik, welche den wirtschaftlichen Gesamtinteressen der Rindfleischproduktion zuwiderläuft.

#### **Art. 7 Vermögensrechtliche Ansprüche**

Austretende Mitglieder haben unabhängig vom Grund des Austritts keinen Anspruch auf das Verbandsvermögen.

### **III. Pflichten, Haftung**

#### **Art. 8 Mitgliederbeiträge**

Zur Finanzierung der Verwaltungskosten und von Beitragsleistungen an Dritte leisten die Mitglieder einen Beitrag.

Die Höhe dieses Beitrages wird jährlich durch die Delegiertenversammlung festgelegt.

#### **Art. 9 Treuepflicht**

Die Mitglieder sind verpflichtet, die Interessen der Swiss Beef zu wahren und diese bei der Erfüllung der statutarischen Ziele (Artikel 2) zu unterstützen.

#### **Art. 10 Haftung**

Für die Verbindlichkeiten haftet einzig das Verbandsvermögen. Jede persönliche Haftung oder Nachschusspflicht der Mitglieder ist ausgeschlossen.

### **IV. Organisation und Mitwirkungsrechte**

#### **Art. 11 Organe**

Die Organe der Swiss Beef CH sind:

- A) Die Delegiertenversammlung
- B) Der Vorstand
- C) Die Geschäftsstelle
- D) Die Kontrollstelle

## **A) Die Delegiertenversammlung**

### **Art. 12    Zuständigkeit**

Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ der Swiss Beef CH. Ihr obliegen folgende Beschlüsse:

- a) die Wahl des Präsidenten und des Vizepräsidenten
- b) die Wahl der übrigen Vorstandsmitglieder
- c) die Wahl der Kontrollstelle
- d) die Festsetzung der Mitgliederbeiträge
- e) die Abnahme der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz
- f) die Entgegennahme des Jahresberichtes und des Berichtes der Kontrollstelle
- g) die Entlastung der Organe
- h) Änderung der Statuten
- i) die Beschlussfassung über die Aufnahme und die Ausschlussung von Mitgliedern
- j) die Auflösung der Swiss Beef CH

Der Vorstand kann der Delegiertenversammlung weitere Fragen zur Diskussion oder Beschlussfassung unterbreiten.

### **Art. 13    Zusammensetzung**

Die Delegiertenversammlung besteht aus den Delegierten der Mitglieder. Auf eine angemessene regionale Verteilung ist besonderes Gewicht zu legen. Jedes Mitglied gemäss Art. 3 hat mindestens 2 Delegierte. Je 25 Mitglieder kommt ein weiterer Sitz dazu. Die Delegation des Stimmrechtes ist nur innerhalb einer Mitgliedsorganisation möglich. Pro Delegierter können maximal 2 Stimmrechte ausgeübt werden.

### **Art. 14    Einberufung**

Die Delegiertenversammlung tritt ordentlich einmal im Jahr zusammen, ausserdem wenn der Vorstand die Einberufung aufgrund der anstehenden Geschäfte als erforderlich erachtet oder wenn mindestens drei Mitglieder die Durchführung einer ausserordentlichen Delegiertenversammlung verlangen.

Die Einladung erfolgt durch den Präsidenten; sie hat 20 Tage im Voraus und unter Bekanntgabe der Traktanden zu erfolgen.

Die zur Dokumentation der Anträge massgeblichen Unterlagen sind nach Möglichkeit mit der Einladung, spätestens jedoch 14 Tage vor der Delegiertenversammlung den Mitgliedern zuzustellen.

### **Art. 15    Beschlussfassung**

Die Delegiertenversammlung wird vom Präsidenten oder bei dessen Abwesenheit vom Vizepräsidenten geleitet.

Jeder Delegierte hat maximal 2 Stimmen.

Soweit das Gesetz keine qualifizierten Mehrheiten verlangt, fasst die Delegiertenversammlung ihre Beschlüsse und vollzieht ihre Wahlen mit dem absoluten Mehr der abgegebenen Stimmen.

Die Abstimmungen erfolgen offen, es sei denn, die Delegiertenversammlung beschliesst vorgängig geheime Stimmabgabe.

## **B) Der Vorstand**

### **Art. 16 Aufgaben**

Der Vorstand entscheidet in allen Fragen, welche nicht anderen Organen übertragen oder vorbehalten sind. Er hat insbesondere die folgenden Befugnisse und Pflichten:

- a) die Vorbereitung der Geschäfte der Delegiertenversammlung
- b) die strategische Leitung der Verbandstätigkeit
- c) die Wahl und die Überwachung der Geschäftsstelle
- d) den Erlass des Pflichtenheftes sowie die Festlegung der Kompetenzen des Präsidenten
- e) die Einsetzung spezieller Kommissionen sowie die Regelung ihrer Aufgaben und Befugnisse

### **Art. 17 Zusammensetzung und Amtsdauer**

Der Vorstand besteht aus dem Präsidenten, dem Vizepräsidenten sowie höchstens 11 weiteren Mitgliedern.

Den regionalen Swiss Beef Organisationen stehen im Vorstand je mindestens zwei Sitze zu. Die verbleibenden Sitze werden auf Grund der Grösse einer Organisation verteilt.

Jedes Vorstandsmitglied kann durch ein Mitglied des Vorstandes seiner Organisation vertreten werden.

Alle Vorstandsmitglieder werden jeweils auf vier Jahre gewählt; Wiederwahl ist zulässig.

## **C) Die Geschäftsstelle**

### **Art. 18 Die Geschäftsstelle**

Die Swiss Beef CH unterhält eine Geschäftsstelle. Ihr obliegt die operative Verbandsleitung, insbesondere:

- a) die Mitwirkung bei der Vorbereitung und Behandlung aller Geschäfte der übrigen Organe;
- b) der Vollzug aller Beschlüsse der übergeordneten Organe;
- c) die Leitung der Geschäftsstelle.

Die Mitglieder der Geschäftsstelle vertreten die Swiss Beef gemeinsam mit dem Präsidenten und dem Vizepräsidenten gegenüber Dritten.

## D) Die Kontrollstelle

### Art. 19 Die Kontrollstelle

Als Kontrollstelle werden zwei Mitglieder gewählt, die nicht Mitglieder des Vorstandes sein dürfen.

Die Kontrollstelle wird von der Delegiertenversammlung auf die Dauer von jeweils vier Jahren gewählt. Sie ist wiederwählbar.

## V. Rechnungsführung

### Art. 20 Rechnungsführung

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. Die Jahresrechnung ist jeweils auf Ende des Geschäftsjahres abzuschliessen.

## VI. Schlussbestimmungen

### Art. 21 Auflösung und Liquidation

Die Auflösung der Swiss Beef CH kann nur von einer zu diesem Zweck einberufenen Delegiertenversammlung und mit Zustimmung von drei Viertel der anwesenden Delegierten beschlossen werden.

Wird die Auflösung beschlossen, so erfolgt die Liquidation durch den Vorstand.

Verbleibt nach durchgeführter Liquidation ein Überschuss, so ist derselbe einer Nachfolgeorganisation der Rindfleischproduktion zuzuweisen, oder aber den Mitgliedern im Verhältnis zu den Beiträgen, welche sie während den letzten zwei Jahren vor dem Liquidationsbeschluss geleistet haben, auszuzahlen.

Im Übrigen richtet sich die Liquidation nach den gesetzlichen Bestimmungen.

### Art. 22 Inkrafttreten

Diese Statuten sind an der Delegiertenversammlung vom 30. März 2007 in Bern angenommen worden. Der Beschluss über die Inkraftsetzung wird vom Vorstand getroffen.

Der Präsident  
Conrad Schär



Ort, Datum

St. Gallen, 4. Mai 07

Die Geschäftsstelle  
Marie-Florence Perdrix



Ort, Datum

Brugg, 7. 5. 07

**SZZV**

Postfach  
Schützenstrasse 10  
CH-3052 Zollikofen  
Tel. +41 (0)31 388 61 11  
info@szzv.ch  
www.szzv.ch  
www.capranet.ch  
www.schweizer-gitzi.ch

**FSEC**

Case postale  
Schützenstrasse 10  
CH-3052 Zollikofen  
Tél. +41 (0)31 388 61 11  
info@szzv.ch  
www.szzv.ch  
www.capranet.ch  
www.cabri-suisse.ch



S Z Z V  
F S E C  
F S A C

Schweizer Bauernverband  
Kommunikation & Services  
Laurstrasse 10  
5201 Brugg

Zollikofen, 5. Februar 2025

**Verlängerung der Allgemeinverbindlichkeit der Tierproduktions-Beiträge für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft «Schweizer Bauern»**

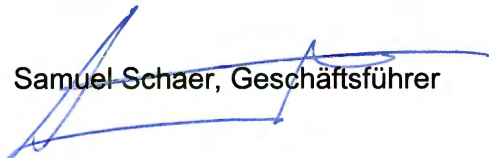
Sehr geehrte Damen und Herren,

Der Schweizerische Ziegenzuchtverband SZZV ist mit der Allgemeinverbindlichkeit für Massnahmen der Basiskommunikation für den Bereich Viehwirtschaft sowie mit dem Einzug des Beitrags für Mitglieder und Nichtmitglieder über die Abgabe der Ohrmarken durch die Identitas AG nach wie vor einverstanden.

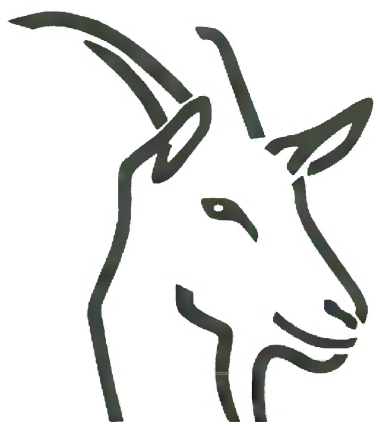
Gemäss Schreiben vom 20. Dezember 2024 überlassen wir Ihnen in der Beilage ein Exemplar unserer aktuellen Statuten.

Mit freundlichen Grüssen

SCHWEIZERISCHER ZIEGENZUCHTVERBAND

  
Samuel Schaer, Geschäftsführer

Beilage erwähnt



S Z Z V

F S E C

F S A C

# **STATUTEN**

**SCHWEIZERISCHER  
ZIEGENZUCHTVERBAND  
(SZZV)**

**GENOSSENSCHAFT**

## Art. 1 Firma, Sitz und Zweck

1. Unter dem Namen "Schweizerischer Ziegenzuchtverband (SZZV) Genossenschaft" besteht auf unbestimmte Zeit ein Genossenschaftsverband gemäss den vorliegenden Statuten und dem Titel 29 des Schweizerischen Obligationenrechtes (OR) mit Sitz in Zollikofen. Der französische Name lautet: „Fédération suisse d'élevage caprin (FSEC) coopérative“.

Der italienische Name lautet: „Federazione svizzera allevamento caprino (FSAC) cooperativa“.

Der rätoromanische Name lautet: „Federaziun svizra d'allevament da chauras (FSAC) associaziun“.

2. Der SZZV ist eine Selbsthilfeorganisation und setzt sich aus aktiven Ziegenzüchterinnen und Ziegenzüchtern zusammen. Der SZZV bezweckt die Förderung und Erhaltung der schweizerischen Ziegenzucht und die Wahrung ihrer Interessen in gemeinsamer Selbsthilfe durch das Erbringen von Dienstleistungen in den Bereichen Zucht, Herdebuchführung, Leistungsprüfung und Datenverarbeitung sowie die Unterstützung der angeschlossenen Mitglieder. Bei der Durchführung der züchterischen Fördermassnahmen arbeitet der SZZV mit den zuständigen Behörden und allen Institutionen zusammen, die seine Ziele unterstützen. Bei der Durchführung dieser Aufgaben wird eine enge Zusammenarbeit mit den kantonalen und regionalen Organisationen der angeschlossenen Ziegenzüchter angestrebt. Der SZZV kann weitere Tätigkeiten ausüben, welche mit dem Zweck des SZZV in Zusammenhang stehen oder diesen direkt oder indirekt fördern. Die Erzielung eines Geschäftsgewinns ist nicht beabsichtigt.

## Art. 2 Mitgliedschaft

Mitglieder können werden:

- a) Kantonale und überkantonale Ziegenzucht- oder Kleinviehzuchtverbände/-vereine
- b) Ziegenzuchtgenossenschaften und -vereine
- c) Ziegenzüchterinnen und Ziegenzüchter von Rassen, für welche der SZZV ein Herdebuch führt.

Mitglieder gemäss Buchstabe a und b sind Kollektivmitglieder im Sinne dieser Statuten. Mitglieder gemäss Buchstabe c sind Einzelmitglieder; sie bilden zusammen ein Kollektivmitglied im Sinne dieser Statuten.

Die Anmeldung neuer Mitglieder ist der Geschäftsstelle des Verbandes schriftlich einzureichen. Es sind ihr die Statuten, das Verzeichnis der Vorstandsmitglieder und Angaben über die Mitglieder und der Herdebuchtiere beizulegen. Für Mitglieder gemäss Bst. c lediglich Angaben zu den Herdebuchtieren.

## Art. 3 Beendigung der Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft erlischt:

- a) nach schriftlicher Austrittserklärung unter Beachtung einer dreimonatigen Kündigungsfrist auf Ende des Kalenderjahres.
- b) bei der Auflösung eines kantonalen oder überkantonalen Verbandes oder einer Ziegenzuchtgenossenschaft resp. -vereins.

Mitglieder, die den Bestrebungen des Verbandes und den Statuten in schwerwiegender Art zuwiderhandeln, oder sich den Beschlüssen der Delegiertenversammlung und den Anordnungen der Verwaltung (Vorstand) nicht fügen, können durch Beschluss der Delegiertenversammlung mit sofortiger Wirkung ausgeschlossen werden.

Mit dem Ausscheiden aus dem Verband hört jeder Anspruch auf das Verbandsvermögen auf.

Ausscheidende Mitglieder sind aber zur Bezahlung allfälliger Schulden verpflichtet.

#### **Art. 4 Mitgliederbeitrag**

Der Mitgliederbeitrag (Jahresbeitrag) wird jährlich auf Antrag der Verwaltung (Vorstand) durch die Delegiertenversammlung festgesetzt. Er besteht aus einem Grundbeitrag je Züchter und einem Beitrag je Herdebuchtier.

#### **Art. 5 Ehrenmitgliedschaft**

Persönlichkeiten, die sich um die Förderung der Ziegenzucht besonders verdient gemacht haben, können von der Delegiertenversammlung zu Ehrenmitgliedern ohne Rechte und Pflichten ernannt werden.

#### **Art. 6 Organe**

Die Organe der Genossenschaft sind:

- die Delegiertenversammlung
- die Verwaltung (Vorstand)
- der Leitende Ausschuss
- die Geschäftsstelle
- die Arbeitsgruppen
- die Revisionsstelle

#### **Art. 7 Delegiertenversammlung**

Die Delegiertenversammlung ist das oberste Organ des Verbandes.

Jeder Kanton mit eingetragenen Herdebuchtieren hat das Recht, mindestens einen Vertreter an die Delegiertenversammlung abzuordnen.

Kantonalverbände mit 101 bis 200 Herdebuchtieren (männlich und weiblich) können mit zwei und bei einer Bruchzahl von je weiteren 100 Herdebuchtieren mit einem weiteren Delegierten an der Versammlung teilnehmen.

Die Einzelmitglieder bestimmen ihre Delegierten selber. Die Berechnung der ihnen zustehenden Anzahl erfolgt nach den gleichen Regeln wie bei den Kantonalverbänden.

Die Kantone, Genossenschaften bzw. Vereine sowie die Einzelmitglieder haben das Recht, weitere Vertreter ohne Stimmrecht abzuordnen.

Jeder Delegierte sowie jedes Mitglied der Verwaltung (Vorstand) verfügt über eine Stimme.

Die Delegierten zusammen mit den Mitgliedern der Verwaltung (Vorstand) bilden die Delegiertenversammlung, welche in Verbandsangelegenheiten endgültig entscheidet, soweit das Gesetz nicht etwas anderes sagt.

Ihr stehen namentlich folgende Befugnisse zu:

1. Wahl der Verwaltung (Vorstand), des Verbandspräsidenten und der Revisionsstelle.
2. Aufnahme und Ausschluss von Mitgliedern.
3. Genehmigung des Jahresberichtes und der Jahresrechnung.
4. Entlastung der Verwaltung (Vorstand).
5. Genehmigung des Voranschlages.
6. Änderung der Statuten und Beschlussfassung über die Auflösung des Verbandes.
7. Beschlussfassung über die der Delegiertenversammlung durch das Gesetz oder die Statuten vorbehaltenen Geschäfte.
8. Ernennung von Ehrenmitgliedern ohne Pflichten und Rechte.

Die Delegiertenversammlung findet in der Regel einmal jährlich statt.

Ausserordentliche Versammlungen sind einzuberufen, wenn es die Verwaltung (Vorstand) als angezeigt erachtet oder wenn dies drei Mitgliedsverbände gemäss Art. 2a verlangen. Die Verwaltung (Vorstand) bestimmt den Ort der Versammlung.

### **Art. 8 Verwaltung (Vorstand)**

Die Verwaltung (Vorstand) besteht aus 13 bis 17 Mitgliedern, wobei jedes Rassengebiet angemessen vertreten sein soll. Die Mitglieder aus dem französischsprachigen Teil der Schweiz haben Anrecht auf mindestens zwei und die Mitglieder aus dem italienischsprachigen Teil der Schweiz auf mindestens einen Sitz in der Verwaltung (Vorstand). Mit Ausnahme der Wahl des Präsidenten konstituiert sie sich selbst. Die Amtsdauer beträgt vier Jahre. Die Mitglieder der Verwaltung (Vorstand) sind wählbar bis zum 65. Altersjahr.

Die Verwaltung (Vorstand) vertritt und leitet den Verband nach den gesetzlichen und statutarischen Bestimmungen und nach den Beschlüssen der Delegiertenversammlung. Ihm obliegen insbesondere:

1. Vorbereitung, Einberufung und Leitung der Delegiertenversammlung
2. Wahl des Vizepräsidenten
3. Wahl des Leitenden Ausschusses
4. Wahl der Mitglieder der Arbeitsgruppen und deren Präsidenten
5. Beratung der Verbandsrechnung und des Voranschlages sowie Antragstellung an die Delegiertenversammlung
6. Erlass von Vorschriften und Reglementen
7. Festsetzung der Entschädigung an die Verbandsfunktionäre
8. Finanzkompetenz gemäss Richtlinien des Schweizerischen Ziegenzuchtverbandes
9. Wahl von Vertretern in Partnerorganisationen und Kommissionen

### **Art. 9 Leitender Ausschuss**

Der Leitende Ausschuss besteht aus 5 bis 7 Mitgliedern. Dem Leitenden Ausschuss gehören der Präsident und der Vizepräsident sowie je mindestens ein Mitglied der Verwaltung (Vorstand) aus dem französisch- oder italienischsprachigen und dem deutschsprachigen Teil der Schweiz an. Die Amtsdauer beträgt 4 Jahre. Der Leitende Ausschuss führt die ihm von der Verwaltung (Vorstand) übertragenen Aufgaben aus. Ihm obliegen insbesondere:

1. Wahl und Überwachung der Tätigkeit der Geschäftsstelle
2. Überwachung der personellen Angelegenheiten bei der Geschäftsstelle
3. Dem Leitenden Ausschuss können weitere Aufgaben übertragen werden.

## **Art. 10 Geschäftsstelle**

Die Geschäftsstelle führt die ihr von der Verwaltung (Vorstand) und vom Leitenden Ausschuss übertragenen Aufgaben aus. Sie führt unter anderem das Herdebuch und wertet die Leistungsprüfungen aus. Die Geschäftsstelle ist für die Durchführung der Oberkontrollen bei den Leistungsprüfungen und für Abstammungskontrollen verantwortlich.

## **Art. 11 Arbeitsgruppen**

Die Arbeitsgruppen werden von der Verwaltung (Vorstand) nach Bedarf zur Erledigung besonderer Aufgaben bestellt. Die Amtsdauer der Mitglieder von Arbeitsgruppen beträgt vier Jahre.

## **Art. 12 Revisionsstelle**

Die Delegiertenversammlung wählt gemäss den gesetzlichen Bestimmungen der Art. 906 i.V.m Art. 727 ff OR jeweils für die Dauer von einem Jahr eine bei der schweizerischen Revisionsaufsichtsbehörde zugelassene Revisionsstelle. Diese ist wiederwählbar. Unabhängigkeit, Rechte und Pflichten der Revisionsstelle richten sich nach den Art. 906 OR i.V.m. Art. 727 ff OR.

## **Art. 13 Finanz- und Rechnungswesen**

Die notwendigen Geldmittel werden beschafft durch:

- a) Jahresbeiträge der Mitglieder
- b) Beiträge der öffentlichen Hand
- c) Beiträge der Züchter an die Leistungsprüfungen
- d) Einnahmen aus dem Verkauf von Material und Dienstleistungen
- e) Erträge des Verbandsvermögens
- f) evtl. Zuwendungen

Die Rechnung wird mit dem Kalenderjahr abgeschlossen.

## **Art. 14 Bestimmungen zu Herdebuch und Leistungsprüfungen**

Die Züchter der Mitgliederorganisationen können die Dienstleistungen der Geschäftsstelle beanspruchen.

Voraussetzungen sind die Bezahlung der Mitgliederbeiträge und die Einhaltung der Vorschriften und Reglemente des Verbandes.

Bei Nichtbezahlung der Mitgliederbeiträge ist auch die Teilnahme an Schauen und Märkten ausgeschlossen.

Für die Milchleistungsprüfung (MLP), die Aufzuchtleistungsprüfung (ALP) und die Zuchtwertschätzung (ZWS) sowie für allfällige neue Leistungsprüfungen, beteiligen sich die Züchter anteilmässig an den Kosten.

Dem Verband nicht angeschlossenen Ziegenhaltern werden für die entsprechenden Dienstleistungen kostendeckende Preise berechnet.

Jeder Ziegenzüchter des SZZV willigt ein, dass der SZZV auf seine Daten bei der Tierverskehrsdatenbank (Agate) Zugriff hat.

#### **Art. 15 Zeichnungsberechtigung**

Die Unterschrift für rechtsverbindliche Geschäfte des Verbandes führen der Präsident, der Vizepräsident oder der Geschäftsführer zu zweien kollektiv. Für die übrigen Geschäfte zeichnet der Geschäftsführer einzeln.

#### **Art. 16 Verbandsvermögen**

Für die Verpflichtungen des Verbandes haftet nur das Verbandsvermögen.

#### **Art. 17 Verschiedene Bestimmungen**

Alle Streitigkeiten zwischen Mitgliedern oder zwischen Mitgliedern und dem Verband werden durch ein Schiedsgericht von drei Mitgliedern entschieden. Die Parteien wählen je ein Mitglied. Das dritte wird durch das Bundesamt für Landwirtschaft ernannt. Dieses Schiedsgericht entscheidet endgültig.

#### **Art. 18 Mitteilungen**

Die Bekanntmachung des Verbandes an die Mitglieder erfolgt in Rundschreiben und im offiziellen Publikationsorgan. In diesen Blättern erfolgen auch die Bekanntmachungen nach aussen, soweit nicht eine Publikation im Schweizerischen Handelsamtsblatt gesetzlich vorgeschrieben ist.

#### **Art. 19 Wahlen und Abstimmungen**

Wahlen und Abstimmungen finden offen statt, sofern nicht geheimes Verfahren beschlossen wird. 10 Prozent der anwesenden Delegierten oder die Verwaltung (Vorstand) können ein geheimes Verfahren beantragen.

Wo das Gesetz oder die Statuten nicht zwingend etwas anderes bestimmen, entscheidet das absolute Mehr der gültigen Stimmen.

Bei Stimmengleichheit in Sachfragen entscheidet der Präsident, bei Wahlen das Los.

#### **Art. 20 Abänderung der Statuten und Auflösung des Verbandes**

Für die Auflösung des Verbandes und für die Abänderung der Statuten bedarf es der Zustimmung von zwei Dritteln der anwesenden Stimmberechtigten.

Die Liquidation erfolgt durch die letzte Verwaltung (Vorstand) oder eine gewählte Kommission gemäss OR.

Das verbleibende Vermögen wird nach Abrechnung sämtlicher Verbindlichkeiten ausschliesslich und unwiderruflich einer anderen steuerbefreiten juristischen Person mit ähnlicher Zwecksetzung und Sitz in der Schweiz übertragen.

**Art. 21 Schlussbestimmungen**

Die vorliegenden Statuten wurden anlässlich der Delegiertenversammlung des Schweizerischen Ziegenzuchtverbandes (SZZV) Genossenschaft per 30. April 2020 angenommen<sup>1</sup> und treten per sofort in Kraft.

Zollikoferi, 30. April 2020

Stefan Geissmann, Präsident

Ursula Herren, Geschäftsführerin

---

<sup>1</sup> Wegen der Corona-Pandemie musste die auf 14.03.2020 in Salez anberaumte Delegiertenversammlung des SZZV abgesagt werden. Gemäss Covid 19-Verordnung 2 wurden die Beschlüsse auf dem Korrespondenzweg gefasst.

## Sitzung der LAKA vom 23. April 2025

### Traktandum 10

#### **Basiskommunikation: Verlängerung der Ausdehnung auf die Nichtmitglieder für die Tierproduktions-Beiträge**

##### **Ausgangslage**

Mit Anhang 2 Buchstabe B der Verordnung vom 30. Oktober 2002 über die Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen (SR 919.117.72) ermächtigte der Bundesrat den Schweizer Bauernverband (SBV), die Beiträge der Tierproduktion für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft „Schweizer Bauern“ auch bei Nichtmitgliedern einzuziehen. Daraufhin etablierte der SBV – in Absprache mit den betroffenen Organisationen und dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) – den Einzug über die Abgabe der Ohrmarken durch die Identitas AG.

Damit die Verlängerung pünktlich auf den 1. Januar 2026 erfolgen kann, ist eine öffentliche Publikation des Gesuchs ab Juli/August 2025 sowie die anschliessende Ämterkonsultation erforderlich. Gemäss Abmachung mit dem BLW fällt die Landwirtschaftskammer des SBV an ihrer Sitzung vom 23. April 2025 – basierend auf den aktuellen Einverständniserklärungen der involvierten Organisationen – den für das BLW erforderlichen übergeordneten Entscheid. Dieser bildet die Grundlage für den Bundesratsbeschluss.

Die bei den Mitgliedern und den Nichtmitgliedern erhobenen Beiträge bleiben unverändert: 9 Rappen pro neugeborenes Rind, 2.5 Rappen pro neugeborenes Schwein, 2 Rappen pro neugeborenes Schaf und 1 Rappen pro neugeborene Ziege.

##### **Zielsetzung**

Sicherstellen, dass die Beiträge der Tierproduktion an die Basiskommunikation „Schweizer Bauern“ auch in den nächsten vier Jahren über die Identitas AG eingezogen werden können.

#### **Finanzielle Konsequenzen / Personeller Aufwand**

*keine*

##### **Antrag**

Die LAKA stimmt den folgenden Punkten zu und beantragt zur Annahme:

- Der SBV kann die Beiträge der Tierproduktion an die Basiskommunikation „Schweizer Bauern“ auch in den nächsten vier Jahren (1.1.2026 bis 31. 12.2029) bei den Mitgliedern erheben. Die Höhe der Beiträge bleibt unverändert. Der Einzug erfolgt über die Abgabe der Ohrmarken durch die Identitas AG.
- Der SBV stellt dem Bundesrat das Begehren die Ausdehnung dieser Beiträge auf die Nichtmitglieder für vier Jahre (1.1.2026 bis 31. 12.2029) zu verlängern.

☒ Beschluss

## Auszug Protokoll

### der Sitzung der Landwirtschaftskammer des SBV vom 23. April 2025 Sorell Hotel Ador, Laupenstrasse 15, Bern

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Vorsitz</b>           | Ritter Markus                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Vizepräsidium</b>     | Challandes Anne, Huber-Troxler Alois, Humbert-Droz Damien                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Vorstand</b>          | Abt Hugo, Baehler Claude, Bärtschi Jürg, Bernhard Andreas, Beuret Boris, Boillat Vincent, Brodbeck Marc, Brügger Adrian, Gustin Ursin, Haab Martin, Iseli Jürg, Kretz Markus (vertreten von Koller Marie-Louise), Lütolf Jakob, Roffler Thomas (vertreten von Michael Sandro), Seiler Peter, Waldvogel Fritz, Zürcher-Egloff Jeanette                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>LAKA</b>              | Abächerli Peter (vertreten von Amstutz Sepp), Aeberhard Christian (vertreten von Leuba Guyliane), Aebischer Hans, Arnold Adrian, Bach Ueli, Basler Colette, Brändli Urs, Brunner Beat, Bucher Ralf, Buri Andreas (vertreten von Hübscher Martin), Carnal Olivier, Chassot Murielle, Dreier Robert (vertreten von Kupper Edgar), Egli Hanspeter, Fatzer Jürg, Felder Raphael, Filliger Markus, Flury Martin, Fuchs Albin, Gafner Andreas (vertreten von Brügger Bernhard), Gerber Beat, Gerber Markus, Gerber Mathias, Gisler Jost, Glur Christian, Grass Walter (vertreten von Stricker Fadri), Gruet Vincent, Grunder Fred, Grüter Thomas, Hagenbuch Christoph, Hagenbuch Franz, Hagenbuch Stephan, Hirt-Sturny Mireille, Hodel Ferdi, Jungen Hansueli, Kohler Hans, Kuhn Ueli, Linder Maryline, Longchamp Christophe, Lüscher Markus, Lüthi-Kohler Barbara, Ménétrey Frédéric, Mock Walter, Müller Stefan, Noirjean Hélène, Nüesch Peter (vertreten von Louis Fredi), Pasche Sébastien, Pidoux Martin, Rosselet Stéphane, Rüegg-Berni Martin, Rüttimann Elisabeth, Salzmann Werner, Schenk Fabian, Schlegel Sabrina, Schnider Hella (vertreten von Haas-Wigger Brigitte), Schürch-Wyss Gabi, Stucki Rudolf, Sutter Michael, Thomann Ruedi, von Wattenwyl David, Waber Leana, Wandfluh Ernst, Werder Urs (vertreten von Neff Sepp) |
| <b>Entschuldigt GL</b>   | Helfenstein Sandra                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Entschuldigt LAKA</b> | Bachmann-Büchler Eveline, Bidaux Patricia, Dettling Marcel, Felley Pierre-Yves, Fuchs Bernhard, Geiser Pierre-André, Genini Sem, Giroud Willy, Graf Christoph, Grunder Maja, Hess Jürg, Kempf Thomas, Kofler Muriel (Vertretung von Rüesch Mathias), Lindenberger Katrin, Pape Nicolas, Peter Marc, Rickenbacher Thomas, Schafer Denise, Uhlmann Martin                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>SBV</b>               | Rufer Martin, Egger Francis, Darbellay Michel, Kopp Peter, Blättler Daniel, Oberholzer Ursula, Brugger David, Ramp Marion, Rösli Beat, Schenk-Wyss Michelle                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Gäste</b>             | Diverse Mitglieder der KOL und Ehrengäste                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

Beginn der Sitzung: 23. April 2025, 09.45 Uhr

Ende der Sitzung: 23. April 2025, 12.30 Uhr

## Traktandum 6

### Verlängerung Allgemeinverbindlichkeit Beitrag Basiskommunikation der Viehwirtschaft

#### Ausgangslage

#### Antrag

Mit Anhang 2 Buchstabe B der Verordnung vom 30. Oktober 2002 über die Selbsthilfemassnahmen von Branchen- und Produzentenorganisationen, ermächtigte der Bundesrat den SBV, die Beiträge der Tierproduktion für die Basiskommunikation der Schweizer Landwirtschaft „Schweizer Bauern“ auch bei Nichtmitgliedern einzuziehen. Daraufhin etablierte der SBV – in Absprache mit den betroffenen Organisationen und dem BLW – den Einzug über die Abgabe der Ohrmarken durch die Identitas AG. Damit die Verlängerung pünktlich auf den 1. Januar 2026 erfolgen kann, ist eine öffentliche Publikation des Gesuchs ab Juli/August 2025 sowie die anschliessende Ämterkonsultation erforderlich. Gemäss Abmachung mit dem BLW fällt die Landwirtschaftskammer des SBV an ihrer Sitzung vom 23. April 2025 – basierend auf den aktuellen Einverständniserklärungen der involvierten Organisationen – den für das BLW erforderlichen übergeordneten Entscheid. Dieser bildet die Grundlage für den Bundesratsbeschluss. Die Beiträge bleiben unverändert. Die Verlängerung erfolgt auf den 1. Januar 2026.

#### Beschluss

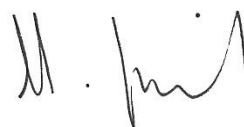
**Die LAKA stimmt mit 74 zu 0 Stimmen zu, dass der SBV die Beiträge der Tierproduktion an die Basiskommunikation „Schweizer Bauern“ auch in den nächsten vier Jahren (1.1.2026 bis 31. 12.2029) bei den Mitgliedern erheben kann. Die Höhe der Beiträge bleibt unverändert. Der Einzug erfolgt über die Abgabe der Ohrmarken durch die Identitas AG.**

**Zudem genehmigt sie, ebenfalls mit 74 zu 0 Stimmen, dass der SBV dem Bundesrat das Begehren stellt, die Ausdehnung dieser Beiträge auf die Nichtmitglieder für vier Jahre (1.1.2026 bis 31. 12.2029) zu verlängern.**

Brugg, 5. Mai 2025



Markus Ritter  
Vorsitzender



Annette Baeriswyl  
Protokollführerin



Post CH AG

**P.P.** 3014 Bern / Stauffacherstrasse 130A



Kundennummer:  
Belegnummer:  
Belegdatum:  
Abrechnungsdatum:  
Seite:

01.05.24  
28.04.24  
1 von 3

## Rechnung

Sehr geehrte Kundin, sehr geehrter Kunde

Sie erhalten die definitive Abrechnung basierend auf Ihrem Saldo per oben genanntem Belegdatum. Die Abrechnung kann öffentlich-rechtliche Beiträge und öffentlich-rechtliche Gebühren sowie privatwirtschaftliche Leistungen enthalten.

Der Saldo setzt sich zusammen aus Beiträgen gemäss Verordnung über die Ausrichtung von Beiträgen an die Kosten der Entsorgung von tierischen Nebenprodukten (SR 916.407), Gebühren gemäss Verordnung über die Gebühren für den Tierverkehr (SR 916.404.2) und die Verordnung über die Identitas AG und die Tierverkehrsdatenbank (SR 916.404.1).

Sind Sie mit der Abrechnung nicht einverstanden, können Sie gemäss den Verordnungen innert 30 Tagen beim BLW eine Verfügung verlangen.

Weitere Informationen erhalten Sie beim Agate Helpdesk, [info@agatehelpdesk.ch](mailto:info@agatehelpdesk.ch), oder telefonisch unter 0848 222 400.

Freundliche Grüsse  
Ihr Tierverkehrsdatenbank-Team

Wichtig: Bitte verwenden Sie die Angaben gemäss untenstehendem QR-Einzahlungsschein.

© Identitas AG, Stauffacherstrasse 130A, CH-3014 Bern | Tel. 0848 222 400 | CHE-105.031.830 MWST  
[info@agatehelpdesk.ch](mailto:info@agatehelpdesk.ch) | [www.agate.ch](http://www.agate.ch) | [www.identitas.ch](http://www.identitas.ch) | Bank EEK Bern, CH35 0839 4016 2101 2360 9

### Empfangsschein

Konto / Zahlbar an  
CH75 3012 7016 2101 2360 9  
Identitas AG  
Stauffacherstrasse 130A  
3014 Bern

Referenz  
80 10610 00  0 000  0

Zahlbar durch



### Zahlteil



### Konto / Zahlbar an

CH75 3012 7016 2101 2360 9  
Identitas AG  
Stauffacherstrasse 130A  
3014 Bern

Referenz  
80 10610 00  0 000  0

Zahlbar durch



Währung  
CHF

Betrag  
67.00

Währung  
CHF

Betrag  
67.00

Annahmestelle



Kundennummer:   
 Belegnummer:  
 Belegdatum: 01.05.24  
 Abrechnungsdatum: 28.04.24  
 Seite: 2 von 3

## Rechnung

| Pos | Bezeichnung | Valutadatum | Lieferschein / Tier ID | Menge | Einzelpreis | Betrag | S | Art |
|-----|-------------|-------------|------------------------|-------|-------------|--------|---|-----|
|-----|-------------|-------------|------------------------|-------|-------------|--------|---|-----|

**TVD-Nr.:**

### Belastungen

|    |                                       |          |  |     |       |        |    |   |
|----|---------------------------------------|----------|--|-----|-------|--------|----|---|
| 1  | Rinderohrmarke links, Ersatz          | 15.07.23 |  | 1   | 2.80  | 2.80   | 35 |   |
| 2  | Rinderohrmarke rechts, Ersatz         | 15.07.23 |  | 1   | 2.80  | 2.80   | 35 |   |
| 3  | Versandkosten Brief                   | 15.07.23 |  | 1   | 2.60  | 2.60   | 35 |   |
| 4  | Basiskomm. Beitrag SBV 9 Rp. p. Rind  | 09.11.23 |  | 50  | 0.09  | 4.50   | 20 | P |
| 5  | Betriebsindiv. Text pro Rinder-OM     | 09.11.23 |  | 50  | 0.80  | 40.00  | 20 | P |
| 6  | Rinder-Doppelohrmarke, Neumarkierung  | 09.11.23 |  | 50  | 5.40  | 270.00 | 35 |   |
| 7  | Versandkosten                         | 09.11.23 |  | 1   | 8.50  | 8.50   | 35 |   |
| 8  | Basiskomm. Beitrag SBV 2.5 Rp Schwein | 02.01.24 |  | 500 | 0.03  | 12.50  | 20 | P |
| 9  | IP-Suisse Label Aufpreis              | 02.01.24 |  | 500 | 0.60  | 300.00 | 20 | P |
| 10 | IP-Suisse Schweineohrmarken           | 02.01.24 |  | 500 | 0.35  | 175.00 | 35 |   |
| 11 | Label Aufpreis TVD (IPS)              | 02.01.24 |  | 500 | 0.16  | 80.00  | 20 | P |
| 12 | Versandkosten                         | 02.01.24 |  | 1   | 10.00 | 10.00  | 35 |   |
| 13 | Rinderohrmarke links, Ersatz          | 08.04.24 |  | 1   | 2.80  | 2.80   | 35 |   |
| 14 | Rinderohrmarke links, Ersatz          | 08.04.24 |  | 1   | 2.80  | 2.80   | 35 |   |
| 15 | Versandkosten Brief                   | 08.04.24 |  | 1   | 2.70  | 2.70   | 35 |   |

### Total Belastungen

**917.00 CHF**

### Gutschriften

|    |                     |          |  |   |        |        |    |  |
|----|---------------------|----------|--|---|--------|--------|----|--|
| 16 | Beitrag Geburt Rind | 21.05.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 17 | Beitrag Geburt Rind | 27.05.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 18 | Beitrag Geburt Rind | 15.06.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 19 | Beitrag Geburt Rind | 26.06.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 20 | Beitrag Geburt Rind | 26.06.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 21 | Beitrag Geburt Rind | 29.06.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 22 | Beitrag Geburt Rind | 11.07.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 23 | Beitrag Geburt Rind | 19.07.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 24 | Beitrag Geburt Rind | 20.07.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 25 | Beitrag Geburt Rind | 23.07.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 26 | Beitrag Geburt Rind | 01.08.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 27 | Beitrag Geburt Rind | 01.08.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 28 | Beitrag Geburt Rind | 24.08.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 29 | Beitrag Geburt Rind | 24.08.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 30 | Beitrag Geburt Rind | 31.08.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 31 | Beitrag Geburt Rind | 16.10.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 32 | Beitrag Geburt Rind | 25.10.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 33 | Beitrag Geburt Rind | 30.10.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 34 | Beitrag Geburt Rind | 11.11.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 35 | Beitrag Geburt Rind | 20.11.23 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 36 | Beitrag Geburt Rind | 12.01.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 37 | Beitrag Geburt Rind | 08.02.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 38 | Beitrag Geburt Rind | 08.02.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 39 | Beitrag Geburt Rind | 17.02.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 40 | Beitrag Geburt Rind | 24.02.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 41 | Beitrag Geburt Rind | 27.02.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 42 | Beitrag Geburt Rind | 01.03.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 43 | Beitrag Geburt Rind | 17.03.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 44 | Beitrag Geburt Rind | 17.03.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 45 | Beitrag Geburt Rind | 30.03.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 46 | Beitrag Geburt Rind | 03.04.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 47 | Beitrag Geburt Rind | 04.04.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 48 | Beitrag Geburt Rind | 16.04.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |
| 49 | Beitrag Geburt Rind | 16.04.24 |  | 1 | -25.00 | -25.00 | 96 |  |

### Total Gutschriften

**-850.00 CHF**



Kundennummer:   
 Belegnummer:  
 Belegdatum: 01.05.24  
 Abrechnungsdatum: 28.04.24  
 Seite: 3 von 3

## Rechnung

| Pos | Bezeichnung | Valutadatum | Lieferschein / Tier ID | Menge | Einzelpreis | Betrag | S | Art |
|-----|-------------|-------------|------------------------|-------|-------------|--------|---|-----|
|-----|-------------|-------------|------------------------|-------|-------------|--------|---|-----|

### Zusammenfassung

|                    |  |  |  |  |  |         |     |
|--------------------|--|--|--|--|--|---------|-----|
| Total Belastungen  |  |  |  |  |  | 917.00  | CHF |
| Total Gutschriften |  |  |  |  |  | -850.00 | CHF |

|                                                              |  |  |  |  |  |              |            |
|--------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--------------|------------|
| <b>Total (+ = zu unseren Gunsten / - = zu Ihren Gunsten)</b> |  |  |  |  |  | <b>67.00</b> | <b>CHF</b> |
|--------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|--------------|------------|

|                                                  |           |     |             |       |     |
|--------------------------------------------------|-----------|-----|-------------|-------|-----|
| MWST 8.1% Brutto                                 | (Code 20) | von | 392.50 CHF  | 29.41 | CHF |
| MWST 7.7% Brutto                                 | (Code 20) | von | 44.50 CHF   | 3.18  | CHF |
| Nicht MWST-pflichtig (Art.18 Abs.2 Bst.l. MWSTG) | (Code 35) | von | 480.00 CHF  | 0.00  | CHF |
| Nicht MWST-pflichtig (Art.18 Abs.2 Bst.a. MWSTG) | (Code 96) | von | -850.00 CHF | 0.00  | CHF |

### Anmerkung:

Belastungen der Art «P» sind privatwirtschaftliche Leistungen der Identitas AG. Falls Sie keine Verrechnung dieser Leistungen mit öffentlich-rechtlichen Positionen wünschen, können Sie innert 10 Tagen beim Agate Helpdesk schriftlich eine separate Rechnung verlangen. Für die zusätzliche Rechnungsstellung wird eine Kostenbeteiligung auf der separaten Rechnung erhoben.

Nicht-Mitglieder einer Tierhalterorganisation sind gemäss Art. 1 Abs. 4 VBPO nicht den Selbsthilfemassnahmen unterworfen, sofern ihre Erzeugnisse direkt an den Endverbraucher verkauft werden. Wir weisen Sie zudem auf Art. 12 VBPO hin

### Information zur MWST:

Die Entsorgungsbeiträge und Beiträge Geburt gehören nicht zum Entgelt und unterliegen somit nicht der MWST (Art. 18 Abs. 2 Bst. a. MWSTG). Dies führt bei der Empfängerin bzw. beim Empfänger dieser Beiträge zu einer verhältnismässigen Vorsteuerkürzung (Art. 33 Abs. 2 MWSTG).

**Zahlbar innert 30 Tagen netto.**

**Präsenzliste LAKA vom 23.04.2025**

| Anwesend | Name             | Vorname      | Zusatz                                 | Plz  | Ort                  | Stammsektion                                      |
|----------|------------------|--------------|----------------------------------------|------|----------------------|---------------------------------------------------|
| x        | Abächerli        | Peter        | Präsident BV Obwalden                  | 6074 | Giswil               | Bauernverband Obwalden                            |
| x        | Abt              | Hugo         |                                        | 8919 | Rottenschwil         | ASR (swissherdbook, Braunvieh, Holstein)          |
| x        | Aeberhard        | Christian    | Prométerre                             | 1001 | Lausanne             | Prométerre                                        |
| x        | Aebischer        | Hans         |                                        | 3178 | Bösingen             | ASR (swissherdbook, Braunvieh, Holstein)          |
| x        | Arnold           | Adrian       |                                        | 6460 | Altdorf UR           | ASR (swissherdbook, Braunvieh, Holstein)          |
| x        | Bach             | Ueli         | Präsident Swissgenetics                | 3781 | Turbach              | swissgenetics                                     |
|          | Bachmann-Büchler | Eveline      |                                        | 8500 | Frauenfeld           | Verband Thurgauer Landwirtschaft                  |
| x        | Baehler          | Claude       | Président Prométerre                   | 1832 | Chamby               | Prométerre                                        |
| x        | Bärtschi         | Jürg         |                                        | 3421 | Rüti b. Lyssach      | Schweizer Geflügelproduzenten                     |
| x        | Basler           | Colette      |                                        | 5079 | Zeihen               | Bauernverband Aargau                              |
| x        | Bernhard-Gygax   | Andreas      | Präsident Suisseporcs                  | 6204 | Sempach              | Suisseporcs                                       |
| x        | Beuret           | Boris        | Präsident Schweizer Milchproduzenten   | 2826 | Corban               | Schweizer Milchproduzenten                        |
|          | Bidaux           | Patricia     | Présidente AgriGenève                  | 1242 | Satigny              | AgriGenève                                        |
| x        | Boillat          | Vincent      |                                        | 2852 | Courtételle          | Chambre jurasienne d'agriculture                  |
| x        | Brändli          | Urs          | Präsident Bio Suisse                   | 8638 | Goldingen            | BIO Suisse                                        |
| x        | Brodbeck         | Marc         | Präsident Bauernverband beider Basel   | 4463 | Buus                 | Bauernverband beider Basel                        |
| x        | Brügger          | Adrian       | Präsident AGRI Fribourg                | 3186 | Düdingen             | AGRI Fribourg                                     |
| x        | Brunner          | Beat         | Präsident Bauernverband Appenzell AR   | 9105 | Schönengrund         | Bauernverband Appenzell Ausserrhoden              |
| x        | Bucher           | Ralf         | Geschäftsführer BVA                    | 5630 | Muri AG              | Bauernverband Aargau                              |
| x        | Buri             | Andreas      |                                        | 8475 | Ossingen             | Zürcher Bauernverband                             |
| x        | Carnal           | Olivier      |                                        | 2740 | Moutier              | Berner Bauern Verband                             |
| x        | Challandes       | Anne         | Präsidentin SBLV                       | 2052 | Fontainemelon        | Schweiz. Bäuerinnen- und Landfrauenverband (SBLV) |
| x        | Chassot          | Murielle     | Vice-Présidente AGRI Fribourg          | 1635 | La Tour-de-Trême     | AGRI Fribourg                                     |
|          | Dettling         | Marcel       | Präsident SKMV                         | 8843 | Oberiberg            | Schweiz. Kälbermäster Verband                     |
| x        | Dreier           | Robert       | Präsident Solothurner Bauernverband    | 4115 | Mariastein           | Solothurner Bauernverband                         |
| x        | Egli             | Hanspeter    |                                        | 8840 | Trachslau            | Schweizer Milchproduzenten                        |
| x        | Fatzer           | Jürg         | Geschäftsführer VTL                    | 8570 | Weinfelden           | Verband Thurgauer Landwirtschaft                  |
| x        | Felder           | Raphael      | Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband | 6210 | Sursee               | Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband            |
|          | Felley           | Pierre-Yves  | Chambre valaisanne d'agriculture       | 1964 | Conthey              | Chambre valaisanne d'agriculture                  |
| x        | Filliger         | Markus       |                                        | 6372 | Ennetmoos            | Bauernverband Nidwalden                           |
| x        | Flury            | Martin       | Präsident SVZ FSB                      | 4543 | Deitingen SO         | Schweiz. Verband der Zuckerrübenpflanzer          |
| x        | Fuchs            | Albin        | Präsident Bauernvereinigung Kt. Schwyz | 8844 | Euthal               | Bauernvereinigung des Kantons Schwyz              |
|          | Fuchs            | Bernhard     |                                        | 3855 | Brienz BE            | Berner Bauern Verband                             |
| x        | Gafner           | Andreas      |                                        | 3765 | Oberwil im Simmental | Berner Bauern Verband                             |
|          | Geiser           | Pierre-André | VR-Präsident fenaco                    | 2710 | Tavannes             | fenaco Bern                                       |
|          | Genini           | Sem          | c/o Unione Contadini Ticinesi          | 6705 | Cresciano            | Unione contadini ticinesi, segretariato           |
| x        | Gerber           | Beat         |                                        | 3552 | Bärau                | Berner Bauern Verband                             |

|   |               |            |                                               |                          |                                          |
|---|---------------|------------|-----------------------------------------------|--------------------------|------------------------------------------|
| x | Gerber        | Markus     | Präsident ASR                                 | 2713 Bellelay            | ASR (swissherdbook, Braunvieh, Holstein) |
| x | Gerber        | Mathias    | Präsident Mutterkuh Schweiz                   | 2723 Mont-Tramelan       | Mutterkuh Schweiz                        |
|   | Giroud        | Willy      | Président Chambre Valaisanne d'Agriculture    | 1947 Verségères          | Chambre valaisanne d'agriculture         |
| x | Gisler        | Jost       |                                               | 6472 Erstfeld            | Bauernverband Uri                        |
| x | Glur          | Christian  | Nationalrat                                   | 4856 Glashütten          | Swiss Beef CH                            |
|   | Graf          | Christoph  | Präsident Schaffhauser Bauernverband          | 8262 Ramsen              | Schaffhauser Bauernverband               |
| x | Grass         | Walter     |                                               | 7427 Urmein              | Bündner Bauernverband                    |
| x | Gruet         | Vincent    |                                               | 1432 Gressy              | Prométerre                               |
| x | Grunder       | Fred       |                                               | 3123 Belp                | Berner Bauern Verband                    |
|   | Grunder       | Maja       | Präsidentin Verband Thurgauer Landwirtschaft  | 8526 Oberneunforn        | Verband Thurgauer Landwirtschaft         |
| x | Grüter        | Thomas     |                                               | 4915 St. Urban           | Schweizer Milchproduzenten               |
| x | Gustin        | Ursin      | Vizepräsident JULA                            | 7433 Donat               | Junglandwirte                            |
| x | Haab          | Martin     | Präsident Zürcher Bauernverband               | 8932 Mettmenstetten      | Zürcher Bauernverband                    |
| x | Hagenbuch     | Christoph  | Präsident Bauernverband Aargau                | 8917 Oberlunkhofen       | Bauernverband Aargau                     |
| x | Hagenbuch     | Franz      | Präsident Swissbeef                           | 8919 Rottenschwil        | Swiss Beef CH                            |
| x | Hagenbuch     | Stephan    | Direktor Schweizer Milchproduzenten           | 3006 Bern                | Schweizer Milchproduzenten               |
|   | Hess          | Jürg       | Präsident Schweizer Obstverband               | 9325 Roggwil TG          | Schweizer Obstverband                    |
| x | Hirt-Sturny   | Mireille   |                                               | 1717 St. Ursen           | Schweizer Milchproduzenten               |
| x | Hodel         | Ferdi      | Geschäftsführer Zürcher Bauernverband         | 8600 Dübendorf           | Zürcher Bauernverband                    |
| x | Huber-Troxler | Alois      | Schlossgut                                    | 5103 Wildegg             | Bauernverband Aargau                     |
| x | Humbert-Droz  | Damien     |                                               | 2035 Corcelles NE        | SGPV/FSPC                                |
| x | Iseli         | Jürg       | Präsident Berner Bauern Verband               | 3645 Zwieselberg         | Berner Bauern Verband                    |
| x | Jungen        | Hansueli   |                                               | 3752 Wimmis              | Schweizer Milchproduzenten               |
|   | Kempf         | Thomas     | Suisseporcs                                   | 6204 Sempach             | Suisseporcs                              |
|   | Kofler        | Muriel     | Geschäftsführerin ad interim                  | 9053 Teufen AR           | St. Galler Bauernverband                 |
| x | Kohler        | Hans       |                                               | 3860 Schattenhalb        | Schweiz. Alpwirtschaftlicher Verband SAV |
| x | Kretz         | Markus     | Präsident Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverb | 6288 Schongau            | Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband   |
| x | Kuhn          | Ueli       |                                               | 8307 Bisikon             | Zürcher Bauernverband                    |
|   | Lindenberger  | Katrin     |                                               | 4233 Meltingen           | Solothurner Bauernverband                |
| x | Linder        | Maryline   |                                               | 1304 Senarclens          | AGORA                                    |
| x | Longchamp     | Christophe | Président AGORA                               | 1148 Chavannes-le-Veyron | Prométerre                               |
| x | Lüscher       | Markus     |                                               | 3314 Schalunen           | Berner Bauern Verband                    |
| x | Lüthi-Kohler  | Barbara    |                                               | 3400 Burgdorf            | Berner Bauern Verband                    |
| x | Lütolf        | Jakob      | Präsident Zentralschweizer Bauernbund         | 6242 Wauwil              | Zentralschweizer Bauernbund              |
| x | Ménétreay     | Frédéric   | AGRI Fribourg                                 | 1763 Granges-Paccot      | Union des paysans fribourgeois           |
| x | Mock          | Walter     | Präsident Bauernverband AI                    | 9108 Gontenbad           | Bauernverband Appenzell AI               |
| x | Müller        | Stefan     | Geschäftsführer Suisseporcs                   | 6204 Sempach             | Suisseporcs                              |
| x | Noirjean      | Hélène     | Directrice Fédération suisse des vignerons    | 3007 Bern                | Fédération suisse des vignerons          |
| x | Nüesch        | Peter      | Präsident St. Galler Bauernverband            | 9443 Widnau              | St. Galler Bauernverband                 |
|   | Pape          | Nicolas    | Président AgriJura                            | 2807 Pleigne             | Chambre jurasienne d'agriculture         |

|   |                |           |                                 |                    |                                                    |
|---|----------------|-----------|---------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------|
| x | Pasche         | Sébastien |                                 | 1410 Thierrens     | Prométerre                                         |
|   | Peter          | Marc      |                                 | 8542 Wiesendangen  | Zürcher Bauernverband                              |
| x | Pidoux         | Martin    | Directeur Prométerre            | 1001 Lausanne      | Prométerre                                         |
|   | Rickenbacher   | Thomas    | Präsident Zuger Bauernverband   | 6330 Cham          | Zuger Bauernverband                                |
| x | Ritter         | Markus    | Präsident SBV                   | 9450 Altstätten    | St. Galler Bauernverband                           |
| x | Roffler        | Thomas    | Präsident Bündner Bauernverband | 7214 Grüşch        | Bündner Bauernverband                              |
| x | Rosselet       | Stéphane  | Président CNAV                  | 2406 Le Brouillet  | Chambre neuchâteloise d'agriculture et de viticult |
| x | Rüegg-Berni    | Martin    |                                 | 8735 Rüeterswil    | GalloSuisse                                        |
| x | Rüttimann      | Elisabeth |                                 | 6276 Hohenrain     | Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband             |
| x | Salzmann       | Werner    | Präsident Landtechnik Schweiz   | 3317 Mülchi        | Landtechnik Schweiz                                |
|   | Schafer        | Denise    |                                 | 3184 Wünnewil      | Union des paysans fribourgeois                     |
| x | Schenk         | Fabian    |                                 | 3376 Graben        | Berner Bauern Verband                              |
| x | Schlegel       | Sabrina   |                                 | 3476 Oschwand      | Schweizer Milchproduzenten                         |
| x | Schnider       | Hella     |                                 | 6173 Flühli LU     | Luzerner Bäuerinnen- und Bauernverband             |
| x | Schürch-Wyss   | Gabi      |                                 | 3422 Kirchberg BE  | Schweiz. Bäuerinnen- und Landfrauenverband (SBLV)  |
| x | Seiler         | Peter     |                                 | 6060 Sarnen        | SAB                                                |
| x | Stucki         | Rudolf    |                                 | 3537 Eggwil        | Schweizer Geflügelproduzenten                      |
| x | Sutter         | Michael   |                                 | 4207 Bretzwil      | IP-Suisse                                          |
| x | Thomann        | Ruedi     |                                 | 7317 Valens        | St. Galler Bauernverband                           |
|   | Uhlmann        | Martin    |                                 | 3267 Seedorf BE    | Vereinigung Schweiz. Kartoffelproduzenten          |
| x | von Wattenwyl  | David     |                                 | 3672 Oberdiessbach | SGPV/FSPC                                          |
| x | Waber          | Leana     | Vizepräsidentin JULA            | 3629 Kiesen        | Berner Bauern Verband                              |
| x | Waldvogel      | Fritz     | Präsident Glarner Bauernverband | 8755 Ennenda       | Glarner Bauernverband                              |
| x | Wandfluh       | Ernst     | Nationalrat                     | 3716 Kandergrund   | SAV                                                |
| x | Werder         | Urs       |                                 | 9608 Ganterschwil  | Schweizer Milchproduzenten                         |
| x | Zürcher-Egloff | Jeanette  | Vizepräsidentin SBLV            | 6313 Edlibach      | Schweiz. Bäuerinnen- und Landfrauenverband (SBLV)  |