

GESCHÄFTSBERICHT VON PROVIANDE 2015



PROVIANDE

INHALT

Einleitung

Johannes Heinzelmann, VR-Präsident, und Heinrich Bucher, Direktor	1
--	---

Proviande Genossenschaft

Organisation	2
--------------	---

Das Jahr 2015 im Überblick

Der Fleischmarkt	6
Das Wichtigste in Kürze	6
Aus den Gremien	7
Direktionsstab	9
Unternehmenskommunikation	9
Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte	10
Geschäftsbereich Marketing & Kommunikation	12
Geschäftsbereich Dienstleistungen	14
Geschäftsbereich Interne Dienste	16

Finanzen

Erfolgsrechnung	17
Bilanz	18
Gewinnverwendung	18
Kommentar zur Jahresrechnung 2015	19

Anhang

Schweizer Fleisch bietet entscheidende Mehrwerte	20
--	----

Impressum

Proviande Genossenschaft | Brunnhofweg 37 | Postfach | CH-3001 Bern | Tel. +41 (0)31 309 41 11 | Fax +41 (0)31 309 41 99
info@proviande.ch | www.proviande.ch | www.schweizerfleisch.ch | www.swiss-meat.com

Gestaltung: Polyconsult AG, Bern

Druck: Vögeli AG, Langnau i. E.

NUTZEN UND WIRKUNG SIND ZENTRAL



Proviande erfüllt als effiziente und kompetente Branchenpartnerin anspruchsvolle Aufgaben von nationalem Interesse. Die Mitarbeitenden setzen alles daran, den Mitgliedern einen bestmöglichen Nutzen zu erbringen. Dieser liegt einerseits in der Qualität der Leistungen begründet, andererseits aber auch in der gelebten Neutralität und Unabhängigkeit von Proviande, welche insbesondere bei der Qualitätseinstufung auf den öffentlichen Schlachtviehmärkten und in den Schlachtbetrieben von zentraler Bedeutung sind.

Letztlich sind aber die Konsumentinnen und Konsumenten das wichtigste Glied in der Wertschöpfungskette. Ohne Fleischgenuss kein Fleischabsatz! Angesichts der zunehmenden Vorbehalte bezüglich des Fleischkonsums, wie er unter anderem von der Eidgenössischen Ernährungskommission propagiert wurde, ist eine umfassende Aufklärungsarbeit von Proviande unerlässlich.

Die damit erzielte Wirkung zeigt sich in der überwiegend positiven Einstellung zum Fleischkonsum und im grossen Vertrauen der Bevölkerung in Schweizer Fleisch.

Vertrauen zu schaffen und zu halten, ist eine der anspruchsvollsten Aufgaben der Wertschöpfungskette Fleisch. Letztlich ist dies aber der einzige Weg, der zu Nutzen, Wirkung und Erfolg führt.

Johannes Heinzelmann,
Präsident des Verwaltungsrats

Heinrich Bucher,
Direktor



PROVIANDE GENOSSENSCHAFT

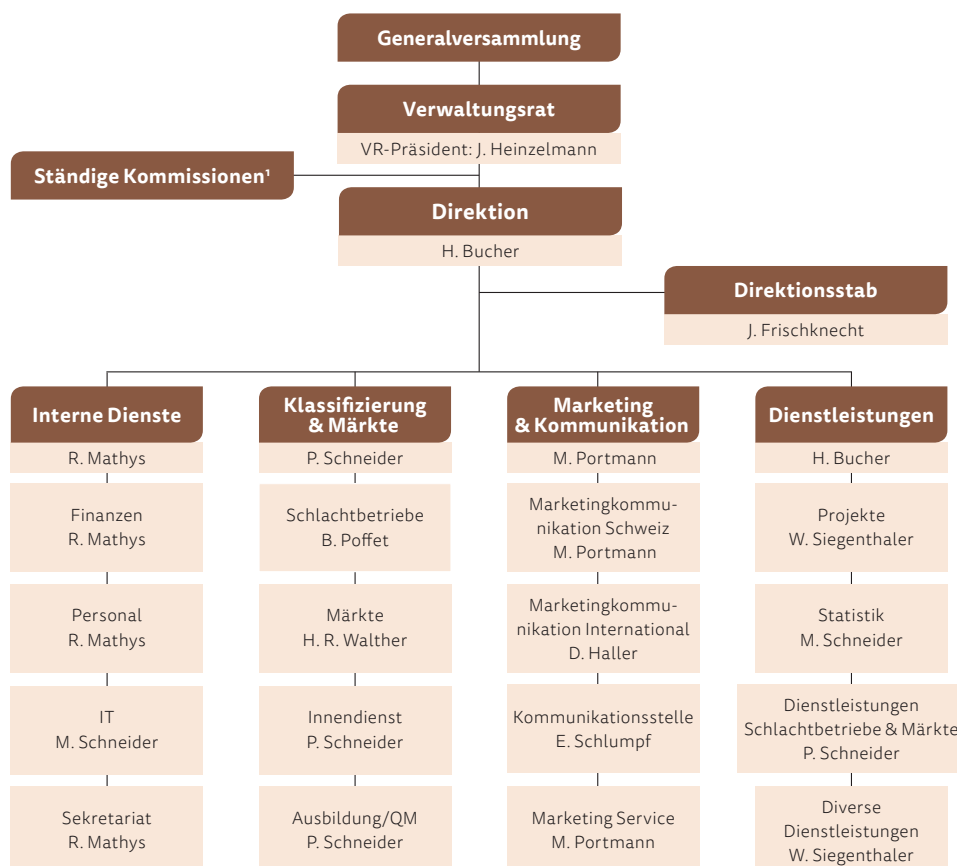
Proviande erfüllt als Genossenschaft mit Sitz in Bern einen Leistungsauftrag des Bundes für Vollzugsaufgaben wie das Klassifizieren von Tieren und Schlachtkörpern sowie die Marktüberwachung, übernimmt Projekte im Dienst der Branche, fördert den Absatz von Schweizer Fleisch und setzt sich für optimale Rahmenbedingungen zugunsten einer gut funktionierenden Fleischwirtschaft ein.



Weitere Informationen:
www.proviande.ch/genossenschaft

ORGANISATION

Organigramm



¹Kommission Marketingkommunikation
Kommission Exportmarketing
Kommission Märkte und Handelsusancen
Personalkommission

Genossenschafter

Mitglieder von Proviande sind die bedeutendsten nationalen Organisationen und Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette Fleisch: Produzenten, Vermittler und Verwerter von Schlachttieren, Fleisch und Schlachtnebenprodukten, Detailhändler, Importeure und Exporteure.

Organisationen der Produzenten

Anicom AG, Bern
Fromarte, Bern
Interessengemeinschaft öffentliche Märkte, Brugg
Schweizer Bauernverband, Brugg
Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
Schweizer Milchproduzenten SMP, Bern
Schweizer Rindviehproduzenten SRP, Brugg
Schweizerischer Schafzuchtverband, Niederönz
Suisseporcs, Sempach
Swiss Beef CH, Brugg

Organisationen der Verwerter und der Vermittler

Bell Schweiz AG, Basel
Centravo AG, Lyss
Coop, Basel
GVFI International AG, Basel
Micarna SA, Courtepin
Migros-Genossenschafts-Bund, Zürich
Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
Schweizerische Schweinehandelsvereinigung, Stetten
Schweizerischer Viehhändler-Verband, Chur
VB Food International AG, Brüttisellen
Verband Schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, Oensingen



Verwaltungsrat

Präsident

Heinzelmann Johannes, Geroldswil

Mitglieder

Produzentenorganisationen

Herzog Kurt, Gundetswil

Nicod Bernard, Granges-près-Marnand

Oberle Jörg, Rickenbach LU

Oberli Christian, Rossrüti

Rufer Martin, Brugg

Ullmann Claus, Eschenz

Verwerter- und Vermittlerorganisationen

Arnold Walter, Schönenberg an der Thur

Baumann Albert, Bazenheid

Birrer Heiner, Nottwil

Spiess Jörg, Berneck

Sutter Reto, Gossau

Wyss Lorenz, Basel

Konsumentenorganisationen*

Fehlmann Remo, Zürich (ab 29.5.2015)

Staub Susanne, Murzelen

Vizepräsident

Oberle Jörg, Rickenbach LU (ab 29.5.2015)

Spiess Jörg, Berneck (bis 29.5.2015)

Stellvertretende Mitglieder

Produzentenorganisationen

Rösti Hans, Kandersteg

Gavin Bertrand, Chesalles (bis 18.3.2015)

Wicki Werner, Sörenberg (ab 29.5.2015)

Keller Martin, Buchs SG (bis 29.5.2015)

Windlin Arnold, Giswil (ab 29.5.2015)

Hegglin Franz, Unterägeri (bis 29.5.2015)

Noël Christophe, Vuissens

Mosimann Christoph, Rüegsbach

Verwerter- und Vermittlerorganisationen

Humbel Otto, Stetten

Von Strauss Lutz, Courtepin

Gerber Ulrich, Villeneuve

Kyburz Hans Rudolf, Lupfig

Martinetti Glauco, Stabio

Dähler Josef, Oensingen

Konsumentenorganisationen*

Jaisli Hannes, Zürich (bis 28.8.2015)

* Mit beratender Stimme.



Kommissionen

Kommission Marketingkommunikation

Portmann Marcel, Bern	Proviande (Vorsitz)
Elia Davide, Basel	Bell Schweiz AG
Graber Markus ² , Basel	Coop
Grob Felix, Sempach	Suisseporcs
Gygax Corinne, Grünenmatt	Schweizer Geflügelproduzenten
Härter Daniel ¹ , Gossau	Ernst Sutter AG
Heiniger Markus ¹ , Moosseedorf	Transgourmet Schweiz AG
Hinder Peter, Bazenheid	Micarna SA
Hofstetter Mirjam, Brugg	Schweizer Bauernverband
Horisberger Bruno ² , Moosseedorf	Transgourmet Schweiz AG
Meier-Schmid Brigitte, Zürich	GastroSuisse
Schneider Fabian ¹ , Basel	Coop
Welti Elias, Zürich	Schweizer Fleisch-Fachverband

Kommission Exportmarketing

Portmann Marcel, Bern	Proviande (Vorsitz)
Elia Davide, Basel	Bell Schweiz AG
Härter Daniel, Gossau	Ernst Sutter AG
Hinder Peter, Bazenheid	Micarna SA
Hofstetter Mirjam, Brugg	Schweizer Bauernverband
Oberli Christian, Rossrüti	Suisseporcs
Schenk Martin ¹ , Landquart	Fleischrocknerei Churwalden AG
Zimmermann Markus, Lenzburg	Traitafina AG

Kommission Märkte und Handelsusancen

Bucher Heinrich, Bern	Proviande (Vorsitz)
Arnold Walter, Schönenberg an der Thur	Schweizerischer Viehhändler-Verband
Bertschi Hans, Orsonnens	Swiss Beef CH
Bosshard Peter, Chur	Schweizerischer Viehhändler-Verband
Egger Christoph, Bazenheid	Micarna SA
Oberle Jörg, Rickenbach LU	Schweizer Kälbermäster-Verband
Pfister Meinrad, Altishofen	Suisseporcs
Rösti Hans, Kandersteg	IG öffentliche Märkte
Rufer Martin, Brugg	Schweizer Bauernverband
Schorderet Daniel, Estavayer-le-Lac	Marmy Viandes en gros SA
Schwab Stefan ¹ , Zollikofen	Anicom AG
Seiler Stefan, Oensingen	Bell Schweiz AG
Siegrist Christian, Bazenheid	Ernst Sutter AG
Uhlmann Ruedi, Hinwil	Lucarna Macana AG

Lenkungsgremium Neutrale Qualitätseinstufung

Bucher Heinrich, Bern	Proviande (Vorsitz)
Achermann Thomas, Inwil	Handel
Baumann Kurt, Zollikofen	Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe
Engeli Oliver, Engishofen	Rindviehproduzenten
Helfenstein Raphael ³ , Sempach	Schweineproduzenten
Käppeli Markus ⁴ , Sempach	Schweineproduzenten
Schneider Peter, Bern	Proviande

Personalkommission

Heinzelmann Johannes, Geroldswil	Proviande (Vorsitz)
Baumann Albert, Bazenheid	Micarna SA
Oberli Christian, Rossrüti	Suisseporcs
Ullmann Claus, Eschenz	Schweizer Geflügelproduzenten
Wyss Lorenz, Basel	Coop

¹ Ab 18.9.2015. ² Bis 18.9.2015. ³ Ab 1.6.2015. ⁴ Bis 30.4.2015.

Revisionsstelle

Metreba AG, Dübendorf





DAS JAHR 2015 IM ÜBERBLICK

Auch 2015 standen die Erfüllung des Leistungsauftrages des Bundes und die Absatzförderung von Schweizer Fleisch, welche für die nächsten Jahre auf einer weiterentwickelten Kommunikationsstrategie basiert, im Zentrum. Besondere Massnahmen erforderte unter anderem der erneut deutliche Absatzrückgang beim Kalbfleisch. An der Generalversammlung wurden Gesamterneuerungswahlen durchgeführt.

DER FLEISCHMARKT

Schlachtviehproduktion

Die nach wie vor sinkende Tendenz bei den Rindviehbeständen hatte Auswirkungen auf die Inlandversorgung. Während die Produktion von Bankfleisch erneut zunahm (+0,7%), sank die Versorgung mit Verarbeitungstieren um 2,3%. Die während des ganzen Jahres gute bis sehr gute Nachfrage erforderte deshalb regelmässig entsprechende Importe. Der Inlandanteil beim Grossvieh stieg um 0,1% auf 80,6%.

Die Kalbfleischproduktion verzeichnete im Berichtsjahr einen deutlichen Rückgang (-4%) und lag noch bei 29 103 t Schlachtgewicht. Vertreter der Marktpartner diskutierten deshalb unter der Leitung von Proviande die unbefriedigende Situation und einigten sich auf einen Massnahmenplan, um die negative Entwicklung aufzuhalten.

Leicht abgenommen hat die Produktion beim Schweinefleisch (-0,3% auf 241 322 t SG), deutlich zugenommen dafür beim Geflügel (+3,1% auf 87 096 t SG). Der Inland-

anteil stieg sowohl bei den Schweinen (um 2,1% auf 96,4%) wie auch beim Geflügel (um 0,2% auf 54,8%).

Obwohl beim Schafffleisch die Inlandproduktion um 3,3% zurückging (Inlandanteil 35%), wurde erfreulicherweise um insgesamt 4,6% mehr Schaf- und Lammfleisch konsumiert als im Vorjahr.

Konsum

Nach drei Jahren wurde 2015 statistisch erstmals wieder leicht weniger Fleisch konsumiert. Der Rückgang um 2% auf 51,35 kg Verkaufsgewicht pro Kopf ist allerdings zu relativieren, da der Einkaufstourismus (Einkäufe der Konsumenten im Ausland) erneut deutlich zunahm, in der Konsumstatistik aber nicht berücksichtigt ist. Die konsumierte Gesamtmenge ging um 0,8% auf 431 852 t VG zurück.

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

Klassifizierung & Märkte

Wie bereits in den Vorjahren setzten sich 2015 die Reduktion der Rindviehbestände, die Konzentration auf immer weniger Schlachthöfe und der sinkende Kalbfleischabsatz fort.

Neben der Erfüllung des Leistungsauftrages des Bundes waren unter anderem das Erarbeiten einer Branchenlösung für die Tränkekälber und das Überprüfen der MFA-Schätzformeln samt neuer Preismaske wichtige Aufgaben.

Marketing & Kommunikation

Die Anforderungen an die Kommunikation für Schweizer Fleisch haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Die Befürworter einer fleischlosen oder sogar veganen Ernährung werden zunehmend laut, der Einkaufstourismus ins benachbarte Ausland nimmt stetig zu und auch auf politischer Ebene werden vermehrt Vorstösse eingereicht, um die Absatzförderungsbeiträge des Bundes zu reduzieren oder

aufzuheben und um den Fleischkonsum zu reglementieren. Vor diesem Hintergrund wurden die Kommunikationsstrategie überarbeitet und verschiedene Massnahmen auf ihre Wirksamkeit überprüft.

Dienstleistungen

2015 stand das Thema Nachhaltigkeit im Zentrum. Im Rahmen der Verordnung zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit (QuNaV) wurden die entsprechenden Vorarbeiten für das Projekt «Nose to Tail» abgeschlossen und die beantragte Unterstützung vom Bundesamt für Landwirtschaft gutgeheissen.



AUS DEN GREMIEN

Generalversammlung

Verwaltungsratspräsident Johannes Heinzelmänn eröffnete die 16. Generalversammlung vom 29. Mai 2015 in Rorschach und begrüsste die Anwesenden mit den Worten: «Vertrauen in Schweizer Fleisch zu schaffen, ist eine der anspruchsvollsten Herausforderungen der gesamten Wertschöpfungskette. Letztlich ist dies aber der Weg zum Erfolg.»

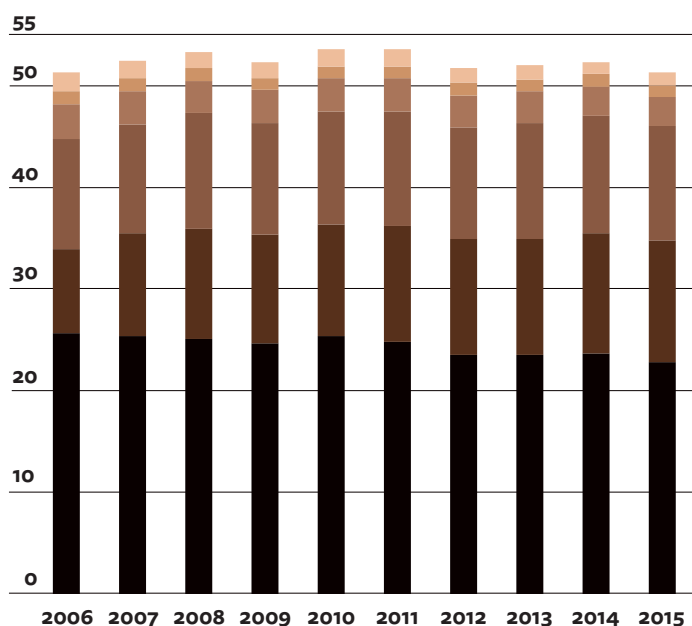
Im Anschluss an die Präsidialansprache genehmigte die Generalversammlung die Jahresrechnung 2014. Da die Amtsperiode für die Mitglieder des Verwaltungsrates 2015 zu Ende ging, mussten Gesamterneuerungswahlen durchgeführt werden. Aufgrund der Austritte von Bertrand Gavin, Franz Hegglin und Martin Keller wurde Remo Fehlmann, Zürich, als Vertreter der Verbraucherorganisationen gewählt und erfolgte die Ernennung von Arnold

Windlin, Giswil, und Werner Wicki, Sörenberg, zu stellvertretenden VR-Mitgliedern. Ausser den Abtretenden wurden alle Bisherigen einstimmig wiedergewählt.

Ebenfalls einstimmig gewählt wurden Johannes Heinzelmänn, Geroldswil, als Präsident für eine weitere Amtsperiode und Jörg Oberle, Rickenbach LU, als Vizepräsident für ein Jahr.

ENTWICKLUNG DES PRO-KOPF-KONSUMS

Kilogramm Verkaufsgewicht pro Kopf



 **-3,7%** pro Kopf
Konsum sinkend

 **+1,5%** pro Kopf
Konsum steigend

Gesamtkonsum pro Kopf 2015:
51,35 kg

■ Schwein ■ Geflügel¹ ■ Rind²
■ Kalb ■ Schaf ■ Andere

¹ Methodenänderung ab 2007: Zunahme des Anteils «verwertbares Fleisch»

² Methodenänderung Inlandproduktion ab 2009:

Aufteilung der Rindviehkategorien anhand der Tierverkehrsdatenbank (TVD)



Verwaltungsrat

Neben den ordentlichen Geschäften diskutierte der Verwaltungsrat Verbesserungsvorschläge für die Preisfeststellung sowie den Umgang und die Kommunikation zwischen den Branchenmitgliedern und Proviande. Er nahm die Gesamterneuerungswahlen der Kommissionsmitglieder vor und genehmigte unter anderem die Branchenlösung Tränkekälber, eine neue Preismaske für Schlachtschweine, das überarbeitete Branchenreglement Fleisch für SUISSE GARANTIE sowie die neue Kommunikationsstrategie.

Der Rat beschloss eine vorläufige Sistierung der dritten Tranche zur Erhöhung der Kommunikationsbeiträge, da aufgrund der zunehmend schwierigen wirtschaftlichen Situation die einstimmige Genehmigung nicht zustande gekommen wäre. Er dehnte aber das Reglement zur Finanzierung der Absatzförderung auf Projekte zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit aus und bewilligte sowohl den Businessplan wie auch die erforderlichen Eigenmittel für das QuNaV-Projekt «Nose to Tail».

Ausserdem verabschiedete der Verwaltungsrat eine Reihe von Stellungnahmen und beauftragte die Geschäftsstelle, ein Konzept zur Ermöglichung der Rückverfolgbarkeit von Schweizer Fleisch mittels DNA-Profilen zu erarbeiten. Zudem erteilte er den Auftrag zur Organisation eines «runden Tisches Kalbfleischabsatz», um den Rückgang beim Kalbfleischkonsum aufzuhalten.

Geschäftsleitung

An ihren Sitzungen beschloss die Geschäftsleitung unter anderem eine Reorganisation mit neuer Aufgabenverteilung im Geschäftsbereich Dienstleistungen sowie das Tätigkeitsprogramm mit den Jahreszielsetzungen 2016. Sie genehmigte die Konzeptvorschläge für das Wissensmanagement Nachhaltigkeit und für die Neuausrichtung von Extranet und E-Shop.

Aufgrund der 2016 anstehenden vorzeitigen Pensionierung von René Mathys musste dessen Nachfolge als Leiter des Geschäftsbereichs Interne Dienste geregelt werden. Zudem bereitete die GL die Geschäfte für die Gremien und den Kaderworkshop vor und überwachte die Zielerreichung 2015.

Direktion

Heinrich Bucher vertrat die Fleischbranche an einem Anlass von Bundesrat Schneider-Ammann zum Thema Zukunftsperspektive der Land- und Ernährungswirtschaft. Anwesend waren Spitzenvertreter der wichtigsten landwirtschaftlichen Verbände und der Lebensmittelindustrie.

Weiter traf er sich zusammen mit Vertretern des Schweizer Bauernverbandes mit dem Generaldirektor und den Sendeverantwortlichen von SRG/SRF zu einem Informationsaustausch.

Der Direktor vertrat Proviande im Interesse der Schweizer Fleischwirtschaft in folgenden Gremien:

- Agro-Marketing Suisse AMS (Vizepräsident)
- Fachgruppe Schweinefleischqualität (Vorsitz)
- Schweizerische Vereinigung für Tierproduktion (Vorstand)
- Konsultativgruppe Agroscope
- Märkte Board Fleisch des BLW
- Messebeirat Suisse Tier
- Stakeholder-Begleitgruppe Produktion 2020
- Swiss Agricultural Outlook (SAO) 2014–2024

Kader

Basierend auf einem Inputreferat von Manfred Bötsch (MGB) zum Thema «Die Zukunft der Agrar- und Fleischmärkte: Welcher Weg für die Schweiz?», fand am 24./25. März in Oberdorf der Kaderworkshop «Proviande quo vadis» für die Weiterentwicklung von Proviande mit Zeithorizont 2022 statt. Zentrale Themen waren eine umfassende Situationsanalyse samt Überprüfung von Struktur, Organisation, Instrumenten und Abläufen sowie die künftigen Rahmenbedingungen mit ihren Chancen, Risiken und Konsequenzen. Zum Abschluss erstellte das Kader einen Massnahmenkatalog mit terminierten Aufträgen.

Kommissionen Marketingkommunikation und Exportmarketing

An den KMK-Sitzungen präsentierten die Fachverantwortlichen die aktuellen und die für 2016 geplanten Massnahmen.

Schwerpunkte waren die neue Kommunikationsstrategie und die laufende Agentur-evaluation sowie das kritische Hinterfragen der Sponsoring-Engagements, des Wintergrillfestes und des Symposiums «Fleisch in der Ernährung».

Im Bereich Exportmarketing wurden die Marketingaktivitäten SWISS APÉRO behandelt, unter anderem die Blogger- und Medienkooperationen sowie die Lancierung der ersten Pop-Up-Bar in Stuttgart.

Kommission Märkte und Handelsusancen

Die Kommission behandelte an ihren Sitzungen eine ganze Reihe von Geschäften, darunter die unterschiedlichen Beurteilungen der Preisfeststellung, eine mögliche Änderung der Altersbestimmung beim Rindvieh und die Vorarbeiten für die Umsetzung des Zerlegeprojektes Verarbeitungstiere.

Zudem wurden die Weisungen für die Schafmärkte überarbeitet und erfolgreich umgesetzt sowie das Beschwerdeverfahren bei der Bewertung der Schweinefettqualität verabschiedet. Weitere Themen waren die neuen MFA-Schätzformeln und die Ausbeute bei den Mutterschweinen.

Personalkommission

Die Kommission behandelte unter anderem folgende Themen:

- Standortbestimmung zum Inkasso der Absatzförderungsbeiträge

- Vorbereitung der Generalversammlung inklusive der Anträge
- Definition der Besoldungs- und Entschädigungsrichtlinien 2016
- Verabschiedung von Budget, Hochrechnung und Rechnungsabschluss 2015 zuhnden des Verwaltungsrates

DIREKTIONSSTAB

Der Direktionsstab organisierte, verwaltete und überwachte die statutarischen Geschäfte. Er organisierte 13 Verwaltungsratssitzungen und die Generalversammlung, bereitete die Geschäfte im Detail vor und arbeitete entsprechende Anträge und Unterlagen aus. Speziell wurden 2015 die anstehenden Gesamterneuerungswahlen vorbereitet und organisiert.

Im Rahmen von Anhörungen zu Gesetzesänderungen arbeitete der Direktionsstab insgesamt acht Stellungnahmen aus. Darin aufgenommen wurden die Meinungen von Proviande und aus der Branche, bei welchen weitgehend Konsens bestand.

Zuhnden der Absatzförderung erhob der Stab die Schlachtzahlen zur Berechnung der Eigenmittel und zog diese ein. Basierend auf den erhobenen Daten von Schlachtunternehmen und weiteren Organisationen, wurden die Betriebsbeiträge berechnet und die Rechnungsstellung überwacht.

Für SUISSE GARANTIE überarbeitete der Direktionsstab das Branchenreglement Fleisch, welches im Februar vom Verwaltungsrat verabschiedet wurde und seit dem 1. Januar 2016 in Kraft ist. Er vertrat Proviande in der Technischen Kommission AMS, überprüfte drei Qualitätssicherungsprogramme für die Tierproduktion auf ihre Kompatibilität mit SUISSE GARANTIE und verfasste die entsprechenden Zulassungen.

UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION

Die Angriffe auf die Fleischbranche nahmen in letzter Zeit deutlich zu. Nicht nur in den Medien, sondern auch auf politischer Ebene. Eine intensive Medienarbeit, Argumentarien pro Fleisch und Aufklärungsarbeit darüber, weshalb die Absatzförderung des Bundes für Landwirtschaftsprodukte sinnvoll und nötig ist, gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Um bei sensiblen Themen rascher auf Angriffe reagieren zu können, hat Proviande das Frühwarnsystem «Radar» lanciert – ein einfaches Mittel, um unter den betroffenen Branchenmitgliedern einen schnellen Informationsfluss sicherzustellen. Zudem wurde das Krisenhandbuch aktualisiert, um jederzeit für den Notfall gerüstet zu sein.

Welche Haltung vertreten Proviande und damit die Schweizer Fleischwirtschaft bei öffentlich diskutierten Themen wie «Fleischkonsum versus Klimawandel oder Tierschutz»? Ein entsprechendes Positionspapier gibt Antworten. Es wurde vom Verwaltungsrat genehmigt und den Branchenmitgliedern als Argumentationshilfe zur Verfügung gestellt.

Auch 2015 konnten wieder viele Medienanfragen zu aktuellen Themen wie Fleischkonsum, Kälberschlachtungen, Ernährungsstudien usw. beantwortet und Informationen dazu proaktiv verbreitet werden. Branchenintern berichtete Proviande über alle Medienaussände und mit «A la minute» über einige realisierte Kommunikationsmassnahmen.



GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE

Der Leistungsauftrag

Die Erfüllung des Leistungsauftrages des Bundes für Vollzugsaufgaben nach Artikel 26 der Schlachtviehverordnung war auch 2015 die wichtigste Aufgabe des Bereichs Klassifizierung und Märkte.

Neutrale Qualitätseinstufung

Die Konzentration auf immer weniger Schlachtbetriebe ist heute Realität. Während Proviande die neutrale Qualitätseinstufung im Vorjahr noch in 28 Schlachtbetrieben vornehmen konnte, waren es 2015 nur noch deren 26. Die Taxierung von lebenden Tieren wurde insgesamt an 1003 öffentlichen Märkten durchgeführt.

Das CH-TAX-System basiert auf den Daten eines Ende der 80-Jahre realisierten Rindfleischprojektes. Die züchterische Weiterentwicklung erfordert eine regelmässige Überprüfung der Datengrundlage. Analog dem Zerlegeprojekt Bankvieh (2012) wurde ein Konzept für die Überprüfung der Verarbeitungstiere VK erarbeitet. Die Umsetzung ist für 2016 geplant.



Rot-Weiss-Zerlegung beim Schweinefleisch.

Öffentliche Schlachtviehmärkte

Insgesamt wurden an den öffentlichen Rindviehmärkten etwas mehr Tiere aufgeführt als im Vorjahr. Die trockenen Sommermonate lösten in einzelnen Regionen frühzeitige Verkäufe aus, wodurch das Angebot im Herbst entlastet wurde. Weil die Futterreserven unter den Erwartungen blieben, wurden die Viehbestände reduziert und das Angebot an Rindern und Kühen war bis zum Jahresende gut bis sehr gut.

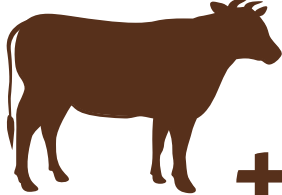
Im Gegensatz zum Rindvieh gingen die Auffuhren von Schafen und Lämmern an den öffentlichen Märkten um 7% zurück. Nach Zustimmung der Kommission Märkte und Handelsusancen konnten die neuen Weisungen für die Durchführung von Schafmärkten per 1. Juli 2015 in Kraft gesetzt werden.

ENTWICKLUNG DER AUFFUHRZAHLEN AUF DEN ÖFFENTLICH ÜBERWACHTEN SCHLACHTVIEHMÄRKTEN

		 Grossvieh	 Schafe
Märkte	2014	709	325
	2015	683	320
	Differenz	-26	-5
Auffuhren	2014	55'721	73'383
	2015	56'735	68'280
	Differenz	+1'014	-5'103
Zuteilungen	2014	304	2'677
	2015	119	434
	Differenz	-185	-2'243

**-26
Märkte**

**+1'014
Auffuhren**



NEUTRALE KLASSIFIZIERUNG VON SCHLACHTKÖRPERN 2015

Tierkategorie	Schlachtungen	Klassifiziert durch Proviande	Anteil klassifiziert in %
 Grossvieh	393'270	345'634	87,9
 Kälber	236'359	208'796	88,3
 Schweine	2'744'936	2'517'231	91,7
 Schafe	211'035	125'775	59,6

Marktinterventionen

Bereits vor Ostern geriet der Kalbfleischmarkt ins Stocken. Als Marktentlastungsmassnahme wurden insgesamt 523 Tonnen Kalbfleisch eingelagert, die im Herbst aber wieder zur Auslagerung freigegeben werden konnten.

Verschiedene Projekte**Tränkekälber:****Branchenlösung gefunden**

Eine Arbeitsgruppe unter der Leitung von Proviande, bestehend aus Mitgliedern der Fleischbranche sowie Vertretern der Schweizer Milchproduzenten und des Schweizer Bauernverbandes, erarbeitete eine breit abgestützte Branchenlösung zur Regelung des ersten Halterwechsels für Tränkekälber. Zentraler Punkt war die Mindesthaltedauer von 21 Tagen auf dem Geburtsbetrieb zur Gesundheitsförderung und damit zur Reduktion des Medikamenteneinsatzes.

Die Lösung trat am 1. November 2015 in Kraft. Sie findet in der Branche breite Zustimmung und wird auch vom Schweizer Tierschutz STS begrüsst.

MFA-Schätzformeln überprüft

Die MFA-Schätzformeln wurden für die Geräte Fat-O-Meater II, Autofom I und für die 2-Punkte-Karte überprüft und adaptiert. Neu geprüft und nun auch in der Schweiz zugelassen wurde das Autofom III. Mit der

entsprechenden Änderung der Verordnung über die Qualitätseinstufung von geschlachteten Tieren der Schweinegattung konnte das Projekt am 4. Mai 2015 abgeschlossen werden.

Eine auf den Formelanpassungen basierende neue Preismaske wurde von der Branche einhellig gutgeheissen.

Schlachtausbeute bei Mutterschweinen

Bei der Schlachtung von Mutterschweinen ergeben sich je nach Schlachttechnik «gehäutet» oder «gebrüht» unterschiedliche Schlachtgewichte, was in der Folge zu ungleichen Schlachtausbeuten und Preisen führt.

Im Auftrag der Kommission Märkte & Handelsusancen wurden beide Systeme überprüft und dabei wurde festgestellt, dass die Umrechnungsfaktoren gemäss den Erhebungen 2006 und 2011 nach wie vor gültig sind.

Aus- und Weiterbildung

An einem Seminar mit den Experten und dem Innendienst wurden das Aus- und Weiterbildungskonzept für die neutrale Qualitätsbeurteilung analysiert und Anforderungsprofile für die verschiedenen Tätigkeiten definiert. Die daraus entstandenen Lösungsansätze wurden weiterentwickelt und werden im Verlauf des Jahres 2016 umgesetzt.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
PETER SCHNEIDER**

Der Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte führt im Auftrag des Bundes die neutrale Qualitätseinstufung von Lebeltieren und Schlachtkörpern durch, überwacht die Märkte, arbeitet bei internen und externen Projekten mit und leitet Aus- und Weiterbildungskurse.



Weitere Informationen:
www.proviande.ch/k-und-m

GESCHÄFTSBEREICH MARKETING & KOMMUNIKATION

Kommunikation im Wandel

Vor dem Hintergrund zunehmender Opposition gegen den Fleischkonsum wurde es Zeit, die bestehende Kommunikationsstrategie zu überprüfen und anzupassen. Nachdem der kommunikative Leitgedanke während rund acht Jahren «Genuss aus der Heimat» hiess, wurde an einem GB-Workshop die neue Stossrichtung festgelegt und als neuer Kernwert für Schweizer Fleisch **«Verantwortungsvoller Genuss aus der Heimat»** definiert. Neu wird ein besonderer Fokus auf die Zielgruppe der 25- bis 35-Jährigen mit eigenem Haushalt gelegt.

Im Anschluss wurden vier Kommunikationsagenturen zur Präsentation ihrer Umsetzungsideen eingeladen. In einem mehrstufigen Evaluationsverfahren überzeugte die bisherige Agentur klar. Sie wird deshalb auch in den Folgejahren für Proviande tätig sein.

«Schweizer Fleisch Academy»

Umfragen zeigten, dass viele Schweizerinnen und Schweizer bei der Zubereitung von Fleisch unsicher sind, insbesondere

die jüngeren. Um diese Wissenslücken zu schliessen, lancierte Proviande die «Schweizer Fleisch Academy», das erste Portal rund um Fleisch und seine vielfältigen Zubereitungsmöglichkeiten.

Die Academy ist in erster Linie eine App für Smartphone und Tablet. Im wichtigsten Bereich «Fleischzubereitung» zeigen 34 Videos und Fotoanleitungen die verschiedenen Zubereitungsarten von Fleisch Schritt für Schritt, und Anfänger können in einem digitalen Kochkurs komplette Menüs einfach nachkochen.

Bestens informiert

Die Werbekampagne «Schweizer Fleisch» sorgte auch 2015 mit Inseraten und TV-Spots beim Publikum für die nötige Bereitschaft zur Aufnahme der verschiedenen Botschaften zu Schweizer Fleisch. Die Fakten wurden über die Medienpartnerschaften mit namhaften Verlagen, mit



Siegerehrung Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes» 2015.

Pressemitteilungen und durch die Beantwortung zahlreicher Journalistenanfragen verbreitet.

Wertvolle Partnerschaften

Für eine effiziente Kommunikation ist ein ausgebautes Netzwerk unerlässlich. Entsprechend pflegte Proviande auch im Berichtsjahr intensive Kontakte mit wichtigen Organisationen im Ernährungsbereich (Schweizerische Gesellschaft für Ernährung, Schweizerischer Verband diplomierter Ernährungsberater/innen) und in der Gastronomie (u.a. GastroSuisse, Schweizer Kochverband, Best of Swiss Gastro). Zusammen mit der Gilde etablierter Schweizer Gastronomen wurden Kochkurse für Kinder mit insgesamt 300 kleinen Gourmets durchgeführt und Jeunes Restaurateurs d'Europe Suisse war auch 2015 Partner beim Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes».



Fleisch richtig zubereiten mit der App «Schweizer Fleisch Academy».



Die Magazine «Messer & Gabel» und «en Guete» im neuen Kleid.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
MARCEL PORTMANN**

Altbewährt und neu gestylt

Gleich zwei langjährige Veranstaltungen fanden im Januar ein breites Publikum. Rund 5000 Gäste genossen am letztmals durchgeführten Wintergrillfest herrliche Fleischspezialitäten, und rund 150 Personen – darunter 40 Ernährungsfachleute – besuchten das 11. Symposium «Fleisch in der Ernährung» zum Thema Esskultur im Wandel.

Komplett neu gestaltet wurden der Webaustritt von «Schweizer Fleisch» – unter anderem ergänzt mit einem Online-Nährwertrechner und mit einer umfassenden Fleischkunde – sowie die beiden Magazine «en Guete» und «Messer und Gabel» (Auflage je rund 34 000 Expl.). Kürzere Texte und ein modernes Design sorgen nun für eine bessere Leserführung.

«In Schweizer Fleisch steckt viel drin!»

Mit dieser Schwerpunktkampagne wurden die Konsumenten fürs Thema Fleisch und Gesundheit sensibilisiert sowie über die wertvollen Inhaltsstoffe von Fleisch und deren Wirkung informiert. Wichtige Informationsträger waren ein Onlinequiz mit 17 000 Besuchern, je eine Fach- und Publikumsbroschüre, Facebook und das Internet mit knapp 70 000 Seitenaufrufen.

Riechen, schmecken, geniessen

Raus zu den Leuten! Unsere Engagements im Schneesport, Tennis und Beachvolley ermöglichten es 2015 wiederum, den Besucherinnen und Besuchern den Genuss von Schweizer Fleisch nicht nur auf dem Papier, sondern auch real anzubieten.

Die Sponsoringstrategie wurde komplett überarbeitet und als Hauptzielgruppe wurden die 25–35-jährigen Frauen und Männer definiert. Kulturelle Veranstaltungen werden künftig sukzessive die bisherigen Sportengagements ablösen.

SWISS APÉRO – ein Stück Schweiz in Stuttgart

Das Exportmarketing fokussierte sich auf die Marke SWISS APÉRO. Die zahlreichen Marketingaktivitäten reichten von Blogger-Relations über Medienkooperationen bis hin zur erfolgreichen Umsetzung der ersten SWISS APÉRO Pop-Up-Bar in Stuttgart.

Der traditionelle Apéro ist aus der Schweiz nicht wegzudenken. In Deutschland hingegen ist diese Genusskultur noch ein echter Geheimtipp. In Stuttgart hat sich dies nun geändert: Proviande eröffnete hier für drei Wochen die erste SWISS APÉRO Pop-Up-Bar. Auf authentische Art und Weise konnten unsere Nachbarn die sympathische Schweizer Lebensart und die luftgetrockneten Fleischspezialitäten in wunderschöner Umgebung erleben. Die Gäste waren begeistert und die Pop-Up-Bar wurde innert kurzer Zeit zum Hotspot der Stuttgarter Gastroszene.

Der Geschäftsbereich Marketing & Kommunikation fördert im Interesse aller Mitglieder (Produzenten, Verwerter, Endverkauf) das Vertrauen in die einheimische Fleischerzeugung vom Stall bis auf den Teller und damit den Absatz von Schweizer Fleisch im In- und Ausland. Zudem realisiert er die Unternehmenskommunikation.



Weitere Informationen:
www.schweizerfleisch.ch

SWISS APÉRO – ein Stück Schweizer Tradition.



GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN

Im Fokus: Nachhaltigkeit

«Nose to Tail», ein QuNaV-Projekt

Das Projekt «Nose to Tail» strebt die ganzheitliche Verwertung der Schlachttiere an. Als wertvolles Nahrungsmittel soll Fleisch zum grösstmöglichen Teil dem menschlichen Konsum (Food) dienen und so wenig wie möglich als Tierfutter (Feed) oder als Energierohstoff (Energy) eingesetzt werden.

2015 wurden im Rahmen der Verordnung zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit in der Land- und Ernährungswirtschaft (QuNaV) die Vorabklärungen für dieses Projekt abgeschlossen, ein Businessplan vom Verwaltungsrat genehmigt und die beantragten Fördermittel für das kommende Jahr vom Bundesamt für Landwirtschaft bewilligt. Im Herbst 2016 soll über die Weiterfinanzierung entschieden werden.

Während des vierjährigen Projektes will Proviande eine offene und entwickungsfähige Plattform für die gesamte Wertschöpfungskette Fleisch schaffen sowie entsprechende Massnahmen und Branchenprojekte realisieren. Hauptziele sind die Werterhaltung von Nichtedelstücken, die Werterhöhung «vergessener» Produkte und die Innovationsförderung.

Plattform Nachhaltigkeit

Vertreter aus unterschiedlichen Organisationen (Wertschöpfungskette Fleisch, Behörden, Forschung, Konsumenten) trafen sich im Frühling und im Herbst zum Informations- und Erfahrungsaustausch mit folgenden Schwerpunkten:

- Agroscope-Forschungsinitiative Produktion 2020: Entwicklung eines zukunftssträchtigen Wissenssystems zur Gestaltung und zum Management der Agrarsysteme in der Schweiz.
- QuNaV-Projekte: Das Bundesamt für Landwirtschaft erläuterte die Prüfkriterien für die Unterstützung von innovativen Projekten.

- AgroCleanTech: Förderung einer ressourcen- und klimaeffizienten Landwirtschaft, Energie- und Klimacheck, Förderprogramm «Effiziente Milchproduktion» und Klimaschutz.

Aussagekräftige Statistiken

Zu allen wichtigen Themen des Schlachtvieh- und Fleischmarktes arbeitete der Bereich Dienstleistungen verschiedene Statistiken aus und stellte diese der Branche, den Journalisten und weiteren Interessierten zur Verfügung. Neben dem jährlichen Statistikbericht «Der Fleischmarkt im Überblick» wurden monatlich die aktuellen Marktzahlen veröffentlicht und diverse Datensätze individuell ausgewertet.

Fachgruppe TTS

Proviande führt das Sekretariat der Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe TTS und leitet die entsprechenden Sitzungen.

Im Berichtsjahr wurden unter anderem Lehrfilme für die Aus- und Weiterbildung





**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
HEINRICH BUCHER**

Der Geschäftsbereich Dienstleistungen analysiert den Schweizer Fleischmarkt und publiziert entsprechende Statistiken, erstellt Schlachtviehabrechnungen für verschiedene Marktorganisationen, leitet interne und externe Projekte und erfüllt weitere Dienstleistungen im Auftrag der Fleischbranche.



Weitere Informationen:
www.proviande.ch/dienstleistungen

der Tiertransporteure und des Schlachthofpersonals realisiert, eine Fachinformation zum Thema Transportfähigkeit von Nutztieren erarbeitet – sie wurde im September vom Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV als Fachmedienmitteilung veröffentlicht – und eine Stellungnahme betreffend Tierschutzverordnung, insbesondere zur Neuregelung der maximalen Transportdauer, verabschiedet.

Schlachtviehabrechnungen

Im Rahmen der privatrechtlichen Vereinbarung mit den Marktorganisationen der Kantone Bern, Baselland, Waadt, Wallis und Tessin erstellte der Geschäftsbereich die Abrechnungen für 28 380 Tiere der Rindviehgattung, für die gemäss Leistungsauftrag zugeteilten Tiere der übrigen Kantone sowie für 4223 Gitz.

INLANDPRODUKTION IM VERGLEICH

Tierkategorie	Schlachtgewicht 2014 (Tonnen)	Schlachtgewicht 2015 (Tonnen)	Veränderung in Tonnen	Veränderung in %	Inlandanteil 2015 in %
 Grossvieh	112'900	112'153	-747	-0,7	80,6
 Kälber	30'301	29'103	-1'198	-4,0	97,4
 Schafe	4'940	4'776	-164	-3,3	35,0
 Schweine	242'024	241'322	-702	-0,3	96,4
 Geflügel	84'505	87'096	2'591	3,1	54,8

GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE

Erfolgreich geprüft

Im Berichtsjahr wurden folgende Revisionen ohne jegliche Beanstandung durchgeführt:

- Buchführung und Jahresabschluss 2014 (durch die Revisionsstelle Metreba AG)
- Sozialversicherungsabrechnungen 2012–2014 (durch die AHV-Revisionsstelle)
- Projektabrechnung 2014 für die Absatzförderung Schweizer Fleisch (durch das Bundesamt für Landwirtschaft)

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeiter beschäftigte Proviande 2015 durchschnittlich 94 Personen (Vorjahr 108). Umgerechnet entsprach dies 48,3 Vollzeitstellen (Vorjahr 50,8).

Die Mitarbeiterzahl nahm hauptsächlich wegen eines Personalabbaus und Pensionierungen im Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte um 14 Personen ab, während die Anzahl der Vollzeitstellen umgerechnet lediglich um 2,5 Stellen zurückging. Die Mitarbeiterfluktuation blieb ungefähr auf dem Stand des Vorjahres.

IT und EDV

Im Berichtsjahr wurde eine neue Datenbank evaluiert und als Ersatz für das veraltete FoxPro ins EDV-System integriert.

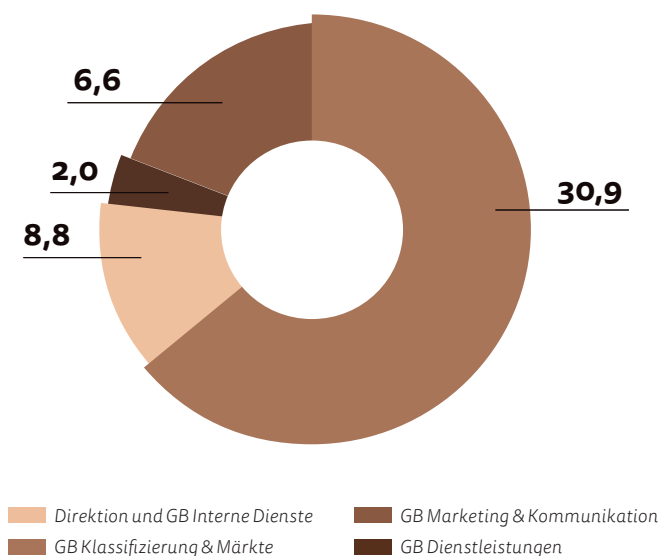
Der Internetauftritt von Proviande, «Schweizer Fleisch» und SwissMeat wurde komplett überarbeitet, modernisiert und klarer strukturiert. In Zusammenarbeit mit der Kommunikationsstelle wurde zudem das Extranet dem neuen Webauftritt angepasst und ausgebaut, damit alle Mitarbeitenden wie auch klar definierte externe Gruppen jederzeit auf die für sie wichtigen Dokumente zugreifen können.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
RENÉ MATHYS**

Der Geschäftsbereich Interne Dienste erfüllt vielfältige Aufgaben in den Bereichen Finanzen, Personal, IT und Sekretariat. Zudem unterstützt er das Unternehmen mit optimierten Ablaufprozessen und einer strukturierten Organisation bei der Erfüllung seiner vielfältigen Aufgaben.

**VERTEILUNG DER DURCHSCHNITTlichen
VOLLZEITSTELLEN AUF DIE GESCHÄFTSBEREICHE**



Weitere Informationen:
www.proviande.ch/genossenschaft



FINANZEN

Die Bilanzsumme nahm um 11,5% zu und der Jahresgewinn betrug CHF 69 520.-.

ERFOLGSRECHNUNG

	Jahr 2015 CHF	Jahr 2014 CHF
Ertrag Leistungsauftrag BLW	5'975'000	5'975'000
Ertrag Fördermittel BLW	5'972'066	6'259'000
Ertrag Fördermittel Eigenmittel	6'500'430	6'946'233
Ertrag aus Dienstleistungen	746'650	780'922
Erlösminderungen/Veränderung Delkredere	35'143	-9'963
Jahresbeiträge Genossenschafter	66'000	66'000
Total Dienstleistungsertrag	19'295'289	20'017'192
Aufwand Leistungsauftrag/Projekte	-288'059	-344'911
Projektaufwand Absatzförderung und QuNaV	-11'369'194	-11'926'263
Dienstleistungsaufwand	-41'171	-75'120
Total Dienstleistungsaufwand	-11'698'424	-12'346'294
Bruttogewinn	7'596'865	7'670'898
Personalaufwand	-6'250'692	-6'326'899
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-1'222'917	-1'273'203
EBITDA	123'256	70'796
Finanzergebnis	-1'031	1'291
Abschreibungen	-37'413	-40'947
Betriebsergebnis vor Steuern	84'812	31'140
Steuern	-15'292	-7'793
Jahresgewinn	69'520	23'347

BILANZ

Aktiven

	31.12.2015 CHF		31.12.2014 CHF
Umlaufvermögen	7'588'728		6'778'014
Anlagevermögen	112'845		129'140
Total Aktiven	7'701'573		6'907'154

Passiven

Fremdkapital	6'384'871		5'640'473
Eigenkapital	1'316'702		1'266'681
Total Passiven	7'701'573		6'907'154

GEWINNVERWENDUNG

	31.12.2015 CHF Antrag des Verwaltungsrates		31.12.2014 CHF Beschluss der Generalversammlung
Verfügbarer Bilanzgewinn			
Jahresgewinn	69'520		23'347
Gewinnvortrag	593'455		590'778
Total verfügbarer Bilanzgewinn	662'975		614'125

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung

5% Verzinsung Genossenschaftskapital	19'500		19'500
Zuweisung an gesetzliche Reserven	3'480		1'170
Vortrag auf neue Rechnung	639'995		593'455
Total Bilanzgewinn	662'975		614'125

KOMMENTAR ZUR JAHRESRECHNUNG 2015

Die Erfolgsrechnung

Die Erträge resultierten im Wesentlichen aus den Vergütungen für die Erfüllung des Leistungsauftrages sowie aus den Beiträgen für die Absatzförderung «Schweizer Fleisch» und das QuNaV-Förderprogramm «Nose to Tail».

Mehr als die Hälfte der Mittel für die Absatzförderung und für das QuNaV-Projekt stammten aus den Beiträgen der Produzenten und Schlachtbetriebe sowie aus den von Proviande generierten Projekteinnahmen.

Der gesamte Dienstleistungsertrag fiel um rund TCHF 722 tiefer aus als im Vorjahr. Dies unter anderem wegen der tieferen Fördermittel des Bundesamtes für Landwirtschaft und weil von der Branche weniger Eigenmittel für die Absatzförderung und für das QuNaV-Projekt eingesetzt wurden.

Der Dienstleistungsaufwand ging gegenüber 2014 hauptsächlich infolge des geringeren Förder- und Eigenmitteleinsatzes für die Absatzförderung und das QuNaV-Projekt sowie wegen einer Reduktion der Fremdleistungen für den Leistungsauftrag um insgesamt rund TCHF 648 zurück.

Der Personalaufwand sank im Berichtsjahr um rund TCHF 76, vor allem aufgrund von grösseren Kosteneinsparungen im Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte.

Der Betriebs- und Verwaltungsaufwand reduzierte sich 2015 dank Kosteneinsparungen um rund TCHF 50. Auch der Abschreibungsaufwand fiel leicht tiefer aus als im Vorjahr.

2015 gab es keine ausserordentlichen Erträge zu verzeichnen, jedoch stiegen die Steuern wegen des höheren Betriebsergebnisses.

Die Bilanz

Die Bilanzsumme nahm per Stichtag gegenüber 2014 um 11,5% zu. Dies insbesondere aufgrund des Umlaufvermögens, welches vor allem wegen des höheren

Bestandes an flüssigen Mitteln anstieg, was unter anderem auf die Optimierung des Mahnwesens und der Fakturierung zurückzuführen ist.

Auf der Passivseite nahm das kurzfristige Fremdkapital hauptsächlich infolge Optimierung des Kreditorenmanagements und aufgrund höherer Vorauszahlungen zu.

Auch die Vermögensstruktur innerhalb der Aktiven veränderte sich gegenüber dem Vorjahr leicht. Insbesondere legte das Umlaufvermögen zu und das Anlagevermögen nahm leicht ab. Dem Umlaufvermögen sind rund 98,5% der Aktiven zuzuordnen.

Bei den Passiven stieg das Eigenkapital um 3,9%, während der Eigenkapitalanteil aufgrund des höheren Fremdkapitals auf zirka 17,1% zurückging.



Der Präsident
Johannes Heinzelmann



Der Direktor
Heinrich Bucher

Bern, 4. März 2016



Die Revisionsstelle

Die Metreba AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2015 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 29. Februar 2016 bestätigt.

SCHWEIZER FLEISCH BIETET ENTSCHEIDENDE MEHRWERTE

Schweizer Fleisch ist ein hochwertiges Qualitätsprodukt. Es lohnt sich, auf die Herkunft zu achten.

Ein Stück Schweiz



Im Grasland Schweiz verwandeln viele bäuerliche Familienbetriebe die natürlichen Ressourcen in wertvolle Nahrungsmittel, pflegen unsere Landschaft und sorgen für eine gesunde Biodiversität.

Tierfreundlicher Transport



Die Schweiz hat das weltweit strengste Tiertransportgesetz. Das bedeutet weniger Stress für die Tiere und damit eine bessere Fleischqualität.

Artgerechte Haltung



Eine tiergerechte Nutztierhaltung hat in der Schweiz einen hohen Stellenwert und wird durch das Gesetz geschützt. Freiwillig halten sich 80% der Nutztierhalter sogar an noch strengere Normen.

Ein sicheres Lebensmittel



Schweizer Fleisch verdient Ihr Vertrauen. Die Produkte können bis zum Hof zurückverfolgt werden, die Schweiz gilt als weitgehend seuchenfrei und strenge Gesetze sorgen für eine sichere Fleischproduktion auf allen Stufen.

Natürliche Fütterung



Für die Nutztierfütterung werden umweltgerechte und ausschliesslich gentechfreie Futtermittel verwendet. 86% davon stammen aus der Schweiz. Hormone und Antibiotika als Leistungsförderer sind verboten.



Für Genuss mit gutem Gewissen gibt's nur eines: Fleisch aus der Schweiz.
www.schweizerfleisch.ch

