

# GESCHÄFTSBERICHT VON PROVIANDE 2016



PROVIANDE

# INHALT

## Einleitung

|                                                              |   |
|--------------------------------------------------------------|---|
| Dr. Markus Zemp, VR-Präsident, und Heinrich Bucher, Direktor | 1 |
|--------------------------------------------------------------|---|

## Proviande Genossenschaft

|              |   |
|--------------|---|
| Organisation | 2 |
|--------------|---|

## Das Jahr 2016 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 2016 | 19 |

## Anhang

|                                                                                                       |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Die aktuellen Kenntnisse der Schweizer Bevölkerung<br>zu wichtigen Themen bezüglich Schweizer Fleisch | 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: Vögel AG, Langnau i. E.



Höchster Standard für Ökoeffektivität.  
Cradle to Cradle™-zertifizierte Druckprodukte  
hergestellt durch die Vögel AG.  
Binding ausgenommen

# DAS VERTRAUEN DER KONSUMENTEN ALS SCHLÜSSELFAKTOR



Mit einundfünfzig Kilo pro Person blieb der Fleischkonsum in der Schweiz ziemlich stabil. Weltweit wird er in den nächsten Jahren aber deutlich zunehmen, insbesondere in den Schwellen- und Entwicklungsländern. Entsprechend wird auch die Kritik an der Produktion von Fleisch und an der Fleischwirtschaft zunehmen. Auch in der Schweiz werden negative Medienartikel und politische Vorstösse immer mehr darauf abzielen, den Fleischkonsum zu reglementieren und die Rahmenbedingungen für Landwirtschaftsprodukte zu verschlechtern.

Im internationalen Vergleich ist unsere Fleischwirtschaft bei der Realisierung von Massnahmen zur Stärkung der Branche weit fortgeschritten und die Zusammenarbeit innerhalb der Wertschöpfungskette funktioniert gut. Die Herausforderungen werden in nächster Zeit jedoch weiter ansteigen.

Es wird deshalb entscheidend sein, das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in Schweizer Fleisch zu festigen und weiter zu erhöhen. Um dies zu erreichen, werden auch in Zukunft grosse Anstrengungen bezüglich Nachhaltigkeit, Tierwohl und Tiergesundheit nötig sein. Zudem müssen die Standpunkte und Argumente der Branche offensiv und glaubwürdig vermittelt werden und falsche Meinungen oder halbe Wahrheiten sind offensiv zu korrigieren. Proviande muss, kann und wird hierfür auch in Zukunft eine zentrale Rolle einnehmen.

Dr. Markus Zemp,  
Präsident des Verwaltungsrats

Heinrich Bucher,  
Direktor





# PROVIANDE GENOSSENSCHAFT

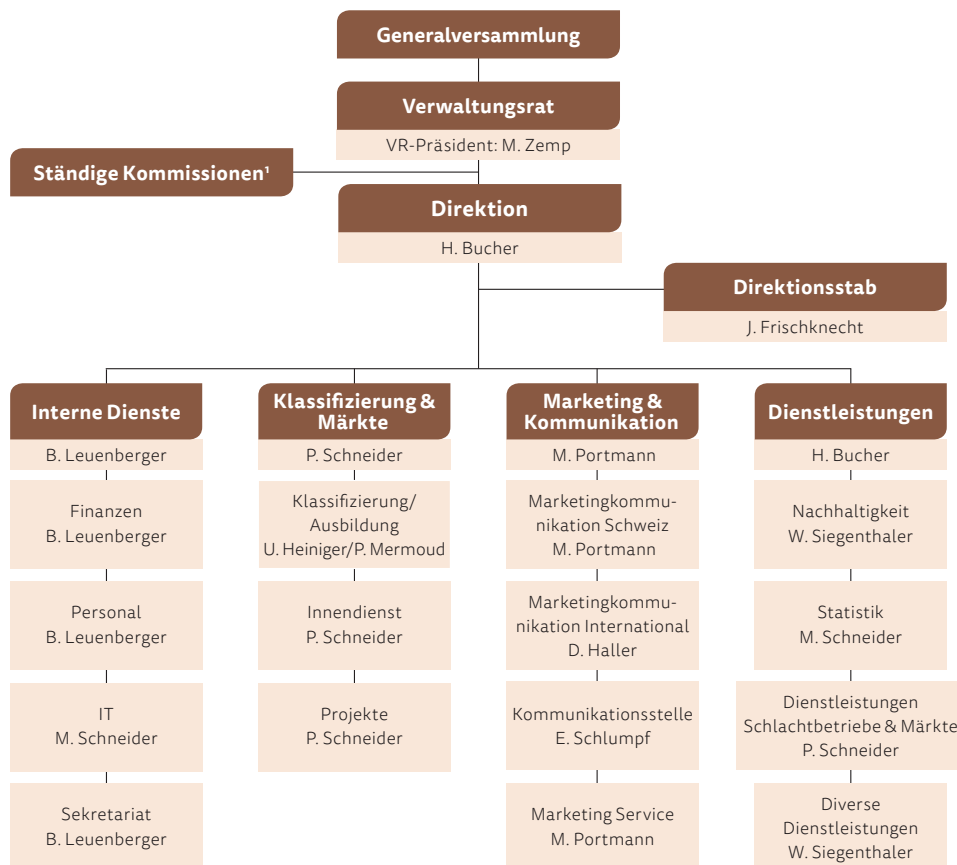
Proviande ist die zentrale Organisation für alle Anliegen und Fragen rund um den Schweizer Schlachtvieh- und Fleischmarkt sowie um das Nahrungsmittel Fleisch. Sie erfüllt einen Leistungsauftrag des Bundes für Vollzugsaufgaben wie das Klassifizieren von Tieren und Schlachtkörpern sowie die Marktüberwachung, übernimmt Projekte und Dienstleistungen für die Branche und fördert den Absatz von Schweizer Fleisch.



Weitere Informationen:  
[www.proviande.ch/genossenschaft](http://www.proviande.ch/genossenschaft)

## ORGANISATION

### Organigramm



¹ Kommission Marketingkommunikation  
Kommission Exportmarketing  
Kommission Märkte und Handelsusancen  
Personalkommission

## Genossenschaftler

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, Lupfig |





## Verwaltungsrat

### Präsident

Zemp Markus, Schafisheim (ab 3.6.2016)  
Heinzelmann Johannes, Geroldswil (bis 25.4.2016)

### 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 Jürg, Berneck  
Sutter Reto, Gossau  
Wyss Lorenz, Basel

#### Konsumentenorganisationen\*

Fehlmann Remo, Zürich (bis 26.8.2016)  
Staub Susanne, Murzelen

### Vizepräsident

Sutter Reto, Gossau SG (ab 3.6.2016)  
Oberle Jörg, Rickenbach LU (bis 3.6.2016)

### Stellvertretende Mitglieder

#### Produzentenorganisationen

Rösti Hans, Kandersteg  
Gruet Philippe, Gressy (ab 3.6.2016)  
Wicki Werner, Sörenberg  
Windlin Arnold, Giswil  
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\*

Meier-Schmid Brigitte, Zürich (ab 3.6.2016)

\*Mit beratender Stimme.



## Kommissionen

### Kommission Marketingkommunikation

|                               |                                  |
|-------------------------------|----------------------------------|
| Portmann Marcel, Bern         | Proviande (Vorsitz)              |
| Elia Davide, Basel            | Bell Schweiz AG                  |
| Grob Felix, Sempach           | Suisseporcs                      |
| Gygax Corinne,<br>Grünenmatt  | Schweizer<br>Geflügelproduzenten |
| Härter Daniel, Gossau         | Ernst Sutter AG                  |
| Heiniger Markus, Moosseedorf  | Transgourmet Schweiz AG          |
| Hinder Peter, Bazenheid       | Micarna SA                       |
| Hofstetter Mirjam, Brugg      | Schweizer Bauernverband          |
| Meier-Schmid Brigitte, Zürich | GastroSuisse                     |
| Schneider Fabian, Basel       | Coop                             |
| Welti Elias, Zürich           | Schweizer<br>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 <sup>4</sup> , Landquart | Fleischrocknerei Churwalden AG |
| Zimmermann Markus,<br>Lenzburg         | Traitafina AG                  |



### Kommission Märkte und Handelsusancen

|                                           |                                        |
|-------------------------------------------|----------------------------------------|
| Bucher Heinrich, Bern                     | Proviande (Vorsitz)                    |
| Arnold Walter,<br>Schönenberg an der Thur | Schweizerischer<br>Viehhändler-Verband |
| Bertschi Hans, Orsonnens                  | Swiss Beef CH                          |
| Bosshard Peter, Chur                      | Schweizerischer<br>Viehhändler-Verband |
| Egger Christoph, Bazenheid                | Micarna SA                             |
| Oberle Jörg,<br>Rickenbach LU             | Schweizer<br>Kälbermäster-Verband      |
| Pfister Meinrad, Altishofen               | Suisseporcs                            |
| Rösti Hans, Kandersteg                    | IG öffentliche Märkte                  |
| Rufer Martin, Brugg                       | Schweizer Bauernverband                |
| Schorderet Daniel,<br>Estavayer-le-Lac    | Marmy Viandes en gros SA               |
| Schwab Stefan, 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                                      |
| Engeli Oliver, Engishofen               | Rindviehproduzenten                         |
| Helfenstein Raphael, Sempach            | Schweineproduzenten                         |
| Hofer Hans Rudolf <sup>1</sup> , Zürich | Fachgruppe Industrielle<br>Schlachtbetriebe |
| Schneider Peter, Bern                   | Proviande                                   |

### Personalkommission

|                                                   |                                  |
|---------------------------------------------------|----------------------------------|
| Zemp Markus <sup>3</sup> , Schafisheim            | Proviande (Vorsitz)              |
| Heinzelmann Johannes <sup>2</sup> ,<br>Geroldswil | Proviande (Vorsitz)              |
| Baumann Albert, Bazenheid                         | Micarna SA                       |
| Oberli Christian, Rossrüti                        | Suisseporcs                      |
| Ullmann Claus, Eschenz                            | Schweizer<br>Geflügelproduzenten |
| Wyss Lorenz, Basel                                | Coop                             |

<sup>1</sup> Ab 1.1.2016. <sup>2</sup> Bis 25.4.2016. <sup>3</sup> Ab 3.6.2016. <sup>4</sup> Bis 31.8.2016.

### Revisionsstelle

Metreba AG, Dübendorf





## DAS JAHR 2016 IM ÜBERBLICK

Mit grossem Bedauern musste Proviande im April vom Tod ihres langjährigen Präsidenten Johannes Heinzelmann Kenntnis nehmen. Mit Dr. Markus Zemp konnte jedoch ein ausgewiesener Branchenkenner als Nachfolger gefunden werden. Die Erfüllung des Leistungsauftrages des Bundes, die Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie «Schweizer Fleisch. Der feine Unterschied.» und das QuNaV-Projekt «Savoir-Faire» standen 2016 im Zentrum.

### DER FLEISCHMARKT

#### Schlachtviehproduktion

Die Rindviehbestände gingen erneut zurück, was sich auf die Inlandversorgung mit Rindfleisch aber nicht negativ auswirkte. Während die Bankfleischproduktion um weitere 4,5% zunahm, stieg auch die Fleischmenge der Verarbeitungstiere trotz der tieferen Milchkuhbestände um 0,4% an. Der Inlandanteil beim Rindfleisch betrug 82%.

Die Kalbfleischproduktion ging um 1,8% zurück. Der Einsatz von Fleischrassengenetik führte dazu, dass in erster Linie die Grossviehmast mit Tränkekälbern bedient wurde.

Bei den Schweinen entstand ab Ende August ein Überangebot und die schlachtreifen Tiere wurden zusehends schwerer. Mit Aktionen im Engros- und Detailhandel sollte der Markt ins Gleichgewicht gebracht werden, was bis Ende Jahr aber nicht gelang. Insgesamt wurden 2'678'378 Tiere geschlachtet, der Inlandanteil betrug 95,8%.

Der Aufwärtstrend beim Geflügel hielt unvermindert an. Die Inlandproduktion konnte um 4,4% gesteigert werden und betrug 90'969 Tonnen Schlachtgewicht. Einzelne Vogelgrippefälle bei Wildgeflügel hatten glücklicherweise kaum Einfluss auf den Verbrauch.

#### Konsum

2016 wurde mit 431'760 Tonnen Verkaufsgewicht ungefähr gleich viel Fleisch konsumiert wie im Vorjahr. Zugelegt haben u.a. das Geflügel (+0,3%, Gesamtmenge, VG) und das Rindfleisch (+1,1%). Mit 22,49 kg pro Kopf war Schweinefleisch nach wie vor am beliebtesten. Mehr als vier Fünftel des konsumierten Fleisches stammten aus einheimischer Produktion.

Die Massnahmen zur Förderung des Kalbfleischabsatzes brachten leider nicht den angestrebten Erfolg und der Konsum sank erneut um 2,4% auf 2,71 kg Verkaufsgewicht pro Person. Auch für 2017 werden deshalb Massnahmen insbesondere für die kritische Phase des saisonalen Überangebots im Frühling geplant.

### DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

#### Klassifizierung & Märkte

Im Mittelpunkt standen die Erfüllung des Leistungsauftrags des Bundes, die erfolgreiche Reakkreditierung des QM-Systems «Neutrale Qualitätseinstufung» sowie die vielfältigen Projekte aus der Branche. Zur Vermeidung der Schlachtung trächtiger Rinder und Kühe konnte eine Branchenlösung gefunden werden.

#### Marketing & Kommunikation

Die zunehmende Kritik an der Produktion und am Konsum von Fleisch manifestierte sich auch 2016 deutlich – die Profilierung von Schweizer Fleisch wird immer wichtiger. Vor diesem Hintergrund wurde die weiterentwickelte und vom Verwaltungsrat genehmigte Kommunikationsstrategie umgesetzt und der neue Claim «Schweizer Fleisch. Der feine Unterschied.» erfolgreich eingeführt.



## Dienstleistungen

Im Rahmen der QuNaV-Konzepte konnten die ersten Massnahmen des «Nose to Tail»-Projektes «Savoir-Faire» realisiert werden, unter anderem ein Branchenworkshop mit rund fünfzig Fleischfachleuten und Gastronomen. Zudem genehmigte der Verwaltungsrat das Grobkonzept eines Rückverfolgbarkeitssystems mittels DNA-Profilen für Rindfleisch.

## AUS DEN GREMIEN

### Generalversammlung

Vizepräsident Jörg Oberle eröffnete die Generalversammlung am 3. Juni in Sempach mit einer Gedenkminute für den im April verstorbenen Präsidenten Johannes Heinzelmann.

In seiner Präsidialansprache machte sich Jörg Oberli Gedanken zur Frage nach der Zukunft von Schweizer Fleisch, welche massgebend von Werten wie Glaubwürdigkeit und Vertrauen bestimmt werde. «Der Begriff Schweizer Fleisch ist gleichbedeutend mit verantwortungsvollem Genuss. Da weiss man, was man isst!»

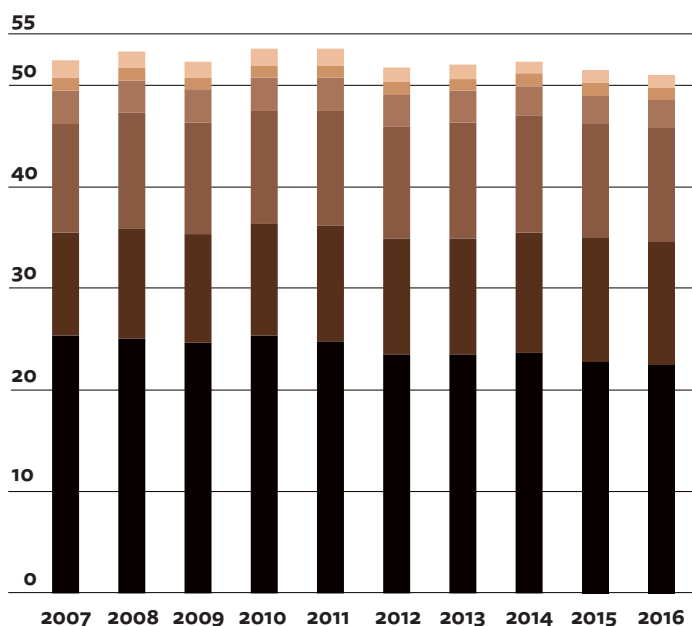


Die Generalversammlung genehmigte die Jahresrechnung 2015 und stimmte einer Statutenänderung zu, mit welcher die Kompetenz des Verwaltungsrates zur Festlegung der Beiträge für die Absatzförderung von Schweizer Fleisch sowie für Projekte zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit präzisiert wird.

Einstimmig gewählt wurden Dr. Markus Zemp aus Schafisheim als Präsident für die laufende Amtsperiode sowie Brigitte Meier-Schmid, Bassersdorf, und Philippe Gruet, Gressy, als neue stellvertretende Verwaltungsratsmitglieder. Als Vizepräsident für ein Jahr wurde Reto Sutter, Gossau, gewählt.

## ENTWICKLUNG DES PRO-KOPF-KONSUMS

Kilogramm Verkaufsgewicht pro Kopf



 **22,49 kg** pro Kopf  
1. Rang

 **12,04 kg** pro Kopf  
2. Rang

**Gesamtkonsum pro Kopf 2016:**  
**50,98 kg**

■ Schwein ■ Geflügel ■ Rind<sup>1</sup>  
■ Kalb ■ Schaf ■ Andere

<sup>1</sup> Methodenänderung Inlandproduktion ab 2009:  
Aufteilung der Rindviehkategorien anhand der Tierverkehrsdatenbank (TVD)

## Verwaltungsrat

Neben der Durchführung der ordentlichen Geschäfte beschloss der Verwaltungsrat, dem geplanten Trägerverein für die Qualitätsstrategie der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft vorerst nicht beizutreten. Er verabschiedete eine Reihe von Stellungnahmen und genehmigte unter anderem die Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie, das Grobkonzept für ein DNA-Rückverfolgbarkeitssystem, den Antrag zur künftigen Rolle von Proviande bezüglich Nachhaltigkeit sowie die Anpassung der Importspezifikationen für Kalbfleisch im Zollltarif. Ebenfalls bewilligt wurde ein Gesuch um finanzielle Unterstützung des Projekts «Pig&Pork» von Suisseporcs.

Einen Workshop widmete der Verwaltungsrat der Zukunft von Proviande. Unter dem Titel «Wo stehen die Fleischbranche und Proviande im Jahr 2025?» wurden Szenarien diskutiert und Massnahmen definiert. Als Auftrag aus dem Workshop wurde ein Realisierungsplan zur weiteren Förderung der Marke «Schweizer Fleisch» erarbeitet und 2017 wird eine «Zukunftstagung Rindviehwirtschaft Schweiz» organisiert.

## Direktion

Heinrich Bucher besuchte den 21. World Meat Congress in Punta del Este, Uruguay. Demnach wird der weltweite Fleischkonsum – und damit die Kritik an der Fleischproduktion – bei steigender Preistendenz weiterhin zunehmen, getrieben von den Schwellen- und Entwicklungsländern, insbesondere von China.

Im Interesse der gesamten Fleischwirtschaft vertrat der Direktor Proviande in folgenden externen Gremien:

- Agro-Marketing Suisse AMS (Vizepräsident)
- Wirtschaftliche Landesversorgung (Leiter der Abteilung Fleisch und Mitglied der Bereichsleitung Ernährung)
- Fachgruppe Schweinefleischqualität (Vorsitz)

- Schweizerische Vereinigung für Tierwissenschaften (Vorstand)
- Agroscope: Anspruchsgruppenrat, Stakeholder-Begleitgruppe Produktion 2020, Forum Schweinefleischproduktion
- Paritätisches Organ des Vorsorgewerks Publica (Arbeitgebervertreter)
- Messebeirat Messe «Suisse Tier»

## Geschäftsleitung

An den ordentlichen Sitzungen wurden die Geschäfte für den Verwaltungsrat und für weitere Gremien vorbereitet. Nebst dem Tätigkeitsprogramm und den Jahreszielsetzungen 2017 verabschiedete die Geschäftsleitung unter anderem mehrere Stellungnahmen, den Antrag zur künftigen Rolle von Proviande bezüglich Nachhaltigkeit sowie ein im Rahmen der neuen Swissness-Bestimmungen adaptiertes «Schweizer Fleisch»-Logo als Ergänzung.

2016 wurde erneut eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die Geschäftsleitung analysierte das Resultat und definierte Optimierungsmassnahmen. Zudem wurden

die Proviande-internen Abläufe und die Aufgabenverteilung hinterfragt sowie das Vorgehen im Hinblick auf bevorstehende Pensionierungen festgelegt.

## Kader

«Überzeugen und Zustimmung gewinnen!» So lautete der Titel eines Trainings mit dem Kommunikationsprofi Kurt Schmid. Am eintägigen Seminar im Schloss Münchenwiler erhielt das Kader wichtige Impulse für eine zielführende und erfolgreiche Kommunikation.

An den Kadertagen wurden zudem die Resultate der Mitarbeiterbefragung behandelt und das Tätigkeitsprogramm mit den Jahreszielsetzungen 2017 diskutiert.

## Kommissionen Marketingkommunikation und Exportmarketing

An zwei ordentlichen und zwei ausserordentlichen KMK-Sitzungen wurden die neue Strategie und deren Umsetzung mit dem neuen Claim präsentiert und die Massnahmen 2017 vorgestellt.







Im Bereich Exportmarketing diskutierte die KEM die weiterführenden Aktivitäten SWISS APÉRO, insbesondere die Testlieferungen an den deutschen Lebensmittel-Einzelhandel und die zweite Pop-Up-Bar in München.

### **Kommission Märkte und Handelsusancen**

Zu den behandelten Themen gehörten unter anderem das Zerlegeprojekt Verarbeitungstiere VK mit Anpassung der Ausbeutebestimmungen für Bank- und Verarbeitungstiere oder die Anpassung der Preisabzüge für Rindvieh JB und für Schafe.

Bei den Kälbern waren die Änderung der Kalbfleisch-Definition im Zolltarif, die wöchentliche Preisfeststellung und die Auswirkungen der Branchenempfehlung Tränkekälber (Verbleib auf dem Geburtsbetrieb während mindestens 21 Tagen) wichtige Traktanden. Zudem wurde die Fachinformation zur Vermeidung der Schlachtung trächtiger Kühe und Rinder behandelt.

### **Personalkommission**

Neben den ordentlichen Geschäften wie der Vorbereitung der Generalversammlung oder der Genehmigung von Budget, Hochrechnung und Rechnungsabschluss zuhause des Verwaltungsrates wurde

als ausserordentliches Geschäft die Nomination von Markus Zemp als VR-Präsident für die laufende Amtsperiode eingeleitet.

## **DIREKTIONSSTAB**

Der Direktionsstab unterstützt als zentrale Aufgabe das Unternehmen in den Bereichen Organisation und Verwaltung. In dieser Funktion verwaltete und überwachte er die statutarischen Geschäfte, organisierte dreizehn Verwaltungsratssitzungen und die Generalversammlung, bereitete die Geschäfte im Detail vor und erarbeitete entsprechende Anträge und Unterlagen.

In verschiedenen Stellungnahmen im Rahmen von Anhörungen zu Gesetzesänderungen wurden die Positionen von Proviande und der Branche eingebracht. Gestützt auf das Finanzierungsreglement erhob der Direktionsstab die Schlachtzahlen zur Berechnung der Eigenmittel. Darauf basierend wurden die individuellen Beiträge berechnet und die Rechnungsstellung überwacht.

Der Direktionsstab vertrat Proviande an den vier Sitzungen der Technischen Kommission der Agro-Marketing Suisse. Proviande ist auch in das Projekt SUISSE GARANTIE ein-

gebunden. Das vom Stab überarbeitete Branchenreglement Fleisch konnte im Januar wie geplant in Kraft gesetzt werden. Zudem wurden drei Qualitätssicherungsprogramme auf ihre Kompatibilität mit SUISSE GARANTIE überprüft und die entsprechenden Zulassungen erteilt.

## **UNTERNEHMENS-KOMMUNIKATION**

Das Jahr war geprägt von Angriffen auf die Fleischbranche, sowohl durch einseitige Berichterstattung in den Medien wie auch durch politische Vorstösse. Alle Aktionen verfolgten letztlich das Ziel, den Fleischkonsum einzuschränken. Insbesondere die parlamentarische Initiative Jans («Keine Subventionen für Fleischwerbung») und eine Petition des Vereins Tier im Fokus wollen die Absatzförderung des Bundes für Fleisch und Fleischprodukte beschneiden, womit den Landwirtschaftsbetrieben und der ganzen Wertschöpfungskette Fleisch erheblicher Schaden zugefügt würde. Die Fleischbranche muss deshalb gemeinsam gegen solche Angriffe vorgehen, wie dies im Fall der Initiative Jans unter Federführung von Proviande eingeleitet wurde.

Erneut konnte sich Proviande bei den Medien als kompetente Auskunftsstelle profilieren. Es wurden rund einhundert Medieneingaben und viele Fragen aus der Bevölkerung beantwortet. Zudem konnten mehrere Interviews gegeben werden.

In Zusammenarbeit mit Suisseporcs, dem Aviform und dem Schweizer Bauernverband wurden die Fakten zur Tierhaltung in der Schweiz und im Ausland analysiert und publiziert. Zusammen mit dem überarbeiteten Argumentarium bildet das Dokument eine wichtige Informationsquelle.

Vom aktualisierten Informationssystem «Radar» konnte auch 2016 mehrmals profitiert werden. Themen waren unter anderem die Ferkelkastration und das Fleisch von mit Hormonen behandelten Tieren. Ebenfalls aktualisiert wurde das Krisenhandbuch, um jederzeit für den Notfall gerüstet zu sein.

## GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE

### Der Leistungsauftrag

Die wichtigste Aufgabe war erneut die Erfüllung des Leistungsauftrags des Bundes für Vollzugsaufgaben nach Artikel 26 der Schlachtviehverordnung.

Kurz vor Ende Jahr wurde das Sparpaket des Parlaments für das Bundesbudget 2017 bekannt. Es beinhaltet auch eine Reduktion der Abgeltung für den Leistungsauftrag an Proviande um CHF 323'200.–. Nach der bereits 2014 erfolgten Kürzung müssen nun erneut Lösungen gefunden werden, um diese weitere massive Herabsetzung auffangen und kompensieren zu können.

### Neutrale Qualitätseinstufung

Die neutrale Qualitätseinstufung durch Proviande wurde in 26 Schlachtbetrieben und auf 990 Rindvieh- und Schafmärkten durchgeführt.



### Öffentliche Schlachtviehmärkte

An 680 Rindviehmärkten wurden insgesamt 61'108 Tiere aufgeführt (+7,7%), davon mit einem Anteil von 65% am häufigsten Verarbeitungstiere. Obwohl die Rindviehbestände 2016 insgesamt abnahmen, ist die Zunahme bei den aufgeführten Tieren ein erfreuliches Zeichen und der Beweis für ein gut funktionierendes System.

Auf den öffentlichen Schafmärkten blieb die Anzahl der aufgeführten Tiere ungefähr gleich wie im Vorjahr. Auf 310 Märkten (–10) wurden 68'058 Schafe (–0,3%) klassifiziert.

### Marktinterventionen

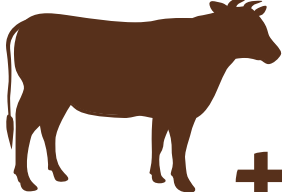
Während die Zuteilung von Tieren ab öffentlichen Märkten beim Rindvieh praktisch unverändert blieb – es mussten nur

## ENTWICKLUNG DER AUFFUHRZAHLEN AUF DEN ÖFFENTLICH ÜBERWACHTEN SCHLACHTVIEHMÄRKTEN

|             |           |  Rindvieh |  Schafe |
|-------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Märkte      | 2015      | 683                                                                                          | 320                                                                                        |
|             | 2016      | 680                                                                                          | 310                                                                                        |
|             | Differenz | –3                                                                                           | –10                                                                                        |
| Auffuhren   | 2015      | 56'735                                                                                       | 68'280                                                                                     |
|             | 2016      | 61'108                                                                                       | 68'058                                                                                     |
|             | Differenz | +4'373                                                                                       | –222                                                                                       |
| Zuteilungen | 2015      | 119                                                                                          | 434                                                                                        |
|             | 2016      | 129                                                                                          | 1'708                                                                                      |
|             | Differenz | +10                                                                                          | +1'274                                                                                     |

**–3 Märkte**

**+4'373 Auffuhren**



## NEUTRALE KLASSIFIZIERUNG VON SCHLACHTKÖRPERN 2016

| Tierkategorie                                                                                      | Schlachtungen | Klassifiziert durch Proviande | Anteil klassifiziert in % |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------|---------------------------|
|  <b>Grossvieh</b> | 399'933       | 352'173                       | 88,1%                     |
|  <b>Kälber</b>    | 229'479       | 203'643                       | 88,7%                     |
|  <b>Schweine</b>  | 2'670'878     | 2'461'175                     | 92,1%                     |
|  <b>Schafe</b>    | 220'266       | 126'593                       | 57,5%                     |

gerade 129 Tiere an importberechtigte Handelsfirmen zugeteilt werden –, sorgte die unterschiedliche Marktlage bei den Lämmern und Schafen mit 1'708 zugeteilten Tieren für einen Anstieg auf das Vierfache des Vorjahres.

Um den Markt vom saisonalen Überangebot bei den Bankkälbern zu entlasten, mussten rund 627 Tonnen Kalbfleisch eingelagert werden.

### Verschiedene Projekte

#### Zerlegeprojekt Verarbeitungstiere VK

Aufgrund von erhobenen und berechneten Kennzahlen wurden die Ausbeuteanforderungen auf der Wochenpreistabelle überprüft, die Erkenntnisse in einem Schlussbericht veröffentlicht und die Prozentsätze für die Ausbeute in den Kategorien MT, OB, RG, MA, RV und VK entsprechend den gewonnenen Erkenntnissen angepasst.

#### Vermeidung des Schlachtens von trächtigen Tieren

Proviande erarbeitete zusammen mit dem Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen, dem Schweizer Tierschutz und mit Teilnehmern aus der Wertschöpfungskette Fleisch eine Fachinformation, mit dem Ziel, die Tierhalter und -händler in einem ersten Schritt für die Problematik zu sensibilisieren und die Schlachtung von trächtigen Tieren in Zukunft möglichst zu vermeiden.

#### Preisberichterstattung

Infolge der tiefen Kuhbestände stiegen die Preise für Verarbeitungstiere auf ein überhöhtes Niveau. Im August sanken die Preise für Verarbeitungstiere VK jedoch innert weniger Wochen von CHF 8.50 auf CHF 7.30 pro Kilogramm Schlachtgewicht, was zu einem Boykottaufruf der Produzenten führte.

Zur Optimierung der Preisfestsetzung wurden die Kalkulationsgrundlagen überprüft und angepasst.

#### In eigener Sache

Die beiden Fachgebiete Schlachtbetriebe und Märkte wurden im Rahmen einer Neuorganisation zum Bereich Klassifizierung und Ausbildung zusammengelegt. Neu sorgen zwei Experten als Co-Leiter dafür, dass die Klassifizierung noch ausgeglichen und die Ausbildung laufend den sich ändernden Bedürfnissen angepasst wird.

An einem internen und zwei externen Audits wurden die Tätigkeiten des Klassifizierungsdienstes geprüft. Der Bereich hat die Audits erfolgreich bestanden und ist nun für weitere fünf Jahre akkreditiert.

#### Aus- und Weiterbildung

Erstmals erfolgte die Lizenzerneuerung bei den Marktklassifizierern nach dem neuen Konzept mit einer festgelegten Punktzahl als Referenz. Der modifizierte Kursinhalt und die Mindestanforderungen haben sich bewährt und allfällige Defizite können nun gezielt beseitigt werden.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER  
PETER SCHNEIDER**

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



Weitere Informationen:  
[www.proviande.ch/k+m](http://www.proviande.ch/k+m)



## GESCHÄFTSBEREICH MARKETING & KOMMUNIKATION

### «Schweizer Fleisch. Der feine Unterschied.»

Vor dem Hintergrund der zunehmenden Verbreitung von Halbwahrheiten bezüglich Nutztierhaltung gerade auch im medialen Bereich war die Umsetzung der weiterentwickelten Kommunikationsstrategie von zentraler Bedeutung. Seit Lancierung der neuen Werbekampagne im Oktober – nun erscheinen in allen Inseraten und TV-Spots aufklärende Botschaften zu Schweizer Fleisch – werden ganz nach dem neuen Claim «Der feine Unterschied» die Vorteile von einheimischem Fleisch aufgezeigt.



### Ein Jahr «Schweizer Fleisch Academy»

Seit der Lancierung der Gratis-App «Schweizer Fleisch Academy» wurde diese bis Ende 2016 150'000 Mal heruntergeladen und erreichte einen Bekanntheitsgrad von 25%. Die App wurde mit dem Schweizer Werbefilmpreis Edi in Gold ausgezeichnet.

### Raus zu den Leuten!

Wie in den Vorjahren ermöglichten es die Engagements im Schneesport, Tennis und Beachvolley einem breiten Publikum, mit «Schweizer Fleisch» in Kontakt zu kommen und einheimische Fleischprodukte mit allen Sinnen zu geniessen.

Im Zentrum standen jedoch die Detailkonzeption und das Aushandeln der neuen Partnerschaften. «Schweizer Fleisch» wird ab 2017 mit einem neu ausgerichteten Sponsoringkonzept an ausgewählten Musikfestivals auftreten.

### «Nose to Tail»

Das Jahr 2016 stand ganz im Zeichen einer integralen Verwertung der Schlachttiere. Zwischen Schnörli und Schwänzli gibt es abseits von Filet, Entrecôte und Co. eine Vielzahl an schmackhaften Alternativen, die man sich nicht entgehen lassen sollte.

- Mit der PR-Schwerpunktkampagne wurden die Konsumenten auf den Geschmack von weniger bekannten «Nose to Tail»-Gerichten gebracht.

- Das eigene Gastromagazin «Messer & Gabel» (Auflage 34'000 Expl.) liess in vier «Nose to Tail»-Challenges je zwei Spitzenköche gegeneinander antreten, um über die kreative Zubereitung von fast vergessenen Fleischstücken die Gastronomen zu sensibilisieren.



### Grosse und kleine Gastronomen

Bereits zum zweiten Mal fanden in Zusammenarbeit mit der Gilde etablierter Schweizer Gastronomen die beliebten Kochkurse für Kinder statt. An 47 Kursen liessen sich 489 kleine Gourmets samt ihren Begleitpersonen fürs Kochen, Essen und Geniessen begeistern.

Rund 1'000 Besucherinnen und Besucher probierten an der Gastro-Fachmesse ZAGG in Luzern am neu gestalteten «Schweizer Fleisch»-Stand die köstlichen Rinderherz- und Zwerchfellhäppchen des No-Food-Waste-Kochs Mirko Buri. Sie nahmen die Botschaften von «Schweizer Fleisch» mit Interesse auf – genauso wie die Besucher der Gastronomia in Lausanne.

Im Herbst trafen sich in Interlaken die Finalistin und drei Finalisten des Kochwettbewerbs «La Cuisine des Jeunes» zum grossen Wettkochen. Gefragt waren innovative Kreationen mit Schweizer Kalbfleisch.

### Gut informiert

Über die Medienpartnerschaften, mit eigenen Pressemitteilungen und durch die Beantwortung zahlreicher Anfragen von Journalisten, Konsumenten und Studenten konnten wichtige Fakten zu Schweizer Fleisch vermittelt werden.

Ein gut ausgebautes Netzwerk ist für die Kommunikation mit Spezialzielgruppen unerlässlich. Deshalb wurde ein intensiver Austausch mit wichtigen Ernährungsfach-

leuten geführt und die neu zu bearbeitende Zielgruppe Hauswirtschaft mit zwei Kennenlern-Mailings bedient.

Zwei lehrreiche Faktenblätter informierten die Ernährungsberater/-innen über alles Wissenswerte rund um Fleischproduktion und Tierhaltung, und zusammen mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE wurden zum Thema «Nose to Tail» sieben neue «Tellermodelle» mit Schweizer Fleisch entwickelt.



[www.facebook.com/schweizerfleisch](http://www.facebook.com/schweizerfleisch)

Hier finden Fleischfans interessante Facts, Tipps und Tricks sowie Antworten auf viele Fragen rund um Fleisch und Ernährung.

### SWISS APÉRO zum Zweiten

Die traditionelle Schweizer Apérokultur überzeugte auch die Münchner. Während rund drei Wochen genossen die Gäste der zweiten Pop-Up-Bar das stilvolle schweizerische Ambiente und liessen sich von den luftgetrockneten Schweizer Fleischspezialitäten begeistern. [www.swiss-apero.com](http://www.swiss-apero.com)

Auch beim deutschen Lebensmittelhandel sorgte SWISS APÉRO für hohe Aufmerksamkeit. In den vier Supermarktketten Kaufland, Rewe, Tegut und Edeka Melic in München konnten erste Testlistungen durchgeführt werden. Und im Dezember wurde das neue Food & Lifestyle-Magazin [www.typisch-schweiz.com](http://www.typisch-schweiz.com) mit informativen und unterhaltsamen Inhalten aufgeschaltet.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER  
MARCEL PORTMANN**

Der Geschäftsbereich Marketing & Kommunikation fördert im Interesse aller Mitglieder (Produzenten, Verwerter, Endverkauf) das Vertrauen in die einheimische Fleisch-erzeugung 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](http://www.schweizerfleisch.ch)





## GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN

### Nachhaltigkeit und «Nose to Tail»

#### Plattform Nachhaltigkeit

Die Geschäftsleitung und der Verwaltungsrat haben die künftige Rolle von Proviande bezüglich Nachhaltigkeit festgelegt und in der Folge die Plattform Nachhaltigkeit in ihrer bisherigen Form aufgelöst. Proviande wird in diesem Themenbereich jedoch auch in Zukunft die Bedürfnisse der Branche abholen, Branchenprojekte realisieren und aussagekräftige Publikationen realisieren.

#### «Savoir-Faire» – ein beispielhaftes QuNaV-Projekt

Das mehrjährige «Nose to Tail»-Projekt «Savoir-Faire» verfolgt das Ziel, die Wertschöpfungskette Fleisch zukunftsorientiert zu stützen und den Diskurs um nachhaltige Ernährung aktiv mitzugestalten. Es strebt die vollständige Verwertung der Schlachttiere an, indem Fleisch als wertvolles Lebensmittel zum grösstmöglichen Teil der menschlichen Ernährung dienen

und nur wenn nicht anders möglich als Tierfutter oder Energierohstoff eingesetzt werden soll. Nach umfangreichen Vorarbeiten startete das Projekt mit einem Workshop für die primären Zielgruppen. Fleischfachleute, Berufsschullehrer, Produzenten und Gastronomen diskutierten die Herausforderungen und Chancen eines verstärkten «Nose to Tail»-Konsums. Das Fazit: «Nose to Tail» – ein Trend mit viel Potenzial.

Mit dem Ziel, das Rind neu zu entdecken und die Empfehlungen des Metzgermeisters für Insiderstücke kennenzulernen, wurde mit zwanzig Teilnehmern aus der Gastronomie der Pilotkurs «Das Beste vom Rind – das Filet?» durchgeführt. Dabei wurden die Zerlegung des Tieres und die Teilstücke erklärt sowie aufgezeigt, welche Fleischstücke sich für welche Gerichte eignen. Die Kursreihe wird 2017 fortgesetzt.

Nebst der Vorbereitung einer Broschüre «Special Cuts» wurde eine praxisorientierte Studie zum Kauf- und Konsumverhalten durchgeführt, welche den Ausserhauskonsum am Mittag evaluiert und die Gründe für das Konsumverhalten aufzeigt.

«Savoir-Faire» wird im Rahmen der Verordnung über die Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit in der Land- und Ernährungswirtschaft (QuNaV) vom Bund mitfinanziert. Das Projekt wurde vom Bundesamt für Landwirtschaft als beispielhaftes QuNaV-Projekt ausgewählt und im Rahmen eines Agridea-Kurses rund fünfzig Teilnehmenden vorgestellt.



Weitere Informationen:  
[www.proviande.ch/sf](http://www.proviande.ch/sf)

#### Rückverfolgbarkeit via DNA

Mit einem DNA-Rückverfolgbarkeitssystem könnte künftig der Nachweis erbracht werden, dass Fleisch und Fleischprodukte mit Herkunftsdeklaration Schweiz auch wirklich von Tieren stammen, die in der Schweiz gehalten und geschlachtet wurden. Im Auftrag des Verwaltungsrates wurde ein entsprechendes Konzept erarbeitet und eine Arbeitsgruppe mit Vertretern aller Stufen der Wertschöpfungskette Fleisch gebildet.

Die Rückverfolgbarkeit per DNA würde beim Endkonsumenten zu mehr Sicherheit und zu noch höherem Vertrauen in Schweizer Fleisch führen, um so den Kaufentscheid zu unterstützen. In verschiedenen Schlachtbetrieben wurden erste Testläufe durchgeführt. Über die Finanzierung und Umsetzung des Projekts soll der Verwaltungsrat bis im Mai 2017 entscheiden.

#### Weitere Projekte

#### «Basiswissen zum Schlachtvieh- und Fleischmarkt 2015/2016»

Proviande und der Schweizer Bauernverband realisierten gemeinsam eine Broschüre, welche in gut verständlicher Form die Grundlagen des Schlachtvieh- und Fleischmarktes vermittelt. Die Broschüre wird jährlich aktualisiert.

#### Aussagekräftige Statistiken

Der Bereich Dienstleistungen erarbeitete während des Jahres verschiedene Statistiken zu allen wichtigen Themen des Schlachtvieh- und Fleischmarktes und stellte diese der Branche und den Medien zur Verfügung.







**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](http://www.proviande.ch/dienstleistungen)

### Fachgruppe TTS

Auch 2016 führte Proviande das Sekretariat der Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe. Unter anderem wurde zusammen mit dem BLV die Fachinformation «Anforderungen an Personen, die Tiere transportieren» realisiert und die VSKT-Broschüre «Allgemeine Transport-Vorschriften» überarbeitet.

### Schlachtviehabrechnungen

Im Rahmen der privatrechtlichen Vereinbarung mit den Marktorganisatoren

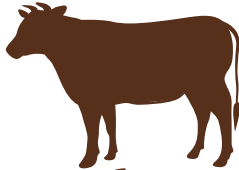
der Kantone BE, BL, VS und TI erstellte der Geschäftsbereich die Abrechnungen für 21'231 Tiere der Rindviehgattung sowie für die gemäss Leistungsauftrag zugeteilten Tiere der übrigen Kantone.

### Verein Freunde der Metzgerschaft

Unter dem Patronat und unter Mithilfe von Proviande fand bei Bell AG in Oensingen die 14. Schweizer Meisterschaft im Ausbeinen statt. Zudem leistete Proviande Unterstützung bei der Organisation der Generalversammlung und bei der Mitgliederadministration.

### INLANDPRODUKTION IM VERGLEICH

| Tierkategorie                                                                                        | Schlachtgewicht 2015 (Tonnen) | Schlachtgewicht 2016 (Tonnen) | Veränderung (Tonnen) | Veränderung (%) | Inlandanteil 2016 (%) |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------|-----------------------|
|  <b>Grossvieh</b> | 112'153                       | 115'170                       | +3'017               | +2,7            | 82,0                  |
|  <b>Kälber</b>    | 29'103                        | 28'579                        | -524                 | -1,8            | 97,1                  |
|  <b>Schafe</b>    | 4'776                         | 5'076                         | +300                 | +6,3            | 36,8                  |
|  <b>Schweine</b>  | 241'322                       | 238'614                       | -2'708               | -1,1            | 95,8                  |
|  <b>Geflügel</b>  | 87'096                        | 90'969                        | +3'873               | +4,4            | 57,0                  |

  
**+3'017  
Tonnen**

## GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE

### Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

#### Mitarbeiterumfrage

Nach drei Jahren führte Proviande in Zusammenarbeit mit SwissBenchmark Sursee erneut eine breit angelegte Mitarbeiterbefragung durch. Der Rücklauf betrug gute 80,9%, wodurch die Resultate ein repräsentatives Bild ergaben. Die Auswertung resultierte mit einem Gesamtmittelwert von 3,12 (Viererskala), was einer guten Bewertung entspricht. Für Bereiche, in denen Verbesserungspotenzial aufgedeckt wurde, beschlossen die Geschäftsleitung und das Kader entsprechende Massnahmen, welche zum Teil bereits umgesetzt wurden.

#### Personalbestand

Proviande beschäftigte ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeiter im Durchschnitt 93 Personen (Vorjahr: 94). Dies entsprach 46,7 Vollzeitstellen (Vorjahr: 48,3). Die Mitarbeiterfluktuation bewegte sich aufgrund personeller Veränderungen in den Geschäftsbereichen Interne Dienste und Klassifizierung & Märkte auf leicht höherem Niveau als im Vorjahr.

### IT und EDV

Die bestehende ERP-Lösung Microsoft Dynamics NAV entspricht nicht mehr dem neusten Stand und muss den aktuellen Anforderungen angepasst werden. Bis Ende Jahr konnten die nötigen Vorbereitungsarbeiten für das Upgrade auf die Version 2016 abgeschlossen werden und die Softwareanpassungen der einzelnen Applikationen wurden intensiv getestet. Die produktive Umstellung wird nach Abschluss der Jahresrechnung im Frühjahr 2017 erfolgen.

Die neue Version bietet einerseits moderne und anpassbare Benutzeroberflächen, andererseits ermöglicht sie den Schritt in Richtung eines softwareunterstützten Prozessmanagements.

### Erfolgreich bestanden

Die Revision von Buchführung und Jahresabschluss 2016 durch die Metreba AG Dübendorf führte zu keinen Beanstandungen.



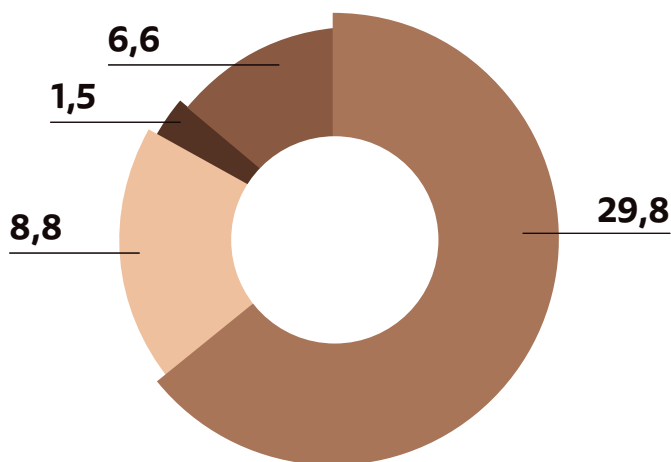
**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER  
BEAT LEUENBERGER**

Der Geschäftsbereich Interne Dienste erfüllt vielfältige Aufgaben in den Bereichen Finanzen, Personal, IT und Sekretariat. Zudem unterstützt er das Unternehmen dank einer stetigen Verbesserung der Ablaufprozesse und einer optimal strukturierten Organisation.



Weitere Informationen:  
[www.proviande.ch/genossenschaft](http://www.proviande.ch/genossenschaft)

**VERTEILUNG DER DURCHSCHNITTlichen  
VOLLZEITSTELLEN AUF DIE GESCHÄFTSBEREICHE**



Direktion und GB Interne Dienste  
GB Klassifizierung & Märkte

GB Marketing & Kommunikation  
GB Dienstleistungen

**46,7**  
**Vollzeitstellen**



## FINANZEN

Der Jahresgewinn betrug 2016 CHF 45'042.-, bei einer Abnahme der Bilanzsumme um 7,4%.  
Die Vermögensstruktur innerhalb der Aktiven blieb gegenüber dem Vorjahr unverändert.

### ERFOLGSRECHNUNG

|                                           | Jahr 2016   CHF    | Jahr 2015   CHF    |
|-------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Ertrag Leistungsauftrag BLW               | 5'975'000          | 5'975'000          |
| Ertrag Fördermittel BLW                   | 6'155'213          | 5'972'066          |
| Ertrag Fördermittel Eigenmittel           | 6'574'719          | 6'500'430          |
| Ertrag aus Dienstleistungen               | 749'790            | 746'650            |
| Erlösminderungen / Veränderung Delkredere | -43'250            | 35'143             |
| Jahresbeiträge Genossenschafter           | 66'000             | 66'000             |
| <b>Total Dienstleistungsertrag</b>        | <b>19'477'471</b>  | <b>19'295'289</b>  |
| Aufwand Leistungsauftrag/Projekte         | -320'186           | -288'059           |
| Projektaufwand Absatzförderung und QuNaV  | -11'670'544        | -11'369'194        |
| Dienstleistungsaufwand                    | -11'110            | -41'171            |
| <b>Total Dienstleistungsaufwand</b>       | <b>-12'001'839</b> | <b>-11'698'424</b> |
| <b>Bruttogewinn</b>                       | <b>7'475'632</b>   | <b>7'596'865</b>   |
| Personalaufwand                           | -6'043'276         | -6'250'692         |
| Betriebs- und Verwaltungsaufwand          | -1'310'685         | -1'222'917         |
| <b>EBITDA</b>                             | <b>121'671</b>     | <b>123'256</b>     |
| Finanzergebnis                            | -1'618             | -1'031             |
| Abschreibungen                            | -32'988            | -37'413            |
| <b>Betriebsergebnis vor Steuern</b>       | <b>87'065</b>      | <b>84'812</b>      |
| Steuern                                   | -42'023            | -15'292            |
| <b>Jahresgewinn</b>                       | <b>45'042</b>      | <b>69'520</b>      |



## BILANZ

### Aktiven

|                      | 31.12.2016   CHF |  | 31.12.2015   CHF |
|----------------------|------------------|--|------------------|
| Umlaufvermögen       | 7'046'108        |  | 7'588'728        |
| Anlagevermögen       | 83'233           |  | 112'845          |
| <b>Total Aktiven</b> | <b>7'129'341</b> |  | <b>7'701'573</b> |

### Passiven

|                       |                  |  |                  |
|-----------------------|------------------|--|------------------|
| Fremdkapital          | 5'787'097        |  | 6'384'871        |
| Eigenkapital          | 1'342'245        |  | 1'316'702        |
| <b>Total Passiven</b> | <b>7'129'341</b> |  | <b>7'701'573</b> |

## GEWINNVERWENDUNG

|                                       | 31.12.2016   CHF<br>Antrag des<br>Verwaltungsrates |  | 31.12.2015   CHF<br>Beschluss der<br>Generalversammlung |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------|--|---------------------------------------------------------|
| <b>Verfügbare Bilanzgewinn</b>        |                                                    |  |                                                         |
| Jahresgewinn                          | 45'042                                             |  | 69'520                                                  |
| Gewinnvortrag                         | 639'997                                            |  | 593'455                                                 |
| <b>Total verfügbarer Bilanzgewinn</b> | <b>685'039</b>                                     |  | <b>662'975</b>                                          |

### Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung

|                                      |                |  |                |
|--------------------------------------|----------------|--|----------------|
| 5% Verzinsung Genossenschaftskapital | 19'500         |  | 19'500         |
| Zuweisung an gesetzliche Reserven    | 2'252          |  | 3'480          |
| Vortrag auf neue Rechnung            | 663'287        |  | 639'995        |
| <b>Total Bilanzgewinn</b>            | <b>685'039</b> |  | <b>662'975</b> |

## KOMMENTAR ZUR JAHRESRECHNUNG 2016

### Die Erfolgsrechnung

Vom erwirtschafteten Dienstleistungsertrag stammten rund zwei Drittel aus den Förderbeiträgen für «Schweizer Fleisch» und für die QuNaV-Projekte, der Rest aus den Vergütungen für die Erfüllung des Leistungsauftrages und dem Ertrag aus den übrigen Dienstleistungen.

Über die Hälfte der Mittel für die Absatzförderung und für die QuNaV-Projekte trugen die Förderbeiträge der Produzenten und Schlachtbetriebe sowie die von Proviande generierten Projekteinnahmen bei.

Der gesamte Dienstleistungsertrag fiel um rund TCHF 182 höher aus als im Vorjahr, unter anderem weil vom Bund mehr Fördermittel und aus der Branche mehr Eigenmittel für die Absatzförderung und die QuNaV-Projekte zur Verfügung standen.

Hauptsächlich wegen höherer Ausgaben für die Absatzförderung und die QuNaV-Projekte sowie infolge leicht gestiegener Fremdleistungen im Geschäftsbereich Dienstleistungen stieg auch der Dienstleistungsaufwand um rund TCHF 303.

Der Personalaufwand sank im Berichtsjahr wie budgetiert, unter anderem aufgrund von Veränderungen des Personalbestandes sowie geringerer Einlagen in die Arbeitgeberbeitragsreserve.

Die Zunahme des Betriebs- und Verwaltungsaufwandes um rund TCHF 96 entstand wegen höherer Kosten für realisierte IT-Projekte, wobei der Abschreibungsaufwand gegenüber dem Vorjahr leicht zurückging.

Während es 2016 keine ausserordentlichen Erfolge zu verzeichnen gab, stieg die Steuerbelastung aufgrund von Nachzahlungen für die Vorjahre.

### Die Bilanz

Gegenüber 2015 nahm die Bilanzsumme per Stichtag um 7,4% ab. Grund dafür war insbesondere das Umlaufvermögen, welches vor allem wegen des aufgrund einer Optimierung des Kreditoren-

managements tieferen Bestandes an flüssigen Mitteln sank.

Ebenfalls dank des verbesserten Kreditorenmanagements konnte auf der Passivseite das kurzfristige Fremdkapital gesenkt werden.

Die Vermögensstruktur innerhalb der Aktiven blieb gegenüber dem Vorjahr unverändert. Dem Umlaufvermögen sind rund 98,8% der Aktiven zuzuordnen, was einer Zunahme von 0,3% entspricht.

Bei den Passiven nahm das Eigenkapital um 1,9% zu und der Eigenkapitalanteil stieg aufgrund des tieferen Fremdkapitals um 1,7% auf rund 18,8%.



Der Präsident  
Dr. Markus Zemp

Bern, 3. März 2017



Der Direktor  
Heinrich Bucher

### Die Revisionsstelle

Die Metreba AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2016 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 10. März 2017 bestätigt.



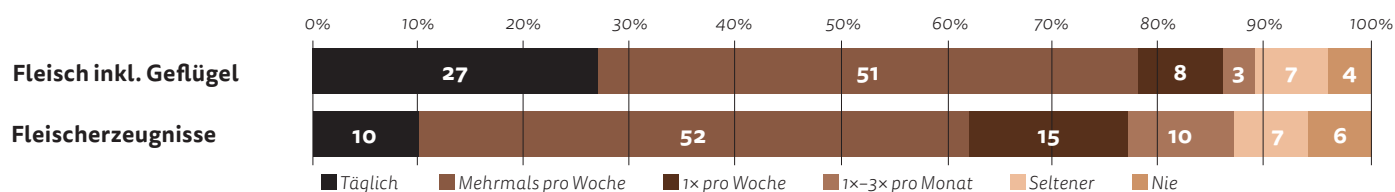
# SCHWEIZER FLEISCH: WAS WEISS DIE SCHWEIZ?

Im Sommer 2016 führte die Dichter Research AG, Motiv-, Marketing- und Marktforschung, im Auftrag von Proviande eine repräsentative Studie in der Deutsch- und Westschweiz durch. Ziel der Studie war es, die Einstellung der Bevölkerung gegenüber Fleisch aus der Schweiz und den aktuellen Wissensstand zu wichtigen Fleischthemen aufzuzeigen.

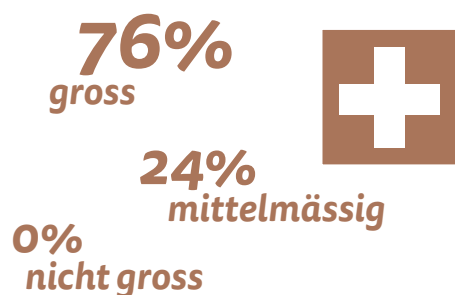
Die Befragung bezüglich des Wissenstandes der Konsumentinnen und Konsumenten brachte ein relativ grosses Unwissen zutage. Viele Fakten sind nicht geläufig und werden von den Befragten unter- oder überschätzt. Auch Vorschriften, Gesetze und staatliche Förderungsprogramme sind den meisten Teilnehmern wenig bis gar nicht bekannt. Die Studie wird in etwa drei Jahren wiederholt, um die mittelfristigen Veränderungen festzustellen.

## EIN KLEINER AUSZUG AUS DEN STUDIENERGEBNISSEN:

«Wie häufig konsumieren Sie durchschnittlich Fleisch, Geflügel oder Fleischerzeugnisse (wie z.B. Schinken oder Wurst), egal ob daheim oder auswärts?»



«Wie gross ist Ihr Vertrauen in Schweizer Fleisch?»



«Wie gross ist Ihr Vertrauen in ausländisches Fleisch?»



«Wie wichtig ist Ihnen die Schweizer Herkunft von Fleisch?»



«Wie sehr sind Sie bereit, für Schweizer Fleisch mehr auszugeben als für ausländisches Fleisch?»

