

GESCHÄFTSBERICHT VON PROVIANDE 2018



PROVIANDE

INHALT

Einleitung

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

Proviande Genossenschaft

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

Das Jahr 2018 im Überblick

Der Fleischmarkt	6
Im Mittelpunkt	6
Aus den Gremien	8
Unternehmensentwicklung	9
Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte	10
Geschäftsbereich Marketingkommunikation	12
Geschäftsbereich Dienstleistungen	14
Geschäftsbereich Interne Dienste	16

Finanzen

Erfolgsrechnung	17
Bilanz	18
Gewinnverwendung	18
Kommentar zur Jahresrechnung 2018	19

Anhang

Imagestudie Fleisch 2018	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-apero.com

Gestaltung: Polyconsult AG, Bern

Druck: Vögeli AG, Langnau i. E.



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

«SCHWEIZER FLEISCH GENIESST HOHE WERTSCHÄTZUNG UND ANERKENNUNG»



Gemäss einer repräsentativen Umfrage zum Thema Fleisch, durchgeführt im Januar 2018, geniesst Schweizer Fleisch in der Bevölkerung ein sehr gutes Image. Zwei Drittel der Befragten sind bereit, für einheimisches Fleisch einen höheren Preis zu bezahlen – unter anderem wegen des hohen Tierwohlstandards im Vergleich zum Ausland. Im Gegensatz dazu zeichnen viele Umwelt- und Tierschutzorganisationen, aber auch Medien, Vegetarier und Veganer, zunehmend ein negatives Bild von der Fleischbranche und vom Nahrungsmittel Fleisch.

Den oft ideologisch geprägten Vorwürfen muss Proviande verstärkt und mit faktenbasierten Informationen begegnen. Wir müssen Impulse geben für eine qualitativ hochstehende, innovative, tierfreundliche und nachhaltige Schweizer Fleischwirtschaft. In diesem Sinne hat der Verwaltungsrat eine neue Vision und Mission für Proviande verabschiedet. Schweizer Fleisch soll entlang der gesam-

ten Wertschöpfungskette, vom Bauern bis zu den Konsumenten, auch in Zukunft hohe Wertschätzung und die verdiente Anerkennung erhalten.

Der Weg dahin ist lang. Proviande wird sich als Impulsgeberin und Vermittlerin den zahlreichen Herausforderungen jedoch stellen. Gemeinsam mit der Branche definieren wir die nötigen Handlungsfelder und Ziele, erarbeiten entsprechende Massnahmen und setzen diese in den nächsten Jahren konsequent um.

Dr. Markus Zemp,
Präsident des Verwaltungsrats

Heinrich Bucher,
Direktor

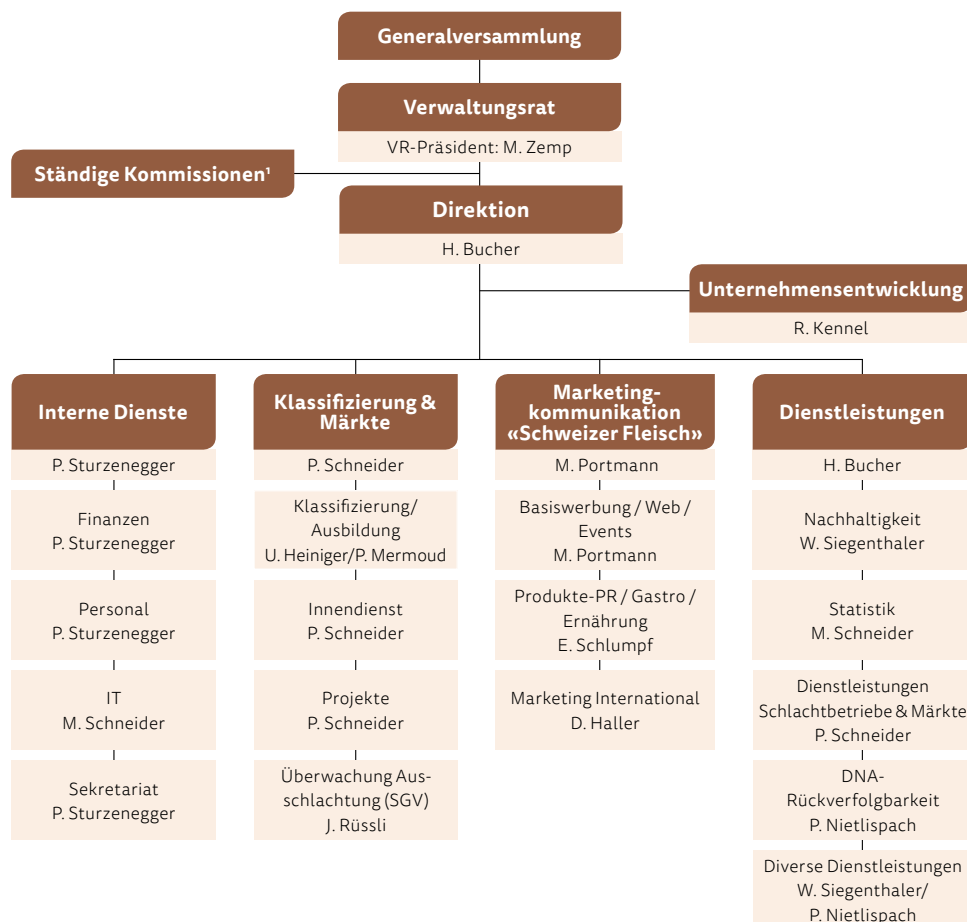


PROVIANDE GENOSSENSCHAFT

Proviande ist die zentrale Organisation für alle Anliegen und Fragen rund um Fleisch. Sie führt im Auftrag des Bundes unter anderem die neutrale Qualitätseinstufung von Schlachtkörpern und Lebeltieren durch und überwacht die öffentlichen Schlachtviehmärkte. Zudem übernimmt Proviande Projekte und Dienstleistungen für die Branche und betreibt Marketingkommunikation für Schweizer Fleisch.

ORGANISATION

Organigramm



¹ Kommission Marketingkommunikation
Kommission Exportmarketing
Kommission Märkte und Handelsusancen
Personalkommission

Genossenschafter

Mitglieder von Proviande sind in der Schweiz tätige Organisationen und Unternehmen der ganzen 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, Niederörs
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 Verband von Comestibles-Importeuren und -Händlern «SIC», Pratteln
Schweizerischer Viehhändlerverband, Chur
VB Food International AG, Brüttisellen
Verband Schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, Lupfig



Verwaltungsrat

Präsident

Zemp Markus, Schafisheim

Mitglieder

Produzentenorganisationen

Engeli Oliver, Engishofen

Nicod Bernard, Granges-près-Marnand

Oberle Jörg, Rickenbach LU

Oberli Christian, Rossrüti (bis 29.6.2018)

Rufer Martin, Brugg

Ullmann Claus, Eschenz

Windlin Arnold, Giswil (ab 29.6.2018)

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*

Rogger-Riechsteiner Moritz, Oberkirch

Staub Susanne, Murzelen

Vizepräsident

Wyss Lorenz, Basel (ab 29.6.2018)

Nicod Bernard, Granges-près-Marnand (bis 29.6.2018)

Stellvertretende Mitglieder

Produzentenorganisationen

Rösti Hans, Kandersteg

Gruet Philippe, Gressy

Wicki Werner, Sörenberg (bis 29.6.2018)

Windlin Arnold, Giswil (bis 29.6.2018)

Noël Christophe, Vuissens

Mosimann Christoph, Rüegsbach

Pfister Meinrad, Willisau (ab 29.6.2018)

Verwerter- und Vermittlerorganisationen

Humbel Otto, Stetten

Von Strauss Lutz, Courtepin

Gerber Michel, Villeneuve (ab 29.6.2018)

Gerber Ulrich, Villeneuve (bis 29.6.2018)

Kyburz Hans Rudolf, Lupfig

Martinetti Glauco, Stabio

Allemann Philipp, Basel

Konsumentenorganisationen*

Meier-Schmid Brigitte, Zürich

* Mit beratender Stimme.



Kommissionen

Kommission Marketingkommunikation

Portmann Marcel, Bern	Proviande (Vorsitz)
Bechter Alexandra ² , Zürich	Schweizer Fleisch-Fachverband
Bosshard Peter ² , Chur	Schweizerischer Viehhändler-Verband
Dettling Marcel ² , Oberiberg	Schweizer Kälbermäster-Verband
Elia Davide, Basel	Bell Schweiz AG
Gerber Michel ² , Villeneuve	Suter Viandes SA
Grob Felix, Sempach	Suisseporcs
Gygax Corinne, Grünenmatt	Schweizer 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 Andreas ¹ , Zürich	Schweizer Fleisch-Fachverband

Kommission Exportmarketing

Portmann Marcel, Bern	Proviande (Vorsitz)
Bürki Bruno ² , Schiers	Schweizer Fleisch-Fachverband
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
Zimmermann Markus, Lenzburg	Traitafina AG

Kommission Märkte und Handelsusancen

Bucher Heinrich, Bern	Proviande (Vorsitz)
Achermann Thomas ² , Inwil	Schweizerischer Viehhändler-Verband
Arnold Walter ¹ , Schönenberg an der Thur	Schweizerischer Viehhändler-Verband
Bertschi Hans, Orsonnens	Swiss Beef CH
Bosshard Peter, Chur	Schweizerischer Viehhändler-Verband
Egger Christoph, Bazenheid	Micarna SA
Kyburz Hans Rudolf ² , Lupfig	Verband Schweizerischer Geflügel- und Wild-Importeure
Oberle Jörg, Rickenbach LU	Schweizer Kälbermäster-Verband
Pfister Meinrad, Altishofen	Suisseporcs
Rösti Hans, Kandersteg	IG öffentliche Märkte
Rufer Martin, Brugg	Schweizer Bauernverband
Schorderet Daniel, Vulliens	Schweizer Fleisch-Fachverband
Schwab Stefan, Zollikofen	Anicom AG
Seiler Stefan, Oensingen	Bell Schweiz AG
Siegrist Christian, Bazenheid	Ernst Sutter AG
Uhlmann Ruedi, Hinwil	Schweizer Fleisch-Fachverband

Lenkungsgremium Akkreditierte Tätigkeitsbereiche

Bucher Heinrich, Bern	Proviande (Vorsitz)
Achermann Thomas, Inwil	Handel
Glur Christian, Glashütten	Rindviehproduzenten
Helfenstein Raphael, Sempach	Schweineproduzenten
Hofer Hans Rudolf, Zürich	Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe
Schneider Peter, Bern	Proviande

Personalkommission

Zemp Markus, Schafisheim	Proviande (Vorsitz)
Baumann Albert, Bazenheid	Micarna SA
Oberli Christian ¹ , Rossrüti	Suisseporcs
Nicod Bernard ² , Granges-près-Marnand	Schweizer Rindviehproduzenten
Ullmann Claus, Eschenz	Schweizer Geflügelproduzenten
Wyss Lorenz, Basel	Bell Schweiz AG

¹ Bis 21.9.2018. ² Ab 21.9.2018.

Revisionsstelle

Metreba AG, Dübendorf





DAS JAHR 2018 IM ÜBERBLICK

DER FLEISCHMARKT

Ein herausforderndes Jahr

Die anhaltende Trockenperiode führte Anfang August zu einem starken Überangebot mit massivem Preisdruck bei den Schlachtkühen. Proviande musste ungewohnt viele Tiere dem Handel zuteilen und der Markt geriet kurzzeitig aus dem Gleichgewicht. Stark kritisiert wurde die Importfreigabe von 800 Tonnen Kühen Ende Juli. Zu diesem Zeitpunkt liess sich jedoch nicht voraussehen, dass sich die Ereignisse auf dem Kuhmarkt innert kürzester Frist überstürzen würden. Die stark zunehmenden Angebote, die Panikreaktionen bei den Marktpartnern sowie der damit verbundene Preissturz brachten den Markt Anfang August aus den Fugen.

An einer ausserordentlichen Sitzung beschloss der Verwaltungsrat in Absprache mit dem Bundesamt für Landwirtschaft einstimmig, bis zum 30. September 2018 für Schlachtkörper von Verarbeitungskühen keine weiteren Importe freizugeben, um das hohe Inlandangebot abzubauen.

Am Ende der Weidezeit geriet der Preis für Schlachtkühe saisonbedingt erneut unter Druck.

Der Markt für Schlachtschweine war bis Mitte Jahr überversorgt und die Durchschnittspreise fielen tief aus. Im letzten Quartal waren Angebot und Nachfrage im Lot und die Preise erholten sich wieder.

Erfreulich entwickelte sich jedoch der Geflügelmarkt. Der lange Sommer und der schöne Herbst wirkten sich positiv aus. Sowohl der Konsum wie auch die Inlandproduktion konnten nochmals gesteigert werden.

Konsum

2018 wurde mit 445'105 t Verkaufsgewicht insgesamt leicht mehr Fleisch konsumiert als im Vorjahr. Unter Berücksichtigung des Bevölkerungswachstums blieb der Pro-Kopf-Konsum jedoch konstant (siehe Publikation «Der Fleischmarkt im Überblick 2018»).

IM MITTELPUNKT

Agrarpolitik 2022+

Nachdem der Bundesrat im November 2017 seine Gesamtschau zur mittelfristigen Weiterentwicklung der Agrarpolitik (AP 22+) präsentiert hatte, lancierte der Schweizer Bauernverband eine öffentliche Auseinandersetzung mit dem zuständigen Wirtschaftsdepartement. Stein des Anstosses war die Absicht der Landesregierung, einen Grenzschatzabbau im Agrarbereich anzustreben, um die Preisdifferenz zwischen dem In- und Ausland um 30–50% zu reduzieren. Von einer solchen Massnahme wäre besonders auch der Fleischbereich betroffen. Der Verwaltungsrat verabschiedete deshalb ein entsprechendes Positionspapier zur Gesamtschau des Bundesrates.

Bericht der Eidgenössischen Finanzkontrolle

Ein von der EFK veröffentlichter Bericht enthielt unter anderem die politisch motivierten Empfehlungen, die Absatzförderungsmittel für tierische Eiweisse zu strei-

chen, die Abgeltung des Leistungsauftrages nicht mehr durch den Bund zu finanzieren und die Finanzmittel für Marktentlastungsmassnahmen abzuschaffen. Proviande wird zusammen mit ihren Partnern alles daransetzen, dass die bewährten Instrumente zur Regelung des Schlachtvieh- und Fleischmarktes beibehalten werden.

Vision und Mission von Proviande

Der Verwaltungsrat verabschiedete eine neue Vision und Mission, welche von der Geschäftsleitung und vom Kader ausgearbeitet wurde. Der eingesetzte Steuerungsausschuss definierte zusammen mit dem Kader entsprechende Handlungsfelder und Massnahmen für die Umsetzung.

Leistungsauftrag 2018–2021

2018 stand die Erfüllung des Leistungsauftrages des Bundes im Zentrum. Der Auftrag umfasst neu auch die Kontrollen in der Schweiz und in Liechtenstein bezüglich der Einhaltung der Ausschachtungsbestimmungen gemäss Schlachtgewichtsverordnung in den Schlachtbetrieben.

Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch»

Die Marketingstrategie mit der Kommunikation der Mehrwerte von Schweizer



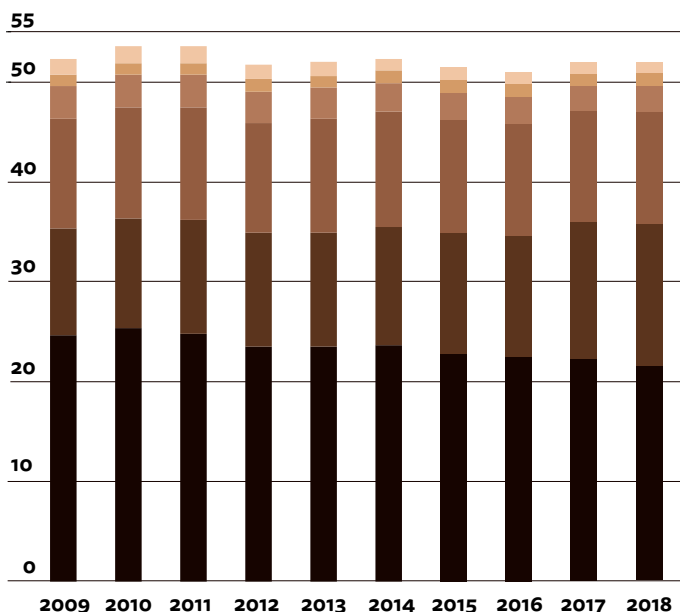
Fleisch unter dem Claim «Der feine Unterschied» wurde in allen Kommunikationsbereichen konsequent weitergeführt. Im deutschen Markt erfolgte der Start zur Vertriebsoffensive für SWISS APÉRO.

DNA-Herkunfts-Check

Nach einer umfangreichen Projektierungsphase und dem Systemaufbau konnte am 2. Juli 2018 mit der Ziehung von Referenzproben in den Schlachtbetrieben und im November mit der Kontrollprobenentnahme im Detailhandel begonnen werden.

ENTWICKLUNG DES PRO-KOPF-KONSUMS

Kilogramm Verkaufsgewicht pro Kopf



 **21,64 kg** pro Kopf
1. Rang

 **14,22 kg** pro Kopf
2. Rang

Gesamtkonsum pro Kopf 2018:
52,06 kg

■ Schwein ■ Geflügel¹ ■ Rind
■ Kalb ■ Schaf ■ Andere

¹ Methodenänderung, Anpassung der Ausbeutefaktoren (Agristat, SBV) ab 2017: Zunahme der Menge verkaufsfertiges Fleisch. Die neue Berechnungsmethodik ergibt eine markant höhere Menge an verkaufsfertigem Geflügelfleisch pro Kopf und Jahr und dadurch auch einen höheren Gesamtkonsum. Um die Vergleichbarkeit mit dem Vorjahr zu gewährleisten, wurden die Zahlen von 2017 ebenfalls neu berechnet.



AUS DEN GREMIEN

Generalversammlung

Präsident Markus Zemp eröffnete am 29. Juni 2018 die 19. Generalversammlung mit einem Aufruf an die Branche, das hohe Vertrauen der Schweizerinnen und Schweizer in einheimisches Fleisch unbedingt zu erhalten. «Dabei spielen Tierwohl, Nachhaltigkeit und Transparenz eine grosse Rolle. Gesetzesverstösse sind konsequent zu ahnden, sie schaden der ganzen Branche. Hinschauen ist Pflicht!»

Die Generalversammlung genehmigte einstimmig die Jahresrechnung und den Antrag zur Gewinnverwendung 2017. Für die demissionierenden Verwaltungsräte Christian Oberli, Ueli Gerber und Werner Wicki wurden Arnold Windlin (bisher Stellvertreter) sowie Meinrad Pfister und Michel Gerber als stellvertretende Mitglieder gewählt. Im Übrigen wurden der Präsident Markus Zemp sowie alle Vertreter und Stellvertreter für drei Jahre wiedergewählt. Vizepräsident für ein Jahr wurde Lorenz Wyss.

Verwaltungsrat

Neben der Durchführung der ordentlichen Geschäfte genehmigte der Verwaltungsrat den Vorschlag für eine neue Vision und Mission, das Positionspapier zur Gesamtschau zur Weiterentwicklung der Agrarpolitik (AP 22+), die Vision für die Schweizer Rindviehwirtschaft, eine Stellungnahme

zu den Änderungen im Tierseuchengesetz sowie die Jahresrechnung 2017 und das Budget 2019. Zudem wurde unter anderem der Beitritt von Proviande zur Allianz gegen die Initiative «Für sauberes Trinkwasser» beschlossen und beim BLV ein runder Tisch zum Krisenmanagement bezüglich der Afrikanischen Schweinepest initiiert.

In einem Workshop wurde zusammen mit den Mitgliedern der AG Vision Export ein weiteres Engagement von Proviande im Exportmarketing beschlossen. Die Arbeitsgruppe wurde beauftragt, die Exportförderungsstrategie zu überprüfen und alternative Projekte vorzuschlagen. SWISS APÉRO soll von den Exportunternehmen künftig selbstständig vermarktet werden. Einer reduzierten Weiterfinanzierung bis vorerst Ende Juni 2019 stimmte der Verwaltungsrat jedoch zu.

Im gleichen Workshop sprach sich der Rat zur Schaffung von Rahmenbedingungen in der Agrarpolitik 2022+ zugunsten einer weiteren Förderung von Nachhaltigkeit und Tierwohl in der Schweizer Milch- und Rindfleischproduktion aus. Er unterstützt die Aktivitäten der Milchbranche für einen einheitlichen Branchenstandard («grüner Teppich»). Anlässlich der Gesamterneuerungswahl der Kommissionsmitglieder und der AG Vision Export wählte der Verwaltungsrat alle Nominierten einvernehmlich. Zudem

passte er auf Antrag der Personalkommission die Entschädigungen für die VR- und Kommissions-Sitzungen per 1. Januar 2019 an.

Geschäftsleitung

Im Rahmen einer partiellen Neuorganisation wurden der Direktionsstab und die Unternehmenskommunikation in die neu geschaffene Stabsstelle Unternehmensentwicklung überführt.

Neben der Bearbeitung von Aufträgen aus den Gremien fasste die Geschäftsleitung verschiedene Beschlüsse. Unter anderem wurde die Charta zur Digitalisierung der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft von Proviande mitunterzeichnet und eine Zusatzbestimmung zur Verhinderung von Korruption und Privatbestechung ins Mitarbeiterreglement aufgenommen. Per 2020 wird die «Nose-to-Tail»-Initiative «Savoir-Faire» in die Absatzförderung überführt und der Webauftritt 2019 grundlegend überarbeitet.

Zuhanden des Verwaltungsrates verabschiedete die Geschäftsleitung zudem das aktualisierte Organisationsreglement, das neue Leitbild, den Massnahmenplan «Vision in Aktion», das Positionspapier zur AP 22+ und eine Stellungnahme zur Vernehmlassung der Änderungen im Tierseuchengesetz.

Direktion

Der Direktor von Proviande vertrat die Interessen der Schweizer Fleischwirtschaft unter anderem in folgenden externen Gremien:

- Agro-Marketing Suisse AMS (Vizepräsident)
- Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe (Vorsitz)
- Fachgruppe Schweinefleischqualität (Vorsitz)
- Schweizerische Vereinigung für Tierwissenschaften (Vorstand)
- Wirtschaftliche Landesversorgung (Abteilung Produktion und Verarbeitungsstufe 1)
- Agroscope (Konsultativgruppe und Forum Schweineproduktion)
- Messebeirat «Suisse Tier»
- Paritätisches Organ des Vorsorgetwerks Publica (Arbeitgebervertreter)

Im Mai nahm der Direktor an der Reise einer 50-köpfigen Delegation mit Bundesrat Johann Schneider-Ammann durch die Mercosur-Staaten teil. Die Mission bot eine hervorragende Plattform für den persönlichen Austausch mit hochkarätigen Persönlichkeiten der Delegationen aus Wirtschaft, Bildung, Forschung und Politik sowie mit den Ländervertretern vor Ort.

Kader

Das Kader erarbeitete an einem moderierten Workshop die Themen und Handlungsfelder der neuen Vision und Mission und formulierte die entsprechenden Zielvorgaben und Massnahmen für 2019.

Kommissionen Marketingkommunikation und Exportmarketing

An zwei ordentlichen Sitzungen der Kommission Marketingkommunikation präsentierten die Mitarbeitenden im Frühjahr die Wirkungszahlen der Massnahmen 2017 und im Herbst die neue Kommunikationsstrategie und die geplanten Schwerpunkte für das Jahr 2019.

Die Sitzung der Kommission Exportmarketing mit Präsentation der Entwicklung bei den Listungen und in Anwesenheit des deutschen Vertriebspartners führte im Frühjahr zur Entscheidung, der AG Vision Export eine weitere Marktbearbeitung von SWISS APÉRO in Deutschland zu empfehlen.

Kommission Märkte und Handelsusancen

Das Verfahren zur wöchentlichen Preisfeststellung wurde überprüft und als weiterhin geeignet befunden. Die Kommission beschloss unter anderem das Einrichten einer Meldestelle bei Verstössen gegen die Tierschutzverordnung, die Prüfung des Klassifizierungsgerätes BCC-3 für Rindvieh und die Erarbeitung eines Notfallkonzepts, um ähnliche Vorkommnisse wie dasjenige im August wegen der angespannten Marktsituation beim Verarbeitungsvieh künftig vermeiden zu können.

Personalkommission

An den ordentlichen Sitzungen wurden unter anderem das Budget, die Hochrechnung und der Rechnungsabschluss zuhanden des Verwaltungsrates verabschiedet,



die Besoldungs- und Entschädigungsrichtlinien 2019 definiert, das Personalreglement bezüglich Korruption und Privatbestechung ergänzt sowie die Abfederung der Reduktion des Umwandlungssatzes beim Vorsorgewerk Publica verabschiedet.

UNTERNEHMENS-ENTWICKLUNG

Mit der Pensionierung des langjährigen Leiters Jürg Frischknecht wurde der Direktionsstab durch die neue Stabsstelle

Unternehmensentwicklung ersetzt, welche von Regula Kennel geleitet wird. Die Aufgaben sind vielfältig. Unter anderem sollen mit einem Issue- und mit einem Stakeholder-Management der Politradar und das Politlobbying weiterentwickelt werden. Die neue Stabsstelle verfasst zudem Stellungnahmen und Sprachregelungen. Aufgaben der Unternehmenskommunikation sind beispielsweise die Medienarbeit, die Weiterentwicklung der Homepage, die Pflege des Erscheinungsbildes und der internen Kommunikation sowie das Krisenmanagement.



GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE

Der Leistungsauftrag

Die Erfüllung des Leistungsauftrags des Bundes stand auch 2018 im Zentrum der Aktivitäten. Da der Auftrag um das Leistungspaket «Kontrolle der Ermittlung des Schlachtgewichts» erweitert wurde, musste in der ersten Jahreshälfte ein entsprechendes System aufgebaut werden. Proviande wurde erfolgreich dafür akkreditiert.

Öffentliche Schlachtviehmärkte

2018 nahm die Bankviehproduktion weiter zu und liegt damit nahe an der Produktionsobergrenze. Insbesondere wegen des extrem trockenen Sommers und Herbstes herrschten vor allem bei den Kühen zum Teil turbulente Marktverhältnisse und grosse Angebotsschwankungen.

An den 668 Rindviehmärkten wurden insgesamt 62'341 Tiere aufgeführt – trotz sinkender Rindviehbestände blieben die Auffuhrzahlen praktisch unverändert. Der Anteil Verarbeitungstiere betrug 67%. Der Handel verlief meist sehr lebhaft.



Auf den 299 öffentlichen Schafmärkten waren die Auffuhren mit insgesamt 70'644 Tieren höher als im Vorjahr, insbesondere im Herbst aufgrund des Futtermangels in den Talgebieten.

Marktinterventionen

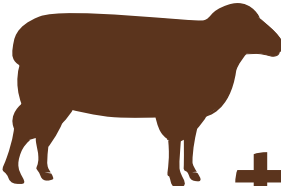
Um den Markt vom saisonalen Überangebot bei den Bankkälbern zu entlasten, wurden 538 Tonnen Kalbfleisch eingelagert. Das sind 8,7% weniger als im Vorjahr.

ENTWICKLUNG DER AUFFUHRZAHLEN AUF DEN ÖFFENTLICH ÜBERWACHTEN SCHLACHTVIEHMÄRKTEN

		 Rindvieh	 Schafe
Märkte	2017	671	319
	2018	668	299
	Differenz	-3	-20
Auffuhren	2017	62'611	67'990
	2018	62'341	70'644
	Differenz	-270	+2'654
Zuteilungen	2017	185	2'314
	2018	526	3'097
	Differenz	+341	+783

-20 Märkte

+ 2'654 Auffuhren



NEUTRALE KLASSIFIZIERUNG VON SCHLACHTKÖRPERN 2018

Tierkategorie	Schlachtungen	Klassifiziert durch Proviande	Anteil klassifiziert in %
 Grossvieh	410'962	362'017	88,1%
 Kälber	217'682	193'526	88,9%
 Schweine	2'568'789	2'373'262	92,4%
 Schafe	242'943	151'689	62,4%

Verschiedene Projekte

Klassifizierungsgerät für Haartiere

Die Prüfung des Klassifizierungsgerätes BCC-3 für Haartiere (Rindvieh) von Front-matec wurde beschlossen und initiiert. Eine allfällige Zulassung ist frühestens für 2020 geplant.

Vermeidung des Schlachtens von trächtigen Tieren

Die Sensibilisierungskampagne mit der 2016 erarbeiteten Fachinformation entschärfte die Situation bereits deutlich. 88% aller geschlachteten Kühe und Rinder wurden untersucht und bei 1,1% davon eine Trächtigkeit festgestellt. Leider konnte wegen der Einschränkung von privatrechtlichen Bestimmungen auf amtlichen Formularen die Deklaration einer Trächtigkeit nicht als Pflichtfeld im Begleitdokument aufgenommen werden.

Preisberichterstattung

Der bewegte Markt hatte zum Teil ungewöhnliche Auswirkungen auf die wöchentlichen Schlachtviehpreise, zum Beispiel einen Gleichstand der Produzentenpreise von Bankvieh und Verarbeitungstieren. Das durch die Panik aufgrund der Trockenheit entstandene Überangebot an Kühen führte Anfang August zu einem Preissturz. Der festgestellte Preis auf der QM-Wochenpreistabelle wurde so stark unterboten, dass der Verwaltungsrat zu einer ausserordentlichen Sitzung einberufen wurde.

Tierverkehrsdatenbank für Kleinwiederkäuer

Per 1. Januar 2020 wird die Einzeltierregistrierung für Tiere der Schaf- und Ziegengattung in der Tierverkehrsdatenbank eingeführt. Proviande begleitet die Aktivitäten zur Umsetzung und hat damit Gelegenheit, praxisbezogene Empfehlungen abzugeben.

Aus- und Weiterbildung

Im Rahmen des SAS-Audits wurde einerseits das neue Aus- und Weiterbildungskonzept der Schlachtbetriebklassifizierer unter die Lupe genommen, andererseits die Implementierung des Systems zur Überwachung der Ausschlachtung gemäss Schlachtgewichtsverordnung geprüft. Das Audit wurde erfolgreich abgeschlossen. Proviande ist bis 2021 akkreditiert.

Im üblichen Zweijahresrhythmus mussten alle Marktklassifizierer ihre Lizenz erneuern. Die Schlachtbetriebklassifizierer absolvierten ihre Wiederholungskurse und die Experten profitierten von der periodischen Weiterbildung bei der Klassifizierung von Lebdtieren und Schlachtkörpern.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
PETER SCHNEIDER**

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

GESCHÄFTSBEREICH MARKETING- KOMMUNIKATION

Schweizer Fleisch – der feine Unterschied

Vor vier Jahren startete «Schweizer Fleisch» mit der Umsetzung der neuen Kommunikationsstrategie unter dem Claim «Der feine Unterschied». In der zweiten Hälfte 2018 wurden die bisherige Kommunikation und die damit erreichten Resultate analysiert und kritisch hinterfragt. Unter Berücksichtigung der Ergebnisse der 2018 durchgeführten Imagestudie Fleisch wurden die Strategie und der Auftritt entsprechend angepasst.

Ein im Frühjahr lancierter Wettbewerb rund um «die feinen Unterschiede» generierte knapp 90'000 Teilnahmen und über 140'000 Webseitenbesuche. Anhand der interaktiven Schätzfragen setzten sich die Teilnehmenden spielerisch mit den wichtigsten Argumenten für Schweizer Fleisch auseinander.



www.mein-stück-schweiz.ch

«Mein Stück Schweiz»

Ob Produzent, Metzger, Konsument oder Musiker Marc Trauffer: Jeder erkennt in Schweizer Fleisch individuell dessen Mehrwerte – sein ganz persönliches Stück Schweiz. Deshalb stellte die neue PR-Kampagne «Mein Stück Schweiz» jene Menschen in den Mittelpunkt, die sich täglich um hervorragende und sichere Fleischprodukte kümmern und denen das Wohl der Tiere und eine intakte Umwelt wichtig sind.

Entlang der Themenbereiche Natur, Tradition, Nachhaltigkeit und Genuss wurden in authentischen Filmsequenzen die Vorteile von Schweizer Fleisch vermittelt. Kernstücke der Kampagne bildeten eine Micro-Website und eine Social-Media-Kampagne. Die Massnahme generierte während eines Monats 163'000 Webseitenaufrufe und 288'000 Views bei den Videoclips auf Facebook.

Emotionen und Erlebnisse

Mit einem attraktiven Auftritt, der mit «feinem Unterschied» auffiel, wurde «Schweizer Fleisch» im Rahmen der Sponsoring-Engagements an sechs Musikfestivals zur wichtigsten Nebensache. Mit dem «Schweizer-Fleisch-Campfire» entstand eine einzigartige Symbiose von knisterndem Lagerfeuer, Cervelat am Stecken und Musik vom Feinsten. Am «Campfire»



2018 loderten an 21 Festivaltagen 270 Stunden lang die Flammen, es wurden 6'000 Cervelas gegessen, und über 10'000 Besucher erfreuten sich an 69 Konzerten auf der «Campfire»-Stage. Verschiedene Medien berichteten darüber.

Als wichtige Begleitmassnahme war ein Filmteam regelmässig unterwegs, um mit kurzen Videobeiträgen den Bekanntheitsgrad des «Campfire» zu erhöhen und die Botschaften von «Schweizer Fleisch» der anvisierten Zielgruppe näher zu bringen.

Für Gastronomen und Ernährungsfachleute

50% des gesamten Fleisches werden ausser Haus konsumiert. Es ist deshalb unerlässlich, die Vorteile von Schweizer Fleisch auch bei den Gastronomen und (Nachwuchs-) Köchen als wertvollen Vermittlern bekannt zu machen. Im Rahmen einer vielfältigen Massnahmenpalette wurde deshalb ein Stand an der Gastro-Fachmesse ZAGG betrieben und in der Westschweiz eine erfolgreiche Tischset-Promotion durchgeführt.



«Schweizer Fleisch» wurde neuer Presenting-Partner vom renommiertesten Kochwettbewerb der Schweiz, dem «Goldenen Koch». Dieses Engagement stärkt und verankert die Position von Schweizer Fleisch nachhaltig. Ebenfalls neu ist der «La Cuisine des Jeunes»-Side-Event «Winner Dinner». Die exklusiv eingeladenen Kochlehrlinge und Jungköche genossen das vom Spitzenkoch Rolf Fuchs zum Gourmetmenü erweiterte LCDJ-Siegergericht 2017.

Wichtige Multiplikatoren für «Schweizer Fleisch» sind auch die Ernährungsberater/-innen. Mit dem Newsletter «FleischInfo» und im Rahmen der verschiedenen Partnerschaften fand auch 2018 ein stetiger Austausch mit den Ernährungsfachpersonen statt.

Bei den Hauswirtschaftslehrkräften stand nach wie vor der Aufbau eines qualitativ hochwertigen Adressstammes im Zentrum. Dank geeigneter Massnahmen – z.B. Leporello auf der Titelseite von «Le Menu» oder Inserate in Fachzeitschriften – konnte dieser um 65% erhöht werden. Auch die Anzahl der Abonnenten für die Zeitschrift «en Guete» konnte in dieser Zielgruppe um 85% gesteigert werden.

SWISS APÉRO in Deutschland

Die Nachfrage nach den Schweizer Trockenfleischspezialitäten – in Verbindung mit dem bisher in Deutschland noch unbekannten Apéro-Lifestyle aus der Schweiz – nahm zu und SWISS APÉRO konnte im deutschen Lebensmitteleinzelhandel eingeführt werden. Mostbröckli, Bündnerfleisch und neu auch Bündner Rohschinken werden heute in ausgewählten Märkten bei EDEKA, Globus und REWE angeboten. Zur Bekanntmachung wurde die Online-Kampagne «Auf einen Apéro mit ...» lanciert. In kurzen Videos wurden Treffen mit spannenden Menschen beim Apéro gezeigt – zum Beispiel mit der Schweizer Konzeptkünstlerin Milo Moiré oder mit den Foodbloggern Sascha und Torsten Wett.

www.typisch-schweiz.com



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
MARCEL PORTMANN**

Der Geschäftsbereich Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» 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.

 **Weitere Informationen:**
www.schweizerfleisch.ch



GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN

«Savoir-Faire»

Mit der «Nose-to-Tail»-Initiative «Savoir-Faire» fördert Proviande die Vollverwertung der Schlachtkörper. Das Ziel: Die Wertschöpfungskette Fleisch soll zukunftsorientiert unterstützt und der Diskurs um nachhaltige Ernährung aktiv mitgestaltet werden. Im Zentrum stand 2018 die Durchführung eines Wettbewerbs mit der Suche nach «Nose-to-Tail»-Trendgerichten.



Innovationswettbewerb

Jedes Fleischstück – auch ein weniger nachgefragtes – hat das Potenzial zur Delikatesse. Dank neuer kreativer Ansätze kann jedes Stück, vom Schnörkli bis zum Schwänzli, schmackhaft zubereitet werden. Gesucht wurden deshalb überraschende Gerichte

für die Gastronomie mit Fleisch vom Schweizer Rind, Schwein oder Kalb und mit frischen, lokalen Zutaten.

Aus einer Vielzahl von hochkarätigen Vorschlägen kürte die Jury schliesslich ein typisch schweizerisches Gericht mit Schlossbeindeckel vom Kalb, Markbein, Apfel und Kartoffelstock zum Sieger. Die Kreation wurde von 25 Eldorado-Restaurants auf die Menükarte gesetzt.

Insiderkurse «Special Cuts»

In zwei ausverkauften Kursen in Zürich und Bern vermittelte die Inhaberin und Küchenchefin der «Metzg» in Zürich den anwesenden Köchen und Fleischfachleuten die richtige Zubereitung, die optimale Lagerung und den Einfluss der Fleischqualität auf das Kochergebnis von Special Cuts.

DNA-Herkunfts-Check

Am 2. Juli 2018 startete nach umfangreichen Vorbereitungsarbeiten das DNA-Rückverfolgbarkeitssystem für Schweizer Rind- und Kalbfleisch mit der Entnahme von Referenzproben in den Schlachtbetrieben. Seit November werden auch im Detailhandel Kontrollproben gesammelt. Mit dem DNA-Herkunfts-Check kann jederzeit nachgewiesen werden, dass Fleisch

und Fleischprodukte mit Schweizer Herkunftsdokumentation auch wirklich von Tieren stammen, die in der Schweiz gehalten und geschlachtet wurden. Dadurch wird das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in Schweizer Fleisch weiter gestärkt – ganz nach dem Motto: «Wo Schweizer Fleisch draufsteht, ist auch Schweizer Fleisch drin.» Per Ende 2018 nahmen am System 35 Schlachtbetriebe mit einer Abdeckung von 86% aller Rindviehschlachtungen teil.

Informative Statistiken

Zu allen wichtigen Themen des Schlachtvieh- und Fleischmarktes erarbeitet der GB Dienstleistungen regelmässig Statistiken für die Branche, die Medien und weitere Interessierte. So auch 2018. Das gesamte Marktgeschehen wurde in der jährlichen Publikation «Der Fleischmarkt im Überblick» mit Hintergrundinformationen, Grafiken und Tabellen übersichtlich dargestellt und veröffentlicht.

Weitere Projekte

Gesundheitsprogramme Schweine Plus

Seit dem 1. April 2018 verwaltet Proviande administrativ den Fonds zur Anschubfinanzierung der Schweine-Plus-Gesundheitsprogramme. Im Zentrum der Arbeiten standen 2018 die Schaffung der technischen Voraussetzungen für die korrekte Abwicklung des auf drei Jahre befristeten Fonds in Koordination mit der Identitas AG, der Qualitas AG und den Projektträgern. Im Weiteren führt Proviande die Steuergruppe und erstellt die Quartalsberichte sowie den jährlichen Fondsbericht.

Nationale Marktdatenbank

Proviande betreibt im Auftrag der IG öffentliche Märkte neu die Software-Applikation «Nationale Marktdatenbank». Auf ihr werden alle auf den öffentlichen Rindviehmärkten aufgeführten Tiere gelistet und auf ihren Kontingentsstatus hin geprüft. Damit kann verhindert werden, dass Tiere auf den öffentlichen Märkten mehrfach Importkontingente generieren.



Innovationswettbewerb: Das Siegermenü.



**GESCHÄFTSBEREICHSLEITER
HEINRICH BUCHER**

Der Geschäftsbereich Dienstleistungen analysiert den Schweizer Fleischmarkt und publiziert entsprechende Statistiken, leitet das DNA-Rückverfolgbarkeitssystem sowie interne und externe Projekte und erfüllt weitere Dienstleistungen im Auftrag der Fleischbranche.

Fachgruppe TTS

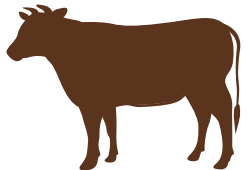
Das Sekretariat der Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe (TTS) wird von Proviande geführt. An den ordentlichen Sitzungen wurden unter anderem die Intervention beim Kanton Waadt nach den negativen Vorkommnissen in einem Schlachtbetrieb und die Stellungnahme zur Fachinformation Tierschutz des BLV (Transportunterbruch auf Viehmärkten) behandelt.

Schlachtviehabrechnungen

Proviande erstellte im Rahmen der privatrechtlichen Vereinbarung mit den Marktorganismen der Kantone BE, BL, VS und TI die Abrechnungen für 20'714 Tiere der Rindergattung sowie für die gemäss Leistungsauftrag zugeteilten Tiere der übrigen Kantone.

INLANDPRODUKTION IM VERGLEICH

Tierkategorie	Schlachtgewicht 2017 (Tonnen)	Schlachtgewicht 2018 (Tonnen)	Veränderung (Tonnen)	Veränderung (%)	Inlandanteil 2018 (%)
 Grossvieh	111'942	119'821	7'879	7,0	84,0
 Kälber	27'090	27'403	313	1,2	97,2
 Schafe	5'059	5'566	507	10,0	42,2
 Schweine	238'504	230'886	-7'618	-3,2	95,5
 Geflügel	96'016	101'577	5'561	5,8	64,5


**+7'879
Tonnen**

GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Aufgrund der Neuorganisation der Stabsstelle Unternehmensentwicklung (vormals Direktionsstab) übernahm der Geschäftsbereich Interne Dienste verschiedene zusätzliche Aufgaben, zum Beispiel die Administrationsarbeiten der Generalversammlung und des Verwaltungsrates. Im Sekretariat wurde deshalb eine zusätzliche Stelle geschaffen. Auch im Geschäftsbereich Dienstleistungen wurde für das Projekt DNA-Rückverfolgbarkeitssystem zusätzliches Personal eingestellt.

Daraus resultierend beschäftigte Proviande 2018 im Durchschnitt 94 Personen (Vorjahr 88, ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeiter). Dies entsprach 44,1 Vollzeitstellen (Vorjahr 42,6 – unter Berücksichtigung einer rückwirkend ab 2017 eingeführten Methoden-anpassung).

IT und EDV

Das betriebsinterne ERP-System Microsoft Dynamics NAV wurde um den zusätzlichen Bereich «Überwachung Ausschachtung (Schlachtgewichtsverordnung)» erweitert. Mit den neu eingeführten Funktionen werden die durchzuführenden Kontrollen geplant, die daraus resultierenden Befunde festgehalten und die Controllingberichte erstellt.

2018 mussten die bestehenden Multifunktionsdrucker ersetzt werden. Die neuen Geräte verbrauchen weniger Strom, arbeiten schneller und verfügen über mehr Funktionen als die alten Drucker.

Um dem Bedürfnis nach mehr Flexibilität und Mobilität nachzukommen, wurde ein neues WLAN-System evaluiert und installiert. Die Mitarbeitenden erhalten damit innerhalb von Proviande Zugriff auf alle benötigten Ressourcen, auch wenn sie nicht an ihrem Arbeitsplatz tätig sind.

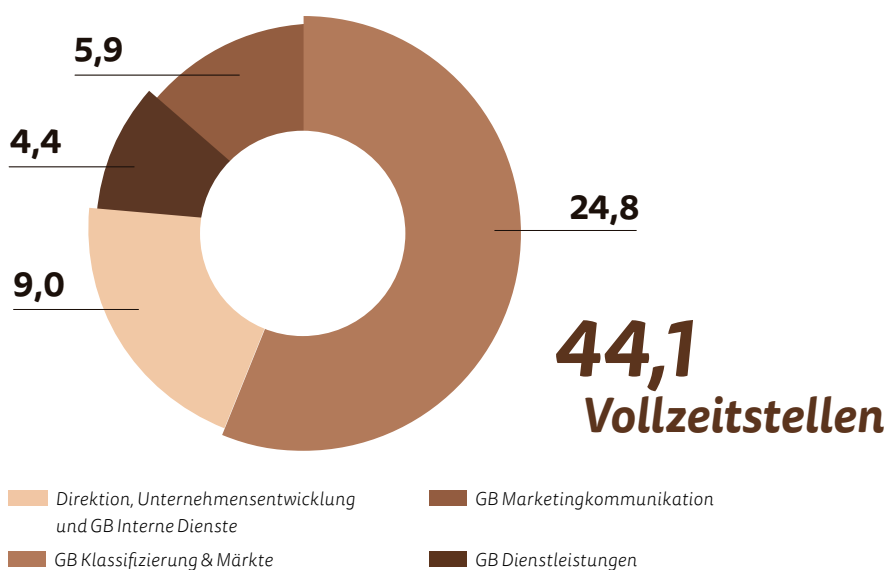


**GESCHÄFTSBEREICHSLEITERIN
PATRIZIA STURZENEGGER**

Der Geschäftsbereich Interne Dienste erfüllt vielfältige Aufgaben in den Bereichen Finanzen, Personal, IT und Sekretariat. Zudem unterstützt er das Unternehmen dank stetiger Optimierung der organisatorischen Ablaufprozesse und Strukturen.



VERTEILUNG DER DURCHSCHNITTlichen VOLLZEITSTELLEN AUF DIE GESCHÄFTSBEREICHE





FINANZEN

ERFOLGSRECHNUNG

	Jahr 2018 CHF	Jahr 2017 CHF
Ertrag Leistungsauftrag BLW	6'114'172	5'675'926
Ertrag Fördermittel BLW	6'506'300	6'420'922
Ertrag Fördermittel Eigenmittel	6'831'940	7'102'684
Ertrag aus Dienstleistungen	2'112'896	892'713
Erlösminderungen / Veränderung Delkredere	-81'746	130
Jahresbeiträge Genossenschafter	69'000	66'000
Total Dienstleistungsertrag	21'552'562	20'158'375
Aufwand Leistungsauftrag/Projekte	-234'583	-239'985
Projektaufwand Absatzförderung und QuNaV	-11'935'169	-12'198'791
Dienstleistungsaufwand	-1'505'473	-79'112
Total Dienstleistungsaufwand	-13'675'225	-12'517'888
Bruttogewinn	7'877'337	7'640'487
Personalaufwand	-6'469'412	-6'164'045
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-1'260'932	-1'417'326
EBITDA	146'993	59'116
Finanzergebnis	-2'733	-2'007
Abschreibungen	-35'490	-28'253
Betriebsergebnis vor Steuern	108'770	28'856
Steuern	-32'322	-5'825
Jahresgewinn	76'448	23'031

BILANZ

Aktiven	31.12.2018 CHF		31.12.2017 CHF
Umlaufvermögen	9'011'673		6'704'837
Anlagevermögen	19'490		54'980
Total Aktiven	9'031'163		6'759'817

Passiven

Fremdkapital	7'613'439		5'414'041
Eigenkapital	1'417'724		1'345'776
Total Passiven	9'031'163		6'759'817

GEWINNVERWENDUNG

	31.12.2018 CHF Antrag des Verwaltungsrates		31.12.2017 CHF Beschluss der Generalversammlung
Verfügbare Bilanzgewinn			
Jahresgewinn	76'448		23'031
Gewinnvortrag	665'666		663'287
Total verfügbarer Bilanzgewinn	742'114		686'318

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung

5% Verzinsung Genossenschaftskapital	20'250		19'500
Zuweisung an gesetzliche Reserven	3'822		1'152
Vortrag auf neue Rechnung	718'042		665'666
Total Bilanzgewinn	742'114		686'318

KOMMENTAR ZUR JAHRESRECHNUNG 2018

Der Dienstleistungsertrag in der Jahresrechnung 2018 wurde auch diesmal im Wesentlichen aus den Eigen- und Bundesmitteln für die Absatzförderung und die QuNaV-Projekte (62%), der Abgeltung des Leistungsauftrages (28%) und aus den Einnahmen für Dienstleistungen (10%) erwirtschaftet.

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. Die übrigen Mittel wurden im Rahmen der Landwirtschaftlichen Absatzförderungsverordnung und der Verordnung über die Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit vom Bund beigesteuert.

Der Dienstleistungsertrag stieg gegenüber dem Vorjahr um rund TCHF 1'394. Der grösste Teil dieses Betrags stammte aus dem durch den DNA-Herkunfts-Check generierten zusätzlichen Ertrag, ein weiterer Teil aus der höheren Vergütung des Bundesamtes für Landwirtschaft für die Erfüllung der zusätzlichen Aufgaben im Rahmen des Leistungsauftrags.

Der Dienstleistungsaufwand nahm gegenüber dem Vorjahr um insgesamt rund TCHF 1'157 zu, hauptsächlich infolge der Fremdkosten beim DNA-Herkunfts-Check. Dagegen fielen die Fremdkosten im Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte und in der Absatzförderung leicht tiefer aus.

Der Personalaufwand stieg im Berichtsjahr infolge der zusätzlichen Stellenprozente im Bereich Dienstleistungen (DNA-Herkunfts-Check) und für zusätzliche Aufgaben im Leistungsauftrag.

Die Bilanz

Die Bilanzsumme nahm per Stichtag gegenüber 2017 um 33,6% zu. Dies hauptsächlich im Umlaufvermögen wegen der höheren Bestände an Debitoren infolge des DNA-Herkunfts-Checks.

Auf der Passivseite nahm das kurzfristige Fremdkapital zu, vor allem wegen der höheren Kreditoren infolge Fakturierungen im DNA-Herkunfts-Check sowie aufgrund von Rückstellungen u.a. für den DNA-Herkunfts-Check.

Die Vermögensstruktur innerhalb der Aktiven blieb gegenüber dem Vorjahr praktisch unverändert. Dem Umlaufvermögen sind rund 99,8% der Aktiven zuzuordnen, was einer Zunahme von 0,6% entspricht.

Bei den Passiven nahm das Eigenkapital um 5,4% zu und der Eigenkapitalanteil sank aufgrund des höheren Fremdkapitals um 4,2% auf rund 15,7%.



Der Präsident
Dr. Markus Zemp

Bern, 8. April 2019



Der Direktor
Heinrich Bucher



Die Revisionsstelle

Die Metreba AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2018 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 3. April 2019 bestätigt.

IMAGESTUDIE FLEISCH 2018

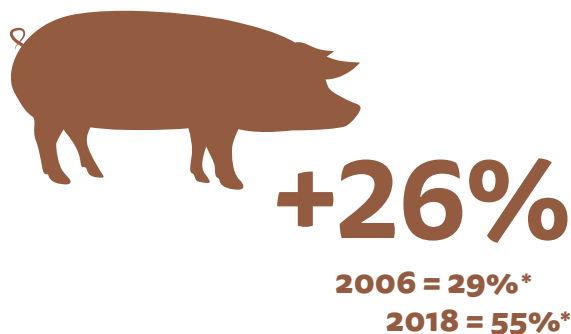
Nach 2006 und 2012 führte das Marktforschungsinstitut Dichter Research im Auftrag von Proviande 2018 erneut eine Studie zum Image von Fleisch durch. Ein Vergleich mit den früheren Studien ergab zum Teil überraschende Resultate. So lag der Anteil der Befragten, welche Fleisch essen, genau wie 2012 bei 94%. Allerdings

wurde eine klare Tendenz vom «täglichen» Fleischkonsum hin zum Konsum «mehrmals pro Woche» festgestellt. Bei der Frage nach der Qualität beim Fleisch stand das Kriterium «artgerechte Haltung» bei 47% der Befragten erstmals an erster Stelle.

WENN ES UM DIE QUALITÄT GEHT, STEHT «ARTGERECHTE HALTUNG» BEI DEN KONSUMIERENDEN NEU AN ERSTER STELLE.

2006 **12%** 2018 **47%**

QUALITÄT VON FLEISCH WIRD VON DEN KONSUMIERENDEN HEUTE WESENTLICH BESSER BEURTEILT ALS IM JAHR 2006.



* beurteilen die Qualität verschiedener Fleischsorten zu diesem Zeitpunkt besser als früher.

SCHWEIZER FLEISCH IST DEN KONSUMIERENDEN VIEL WERT.



GRÖßERES VERTRAUEN IN DIE SCHWEIZER FLEISCHPRODUZENTEN IST VORHANDEN.

60%
beurteilen Nutztierhaltung in der Schweiz als tierfreundlich.

13%
beurteilen Nutztierhaltung im Ausland als tierfreundlich.

