

GESCHÄFTSBERICHT VON PROVIANDE 2019



PROVIANDE

EINE AKTIVE BRANCHE IN EINEM SCHWIERIGEN UMFELD

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 Lebetieren durch und überwacht die öffentlichen Schlachtviehmärkte. Zudem übernimmt Proviande Projekte und Dienstleistungen für die Branche und betreibt Marketingkommunikation für Schweizer Fleisch.

Veränderte Trends in der Gesellschaft, die Tendenz zu einer Ernährung mit weniger Fleisch, Konzentrationen im Verarbeitungssektor sowie die klimapolitischen Diskussionen – das sind nur einige der Herausforderungen, welche die Fleischbranche 2019 bewegt haben.

Proviande kann und will sich den klima- und ernährungspolitischen Herausforderungen stellen. Sie setzt sich mit einer Reihe von Massnahmen verstärkt dafür ein, dass Schweizer Fleisch in der Gesellschaft, bei den Konsumentinnen und Konsumenten sowie in der Branche eine hohe Wertschätzung und Anerkennung geniesst.

Die Zukunft gehört einem Konsum mit Mass – jedoch nicht nur bei Fleisch, Käse oder Milch. Die Schweiz eignet sich aus vielen Gründen hervorragend für eine nachhaltige Produktion von tierischen Nahrungsmitteln und sowohl der Staat wie auch die Land- und Fleischwirtschaft arbeiten bereits seit Längerem an einer klimafreundlicheren Zukunft.



Dr. Markus Zemp, Präsident des Verwaltungsrats und Heinrich Bucher, Direktor (v.r.n.l.)

INHALT GESCHÄFTSBERICHT 2019

PROVIANDE GENOSSENSCHAFT	4
DAS JAHR 2019 IM ÜBERBLICK.....	11
GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE	15
GESCHÄFTSBEREICH MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH».....	19
GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN	22
GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE	26
FINANZEN	28

PROVIANDE GENOSSENSCHAFT



Proviande ist eine Genossenschaft mit Sitz in Bern. Genossenschafter sind in der Schweiz tätige Organisationen und Unternehmen der Produzenten, Vermittler und Verwerter von Schlachttieren, Fleisch und Schlachtnebenprodukten, Detailhändler, Importeure und Exporteure. Zweck und Organisation sind in den Statuten geregelt.

Genossenschaftsmitglieder

Organisationen der Produzenten

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

Organisationen der Verwerter und 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 Viehhändler Verband, Chur
- VB Food International AG, Brüttisellen
- Verband schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, Lupfig

Verwaltungsrat

Der Verwaltungsrat (VR) von Proviande leitet, beaufsichtigt und kontrolliert die Geschäftsführung. Dem VR obliegt insbesondere die Festlegung der Unternehmensziele und der Unternehmensstrategie, welche auf der von ihm definierten Vision und Mission sowie auf den Leitsätzen basieren.

Präsidium

- Präsident: Zemp Markus, Schafisheim
- Vizepräsident: Engeli Oliver, Engishofen

Mitglieder von Produzentenorganisationen sowie deren Stellvertreter

- Engeli Oliver, Swiss Beef CH, Brugg
Rösti Hans, Interessengemeinschaft öffentliche Märkte, Brugg
- Nicod Bernard, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
Gruet Philippe, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
- Oberle Jörg, Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
Beffa Peppino, Schweizer Schafzuchtverband, Niederönz
- Rufer Martin, Schweizer Bauernverband, Brugg
Noël Christophe, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
- Waldvogel Adrian, Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
Mosimann Christoph, Schweizerischer Freibergerverband, Avenches
- Windlin Arnold, Suisseporcs, Sempach
Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach

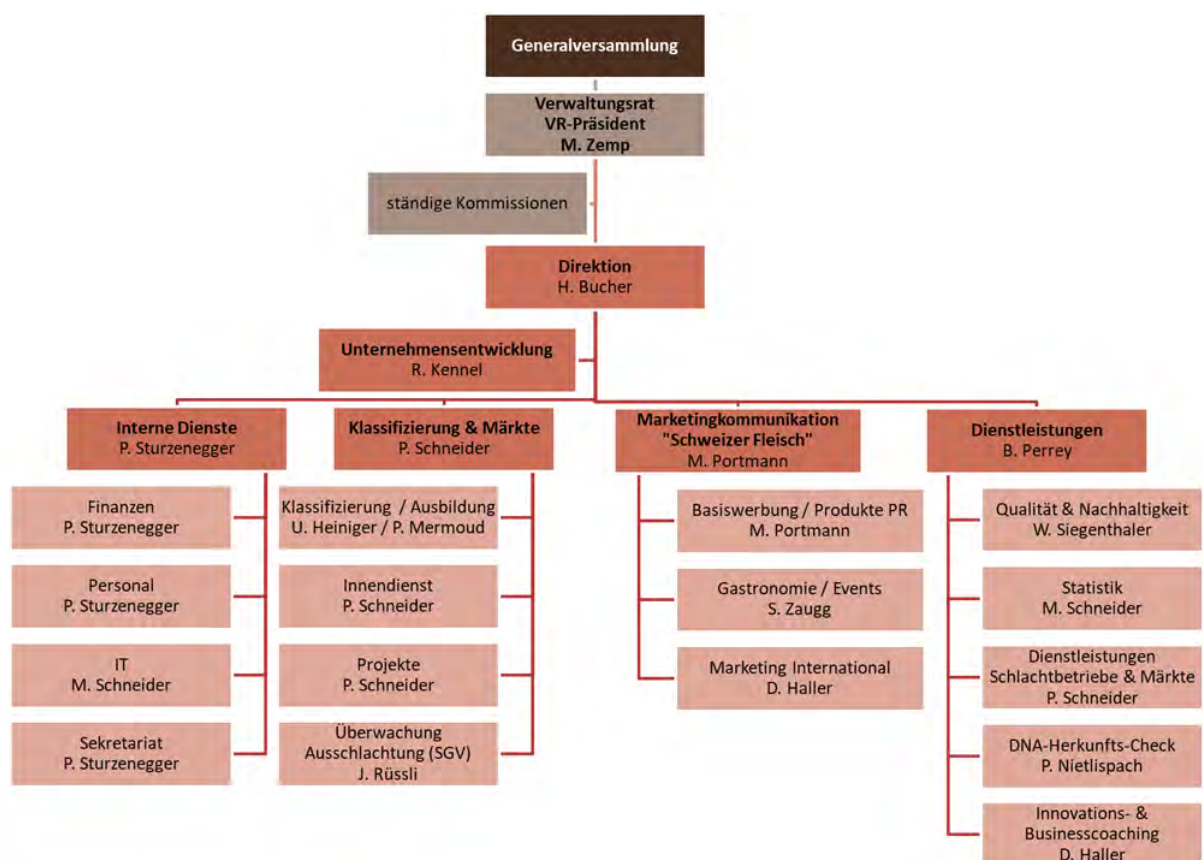
Mitglieder von Verwerter- und Vermittlerorganisationen sowie deren Stellvertreter

- Arnold Walter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
Humbel Otto, Schweizerische Schweinehandelsvereinigung, Stetten
- Baumann Albert, Micarna SA, Courtepin
Von Strauss Lutz, Micarna SA, Courtepin
- Birrer Heiner, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich,
Gerber Michel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Spiess Jürg, Berneck, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
Kyburz Hans Rudolf, Verband schweizerischer Geflügel- und Wild-Importeure, Lupfig
- Sutter Reto, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
Martinetti Glauco, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Wyss Lorenz, Bell Schweiz AG, Basel
Allemann Philipp, Bell Schweiz AG, Basel

Mitglieder von Konsumentenorganisationen sowie deren Stellvertreter

(mit beratender Stimme)

- Rogger Moritz, GastroSuisse, Zürich
Meier-Schmid Brigitte, GastroSuisse, Zürich
- Staub Susanne, Konsumentenforum kf, Bern



Kommissionen

Gemäss den Statuten kann der Verwaltungsrat Aufgaben und Kompetenzen an ständige Kommissionen oder ad hoc gebildete Arbeitsgruppen übertragen. Die Mitglieder der ständigen Kommissionen werden analog dem Verwaltungsrat für drei Jahre gewählt. Die Gesamterneuerungswahlen erfolgen jeweils innert vier Monaten nach den Gesamterneuerungswahlen für den Verwaltungsrat.

Kommission Marketingkommunikation (KMK)

Aufgaben

1. Empfehlung der strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Inland zuhanden des Verwaltungsrates.
2. Beratung der Direktion und der Geschäftsleitung bei der Umsetzung der vom Verwaltungsrat genehmigten strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Inland.
3. Förderung der Koordination mit allfälligen Marketingmassnahmen der Branchenmitglieder und der Agro-Marketing Suisse (AMS).

Mitglieder

- Portmann Marcel (Vorsitz), Proviande, Bern
- Albrecht Adrian, Transgourmet Schweiz AG, Moosseedorf
- Bechter Alexandra, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Dettling Marcel, Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
- Elia Davide, Bell Schweiz AG, Basel
- Gerber Michel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Grob Felix, Suisseporcs, Sempach
- Gygax Corinne, Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
- Härter Daniel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Hofstetter Mirjam, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Meier-Schmid Brigitte, GastroSuisse, Zürich
- Pfister Roland, Micarna SA, Courtepin
- Schneider Fabian, Coop, Basel

Kommission Exportmarketing (KEM)

Aufgaben

1. Empfehlung der strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Exportmarketing zuhanden des Verwaltungsrates.
2. Beratung der Direktion und der Geschäftsleitung bei der Umsetzung der vom Verwaltungsrat genehmigten strategischen Ausrichtung der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» im Bereich Exportmarketing.

Mitglieder

- Portmann Marcel (Vorsitz), Proviande, Bern
- Bürki Bruno, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Elia Davide, Bell Schweiz AG, Basel
- Härter Daniel, Ernst Sutter AG, Gossau
- Hofstetter Mirjam, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Oberli Christian, Suisseporcs, Sempach
- Reutegger Hans, Micarna SA, Courtepin
- Zimmermann Markus, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich

Kommission Märkte und Handelsusancen (KMH)

Aufgaben

1. Marktüberwachung gemäss Leistungsauftrag des Bundes
Beratung der Direktion und der Geschäftsleitung bei der Erhebung, Auswertung und Publikation der Schlachtviehpreise, bei Fragen zur Durchführung der Marktabräumung gemäss Schlachtviehverordnung, zu Marktentlastungsmassnahmen sowie zu den Ausschachtungsbestimmungen gemäss Schlachtviehverordnung.
2. Handelsusancen
Erhebung und Beurteilung der Abrechnungsmodalitäten (Angemessenheit) für die Bezahlung von Schlachttieren, Überprüfung von Qualitätsabstufungen, Behandlung von Garantiefragen, Kontrolle der Einhaltung der Wägevorschriften sowie die Vorbereitung allfälliger Massnahmen.
3. Weitere Aufgaben
Durchführung, Begleitung und Überwachung von Projekten für die Branche sowie der vom Verwaltungsrat zugewiesenen Aufgaben.

Mitglieder

- Bucher Heinrich (Vorsitz), Proviande, Bern
- Achermann Thomas, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Egger Christoph, Micarna SA, Courtepin
- Glur Christian, SwissBeef CH, Brugg
- Kyburz Hans Rudolf, Verband schweizerischer Geflügel- und Wild-Importeure, Lupfig
- Oberle Jörg, Schweizer Kälbermäster-Verband, Brugg
- Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach
- Rösti Hans, IG öffentliche Märkte, Brugg
- Rufer Martin, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Schorderet Daniel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Schwab Stefan, Anicom AG, Bern
- Seiler Stefan, Bell Schweiz AG, Basel
- Siegrist Christian, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Uhlmann Ruedi, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich

Personalkommission (PeKo)

Aufgaben

1. Festlegung der Besoldungs- und Anstellungsrichtlinien.
2. Vorschlag an den Verwaltungsrat insbesondere für die Festsetzung der jährlichen Lohnsumme.
3. Vorschlag an den Verwaltungsrat für die Festlegung der Entschädigung des Verwaltungsrats, des Verwaltungsratspräsidenten sowie der Mitglieder der ständigen und Ad-hoc-Kommissionen.
4. Vorbereitung der Anstellung/Entlassung des Direktors zuhanden des Verwaltungsrates.
5. Weitere vom Präsidenten oder vom Verwaltungsrat zugewiesene Aufgaben.

Mitglieder

Je zwei Vertreter der Produzenten und der Vermittler/Verwerter aus dem Verwaltungsrat.

- Zemp Markus (Vorsitz), Präsident Proviande
- Baumann Albert, Bazenheid
- Nicod Bernard, Granges-près-Marnand
- Windlin Arnold, Giswil
- Wyss Lorenz, Basel

Lenkungsgremium Akkreditierte Tätigkeitsbereiche (LeG)

Das LeG steht dem Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte als kompetentes und auf die Branche bezogenes Aufsichtsorgan bei den akkreditierten Tätigkeitsbereichen zur Seite. Es wacht darüber, dass die Aufgaben neutral, fachgerecht und gemäss den Vorgaben des Leistungsauftrages erfüllt werden.

Mitglieder

- Bucher Heinrich (Vorsitz), Proviande, Bern
- Achermann Thomas, Vertreter des Handels, Inwil
- Helfenstein Raphael, Vertreter der Schweineproduzenten, Sempach
- Hofer Hans Rudolf, Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe, Zürich
- Kipfer Werner, Vertreter der Rindviehproduzenten, Säriswil,
- Schneider Peter, Proviande, Bern

Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe (FG TTS)

Die FG TTS befasst sich mit allen in der Praxis auftretenden Fragen bezüglich Tierschutz bei Tiertransporten und in den Schlachthöfen. Einen Schwerpunkt bildet die Koordination der Aus- und Fortbildung für das Transport- und Schlachthofpersonal, welche gemäss der revidierten Tierschutzverordnung in der Verantwortung der Branche liegt.

Der Fachgruppe kommt auch in anderen Bereichen eine wichtige Bedeutung zu. Da alle relevanten Organisationen vertreten sind, sind die Diskussionen effizient und können bei Bedarf in spezifischen Arbeitsgruppen weitergeführt werden.

Mitglieder

- Bucher Heinrich (Vorsitz), Proviande, Bern
- Angst Michael, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband SVV, Chur
- Hofer Hans Rudolf, Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe, Zürich
- Hofer Niklaus, IP-SUISSE, Zollikofen
- Jenni Markus, Ausbildung Tiertransporte, Chur
- Loup Fabien, Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen BLV, Bern
- Matti Rudolf, ASTAG Schweizerischer Nutzfahrzeugverband, Bern
- Neuenschwander Jaques, Ausbildungszentrum für die Schweizer Fleischwirtschaft, Spiez
- Sciarra Cesare, Schweizer Tierschutz STS, Aarau
- Vogel Regula, Vereinigung der Schweizer Kantonstierärzte VSKT, Bern
- Zweifel Ruedi, Aviforum, Zollikofen

DAS JAHR 2019 IM ÜBERBLICK



Einmal mehr war das Jahr von den neuen Ernährungstrends und den klimapolitischen Diskussionen geprägt. Trotz des schwierigen Umfeldes ging Proviande den Weg zur Erfüllung ihrer Vision und Mission konsequent weiter. Wichtige Meilensteine waren unter anderem der Leistungsauftrag des BLW, der DNA-Herkunfts-Check und die Marketingkommunikation.

DER FLEISCHMARKT

Verbrauch

2019 wurde mit 441'281 Tonnen Verkaufsgewicht rund 1% weniger Fleisch verbraucht als im Vorjahr. Entsprechend ging auch der Pro-Kopf-Verbrauch um 1,5% zurück und betrug 51 kg. Der Inlandanteil am gesamten Fleischverbrauch über alle Tierarten ging leicht zurück und betrug 81%.

Schweinemarkt

Die Inlandproduktion lag mit einem Rückgang um mehr als 4% deutlich tiefer als im Vorjahr. Die Preise stiegen bereits zu Jahresbeginn an und blieben auf gutem Niveau stabil. Grössere Preisschwankungen konnten vermieden werden und die Versorgung des Marktes war auch dank der ergänzenden Importe jederzeit sichergestellt.

Rinder und Kühe

Die saisonalen Schwankungen beim Bankvieh hatten Einfluss auf die Marktsituation. Das erste Semester verlief stabil und auch im zweiten Halbjahr konnten schlachtreife Tiere kontinuierlich und ohne grössere Wartezeiten geliefert werden.

Erneut gesunken ist der Inlandanteil bei den Kühen. Auch hier konnte die sehr gute Nachfrage nur dank der nötigen Importe gedeckt werden. Die Preisentwicklung verlief dem Markt entsprechend stabil.

Kälbermarkt

Eine frühzeitig eingeleitete Marktentlastungsmassnahme mit der Einlagerung von rund 600 Tonnen Kalbfleisch zeigte Wirkung und übermässige Preisabschläge konnten vorerst vermieden werden. Der grosse Markt- und Preiseinbruch erfolgte jedoch nach Ostern und die Preise erholten sich nur sehr zaghaft wieder.

Aus den Projekten

Vision & Mission

«Schweizer Fleisch geniesst eine hohe Wertschätzung und Anerkennung.» (Vision) «Proviande ist Impulsgeberin, Botschafterin, Vermittlerin und Dienstleisterin.» (Mission)

Die Steuerungsgruppe und die Geschäftsleitung befassten sich 2019 intensiv mit der Umsetzung der neuen Vision und Mission. Sie hielten nach Prüfung des Statusberichts zu den beschlossenen Massnahmen fest, dass in der Branche bereits zahlreiche Aktivitäten zur Erfüllung der Vision aufgegleist sind. Als hoch eingestuft wird der Kommunikationsbedarf in der Öffentlichkeit und in der Branche. Ein periodischer Bericht wird deshalb künftig aufzeigen, wo die Branche steht und wie sie mit den Herausforderungen umgeht.

Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch»

Mit der Weiterentwicklung der Kampagne «Der feine Unterschied» und mit der Schwerpunktkampagne «Mein Stück Schweiz» wurde die Marketingstrategie weiterhin konsequent umgesetzt. Einen Schwerpunkt bildete dabei die komplette Überarbeitung und Neugestaltung der Website www.schweizerfleisch.ch.

Leistungsauftrag des BLW

Auch im Jahr 2019 konnten die definierten Aufgaben ordnungsgemäss abgewickelt werden. Insbesondere wurde die Überwachung der Ausschlachtbestimmungen etabliert sowie die Prüfung des elektronischen Klassifizierungsgerätes BCC-3 für Rindvieh eingeleitet.

Neutrale Ombudsstelle Tierwohl

Im Rahmen der neuen Vision von Proviande entwickelte der Bereich Dienstleistungen ein Konzept für die Einführung einer neutralen Ombudsstelle zur Meldung von Verstössen gegen die Tierschutzbestimmungen bei Nutztieren. Das Konzept wurde vom Verwaltungsrat genehmigt und soll 2020 umgesetzt werden.

DNA-Herkunfts-Check

Die Erhebung der Referenzproben in den Schlachtbetrieben wurde weiter ausgebaut und umfasste Ende 2019 rund 88% aller geschlachteten Tiere der Rindviehgattung. Zudem wurde im Rahmen des Markt-Monitoring die Herkunftsüberprüfung Schweiz beim Kalb- und Rindfleisch im Detailhandel auf- und ausgebaut.

Nachhaltigkeit

Das Projekt «Savoir-Faire» (Vollverwertung der Schlachtkörper) diente zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit in der Land- und Ernährungswirtschaft (QuNaV). Weitere Massnahmen wurden realisiert und das Projekt nach vier Jahren erfolgreich abgeschlossen.

Aus der Politik

Agrarpolitik AP 22+

Der Bundesrat nahm die Ergebnisse der Vernehmlassung zur Agrarpolitik zur Kenntnis und beauftragte das Eidgenössische Departement für Wirtschaft, Bildung und Forschung, bis im ersten Quartal 2020 eine entsprechende Botschaft auszuarbeiten.

Die in der Vernehmlassung zur Diskussion gestellte Inlandleistung bei der Vergabe von Zollkontingenten und die Marktentlastungsmassnahmen will der Bundesrat wie von der Fleischbranche gefordert beibehalten.

Handelsabkommen mit dem Mercosur

Die EFTA- und die Mercosur-Staaten schlossen ihre Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen in der Substanz ab. Im Agrarbereich wird die Schweiz für ausgewählte Produkte erstmals auch bilaterale Kontingente ausserhalb ihrer WTO-Verpflichtungen gewähren.

Proviande bewertet die von der Schweiz gewährten Konzessionen skeptisch. Die dem Mercosur zugestandenen Importmengen liegen über den Erwartungen und ein gewisser Druck auf den inländischen Fleischmarkt ist nicht auszuschliessen. Damit besteht bei den

Kontingenten für rotes und für weisses Fleisch kein Spielraum mehr für Zugeständnisse bei weiteren Handelsabkommen.

Kompetenzzentrum Plattform Agrarexport

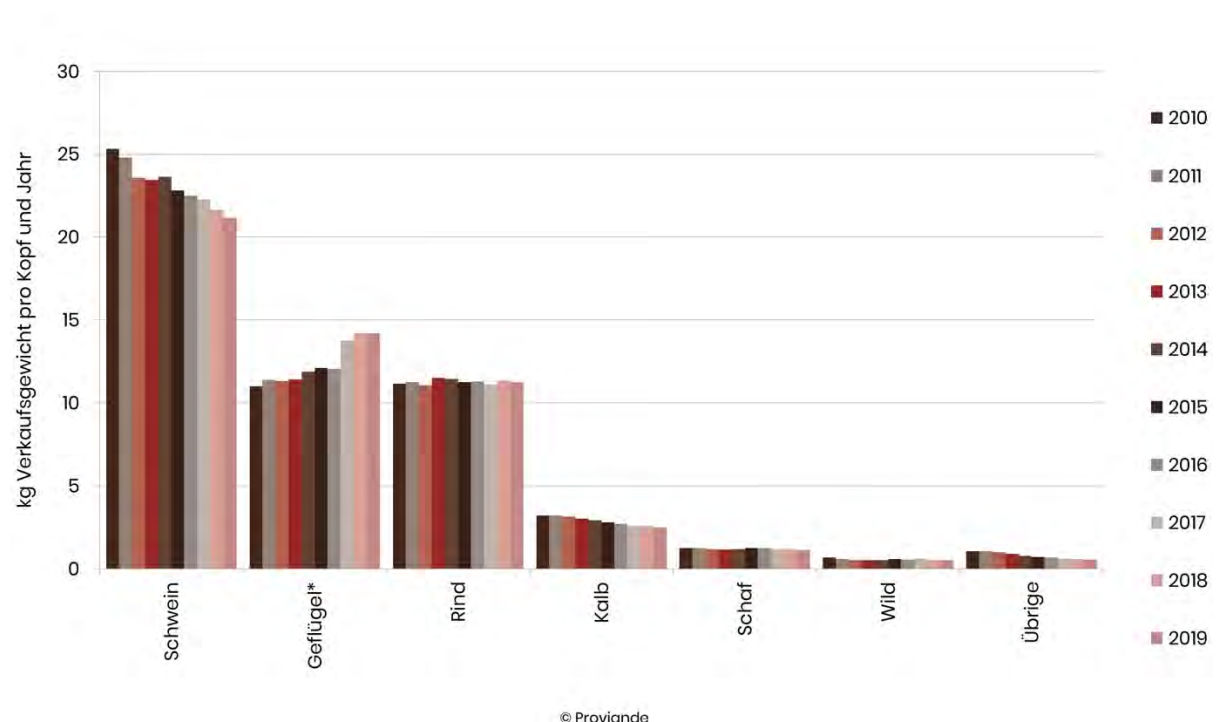
Am 6. Juni 2019 wurde in Bern die Plattform Agrarexport gegründet. Das Kompetenzzentrum soll das Know-how rund um den Zutritt zu ausländischen Märkten bündeln, die Mitglieder bei der Überwindung von technischen Handelshemmnissen im Export von Agrargütern effizient unterstützen und die Zusammenarbeit zwischen staatlichen Stellen, privaten Firmen sowie Branchenorganisationen optimieren und intensivieren.

Mitglied der Plattform können Unternehmen und Organisationen aus der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft werden, die exportorientiert ausgerichtet sind oder sich mit Exportfragen beschäftigen. Der operative Start ist für Februar 2020 geplant. Proviande ist Gründungsmitglied der Plattform und mit dem Direktor im Vorstand vertreten.

Mehrwertstrategie der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft

Im Rahmen der Bestrebungen zur Entwicklung einer Mehrwertstrategie wurden der Stand und der Bedarf für den Bereich Fleischwirtschaft evaluiert. Verbesserungspotenzial besteht demnach bei der glaubwürdigen Umsetzung der verschiedenen Bestimmungen (möglichst keine Verstösse mehr), der Förderung der Tiergesundheit sowie bei der Fütterung mit nachhaltigen (Schweizer) Rohstoffen. Entsprechende Massnahmen wurden geplant und werden zum Teil bereits umgesetzt.

Entwicklung des Fleischverbrauchs



GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE



Der Leistungsauftrag

Bei der Erfüllung des erweiterten Leistungsauftrages des Bundes konnten weitere Erfahrungen bei den Kontrollen zur Überwachung der Schlachtgewichtsverordnung gemacht werden. Grossmehrheitlich erfüllten die Schlachtbetriebe die gesetzlichen Vorgaben. In einigen Fällen musste dem Bundesamt für Landwirtschaft jedoch Meldung über Fehler erstattet werden, welche zum Teil auch bei den Nachkontrollen nicht behoben waren und deshalb zu Sanktionen führten.

Öffentliche Schlachtviehmärkte

Bei allen Kategorien der Rindviehgattung ging die Produktion im Vergleich zum Vorjahr zurück. Insbesondere bei den Kühen war die Nachfrage während des ganzen Jahres gross und es gab nur sehr geringe Marktschwankungen.

Trotz den weiterhin sinkenden Rindviehbeständen blieben die Auffuhrzahlen ziemlich stabil. An den 663 Rindviehmärkten wurden insgesamt rund 61'950 Tiere aufgeführt. Der Anteil Verarbeitungstiere betrug 68% und der Handel verlief allgemein sehr lebhaft.

An den 300 öffentlichen Schafmärkten wurden insgesamt 70'335 Tiere angeboten. Der Markt verlief saisonal unterschiedlich. Im Vergleich zum Vorjahr wurde der Markt nicht witterungsbedingt beeinflusst. Mit verschiedenen Aktionen konnten die angebotsstarken Wochen im Herbst gut entlastet werden. Entsprechend mussten weniger Schafe an importberechtigte Handelsfirmen zugeteilt werden.

Entwicklung Auffuhrzahlen öffentliche Märkte 2018/2019

		Rindvieh	Schafe
Märkte	2018	668	299
	2019	663	300
	Differenz	-5	1
Auffuhren	2018	62'341	70'644
	2019	61'949	70'335
	Differenz	-392	-309
Zuteilungen	2018	526	3'097
	2019	131	1'264
	Differenz	-395	-1833

Die Tierschutzgesetzgebung lässt bezüglich der Transportunterbrüche für Tiere ab öffentlichen Märkten viel Interpretationsspielraum. Vertreter von Bundes- und Kantonsbehörden sind zusammen mit der Branche daran, praxisgerechte und umsetzbare Lösungen zu finden.

Marktintervention

Um den Markt vom saisonalen Überangebot bei den Bankkälbern zu entlasten, wurden 613 Tonnen Kalbfleisch eingelagert. Das sind 14% mehr als im Vorjahr.

Umfangreiche Projekte

Tierverkehrsdatenbank für Kleinwiederkäuer

Proviande koordinierte diverse Aktivitäten zur Umsetzung der Einzeltierrückverfolgbarkeit bei Schafen und Ziegen. Zur Abwicklung des Handels auf öffentlichen Schafmärkten wurde in Zusammenarbeit mit der Identitas AG ein Marktprogramm entwickelt. Erfreulicherweise konnten alle Marktorganisatoren dazu bewogen werden, mit dem gleichen EDV-Programm zu arbeiten. Die Einführung und die Umsetzung erfolgen 2020.

Vermeidung des Schlachtens von trächtigen Rindern und Kühen

Seit Einführung der Branchenregelung im Jahr 2017 trat keine spürbare Verbesserung ein und die Anzahl korrekt deklarerter Trächtigkeiten lag deutlich unter den Erwartungen. Die Branche forderte deshalb weitere Massnahmen. Die Branchenlösung wurde entsprechend weiterentwickelt und die Schlachtbetriebe erheben für trächtige Kühe, die unbegründet zur Schlachtung gebracht werden, ab dem 1. Januar 2020 eine Gebühr von CHF 100.–/Tier.

Klassifizierungsgerät für Haartiere

Die praktische Eignungsprüfung für das Klassifizierungsgerät BCC-3 wurde im Spätherbst im Schlachtbetrieb der SBAG Gossau in Angriff genommen. Erste Ergebnisse sind im Frühjahr 2020 zu erwarten.

Qualitätsentwicklung Banktiere

Aufgrund von züchterischen Massnahmen entwickeln die Banktiere immer grössere Edelstücke, welche nicht mehr portionen- und preisgerecht geschnitten werden können. Aus den ersten umfangreichen Auswertungen der Firma Qualitas AG wurde deshalb ein Massnahmenplan erarbeitet, welcher auch die verschiedenen Einflussfaktoren und die Korrelation der einzelnen Qualitätsmerkmale berücksichtigt.

Schlachtviehpreise

Die sinkende Inlandproduktion bei den Schweinen wirkte sich positiv auf die Preise aus. Zum Jahresbeginn stiegen diese kontinuierlich an und es entstanden – wie auch beim Rindvieh – keine grossen Preisschwankungen.

Bei den Bankkälbern verhinderte die Marktentlastungsmassnahme vor Ostern einen Preiszerfall. Nach Ostern geriet der Markt aus dem Gleichgewicht und die Preise blieben bis im August unter Druck. Eine Wiederaufnahme der Marktentlastungsmassnahme war nicht möglich, da die Bundesmittel aufgebraucht waren.

Aus- und Weiterbildung

Im gewohnten Zweijahresrhythmus erneuerten die Schlachtbetriebsklassifizierer ihre Lizenz. Die Marktklassifizierer absolvierten ihre Wiederholungskurse und die Experten nahmen an der periodischen Weiterbildung teil.

Im Rahmen des SAS-Audits wurden die Kontrolle und Überwachung der Schlachtgewichtsverordnung und die internen Abläufe in der Geschäftsstelle überprüft. Geringe Anpassungen in der administrativen Verarbeitung wurden bereits vorgenommen und das Audit konnte erfolgreich abgeschlossen werden.

Neutrale Klassifizierung Schlachtkörper 2019

Tierkategorie	Schlachtungen	Klassifiziert durch Proviande	Anteil klassifiziert
Grossvieh	404'365	355'360	87,9%
Kälber	211'598	187'818	88,8%
Schweine	2'461'742	2'268'464	92,1%
Schafe	243'962	153'560	62,9%



Peter Schneider

Geschäftsbereichsleiter Klassifizierung & Märkte

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

GESCHÄFTSBEREICH MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH»



«Der feine Unterschied»

Seit mehreren Jahren kommuniziert «Schweizer Fleisch» die «feinen Unterschiede» von einheimischem gegenüber ausländischem Fleisch auch in der Basiskommunikation. 2019 wurde die Kampagne grundlegend weiterentwickelt und am 30. September mit TV-Spots, Plakaten und Inseraten gestartet.

Sie macht sich auf die Suche nach diesen feinen Unterschieden – mit emotionalen Geschichten und ungewohnt authentischen Darstellerinnen und Darstellern.

Ebenfalls grundlegend überarbeitet wurde die Website www.schweizerfleisch.ch. Mit ihrem Magazincharakter umfasst sie seit dem 3. Dezember unter anderem spannende Hintergrundgeschichten, 200 Rezepte mit Schweizer Fleisch und 55 hilfreiche Zubereitungsvideos.

Als Infoboxen werden die Argumente für Schweizer Fleisch organisch in die Texte und Rezepte eingebaut. Im Bereich Social Media ist «Schweizer Fleisch» neu auch auf Instagram aktiv.

«Mein Stück Schweiz»

In der diesjährigen PR-Kampagne standen das Schweizer Schweinefleisch und die tierischen Fette im Zentrum sowie als zweiter Schwerpunkt die hartnäckigen Fleischirrtümer. Eine Microsite mit Videobeiträgen von Markenbotschaftern und Influencern sowie dem «Schweinepuzzle», eine breite Facebook-Kampagne und die bisher umfangreichste Medienpartnerschaft generierten eine Vielzahl an Kontakten mit den Konsumentinnen und Konsumenten, zum Beispiel rund 3 Millionen Nettokontakte über die Print- und Onlinemedien.

Für die Gastronomie ...

Mit der Lancierung der neuen Basiskampagne wurde auch der Auftritt in den Gastrofachmedien angepasst. Mit je einem Testimonial aus der Deutsch- und der Westschweiz setzte man auch für die Zielgruppe Gastronomie erstmals auf Menschen und ihre Authentizität für die Kommunikation der Vorteile von Schweizer Fleisch.

Auch 2019 war «Schweizer Fleisch» mit seinem bewährten Stand und den beliebten Kochshows an der wichtigsten Gastromesse Igeho in Basel vor Ort.

Eine grosse Besucherzahl schätzte die Konstanz und das sinnvolle Konzept des Auftritts von «Schweizer Fleisch».

Am 17. Kochwettbewerb «La Cuisine des Jeunes» kreierten vier junge Kochtalente herrliche Gerichte mit bestem Schweizer Poulet. Das Finale in Bern war für die Positionierung «klein, fein, ehrlich und familiär» bestens inszeniert und fand mit Lars Spiess aus Zürich einen würdigen Sieger.

... und für Ernährungsfachleute

Die Präsenz von «Schweizer Fleisch» an verschiedenen Tagungen und wichtige Partnerschaften sorgten für einen regelmässigen Austausch und Kontakt mit dieser Spezialzielgruppe. So wurden unter anderem mit der Schweizerischen Gesellschaft für Ernährung SGE sechs neue Rezepte mit Fleisch zum «optimalen Teller» kreiert und alle Ernährungsberater/-innen wurden mit dem Newsletter «Fleisch Info» sowie mit der Verbreitung von Informationen über die Verbände SVDE und SGE während des ganzen Jahres mehrmals erreicht.

Im Bereich WAH (Wirtschaft – Arbeit – Haushalt, vormals Hauswirtschaft) wurden aufgrund einer Bedürfnisabklärung verschiedene neue Unterlagen realisiert. Nach wie vor stand aber der Aufbau eines hochwertigen Adressstammes im Zentrum. Mittels einer Bestellkarte auf der Titelseite von «Le Menu» an 4'000 Lehrpersonen konnte die Abonnentenzahl der Publikation «En Guete» in dieser Zielgruppe um 21% gesteigert werden. «En Guete» erscheint 8-mal jährlich in einer Jahresauflage von 208'000 Exemplaren und wird in Metzgereien aufgelegt.

Das «Schweizer Fleisch»-Campfire

Mit seinem attraktiven Auftritt hat sich das «Schweizer Fleisch»-Campfire als fester Bestandteil vieler nationaler Musikfestivals zu einem beliebten Publikumsmagneten entwickelt – 2019 zum ersten Mal auch am Heitere Open Air. Ebenfalls neu war die Vermarktung über eine Social-Media-Kampagne, mit welcher rund 4,7 Millionen Ad Impressions generiert wurden. Dank des grossen Erfolgs wird das Campfire als Unterstützung der Basiskommunikation und als Engagement für eine positive Einstellung zu «Schweizer Fleisch» auch 2020 weitergeführt.

Innovative Exportprojekte

Die hochwertigen Produkte Bündnerfleisch, Mostbröckli und Rohschinken wurden unter der Marke SUISSE APÉRO seit Oktober 2017 in ausgewählten deutschen Märkten ins Sortiment aufgenommen. Aufgrund des zu geringen Absatzes und einer strategischen Neuausrichtung wird SUISSE APÉRO von Proviande seit September 2019 nicht mehr unterstützt. Seit April haben Schweizer Unternehmen jedoch die Möglichkeit, Unterstützungsgesuche für innovative Exportprojekte einzureichen. Die subsidiäre finanzielle und/oder personelle Unterstützung soll in der Branche verstärkt für Anreiz und Motivation zu Innovationen beitragen. Bis Ende 2019 gingen allerdings noch keine Gesuche ein.



Marcel Portmann

Geschäftsbereichsleiter Marketingkommunikation

Der Geschäftsbereich Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» fördert im Interesse aller Mitglieder (Produzenten, Verwerter, Endverkauf) das Vertrauen in die einheimische Fleischerzeugung vom Stall bis auf den Teller und damit den Absatz von Schweizer Fleisch im In- und Ausland.

GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN



DNA-Herkunfts-Check

Der DNA-Herkunfts-Check ist ein zuverlässiges System zur Überprüfung der Herkunftsdeklaration von Schweizer Kalb- und Rindfleisch. Im Detailhandel – künftig auch in der Gastronomie – kann damit überprüft werden, ob Fleisch und Fleischprodukte mit Schweizer Herkunftsdeklaration auch wirklich von Tieren stammen, die in der Schweiz gehalten und geschlachtet wurden.

Im Jahr 2019 wurden die DNA-Profile von rund 88% der geschlachteten Tiere der Rindergattung erfasst und im Detailhandel mehr als tausend Kontrollproben genommen. Die Vergleiche der Profile aus den Kontrollproben mit den Referenzproben aus den Schlachthöfen ergaben bei 91% eine Übereinstimmung (Match). Die Herkunft Schweiz dieser Produkte wurde somit eindeutig nachgewiesen. Von den rund 9% der Proben ohne Übereinstimmung (No-Match) stammt der grösste Teil aus tiefgekühltem Fleisch von Tieren, die vor dem Start der Probenahme in den Schlachthöfen geschlachtet wurden. Ihre DNA-Profile sind somit nicht in der Datenbank registriert. Auch wenn es noch einige unerklärbare Fälle von No-Match gibt, kann auf Basis der vorliegenden Erkenntnisse kein Missbrauch in der Deklaration festgestellt werden.

«Savoir-Faire» – die «Nose to Tail»-Initiative von Proviande

Das Ziel des im Jahr 2016 lancierten und nun abgeschlossenen Projekts «Savoir-Faire» war es, mit neuen Impulsen zur Verwendung des ganzen Schlachttieres den Fleischkonsum nachhaltiger zu gestalten.

Im Rahmen dieses Projekts wurden zum Thema «Special Cuts» unter anderem fünf Lernvideos für Fleischfach- und Gastronomielehrlinge publiziert, zwei ausgebuchte Zubereitungskurse in Zürich und Bern durchgeführt sowie mehrere umfangreiche Publikationen veröffentlicht.



Den Abschluss von «Savoir-Faire» bildete eine Impulsveranstaltung unter dem Titel «Mehr als Filet, Entrecôte & Co.» zur Innovation bei der Nutzung von Nebenprodukten. Nebst spannenden Referaten konnten die Teilnehmenden auch den Final des «Savoir-Faire»-Innovationswettbewerbs mitverfolgen, aus dem Marcel Müller aus Hindelbank mit seinem Produkt «Roasted Chicken Cream» – mit Pouletflügelspitzen, Pouletknochenschrot und Poulethaut – als Sieger hervorging.

Weiterentwicklung der Nationalen Marktdatenbank

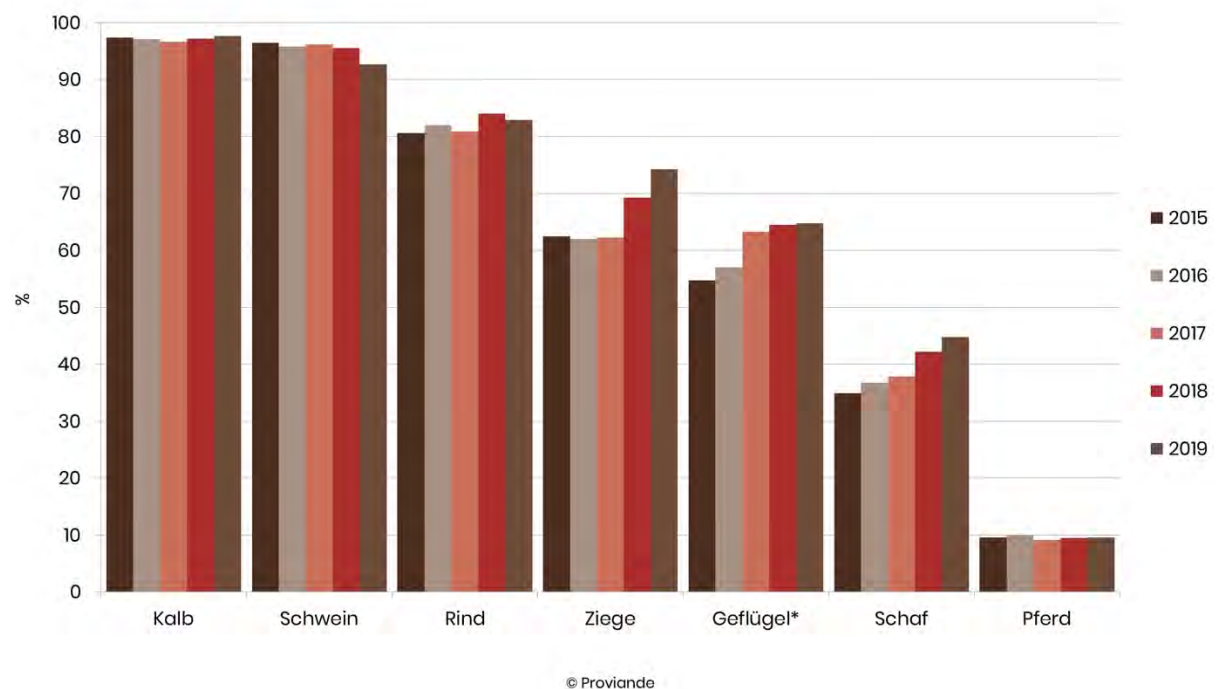
Die 2017 lancierte Marktdatenbank wurde für den Kanton Bern weiterentwickelt und ist seit dem 19. Dezember 2019 unter www.markt-db.ch in Betrieb. Die Datenbank ermöglicht den Marktorganisatoren, den öffentlichen Märkten ganze Tiergruppen anzumelden und die Tiere auch abzurechnen. Zudem erlaubt das System den Landwirten, ihre Einzeltiere anzumelden und es können verschiedene Marktstatistiken generiert werden.

Nationales Schafmarkt-Programm

Ab 1. Januar 2020 müssen alle Tiere der Schaf- und Ziegengattung in einer Tierverkehrsdatenbank registriert werden. Proviande erarbeitete in Zusammenarbeit mit der Identitas AG ein Konzept für die einfache Erfassung der Schafe an den öffentlichen Märkten. Die Marktorganisatoren genehmigten das Konzept und erteilten den Auftrag zur Realisierung per 1. Juli 2020.

Informative Statistiken

Entwicklung der Inlandanteile am Gesamtverbrauch



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

Weitere Projekte

Fachgruppe TTS

Proviande leitet die Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe und führt das Sekretariat.

An den zwei ordentlichen Sitzungen wurden 2019 unter anderem die Handhabung von Tierschutzvorgaben betreffend Fläche und Gewicht bei den Schweinen und Schafen sowie die Transporte über die öffentlichen Märkte behandelt. Zudem wurde eine Umfrage über die Bedürfnisse der Branche betreffend tier- und praxisgerechte Tiertransporte durchgeführt.

Ombudsstelle Tierwohl

Die Vorarbeiten für die vom Verwaltungsrat beschlossene Ombudsstelle Tierwohl konnten in Angriff genommen werden. Die Inbetriebnahme ist für den August 2020 geplant.

Innovationscoaching für die Lebensmittelbranche

Die harte Wettbewerbssituation, der gesellschaftliche Wandel und das sich verändernde Konsum- und Essverhalten konfrontieren die Lebensmittelbranche mit hohem Innovationsdruck. Diesen Druck verspüren insbesondere auch die Unternehmen der Schweizer Fleischwirtschaft. Basierend auf den wachsenden Herausforderungen und auf der Mission von Proviande (Impulsgeberin für eine qualitativ hochstehende, innovative, tierfreundliche und nachhaltige Schweizer Fleischwirtschaft), entstand die Idee, für Unternehmen und Organisationen der Fleisch- und Lebensmittelbranche ein Instrument zur Förderung der Innovationsfähigkeit zu schaffen. Das neu entwickelte Förderprogramm wird ab 2020 als Dienstleistung von Proviande angeboten.



Heinrich Bucher

Geschäftsbereichsleiter Dienstleistungen

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.

GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE

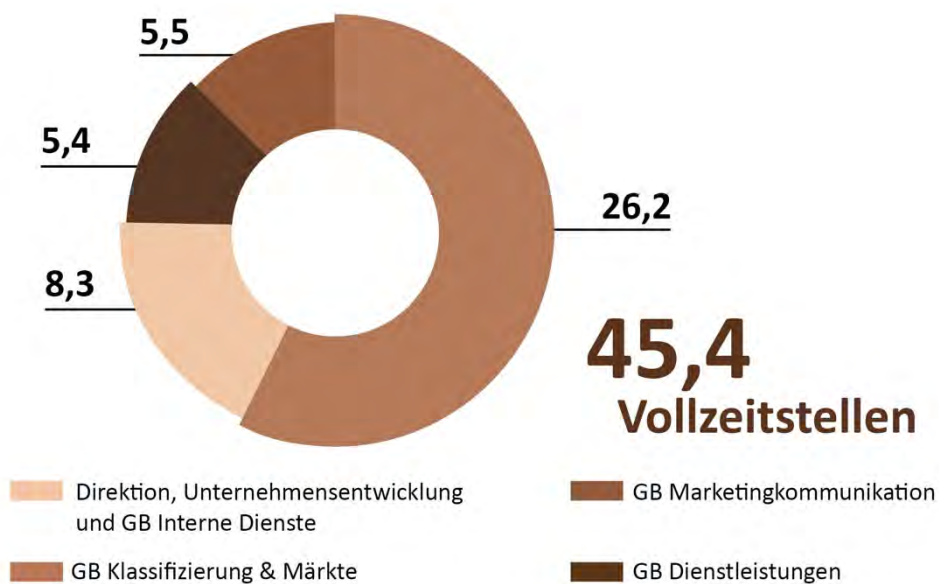


Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Der Geschäftsbereich Dienstleistungen gewann in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung und wird laufend weiterentwickelt.

Entsprechend wurde eine zusätzliche Person eingestellt, welche am 1. Oktober 2019 auch die Leitung des Geschäftsbereichs übernahm.

Insgesamt beschäftigte Proviande 2019 wie im Vorjahr durchschnittlich 94 Personen (ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeiter). Das entsprach 45,4 Vollzeitstellen (Vorjahr 44,1).



IT und EDV

2019 wurde beim Microsoft-Office-Paket ein Upgrade auf Office 365 durchgeführt. Dieses Upgrade ermöglicht die Nutzung verschiedener Zusatzdienste. Als einer davon wurde der Microsoft-Sharepoint eingerichtet und wird 2020 in Betrieb genommen. Damit lassen sich Kollaborationsplattformen schaffen, welche die Zusammenarbeit von internen und externen Projektgruppen erleichtern.



Patrizia Sturzenegger

Geschäftsbereichsleiterin Interne Dienste

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.

FINANZEN

ERFOLGSRECHNUNG

	2019 CHF	2018 CHF
Ertrag Leistungsauftrag BLW	5'822'424	6'114'172
Ertrag Fördermittel BLW Absatzförderung und QUNAV (Savoir-Faire)	5'875'000	6'150'000
Ertrag Fördermittel BLW DNA	2'569	356'300
Ertrag Fördermittel Eigenmittel	6'795'927	6'831'940
Ertrag aus Dienstleistungen DNA	3'967'358	1'315'762
Ertrag aus diversen Dienstleistungen	788'331	797'134
Erlösminderungen / Veränderung Delkredere	45'822	-81'746
Jahresbeiträge Genossenschafter	69'000	69'000
Total Dienstleistungsertrag	23'366'431	21'552'562
Aufwand Leistungsauftrag / Projekte	-353'277	-234'583
Projektaufwand Absatzförderung und QUNAV	-11'756'686	-11'935'169
Dienstleistungsaufwand DNA	-3'201'179	-1'505'472
Dienstleistungsaufwand Divers	-50'966	-1
Total Dienstleistungsaufwand	-15'362'108	-13'675'225
Bruttogewinn	8'004'323	7'877'337
Personalaufwand	-6'501'060	-6'469'412
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	-1'385'812	-1'260'932
EBITDA	117'451	146'993
Finanzergebnis	-2'730	-2'733
Abschreibungen	-18'027	-35'490
Betriebsergebnis vor Steuern	96'694	108'770
Ausserordentlicher Ertrag	5'935	0
Steuern	-19'550	-32'322
Jahresgewinn	83'079	76'448

Bilanz

Aktiven	31.12.2019 / CHF	31.12.2018 / CHF
Umlaufvermögen	8'854'476	9'011'673
Anlagevermögen	1'463	19'490
Total Aktiven	8'855'939	9'031'163

Passiven		
Fremdkapital	7'375'385	7'613'438
Eigenkapital	1'480'554	1'417'725
Total Passiven	8'855'939	9'031'163

Gewinnverwendung

Verfügbare Bilanzgewinn	31.12.2019 / CHF	31.12.2018 / CHF
Jahresgewinn	83'079	76'448
Gewinnvortrag	718'043	665'666
Total verfügbarer Bilanzgewinn	801'122	742'114

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung		
5% Verzinsung Genossenschaftskapital	20'250	20'250
Zuweisung an gesetzliche Reserven	4'154	3'822
Vortrag auf neue Rechnung	776'718	718'042
Total Bilanzgewinn	801'122	742'114

Kommentar zur Jahresrechnung 2019

Die Erfolgsrechnung

Die Erträge der Jahresrechnung 2019 wurden hauptsächlich mit Vergütungen für die Erfüllung des Leistungsauftrages, den Förderbeiträgen für «Schweizer Fleisch» und für die «QuNaV-Projekte» sowie mit dem Dienstleistungsertrag des DNA-Herkunfts-Checks erzielt.

Der gesamte Dienstleistungsertrag fiel um rund TCHF 1'814 höher aus als im Vorjahr. Dies obwohl die Vergütung für die Erfüllung des Leistungsauftrages reduziert wurde. Zugenommen hat jedoch der Dienstleistungsertrag beim DNA-Herkunfts-Check (gestartet Mitte 2018).

Der Dienstleistungsaufwand für den DNA-Herkunfts-Check nahm analog dem Ertrag stark zu. Die Betriebs- und Verwaltungskosten nahmen um rund TCHF 121 zu.

Dies hauptsächlich aufgrund diverser Kosten für realisierter IT-Projekte (zum Beispiel Erstellung Markt-Datenbank).

Der ausserordentliche Erfolg betrifft die Rückverteilung der CO₂-Abgabe (Lenkungsabgabe des Bundes).

Die Bilanz

Die offenen Forderungen (Debitoren) konnten stark reduziert werden, was sich positiv auf den Bestand an flüssigen Mitteln auswirkte.

Auf der Passivseite nahm das kurzfristige Fremdkapital hauptsächlich wegen der Optimierung des Kreditorenmanagements ab.

Die Bilanzsumme nahm per Stichtag gegenüber 2018 um rund 2% ab.

Die Vermögensstruktur innerhalb der Aktiven blieb ähnlich wie im Vorjahr. Dem Umlaufvermögen sind über 99% der Aktiven zuzuordnen.

Bei den Passiven nahm das Eigenkapital um rund 1% zu und der Eigenkapitalanteil stieg aufgrund des tieferen Fremdkapitals auf rund 16,7%.

Die Revisionsstelle

Die Metreba AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2019 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 30. März 2020 bestätigt.

