GESCHÄFTSBERICHT VON PROVIANDE 2020

PROVIANDE

COVID-19 VERÄNDERTE DIE PRIORITÄTEN

Die Fleischbranche leistete in diesem besonderen Jahr Hervorragendes und sie konnte im Vergleich zum Ausland zusammen mit dem Bund die Krise gut meistern.

Das Jahr zeigte einmal mehr die Wichtigkeit eines regelmässigen Austausches unter den Mitgliedern zur Beurteilung des Marktes und zu einvernehmlichen Anträgen für die Importfreigaben.

Der Verwaltungsrat von Proviande konnte flexibel mit einem der ausserordentlichen Situation angepassten Sitzungsrhythmus die Marktbeurteilung und Prognosen diskutieren und zeitgerecht Massnahmen zur Marktregulierung einleiten. Verbilligungs- und Einlagerungsaktionen, Verlängerung der Importperioden und Aussetzen von Importanträgen halfen, den durch die Schliessung der Gastronomie kurzfristig unter Druck geratenen Fleischmarkt zu stabilisieren, und gaben den Verarbeitern und dem Handel Zeit, die Vertriebskanäle und die Produktepalette der geänderten Nachfrage im Detailhandel anzupassen.

Die Versorgungssicherheit wurde plötzlich zum Thema. Denn Fleisch wurde weiterhin gekocht und gegessen, in diesem ausserordentlichen Jahr vermehrt in den eigenen vier Wänden im Kreis der Familie. So konnte die Fleischbranche dieses aussergewöhnliche Jahr trotz allem weitgehend gestärkt beenden.

Auch wenn die Coronapandemie andere Themen in den Hintergrund drängte, Tierwohl und nachhaltige Fleischproduktion blieben im Fokus gesellschaftspolitischer Diskussionen. Die Fleischbranche stellt sich den Ansprüchen der Konsumenten an eine artgerechte Tierhaltung und nimmt sich entlang der ganzen Wertschöpfungskette der Aufgaben an, um ihren Beitrag zur Umsetzung der Klimaziele des Bundes zu leisten. Dazu gehört auch Sensibilisierung und Information, damit die Konsumenten (und Gastronomen, Hauswirtschaftsleute, Journalisten, aber auch Politiker) die Vorzüge von Fleisch aus Schweizer Produktion kennen und trotz des höheren Preises einheimisches Fleisch bevorzugen und sich nicht mit günstigen Produkten aus dem Ausland eindecken.

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

INHALT GESCHÄFTSBERICHT 2020

PROVIANDE GENOSSENSCHAFT 4
DAS JAHR 2020 IM ÜBERBLICK 11
GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE 15
GESCHÄFTSBEREICH MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH» 20
GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN 23
GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE 28
FINANZEN 30

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 (bis 26.6.2020)*
- *Vizepräsident: Birrer Heiner, Nottwil (ab 26.6.2020)*

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, Schweizerischer 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

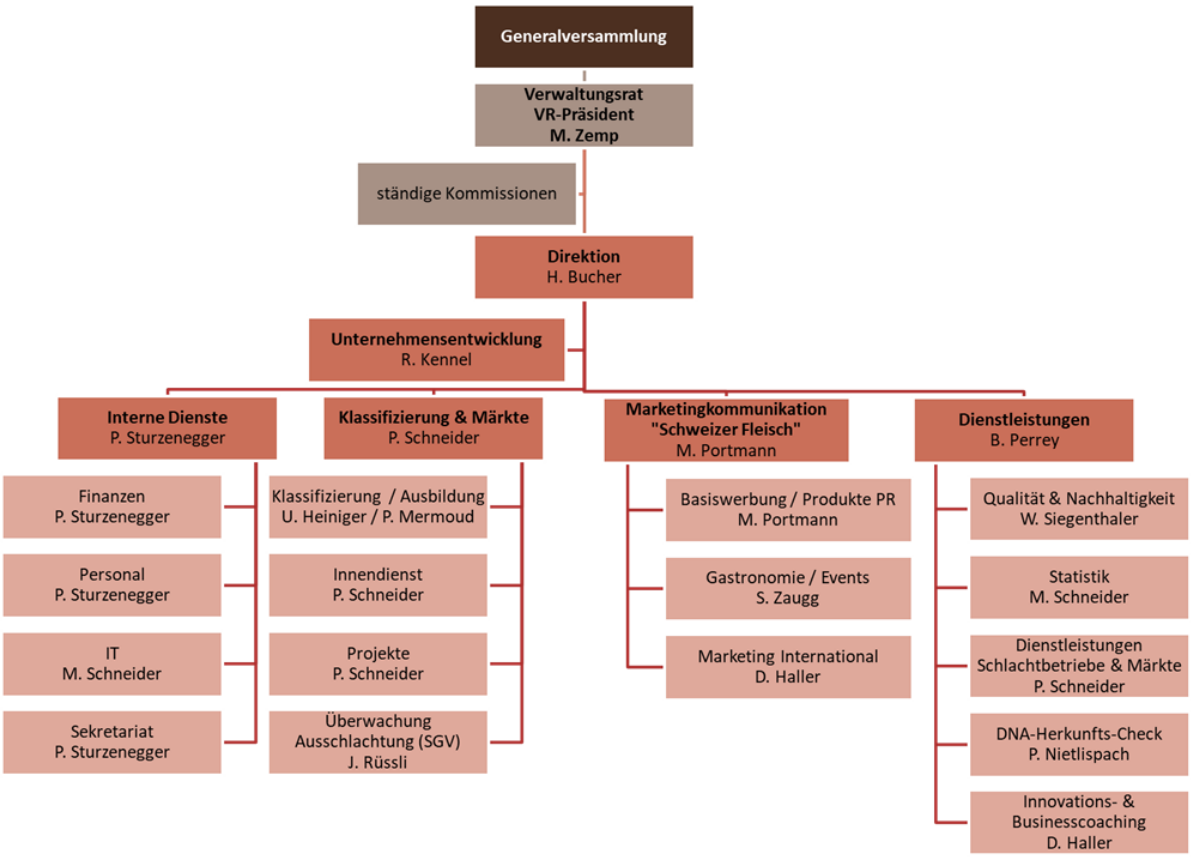
Mitglieder von Verwerter- und Vermittlerorganisationen sowie deren Stellvertreter

- 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, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
  Kyburz Hans Rudolf, Verband schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, 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 Verbraucherorganisationen 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 (bis 31.12.2020)
- 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 Handelsusanzen (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 Ausschlachtungsbestimmungen gemäss Schlachtviehverordnung.
2. Handelsusanzen
   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, Swiss Beef CH, Brugg
- Kyburz Hans Rudolf, Verband schweizerischer Geflügel- und Wildimporteure, 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. Wahl der Mitglieder der Geschäftsleitung auf Antrag des Direktors.
6. Festlegung der Besoldung des Direktors sowie der Gesamtlohnsumme für die Besoldung der übrigen Mitglieder der Geschäftsleitung.
7. 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
- Kipfer Werner, Vertreter der Rindviehproduzenten, Säriswil
- Schneider Peter, Proviande, Bern
- Siegrist Christian, Fachgruppe Industrielle Schlachtbetriebe, Bazenheid

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 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 Jacques, Ausbildungszentrum für die Schweizer Fleischwirtschaft, Spiez
- Sciarra Cesare, Schweizer Tierschutz STS, Aarau
- Vogel Regula, Vereinigung der Schweizer Kantonstierärztinnen und Kantonstierärzte VSKT, Bern
- Zweifel Ruedi, Aviforum, Zollikofen

DAS JAHR 2020 IM ÜBERBLICK

Die Coronapandemie prägte 2020 die Organisation der Geschäftsstelle ebenso wie die Verwaltungsratssitzungen und die Durchführung der öffentlichen Schlachtviehmärkte – mehr oder weniger grosse Einschränkungen wurden zur Herausforderung. Insgesamt meisterte Proviande diese Herausforderungen gut und sie kann Ende Jahr eine positive Bilanz ziehen.

DER FLEISCHMARKT

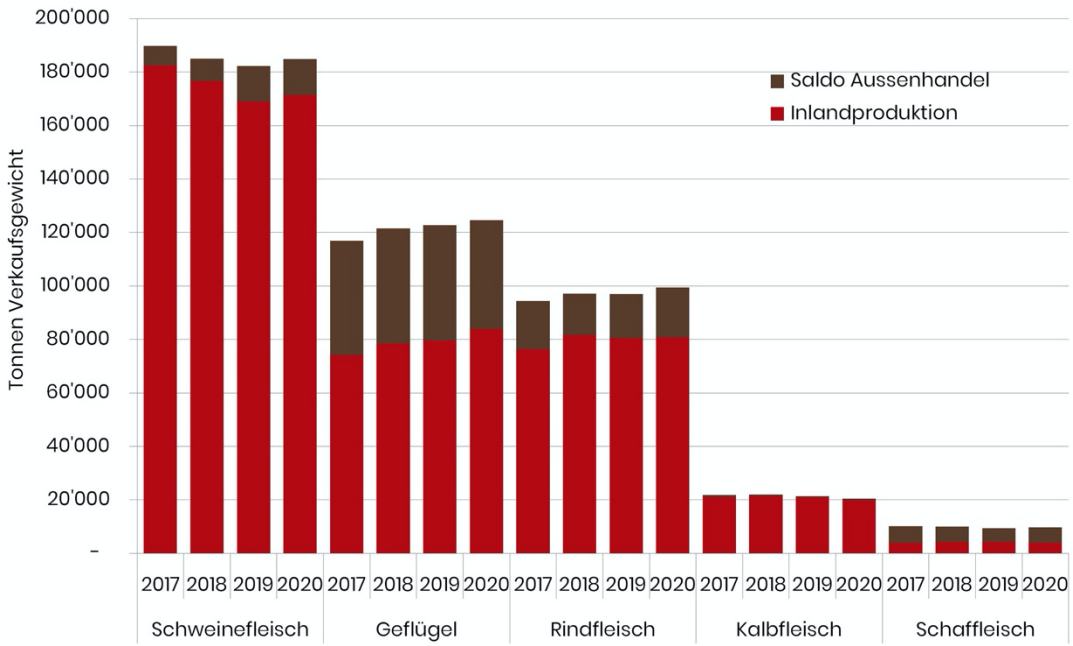
Aussergewöhnliche Situationen verlangen aussergewöhnliche Massnahmen. Dank der gemeinsamen Bemühungen von Produzenten, Viehhandel, Verarbeitern und Detailhandel, aber auch der guten Zusammenarbeit mit den Bundesbehörden ist es gelungen, den Fleischmarkt auch während des Lockdowns im Frühjahr und der rigorosen Einschränkungen am Jahresende weitgehend stabil zu gestalten. Im Frühjahr konnte dank zusätzlicher finanzieller Unterstützung des Bundes, aber auch durch den Beschluss des Verwaltungsrates, die Importperioden zu verlängern und auf Importe zu verzichten, der Markt gestützt werden. Auch das besonnene Verhalten der Produzenten ohne Panikverkäufe von Schlachttieren trug zur Marktberuhigung bei. Der Verbrauch verlagerte sich in die Privathaushalte, die stabile Nachfrage nach Fleisch führte nach dem kurzfristigen Schock und der Verunsicherung durch den Lockdown rasch zu stabilen Produzentenpreisen auf hohem Niveau.

Neben der Herausforderung der Pandemie blieb der Fleischmarkt konfrontiert mit den Diskussionen um Tierwohl und Klimaschutz und kämpft auf allen Stufen um Wertschätzung und Anerkennung. Es gilt, die Anstrengungen der Nutztierhalter, des Viehhandels und der Schlachtbetriebe zu kommunizieren und am Verkaufspunkt die verdiente Wertschätzung zu erzielen.

Verbrauch

Trotz Schliessungen der Gastronomie im Frühjahr und im Herbst sank der statistisch erfasste Fleischverbrauch insgesamt nicht. Der Totalverbrauch (Fleisch aller Arten) erhöhte sich um 1,3% gegenüber dem Vorjahr. Da die Zahl der mittleren ortsanwesenden Bevölkerung um 1,7% höher war als 2019, blieb der Pro-Kopf-Verbrauch praktisch auf dem Vorjahresniveau (–0,5%). Die Gastronomiebetriebe konnten über weite Strecken des Jahres nur eingeschränkt öffnen oder mussten ganz schliessen, viele Leute verbrachten ihren Urlaub in der Schweiz und konnten nicht im grenznahen Ausland einkaufen, dadurch stieg der Lebensmittelabsatz im Detailhandel. Der Fleischabsatz stieg um 11,6%, der von Fisch sogar um 18,3%.

Im vergangenen Jahr wurde mehr Geflügel- und Schweinefleisch produziert als im Vorjahr. Beim Rindvieh war die Produktion von Kuh- und Kalbfleisch rückläufig. Hingegen wurden mehr Rinder, Muni und Ochsen geschlachtet. Der Total-Inlandanteil blieb konstant auf 81,7%. Beim Geflügel beträgt der Inlandanteil mittlerweile 66,2%.



© Proviande

Schweinemarkt

Die über weite Strecken stabile Situation im Schweinemarkt hat in der Produktion für stabile Produzentenpreise gesorgt. Angebot und Nachfrage waren bis weit in den Herbst ausgeglichen. Auffällig ist der Exportanstieg beim Schweinefleisch. Mit 2580 Tonnen ist er rund 1000 Tonnen höher als 2019.

Rinder und Kühe

Die Kuhschlachtungen gingen wiederum zurück und weil das Verarbeitungsfleisch nach wie vor gesucht war, stiegen die Importe von Verarbeitungstieren in Hälften gegenüber dem Vorjahr um 9,4%. Die Importe von Verarbeitungsfleisch sogar um 97,2%.

Hingegen stieg die Inlandproduktion von Rindfleisch um 0,3% und die insgesamt verfügbare Menge inklusive Importen um 2,5%. Die Produzentenpreise blieben mit Ausnahme des Frühjahres durchwegs über dem Vorjahresniveau.

Kälbermarkt

Der Kälbermarkt kam durch die grossen Einschränkungen im Absatzkanal Gastronomie stark unter Druck. Dank zusätzlicher Bundesmittel für Marktentlastungsmassnahmen konnte der Produzentenpreis gestützt werden. Die Aktivitäten im Detailhandel sorgten dafür, dass das Kalbfleisch in diesem schwierigen Jahr vermehrt über diesen Kanal abgesetzt werden konnte. Die Produktion sank um 4,6% gegenüber dem letzten Jahr.

Aus den Projekten

Vision & Mission

«Schweizer Fleisch geniesst eine hohe Wertschätzung und Anerkennung.» (Vision)

«Proviande ist Impulsgeberin, Botschafterin, Vermittlerin und Dienstleisterin.» (Mission)

Proviande konnte ihre Rolle als Impulsgeberin und Vermittlerin in verschiedensten Arbeitsgruppen und Projekten zur Verbesserung des Tierwohls oder zur Rolle der Fleischproduktion in der Klimadiskussion wahrnehmen. Sowohl vonseiten der Behörden als auch vonseiten der Branche werden dieses Engagement und die Bereitschaft zur Auseinandersetzung auch mit für die Branche kritischen Themen begrüsst. Als Botschafterin war Proviande auch im «Coronajahr» 2020 gefordert. Fleisch in der Ernährung wird zunehmend aus Klimagründen infrage gestellt und den in den Medien meist unkritisch angeführten Argumenten musste mit Zahlen und Fakten entgegengehalten werden. Im Gegenzug konnten für die Branche wertvolle Dienstleistungen wie das elektronische Marktprogramm für Schafe realisiert und der DNA-Herkunfts-Check weiterentwickelt werden.

Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch»

Mit der Kampagne «Der feine Unterschied» wird die Marketingstrategie weiterhin konsequent umgesetzt. Die ausserordentlichen Umstände des Lockdowns bescherten der neuen Website www.schweizerfleisch.ch einen grossen Zulauf.

Leistungsauftrag des BLW

Mit dem Totalausfall der öffentlichen Märkte im Frühjahr infolge der Pandemierestriktionen konnten im Jahr 2020 die definierten Aufgaben in diesem Bereich nicht vollumfänglich wahrgenommen werden. Für die ausserordentlichen Marktentlastungsmassnahmen mussten hingegen Mehrleistungen erbracht werden. Insgesamt resultierte eine Kürzung der Abgeltung vonseiten des Bundes. Auch die Aus- und Weiterbildungskurse für die Klassifizierer und Experten konnten nur in eingeschränktem Rahmen durchgeführt werden. Sie werden im Jahr 2021 nachgeholt.

Aus der Politik

Initiativen und Vorstösse

Proviande konnte im Geschäftsjahr 2020 Stellungnahmen abgeben zu Änderungen in der Tierseuchenverordnung, zum Agrarpaket 2020 und zur Revision der Verordnung Tierschutz beim Schlachten. Auch zum Gegenentwurf des Bundes zur Massentierhaltungsinitiative nahm die Fleischbranche dezidiert Stellung. Sie lehnt sowohl die Initiative wie auch den Gegenvorschlag des Bundes ab.

Auch wenn die Parlamentsgeschäfte von der Coronapandemie geprägt waren, wurden viele parlamentarische Vorstösse, Interpellationen und Motionen eingereicht, von welchen auch die Fleischbranche betroffen ist. Um hier besser Einfluss nehmen zu können, wurden an der Geschäftsstelle das Issuemanagement verstärkt und die Politarbeit als Massnahme der Unternehmensentwicklung aufgenommen.

GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE

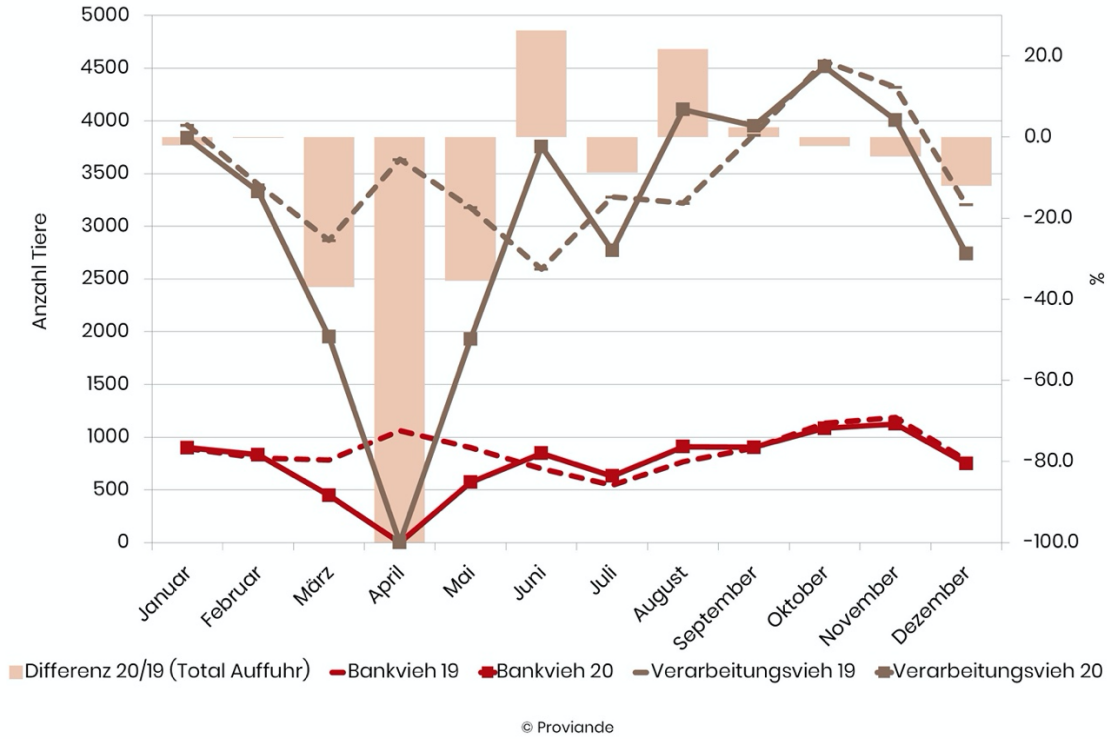
Der Leistungsauftrag

Öffentliche Schlachtviehmärkte

Die öffentlichen Schlachtviehmärkte mussten im Frühjahr infolge der Coronapandemie während rund acht Wochen vom 17. März bis 11. Mai 2020 geschlossen werden. Nach dem 11. Mai konnten Schlachtviehmärkte unter strengen Auflagen wieder stattfinden. Das erwartete grosse Angebot nach der erzwungenen Schliessung blieb allerdings aus und die aufgeführten Tiere wurden regelrecht erkämpft. Ab Mitte Mai lagen die Kuh- und Bankviehpreise wieder über dem Niveau von vor der Coronakrise.

Vom Teillockdown im Herbst waren die Schlachtviehmärkte nicht betroffen und konnten gemäss dem Jahresmarktprogramm durchgeführt werden. Die Auffuhren bewegten sich beim Rindvieh im Rahmen der Vorjahre, bei den Schafen war die Auffuhr generell rückläufig.

Entwicklung Auffuhrzahlen öffentliche Märkte 2019-2020



Neutrale Klassifizierung in den Schlachtbetrieben

Die Klassifizierung in den Schlachtbetrieben konnte gemäss Auftrag auch unter den Restriktionen der Coronapandemie in gewohntem Rahmen durchgeführt werden. Dies auch, weil in den Schweizer Schlachtbetrieben generell strikte Hygienebedingungen gelten und die Zutritte streng geregelt sind. Die Schlachtbetriebsklassifizierer von Proviande wurden so eingesetzt, dass die Kontakte möglichst in einem engen geografischen Raum und Personenkreis stattfanden.

In den Zeiten des Lockdowns hat es kurzfristig Veränderungen in den Schlachtvolumen gegeben. Diese Situation war nur von kurzer Dauer. Dank des guten Fleischkonsums konnten die Schlachtzahlen rasch wieder im gewohnten Ausmass erfolgen.

Neutrale Klassifizierung Schlachtkörper 2020

	Schlachtungen	Klassifiziert durch Proviande	Anteil klassifiziert
Grossvieh	402'660	348'990	86,7%
Kälber	199'761	174'826	87,5%
Schweine	2'485'256	2'279'253	91,7%
Schafe	234'111	141'197	60,3%

Marktinterventionen

Dank des Instruments der Marktinterventionen und der ausserordentlichen zusätzlichen Bundesmittel ist es gelungen, trotz zeitweise eingebrochener Nachfrage, einen starken Einbruch bei den Produzentenpreisen zu verhindern. Mit der regelmässigen Marktbeurteilung und den je nach Situation kurzfristig beschlossenen Massnahmen konnte der Markt rasch wieder ins Gleichgewicht gebracht werden. Im Frühjahr, als der Fleischmarkt durch die Schliessung der Gastronomie unter Druck geriet, konnten Kalb-, Rind- und Gitzifleisch eingelagert werden. Diese Marktentlastungsmassnahmen zeigten insbesondere beim Grossvieh rasch Wirkung. Die Schlachtkühe waren bereits Ende April wieder gesucht und die Nachfrage nach Fleisch blieb gut. In der Folge konnten Rind- und Gitzifleisch schnell wieder zur Auslagerung freigegeben werden.

Bei den Kälbern stabilisierte sich der Markt im Sommer mit der Wiedereröffnung des Gastrokanals, die Preise erholten sich rasch und innert kurzer Zeit konnte ein grosser Teil der eingelagerten Menge wieder zur Auslagerung freigegeben werden. Weil durch die neuerliche Schliessung der Gastronomie die traditionellen Familienfeiern oder Weihnachtsessen ausfielen, geriet der Kalbfleischmarkt im Herbst wieder unter Druck. Dank der sehr kleinen Angebote blieb ein erneuter Preissturz jedoch aus. Die Lage blieb aber trotz Aktivitäten im Detailhandel bis Ende Jahr angespannt.

Marktinterventionen 2020

	Rindfleisch	Kalbfleisch	Gitzifleisch
Eingefrorenes Fleisch	122 Tonnen	756 Tonnen	9 Tonnen
Eingesalzene Binden	164 Tonnen		
Totale Menge	286 Tonnen	756 Tonnen	9 Tonnen

Umfangreiche Projekte

Tierverkehrsdatenbank für Kleinwiederkäuer

Um eine lückenlose Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten, müssen alle Bewegungen eines Tieres von der Geburt bis zur Schlachtung an die Tierverkehrsdatenbank (TVD) gemeldet werden. Seit Anfang 2020 gilt auch für Schaf- und Ziegenhalter die Registrierungspflicht für ihre Tiere.

Zur effizienten Abwicklung des Handels auf öffentlichen Schafmärkten wurde in Zusammenarbeit mit der Identitas AG ein Marktprogramm entwickelt, welches mithilfe einer Webapplikation die elektronische Erfassung der Ohrmarken ermöglichte. Dieses Programm konnte am 1. Juli 2020 eingeführt werden und wird seither auf allen Schafmärkten erfolgreich angewendet. Damit konnte die Lücke bei der Rückverfolgbarkeit auf den öffentlichen Schafmärkten geschlossen werden.

Vermeidung des Schlachtens von trächtigen Rindern und Kühen

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

Klassifizierungsgerät für Haartiere

Das Klassifizierungsgerät BCC-3 für eine automatische Einstufung von Rinderschlachtkörpern wurde im Spätherbst 2019 im Schlachtbetrieb der SBAG Gossau SG eingebaut und die praktische Eignungsprüfung in Angriff genommen. Im Juli 2020 wurden unter Begleitung von Proviande in der SBAG Klassifizierungsresultate erhoben, womit die vorinstallierte EUROP-Tax-Formel von der CH-TAX-Formel abgelöst werden konnte.

In der nachfolgenden Kalibrierungsphase wurde die CH-TAX-Formel weiter justiert und die Kalibrierung konnte kurz vor Jahresende abgeschlossen werden. Aufgrund der erschwerten Bedingungen durch die Coronapandemie erlitt das Projekt leichte Verzögerung und die Geräte-validierung musste auf 2021 verschoben werden.

Qualitätsentwicklung bei Banktieren und Lämmern

Durch die Zuchtfortschritte entwickeln die Banktiere immer grössere Edelstücke, welche nicht mehr portionen- und preisgerecht geschnitten werden können. Das Projekt konnte 2020 abgeschlossen werden. Produzenten, Handel und Verwerter einigten sich auf neue Preis- und Gewichtsabstufungen bei den Banktieren. Einerseits wurden die Zuschläge für vollfleischige Tiere etwas reduziert, anderseits Tiere mit idealem Schlachtgewicht und optimaler Qualität honoriert. Die Anpassungen traten ab 1. April 2020 in Kraft und sind eine erste Massnahme zur Optimierung der Schlachtkörperqualität.

Auch die Kundenbedürfnisse bei Lammfleisch haben sich gewandelt, weshalb über marktkonforme Preisabstufungen diskutiert wurde. Um Angebot und Nachfrage wieder besser in Einklang zu bringen, suchte Proviande mit den betroffenen Kreisen nach Lösungen. Produzenten, Handel und Verwerter einigten sich auf neue Preis- und Gewichtsabstufungen bei den Schafen und Lämmern. Die neuen Preise sollen dazu führen, dass Lammfleisch marktkonform produziert wird. Die Anpassungen traten am 1. November 2020 in Kraft.

Peter Schneider

Geschäftsbereichsleiter Klassifizierung & Märkte

Der Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte führt im Auftrag des Bundes die neutrale Qualitätseinstufung von Lebendtieren und Schlachtkörpern durch, überwacht die öffentlichen Schlachtviehmärkte und kontrolliert die Ermittlung des Schlachtgewichts. Zudem engagiert er sich bei der Aus- und Weiterbildung von Landwirten und bringt sein Know-how in diversen internen und externen Projekten ein.

GESCHÄFTSBEREICH MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH»

Marketingkommunikation Schweiz

Eine neue Website als Basismedium

Die Website verbindet Argumente für Schweizer Fleisch mit kulinarischen Tipps und Erlebnissen: So sind zahlreiche Infoboxen mit kurzen, knackigen Fakten in die Texte und Rezepte eingebaut. Die ausserordentlichen Umstände des Lockdowns bescherten der neuen Website www.schweizerfleisch.ch einen grossen Zulauf. Die im Dezember 2019 grundlegend überarbeitete Website erfreute sich mit ihren über 200 Rezepten und vielen Zubereitungsvideos grosser Beliebtheit während der Homeoffice- bzw. «Homecooking»-Zeit. Es wurde vermehrt auf die Synergien zwischen Social Media und Web gesetzt: Mit direkten Rezeptlinks und der Serie «Homecooking» wurden die Rezepte und Zubereitungsarten während des Lockdowns aktiv beworben.

«Der feine Unterschied»

Die Basiskommunikation mit den Werbespots rund um den feinen Unterschied konnte erneut hervorragende Werte erzielen. Die Werbespots, welche im TV wie auch online gespielt wurden, punkten durch ihre Authentizität. Betriebe und Persönlichkeiten aus unterschiedlichsten Regionen werden porträtiert.

Auch auf Social Media machte «Schweizer Fleisch» einen grossen Sprung nach vorne: Mit Instagram und Pinterest ist «der feine Unterschied» nun neu neben Facebook auf den drei wichtigsten Onlineplattformen aktiv. Mit Serien wie «support your local butcher» und «Meatfacts» werden einerseits die Produzenten ins Zentrum gerückt, andererseits die Vorzüge von Schweizer Fleisch auf visuell ansprechende Art verpackt.

Das junge Publikum ist den Werten von Schweizer Fleisch keineswegs abgeneigt: Im Frühling folgten auf die Frage «Ich kaufe Schweizer Fleisch, weil …?» über 500 positive Reaktionen.

Auch der Bereich PR wurde im Jahr 2020 stark intensiviert: Das Thema «Fleisch und Klima», welches zurzeit den gesellschaftlichen Diskurs prägt, wurde spezifisch für die Schweiz aufgearbeitet und mittels kurzer Faktenblätter leserfreundlich zusammengefasst. Die Faktenvermittlung durch Artikel in Print- und Onlinemedien, aber auch via Social Media und Broschüren ist wichtig, um den feinen Unterschied von Schweizer Fleisch hervorheben und vermitteln zu können und die Botschaft zu platzieren «wenn Fleisch, dann Schweizer Fleisch».

Ein schwieriges Jahr für die Gastronomie…

Die Zielgruppe Gastronomie blickt auf ein schwieriges Jahr zurück. Die Aktivitäten waren geprägt von Einschränkungen durch die Coronapandemie. Ein grosses Highlight war deshalb der 18. Kochwettbewerb von «La Cuisine des Jeunes», der trotz Unsicherheiten stattfinden konnte. Er stand ganz im Zeichen von Schweizer Schweinefleisch: «The Art of Pork! Zeig uns grosse Kochkunst – mit deiner Kreation aus bestem Schweizer Schweinefleisch.» war die Vorgabe. Dieser Herausforderung stellten sich im Finale die Jungköche Lorenzo Demirboga, Mohammadali Nuri, Joel Rocha und Simon Grimbichler, welcher das Wettkochen mit seiner Kreation «Drei Schweine im Futterparadies» für sich entschied.

… und das «Schweizer Fleisch»-Campfire

Von den Umständen am meisten getroffen wurde die gesamte Eventbranche und damit das «Schweizer Fleisch»-Campfire. Der beliebte Publikumsmagnet lebt vom nahen Beisammensein und wurde dementsprechend beinahe verunmöglicht. Mit dem kurzfristig ins Leben gerufenen «Distancing Festival» konnte immerhin ein Campfire im kleinen Rahmen ermöglicht werden: trotz Abstands- und Sitzregeln mit Sommerfeeling und bei bestem Wetter. Die Fans dankten mit zahlreichen Kurznachrichten via Social Media und vor Ort, und auch die Musikerinnen und Musiker waren besonders dankbar für eine der raren Möglichkeiten, im Jahr 2020 live zu spielen.

Sensibilisierung der Ernährungsfachleute

Der Kontakt mit dieser Zielgruppe fand in diesem Jahr mehrheitlich mit Mailings über den Schweizerischen Verband der Ernährungsberater/-innen (SVDE) sowie mit Publireportagen in den wichtigsten Ernährungszeitschriften statt. Der Fokus lag auf den Themen «Nose to Tail», den Rezepten zum optimalen Teller sowie Fleischkonsum und Umwelt. Mit dem Newsletter «Fleischnews», für welchen man sich direkt auf der Website von «Schweizer Fleisch» anmelden kann, werden nun noch mehr Fakten rund um Schweizer Fleisch mit den Abonnentinnen und Abonnenten geteilt.

Im Bereich WAH (Wirtschaft – Arbeit – Haushalt, vormals Hauswirtschaft) wurden verschiedene neue Unterlagen erstellt und beworben.

Die Publikation «En Guete», welche bei Metzgereien aufgelegt wird, erschien achtmal jährlich mit einer Auflage von knapp 200 000 Exemplaren. Sie erfreut sich weiterhin grosser Beliebtheit, was sich bei Wettbewerben immer wieder zeigt. Aufgrund der vielen Schliessungen von Fleischfachgeschäften geht die Auflage aber leider stetig zurück. Mit einer Aktion (Gratisdisplay und Gratisexemplare) wurde versucht, neue Abonnenten zu gewinnen. Der Erfolg war mässig – was teilweise sicher auch mit der Coronapandemie zusammenhing.

Marketing international

Die Nachfrage nach geniessbaren Nutznebenprodukten ist in der Schweiz klein und die erzielten Preise sind tief. In China jedoch gelten Produkte vom Schwein wie Füsse, Ohren, Schwänze und Innereien als Delikatessen.

2020 wurden unter der Dachmarke «swiss meat» Schweizer Nutznebenprodukte in China lanciert und in Zusammenarbeit mit der Centravo AG erfolgreich eingeführt. Im kommenden Jahr wird die Marktbearbeitung fortgesetzt, denn die Erfolgsaussichten sind vielversprechend. Die gemeinsame Vermarktung schafft eine gute Ausgangslage und optimale Bedingungen für interessierte Branchenteilnehmer, um Schweizer Fleischprodukte in China bekannt zu machen und zu vertreiben.

Marcel Portmann

Geschäftsbereichsleiter Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch»

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

Damit der DNA-Herkunfts-Check das Vertrauen der Konsumenten in die Deklaration fördern kann und dadurch die Wertschätzung für die qualitative Einzigartigkeit von Fleischprodukten aus einheimischer Produktion wächst, muss eine möglichst hohe Abdeckung angestrebt werden. Voraussetzung dazu ist, dass möglichst viele Schlachtbetriebe am Programm teilnehmen und alle teilnehmenden Schlachtbetriebe ihre geschlachteten Rinder und Kälber zu 100% beproben. Die 2020 erreichte Rückverfolgbarkeitsquote von 88% soll deshalb im Jahr 2021 weiter erhöht werden.

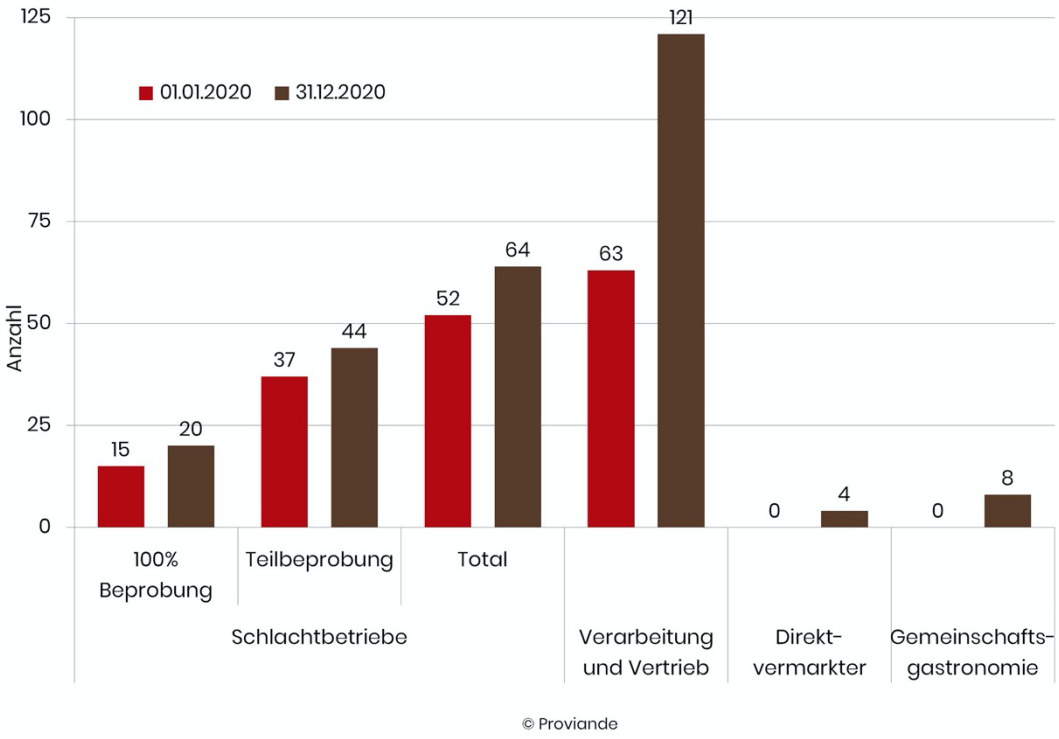
Im Bereich Markt-Monitoring wurden insgesamt rund 2400 Proben erhoben. Der Vergleich mit den DNA-Profilen der geschlachteten Tiere ergab eine Übereinstimmung von 93%. Von den rund 7% der Proben ohne Übereinstimmung war der grösste Teil auf Abweichungen im Warenfluss der teilnehmenden Verarbeitungsbetriebe zurückzuführen. Dank intensiver Zusammenarbeit im Rahmen der Dienstleistung «Wareneingangskontrolle» konnte durch Verbesserungsmassnahmen ein bedeutender Teil der Abweichungen im letzten Quartal eliminiert werden. Mittlerweile sind Offenverkauf im Detailhandel wie auch Einkäufe in gewerblichen Metzgereien feste Bestandteile des Markt-Monitorings. Mehr als 1900 Proben wurden hier erhoben. Auf Basis der vorliegenden Erkenntnisse aus dem Markt-Monitoring konnte im Jahr 2020 kein Missbrauch in der Deklaration festgestellt werden.

2020 konnte das Markt-Monitoring auf die Gemeinschaftsgastronomie ausgedehnt werden. Mit der Teilnahme von bedeutenden Grossküchen konnte der DNA-Herkunfts-Check auf einen weiteren wichtigen Fleischteilmarkt erweitert werden.

Im Weiteren wurde die Datenerfassung im Markt-Monitoring optimiert, um mehr Flexibilität und höhere Effizienz zu erreichen.

Als besondere kostenpflichtige Dienstleistung wurden 2020 für swissherdbook aus 3000 bereits erhobenen DNA-Referenzproben von Tieren der Rasse Simmental (Code SI60) vertiefte und für die Zuchtwertschätzung geeignete DNA-Profile erstellt.

Ein 2020 realisiertes Videointerview über das Programm «DNA-Herkunfts-Check» mit einem österreichischen Journalisten zeigt das internationale Interesse. Verschiedene Kreise engagieren sich in Österreich für eine Herkunftsdeklaration für Lebensmittel.



© Proviande

Gedanken zur Weiterentwicklung

Im Jahr 2021 ist die Beprobung der Gemeinschaftsgastronomie als fester Bestandteil des Markt-Monitorings geplant. Im Detailhandel werden vermehrt verarbeitete Produkte wie Hackfleisch und restrukturierte Produkte in das Programm aufgenommen. Auch werden die zusätzlichen Dienstleistungen laufend erweitert. Ein besonderes Augenmerk soll der Kommunikation gewidmet werden.

Ombudsstelle Tierwohl lanciert

Die Ombudsstelle Tierwohl von Proviande wurde geschaffen, um Verstösse gegen Tierschutzbestimmungen durch Meldungen aus der Branche frühzeitig zu erkennen. Mit dieser Dienstleistung können Missstände in der Nutztierhaltung, beim Transport sowie in Schlachtbetrieben aufgedeckt und Massnahmen zur Beseitigung rasch eingeleitet werden.

Die Ombudsstelle wurde im August 2020 in Betrieb genommen. Bis Ende Jahr trafen fünf Meldungen ein, welche zur Bearbeitung an die zuständigen Stellen weitergeleitet wurden.

IT-Projekte

Die Webapplikation «Nationales Schafmarkt-Programm» von Proviande konnte wie geplant 2020 realisiert werden. Damit können Marktdaten erfasst, Marktdokumente (z.B. Protokolle), Begleitdokumente auf Einzeltierbasis und Marktstatistiken erstellt und Tagesaufenthalte von Schafen und Lämmern an die TVD (auf Einzeltierbasis) gemeldet werden.

Businesscoaching

Das neue Förderprogramm für die Lebensmittel- und Landwirtschaftsbranche konnte 2020 – aufgrund der Coronapandemie – nicht mit der vorgesehenen Intensität realisiert werden. Coachings für Führungspersonen zur Teamperformance oder zur Förderung der Innovationskraft traten bei den Unternehmen in den Hintergrund. In dieser ausserordentlichen Lage galt es für die Unternehmen vor allem, die operativen Geschäfte aufrechtzuerhalten.

Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Wertesysteme gestalten sich derzeit auf vielen Ebenen um. Neue Bedürfnisse entstehen und der Wunsch, «sicheren Boden unter den Füssen» zu gewinnen, ist gross. Gespräche mit Unternehmen und Organisationen aus der Lebensmittelbranche bestätigten ausserdem: Der Druck der Öffentlichkeit, der Politik und der Medien auf die Fleischbranche nimmt weiter zu. Auch der Mangel an Nachwuchskräften in der Branche ist ein Thema.

Proviande beabsichtigt deshalb, den Fokus des Businesscoachings verstärkt auf den Umgang mit Medien und Öffentlichkeit sowie auf die Nachwuchsförderung zu legen. Sie hat das Angebot weiterentwickelt und unterstützt die Unternehmen zusätzlich mit Medientrainings oder Coachings für Auszubildende.

Mitarbeit in Gremien und Arbeitsgruppen zum Thema Nachhaltigkeit

Nationales Forschungsprogramm 72 «Antimikrobielle Resistenz»

Proviande ist Mitglied der Begleitgruppe (Sounding Board) «Antibiotikamanagement und Verhaltensänderung» und kann somit, insbesondere zum Forschungsthema Kälbergesundheit, die Sicht der Branche einbringen und Feedback geben.

Faktensammlung zum Thema Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsthemen prägten das Geschäftsjahr 2020 stark, insbesondere die Treibhausgasemissionen der Wiederkäuer waren ein Dauerthema. Proviande führte umfangreiche Literaturrecherchen durch und erstellte eine Faktensammlung aus diversen wissenschaftlichen Publikationen und Webinar-Vorträgen.

Prüfung eines Computerprogramms zur Erhebung der nationalen Daten für eine nachhaltige landwirtschaftliche Produktion

Ein durch das französische «Institut de l'Elevage» (IDELE) in Zusammenarbeit mit namhaften wissenschaftlichen Forschungsanstalten (z.B. INRA) entwickeltes Computerprogramm wurde evaluiert. Dieses Programm bewertet die Umweltauswirkungen auf der Ebene eines landwirtschaftlichen Betriebes mit Wiederkäuern, sowohl für Milch- wie auch für Fleisch- bzw. kombinierte Produktionsbetriebe, bezüglich der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Wirtschaftlichkeit, Ökologie und Soziales. Die Effizienz der Betriebsprodukte (Milch, Fleisch) wird dabei in Relation zur Treibhausgasproduktion, zum Netto-Kohlenstofffussabdruck und zu der Kohlenstoffsenke, zum Stickstoffkreislauf, zur Biodiversitätsentwicklung und zum Ernährungspotenzial des Betriebes in einfach verständlicher Form – sprachlich und grafisch – dargestellt. Dem Betriebsleiter steht ein Massnahmenkatalog zur Verfügung, mit welchem er seinen Betrieb im Bereich Nachhaltigkeit verbessern kann. Das Programm wird bereits in Frankreich und anderen europäischen Ländern angewendet und von in diesen Ländern wichtigen Akteuren der Milch- und Fleischbranche unterstützt. Diese Programmprüfung fand in Zusammenarbeit mit Agridea und Mutterkuh Schweiz statt. Unter anderem basierend auf diesen Erkenntnissen haben die Branchenorganisation Milch und Proviande mit Unterstützung des BLW bei Agridea das Projekt Klimaschutz in der Rindviehwirtschaft in Auftrag gegeben. Dieses wird 2021 durchgeführt.

Fachgruppe TTS

Proviande betreute auch 2020 das Sekretariat der Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe. Unter anderem wurden die Bedürfnisse der Branche für eine Branchenlösung für tier- und praxisgerechte Tiertransportbestimmungen mittels einer Umfrage geprüft, beurteilt und entsprechende Massnahmen definiert.

Schweine-Plus-Gesundheitsprogramme

Seit 2018 verwaltet Proviande administrativ den Fonds zur Anschubfinanzierung der Schweine-Plus-Gesundheitsprogramme. Dabei steht die korrekte Abwicklung des auf drei Jahre befristeten Fonds in Koordination mit der Identitas AG, der Qualitas AG und den Projektträgern im Zentrum. Im Weiteren erstellt Proviande die Quartalsberichte sowie den jährlichen Fondsbericht.

Vorschau auf Projekte ab 2021

Projekt «Klimaschutz in der Rindviehwirtschaft»

Zusammen mit der BO Milch ist Proviande Auftraggeberin und Mitglied der Steuerungsgruppe. Ziel des Projektes ist es, eine gemeinsame Strategie der Rindviehbranche für sinnvolle, messbare, umsetzbare und von der Politik anerkannte Massnahmen im Klimaschutz zu entwickeln.

Projekt «Mengenmodell für die Rindviehwirtschaft»

Zusammen mit der BO Milch ist Proviande Auftraggeberin dieses Projekts. Ziel ist die Entwicklung eines einfachen Mengenmodelles für die Rindviehwirtschaft. Dieses Modell wird die Auswirkung bei Veränderungen von wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und/oder politischen Parametern auf die Anzahl Tiere der Rindviehgattung aufzeigen.

Blaise Perrey

Geschäftsbereichsleiter Dienstleistungen

Proviande bietet verschiedene Dienstleistungen für die Fleischbranche an. Der dafür zuständige Geschäftsbereich leitet den DNA-Herkunfts-Check, führt die Ombudsstelle Tierwohl, betreut das Branchenreglement Suisse Garantie und führt die Fleischmarktstatistik. Daneben analysiert der Geschäftsbereich den Schweizer Fleischmarkt und publiziert entsprechende Statistiken. Verschiedene Auftraggeber aus der Fleischbranche nehmen zusätzliche Dienstleistungen auf privatrechtlicher Basis in Anspruch.

GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

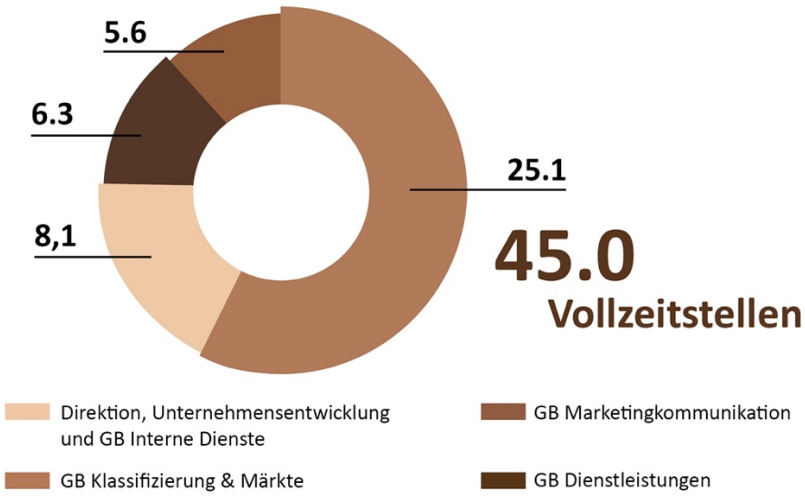
2020 war der Personalbestand sehr stabil. Es waren nur wenige Aus- und Eintritte zu verzeichnen.

Aufgrund der Coronapandemie hatten alle Mitarbeitenden mit grossen Herausforderungen zu kämpfen. Teilweise konnten Arbeiten und Projekte nicht durchgeführt werden, der Austausch zwischen Geschäftsbereichen und unter den Mitarbeitenden in der Geschäftsstelle war stark eingeschränkt, Mitarbeiteranlässe und interne Weiterbildungen fanden gar nicht statt, Homeoffice wurde, wo immer möglich, in der ersten Welle dringend empfohlen und Ende Jahr sogar zur Pflicht. Umso wichtiger waren die sofort zur Verfügung gestellten Onlineplattformen und die Sicherstellung des reibungslosen Ablaufes der internen Kommunikation.

Zur Sicherung der Gesundheit der Mitarbeitenden wurden sowohl für die Geschäftsstelle als auch für den Aussendienst schnell erste Regelungen und Massnahmen eingeführt. Diese wurden laufend der Situation und den Empfehlungen des Bundes angepasst. Im Frühjahr wurden sofort Abklärungen mit den Behörden getroffen, was die Kurzarbeitsentschädigung betraf. Die betroffenen Mitarbeitenden konnten entsprechend unterstützt werden.

Die schnelle Kommunikation und Einführung von Massnahmen, aber insbesondere das vorbildliche Verhalten der Mitarbeitenden waren verantwortlich dafür, dass Proviande bis Ende Jahr nur zwei Fälle einer Covid-Infektion zu verzeichnen hatte, die auch keine weiteren Ansteckungen auslösten.

Insgesamt beschäftigte Proviande 2020 durchschnittlich 87 Personen (ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeiter). Das entsprach 45,0 Vollzeitstellen (Vorjahr 45,4).



IT und EDV

2020 wurde die Migration auf Microsoft 365 gestartet. Der Mailserver wurde in die Cloud verschoben, weitere Server werden 2021 migriert.

Die Einrichtung der Software MS Teams befähigte Mitarbeitende und Verwaltungsräte innert kurzer Zeit, die durch die Pandemie verhinderten physischen Sitzungen und Besprechungen online durchzuführen, und gab den Mitarbeitenden auch aus dem Homeoffice die Möglichkeit, sich auszutauschen.

Als wichtige Austauschplattform dient auch das Intranet, welches 2020 auf Basis von MS SharePoint für die Mitarbeitenden eingerichtet wurde. MS SharePoint dient auch als Arbeitsplattform für den Verwaltungsrat, die Kommissionen und für die Teilnehmer am DNA-Herkunfts-Check.

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

	2020 | CHF	2019 | CHF
Ertrag Leistungsauftrag BLW	5'734'964	5'822'424
Ertrag Fördermittel BLW Absatzförderung und QuNaV (Savoir faire)	5'570'500	5'875'000
Ertrag Fördermittel BLW DNA	0	2'569
Ertrag Fördermittel Eigenmittel	6'696'342	6'795'927
Ertrag aus Dienstleistungen DNA	4'210'295	3'967'358
Ertrag aus diversen Dienstleistungen	780'684	788'331
Erlösminderungen / Veränderung Delkredere	13'421	45'822
Jahresbeiträge Genossenschafter	69'000	69'000
Total Dienstleistungsertrag	23'075'206	23'366'431
Aufwand Leistungsauftrag / Projekte	–199'960	–353'277
Projektaufwand Absatzförderung und QuNaV	–11'455'849	–11'756'686
Dienstleistungsaufwand DNA	–3'107'492	–3'201'179
Dienstleistungsaufwand Divers	–324'594	–50'966
Total Dienstleistungsaufwand	–15'087'895	–15'362'108
Bruttogewinn	7'987'311	8'004'323
Personalaufwand	–6'222'797	–6'501'060
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	–1'300'790	–1'385'812
EBITDA	463'724	117'451
Finanzergebnis	–1'282	–2'730
Abschreibungen	–1'148	–18'027
Betriebsergebnis vor Steuern	461'294	96'694
Ausserordentlicher Ertrag	2'547	5'935
Steuern	–102'013	–19'550
Jahresgewinn	361'828	83'079

Bilanz

Aktiven	31.12.2020 | CHF	31.12.2019 | CHF
Umlaufvermögen	8'773'228	8'854'476
Anlagevermögen	315	1'463
Total Aktiven	8'773'543	8'855'939

Passiven		
Fremdkapital	6'951'411	7'375'385
Eigenkapital	1'822'132	1'480'554
Total Passiven	8'773'543	8'855'939

Gewinnverwendung

Verfügbarer Bilanzgewinn	31.12.2020 | CHF	31.12.2019 | CHF
Jahresgewinn	361'828	83'079
Gewinnvortrag	776'718	718'043
Total verfügbarer Bilanzgewinn	1'138'546	801'122

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung		
5% Verzinsung Genossenschaftskapital	20'250	20'250
Zuweisung an gesetzliche Reserven	12'414	4'154
Vortrag auf neue Rechnung	1'105'882	776'718
Total Bilanzgewinn	1'138'546	801'122

Kommentar zur Jahresrechnung 2020

Die Erfolgsrechnung

Die Erträge der Jahresrechnung 2020 wurden hauptsächlich mit Vergütungen für die Erfüllung des Leistungsauftrages, den Förderbeiträgen für «Schweizer Fleisch» sowie den Einnahmen aus dem DNA-Herkunfts-Check erzielt. Auch sind Mittel eingeflossen für die Erstellung der neuen Markt-Datenbank.

Der gesamte Dienstleistungsertrag fiel um rund 290 TCHF tiefer aus als im Vorjahr. Dies hauptsächlich, weil im Gegensatz zum Vorjahr keine QuNaV-Projekte realisiert wurden und für die Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» weniger Förderbeiträge beantragt und ausbezahlt wurden.

Der Dienstleistungsaufwand für diverse neue Projekte nahm gegenüber dem Vorjahr stark zu. Die Erstellung der Markt-Datenbank und des Schafmarkt-Programms sowie die Massnahmen zur Bekämpfung der Schlachtung von trächtigen Tieren und die Lancierung der Ombudsstelle Tierwohl erforderten grössere Aufwände.

Der Personalaufwand war im Vergleich zum Vorjahr deutlich tiefer, da keine Personalanlässe stattgefunden haben (Weihnachtsessen, interne Weiterbildung usw.). Dank der Vergütung von Kurzarbeitsentschädigung durch den Bund wie auch dank der Reduktion von Ferien/Überzeit während des Covid-(Teil-)Lockdowns konnten die Personalkosten gesenkt werden. Zudem trug die Coronapandemie allgemein zur Senkung der Betriebs- und Verwaltungskosten bei (z.B. Ausfall Generalversammlung, Homeoffice).

Der ausserordentliche Erfolg betrifft die Rückverteilung der CO_2-Abgabe (Lenkungsabgabe des Bundes).

Die Bilanz

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

Das kurzfristige Fremdkapital nahm hauptsächlich aufgrund weniger passiver Rechnungsabgrenzung ab. Die Bilanzsumme nahm per Stichtag gegenüber 2019 um rund 0,9% 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 aufgrund des Jahresgewinns zu und der Eigenkapitalanteil stieg auf rund 20,8%.

Die Revisionsstelle

Die Metreba AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2020 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 1. März 2021 bestätigt.

PROVIANDE

Proviande Genossenschaft | Brunnhofweg 37 | Postfach | CH-3001 Bern | www.proviande.ch