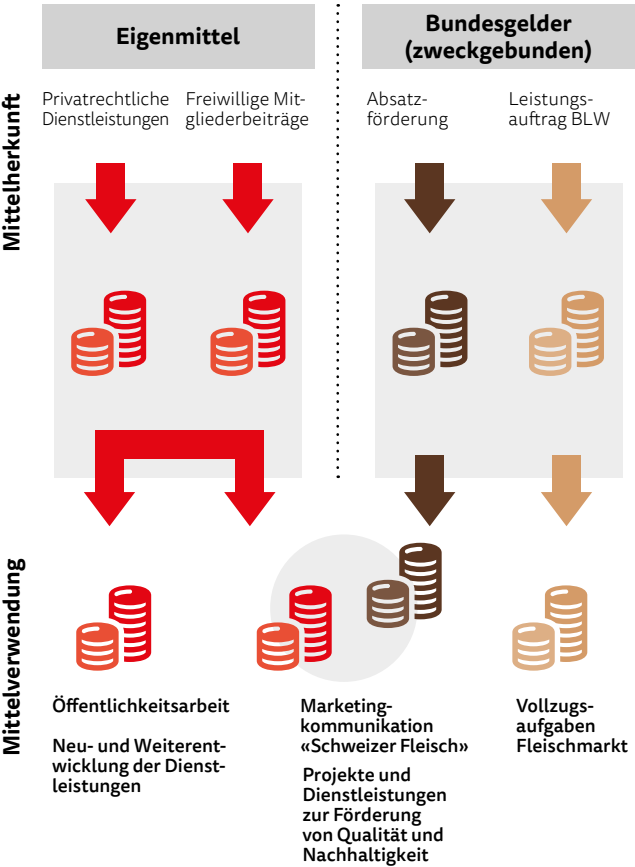


DIE FINANZIERUNG VON PROVIANDE.



HIER ERFAHREN SIE MEHR.

Detailliertere Informationen über Proviande, ihre Mitglieder, ihre Tätigkeiten, ihre Aufgaben und ihre Finanzierung finden Sie unter proviande.ch

Für alle Aktivitäten im Bereich Marketingkommunikation gilt die Marke «Schweizer Fleisch» als Absender. Mehr dazu finden Sie unter schweizerfleisch.ch

Proviande Genossenschaft
Brunnhofweg 37
3007 Bern
CH-3001 Bern

Tel. +41 31 309 41 11
info@proviande.ch
www.proviande.ch



PROVIANDE
IN KÜRZE.

Die Branchenorganisation
der Schweizer Fleischwirtschaft
im Überblick.



WER IST PROVIANDE?

Proviande ist die Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft. Mitglieder der Genossenschaft sind Organisationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Fleisch – von Produzenten über Verarbeiter bis hin zum Handel. Proviande ist eine wichtige Impulsgeberin, Botschafterin, Vermittlerin und Dienstleisterin in der Fleischbranche und engagiert sich für eine tierschutzkonforme, nachhaltige und qualitativ hochwertige Produktion und Verarbeitung von Fleisch in der Schweiz.

WELCHE AUFGABEN NIMMT PROVIANDE WAHR?

Proviande setzt sich für optimale Rahmenbedingungen zugunsten einer erfolgreichen Fleischwirtschaft ein und fördert das positive Image von Schweizer Fleisch. Zudem übernimmt Proviande im Auftrag des Bundes Klassifizierungs- und Kontrollaufgaben im Schlachtviehmarkt und bietet weitere Dienstleistungen für die Branche an.

IN WELCHEN BEREICHEN IST PROVIANDE TÄTIG?

Proviande agiert entlang der gesamten Wertschöpfungskette Fleisch in vier Geschäftsfeldern:

1. Dienstleistungen

Der Geschäftsbereich Dienstleistungen analysiert den Schweizer Fleischmarkt, publiziert entsprechende Statistiken und erstellt Schlachtviehabrechnungen für verschiedene Marktorganisationen. Mit dem DNA-Herkunfts-Check betreibt Proviande ein System für eine verlässliche Herkunftsdeklaration von Schweizer Kalb- und Rindfleisch. Ausserdem wurde 2020 die Ombudsstelle Tierwohl eingeführt, bei der Akteure der Branche die Möglichkeit haben, Tierschutzverstösse frühzeitig zu melden, damit entsprechende Massnahmen eingeleitet werden können.

2. Klassifizierung und Märkte

Der Geschäftsbereich Klassifizierung und Märkte führt im Auftrag des Bundes die neutrale Qualitätseinstufung von Lebewesen und Schlachtkörpern durch, überwacht die öffentlichen

Schlachtviehmärkte und kontrolliert die Ermittlung des Schlachtgewichts. Ausserdem arbeitet dieser Geschäftsbereich bei internen und externen Projekten mit und leitet Aus- und Weiterbildungskurse.

3. Kommunikation

Der Geschäftsbereich Kommunikation gliedert sich in zwei Hauptbereiche: die Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» und die Öffentlichkeitsarbeit. Die Massnahmen der Marketingkommunikation sollen die Unterschiede von heimisch produziertem Fleisch einer breiten Bevölkerung bekannt machen. Die Öffentlichkeitsarbeit erarbeitet die Positionen der Branche für Behörden, Medien und Politik.

4. Entwicklung und Nachhaltigkeit

Der Geschäftsbereich Entwicklung und Nachhaltigkeit leitet und fördert verschiedene Projekte mit dem Ziel, die Wertschöpfungskette der Fleischwirtschaft in der Schweiz nachhaltiger zu gestalten. Dazu gehören unter anderem Massnahmen zur Reduzierung von Lebensmittelverschwendung («Food Waste») sowie die Förderung einer nachhaltigen und umweltfreundlichen Fleischwirtschaft. Darüber hinaus ist dieser Geschäftsbereich dafür verantwortlich, dass Proviande als zentrale Organisation der Schweizer Fleischwirtschaft den künftigen Herausforderungen gewachsen ist, bestehende Kompetenzen stärken und neue Kompetenzen aufbauen kann. Zudem koordiniert der Geschäftsbereich als Brückenbauer und Vermittler verschiedene Projekte und nutzt sein Netzwerk zur Unterstützung brancheninterner Anliegen.



WIE WIRD PROVIANDE FINANZIERT?

Die Leistungen von Proviande werden mit Eigenmitteln und mit Bundesgeldern finanziert. Letztere sind strikte zweckgebunden, d.h.: Sie dürfen nur gemäss den gesetzlichen Bestimmungen eingesetzt werden.

Eigenmittel

Diese Einnahmen bestehen hauptsächlich aus Beiträgen der Branchenmitglieder und Abgeltungen für privatrechtliche Dienstleistungen. Mit Eigenmitteln finanziert Proviande mindestens zu 50% die Marketingkommunikation und Projekte zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit. Komplette Eigenmitteln finanziert werden die Neu- und Weiterentwicklung von Dienstleistungen und die Öffentlichkeitsarbeit. Darunter fallen politische Stellungnahmen, Medienarbeit aber auch Informationskampagnen zur nachhaltigen Fleischwirtschaft.

Bundesgelder

Abgeltungen von Leistungen gemäss Schlachtviehverordnung

Das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) schreibt alle vier Jahre den Leistungsauftrag für Vollzugsaufgaben auf dem Schlachtvieh- und Fleischmarkt aus. Proviande hat seit dem Jahr 2000 jeweils den Zuschlag dafür erhalten und wird für die entsprechenden Aufwendungen vom BLW vergütet.

Absatzförderung

Die Marke «Schweizer Fleisch» erhält Unterstützung durch den Bund, die sogenannte Absatzförderung. Die Absatzförderung ist an klare Auflagen gebunden und dient ausschliesslich dazu, die Vorteile einheimischer Lebensmittel gegenüber Importprodukten zu vermitteln. Diese Gelder dürfen nur für Marketing- und Kommunikationsprojekte der Marke «Schweizer Fleisch» eingesetzt werden, nicht jedoch für politische Zwecke.

Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit

Während einer maximalen Dauer von vier Jahren werden Projekte zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit vom BLW gemäss den Bestimmungen der QUNAV-Verordnung kofinanziert. Proviande konnte bisher für die Nose-to-Tail-Initiative «Savoir Faire» und für den DNA-Herkunfts-Check entsprechende Fördergelder in Anspruch nehmen.