JAHRESBERICHT VON PROVIANDE 2021

PROVIANDE

DIE FLEISCHBRANCHE STELLT SICH DEN HERAUSFORDERUNGEN

Das Jahr 2021 war ein Jahr, das von der Fleischwirtschaft Flexibilität verlangte. Die Corona-Pandemie und die dadurch verordneten Einschränkungen in der Gastronomie bis fast Mitte des Jahres führten dazu, dass der Fleischabsatz in diesem Bereich weiter unter Druck blieb. Insbesondere beim Kalbfleisch machte sich das bemerkbar und das Überangebot zu Beginn des Jahres musste mit Marktentlastungsmassnahmen aufgefangen werden. Der Detailhandel profitierte wiederum davon, dass die Konsumentinnen und Konsumenten sich über weite Strecken des Jahres nur unter teilweise strengen Auflagen im Restaurant verpflegen und nicht im Ausland einkaufen konnten.

2021 wurde viel geleistet in der Fleischbranche. Proviande hat sich strategisch neu orientiert, um auch künftig als wichtiger Dialogpartner die Land- und Ernährungswirtschaft mitprägen zu können.

Die politische Diskussion verlangte Flexibilität und Reaktionsvermögen. Nachdem die Corona-Pandemie, je länger das Jahr andauerte, etwas in den Hintergrund gerückt war, nahmen die Diskussionen rund um Versorgungssicherheit, Massentierhaltung und Klimaschutz wieder an Fahrt auf. Proviande hat deshalb – und wird auch in Zukunft – ihre Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskommunikation verstärken und mit geeinter Stimme gegenüber Behörden und Politik auftreten.

Nun steht der Branche ein weiteres herausforderndes Jahr bevor. Neben der noch nicht ausgestandenen Corona-Pandemie wird mit dem schlechten Erntejahr von 2021 und der aktuellen Situation auf dem Weltmarkt die Ernährungssicherheit an Bedeutung gewinnen. Die Abstimmung über die Massentierhaltungsinitiative, die das Tierwohl in den Fokus rückt, und die Klimastrategie des Bundes, deren Umsetzung in den Bundesämtern aktuell diskutiert wird, sind nur einige Herausforderungen, die auf die Branche zukommen.

Dr. Markus Zemp, Präsident des Verwaltungsrats

Die Branche zeigte jedoch immer die nötige Flexibilität und jedes Mitglied in der Wertschöpfungskette trägt an seiner Stelle dazu bei, den Grossteil der Bevölkerung von ihrem gesunden und hervorragenden Produkt zu überzeugen. Umfragen zeigen, dass Schweizer Fleisch wertgeschätzt wird und es gilt nun, ausreichend inländische Produkte zur Verfügung zu stellen – und zwar zu einem Preis, der dieser Wertschätzung Rechnung trägt, aber auch für die Konsumenten akzeptabel ist. Denn nach wie vor werden die Konsumentin und der Konsument entscheiden, was auf ihren Tellern liegt.

Heinrich Bucher, Direktor

INHALT JAHRESBERICHT 2021

PROVIANDE GENOSSENSCHAFT 4
DAS JAHR 2021 IM ÜBERBLICK 11
UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT 16
GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE 18
GESCHÄFTSBEREICH MARKETINGKOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH» 22
GESCHÄFTSBEREICH DIENSTLEISTUNGEN 25
GESCHÄFTSBEREICH INTERNE DIENSTE 30
FINANZEN 32

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: Birrer Heiner, Nottwil (bis 28.5.2021)*
- *Vizepräsident: Windlin Arnold, Giswil (ab 28.5.2021)*

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 (bis 28.5.2021)
  Darbellay Michel, Schweizer Bauernverband, Brugg (ab 28.5.2021)
  Noël Christophe, Schweizer Rindviehproduzenten, Brugg
- Waldvogel Adrian, Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
  Mosimann Christoph, Schweizerischer Freibergerverband, Avenches
- Windlin Arnold, Suisseporcs, Sempach
  Pfister Meinrad, Suisseporcs, Sempach

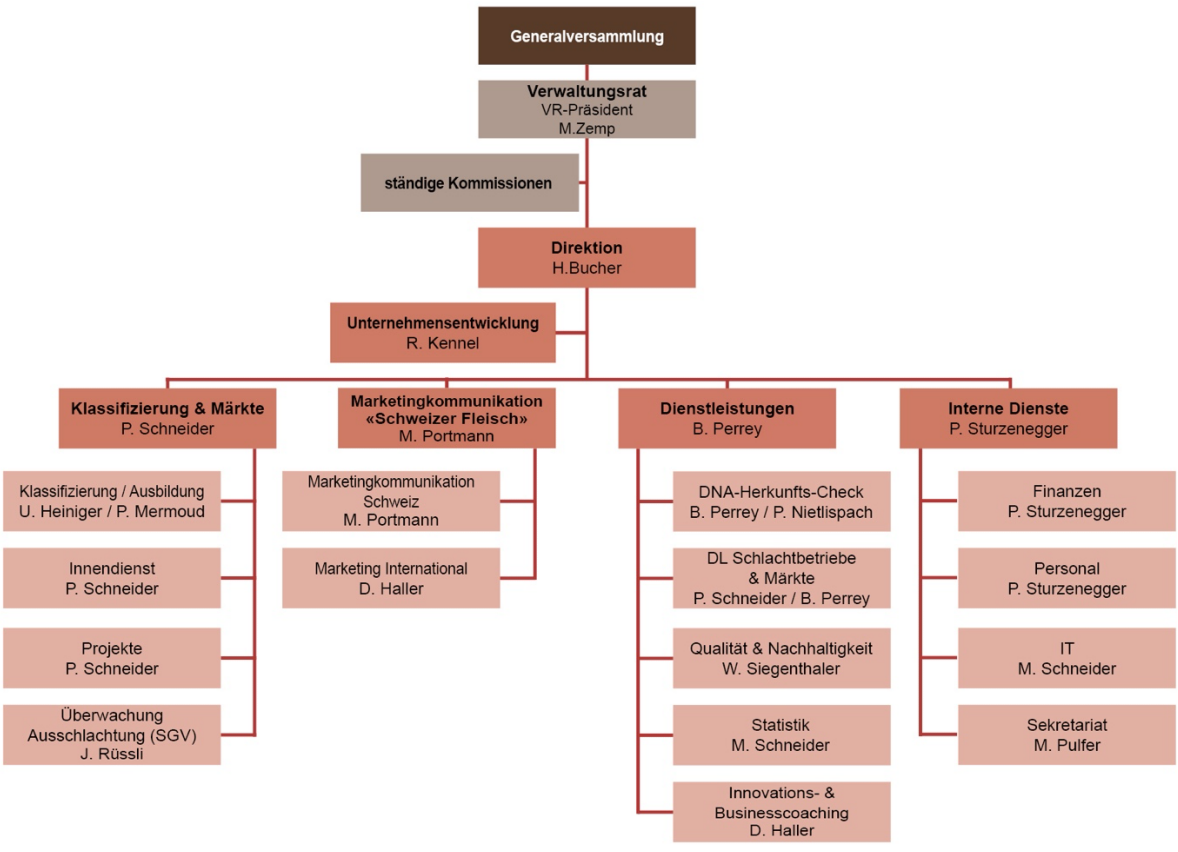
Mitglieder von Verwerter- und Vermittlerorganisationen sowie deren Stellvertreter

- 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 (bis 28.5.2021)
  Koller Walter, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich (ab 28.5.2021)
- 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 (bis 28.5.2021)
  Lustenberger Bruno, GastroSuisse, Zürich (ab 28.5.2021)
- 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 (bis 20.8.2021)
- Gygax Corinne, Schweizer Geflügelproduzenten, Grünenmatt
- Härter Daniel, Schweizer Fleisch-Fachverband, Zürich
- Hasler-Olbrych Patrik, GastroSuisse, Zürich (ab 20.8.2021)
- Hofstetter Mirjam, Schweizer Bauernverband, Brugg
- Müller Stefan, Suisseporcs, Sempach (ab 20.8.2021)
- Pfister Roland, Micarna SA, Courtepin
- Schneider Fabian, Coop, Basel
- Zahner Bernhard, Schweizerischer Verband von Comestibles-Importeuren und -Händlern SIC, Pratteln (ab 20.8.2021)

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
- Betken Rainer, Centravo AG, Lyss (ab 20.8.2021)
- 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
- Saurina Jennifer, Plattform Agrarexport, Bern (ab 20.8.2021)
- 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
- Baumann Albert, Micarna SA, Courtepin (ab 20.8.2021)
- Bosshard Peter, Schweizerischer Viehhändler Verband, Chur
- Darbellay Michel, Schweizer Bauernverband, Brugg (ab 20.8.2021)
- Egger Christoph, Micarna SA, Courtepin (bis 20.8.2021)
- 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 (bis 20.8.2021)
- Rufer Martin, Schweizer Bauernverband, Brugg (bis 20.8.2021)
- 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
- Wandfluh Ernst, IG öffentliche Märkte, Brugg (ab 20.8.2021)

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, 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 2021 IM ÜBERBLICK

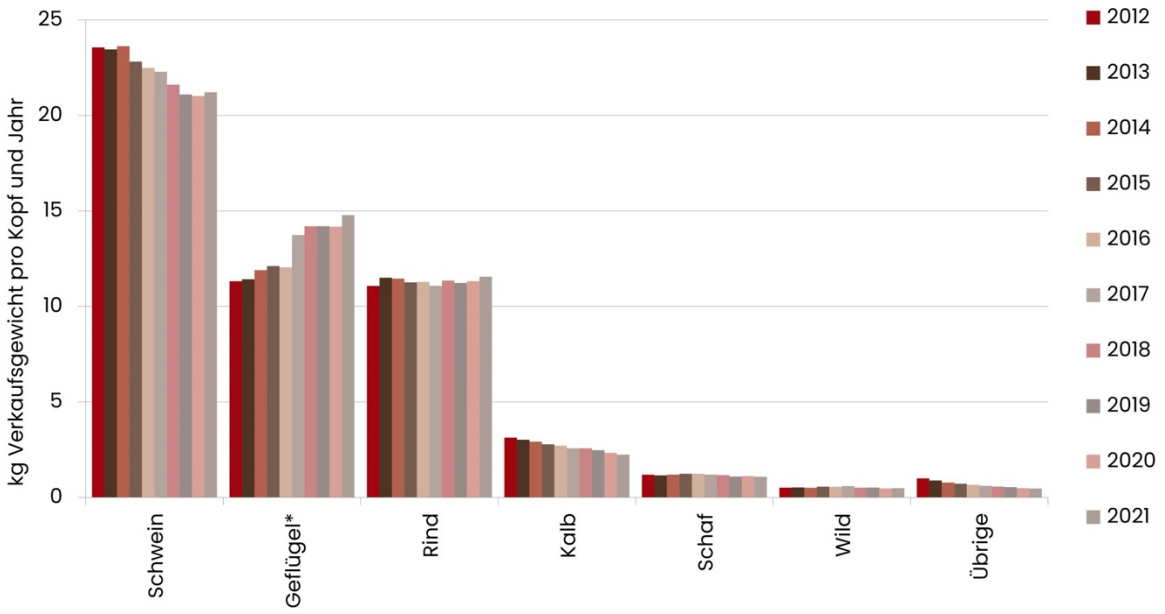
Proviande und ihre Mitglieder standen auch 2021 im Fokus der Politik und der öffentlichen Diskussion. Versorgungssicherheit, Massentierhaltung und Klimaschutz sind Dauerbrenner in den Medien und Gegenstand von politischen Forderungen. Der Fleischverbrauch stagnierte auf dem Niveau der Vorjahre.

Der Fleischmarkt

Die Schweizerinnen und Schweizer geniessen noch immer gerne ein Stück Schweizer Fleisch. Allen Medienberichten und politischen Forderungen zum Trotz blieb der Fleischverbrauch auch 2021 auf dem Niveau der Vorjahre bei 51,8 kg pro Person. Die inländische Produktion von Rind-, Schweine- und Geflügelfleisch nahm leicht zu und zur Deckung der Nachfrage musste insbesondere mehr Rind- und Geflügelfleisch importiert werden als 2020. Der Selbstversorgungsgrad über alle Fleischsorten blieb unverändert bei knapp 81%.

Die Gastronomie hatte auch 2021 noch mit Einschränkungen wegen der Corona-Pandemie zu kämpfen. Im Januar wurden die Bestimmungen aus dem Dezember sogar noch verschärft und erst Ende Juni waren Restaurantbesuche wieder nahezu uneingeschränkt möglich. Die Konsumation spielte sich deshalb auch 2021 vermehrt in den eigenen vier Wänden ab. Der Absatz von Fleisch und Fleischprodukten im Detailhandel lag demnach auch 2021 über dem Niveau von 2019.

Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauches 2012–2021



* Methodenänderung ab 2017: Anpassung der Ausbeutefaktoren, Zunahme der Menge verkaufsfertiges Fleisch.

Schweinemarkt

Im Schweinemarkt konnte die Stabilität des Vorjahres nicht gehalten werden. Das Angebot stieg kontinuierlich an und das daraus entstehende Überangebot führte zu Preisabschlägen für die Produzenten. Nur im April, Mai und Juni wurden Importanträge gestellt und bewilligt. Der Verbrauch von Schweinefleisch blieb gegenüber dem Vorjahr konstant, der Selbstversorgungsgrad lag bei hohen 94%.

Rinder und Kühe

Der Grossviehmarkt war das ganze Jahr über sehr ausgeglichen. Die gute Nachfrage führte Anfang des Jahres zu einem Anstieg der Produzentenpreise, welche das ganze Jahr über konstant blieben. Die Nachfrage nach Rindfleisch war gut, der Verbrauch lag mit 11,5 kg/Kopf um 2% über dem Vorjahr. So mussten zur Deckung des Bedarfs regelmässig Verarbeitungsfleisch und Nierstücke importiert werden. Der Selbstversorgungsgrad sank dadurch leicht unter 80%.

Kälbermarkt

Der Markt für Bankkälber verlief auch 2021 turbulent. Durch die immer noch angespannte Situation im Gastronomieabsatzmarkt sanken die Preise Anfang Jahr und konnten nur durch Marktentlastungsmassnahmen aufgefangen werden. Anders in der zweiten Jahreshälfte: Die fehlenden Angebote für die wachsende Nachfrage führten zu Höchstpreisen für die Produzenten. Der Verbrauch an Kalbfleisch sank leicht auf 2¼ Kilo pro Person.

Vision und Mission

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

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

2021 stand Proviande in mehreren Anliegen als Vermittlerin zur Verfügung. Die Diskussionen bei Massnahmen zur Verbesserung des Tierwohl, aber auch zur nachhaltigen Entwicklung der Fleischwirtschaft gewinnen immer mehr an Bedeutung und fordern die Branche, um gemeinsame Lösungen zu finden.

Als Botschafterin macht sie es sich zur Aufgabe, die Klimadiskussion mit Fakten zu untermauern und den Stellenwert von Fleisch in einer ausgewogenen und abwechslungsreichen Ernährung zu bekräftigen. Dies nicht nur gegenüber der Öffentlichkeit und Medien, sondern immer häufiger auch gegenüber Behörden und Politikern.

Als Impulsgeberin erweiterte Proviande 2021 ihren eigenen Wirkungskreis im Bereich Dienstleistungen und engagierte sich bei diversen Studien. So unterstützte Proviande zusammen mit der Branchenorganisation Milch eine Studie zum Klimaschutz in der Rindviehproduktion.

Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch»

Der Schwerpunkt 2021 lag auf der Überprüfung der Marketing-Kommunikationsstrategie. Die übergeordneten Ziele wurden bezüglich Wirkungshebel und Zielgruppen überprüft. Aufgrund einer umfassenden Analyse wurden die bestehenden Massnahmen erweitert und angepasst. Die Strategie wird im Frühjahr 2022 vom Verwaltungsrat verabschiedet.

Wie kritisch die Massnahmen der Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» betrachtet werden, zeigt sich an der Anzahl politischer Vorstösse, die direkt oder indirekt eine Streichung der Bundesmittel für die Absatzförderung von Schweizer Fleisch verlangen, aber auch an der Anzahl Beschwerden, die bei der Lauterkeitskommission zu Aussagen von «Schweizer Fleisch» eingereicht, aber alle abgewiesen wurden.

Leistungsauftrag des BLW

Aufgrund ihrer Offerte für die Periode 2022 bis 2025 erhielt Proviande bereits zum siebten Mal den Zuschlag für die Leistungsvereinbarung mit dem Bundesamt für Landwirtschaft für Vollzugsaufgaben nach Artikel 26 der Schlachtviehverordnung, unter anderem zur Überwachung der öffentlichen Schlachtviehmärkte und zur neutralen Qualitätseinstufung von Schlachttieren.

Marktumfeld

Proviande bezieht Position

Die Fleischwirtschaft insgesamt und Proviande als Branchenorganisation der Schweizer Fleischwirtschaft standen auch 2021 im Fokus der Politik und der öffentlichen Diskussion. Ergänzend zur Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» ist es deshalb wichtig, dass Synergien in der Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden, damit die Branche mit einheitlichen Botschaften und Argumenten auftritt.

Mit der Überarbeitung des Finanzierungsreglements können Eigenmittel der Branche wie bisher für die Marketingkommunikation «Schweizer Fleisch» sowie für Projekte zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit eingesetzt werden, neu nun auch für die Unternehmenskommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit. Damit bekräftigten die Mitglieder der Branchenorganisation den Willen, auch politisch Stellung zu nehmen bei Themen, welche die Wertschöpfungskette Fleisch betreffen.

Mit der Politarbeit werden in Allianzen mit weiteren Organisationen der Land- und Ernährungswirtschaft oder als Sprachrohr der Fleischbranche die politischen Parteien und Entscheidungsträger über die Positionierung der Fleischwirtschaft aufgeklärt. So beteiligt sich Proviande an der Abstimmungskampagne gegen die Massentierhaltungsinitiative.

Zusammenarbeit mit den Bundesämtern

Proviande nahm im Geschäftsjahr 2021 Stellung zu Änderungen von verschiedenen Verordnungen im Tierarzneimittelrecht, zum Gesetzesentwurf über die Gentechnik im Ausserhumanbereich (Verlängerung Gentechmoratorium) und zum landwirtschaftlichen Verordnungspaket 2021. Hier bewirkten insbesondere die Stellungnahmen aus der Fleischbranche, dass in der Schlachtviehverordnung auf eine Verlängerung der Einfuhrperiode für Fleisch von Tieren der Rindviehgattung verzichtet wurde.

Proviande beteiligte sich im Herbst an der nationalen Seuchenübung NOSOS 21 des Veterinärdienstes Schweiz, in welcher ein fiktiver Ausbruch der afrikanischen Schweinepest beprobt wurde. Proviande als zentraler Kontakt zu und von den Behörden hat sich aus Sicht der Branche bewährt. Die Koordination der Informationen und Aktivitäten innerhalb der Branche wurde in einem Krisenausschuss unter der Leitung der Geschäftsstelle sichergestellt. Die Erkenntnisse wurden im Handbuch Krisenmanagement von Proviande aufgenommen.

Aus der Politik

Ein Grossteil der Postulate und Motionen, welche Proviande betrafen, wurden in den Sessionen jeweils in Form einer Kurzdebatte abgehandelt (Behandlungskategorie IV). So auch die unter diversen Titeln abgehandelte Forderung nach der Abschaffung der Absatzförderung für die Fleischwerbung.

In der Wintersession lehnte der Nationalrat den direkten Gegenvorschlag des Bunderats zur Massentierhaltungsinitiative ab, wie dies auch die Kommission für Wirtschaft und Abgaben des Nationalrates (WAK-N) bereits im Oktober tat. Damit ausgewählte Politiker für die Anliegen der Fleischwirtschaft (Produktion bis Konsum) einstehen konnten, wurden sie mit Hintergrundmaterial versorgt und in persönlichen Gesprächen informiert. Dadurch verfügten sie über Fakten zum Fleischmarkt allgemein und zum spezifischen Geschäft im Besonderen.

.

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die gesellschaftlichen Themen rund um Gesundheit und Klimawandel setzen die Fleischbranche auf allen Stufen der Wertschöpfungskette stark unter Druck. Deshalb ist es wichtig, dass diese in der Kommunikation nach aussen mit einheitlichen Botschaften und Argumenten auftritt und Synergien in der Öffentlichkeitsarbeit nutzt.

Mit für alle zugänglichen Argumentationspapieren und Dossiers zur Produktion und Tierhaltung in der Schweiz, aber auch zum Stellenwert von Fleisch in der Ernährung können Proviande und ihre Mitglieder zeigen, wo die Branche steht, wie sie mit den Herausforderungen umgeht, was sie erreichen will und erreicht hat. Branchenintern werden Impulse weitergegeben und Informationen zur Verfügung gestellt, welche gegenüber den Medien, NGOs, Mitarbeitenden, Partnern etc. verbreitet werden können.

Dazu wurden Sammelkarten mit den wichtigsten Argumenten zu Tierwohl, Nachhaltigkeit und Ernährung entwickelt, welche abonniert werden können. Zu den gesellschaftlich viel diskutierten Themen wie CO2-Kreislauf, Tierhaltung und Futtermittel wurden zudem umfangreiche Dossiers erarbeitet, welche auf der Website zur Verfügung stehen.

Die Kommunikationsstelle von Proviande geniesst bei den Medienschaffenden hohe Glaubwürdigkeit und wird regelmässig kontaktiert, sei es zu aktuellen Themen, zur Unterstützung bei Hintergrundrecherchen, um Kontakte zu vermitteln oder aber auch einfach, um den Puls der Schweizer Fleischbranche zu fühlen. Auch 2021 sorgte die Kommunikationsstelle mit Sprachregelungen und Positionspapieren dafür, dass die Branche bei gesellschaftlich relevanten und heiklen Themen «mit einer Zunge» spricht, orientierte die Branche über «kritische» Recherchen der Medienschaffenden und koordinierte, wenn nötig, die Antworten und die Informationen in der Branche.

Gegenüber Politikern und Behörden konnte sich Proviande 2021 als verlässliche Dialogpartnerin etablieren. Die ersten informellen Treffen mit (Jung-)Politikern erfreuten sich grosser Beliebtheit und von Behördenseite werden Vertreter von Proviande in verschiedene Projekte der Land- und Ernährungswirtschaft miteinbezogen.

Regula Kennel

Leiterin Stabsstelle Unternehmensentwicklung

Die Stabsstelle ist verantwortlich für die Unternehmenskommunikation und die Öffentlichkeitsarbeit. Sie koordiniert Information und Kommunikation innerhalb der Mitglieder von Proviande und führt die Kommunikationsstelle als zentrale Anlaufstelle rund um Anliegen zum Nahrungsmittel Fleisch.

GESCHÄFTSBEREICH KLASSIFIZIERUNG & MÄRKTE

Der Leistungsauftrag

Öffentliche Schlachtviehmärkte

Die überwachten öffentlichen Schlachtviehmärkte konnten planmässig durchgeführt werden. Praktisch während des ganzen Jahres herrschte auf den Rindvieh- und Schafmärkten eine gute bis sehr gute Nachfrage. An 647 Rindviehmärkten wurden insgesamt 59'268 Tiere vermarktet und an 282 Schafmärkten konnten 63'955 Tiere verkauft werden.

Marktentwicklung

Rinder und Kühe

Dem Markt entsprechend verhielt sich auch die Preisentwicklung für Bank- und Verarbeitungstiere. Kurz nach Jahresbeginn stiegen die Preise an und blieben sehr konstant. Saisonale Schwankungen waren kaum zu erkennen.

Kälbermarkt

Turbulenter verlief der Markt bei der Kategorie Bankkälber. Die stark sinkenden Preise in den ersten Wochen im Jahr konnten erst durch eine Marktentlastungsmassnahme gebremst werden. Im zweiten Semester erholte sich die Situation sehr schnell. Die sinkenden Angebote führten zu beachtlichen Höchstpreisen.

Schweinemarkt

Bei den Schweinen wurde die sehr stabile Marktlage aus dem Vorjahr gebrochen. Kontinuierlich stiegen die Angebote an und führten zu einem deutlichen Überangebot. Trotz hohen Schlachtzahlen stauten sich die Schweine auf. Die Folge davon waren regelmässige Preisabschläge bis zum Tiefpunkt von CHF 3.60.

Schafmarkt

Der Produktionsrückgang und die gute Nachfrage bei den Tieren der Schafgattung zeigten sich auch in der Preisbildung. Die Aktivitäten im Herbst mit Schweizer Lammfleisch belebten den Markt zusätzlich. Trotz den Alpentleerungen blieben die Preise auf ansprechendem Niveau konstant.

Neutrale Klassifizierung in den Schlachtbetrieben

Der Geschäftsbereich Klassifizierung & Märkte führte die neutrale Qualitätseinstufung 2021 in 22 Schlachtbetrieben durch. Seit April 2021 wird die neutrale Qualitätseinstufung neu auch im Schlachtbetrieb Avenches im Rahmen des Leistungsauftrages durch Proviande durchgeführt. Die Konzentration der Schlachtungen in den grössten Schlachtbetrieben war vergleichbar mit dem Vorjahr.

Der Stundenaufwand für die neutrale Qualitätseinstufung in den Schlachtbetrieben stieg sogar gegenüber dem Vorjahr aufgrund des höheren Schlachtvolumens sowohl im CH-Tax- als auch im Schweinebereich leicht an.

Neutrale Klassifizierung Schlachtkörper 2021

	Anzahl Schlachtungen	Klassifiziert durch Proviande	Anteil klassifiziert
Grossvieh	405'104	351'545	86,8%
Kälber	190'688	167'043	87,6%
Schweine	2'544'399	2'346'129	92,2%
Schafe	235'812	142'993	60,6%

Marktinterventionen

Die pandemiebedingten Einschränkungen für die Gastronomiebetriebe hatten erneut Auswirkungen auf den Kalbfleischabsatz zu Beginn des Jahres. Um den Markt wieder ins Gleichgewicht zu bringen, wurden 425 Tonnen Kalbfleisch vorübergehend eingefroren. Mit den sinkenden Angeboten und der guten Nachfrage im zweiten Semester konnten die Lager wieder freigegeben werden.

Im Gegensatz zum Vorjahr waren keine weiteren Marktentlastungsmassnahmen notwendig.

Kontrolle der Ermittlung des Schlachtgewichts

2021 war das dritte volle Kalenderjahr, in welchem Proviande die Einhaltung der Ausschlachtungsbestimmungen überwachte. Dies ermöglicht einen ersten vollständigen Jahresvergleich. Dabei zeigt sich, dass mit der Umsetzung dieses Auftrages in der Praxis das angestrebte Ziel erreicht werden konnte. Für alle Schlachtbetriebe gelten gleich lange Spiesse, was wesentlich zur guten Akzeptanz des Verfahrens in der Branche beiträgt. So war im Jahr 2021 keine Meldung von fehlbaren Schlachtbetrieben an das BLW nötig, womit auch keine Untersuchung eröffnet werden musste.

Umfangreiche Projekte

Vermeidung des Schlachtens von trächtigen Rindern und Kühen

Die erste Regelung wurde 2017 in der Branche eingeführt und aufgrund der Erfahrungen in der Praxis von der Arbeitsgruppe überarbeitet. Mit zusätzlichen Massnahmen und Präzisierungen in der Fachempfehlung sollen unbegründete Schlachtungen von trächtigen Tieren weitgehend verhindert werden. So wird zur Schlachtung eines trächtigen Tieres neu ein tierärztliches Attest benötigt und die Gebühr für unbegründete Schlachtungen auf CHF 200.– angehoben. Die von der Branche verabschiedete Fachempfehlung tritt am 1. Februar 2022 in Kraft.

Klassifizierungsgerät für Haartiere

Nach einem längeren Prüfungsprozess konnte die Eignungsprüfung für das BCC-3 mit der Validierung abgeschlossen werden. Die ambitiösen Mindestanforderungen wurden gemäss den Vorgaben erreicht, sodass Mitte Jahr das Zulassungsgesuch an das Bundesamt für Landwirtschaft eingereicht werden konnte. Die positive Beurteilung durch das BLW ist ein grosser Schritt in der Weiterentwicklung der Rindviehklassifizierung in den Schweizer Schlachtbetrieben. Das BCC-3 ist das erste elektronische Klassifizierungsgerät, welches in der Schweiz eingesetzt werden kann. Das Projekt konnte somit erfolgreich abgeschlossen werden. Ab 1. Januar 2022 ist das erste Gerät in der Schlachtbetrieb St. Gallen AG im Einsatz.

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. Peter Schneider engagiert sich zudem bei der Aus- und Weiterbildung von Landwirten und bringt sein Know-how in diversen internen und externen Projekten ein.

GESCHÄFTSBEREICH MARKETING-KOMMUNIKATION «SCHWEIZER FLEISCH»

Marketingkommunikation Schweiz

«Der feine Unterschied»

Die Basiskommunikation mit den Werbespots rund um den feinen Unterschied konnte erneut hervorragende Werte erzielen. Die Werbespots punkten durch ihre Authentizität, wobei Betriebe und Persönlichkeiten aus unterschiedlichsten Regionen porträtiert werden. Die Basiswerbung war während 34 Wochen in TV, Kino und online präsent.

Auch auf Social Media ist Schweizer Fleisch hervorragend vertreten: Im Jahr 2021 wurden mit den Social-Media-Kanälen über 2,3 Millionen Schweizer Nutzerinnen und Nutzer erreicht. Mit Pinterest, Instagram und Facebook ist «Schweizer Fleisch» auf den grössten Onlineplattformen vertreten. Mit Serien wie «How to Meat» und «Meatfacts» werden einerseits die Verarbeiter ins Zentrum gerückt, andererseits die Vorzüge von Schweizer Fleisch auf visuell ansprechende Art verpackt.

Mit PR-Beiträgen in den Print- und Onlinemedien kann tieferes Wissen vermittelt werden als in Beiträgen für Social Media. Mit 49 Artikeln in insgesamt 17 Print- und Onlinemedien war «Schweizer Fleisch» praktisch wöchentlich sichtbar und zielgruppengerecht vertreten.

Website als Basismedium

Die wiedergewonnene «Kochfreude» der Schweizerinnen und Schweizer während des Lockdowns spiegelt sich weiterhin in den positiven Zahlen von www.schweizerfleisch.ch. Mit über 6 Millionen Besuchern ist die Website sehr beliebt.

Die Website verbindet Argumente für Schweizer Fleisch mit kulinarischen Tipps und Rezepten: So werden die Rezepte, welche die meisten Besucher auf die Website leiten, mit Infoboxen ergänzt, die Fakten und weiterführende Informationen liefern.

Mit dem Newsletter «Fleischnews», für welchen man sich direkt auf der Website von «Schweizer Fleisch» anmelden kann, wurden verschiedene Fakten rund um Schweizer Fleisch mit den Abonnentinnen und Abonnenten geteilt.

Ein gastronomischer Höhepunkt

Auch 2021 waren die Aktivitäten im Bereich Gastronomie geprägt von Einschränkungen durch die Corona-Pandemie. Ein grosses Highlight war deshalb der 19. Kochwettbewerb von «La Cuisine des Jeunes», der trotz Unsicherheiten stattfinden konnte. Er stand ganz im Zeichen von Schweizer Lammfleisch: «The Art of Lamb – zeig uns grosse Kochkunst» war die Vorgabe.

Der Kochwettbewerb erreichte ein breites Publikum: auf der Website über 15'800 Kontakte, via Social Media über 500'000 Kontakte. Dies zeigt, dass die Gastronomie ein an Schweizer Fleisch interessiertes und breites Publikum ist.

Mit verschiedenen Publikationen in Fach- und Branchenmedien konnten 425'000 Kontakte generiert werden. Und mit dem hauseigenen Gastro-Fachmagazin «Messer&Gabel» wird praxisnahes Infotainment vermittelt: Mit einer Auflage von 33'000 Exemplaren und knapp 100'000 Kontakten ist es ein wertvolles Kommunikationsmittel für die gesamte Gastrobranche.

Noch ein schwieriges Jahr für das «Schweizer Fleisch»-Campfire

Von den Umständen noch nicht ganz erholt hatte sich die Eventbranche und damit das «Schweizer Fleisch»-Campfire. Dank dem Format «Hiking Sounds» konnten aber bereits zu Beginn des Sommers mehrere Anlässe im kleinen Rahmen ermöglicht werden.

In Zusammenarbeit mit den verschiedenen Festivalpartnern war es möglich, bei einer kleineren Version des Zermatt Unplugged als Village-Partner und beim Heitere Open Air als «On Tour»-Partner dabei zu sein. Dank der verbesserten Pandemielage wurde ab Mitte August sogar eine Teilnahme an den zwei einzigen normal stattfindenden Festivals, dem Open Air Gampel und dem Seaside Festival, möglich. Bei beiden Festivals war das «Campfire» als Bühne ein fester Bestandteil des Festivalprogramms.

Sensibilisierung der Ernährungsfachpersonen und WAH-Lehrpersonen

Der Kontakt mit der Zielgruppe «Ernährungsfachpersonen» fand in diesem Jahr mehrheitlich über die Mailings des Verbandes SVDE sowie über Publireportagen und Beilagen in den wichtigsten Ernährungszeitschriften statt. Des Weitern wurden den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der zwei grössten Ernährungstagungen, welche online stattfanden, verschiedene Flyer mit Argumenten nach Hause geschickt.

Im Bereich WAH (Wirtschaft – Arbeit – Haushalt, vormals Hauswirtschaft) wurden verschiedene neue Unterlagen erstellt und beworben. Die Anzahl Kontakte im Adressstamm konnte um 10% gesteigert werden. Die Publikation «En Guete», welche bei Metzgereien aufgelegt wird, erscheint weiterhin 8-mal jährlich mit einer Auflage von knapp 190'000 Exemplaren.

Marketing international

Die Bearbeitung des chinesischen Marktes war erneut geprägt von Unsicherheit und Dynamik. Dennoch wurden wichtige Erfolge verzeichnet: 3'877,5 Tonnen an Schweizer Nutzprodukten fanden als Delikatessen ihren Weg nach China. Dabei lag der durchschnittliche Marktpreis um 18% höher als jener der Mitbewerber für Importprodukte gleicher Art. Weitere Meilensteine in diesem Exportprojekt: Die chinesischen Entscheidungsträger nahmen die Dachmarke «swiss meat» stärker wahr und die unterschiedlichen Marketingmassnahmen zeigten Wirkung. Die Website swiss-meat.com konnte realisiert, Social-Media-Auftritte konnten intensiviert und die Teilnahme an relevanten Messen umgesetzt werden. Wiederum sind die Erfolgsaussichten vielversprechend, sodass die Marktbearbeitung in China – in Zusammenarbeit mit Centravo AG – im Jahr 2022 fortgesetzt werden kann.

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

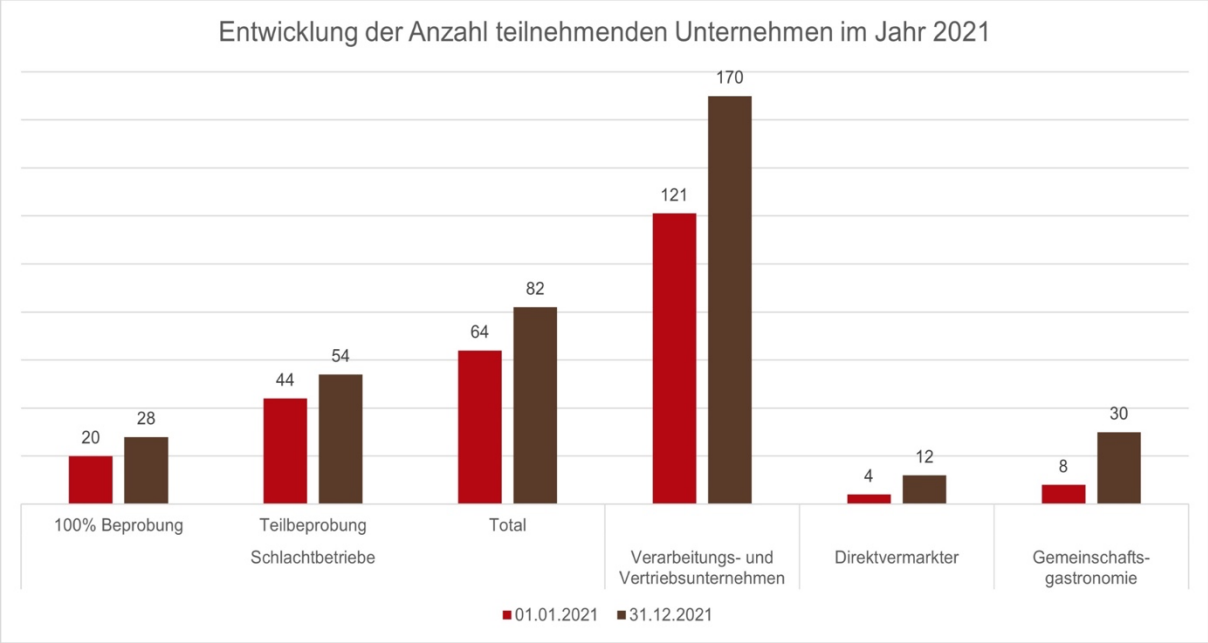
Im Bereich Markt-Monitoring konnten in der Gemeinschaftsgastronomie weitere Spitäler sowie die Schweizer Armee dazugewonnen werden. Die Schweizer Armee nutzt seit der Sommer-Rekrutenschule den DNA-Herkunfts-Check mit dem Ziel, alle Waffen- und Ausbildungsplätze regelmässig beproben zu lassen. Ausserdem wurde das Markt-Monitoring am 9. April 2021 nach ISO 9001:2015 zertifiziert.

Im Rahmen des Markt-Monitorings wurden insgesamt 3'300 Proben genommen. 2'153 aus dem Detailhandel, 131 aus dem Grosshandel, 811 aus den Fleischfachgeschäften sowie 205 aus der Gemeinschaftsgastronomie. Total wurden 27'412 DNA-Profile bestimmt.

Die Dienstleistungen des DNA-Herkunfts-Check konnten im Jahr 2021 bei weiteren Partnern integriert und umgesetzt werden. So zum Beispiel bei der Marke «Genève Région Terre Avenir (GRTA)», deren Eigner der Kanton Genf ist. Auch nutzt Swissgenetics seit Herbst 2021 den DNA-Herkunfts-Check für ihre interne Prozesskontrolle und für die Rückverfolgbarkeit der verkauften Spermadosen. Ebenfalls konnte mit der Marke «LIMOUSIN REGIONAL» eine Dienstleistung erarbeitet werden, um die Wertschöpfungskette regelmässig zu prüfen und zu kontrollieren.

Die zusätzlich angebotenen Dienstleistungen für die teilnehmenden Unternehmen wurden im Geschäftsjahr vermehrt in Anspruch genommen, insbesondere die «Interne Prozesskontrolle» ist gefragt. Gründe dafür sind die einfache Handhabung für die Betriebe und die selbstständige Umsetzung durch das für die Qualität verantwortliche Personal.

Für das Jahr 2022 wird eine Erhöhung des Anteils der DNA-Referenzproben um 1 bis 2% angestrebt, ein Wachstum der teilnehmenden Gemeinschaftsgastronomiebetriebe und eine ausgewogene Beprobung der verschiedenen Absatzkanäle im Markt-Monitoring mit insgesamt 3'600 Proben. Bei den Beprobungen sollen vermehrt verarbeitete Produkte wie Hackfleisch und restrukturierte Produkte berücksichtigt werden. Die zusätzlich angebotenen Dienstleistungen für teilnehmende Unternehmen und für Dritte sollen vermehrt beworben und im Markt umgesetzt werden.



Ombudsstelle Tierwohl

Die im Jahr 2020 geschaffene Ombudsstelle Tierwohl von Proviande funktioniert gut, wird jedoch noch zu wenig genutzt. Mit verschiedenen Kommunikationsmassnahmen wurde sie 2021 breiter bekannt gemacht, sodass durch Meldungen aus der Branche Verstösse gegen Tierschutzbestimmungen bei Nutztieren frühzeitig erkannt werden können. 2021 trafen sechs Meldungen ein, welche zur Bearbeitung an die zuständigen Stellen weitergeleitet wurden.

Statistik

Zusammen mit dem Fachbereich Marktanalysen des Bundesamts für Landwirtschaft wurde das Projekt «Effektiver Fleischabsatz im Schweizer Detailhandel» durchgeführt, um ein besseres Verständnis über die Absatzkanäle von Fleisch insbesondere im Detailhandel zu schaffen.

Die bestehenden Verbrauchs- und Nahrungsmittelbilanzen (Proviande/Agristat) sagen nichts über den effektiven Konsum oder die Absatzkanäle aus. Auf der anderen Seite zeigen die Detailhandelsabsätze Fleisch nach Nielsen nur einen Teil des Marktes. Es fehlen die Fleischbestandteile in Convenience-Produkten (Tiefkühlpizza, Sandwich etc.). Damit sind die Zahlen

nicht vergleichbar mit der Verbrauchsbilanz (Verkaufsgewicht Frischfleisch vs. Verkaufsgewicht Fleischprodukt).

Ziel des Projektes war es, den effektiven Fleischabsatz im Detailhandel in Kilo Verkaufsgewicht als Frischfleischäquivalent zu eruieren und damit die Absatzmenge im Detailhandel mit der Angebotsmenge gemäss der Statistik von Proviande vergleichbar zu machen.

Businesscoaching

Sowohl die Landwirtschafts- als auch die Lebensmittelbranche sind zunehmend im Fokus politischer Regulierungen und gesellschaftlicher Veränderungen. Im Wissen darum, dass der schnelle Wandel für viele Unternehmen eine echte Herausforderung ist, bietet Proviande ein Business Coaching an, um Veränderung als Chance zu sehen und Prozesse neu zu gestalten. Ganz nach dem Motto: weil Dinge sich ändern, von denen man glaubte, sie würden immer so bleiben.

Das Business Coaching konnte 2021 – aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie – nicht mit der vorgesehenen Intensität realisiert werden. Die Zeit wurde genutzt, um die Angebotspalette zu verfeinern. Führungskräfte sind zunehmend gefordert, sich mit Agilität, neuen Arbeitsformen, wie hybrides Arbeiten, Teamperformance, und den Skills für die Zukunft auseinanderzusetzen. Oft gilt es dabei, eigene Sichtweisen und Meinungen zu überdenken. Hier setzt das Business Coaching von Proviande an. Auch der Druck von Öffentlichkeit, Politik und Medien auf die Fleischbranche nahm weiter zu. Mit Erfolg konnte erstmals ein Medientraining durchgeführt werden. Dieses Angebot dürfte – im Hinblick auf die Massentierhaltungsinitiative 2022 – eine wirkungsvolle Massnahme für Organisationen und Unternehmen sein. Nebst Medien- und Kommunikationstrainings bietet Proviande Coachings für Führungskräfte, Teams, Lernende und Innovationsförderung an.

Mitarbeit in Gremien und Arbeitsgruppen

Nationales Forschungsprogramm 72 «Antimikrobielle Resistenz»

Die Arbeiten im Rahmen des Nationalen Forschungsprogramms «Antimikrobielle Resistenz» sind mit umfangreichen Empfehlungen für die Human- und Veterinärmedizin abgeschlossen. Die Ergebnisse dieser sektorübergreifenden Vision für die Schweiz wurde am 31. März 2022 in Bern präsentiert. Als Mitglied der Begleitgruppe (Sounding Board) konnte Proviande die Sicht der Branche einbringen.

Nachhaltigkeit

Die Studie «Klimaschutz in der Rindviehbranche» wurde publiziert und die Ergebnisse an der Suisse Tier präsentiert. Die Studie ist Teil der Weiterentwicklung der Mehrwertstrategie der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft. Sie wurde gemeinsam mit der Branchenorganisation Milch und mit Unterstützung des Bundesamts für Landwirtschaft umgesetzt. Die Studie, geführt von der Beratungszentrale AGRIDEA, identifiziert die vier grossen Hebel zugunsten des Klimaschutzes: ein verbessertes Hofdüngermanagement, den Einsatz von methanhemmenden Futtermittelzusätzen, die Effizienzsteigerung durch Leistungssteigerung und verlängerte Nutzungsdauer und die Züchtung auf hohe Futtereffizienz mit gleichzeitiger Senkung der Methanemissionen.

Ebenfalls im Geschäftsjahr unterstützte Proviande die Abschlussarbeiten der Centravo-Studie «Lebenszyklus-Inventarisierung von Produkt-Klimabilanz, Landnutzung und Sozialperformance der Schweizer Rindfleischproduktion».

Fachgruppe TTS

Proviande war auch 2021 mit der Leitung der Fachgruppe für tierschutzkonforme Tiertransporte und Schlachthöfe beauftragt und betreute zugleich deren Sekretariat. Unter anderem stand die Mitsprache bei der Erarbeitung des neuen Leitfadens der Veterinärdienste zur Beurteilung der Transportfähigkeit von kranken und verletzten Schlachttieren im Zentrum der Tätigkeiten.

Schweine-Plus-Gesundheitsprogramme

Proviande verwaltete ab 2018 den Fonds zur Anschubfinanzierung der Schweine-Plus-Gesundheitsprogramme. Im August 2021 konnte der Fonds gemäss Fondsreglement aufgelöst und die letzten Beträge an die teilnehmenden Produzenten ausbezahlt werden. Proviande koordinierte die Auflösung sowie die Abschlussrevision und erstellte zuhanden der Steuergruppe einen Abschlussbericht.

Vorschau auf Projekte ab 2022

Projekt «DNA-Entwicklung Biopsie»

Das mit der Arbeitsgemeinschaft Schweizer Rinderzüchter entwickelte Projekt «DNA-Entwicklung Biopsie» startete 2022 in die Konzeption. Hauptziele sind eine flächendeckende DNA-Probenentnahme beim Rindvieh auf dem Geburtsbetrieb und die gemeinsame Nutzung der daraus entstehenden Synergien zugunsten des DNA-Herkunfts-Check und der genomischen Zuchtwertschätzungen Schweizer Rindviehrassen.

Blaise Perrey

Geschäftsbereichsleiter Dienstleistungen

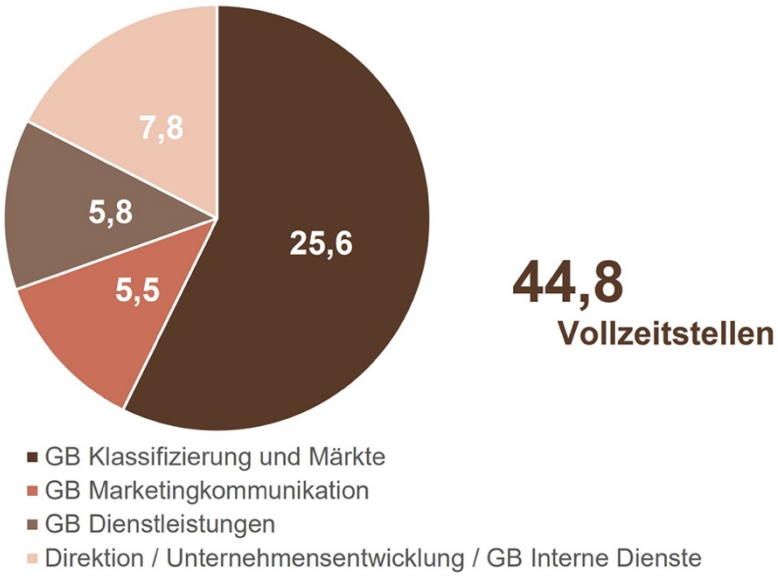
Proviande bietet verschiedene Dienstleistungen für die Fleischbranche an. Der dafür zuständige Geschäftsbereich leitet den DNA-Herkunfts-Check, führt die Ombudsstelle Tierwohl, betreut das Branchenreglement Suisse Garantie und führt die Fleischmarktstatistik. Daneben analysiert der Geschäftsbereich den 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

Die Abteilung DNA-Herkunfts-Check ist stark im Aufwind und somit auch im Wandel. Es gab neue Herausforderungen zu meistern und die Aufgabengebiete der betroffenen Mitarbeitenden haben sich geändert. Dies hatte einige Personalmutationen zur Folge. Ansonsten ist der sehr stabile Personalbestand mit nur wenigen Mutationen sehr erfreulich.

Insgesamt beschäftigte Proviande 2021 durchschnittlich 94 Personen (ohne Verwaltungsräte, Kommissionsmitglieder und externe Mitarbeiter). Das sind gegenüber dem Vorjahr mehr Personen, jedoch vermehrt in Teilzeitpensen. Daher hat sich die Anzahl Vollzeitstellen gegenüber dem Vorjahr kaum verändert: total 44,8 Vollzeitstellen (Vorjahr 45,0).



IT und EDV

Im Zuge der Migration des Fileservers auf Microsoft 365 wurden 2021 in einer ersten Phase die Umstellung und die Einführung eines Teils des Fileservers auf OneDrive durchgeführt. Die Migration der gesamten Serverplattform ist für 2022 vorgesehen.

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

	2021 | CHF	2020 | CHF
Ertrag Leistungsauftrag BLW	5'731'130	5'734'964
Ertrag Fördermittel BLW Absatzförderung und QuNaV (Savoir faire)	5'839'499	5'570'500
Ertrag Fördermittel Eigenmittel	6'955'227	6'696'342
Ertrag aus Dienstleistungen DNA	3'841'980	4'210'295
Ertrag aus diversen Dienstleistungen	789'982	780'684
Erlösminderungen / Veränderung Delkredere	–15'036	13'421
Jahresbeiträge Genossenschafter	69'000	69'000
Total Dienstleistungsertrag	23'211'782	23'075'206
Aufwand Leistungsauftrag / Projekte	–235'148	–199'960
Projektaufwand MaKom, QuNaV und Öffentlichkeitsarbeit	–12'300'956	–11'455'849
Dienstleistungsaufwand DNA	–2'922'377	–3'107'492
Dienstleistungsaufwand Divers	–117'214	–324'594
Total Dienstleistungsaufwand	–15'575'695	–15'087'895
Bruttogewinn	7'636'087	7'987'311
Personalaufwand	–6'266'630	–6'222'797
Betriebs- und Verwaltungsaufwand	–1'210'144	–1'300'790
EBITDA	159'313	463'724
Finanzergebnis	–10'746	–1'282
Abschreibungen	–1'388	–1'148
Betriebsergebnis vor Steuern	147'179	461'294
Ausserordentlicher Ertrag	1'427	2'547
Steuern	–31'208	–102'013
Jahresgewinn	117'398	361'828

Bilanz

Aktiven	31.12.2021 | CHF	31.12.2020 | CHF
Umlaufvermögen	8'873'452	8'773'228
Anlagevermögen	4'535	315
Total Aktiven	8'877'987	8'773'543

Passiven		
Fremdkapital	6'958'707	6'951'411
Eigenkapital	1'919'280	1'822'132
Total Passiven	8'877'987	8'773'543

Gewinnverwendung

Verfügbarer Bilanzgewinn	31.12.2021 | CHF	31.12. 2020 | CHF
Jahresgewinn	117'398	361'828
Gewinnvortrag	1'105'882	776'718
Total verfügbarer Bilanzgewinn	1'223'280	1'138'546

Antrag des Verwaltungsrates über die Verwendung		
5% Verzinsung Genossenschaftskapital	20'250	20'250
Zuweisung an gesetzliche Reserven	0	12'414
Vortrag auf neue Rechnung	1'203'030	1'105'882
Total Bilanzgewinn	1'223'280	1'138'546

Kommentar zur Jahresrechnung 2021

Die Erfolgsrechnung

Der Dienstleistungsertrag ist im Jahr 2021 höher, auch dank mehr Schlachtungen und somit höheren Branchenbeiträgen. Die Fördermittel des BLW für die Absatzförderung waren höher, da das Exportprojekt China unterstützt wurde.

Demgegenüber steht der Dienstleistungsaufwand, welcher auch über dem Vorjahr abschliesst. Es wurden einige zusätzliche Aktivitäten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit unternommen.

Die Betriebs- und Verwaltungskosten sind tiefer, da im Vorjahr die Neugestaltung der Website realisiert wurde.

Die Bilanz

Gegenüber dem Vorjahr sind die offenen Forderungen (Debitoren) höher, entsprechend wurde auch das Delkredere angepasst. Einzelberichtigungen mussten jedoch keine vorgenommen werden.

Die Bilanzsumme nahm per Stichtag gegenüber 2020 um rund 1,2% zu.

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 21,6%.

Die Revisionsstelle

Die Metreba AG hat die Jahresrechnung von Proviande für das Geschäftsjahr 2021 geprüft und mit dem Revisionsbericht vom 1. März 2022 bestätigt.

PROVIANDE

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