

Medienmitteilung

Bern, 31. Oktober 2025

Proviande passt Finanzierung an: Neu beteiligt sich auch der Import

Der Verwaltungsrat von Proviande hat einstimmig eine Anpassung des Finanzierungsreglements beschlossen. Damit trägt ab dem 1.1.2026 auch der Import mit einem sogenannten „Importtrappen“ zur Finanzierung der Marketingkommunikation „Schweizer Fleisch“ bei. Gleichzeitig werden die Produzentenbeiträge um durchschnittlich 14 Prozent erhöht.

Die beschlossene Anpassung ist ein deutliches Signal der Geschlossenheit. Im Verwaltungsrat von Proviande sind alle Teile der Fleischwirtschaft vertreten – von den Produzenten über die Verwerter, den Handel und die Konsumenten bis hin zu den Importeuren. Dass der Entscheid zur Änderung des Finanzierungsreglements ohne Gegenstimme gefallen ist, zeigt: Die gesamte Branche steht hinter dieser Lösung. Ziel ist es, die Finanzierung der gemeinsamen Kommunikations- und Nachhaltigkeitsaktivitäten auf eine breitere Basis zu stellen und die Verantwortung für die Finanzierung breiter abzustützen.

Import leistet neu auch Beitrag

Die Nachfrage nach Fleisch in der Schweiz ist hoch, und sie kann nicht in allen Bereichen vollständig aus der Inlandproduktion gedeckt werden. Importe sind daher notwendig, um das Angebot zu ergänzen. Davon profitieren auch die Importeure, die ihre Ware erfolgreich in einem von Schweizer Fleisch getragenen Marktumfeld absetzen können. Mit der Einführung des „Importtrappens“ beteiligen sie sich künftig direkt an der Finanzierung jener Massnahmen, die das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten in Fleischprodukte stärken. Damit wird unterstrichen: Die Fleischwirtschaft versteht sich als geschlossene Wertschöpfungskette, in der alle Beteiligten Verantwortung übernehmen – Inland wie Import.

Produzentenbeiträge moderat erhöht

Neben der neuen Importbeteiligung werden die Beiträge der Produzenten um durchschnittlich rund 14 Prozent erhöht. Konkret steigt der Beitrag beispielsweise bei Rindvieh von 2.45 Franken auf 2.80 Franken pro Tier, bei Schweinen von 0.63 auf 0.72 Franken. Mit dieser Anpassung wird dem Geburtenrückgang und der damit leicht sinkenden Inlandleistung Rechnung getragen, sodass die Finanzierung stabil gesichert bleibt.

Stärkung von Kommunikation und Nachhaltigkeit

Die Mittel fliessen direkt in die Marketingkommunikation „Schweizer Fleisch“, in Projekte zur Förderung von Qualität und Nachhaltigkeit sowie in die Öffentlichkeitsarbeit von Proviande. Diese Aktivitäten tragen massgeblich dazu bei, dass Schweizer Fleisch für seine hohen Standards bei Tierwohl, Qualität und Nachhaltigkeit geschätzt wird. Gerade in einem Umfeld mit zunehmender Konkurrenz aus dem Ausland ist eine starke, gemeinsame Kommunikation entscheidend, um die Vorzüge der einheimischen Fleischwirtschaft sichtbar zu machen und die Wertschöpfung im Inland zu sichern.

Donat Schneider, Direktor: «Die gesamte Branche trägt diese Lösung mit – Produzenten, Verwerter und Importeure gleichermassen. Das ist ein starkes Zeichen der Geschlossenheit

und sichert die Mittel, um die Vorzüge von Schweizer Fleisch sichtbar zu machen und die hohen Standards der Branche weiter zu fördern».

Kontakt

Christophe Hutmacher

Stv. Leiter Geschäftsbereich Kommunikation / Verantwortlicher Öffentlichkeitsarbeit

medien@proviande.ch