# BoButter GmbH

## Branchenorganisation Butter BOB

JAHRESBERICHT **2016**

BOButter GmbH

## DIE BUTTERHERSTELLER

### CREMO SA

Case postale
1701 Fribourg
Tel. 026 407 21 11
Fax 026 407 29 69
www.cremo.ch

### MITTELLAND MOLKEREI AG

Obertelweg 2
Postfach
5034 Suhr
Tel. 058 227 41 41
Fax 058 227 43 54
www.emmi.com

### FUCHS + CO. AG

Greinastrasse 10
Postfach
9400 Rorschach
Tel. 071 846 81 80
Fax 071 846 81 81
www.fuchsmilch.ch

# JAHRESBERICHT 2016, BO BUTTER GMBH

INHALT ..... SEITENZAHL


1 VORWORT DES PRÄSIDENTEN ..... 2

2 DIE BO BUTTER GMBH ..... 3

3 DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT ..... 5

4 VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG ..... 6

5 INDUSTRIELLE BUTTERPRODUKTION ..... 7

6 LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS ..... 9

7 QUALITÄTSKONTROLLE ..... 11

8 BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT ..... 12

9 BUTTERVERBRAUCH (INDUSTRIELLE BUTTERHERSTELLER) ..... 13

10 FETTSTOFFMARKT ..... 16

11 ABSATZFÖRDERUNG ..... 18

12 ERNÄHRUNG ..... 20

13 WELTMARKT FÜR BUTTER ..... 21

# 1 VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Zu Beginn des Berichtsjahres war die Situation auf dem Buttermarkt geprägt durch eine ausserordentlich hohe Produktion bei rückläufigen Verkaufsmengen. Die ganze Lage wurde durch die anhaltend tiefen Butterpreise auf dem Weltmarkt zusätzlich belastet. In dieser Situation mussten die Butterhersteller über 4000 Tonnen Butter exportieren. Mitte des Berichtsjahres kam die Trendwende. Ab Frühsommer wurde weniger Milch produziert, die Käseproduktion musste weniger eingeschränkt und die Butterverkäufe konnten wieder etwas gesteigert werden. Hinzu kam, dass die internationalen Butterpreise ab Juni innerhalb weniger Monate um über die Hälfte angestiegen sind. Die Butterhersteller nutzten die bessere Marktlage und exportierten im Herbst zusätzlich über 1200 Tonnen Butter. Dies führte dazu, dass die zu Beginn des Berichtsjahres hohen Butterlagerbestände bis Ende 2016 um über 1000 Tonnen korrigiert wurden und dadurch die Ausgangslage für das Jahr 2017 wesentlich verbessert werden konnte.

Auf den internationalen Märkten war die Preissituation mit Butterpreisen bis zu unter CHF 2.70/kg Butter stark angespannt. Die Situation auf dem Weltmarkt hat sich ab Frühsommer 2016 verbessert. Die Butterpreise sind bis Ende 2016 auf knapp CHF 4.50 angestiegen. Im Berichtsjahr konnte die Branche vom Preisanstieg nur bedingt profitieren, der durchschnittliche Exporterlös lag 2016 unter CHF 3.20, da die grösste Buttermenge im ersten Halbjahr verkauft wurde. Jedoch wird die gute Preissituation auf den internationalen Märkten über das Berichtsjahr hinaus anhalten und die Butterexporte können in den ersten Monaten 2017 weiterhin von den besseren Preisen profitieren.

Die Ablösung des Schoggigesetzes im Zusammenhang mit dem WTO-Beschluss vom Dezember 2015 hat im Berichtsjahr zu intensiven Diskussionen geführt. Für die Butterbranche sind mit rund 3000 Tonnen Butter über 7,0 Prozent der Verkaufsmengen betroffen. Auf der einen Seite ist es für die Branche wichtig, nicht weiter Wertschöpfung zu verlieren und eine möglichst optimale Nachfolgelösung zu haben, auf der anderen Seite wird der Bauer mit dem angedachten Vorgehen eine Milchzulage erhalten, die er gleich wieder abgeben muss. Es darf deshalb nicht sein, dass der Fokus der Medien und Steuerzahler am Schluss auf die Zahlungen an die Bauern gerichtet ist und sie ihnen zum Vorwurf gemacht werden. Von einer Nachfolgelösung profitiert die gesamte Wertschöpfungskette, vom Bauern bis hin zum Nahrungsmittelexporteur, und dies darf nicht vergessen gehen.

Hansjörg Schmid, Präsident BO Butter

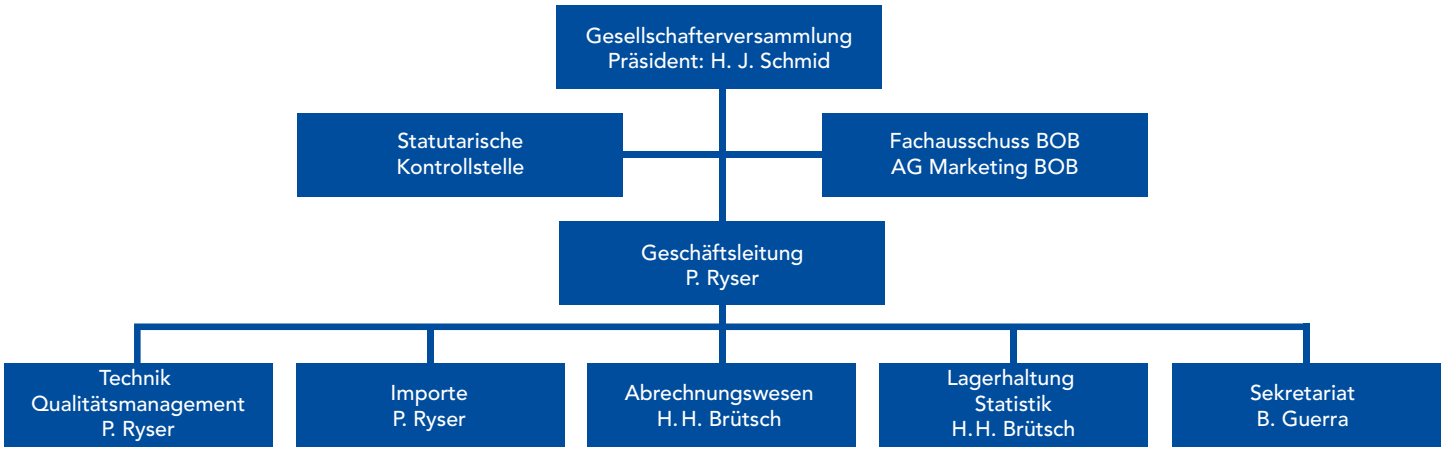
## 2 DIE BO BUTTER GMBH

### FIRMENSITZ

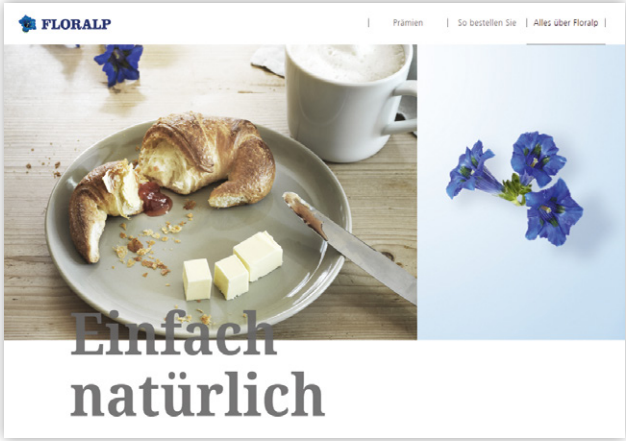
- BO Butter GmbH
  Brunnmattstrasse 21
  3007 Bern
  Tel. 031 359 56 11
  www.bobutter.ch

### GESELLSCHAFTER

- Cremo SA, Fribourg
- Fuchs + Co. AG, Rorschach
- Mittelland Molkerei AG, Suhr
- Schweizer Milchproduzenten SMP, Bern




Organigramm der BO Butter GmbH, Stand 1. Januar 2017




## WEBSITE DER BO BUTTER GMBH

Die Website der BO Butter GmbH informiert über deren Tätigkeiten, deren Statistiken und deren Buttermarken. Für die Milch- und Landwirtschaft sind die Informationen der BO Butter GmbH eine wichtige Informationsquelle.

Im Jahr 2016 wurde die Website von 3950 Nutzern 4767 Mal besucht. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine gleichbleibende Nutzung der Website. Die Besucher stammen hauptsächlich aus der Schweiz (79,5 %), aus Deutschland (8,2 %), aus Frankreich (2,4 %) und aus den USA (1,9 %). Das Verhältnis der erstmaligen Besucher (81,7 %) sowie der wiederkehrenden Besucher (18,3 %) zeigt, dass die Website Konsumenten und Fachleute anspricht.

Im Frühjahr 2016 wurde der neue Internetauftritt von www.floralp.ch aufgeschaltet. Das neue, frische Erscheinungsbild mit kulinarisch ästhetischen grossflächigen Bildwelten und die intuitive Userführung hilft dem Konsumenten, sich schnell und unterhaltsam zu informieren. Das responsive Design kann nun unabhängig vom Endgerät einfach von überall abgerufen werden. Die neue Seite schlägt die Brücke von der klassischen zur digitalen Kundenbetreuung.

## 3 DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT

Anfang Berichtsjahr liegt die Butterproduktion regelmässig deutlich über dem Vorjahr, die Butterlager steigen rasch an. Im Februar macht EMMI publik, dass für nicht gelieferte Milch ein Bonus von 10 Rp. bezahlt wird.

Am 17. März entscheidet die Sanktionskommission der BO Milch, dass LactoFama nicht gegen das Segmentierungsreglement verstösst. Einen weiteren Entscheid über die Auslegung der Freiwilligkeit von C-Milch fällt die Sanktionskommission im April. Mit den Entscheiden der Sanktionskommission können die Streitpunkte geregelt und die Diskussionen beruhigt werden.

Auf 1. April wird der Richtpreis für A-Milch um 3 Rp. gesenkt. Da die gesamten Butterlagerbestände mit rund 9000 Tonnen überdurchschnittlich hoch sind, werden die Butterpreise mit Verzögerung angepasst.

Am 27. Mai findet auf dem Gurten der Milchgipfel statt, bei dem Forderungen an die Marktakteure und an die Politik gestellt werden.

Ende Kalenderwoche 23 wird mit 9042 Tonnen der Lagerhöchststand erreicht. Danach beginnt der Lagerbestand in den Tiefkühllagern wieder zu sinken. Ab Mitte Berichtsjahr wird deutlich weniger Butter hergestellt. Die Überschusssituation wird dadurch verbessert.

Nachdem die internationalen Butterpreise über ein Jahr bei rund CHF 3.00/kg gelegen sind, beginnen die Weltmarktpreise ab Mitte August stark zu steigen. Innerhalb weniger Wochen steigen die Butterpreise auf deutlich über CHF 4.00/kg Butter.

Im November veröffentlicht «Saldo» einen Artikel zu den Schweizer Butterpreisen und Margen. Saldo bezieht sich auf die Studie «Auswirkungen einer breiten Marktöffnung auf die schweizerische Land- und Ernährungswirtschaft», welche im Sommer 2016 veröffentlicht wurde. Dabei werden Falschaussagen gemacht und es wird darauf verwiesen, dass das Bundesamt für Landwirtschaft die gemachten Aussagen als «plausibel» beurteilt hat. Die BOB hat daraufhin beim Bundesamt für Landwirtschaft interveniert und die Sachlage richtiggestellt.

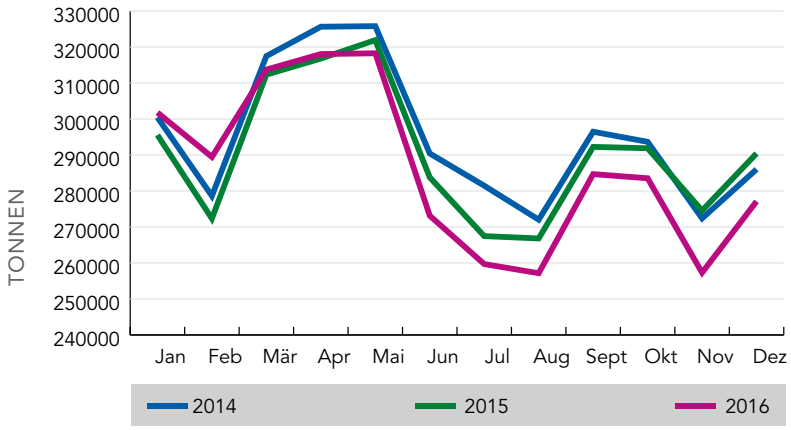
Im Herbst präsentiert die BO Milch die Nachfolgelösung zum Schoggigesetz. Dabei sollen 80,0 Prozent der Mittel für den Export von verarbeiteten Rohstoffen eingesetzt werden. 20,0 Prozent der verfügbaren Mittel sollen zur Fettmarktabräumung eingesetzt werden. Der Vorschlag wird in den Medien heftig diskutiert und kritisiert.

Aufgrund der hohen Butterlagerbestände werden im November und Dezember über 1100 Tonnen Butter exportiert. Die gesamte Exportmenge 2016 steigt damit auf knapp 5300 Tonnen.

Ende Kalenderwoche 51 erreichen die Butterlager im Berichtsjahr mit 2321 Tonnen den Tiefststand.

# 4 VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG

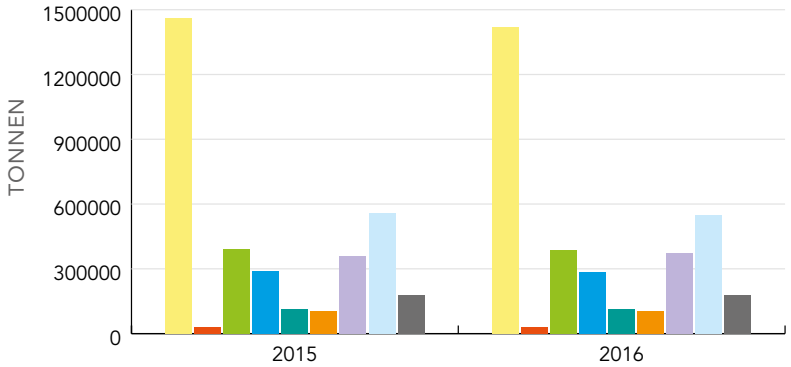
## MILCHEINLIEFERUNGEN 2014 – 2016 (inkl. Zonen- und Alpenmilch)




Grundlage Jahresstatistik TSM

| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| Jan | 300 458 | 295 548 | 301 799 |
| Feb | 278 636 | 272 349 | 289 459 |
| Mär | 317 478 | 312 338 | 313 729 |
| Apr | 325 647 | 316 802 | 318 051 |
| Mai | 325 808 | 321 921 | 318 270 |
| Juni | 290 435 | 283 794 | 273 141 |
| Juli | 281 472 | 267 467 | 259 698 |
| Aug | 272 033 | 266 816 | 257 158 |
| Sep | 296 464 | 292 261 | 284 692 |
| Okt | 293 667 | 291 878 | 283 539 |
| Nov | 272 398 | 274 572 | 257 318 |
| Dez | 286 042 | 290 430 | 277 127 |
| Total | 3 540 532 | 3 486 177 | 3 433 975 |

## MILCHVERWERTUNG (nach Milchäquivalent)




Grundlage Jahresstatistik TSM

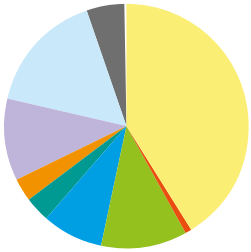
| | 2015 | 2016 |
|---|---|---|
| Käse | 1 461 319 | 1 417 552 |
| Quark | 31 299 | 30 880 |
| Konsummilch | 392 304 | 388 647 |
| Konsumrahm | 289 492 | 282 867 |
| Jogurt | 113 880 | 111 776 |
| Frischmilchprod. inkl. Speiseeis | 103 551 | 102 006 |
| Dauermilchwaren | 358 382 | 374 270 |
| Butter | 559 480 | 549 093 |
| andere Verwertung | 176 470 | 176 884 |
| Total | 3 486 177 | 3 433 975 |

## FETTVERWERTUNG (nach Produktgruppen)

2016

Die Milchverwertung nach Milchäquivalenten der TSM zeigt auf, dass 16,0 Prozent der Milch, in Milchäquivalenten gerechnet, der Butterherstellung zugeführt wurden. Effektiv wurden 28,9 Prozent des Milchfetts zu Butter verarbeitet.

| | |
|---|---|
| Butter | 28,9 % |
| Käse | 40,4 % |
| Übrige Verwertung | 30,6 % |

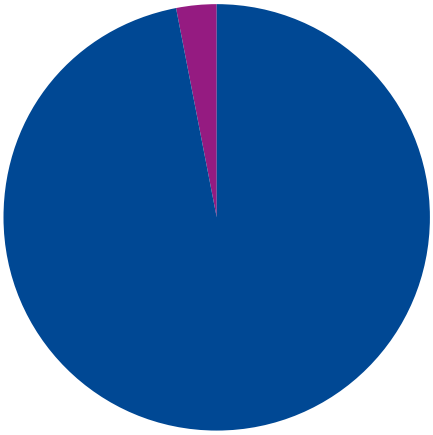


2016

| | 2016 |
|---|---|
| Käse | 41,3 % |
| Quark | 0,9 % |
| Konsummilch | 11,3 % |
| Konsumrahm | 8,2 % |
| Joghurt | 3,3 % |
| Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis | 3,0 % |
| Dauermilchwaren | 10,9 % |
| Butter | 16,0 % |
| andere Verwertung | 5,2 % |
| Total | 100,0 % |

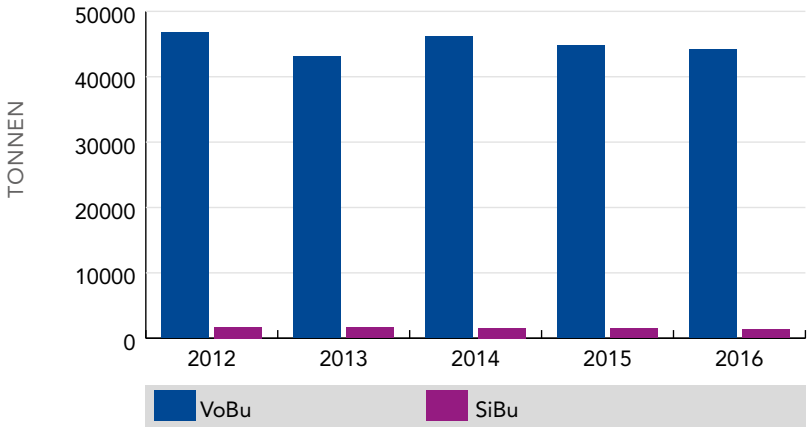
# 5 INDUSTRIELLE BUTTERPRODUKTION

In der Schweiz betrug die industrielle Butterproduktion im Berichtsjahr 45 496 Tonnen. Gegenüber dem Vorjahr ist dies eine Abnahme von 780 Tonnen oder 1,7 Prozent. Die Vorzugsbutterproduktion, welche 44 155 Tonnen entspricht, lag 602 Tonnen respektive 1,3 Prozent unter der Vorjahresproduktion.
Die Produktion von Sirtenrahmbutter lag um 178 Tonnen oder 11,7 Prozent unter der Vorjahresmenge. Im Jahr 2016 wurden 1341 Tonnen Sirtenrahmbutter hergestellt.



| | |
|---|---|
| Vorzugsbutter (VoBu): | 97,1 % |
| Sirtenrahmbutter (SiBu): | 2,9 % |

## BUTTERPRODUKTIONSMENGEN 2012 – 2016

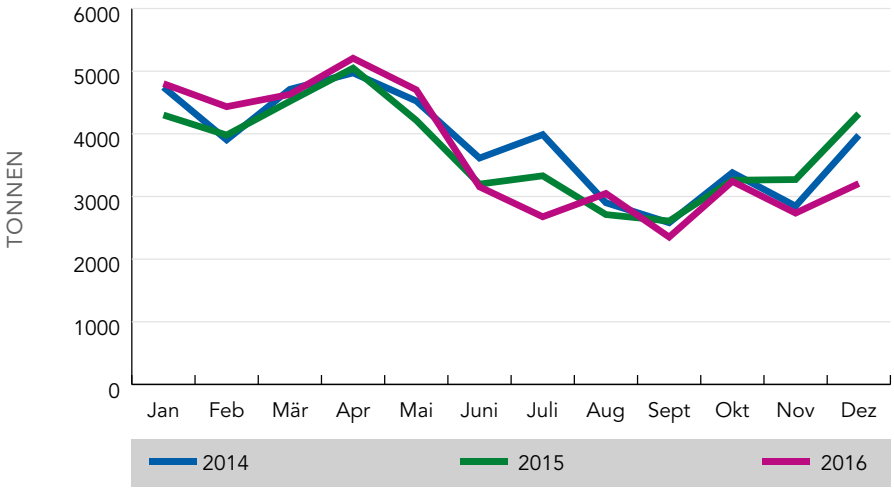



## BUTTERPRODUKTIONSMENGEN
(ohne lokal hergestellte und direkt an Ort verkaufte Butter)

| | 2012 in Tonnen | 2013 in Tonnen | 2014 in Tonnen | 2015 in Tonnen | 2016 in Tonnen | +/– in Tonnen | +/– in Prozent |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VoBu | 46 805 | 43 083 | 46 138 | 44 757 | 44 183 | – 574 | – 1,3 |
| SiBu | 1 745 | 1 616 | 1 574 | 1 519 | 1 341 | – 178 | – 11,7 |
| Total | 48 550 | 44 699 | 47 712 | 46 276 | 45 524 | – 752 | – 1,6 |

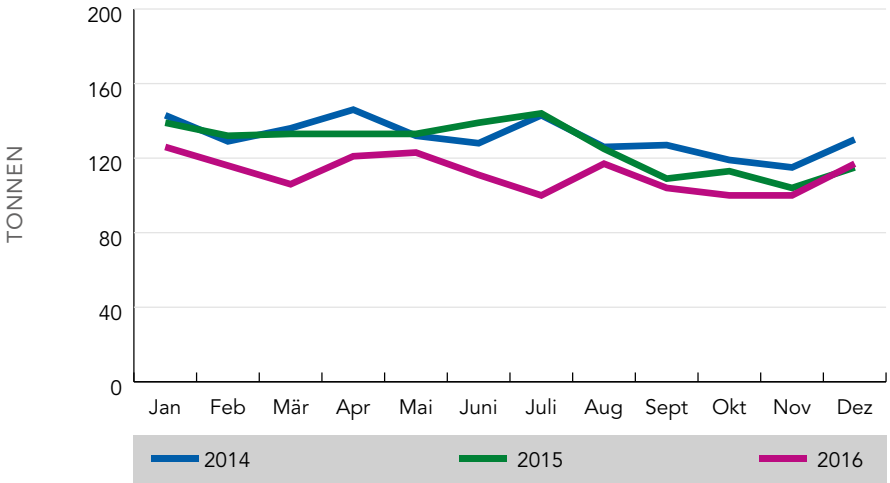
BOButter GmbH

## PRODUKTION VORZUGSBUTTER 2014 – 2016




| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| Jan | 4 744 | 4 300 | 4 801 |
| Feb | 3 904 | 3 980 | 4 433 |
| Mär | 4 710 | 4 520 | 4 629 |
| Apr | 4 972 | 5 048 | 5 206 |
| Mai | 4 524 | 4 215 | 4 702 |
| Juni | 3 613 | 3 197 | 3 154 |
| Juli | 3 987 | 3 330 | 2 676 |
| Aug | 2 900 | 2 711 | 3 048 |
| Sep | 2 581 | 2 608 | 2 352 |
| Okt | 3 380 | 3 259 | 3 241 |
| Nov | 2 846 | 3 270 | 2 735 |
| Dez | 3 977 | 4 319 | 3 206 |
| Total | 46 138 | 44 757 | 44 183 |

## PRODUKTION SIRTENRAHMBUTTER 2014 – 2016

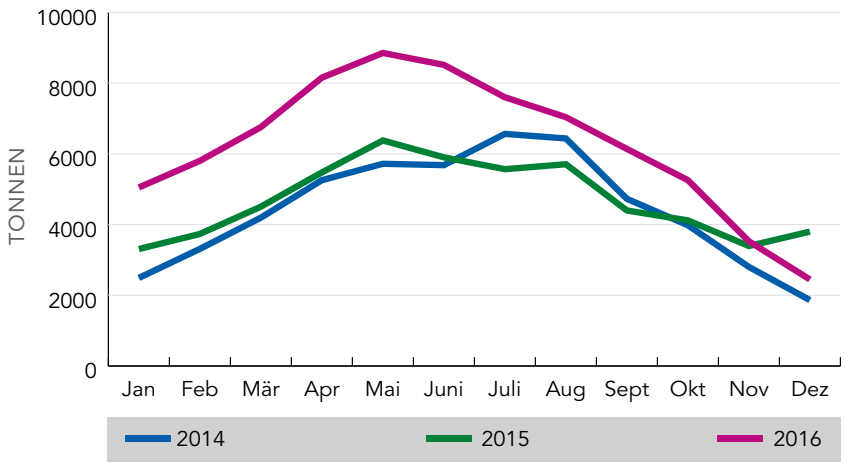



| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| Jan | 143 | 139 | 126 |
| Feb | 129 | 132 | 116 |
| Mär | 136 | 133 | 106 |
| Apr | 146 | 133 | 121 |
| Mai | 132 | 133 | 123 |
| Juni | 128 | 139 | 111 |
| Juli | 143 | 144 | 100 |
| Aug | 126 | 125 | 117 |
| Sep | 127 | 109 | 104 |
| Okt | 119 | 113 | 100 |
| Nov | 115 | 104 | 100 |
| Dez | 130 | 115 | 117 |
| Total | 1 574 | 1 519 | 1 341 |

## 6 LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS

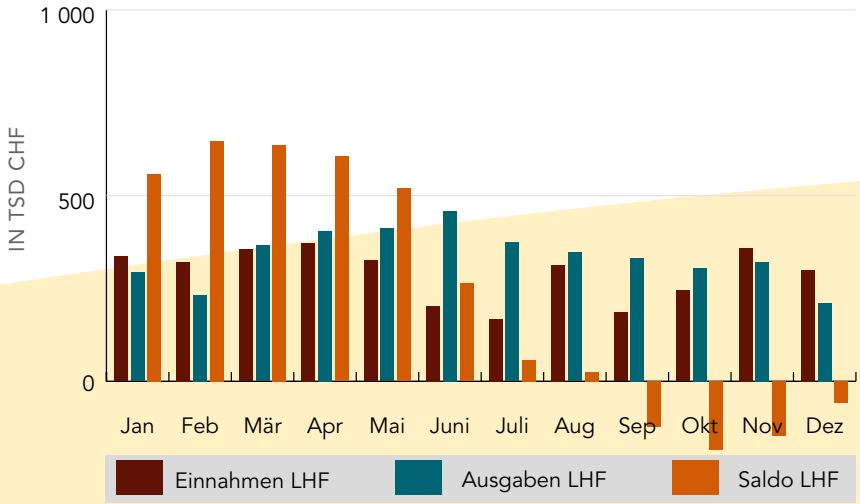
Die Tiefkühllagerbestände von Butter in der Schweiz waren Anfang 2016 mit 3800 Tonnen sehr hoch. Aufgrund der hohen Lagerbestände lastete ein grosser Druck auf den Milchpreisen.
Die Milchproduktion 2016 lag 1,5 Prozent unter der Vorjahresmenge, war aber mit 3 433 975 Tonnen dennoch sehr hoch. Die Butterlagerbestände stiegen analog zum Vorjahr stark an. Die getätigten Exporte konnten nicht verhindern, dass die Butterlager kontinuierlich wuchsen. Ende KW 23 wurde der Höchststand mit 9042 Tonnen erreicht. Die saisonale Abnahme in der zweiten Jahreshälfte fand nur schleppend statt. Dies führte dazu, dass Ende des Jahres 2447 Tonnen Butter in Schweizer Tiefkühllagern eingelagert waren.
Gegenüber dem Vorjahr gab es beim Lagerhaltungsfonds keine Änderung der Beitragssätze. Ein Aufwandüberschuss sowie die tiefen Beiträge führten dazu, dass der Saldo Ende 2016 bei knapp CHF -57 000 lag.

TIEFKÜHLLAGER VORZUGSBUTTER 2014 – 2016




| | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| Jan | 2 491 | 3 308 | 5 049 |
| Feb | 3 311 | 3 734 | 5 802 |
| Mär | 4 195 | 4 506 | 6 755 |
| Apr | 5 255 | 5 474 | 8 154 |
| Mai | 5 719 | 6 378 | 8 853 |
| Juni | 5 680 | 5 902 | 8 516 |
| Juli | 6 565 | 5 566 | 7 600 |
| Aug | 6 435 | 5 706 | 7 037 |
| Sep | 4 728 | 4 398 | 6 138 |
| Okt | 3 981 | 4 118 | 5 255 |
| Nov | 2 802 | 3 393 | 3 527 |
| Dez | 1 864 | 3 800 | 2 447 |

LAGERHALTUNGSFONDS 2016



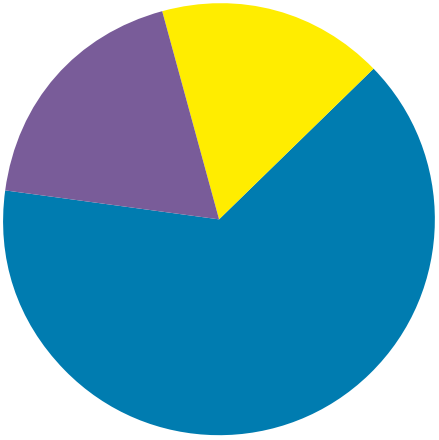

| | Einnahmen | Ausgaben | Saldo |
|---|---|---|---|
| Jan | 336 267 | 293 238 | 559 089 |
| Feb | 320 885 | 232 828 | 647 146 |
| Mär | 355 116 | 365 313 | 636 949 |
| Apr | 372 969 | 404 259 | 605 659 |
| Mai | 325 256 | 411 629 | 519 286 |
| Juni | 202 225 | 458 038 | 263 473 |
| Juli | 168 117 | 373 918 | 57 673 |
| Aug | 313 838 | 346 569 | 24 941 |
| Sep | 185 293 | 332 537 | – 122 302 |
| Okt | 244 150 | 305 916 | – 184 067 |
| Nov | 359 633 | 321 332 | – 145 766 |
| Dez | 300 556 | 211 646 | – 56 856 |
| Total | 3 484 306 | 4 057 223 | |

BOButter GmbH

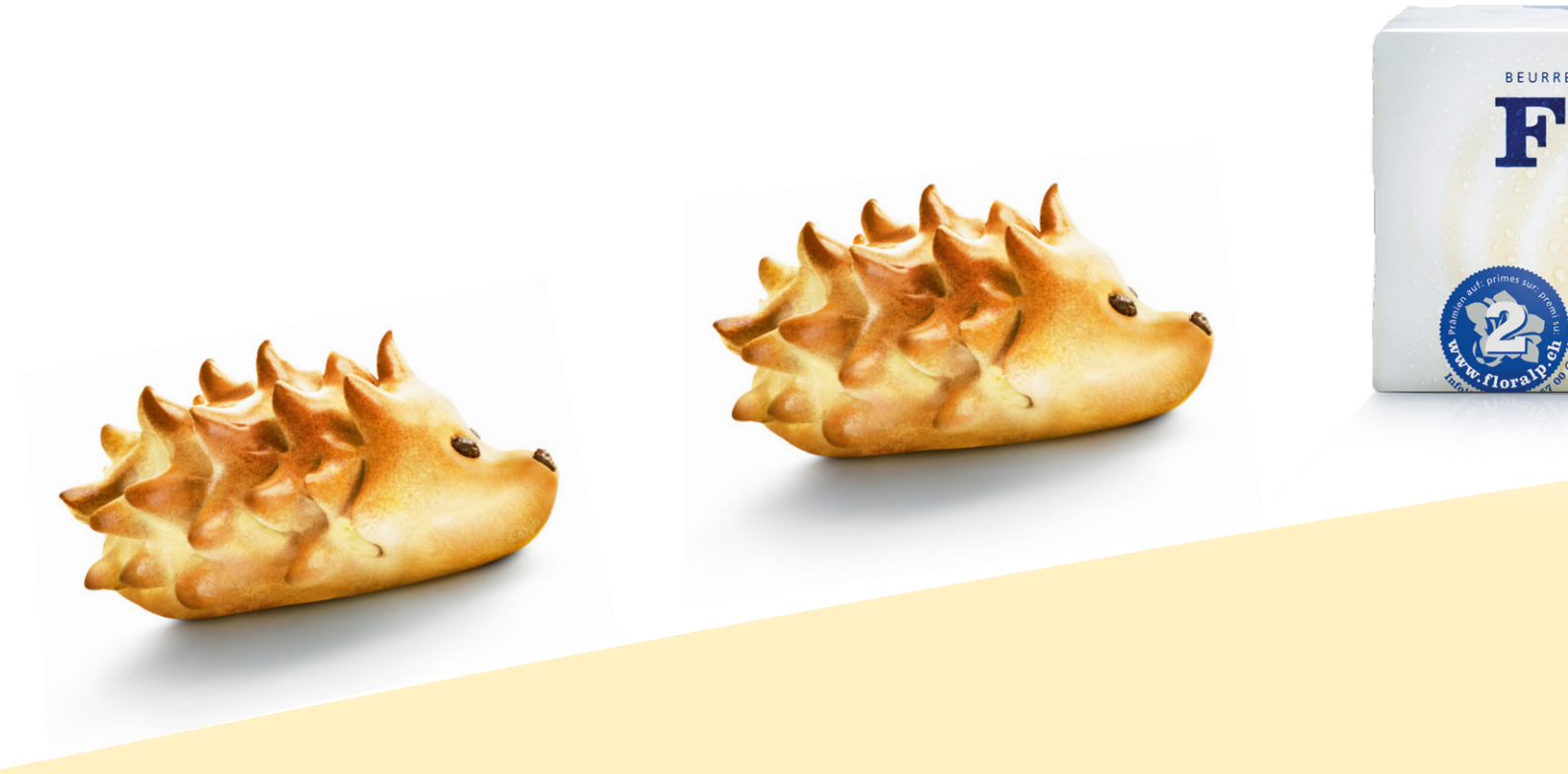
## BEITRÄGE DER BUTTERZENTRALEN

| | VoBu Rp./kg | SiBu Rp./kg | GeBu Rp./kg |
|---|---|---|---|
| 2007 unverändert | 9 | 6 | 6 |
| ab 01.07.2008 | 11 | 8 | 8 |
| 2009 unverändert | 11 | 8 | 8 |
| ab 01.08.2010 | 22 | 19 | 19 |
| 2011 unverändert | 22 | 19 | 19 |
| ab 01.01.2012 | 14 | 11 | 11 |
| ab 01.01.2013 | 9 | 6 | |
| ab 01.01.2014 | 6 | 3 | |
| 2015 unverändert | 6 | 3 | |
| 2016 unverändert | 6 | 3 | |

## LAGERHALTUNGSFONDS, AUFWAND 2016



| | |
|---|---|
| Zins | 17,3 % |
| Lagerhaltung | 65,1 % |
| Transport | 17,6 % |



## 7 QUALITÄTSKONTROLLE

Im Rahmen des Branchenmonitorings wird Butter regelmässig auf Aflatoxin M1, PCB, Dioxin, Schwermetalle, Pestizide, Chloroform, Kohlenwasserstoffe und GVO untersucht. Alle Untersuchungsresultate waren einwandfrei.

Nachdem Agroscope Liebefeld-Posieux bekannt gegeben hatte, dass einige Dienstleistungen 2016 abgeschafft würden und davon auch die Kontrolle der Rahmfettgehaltsbestimmung betroffen wäre, befasste sich der Fachausschuss BOB in erster Linie mit der Erarbeitung einer Nachfolgelösung. Der Vorschlag zur Nachfolgelösung wurde Ende Berichtsjahr den Vertretern der Rahmlieferanten zur Stellungnahme abgegeben.

Im Rahmen der sensorischen Beurteilung werden die Butterprodukte regelmässig in Blinddegustationen beurteilt. Damit ein Vergleich zu ausländischen Produkten gemacht werden kann, sind in der Blinddegustation Butterproben aus Deutschland, Frankreich, Holland und Irland enthalten. Bei den chemischen und physikalischen Analysen wie auch bei der Beurteilung der Textur und des Aussehens sind oft nur geringfügige Unterschiede festzustellen. Dagegen gibt es bei den Resultaten zur Beurteilung des Geruchs und Geschmackes betriebsspezifische Unterschiede. Im Rahmen dieser Taxationen konnte zudem grundsätzlich festgestellt werden, dass Butter, die aus frischem Rahm hergestellt wurde, in den Blinddegustationen regelmässig die besten Benotungen bekommen hat. Bei den Produkten, wo die Butter zuerst im Tiefkühllager eingelagert und danach zu Mödeli umgeformt wurde, sind die Benotungen in den Blinddegustationen regelmässig tiefer ausgefallen.

## 8 BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT

Im Berichtsjahr wurden 95 Tonnen Butter (Menge Zollstatistik, umgerechnet in Butter 82 %f) importiert. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang um 160 Tonnen oder 62,7 Prozent. Die Butterimporte innerhalb des Zollkontingents des BLW blieben mit 46 Tonnen unverändert. Bei den Kleinmengen wurden 23 Tonnen importiert. Das entspricht einer Zunahme um 5 Tonnen oder 27,8 Prozent. Deutlich rückläufig waren dagegen die Butterimporte im Rahmen des Veredelungsverkehrs. Gesamthaft wurden im Veredelungsverkehr lediglich noch 26 Tonnen importiert, im Vergleich zum Vorjahr war der Veredelungsverkehr um 165 Tonnen (- 86,4 %) zurückgegangen.

Gemäss Zollstatistik wurden im Jahr 2016 5288 Tonnen Butter (in Butter 82 %f umgerechnet) exportiert. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung der Butterexporte um 2002 Tonnen (+60,9 %). Die wichtigsten Exportländer waren die Türkei (1608 t), Saudi-Arabien (1040 t), Ägypten (650 t), Frankreich (468 t) sowie der Libanon (325 t). Bei den Exporten nach Frankreich handelte es sich grösstenteils um Milchstreichfett. Neben Frankreich wurde Milchstreichfett ebenfalls ins Vereinigte Königreich exportiert. Die Exporte der entwässerten Butter waren mit 5 Tonnen (in Butter 82 %f umgerechnet) marginal. Die grössten Exportmengen wurden im Berichtsjahr erneut in Form von Butter in den Nahen Osten geliefert.

### EXPORTE VON BUTTER / BROTAUFSTRICH AUF MILCHBASIS / UND FETTSTOFFE AUS MILCH

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Diff |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Aegypten | 515 | | | 46 | 650 | 604 |
| Arab. Emirate | 130 | | | | | |
| Bangladesch | | | | | 23 | 23 |
| Bahrain | 46 | | | | | |
| Belgien | 2 145 | 424 | 65 | 115 | 109 | – 6 |
| China | | 4 | 4 | 1 | | – 1 |
| Dänemark | 302 | | | | 65 | 65 |
| Deutschland | 12 | 11 | 15 | 127 | 30 | – 97 |
| Frankreich | 1 464 | 959 | 529 | 439 | 468 | 29 |
| Indonesien | | | 1 | 11 | | – 11 |
| Italien | | 1 | 1 | | | |
| Japan | | 1 | 26 | 50 | 284 | 234 |
| Jemen | 292 | | 193 | | 46 | 46 |
| Jordanien | 115 | | | | 23 | 23 |
| Katar | 23 | | | | | |
| Kolumbien | | 1 | 3 | | | |
| Kuwait | 92 | | | 46 | 46 | 0 |
| Libanon | 337 | | 371 | 402 | 325 | – 77 |
| Marokko | 200 | | 698 | | | |
| Mexico | | 1 | | | | |
| Niederlande | 1 275 | | 1 | | | |
| Pakistan | | | | | 139 | 139 |
| Saudi-Arabien | 867 | | 703 | 93 | 1 040 | 947 |
| Schweden | | | | 1 | 1 | 0 |
| Senegal | 85 | | | | 23 | 23 |
| Singapur | | 43 | 126 | 204 | 249 | 45 |
| Slowakei | 93 | 17 | | | | |
| Syrien | 338 | | 236 | | | |
| Türkei | 1 729 | 49 | 716 | 1 383 | 1 608 | 225 |
| Tunesien | 171 | | | | | |
| Tschech.Republik | 74 | 17 | | | | |
| Ungarn | 242 | 137 | | | | |
| Ver. Königreich | 168 | | | 367 | 157 | – 210 |
| Diverse Länder | 10 | 1 | | | | |
| Total | 10 723 | 1 665 | 3 688 | 3 286 | 5 288 | 2 002 |

Quelle Zollstatistik OZD; Überfette Produkte (EnBu) sowie unterfette Produkte (Milchstreichfette und Butterzubereitungen) sind auf 82 % Fett umgerechnet.

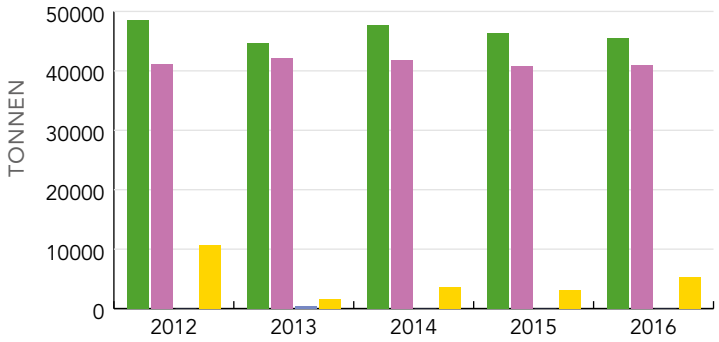
### BUTTERIMPORTE (inkl. Butteröl)

| | 2015 | 2016 | Diff |
|---|---|---|---|
| Importe BOB (innerhalb Zollkontingent BLW oder innerhalb Kontingent aus dem Schoggigesetz) | | | |
| Importe Dritter innerhalb Zollkontingent BLW | 46 | 46 | 0 |
| Importe für Veredelungsverkehr im Rahmen des Schoggigesetzes (im ausserordentlichen Verfahren) | 34 | 13 | – 21 |
| Importe für Veredelungsverkehr (normales Verfahren) | 157 | 13 | – 144 |
| Importe von Kleinmengen | 18 | 23 | 5 |
| Total | 255 | 95 | – 160 |

## 9 BUTTERVERBRAUCH (INDUSTRIELLE BUTTERHERSTELLER)

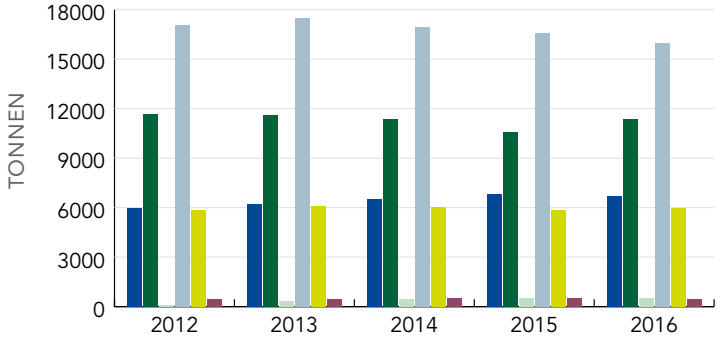
Die industriellen Butterhersteller in der Schweiz vermarkteten im Jahr 2016 40 944 Tonnen Butter. Gegenüber dem Vorjahr ergibt dies eine Zunahme von 120 Tonnen oder 0,3 Prozent. Bei den Kleinpackungen von DIE BUTTER konnte der Absatzrückgang von 2015 beinahe ausgeglichen werden. Im Jahr 2016 betrug der Absatz 11 339 Tonnen (+788 t resp. 7,5%). Ebenfalls eine Zunahme gab es bei der entwässerten Butter (+123 t) (Eingesottene Butter, Milchfettfraktionen und Bratcrème) und der Käsereibutter (+34 t). Demgegenüber ist ein Rückgang bei Spezialbutter (-97 t), bei Vorzugsbutter (-148 t) und bei der Industriebutter (- 580 t) festzustellen. Infolge der geringeren Milchproduktion als im Vorjahr sowie der leicht gesteigerten Verkäufe und Exporte regulierten sich die Tiefkühllagerbestände auf ein erträgliches Niveau. Ende 2016 waren 2447 Tonnen Butter in verschiedenen Tiefkühllagern vorrätig. Die Exporte lagen mit 5261 Tonnen um 2071 Tonnen über der Vorjahresmenge.

PRODUKTION, VERBRAUCH, IMPORTE, EXPORTE 2012 – 2016




| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|
| Produktion | 48 594 | 44 699 | 47 712 | 46 276 | 45 524 |
| Verbrauch | 41 093 | 42 119 | 41 791 | 40 824 | 40 944 |
| Importe | 0 | 504 | 0 | 0 | 0 |
| Exporte | 10 642 | 1 616 | 3 685 | 3 190 | 5 261 |

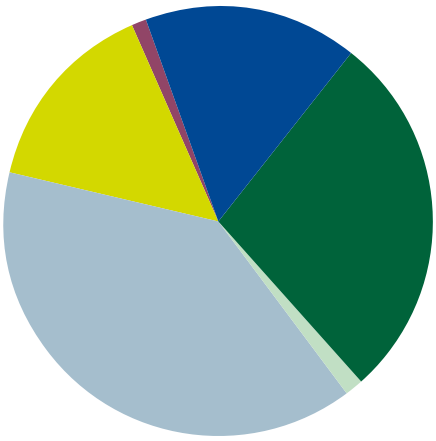
BUTTERVERKÄUFE 2012 – 2016




| | 2012 in Tonnen | 2013 in Tonnen | 2014 in Tonnen | 2015 in Tonnen | 2016 in Tonnen | + / – in Tonnen | + / – in Prozent |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Vorzugsbutter | 5 980 | 6 230 | 6 497 | 6 812 | 6 664 | – 148 | – 2,2% |
| DIE BUTTER | 11 648 | 11 577 | 11 343 | 10 551 | 11 339 | 788 | 7,5% |
| Käsereibutter | 97 | 311 | 447 | 494 | 528 | 34 | 6,9% |
| Industrie-/Gewerbebutter | 17 065 | 17 482 | 16 948 | 16 555 | 15 975 | – 580 | – 3,5% |
| Entwässerte Butter | 5 873 | 6 064 | 6 039 | 5 873 | 5 996 | 123 | 2,1% |
| Spezialbutter | 430 | 455 | 517 | 539 | 442 | – 97 | – 18,0% |
| Total | 41 093 | 42 119 | 41 791 | 40 824 | 40 944 | 120 | 0,3% |

BOButter GmbH

## VERKAUFSANTEILE 2016 (nach Sorten)



| | |
|---|---|
| Vorzugsbutter: | 16,3 % |
| DIE BUTTER Kleinpackungen: | 27,7 % |
| Käsereibutter: | 1,3 % |
| Industrie-/Gewerbebutter: | 39,0 % |
| Entwässerte Butter: | 14,6 % |
| Spezialbutter: | 1,1 % |

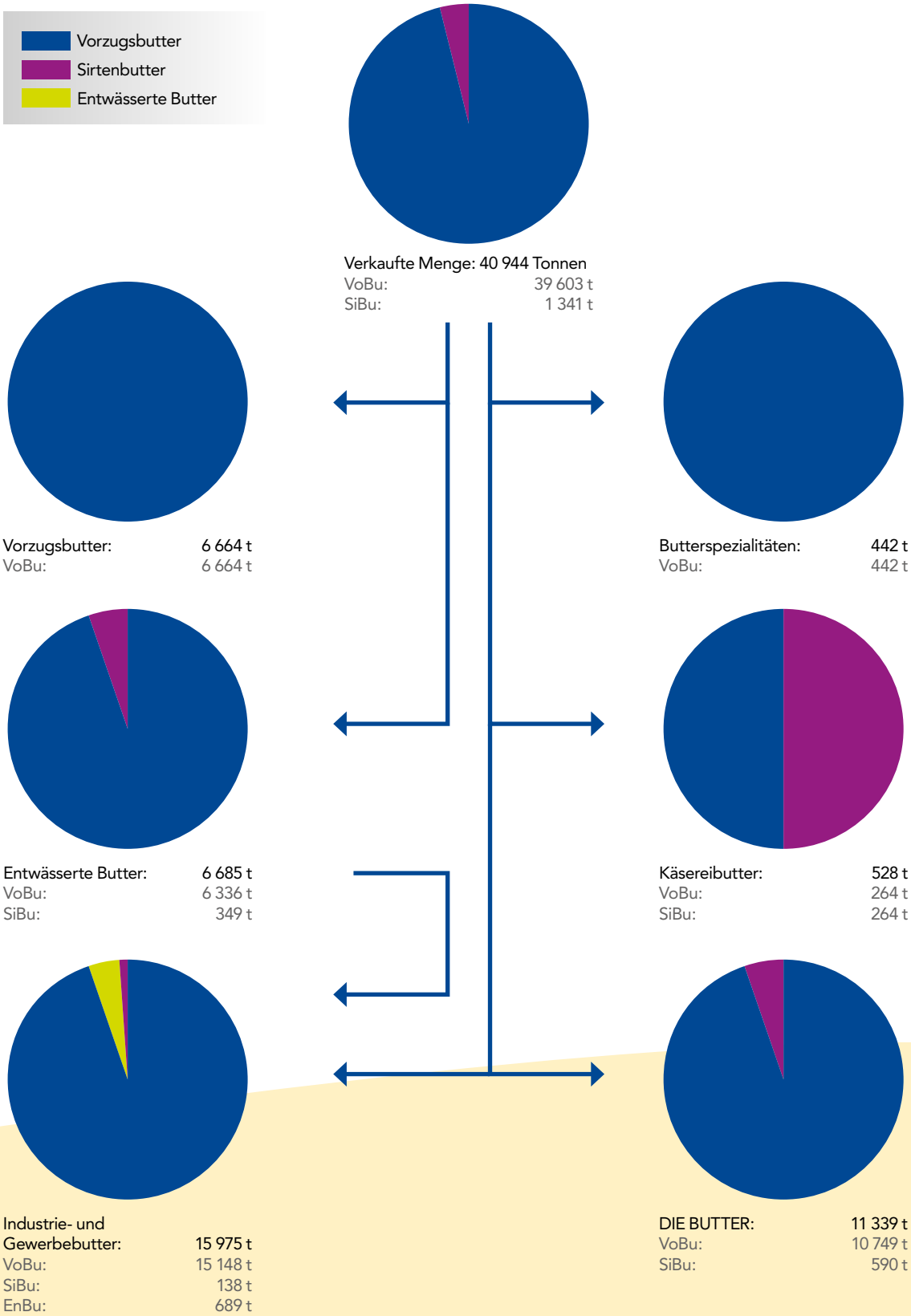
## KAUFVERHALTEN UND KONSUMENTENPREISE (bei Butter und Margarine)

| | Kaufende Haushalte in % | | | Menge in Mio. kg | | | Preisdurchschnitt in CHF/kg | | | Wert in Mio. CHF | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Bu | Ma | BrBu | Bu | Ma | BrBu | Bu | Ma | BrBu | Bu | Ma | BrBu |
| 2012 | 91,1 | 57,5 | k,A, | 17,7 | 6,0 | 0,6 | 13,7 | 8,2 | 18,4 | 243,3 | 49,3 | 11,7 |
| 2013 | 91,5 | 53,3 | k,A, | 18,0 | 5,8 | 0,6 | 14,0 | 8,2 | 18,7 | 251,3 | 47,6 | 12,1 |
| 2014 | 91,4 | 54,8 | k,A, | 17,9 | 5,7 | 0,6 | 14,4 | 8,3 | 19,1 | 258,1 | 46,8 | 12,3 |
| 2015 | 90,1 | 51,7 | k,A, | 17,2 | 5,3 | 0,6 | 14,2 | 8,2 | 19,3 | 243,0 | 43,2 | 11,8 |
| 2016 | 89,0 | 49,6 | k,A, | 17,3 | 5,1 | 0,6 | 13,9 | 8,1 | 19,7 | 240,4 | 41,5 | 12,4 |

Bu: Butter inklusive Bratbutter
Ma: Margarine und Minarine
BrBu: Bratcrème / Bratbutter
k.A.: keine Angabe

2012 – 2016 Quelle Nielsen

## ROHSTOFFAUFTEILUNG FÜR INLANDMARKT 2016 (in Butter 82,0 % Fett)



# 10 FETTSTOFFMARKT

## GESAMTER FETTSTOFFVERBRAUCH

Der gesamte Fettverbrauch betrug im Berichtsjahr 190 519 Tonnen. Der Absatz ging gegenüber dem Vorjahr um 449 Tonnen oder 0,2 Prozent zurück. Zudem konnte eine Verschiebung von den wasserhaltigen, festen Fetten zu den wasserfreien, flüssigen Fetten festgestellt werden. Der Absatz bei den wasserhaltigen Fetten nahm mit einer Menge von 50 913 Tonnen um 1046 Tonnen (-2,0 %) ab. Die Verkäufe von wasserfreien Fetten stiegen im gleichen Zeitraum um 597 Tonnen (+0,4 %) auf gesamthaft 139 606 Tonnen an.
Butter wurde total 43 987 Tonnen, 270 Tonnen oder 0,6 Prozent mehr als im Vorjahr verkauft. Bei der wasserhaltigen Butter konnte gesamthaft 37 991 Tonnen (+147 t; +0,4 %) abgesetzt werden. Bei der entwässerten Butter lag die Verkaufsmenge mit 5996 Tonnen (+123 t; +2,1 %) ebenfalls über dem Vorjahr.

Der Absatz beim Pflanzenfett entwickelte sich unterschiedlich. Mit 12 922 Tonnen war die vermarktete Menge beim wasserhaltigen Pflanzenfett um 1193 Tonnen oder 8,5 Prozent erneut deutlich rückläufig. Der Rückgang beim wasserhaltigen Pflanzenfett konnte durch eine steigende Absatzmenge beim wasserfreien Pflanzenfett von 474 Tonnen (+0,4 %) auf 133 610 Tonnen zum Teil kompensiert werden. Innerhalb der wasserfreien Pflanzenfette haben sich die Verkäufe jedoch von den festen Fetten zu den Ölen verschoben. Beim festen wasserfreien Pflanzenfett war die Menge um 77 Tonnen (-0,2 %) auf 42 406 Tonnen leicht rückläufig und bei den Pflanzenölen nahm die Menge um 551 Tonnen (+0,6 %) auf 91 204 Tonnen zu.

### DIE ENTWICKLUNG DER EINZELNEN FETTSTOFFE (im Vergleich zum Vorjahr)

| | 2015 in Tonnen | 2016 in Tonnen | +/– in Tonnen | +/– in Prozent |
|---|---|---|---|---|
| Wasserhaltige Butter | 37 844 | 37 991 | 147 | 0.4% |
| Entwässerte Butter | 5 873 | 5 996 | 123 | 2.1% |
| **Butter inkl. Ortsverkauf und inkl. VVK** | **43 717** | **43 987** | **270** | **0.6%** |
| Margarine | 12 083 | 11 170 | – 913 | – 7.6% |
| Minarine | 2 032 | 1 752 | – 280 | – 13.8% |
| **Marg./Min. total** | **14 115** | **12 922** | **– 1 193** | **– 8.5%** |
| Pflanzenöle/-fette | 133 136 | 133 610 | 474 | 0.4% |
| **Total** | **190 968** | **190 519** | **– 449** | **– 0.2%** |
| Verkäufe Dritter (inkl. GP) | 2 893 | 3 043 | 150 | 5.2% |
| Butter Veredelungsverkehr | 191 | 13 | – 178 | – 93.2% |

## FETTSTOFFVERBRAUCH EINZELHANDEL

Im Berichtsjahr waren die gesamten Verkäufe beim Einzelhandel rückläufig. Die Verkaufsmenge ging um 464 Tonnen (-0,8 %) auf 54 190 Tonnen zurück, wobei der Rückgang bei den wasserhaltigen Fetten mit 118 Tonnen (-0,5 %) auf 22 938 Tonnen weniger stark ausgefallen ist als bei den wasserfreien Fetten mit 346 Tonnen (-1,1 %) auf 31 252 Tonnen. Der Absatz entwickelte sich bei den einzelnen Fettstoffen wie folgt:

| | +/– in Prozent |
|---|---|
| Wasserhaltige Butter | – 3,7 % |
| Entwässerte Butter | – 9,5 % |
| Margarine Minarine | – 17,2 % |
| Pflanzenfett | + 29,0 % |
| Pflanzenöl | – 2,7 % |
| **Fettstoff Handel Total** | **– 0,8 %** |

## WASSERHALTIGE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Die Verkaufsmenge wasserhaltiger Fette nahm im Berichtsjahr von 23056 Tonnen auf 22938 Tonnen (-118 t; -0,5 %) ab. Bei der Butter stieg der Absatz um 674 Tonnen (+3,7 %) auf 19131 Tonnen. Ein deutlicher Rückgang war bei der Margarine und der Minarine mit 792 Tonnen oder 17,2 Prozent festzustellen. Dabei war der prozentuale Rückgang der Absatzmenge bei der Margarine mit 19,9 Prozent etwas deutlicher ausgefallen als bei der Minarine mit 13,8 Prozent.

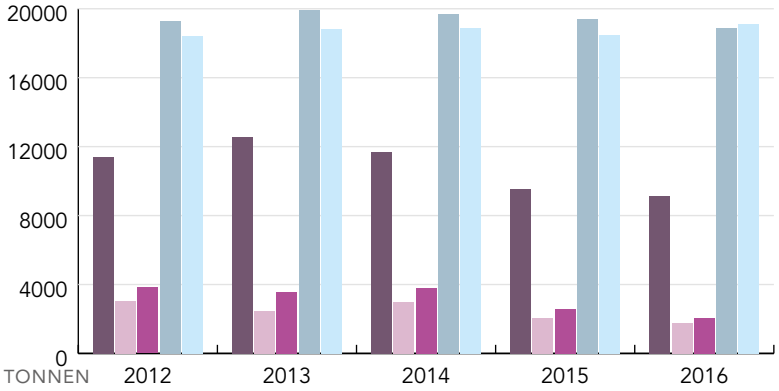
## WASSERFREIE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Der gesamte Absatz wasserfreier Fette ging 2016 beim Detailhandel um 346 Tonnen (-1,1 %) auf 31252 Tonnen zurück. Bei der Entwässerten Butter ging die Verkaufsmenge um 50 Tonnen auf 474 Tonnen (-9,5 %) zurück. Beim wasserfreien Pflanzenfett ist der Absatz gesamthaft um 296 Tonnen (-1,0 %) auf 30778 Tonnen zurückgegangen. Der Rückgang beim Pflanzenöl mit 784 Tonnen (-2,7 %) auf 28607 Tonnen wurde dabei durch einen Anstieg beim festen, wasserfreien Pflanzenfett von 488 Tonnen (+29,0 %) auf 2171 Tonnen teilweise kompensiert.

## FETTSTOFFVERBRAUCH IN GEWERBE UND INDUSTRIE

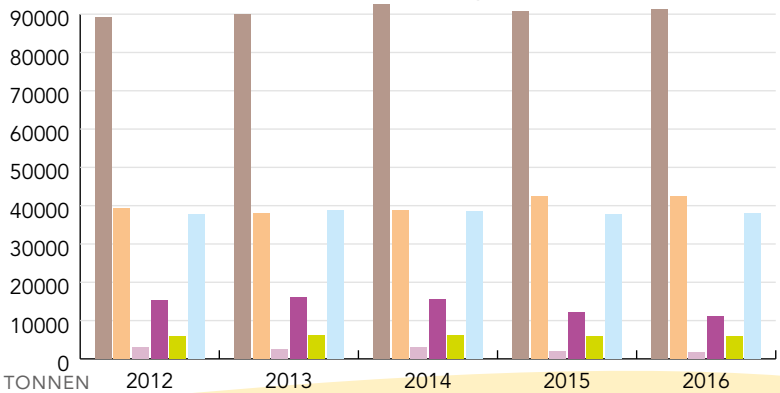
Mit 136329 Tonnen blieb die Absatzmenge im Industrie- und Gewerbebereich praktisch unverändert (+15,0 t). Die einzelnen Märkte verliefen jedoch sehr unterschiedlich. Bei der Butter ging der gesamte Absatz um 354 Tonnen oder 1,4 Prozent zurück. Der Rückgang bei der wasserhaltigen Butter um 527 Tonnen (-2,7 %) auf 18860 Tonnen konnte durch eine Absatzsteigerung bei der Entwässerten Butter um 173 Tonnen (+3,2 %) auf 5522 Tonnen nur teilweise kompensiert werden. Beim Pflanzenfett sind die gesamten Verkaufsmengen um 369 Tonnen oder 0,3 Prozent auf 111947 Tonnen angestiegen. Der Absatz der Margarine ging dabei um 401 Tonnen (-4,2 %) auf 9115 Tonnen zurück und die Verkaufsmenge von festem, wasserfreiem Pflanzenfett ging um 565 Tonnen (-1,4 %) auf 40235 Tonnen zurück. Der Rückgang bei der Margarine und beim festen, wasserfreien Pflanzenfett wurde durch höhere Verkaufsmengen beim Pflanzenöl vollständig kompensiert. Die Zunahme beim Pflanzenöl betrug 1335 Tonnen (+2,2 %) bei einer Verkaufsmenge von 62597 Tonnen.

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE 2012 – 2016
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)




| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|
| Margarine Gewerbe/Ind. | 11 392 | 12 571 | 11 694 | 9 516 | 9 115 |
| Minarine Letztabnehmer | 3 040 | 2 463 | 3 005 | 2 032 | 1 752 |
| Margarine Letztabnehmer | 3 824 | 3 591 | 3 801 | 2 567 | 2 055 |
| Butter Gewerbe/Ind. | 19 285 | 19 927 | 19 715 | 19 387 | 18 860 |
| Butter Letztabnehmer | 18 425 | 18 818 | 18 887 | 18 457 | 19 131 |
| Total | 55 966 | 57 370 | 57 102 | 51 959 | 50 913 |

FETTSTOFFVERBRAUCH 2012 – 2016
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)




| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|---|---|
| Pflanzenöl | 89 250 | 89 250 | 92 453 | 90 653 | 91 204 |
| Pflanzenfett | 39 386 | 39 386 | 38 680 | 42 483 | 42 406 |
| Minarine | 3 040 | 3 040 | 3 005 | 2 032 | 1 752 |
| Margarine | 15 216 | 15 216 | 15 495 | 12 083 | 11 170 |
| Entw. Butter | 5 873 | 5 873 | 6 039 | 5 873 | 5 996 |
| Butter | 37 710 | 37 710 | 38 602 | 37 844 | 37 991 |
| Total | 194 475 | 191 157 | 194 274 | 190 968 | 190 519 |

## 11 ABSATZFÖRDERUNG

### FLORALP

Die Schweizer Traditionsmarke FLORALP steht für hochwertige Qualität. Für die Herstellung der Vorzugsbutter wird ausschliesslich erstklassiger, frischer Schweizer Milchrahm verwendet. FLORALP enthält auch keine Zusatzstoffe und ist somit immer in Premiumqualität erhältlich. Die Vorzugsbutter FLORALP überzeugt Konsumenten mit ihrem besonders feinen Geschmack. Das Markenversprechen von FLORALP wird im Claim «FLORALP – Die Schweizer Vorzugsbutter. Das Original. Unwiderstehlich.» treffend zusammengefasst.
Die Kommunikationskampagne von FLORALP hat zum Ziel, die Vorzugsbutter als frisches, natürliches Premiumprodukt bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten zu verankern. Die Kampagne soll den Konsumenten ganzjährig rund um die Verkaufspunkte der Vorzugsbutter auf humorvolle, plakative Art überraschen. Im Frühjahr 2016 wurde das neue Sujet «Igel» mit einer FLORALP-Verpackung als Hauptdarstellerin und drei Brotigeln als schweizweite Plakatkampagne inklusive E-Boards/E-Panels geschaltet.
In der Adventszeit waren ab Mitte November bis Ende Dezember 2016 sämtliche Verpackungseinheiten mit 100-g- und 200-g-Folien in einem weihnachtlichen Dekor (inklusive grosser roter Weihnachtsmasche) in allen Kühlregalen des Schweizer Detailhandels erhältlich. Diese zeitlich limitierte und saisonal stimmige Verpackungsumstellung sorgte am Verkaufspunkt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Um den Absatz während der Weihnachtszeit zu fördern – und als Dankeschön an die treuen Käuferinnen und Käufer –, wurden die FLORALP-Treuesammelpunkte im Design der Verpackung verdoppelt. Eine nationale Plakatkampagne inklusive Schaltungen in Kundenmagazinen und Online-Werbemitteln mit dem beliebten Sujetklassiker «Grittibänz» und dem Hinweis auf die verdoppelten Sammelpunkte informierte die Konsumentinnen und Konsumenten und rundete die Weihnachtsaktion kommunikativ ab.
Um das Jahr 2016 passend abzuschliessen respektive 2017 neu zu starten, wurde das Sujet «Dreikönigskuchen» in Titeln der Schweizer Sonntagspresse geschaltet.
Ganzjährig und somit permanent wurde die Basiskommunikation durch die FLORALP-Treuepunktepromotion flankiert. Diese Marketingmassnahme hat zum Ziel, FLORALP- Konsumenten für ihre Treue zu belohnen und ans Produkt zu binden, damit sie nicht anstelle von FLORALP ein Konkurrenzprodukt kaufen. Die Treueaktion hilft auch Wechselkäufer vom Kauf von FLORALP zu überzeugen.
Das Sortiment der Treueprämien wird bewusst abwechslungsreich gestaltet, um die Kunden laufend mit einem neuen, interessanten Prämienangebot zu überraschen. Das Angebot reicht vom kompletten Geschirrset für einen Sonntagsbrunch über ein Brotbrett aus Schweizer Buchenholz bis hin zum eleganten Besteckset im FLORALP-Design. Um die Konsumentinnen und Konsumenten zusätzlich zum Sammeln zu motivieren, wurde zu Ostern eine zeitlich befristete Sonderprämie angeboten. Der aus 200 g Schweizer Vorzugsbutter modellierte Hase erfreute sich wieder einer grossen Beliebtheit. Die Butterhasen-Aktion konnte mit einer Rekordbestellmenge von über 18 000 Hasen erfolgreich durchgeführt werden. Insgesamt wurden im Jahr 2016 über 64 000 Prämienartikel bestellt.

## BASISKAMPAGNE BUTTER, BRATBUTTER UND BRATCRÈME

Die Marketingziele der Butter-Basiskampagne sind die Stärkung der Gattung Butter im Konkurrenzumfeld und das Halten der Marktanteile von Butter im Schweizer Fettstoffmarkt. Das Aufzeigen der Anwendungsbreite sowie das Hervorheben der Natürlichkeit von Schweizer Butter und Butterprodukten sind wichtige Pfeiler der Kommunikationsstrategie. Butter soll als zeitgemässes, natürliches und vielseitiges Schweizer Lebensmittel etabliert werden. Die wichtigste Zielgruppe für das Gattungswarenmarketing für Butter sind alle haushaltsführenden Personen in der Schweiz. Im Jahr 2016 wurden vor allem Online-Promotionen umgesetzt, die die Kernwerte (Natürlichkeit und Geschmack) und die Anwendungsvielfalt von Butter (kochen, braten, dünsten, backen) thematisierten.

Nebst einigen anderen Promotionen wurde im 2016 das Butter-Osterquiz online umgesetzt. Wer auf www.butter.ch fünf Fragen rund um das Thema Butter richtig beantwortete, nahm an der Verlosung von 4444 Ausstechförmchen-Sets in Form eines Osterhasen mit passendem Butterguetzlirezept teil. Über 58 000 Personen haben sich beim Onlinequiz registriert und mitgespielt.

Im November 2016 wurde eine umfangreiche Sammelpromotion lanciert, um den Verkauf von Butter und Butterprodukten direkt anzukurbeln. Für 1,5 kg Schweizer Butter konnten Konsumentinnen und Konsumenten gratis eine Guetzlidose in Sternenform aus drei verschiedenen Sujets auswählen. Eingelöst werden konnten alle Barcodes von einheimischen Butterprodukten (inklusive Bratbutter und -crème). Auf einer Internetseite konnte geprüft werden, ob diese Barcodes eingereicht werden können oder nicht. Es wurden über 41 000 Guetzlidosen versandt.

Im Bereich Business-to-Business rundete eine Butter-Sammelaktion in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Bäcker-Confiseurmeister-Verband (SBC) die Marketingaktivitäten im Jahr 2016 ab.

## 12 ERNÄHRUNG

Eine Arbeitsgruppe mit dem renommierten amerikanischen Kardiologen Prof. Dariush Mozaffarian, der den Lehrstuhl für Ernährungswissenschaft an der Friedman School of Nutrition Science and Policy an der Tufts University in Boston hält, hat am 29. Juni 2016 ein systematisches Review mit Meta-Analysen von Langzeitbeobachtungsstudien veröffentlicht. Insgesamt gingen 15 Kohortenstudien aus verschiedenen Ländern mit 636 151 Teilnehmenden ein. Diese erneute Meta-Analyse bestätigt frühere Ergebnisse: Es fand sich keinerlei Risiko zu koronaren Herzkrankheiten, ebenfalls liessen die Studien kein Risiko für Hirninfarkt und andere kardiovaskuläre Ereignisse erkennen, und betreffend einer Entwicklung von Diabetes ergab sich ein geringfügiger Schutzeffekt. Die Autoren dieses Reviews fordern entsprechend, dass die Ernährungsempfehlungen, die spezifisch die Beschränkung des Milchfett- respektive Butterkonsums fordern, dringend überarbeitet werden müssen. In die gleiche Richtung stösst ein Artikel im Magazin «Life!» vom November 2016. Im Artikel wird auf die Thematik des Ersatzes von Fett durch billige und vor allem leere Kohlenhydrate hingewiesen. Die Folge ist, dass heute viel mehr Menschen an Übergewicht leiden, als dies früher der Fall war. Unter anderem wird die Aussage gemacht: «Denn Fett macht nicht dick, sondern satt und dadurch schlank, sagen immer mehr Ernährungsexperten und Organisationen und berufen sich auch darauf, dass manche Studien, auf deren Basis jahrzehntelang Ernährungsempfehlungen abgegeben wurden, offensichtlich oftmals tendenziös ausgerichtet oder gar manipuliert worden sind.» Ergänzend zum Artikel wird die Pegan-Lebensmittelpyramide des amerikanischen Arztes Dr. Mark Hyman vorgestellt, in welcher Fett nicht als sparsam zu konsumieren empfohlen wird, sondern täglich zu 3 bis 4 Portionen.

Lebensmittel werden heute vom Konsumenten nicht mehr rein als Nahrungsmittel betrachtet. Nebst einem gesunden Lebensmittel legt der Konsument zusehends vermehrt auch Wert auf Faktoren wie Nachhaltigkeit oder Umweltverträglichkeit. Deshalb stand im Berichtsjahr regelmässig Palmöl in der Kritik, das schon seit Längerem im Fokus der Medien ist. Hauptkritikpunkte waren unter anderem das Abholzen der Regenwälder, soziale Konflikte oder der Verlust des Lebensraumes der ansässigen Wildtiere. Da Palmfett gut zu verarbeiten und zudem das billigste Pflanzenfett ist, wird es in Hunderten von Produkten wie Schokolade, Backwaren oder Fertiggerichten eingesetzt. Die Sensibilisierung der Konsumenten und dadurch der Druck auf die Verarbeiter werden jedoch weiter zunehmen. Produkte aus einheimischen Rohstoffen, wie es die Butter ist, haben dadurch ergänzend zur Herkunft ein schlagkräftiges Verkaufsargument mehr.

## 13 WELTMARKT FÜR BUTTER

In der EU setzte nach der Aufhebung der Quote eine expansive Entwicklung bei der Milchproduktion ein; diese Entwicklung war erst im späten Frühjahr 2016 vorbei. Die Butterproduktion 2016 nahm um rund 52 500 Tonnen zu. Ein Grossteil der zusätzlichen Butterproduktion wurde auf dem Weltmarkt abgesetzt. Die Butterexporte der EU stiegen auf über 218 000 Tonnen und nahmen um 18,9 Prozent zu. Im gleichen Zeitraum sind die Butterimporte in die EU weiter zurückgegangen.

BUTTEREXPORTE AUSGEWÄHLTER LÄNDER IN 1000 T

| | 2015 | 2016 | Abweichung | |
|---|---|---|---|---|
| EU-28 | 183,5 | 218,1 | + 34,6 | + 18,9 % |
| Neuseeland | 541,1 | 540,2 | – 0,9 | – 0,2 % |
| Australien | 35,3 | 33,9 | – 1,4 | – 4,1 % |
| USA | 22,5 | 26,1 | + 0,6 | + 16,0 % |
| Schweiz | 3,2 | 5,3 | + 2,1 | + 64,9 % |
| Weissrussland | 87,8 | 86,9 | – 0,9 | – 1,0 % |
| Ukraine | 11,9 | 12,1 | + 0,2 | + 1,3 % |
| Argentinien | 8,8 | 5,9 | – 2,9 | – 33,1 % |
| Uruguay | 20,3 | 12,5 | – 7,8 | – 38,3 % |

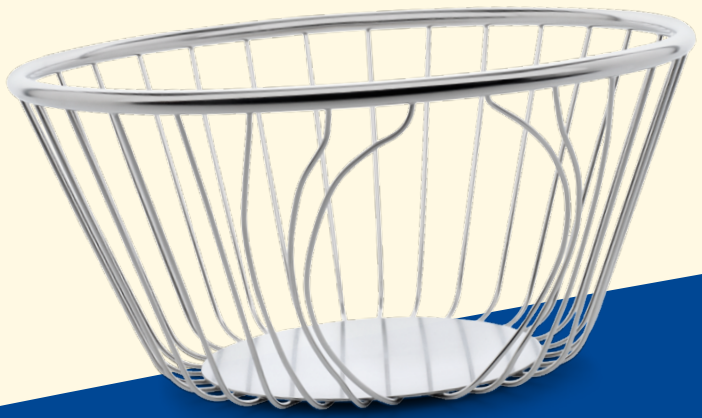
Die grössten Butterexporteure 2016 waren hinter Neuseeland, das unangefochten die Spitzenposition hält, die EU-28, Weissrussland, Australien und die USA. Am deutlichsten konnte die EU mit knapp 20 000 Tonnen ihre Exporte steigern. Andere Länder wie die Schweiz oder die USA steigerten ihre Exporte um wenige tausend Tonnen. Länder wie Neuseeland oder Australien exportierten leicht weniger Butter. Am deutlichsten gingen die Butterexporte mit einem Rückgang um 7800 Tonnen in Uruguay zurück.

Nachdem in der EU die expansiven Produktionsmengen zurückgingen, konnte sich der Markt wieder erholen und die Butterpreise zogen in kurzer Zeit von unter 2.70/kg Butter auf über 4.50/kg Butter gegen Ende 2016 an. Die Marktentwicklung innerhalb der EU ist jedoch nicht nur von der eigenen Produktion und Nachfrage beeinflusst. Da die EU-Milcherzeugung über dem Eigenbedarf liegt, hängt die Marktlage auch vom Weltmarkt ab. Die Exporte beeinflussen das Preisgeschehen überproportional zu ihrem Anteil am Gesamtmarkt. Die positive Preisentwicklung in der zweiten Jahreshälfte 2016 konnte auch stattfinden, da die Nachfrage auf dem Weltmarkt zum genannten Zeitpunkt vorwiegend durch die EU gedeckt wurde.

Wie die Zeitschrift «DMW – Die Milchwirtschaft» in ihrer Ausgabe 25/2016 berichtete, führten die lang anhaltend tiefen Milchpreise beim Detailhandel zu starken Preissenkungen auf den Milchprodukten. In den ersten acht Monaten des Berichtsjahres führte dies indes zu keiner Steigerung der Verkaufsmengen. Bei der Butter nahmen die Verkaufsmengen trotz den tiefen Preisen sogar um 1,5 Prozent ab. In der Schweiz wurden in früheren Jahren die gleichen Erfahrungen gemacht. Tiefstpreise führen in erster Linie zu Wertschöpfungsverlusten und werden durch den Detailhandel lediglich als Frequenzbringer eingesetzt

| | Milchmenge 2016 | Veränderung |
|---|---|---|
| EU | 151,5 Mio. t | + 1,4 % |
| Neuseeland | 21,5 Mio. t | – 1,4 % |
| Australien | 10,0 Mio. t | + 2,2 % |
| USA | 94,7 Mio. t | + 1,2 % |

Quelle ZMP

BOButter GmbH

Brunnmattstrasse 21
3007 Bern
Tel. 031 359 56 11
Fax 031 382 37 12
www.bobutter.ch
E-Mail: info@bobutter.ch