boButter GmbH

Branchenorganisation Butter BOB

JAHRESBERICHT **2017**

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 2017, 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

Die Gesellschafter der BO Butter haben mich an der GV vom 27. April 2017 zum Präsidenten ihrer Branchenorganisation gewählt. Es freut mich, dass mir dieses Vertrauen entgegengebracht wurde und ich so die Möglichkeit erhalte, mich in dieser Position tatkräftig für die Schweizer Butter zu engagieren.

Im Vergleich zum Vorjahr reduzierte sich die Butterproduktion 2017 um rund 4400 Tonnen. Die niedrigere Butterproduktion ist einerseits auf die Zunahme bei der Käseproduktion und andererseits auch auf den etwas tieferen Milchfettgehalt zurückzuführen. Erfreulich entwickelten sich im Jahr 2017 die Verkäufe, es konnten 123 Tonnen mehr Butter abgesetzt werden als im Jahr zuvor. Durch die geringere Produktion mussten letztes Jahr rund 3500 Tonnen Butter weniger über den Exportkanal abgesetzt werden. Gegen Ende Jahr waren die Lager praktisch leer.

An den internationalen Märkten waren die Fettpreise im letzten Jahr zeitweise sehr hoch. Die Preise schossen im Herbst 2017 schnell in die Höhe. Letzten Herbst betrug der Preis pro Kilo Butter im EU-Raum um die acht Franken. Ein wesentlicher Faktor für diese hohen Preise waren die kleinen Butterlager in der EU. Aufgrund der tiefen Milchpreise wurde die Milchproduktion gedrosselt, was zu einer drastischen Abnahme der Butterlager führte.

Der Zusammenhang zwischen Milchmenge und Fettpreis zeigte sich im Sommer 2017 sehr deutlich. Als letzten Sommer die internationalen Milchpreise angestiegen und die Milchproduktion deshalb gesteigert wurde, gerieten die Fettpreise unter Druck. Ende Jahr lagen die Butterpreise in der EU bereits wieder unter fünf Franken.

Da die pflanzlichen Fette immer mehr unter Druck kommen (insbesondere Palmöl), bin ich überzeugt, dass der Butterkonsum in Zukunft steigt. Mit unseren gezielten Aktivitäten in den Bereichen Kommunikation und Marketing werden wir die Konsumentinnen und Konsumenten auch künftig über die positiven Eigenschaften unseres gesunden Naturprodukts Butter informieren. In der Zukunft wird die Gesellschaft noch mehr Aufmerksamkeit auf natürliche und nachhaltig produzierte Lebensmittel legen, von dieser Entwicklung werden die Butterproduzenten profitieren, sodass ich optimistisch in die Zukunft der Butterbranche blicke. In diesem Sinne wünsche ich allen unseren Gesellschaftern im Jahr 2018 einen guten Geschäftsverlauf. Der Geschäftsstelle danke ich für die gute und erfolgreiche Zusammenarbeit im vergangenen Jahr.

Urs Werder, Präsident der BO Butter

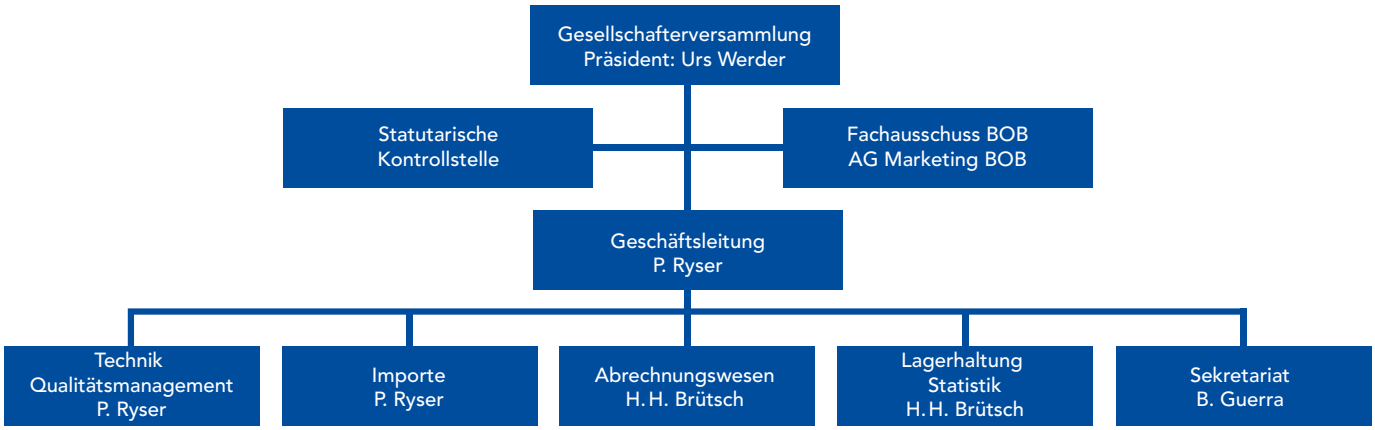
2 DIE BO BUTTER GMBH

FIRMENSITZ

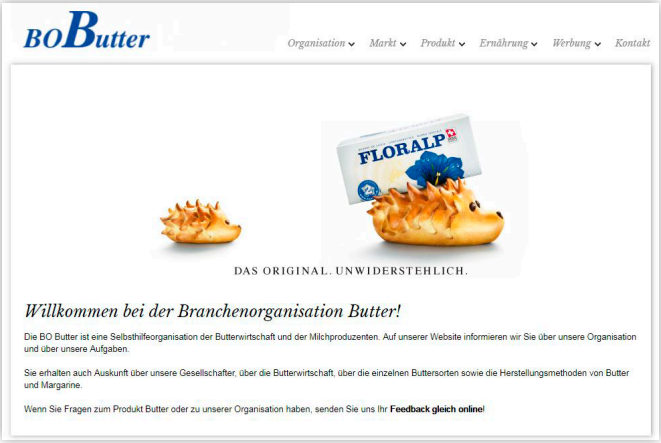
- BO Butter GmbH
  Brunnmattstrasse 21
  3007 Bern
  Tel. 031 359 56 11
  www.bobutter.ch

GESELLSCHAFTER

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



Organigramm der BO Butter GmbH, Stand 1. Januar 2018



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 2017 wurde die Website von 4587 Nutzern 5566 Mal besucht. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies eine Zunahme der Nutzung um 16,1 Prozent der Website. Die Besucher stammen hauptsächlich aus der Schweiz (81,5 %), aus Deutschland (5,1 %), aus Frankreich (2,7 %), aus Kanada (2,4 %) und aus den USA (2,0%). Das Verhältnis der erstmaligen Besucher (89,6 %) sowie der wiederkehrenden Besucher (10,4 %) zeigt, dass die Website Konsumenten sowie Fachleute anspricht.

3 DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT

Am 13. März wird die BOB 20 Jahre alt. Das Jubiläum wird am 14. Juli gefeiert.

An der Gesellschafterversammlung vom 27. April wird Urs Werder zum neuen Präsidenten der BOB gewählt. Er tritt sein Amt als Nachfolger von Hansjörg Schmid auf den 1. September an.

In Kalenderwoche 23 wird mit 5317 Tonnen der höchste Tiefkühllagerbestand des Jahres erreicht, dieser liegt mit 3725 Tonnen deutlich unter dem Vorjahresbestand.

Am 14. Juni entscheidet der Europäische Gerichtshof (EuGH), dass vegane Produkte nicht unter Namen wie «Tofubutter» oder «Pflanzenkäse» verkauft werden dürfen. Nachdem eine klare Regelung mit der Überarbeitung der Schweizerischen Lebensmittelgesetzgebung zur Diskussion stand, es aber leider verpasst wurde, eine klare Regelung ins Gesetz zu nehmen, hat nun der Europäische Gerichtshof Klarheit geschaffen.

Am 23. Juni wird in den Medien der Austritt der MIGROS aus der BO Milch bekannt gegeben. Die MIGROS hat sich zu diesem Schritt entschieden, weil die konstruktive und loyale Haltung der MIGROS von einzelnen BO-Milch-Mitgliedern nicht mitgetragen werde.

Nachdem im Frühjahr und Frühsommer immer wieder die Einhaltung des A-Richtpreises gefordert wird, informiert die BOB mit einer Pressemitteilung, dass der über Jahre deutlich gesunkene Markterlös es verunmöglicht, die Industriemilchpreise auf A-Richtpreisniveau auszubezahlen.

Am 23. August beschliesst die BO Milch, den A-Richtpreis um 3 Rp. je kg Milch zu erhöhen und fordert in ihrer Medienmitteilung, die Fettkomponente (Rahm und Butter) darüber hinaus zu erhöhen, damit die Schere zwischen ausbezahltem Milchpreis und A-Richtpreis etwas geschlossen werden kann. Die Umsetzung der geforderten zusätzlichen Preiserhöhungen erweist sich jedoch als äusserst schwierig.

In Kalenderwoche 37 wird mit weniger als 400 Tonnen die tiefste Butterproduktion des Jahres erreicht.

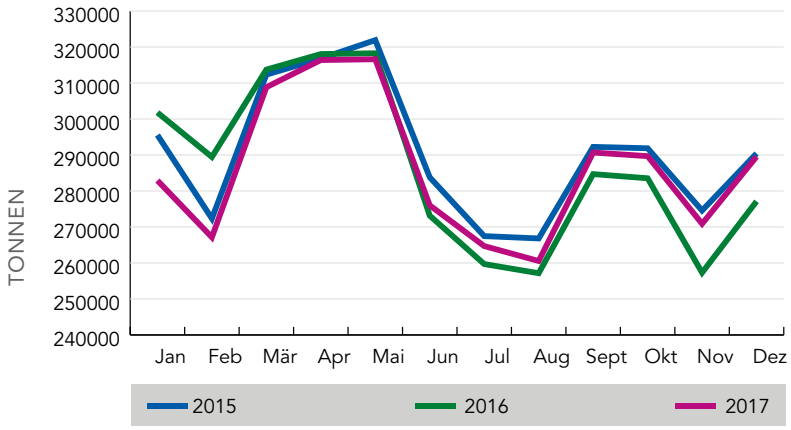
Aufgrund der internationalen Marktlage häufen sich im September die Anfragen für Butterexporte. Nebst Ländern wie Russland oder Serbien treffen auch Anfragen aus Belgien ein. Da die internationalen Butterpreise zu diesem Zeitpunkt sehr hoch sind, wären Exporte genau dann am interessantesten, jedoch sind die Butterlager in der Schweiz ebenfalls sehr tief.

Im Oktober bleibt die saisonal bedingte Produktionszunahme aus, die Butterlager sinken rasch. Die Branche rechnet zu diesem Zeitpunkt damit, dass es mit den vorhandenen Tiefkühllagerbeständen knapp wird.

Am 31. Oktober kommuniziert der Schweizerische Bauernverband, dass es in der Schweiz zu Weihnachten zu einem Butternotstand kommen werde. Der Bauernverband will damit Druck machen, die Butterpreise zu erhöhen. Die Pressemitteilung des Bauernverbandes hat zur Folge, dass das Thema während Wochen in den Medien thematisiert wird. Die BOB hat nie damit gerechnet, dass es in den Verkaufsregalen keine Butter haben wird, und nimmt in den folgenden Wochen immer wieder in dieser Weise Stellung zur aktuellen Marktlage. In Kalenderwoche 50 wird mit 149 Tonnen der Lagertiefststand erreicht, danach steigen die Butterlager wieder rasch an.

4 VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG

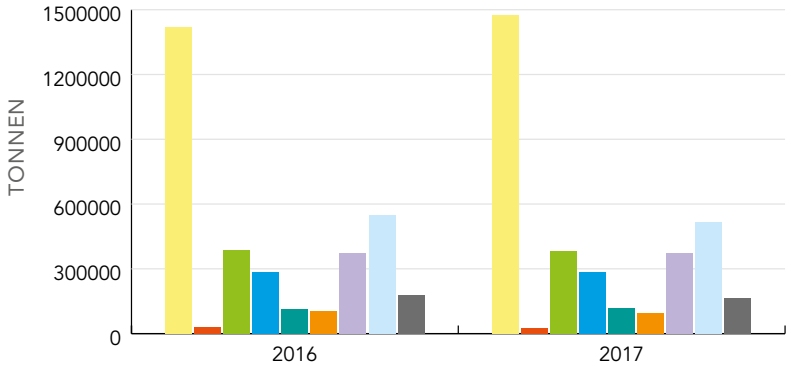
MILCHEINLIEFERUNGEN 2015 – 2017 (inkl. Zonen- und Alpenmilch)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2015	2016	2017
Jan	295 548	301 799	282 922
Feb	272 349	289 459	267 147
Mär	312 338	313 729	308 839
Apr	316 802	318 051	316 393
Mai	321 921	318 270	316 613
Juni	283 794	273 141	276 013
Juli	267 467	259 698	264 699
Aug	266 816	257 158	260 555
Sep	292 261	284 692	290 689
Okt	291 878	283 539	289 685
Nov	274 572	257 318	270 900
Dez	290 430	277 127	289 545
Total	3 486 177	3 433 975	3 434 004

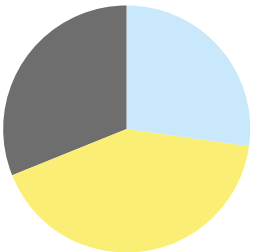
MILCHVERWERTUNG (nach Milchäquivalent)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2016	2017
Käse	1 417 552	1 475 039
Quark	30 880	26 735
Konsummilch	388 647	384 258
Konsumrahm	282 867	283 930
Jogurt	111 776	116 532
Frischmilchprod. inkl. Speiseeis	102 006	94 452
Dauermilchwaren	374 270	370 509
Butter	549 093	516 547
andere Verwertung	176 884	166 002
Total	3 433 975	3 434 004

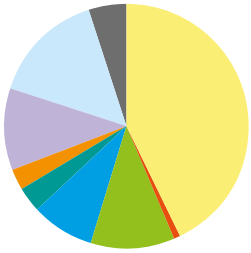
FETTVERWERTUNG (nach Produktgruppen)



2017

Die Milchverwertung nach Milchäquivalenten der TSM zeigt auf, dass 15,0 Prozent der Milch, in Milchäquivalenten gerechnet, der Butterherstellung zugeführt wurden. Effektiv wurden 26,6 Prozent des Milchfetts zu Butter verarbeitet.

Butter	26,6 %
Käse	41,6 %
Übrige Verwertung	31,8 %

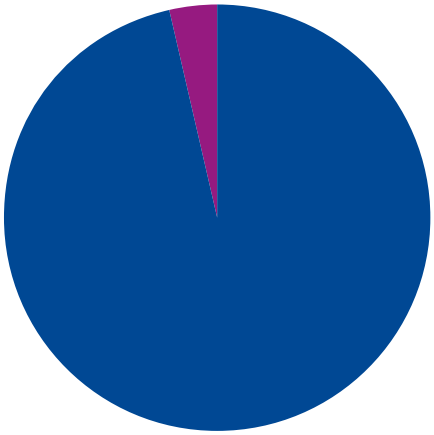


2017

	2017
Käse	43,0%
Quark	0,8%
Konsummilch	11,2%
Konsumrahm	8,3%
Joghurt	3,4%
Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	2,8%
Dauermilchwaren	10,8%
Butter	15,0%
andere Verwertung	4,8%
Total	100,0 %

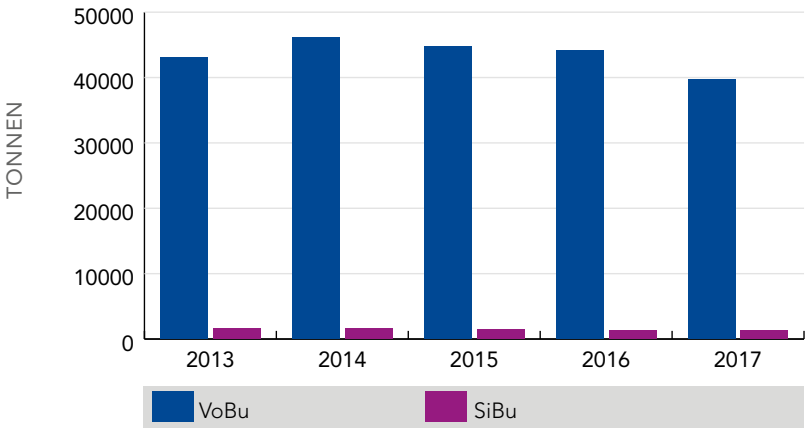
5 INDUSTRIELLE BUTTERPRODUKTION

Die industrielle Butterproduktion in der Schweiz lag bei 41 115 Tonnen. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Abnahme von 4409 Tonnen oder 9,7 Prozent und bedeutet gleichzeitig die tiefste Butterproduktion in den letzten 10 Jahren. Die Vorzugsbutterproduktion lag mit 39 741 Tonnen um 4442 Tonnen respektive 10,1 Prozent tiefer als im Vorjahr. Die Sirtenrahmbutterproduktion wurde um 33 Tonnen auf 1374 Tonnen gesteigert. Dies entspricht einer Zunahme von 2,5 Prozent.



Vorzugsbutter (VoBu):	96,7 %
Sirtenrahmbutter (SiBu):	3,3 %

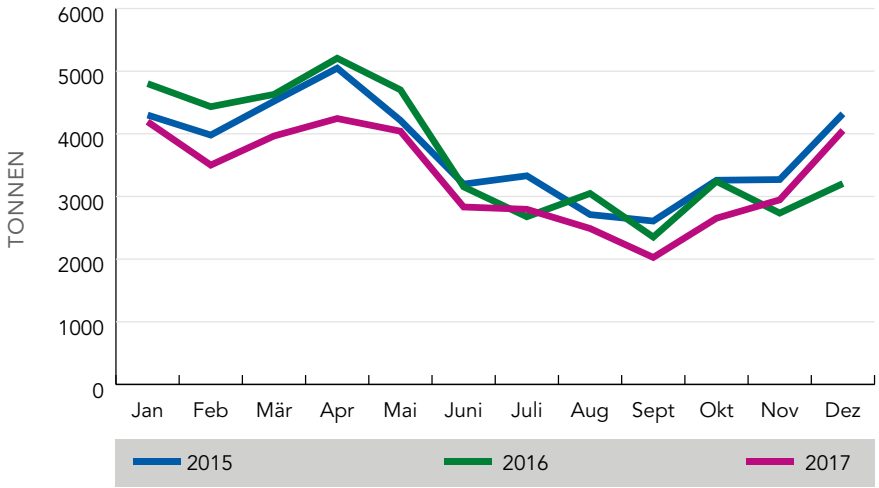
BUTTERPRODUKTIONSMENGEN 2013 – 2017



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

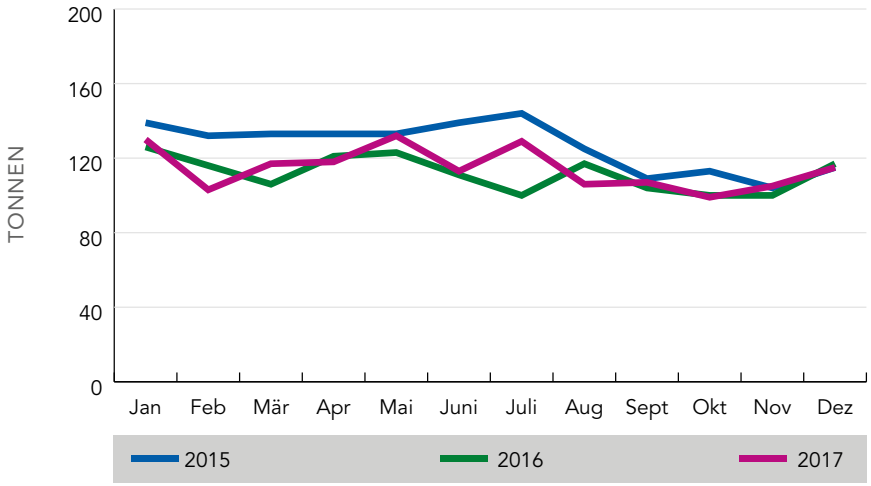
	2013 in Tonnen	2014 in Tonnen	2015 in Tonnen	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
VoBu	43 083	46 138	44 757	44 183	39 741	– 4 442	– 10,1
SiBu	1 616	1 574	1 519	1 341	1 374	33	2,5
Total	**44 699**	**47 712**	**46 276**	**45 524**	**41 115**	**– 4 409**	**– 9,7**

PRODUKTION VORZUGSBUTTER 2015 – 2017



	2015	2016	2017
Jan	4 300	4 801	4 193
Feb	3 980	4 433	3 501
Mär	4 520	4 629	3 965
Apr	5 048	5 206	4 244
Mai	4 215	4 702	4 042
Juni	3 197	3 154	2 832
Juli	3 330	2 676	2 795
Aug	2 711	3 048	2 489
Sep	2 608	2 352	2 027
Okt	3 259	3 241	2 653
Nov	3 270	2 735	2 946
Dez	4 319	3 206	4 054
Total	**44 757**	**44 183**	**39 741**

PRODUKTION SIRTENRAHMBUTTER 2015 – 2017



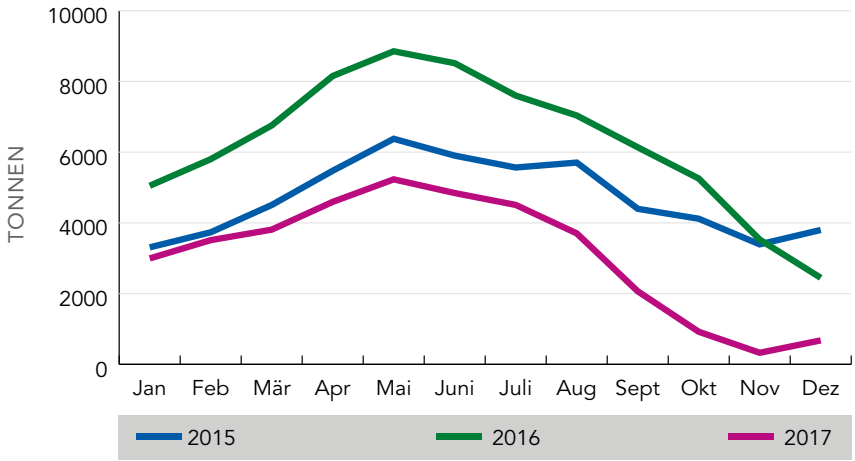
	2015	2016	2017
Jan	139	126	130
Feb	132	116	103
Mär	133	106	117
Apr	133	121	118
Mai	133	123	132
Juni	139	111	113
Juli	144	100	129
Aug	125	117	106
Sep	109	104	107
Okt	113	100	99
Nov	104	100	105
Dez	115	117	115
Total	**1 519**	**1 341**	**1 374**

6 LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS

Anfang 2017 waren in den Schweizer Tiefkühllagern 2447 Tonnen Butter eingelagert. Gegenüber den Vorjahren waren die Butterproduktion sowie die Einlagerungen eher zurückhaltend. In den ersten sechs Monaten 2017 wurden 4148 Tonnen weniger Butter als in der Vorjahresperiode produziert. Die Kombination der tiefen Butterproduktion und der getätigten Butterexporte führte dazu, dass der Höchststand Ende Kalenderwoche 23 mit 5317 Tonnen erreicht wurde. Ende Juni 2017 lagerten 4844 Tonnen Butter in Tiefkühllagern in der Schweiz. In der zweiten Jahreshälfte, bis vor Weihnachten wurden rund 4700 Tonnen mehr Butter verkauft als produziert.

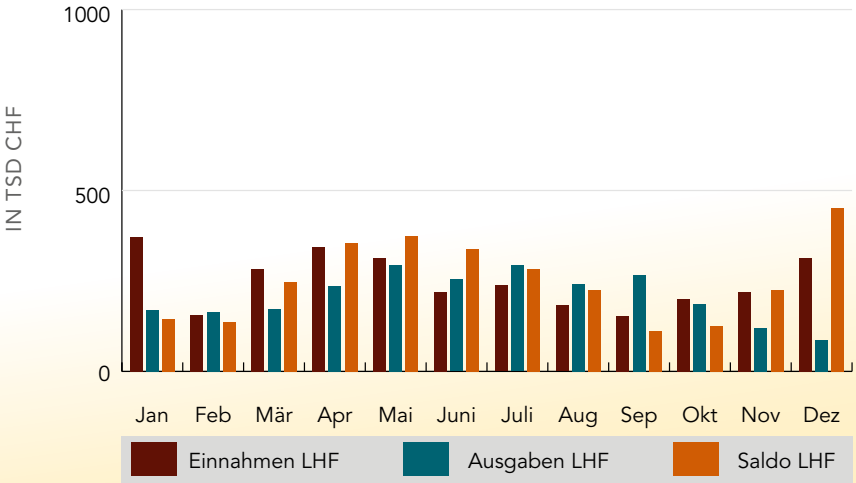
Dies führte dazu, dass die Butterbestände in den Tiefkühllagern Ende der Kalenderwoche 50 auf 149 Tonnen geschrumpft sind.

TIEFKÜHLLAGER VORZUGSBUTTER 2015 – 2017



	2015	2016	2017
Jan	3 308	5 049	2 995
Feb	3 734	5 802	3 512
Mär	4 506	6 755	3 809
Apr	5 474	8 154	4 594
Mai	6 378	8 853	5 231
Juni	5 902	8 516	4 844
Juli	5 566	7 600	4 508
Aug	5 706	7 037	3 704
Sep	4 398	6 138	2 066
Okt	4 118	5 255	921
Nov	3 393	3 527	327
Dez	3 800	2 447	677

LAGERHALTUNGSFONDS 2017

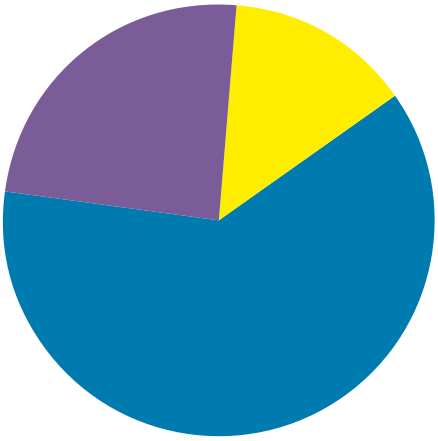


	Einnahmen	Ausgaben	Saldo
Jan	371 464	168 713	145 895
Feb	155 908	164 579	137 224
Mär	282 824	173 614	246 434
Apr	344 820	235 616	355 638
Mai	313 835	295 186	374 287
Juni	218 946	254 159	339 075
Juli	237 271	292 538	283 808
Aug	182 142	242 032	223 918
Sep	153 939	265 882	111 975
Okt	201 008	187 001	125 982
Nov	220 396	120 511	225 866
Dez	313 329	87 317	451 878
Total	2 995 881	2 487 147	

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	0
ab 01.01.2014	6	3	
2015 unverändert	6	3	
ab 01.01.2016	9	6	
2017 unverändert	9	6	

LAGERHALTUNGSFONDS, AUFWAND 2017



Zins	13,8 %
Lagerhaltung	61,8 %
Transport	24,4 %

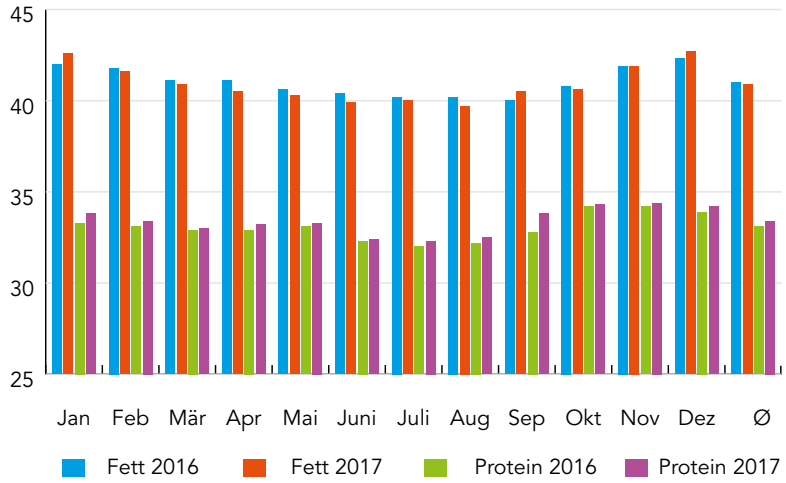
7 QUALITÄTSKONTROLLE

Im Rahmen des Branchenmonitorings wurde Butter regelmässig auf Aflatoxin M1, PCB, Dioxin, Schwermetalle, Pestizide, Chloroform, Kohlenwasserstoffe und GVO untersucht. Alle Resultate gaben zu keiner Beanstandung Anlass.
An der Sitzung des Fachausschusses BOB vom 31. Oktober 2017 wurde beschlossen, das Branchenmonitoring auf Bio-Butter auszudehnen. Somit werden neu Sirtenrahmbutter, Milchrahmbutter und Bio-Butter regelmässig untersucht.

Im Berichtsjahr haben sich die Milchgehalte unterschiedlich entwickelt. Der Milchfettgehalt lag im Jahresdurchschnitt 0,01 Prozent unter dem Vorjahr. Die Milch enthielt tendenziell weniger Fett während der Sommerfütterung. Beim Protein war die Entwicklung gerade umgekehrt.

Ausnahmslos war der monatliche Proteingehalt im Vergleich zum Vorjahresmonat höher, im Jahresdurchschnitt betrug die Gehaltszunahme im Vergleich zum Vorjahr 0,03 Prozentpunkte. Diese Entwicklung der Milchgehalte fiel regional unterschiedlich aus. In der Westschweiz führten der tiefere Fettgehalt und der höhere Proteingehalt sogar dazu, dass bei der Käseproduktion die Milch über längere Zeit ohne Standardisierung verarbeitet werden musste. Weniger Rahm aus der Käseproduktion und ein etwas tieferer Milchfettgehalt waren im Berichtsjahr mit ein Grund, dass die Butterproduktion 2017 deutlich rückläufig war.

MILCHGEHALTE SCHWEIZ (in g/kg)



Grundlage Jahresstatistik TSM

8 BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT

Im Berichtsjahr 2017 wurden gemäss Zollstatistik der OZD gesamthaft 147 Tonnen Butter (umgerechnet in Butter 82 %f) in die Schweiz importiert. Dies entspricht einer Zunahme von 52 Tonnen oder 54,7 Prozent. Im Rahmen des Zollkontingents des BLW wurden 37 Tonnen (-9 t; -19,6 %) Butterimporte getätigt. Die getätigten Importe von Kleinmengen sind um 2 Tonnen auf 21 Tonnen zurückgegangen. 89 Tonnen Butter wurden im Rahmen des Veredelungsverkehrs importiert. Dies entspricht in etwa der 3½-fachen Menge des Vorjahres.

Im vergangenen Jahr sind gemäss Zollstatistik 2022 Tonnen Butter (in Butter 82 %f) exportiert worden. Gegenüber dem Vorjahr ergibt dies einen Rückgang um 3266 Tonnen (-61,8 %). Zu den wichtigsten Destinationen von Exportbutter (82 %f) zählen Saudi-Arabien (603 t), Türkei (396 t), Russland (210 t), Libanon (186 t) sowie Singapur (177 t). Infolge der tiefen Butterproduktion zeichnete sich bereits Mitte Jahr ab, dass die Überschüsse in der Schweiz Ende Jahr aufgebraucht sein würden. So wurden Exporte grösstenteils eingestellt.

Die Destinationen der Milchstreichfettexporte lagen in Frankreich oder Grossbritannien. Die Exporte der entwässerten Butter haben sich auf 11 Tonnen (in Butter 82 %f) erhöht, wobei die Hauptmengen nach Frankreich und Grossbritannien exportiert wurden.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	Diff
Aegypten			46	650		– 650
Arab. Emirate					121	121
Australien					23	23
Bangladesch				23		– 23
Belgien	424	65	115	109		– 109
China	4	4	1			
Dänemark				65		– 65
Deutschland	11	15	127	30	8	– 22
Frankreich	959	529	439	468	135	– 332
Indonesien		1	11		1	1
Italien	1	1				
Japan	1	26	50	284	49	– 235
Jemen		193		46	46	
Jordanien				23		– 23
Kolumbien	1	3				
Kuwait			46	46		– 46
Libanon		371	402	325	186	– 139
Marokko		698				
Mexico	1					
Niederlande		1			22	22
Österreich					3	3
Pakistan				139		– 139
Russische Föd.					210	210
Saudi-Arabien		703	93	1 040	603	– 437
Schweden			1	1		– 1
Senegal				23		– 23
Singapur	43	126	204	249	177	– 72
Slowakei	17					
Syrien		236				
Türkei	49	716	1 383	1 608	396	- 1 212
Tschech. Republik	17					
Ungarn	137					
Ver. Königreich			367	157	42	– 115
Diverse Länder	1					
Total	1 665	3 688	3 286	5 288	2 022	– 3 266

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

BUTTERIMPORTE (inkl. Butteröl)

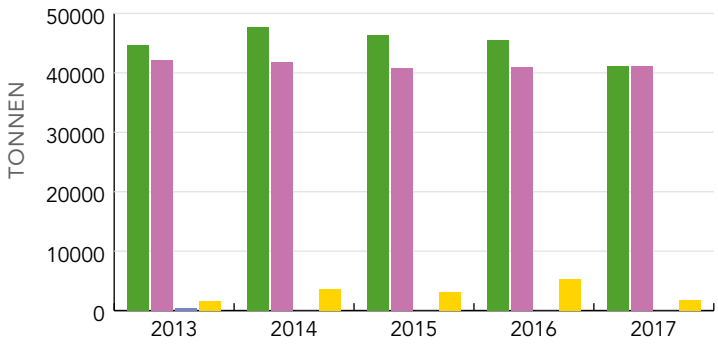
	2016	2017	Diff
Importe BOB (innerhalb Zollkontingent BLW oder innerhalb Kontingent aus dem Schoggigesetz)			
Importe Dritter innerhalb Zollkontingent BLW	46	37	– 9
Importe für Veredelungsverkehr im Rahmen des Schoggigesetzes (im ausserordentlichen Verfahren)	13	66	53
Importe für Veredelungsverkehr (normales Verfahren)	13	23	10
Importe von Kleinmengen	23	21	– 2
Total	95	147	52

9 BUTTERVERBRAUCH (INDUSTRIELLE BUTTERHERSTELLER)

In der Schweiz wurden im Jahr 2017 41 067 Tonnen Butter durch die industriellen Butterhersteller vermarktet. Wie im Vorjahr ergab dies ebenfalls eine Zunahme von 0,3 Prozent respektive 123 Tonnen. Eine Zunahme konnte bei Milchrahmbutter KP (+717 t; +10,8 %), Käsereibutter (+408 t; +77,3 %) und eingesottener Butter (+117 t; +2,1%) erzielt werden. Die Absatzmengen von Butterspezialitäten (-1 t; -0,2 %), Industrie- und Gewerbebutter (+7 t; +0,0%) sowie Milchfettfraktionen (-4 t; -1,7 %) lagen annährend bei den Vorjahresmengen. Die Verkaufsmengen der Bratcrème sind um 22 Tonnen oder 7,7 Prozent zurückgegangen. Die Kleinpackungen der Buttermischungen verzeichneten in diesem Jahr den stärksten Absatzrückgang. Diese Abnahme entspricht einer Menge von 1099 Tonnen respektive 9,7 Prozent.

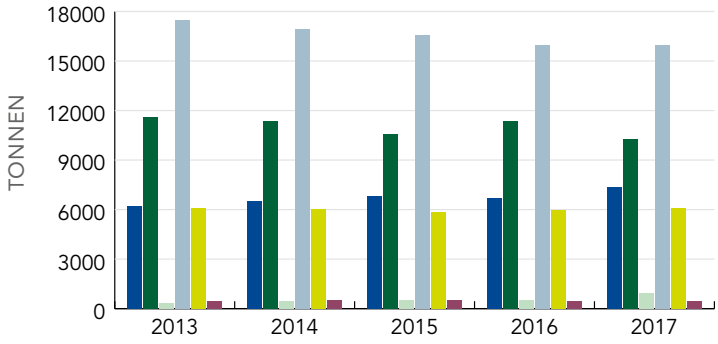
Aufgrund der sehr tiefen Butterproduktion (-4409 t; -9,7 %) im Jahr 2017, den gleich bleibenden Verkaufsmengen sowie der getätigten Butterexporte von 1793 Tonnen (-3468 t; -65,9 %) sank die Buttermenge Ende Dezember in den Tiefkühllagern auf 677 Tonnen (-1770 t; -72,3 %).

PRODUKTION, VERBRAUCH, IMPORTE, EXPORTE 2013 – 2017



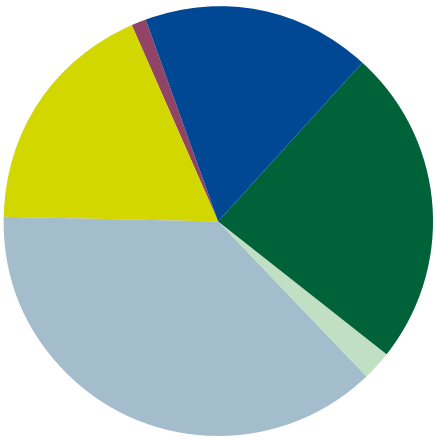
	2013	2014	2015	2016	2017
Produktion	44 699	47 712	46 276	45 524	41 115
Verbrauch	42 119	41 791	40 824	40 944	41 067
Importe	504	0	0	0	0
Exporte	1 616	3 685	3 190	5 261	1 793

BUTTERVERKÄUFE 2013 – 2017



	2013 in Tonnen	2014 in Tonnen	2015 in Tonnen	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	+ / – in Tonnen	+ / – in Prozent
Vorzugsbutter	6 230	6 497	6 812	6 664	7 381	717	10,8%
DIE BUTTER	11 577	11 343	10 551	11 339	10 240	– 1 099	– 9,7%
Käsereibutter	311	447	494	528	936	408	77,3%
Industrie-/Gewerbebutter	17 482	16 948	16 555	15 975	15 982	7	0,0%
Entwässerte Butter	6 064	6 039	5 873	5 996	6 087	91	1,5%
Spezialbutter	455	517	539	442	441	– 1	– 0,2%
Total	**42 119**	**41 791**	**40 824**	**40 944**	**41 067**	**123**	**0.3%**

VERKAUFSANTEILE 2017 (nach Sorten)



Vorzugsbutter:	18,0 %
DIE BUTTER Kleinpackungen:	24,9 %
Käsereibutter:	2,3 %
Industrie-/Gewerbebutter:	38,9 %
Entwässerte Butter:	14,8 %
Spezialbutter:	1,1 %

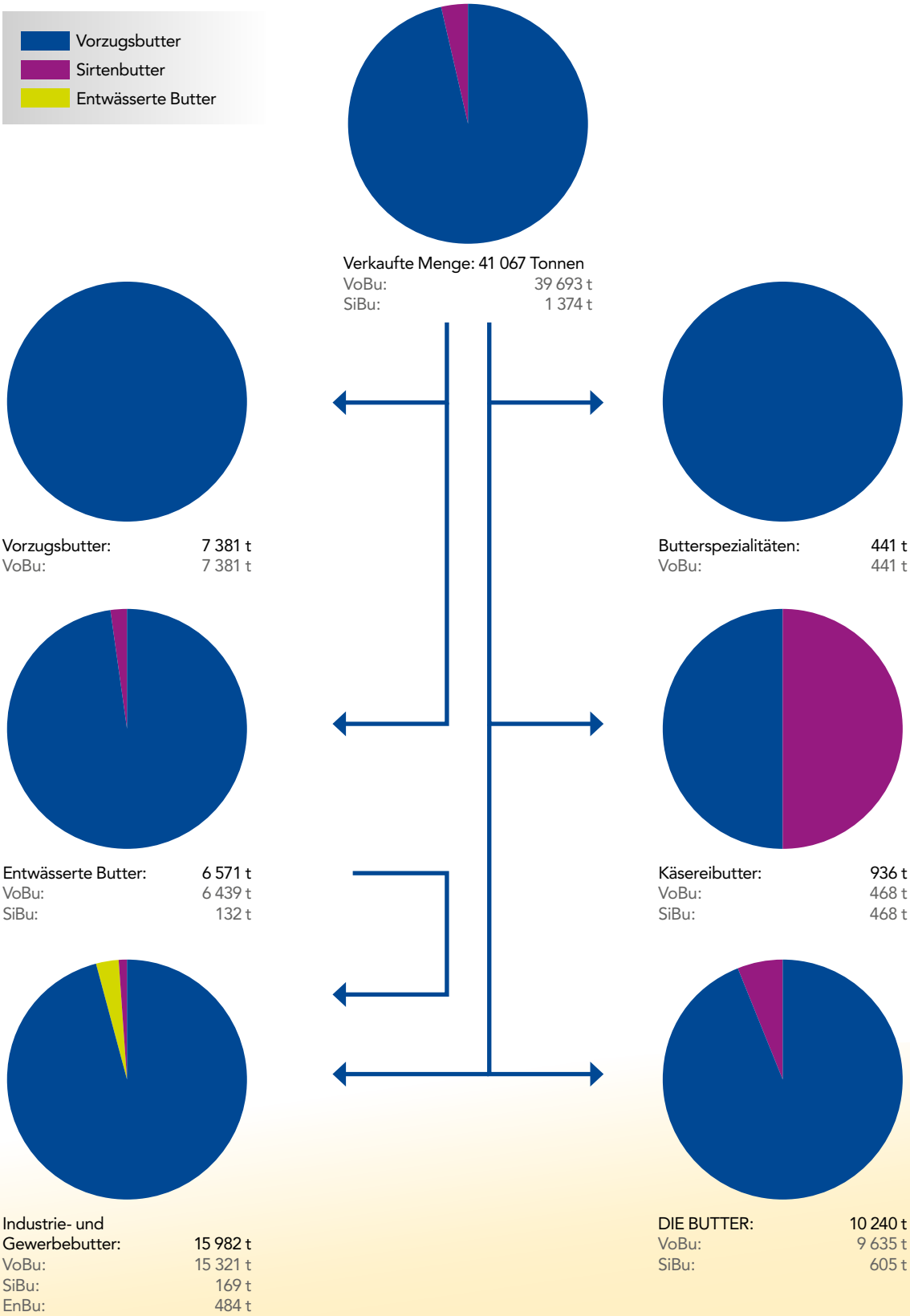
KAUFVERHALTEN UND KONSUMENTENPREISE (bei Butter und Margarine)

	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
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
2017	90,9	48,3	k,A,	17,3	4,9	0,6	13,9	8,1	19,8	240,7	39,5	11,7

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

2013 – 2017 Quelle Nielsen

ROHSTOFFAUFTEILUNG FÜR INLANDMARKT 2017 (in Butter 82,0 % Fett)



10 FETTSTOFFMARKT

GESAMTER FETTSTOFFVERBRAUCH

Im Berichtsjahr konnten insgesamt 192 099 Tonnen Butter- und Pflanzenfettprodukte vermarktet werden. Im Vergleich zum Vorjahr nahm der Absatz um 1580 Tonnen oder 0,8 Prozent zu. Die Steigerung der Verkaufsmengen konnte zum grössten Teil bei den wasserhaltigen Fetten realisiert werden. Nahmen die Verkäufe bei den wasserhaltigen Fetten, im Vergleich zum Vorjahr, um 1212 Tonnen oder 2,4 Prozent auf 52 125 Tonnen zu, war bei den wasserfreien Fetten die Zunahme mit einem Plus von 368 Tonnen oder 0,3 Prozent auf 139 974 Tonnen deutlich tiefer.

Bei der Butter betrug der Absatz gesamthaft 44 700 Tonnen (+713 t; +1,6 %). Die Verkaufsmenge bei der wasserhaltigen Butter stieg um 622 Tonnen (+1,6 %) auf 38 613 Tonnen und bei der wasserfreien Butter um 91 Tonnen (+1,5 %) auf 6087 Tonnen.

Der gesamte Absatz beim Pflanzenfett entwickelte sich ähnlich wie bei der Butter. Die Verkaufsmengen nahmen beim Pflanzenfett um 867 Tonnen oder 0,6 Prozent auf 147 399 Tonnen zu. Ein deutlicher Anstieg verzeichneten, mit einer Zunahme um 590 Tonnen oder 4,6 Prozent auf 13 512 Tonnen, die wasserhaltigen Pflanzenfette. Bei den wasserfreien Pflanzenfetten war der Anstieg mit 277 Tonnen oder 0,2 Prozent auf 133 887 Tonnen etwas tiefer ausgefallen. Innerhalb der wasserfreien Pflanzenfette hat sich die Tendenz aus dem Vorjahr, eine Verschiebung der Absatzmengen von den festen Fetten zu den Ölen, fortgesetzt. Ging der Absatz beim festen, wasserfreien Pflanzenfett um 1458 Tonnen oder 3,4 Prozent auf 40 948 Tonnen zurück, so nahm der Absatz bei den Ölen um 1735 Tonnen oder 1,9 Prozent auf 92 939 Tonnen zu. Diese Verschiebung von den festen Fetten zu den Ölen ist auf eine Verschiebung im Industriebereich zurückzuführen. Beim Detailhandel war die Entwicklung mit rückläufigen Verkaufsmengen bei den Ölen und zunehmenden Verkaufsmengen bei den festen Fetten gerade umgekehrt.

DIE ENTWICKLUNG DER EINZELNEN FETTSTOFFE (im Vergleich zum Vorjahr)

	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
Wasserhaltige Butter	37 991	38 613	622	1.6
Entwässerte Butter	5 996	6 087	91	1.5
Butter inkl. Ortsverkauf und inkl. VVK	**43 987**	**44 700**	**713**	**1.6**
Margarine	11 170	11 583	413	3.7
Minarine	1 752	1 929	177	10.1
Marg. / Min. total	**12 922**	**13 512**	**590**	**4.6**
Pflanzenöle / -fette	133 610	133 887	277	0.2
Total	**190 519**	**192 099**	**1 580**	**0.8**
Verkäufe Dritter (inkl. GP)	3 043	3 633	590	19.4
Butter Veredelungsverkehr	13	89	76	584.6

FETTSTOFFVERBRAUCH EINZELHANDEL

Beim Einzelhandel war im Berichtsjahr die gesamte Absatzmenge um 2772 Tonnen oder 5,1 Prozent auf 56 962 Tonnen angestiegen. Ausschlaggebend für diese Zunahme waren die Verkaufsmengen beim Pflanzenfett, wo der Absatz um 2782 Tonnen (+8,0 %) auf 37 367 Tonnen zunahm. Die Verkaufsmengen bei der Butter stagnierten im Berichtsjahr. Gesamthaft wurden 19 595 Tonnen Butter verkauft, das waren 10 Tonnen oder 0,1 Prozent weniger als im Vorjahr.

	+/– in Prozent
Wasserhaltige Butter	0.1
Entwässerte Butter	-7.7
Margarine Minarine	35.5
Pflanzenfett	82.5
Pflanzenöl	-1.3
Fettstoff Handel Total	**5.1**

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Im Berichtsjahr konnten gesamthaft 24 374 Tonnen wasserhaltige Fette verkauft werden. Das entspricht einer Zunahme der Absatzmenge um 1376 Tonnen oder 6,0 Prozent. Bei der Butter stieg die Verkaufsmenge um 26 Tonnen (+0,1 %) auf 19 157 Tonnen. Bei der Margarine und Minarine stiegen die Verkaufsmengen um 1350 Tonnen (+35,5 %) auf 5157 Tonnen. Somit konnte bei der Margarine und Minarine der Verkaufsrückgang aus dem Vorjahr mehr als kompensiert werden, wobei die Zunahme bei der Minarine mit 10,1 Prozent deutlicher ausfiel als bei der Margarine mit 3,7 Prozent.

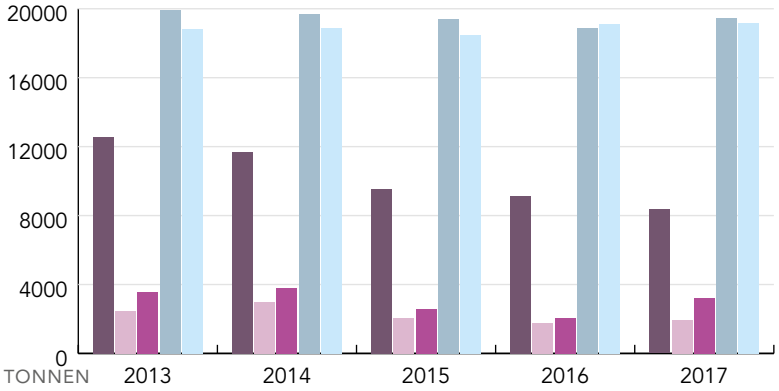
WASSERFREIE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

2017 stieg der gesamte Detailhandelsabsatz beim wasserfreien Fett um 1396 Tonnen (+4,5 %) auf 32 648 Tonnen. Die einzelnen Segmente entwickelten sich unterschiedlich. Entwässerte Butter war mit 438 Tonnen um 36 Tonnen oder 7,7 Prozent erneut rückläufig. Ebenfalls rückläufig mit 360 Tonnen (-1,3 %) auf total 28 247 Tonnen war der Absatz von Pflanzenölen. Demgegenüber nahm die Verkaufsmenge von festen Pflanzenfetten mit 1792 Tonnen (+82,5 %) auf 3963 Tonnen deutlich zu.

FETTSTOFFVERBRAUCH IN GEWERBE UND INDUSTRIE

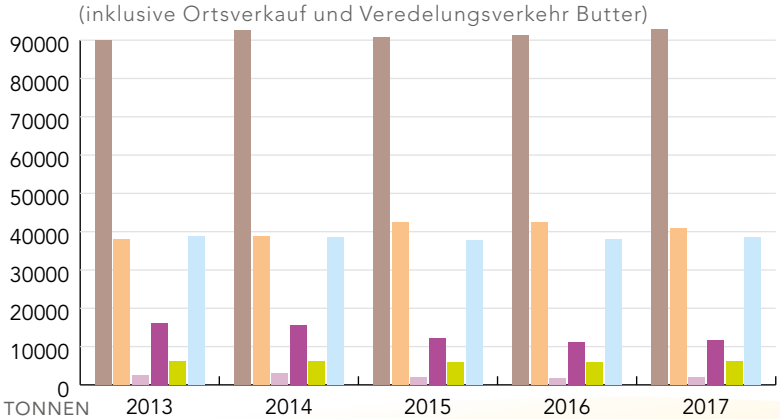
Die Tendenz der vergangenen Jahre zunehmender Absatzmengen im Industrie- und Gewerbebereich hat sich im Berichtsjahr nicht mehr fortgesetzt. Die gesamte Verkaufsmenge ging um 1192 Tonnen oder 0,9 Prozent auf 135 137 Tonnen zurück. Sowohl bei den wasserhaltigen Fetten mit 27 811 Tonnen (-164 t; -0,6 %) als auch bei den wasserfreien Fetten mit 107 326 Tonnen (-1028 t; -0,9 %) waren die Verkaufsmengen rückläufig. Die Verkäufe bei der Butter und bei den Pflanzenfetten entwickelten sich jedoch unterschiedlich. Gesamthaft konnten im Berichtsjahr 723 Tonnen (+3,0 %) mehr Butter verkauft werden. Die Verkäufe wasserhaltiger Butter nahmen um 596 Tonnen (+3,2 %) zu und die Verkäufe wasserfreier Butter nahmen um 127 Tonnen (+2,3 %) zu. Die gesamte Absatzmenge beim Pflanzenfett war um 1915 Tonnen (-1,7 %) auf total 110 032 Tonnen rückläufig. Die Verkäufe bei den Margarinen und Minarinen waren im Berichtsjahr wie in den Vorjahren rückläufig. 2017 wurden mit total 8355 Tonnen 760 Tonnen (-8,3 %) weniger abgesetzt. Bei den wasserfreien Pflanzenfetten hat es eine Verschiebung von den festen Fetten zu den Ölen gegeben. Die Verkaufsmenge bei den wasserfreien, festen Fetten betrug 36 985 Tonnen (-3250 t; -8,1 %) und bei den Ölen 64 692 Tonnen (+2095 t; +3,3 %). Im gesamten war jedoch auch die Absatzmenge bei den wasserfreien Pflanzenfetten mit einem Minus von 1155 Tonnen rückläufig.

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE 2013 – 2017
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



	2013	2014	2015	2016	2017
Margarine Gewerbe/Ind.	12 571	11 694	9 516	9 115	8 355
Minarine Letztabnehmer	2 463	3 005	2 032	1 752	1 929
Margarine Letztabnehmer	3 591	3 801	2 567	2 055	3 228
Butter Gewerbe/Ind.	19 927	19 715	19 387	18 860	19 456
Butter Letztabnehmer	18 818	18 887	18 457	19 131	19 157
Total	**57 370**	**57 102**	**51 959**	**50 913**	**52 125**

FETTSTOFFVERBRAUCH 2013 – 2017
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



	2013	2014	2015	2016	2017
Pflanzenöl	89 250	92 453	90 653	91 204	92 939
Pflanzenfett	39 386	38 680	42 483	42 406	40 948
Minarine	3 040	3 005	2 032	1 752	1 929
Margarine	15 216	15 495	12 083	11 170	11 583
Entw. Butter	5 873	6 039	5 873	5 996	6 087
Butter	37 710	38 602	37 844	37 991	38 613
Total	**191 157**	**194 274**	**190 968**	**190 519**	**192 099**

11 ABSATZFÖRDERUNG

FLORALP

Die Schweizer Vorzugsbutter FLORALP steht für hochwertige Qualität. Sie besteht ausschliesslich aus frischem Schweizer Milchrahm und enthält keine Zusatzstoffe. Die Schweizer Vorzugsbutter FLORALP ist der alltägliche, kulinarische Luxus auf dem Brot. Das Markenversprechen wird mit dem Slogan «DIE SCHWEIZER VORZUGSBUTTER. DAS ORIGINAL. UNWIDERSTEHLICH.» in der Kampagne hervorgehoben.

Die Marketingmassnahmen erzielen bei den Konsumentinnen und Konsumenten hohe Sympathie- und Bekanntheitswerte, welche mit den Kommunikationskampagnen an den entsprechenden Verkaufspunkten auf eine humorvolle Art und Weise gefestigt werden.

Im Frühjahr 2017 erschien ein Sujet mit drei Brotigeln, welche versuchen eine FLORALP-Verpackung zu ergattern. Sie werden aber leider am gläsernen Deckel einer Butterdose gehindert. Dieses Sujet wurde als schweizweite Plakatkampagne geschaltet. Unterstützt wurde die Kampagne mit Online- und Social-Media-Massnahmen. Ziel war es, die Bekanntheit der Marke FLORALP sowie die Aufmerksamkeit auf den Prämienshop der Sammelpromotion zu erhöhen.

In der Adventszeit wurde ab Mitte November bis Ende Dezember 2017 wieder eine FLORALP-Spezialverpackung im festlichen Design für den 100-g- und den 200-g-Model in Folie lanciert. Die Verpackung war weihnachtlich verziert und in allen Kühlregalen des Schweizer Detailhandels erhältlich. Diese zeitlich limitierte und saisonal stimmige Umstellung des Verpackungsdesigns sorgte bei den Konsumentinnen und Konsumenten am Verkaufspunkt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Einen ergänzenden verkaufsfördernden Mehrwert für die Konsumenten bot die Verdoppelung des Wertes der Sammelpunkte auf den Verpackungen. So erhielten die Kundinnen und Kunden zeitlich limitiert während der Weihnachtszeit und nur beim Kauf dieser Sonderpackungen für das 100-g-Model anstelle von 1 Treuepunkt 2 Punkte und für das 200-g-Model anstelle von 2 Punkten 4 Punkte. Mit dieser Aktion wurden die treusten FLORALP-Kunden belohnt.

Eine nationale Plakatkampagne mit dem beliebten Grittibänz-Sujet und dem Hinweis auf die verdoppelten Sammelpunkte unterstützte die Präsenz der Spezialverpackung in den Kühlregalen während der Weihnachtszeit. Flankierend war die Weihnachtsaktion während der ganzen Adventszeit mit Inseraten in verschiedenen Zeitungen, Magazinen sowie auf Online- und Social-Media-Kanälen präsent.

Die Basiskommunikation wird jeweils während des ganzen Jahres durch die FLORALP-Treuepunktepromotion begleitet. Diese Marketingmassnahme belohnt die bestehenden FLORALP-Konsumenten für ihre Treue und bindet sie noch nachhaltiger und emotionaler an die Marke FLORALP. Diese Aktion hat zum Ziel, dass unsere treuen Konsumenten zu FLORALP-Botschaftern werden und in ihrem Umfeld positiv über das Produkt berichten.

Das Prämiensortiment wird laufend mit neuen, hochwertigen Premiumprodukten erweitert, um so die Konsumentinnen und Konsumenten immer wieder aufs Neue zu überraschen. Das Sortiment beinhaltet unter anderem ein edles Porzellangeschirr, ein nobles Besteckset mit Gravuren und eine hochwertige Ledertasche mit Enzian-Stickerei.

Passend zu Ostern wurde das beliebte Butterhäsli als Sonderprämie angeboten, um so das Sammeln der FLORALP-Treuepunkte anzukurbeln. Der aus 200 g Schweizer Vorzugsbutter modellierte Hase erfreute sich wieder einer grossen Beliebtheit. Die Butterhasen-Aktion konnte mit einer Bestellmenge von über 16 800 Hasen erfolgreich durchgeführt werden. 2017 wurden über 236 000 Punkte eingesandt, was einem neuen Rekord entsprach.

Nach der Lancierung im Frühjahr der neuen FLORALP-Website wurden mehrere Newsletter an die FLORALP-Fangemeinde versandt. Diese Newsletter überzeugten mit überdurchschnittlich hohen Öffnungsraten und der gesteigerten Anzahl der Prämienbestellungen. Der neu kreierte Facebook- und YouTube-Auftritt informiert laufend über Neuigkeiten aus der FLORALP-Welt. So sind die Konsumentinnen und Konsumenten noch schneller und einfacher über FLORALP-Neuheiten informiert und der Dialog zur Zielgruppe ist gegeben.

DIE BUTTER – WEIHNACHTVERPACKUNG

Um auf die Guetzli-Backsaison aufmerksam zu machen, wurde erstmals im Advent ein Verpackungswechsel bei der Buttermarke «DIE BUTTER» vorgenommen. Das gluschtige sternförmige Mailänderli und der Spitzbub mit Herz waren auf der Verpackung auffällig inszeniert und somit im Kühlregal nicht zu übersehen. Die Verpackung animierte Hobby-Bäckerinnen und -Bäcker bereits schon in der Adventszeit früh spontan zum Backen.

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 2017 wurden vor allem Online-Promotionen umgesetzt, die die Kernwerte (Natürlichkeit und Geschmack) und die Anwendungsvielfalt von Butter (kochen, braten, dünsten, backen) thematisierten.

Die regelmässigen Kampagnen fördern den Butterabsatz. Besonders wichtig sind Ostern und Advent, denn nie wird so viel gebacken und selber gekocht wie während dieser Festtage. Beim Online-Osterquiz haben 41 000 Personen, beim Butter-Adventsquiz 70 000 Personen die jeweils fünf Fragen zum Thema Schweizer Butter richtig beantwortet und mit etwas Glück eines der Geschenke gewonnen. Auch die Promotion für Butter-Bäcker war wieder erfolgreich, die Bäckereien verteilten über 50 000 Buttertaschen als Belohnung an ihre Kunden.

12 ERNÄHRUNG

Im Berichtsjahr waren für die Butterbranche zwei Themen von Bedeutung. Die Diskussion um Palmöl in Lebensmitteln und eine neue Vergleichsstudie über die Ernährungsgewohnheiten von über 135 000 Teilnehmern der Studie.
Das Thema der Verwendung von Palmöl zur Herstellung von Lebensmitteln und anderen Gütern war immer wieder in den Medien anzutreffen. Wie «Cash» im Januar berichtete, wird Palmöl zur Herstellung von Lebensmitteln wie Margarine, Eiscreme, Backwaren oder Gütern wie Lippenstifte oder Waschmittel verwendet. Die Problematik von Palmöl liegt in mehreren Bereichen. Einerseits erklärte die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit EFSA, dass Palmöl mehr als andere Pflanzenöle, potenziell krebserzeugende Stoffe, bei einer Raffination bei hohen Temperaturen von ca. 200 °C, bildet. Andererseits wird beim Palmöl immer wieder die Situation des Anbaues der Palmölpalmen kritisiert. Die dabei gemachten Rodungen und die Monokulturen haben sowohl auf die ansässigen Bauern als auch auf die Tierwelt gravierende Folgen. Im Oktober folgte in der Tageszeitung «20 Minuten» ein Bericht über Palmöl, worin der Aufruf gemacht wurde, dass die Schweizer kein Palmöl mehr essen sollen. Palmöl ist ein sehr billiges Pflanzenfett und wird von der Lebensmittelindustrie auch aus technologischen Gründen bevorzugt eingesetzt.
Die gleiche Diskussion fand beim Tierfutter statt. Nachdem bekannt wurde, dass Palmfett auch im Tierfutter enthalten ist, haben sich die bäuerlichen Organisationen dafür eingesetzt, Palmfett aus dem Schweizer Tierfutter zu eliminieren. Die Futtermittelhersteller haben das Thema schnell aufgenommen. Beim Milchviehfutter wurde das Palmfett bis Ende Berichtsjahr vornehmlich durch Rapsöl ersetzt. Ein Grund mehr, Schweizer Milchprodukte der ausländischen Konkurrenz vorzuziehen.
Bei den Nahrungsmitteln sieht die Situation anders aus. Die ganze Diskussion zeigt, dass trotz Warnung betreffend höherem Gesundheitsrisiko und trotz Aufruf, Produkte mit Palmöl nicht mehr zu konsumieren, Palmöl vorerst weiterhin eines der wichtigsten Pflanzenfette bleibt. Es wird nicht die Lebensmittelindustrie sein, die rasch auf andere Fette wechselt, es ist allein der Konsument, der entscheidet, ob Palmöl zukünftig weiter in so grossen Mengen eingesetzt wird oder nicht.
Im August veröffentlichte die Fachzeitschrift «The Lancet» die Resultate der Vergleichsstudie «Associations of fats and carbohydrate intake with cardiovascular disease and mortality in 18 countries from five continents (PURE): a prospective cohort study», die in 18 Ländern weltweit mit über 135000 Teilnehmern durchgeführt wurde. Erstmals wurden über mehrere Jahre die Ernährungsgewohnheiten zusammen mit schweren Herz-Kreislauf-Erkrankungen und Sterbefällen erfasst. Dabei wurde herausgefunden, dass bei erhöhtem Fettkonsum das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen sinkt und das Sterberisiko bis zu einem Drittel abnimmt. Im Gegenzug stellte man fest, dass, wenn der Energiebedarf erhöht mit Kohlenhydraten wie Teigwaren, Brot oder Reis abgedeckt wird, das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen zunimmt und das Sterberisiko markant höher ist.
In der Schweiz wurde vor fünf Jahren aufgrund der in den letzten Jahren gemachten Erkenntnisse der empfohlene Anteil des Fettes am Energiebedarf von maximal 20 Prozent auf maximal 40 Prozent angehoben. Somit hat die Schweiz die Ernährungsempfehlungen in diesem Punkt den neuesten Erkenntnissen aus der Forschung angepasst. Zudem hat die Vergleichsstudie bestätigt, dass es keinen Unterschied zwischen gesättigten und ungesättigten Fettsäuren gibt und somit natürliche, gesättigte Fettsäuren nicht ungesund sind. Dies ist schon länger bekannt, neu dabei ist aber, dass die in vielen Ländern wie auch in der Schweiz gemachte Ernährungsempfehlung, den Energiebedarf mit weniger als 10 Prozent aus gesättigten Fettsäuren zu decken, nicht mit den in der Studie gemachten Erkenntnissen übereinstimmt. Die Studie zeigt, dass sich bei einem so tiefen Anteil an gesättigten Fettsäuren das Sterberisiko erhöht.

13 WELTMARKT FÜR BUTTER

In der EU war im Berichtsjahr der Buttermarkt geprägt von steigenden Preisen. Schlagzeilen wie «Butter derzeit fett im Markt» oder «Discounter: Butterpreise steigen auf Höchststand seit 50 Jahren» konnte man während der Sommermonate lesen. In Frankreich waren sogar die Regale, wo bisher Butter angeboten wurde, leer. Einige Medien berichteten über Buttermangel in Frankreich. In Frankreich gab es jedoch keinen Buttermangel, der Bedarf hätte abgedeckt werden können, vielmehr weigerten sich die Abnehmer, die hohen Butterpreise zu bezahlen und wurden deshalb nicht mehr beliefert.

Im Frühjahr 2016 lagen die Butterpreise in der EU noch bei rund **€** 2.50 (ca. CHF 2.70) je kg Blockware, danach stiegen die Butterpreise kontinuierlich bis September 2017 auf über **€** 6.80 (CHF 7.81) an. Es herrschte teilweise Goldgräberstimmung wie vor zehn Jahren. Die Ernüchterung kam jedoch rasch. Durch die guten Butterpreise konnten deutlich bessere Milchpreise ausbezahlt werden. Die Milchmenge nahm zu, und damit auch die Buttermenge.

Ab Oktober begannen die Preise bereits wieder zu sinken, das Weihnachtsgeschäft führte lediglich zu einer kurzen Stabilisierung der sinkenden Preise, bevor im Dezember die Butterpreise unter **€** 4.50 (CHF 5.26) gesunken sind. Die Entwicklung 2017 auf dem internationalen Buttermarkt widerspiegelt die Tatsache, dass der Milchmarkt zunehmend volatiler wird und dass Preissenkungen wesentlich rascher und ausgeprägter eintreten, als umgekehrt es bei den Preiserhöhungen feststellbar ist.

BUTTEREXPORTE AUSGEWÄHLTER LÄNDER IN 1000 T

	2016	2017	Abweichung	
EU–28	213,1	174,8	–38,3	–18,0 %
Neuseeland	545,8	470,6	–75,2	–13,8 %
Australien	28,3	15,2	–13,1	– 46,2 %
USA	26,1	28,9	+ 2,8	+11,0 %
Schweiz	5,3	1,8	–3,5;	–65,9 %
Weissrussland	76,6	72,1	–4,5;	–5,9 %
Argentinien	6,9	5,1	–1,8	–26,1 %
Uruguay	20,3	20,3	– 7,8	– 38,3 %

Quelle ZMB

Ausserhalb der EU konnte eine ähnliche Entwicklung festgestellt werden. Die Butterpreise lagen 2016 ebenfalls bei rund CHF 2.70, danach war der Preisanstieg ausserhalb der EU nicht ganz so ausgeprägt. Die Höchstpreise fob Westeuropa wurden ebenfalls im September 2017 mit über CHF 6.40 notiert. Danach sind ebenfalls die Preise ausserhalb der EU wieder rasch gesunken. Die eher ungewöhnliche Situation in der EU und auf dem Weltmarkt widerspiegelt sich in den Produktions- und in den Exportmengen. Allein die EU, Neuseeland und Australien zusammen exportierten 2017 im Vergleich zum Vorjahr 126 600 Tonnen weniger Butter.

	Milchmenge 2017	Veränderung
EU	154,8 Mio. t	+ 2,1 %
Neuseeland	21,5 Mio. t	+ 1,6 %
Australien	9,4 Mio. t	– 0,2 %
USA	97,7 Mio. t	+ 1,7 %

Quelle ZMB

BOBUTTER GMBH

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