BoButter GmbH

Branchenorganisation Butter BOB

JAHRESBERICHT **2018**

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 2018, 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

Das Jahr 2018 wurde vom überdurchschnittlich warmen und niederschlagsarmen Wetter geprägt. Die ausgedehnte Trockenheit führte in manchen Gebieten zu merklich geringeren Raufuttererträgen als in den Vorjahren, trotzdem wurden bis Ende Jahr hohe Milcheinlieferungen registriert. Aufgrund der fehlenden Futtervorräte werden seit Ende 2018 vermehrt Milchkühe der Fleischverarbeitung zugeführt, inwiefern dies Auswirkungen auf die Milchmenge 2019 haben wird, wird sich weisen.

Mit einer Produktionsmenge von 42 224 Tonnen nahm die Butterproduktion im Vergleich zum Vorjahr um 1109 Tonnen oder 2,7 Prozent zu. Ebenfalls erfreulich entwickelten sich 2018 die Verkäufe. Im Berichtsjahr konnten 42 328 Tonnen Butter abgesetzt werden, dies sind 1261 Tonnen mehr als in der Vorjahresperiode.

Nachdem im Jahr 2010 mit 42 880 Tonnen der höchste Butterabsatz seit der Jahrtausendwende erzielt worden war, folgte eine mehrjährige Periode mit stetig rückläufigen Verkaufszahlen, welche 2015 aus Sicht der Butterproduzenten ihren Tiefpunkt erreichte. Seit 2016 registrieren wir wieder leicht ansteigende Zahlen beim Verkauf, im Jahr 2018 wurde dieser Trend noch verstärkt. Erfreulicherweise haben 2018 sowohl die Detailhändler als auch die Nahrungsmittelindustrie und das Gewerbe mehr Butter bezogen.
Auch wenn der Butterabsatz nun im dritten Jahr hintereinander gesteigert werden konnte, wäre es verfrüht, bereits heute von einer nachhaltigen Trendwende zu sprechen, zumal die genauen Gründe für die Absatzsteigerung nicht klar benannt werden können. Fakt ist, dass sich das Image der Butter in den vergangenen Jahren stark verbessert hat. Verschiedene wissenschaftliche Studien haben mit den negativen Mythen rund um die Butter aufgeräumt und dargelegt, dass die Butter kein «gesundheitlicher Übeltäter» ist. Als heimisches Produkt mit kurzen Transportwegen und transparenten Produktionskriterien profitiert die Butter vermutlich auch von der kritischen Debatte über die ökologische und ökonomische Nachhaltigkeit von Pflanzenfetten, insbesondere von Palmöl.
Ich hoffe, dass die Schweizer Konsumenten und die einheimische Industrie künftig noch mehr Schweizer Butter kaufen respektive verarbeiten. In diesem Sinne wünsche ich allen unseren Gesellschaftern im Jahr 2019 einen guten Geschäftsverlauf. Der Geschäftsstelle danke ich für die gute und angenehme Zusammenarbeit im vergangenen Jahr.

Urs Werder, Präsident der BO Butter

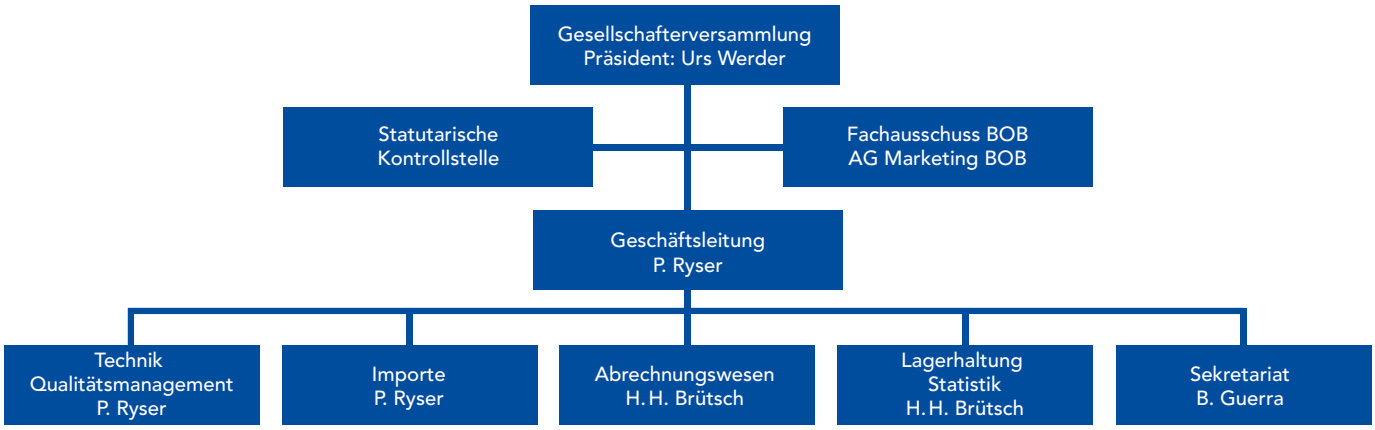
2 DIE BO BUTTER GMBH

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 2019

WEBSEITE DER BO BUTTER GMBH

Die Informationsbeschaffung im Internet nahm in den letzten Jahren stetig zu. So werden die Informationen der Website der BO Butter GmbH von Fachleuten wie auch von Konsumenten genutzt. Die Webseite der BO Butter GmbH informiert über deren Tätigkeiten, deren Statistiken und deren Buttermarken.

Im Jahr 2018 wurde die Website von 4031 Nutzern 4633 Mal besucht. Dies ist im Vergleich mit den Vorjahreszahlen eine Abnahme von 16,2 Prozent. Die Besucher stammen hauptsächlich aus der Schweiz (82,1 %), aus Deutschland (3,0 %), aus den USA (2,6 %), aus Frankreich (2,2 %) und aus Kanada (1,6 %). Das Verhältnis der erstmaligen Besucher (91,4 %) sowie der wiederkehrenden Besucher (8,6 %) zeigt, dass viele Internetnutzer an Informationen über Butter sowie deren Branche interessiert sind.

3 DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT

Nachdem Ende Vorjahr die Tiefkühllagerbestände fast vollständig abgebaut waren, liegt der Lagerbestand zu Beginn des Berichtsjahres bei idealen 677 Tonnen Butter. Die hohen Milcheingänge in den ersten Monaten des Jahres führen zu einer hohen Butterproduktion. Der Tiefkühllagerbestand steigt rasch auf über 6000 Tonnen an. In Kalenderwoche 21 wird der Lagerhöchststand mit knapp 7000 Tonnen erreicht.

Im ersten Quartal des Berichtsjahres werden im Vergleich zum Vorjahr über 900 Tonnen mehr Butter verkauft. Das entspricht einer Zunahme von knapp 10 Prozent. Bis Ende Jahr können gesamthaft 1260 Tonnen mehr Butter verkauft werden, was aussergewöhnlich ist.

Im April eröffnet das Milchwirtschaftliche Museum in Kiesen die jährliche Ausstellung. Ein Teil der Ausstellung befasst sich mit dem Thema «Alles in Butter».

Das im Sommer andauernd warme und schöne Wetter führt dazu, dass sich die Futterversorgung verschlechtert. Der Bund reagiert und senkt die Zölle bei den Futtermittelimporten. Die lange Wärmeperiode führt zudem dazu, dass die Milchproduktion und dadurch die Butterproduktion stark rückläufig sind.

Aufgrund der veränderten Situation bei der Butterproduktion kündigt Emmi im August an, die Butterexporte zu stoppen. Cremo stoppt die Butterexporte im Herbst ebenfalls. Mit gesamthaft 678 Tonnen Butter musste seit Beginn der Überschussphase im Jahr 2008 noch nie so wenig exportiert werden.

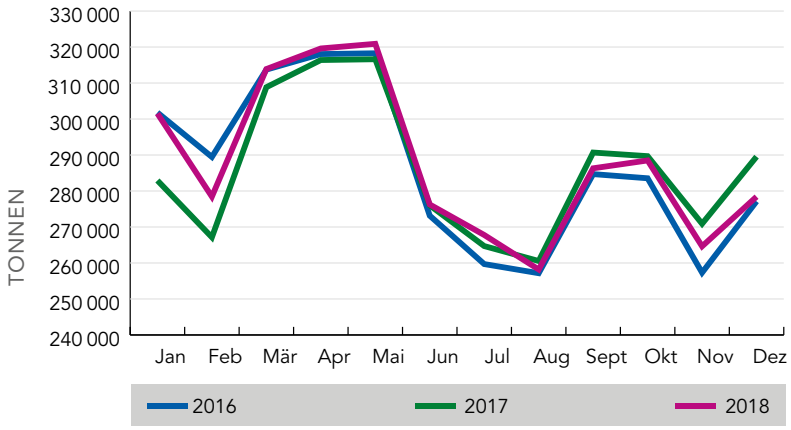
Im November schreibt die EU ihr Rahmkontingent aus; da die Produktion weiterhin tief ist, wollen die Unternehmen die Möglichkeit von zollfreien Rahmexporten nicht wahrnehmen.

In Kalenderwoche 50 erreicht der Tiefkühllagerbestand mit 729 Tonnen Butter den Lagertiefststand. Bis Ende Jahr steigen die Butterlager wieder um einige hundert Tonnen an.

Ende Berichtsjahr läuft die Exportstützung von verarbeiteten landwirtschaftlichen Produkten, das sogenannte Schoggigesetz, aus. Zeitgleich wird das im Jahr 2000 eingeführte «duale System» bei der Butter aufgehoben. Als Nachfolgelösung tritt neu nicht nur für Butter, sondern für alle «Schoggigesetzrohstoffe» inklusive Magermilch der vereinfachte Veredelungsverkehr ab 2019 in Kraft.

4 VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG

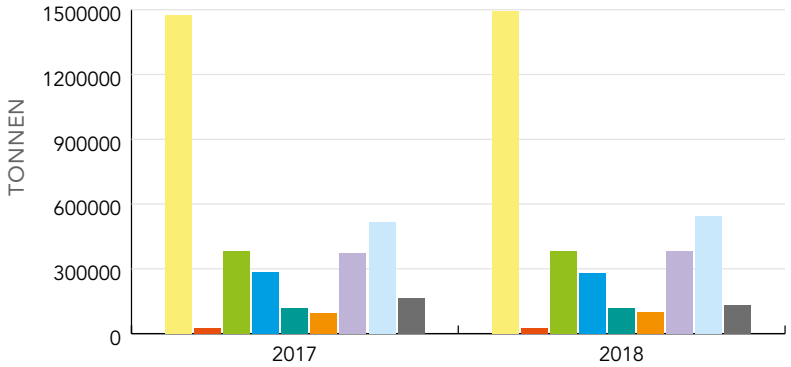
MILCHEINLIEFERUNGEN 2016 – 2018 (inkl. Zonen- und Alpenmilch)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2016	2017	2018
Jan	301 799	282 922	301 529
Feb	289 459	267 147	278 442
März	313 729	308 839	313 882
April	318 051	316 393	319 607
Mai	318 270	316 613	320 896
Juni	273 141	276 013	276 255
Juli	259 698	264 699	267 781
Aug	257 158	260 555	258 193
Sep	284 692	290 689	286 309
Okt	283 539	289 685	288 491
Nov	257 318	270 900	264 633
Dez	277 127	289 545	278 417
Total	3 433 975	3 434 004	3 454 428

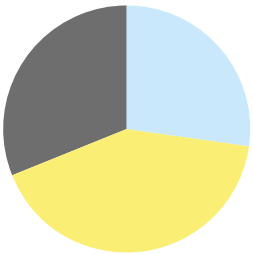
MILCHVERWERTUNG (nach Milchäquivalent)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2017	2018
Käse	1 475 039	1 492 848
Quark	26 735	26 746
Konsummilch	384 258	382 614
Konsumrahm	283 930	280 933
Jogurt	116 532	118 272
Frischmilchprod. inkl. Speiseeis	94 452	100 307
Dauermilchwaren	370 509	379 814
Butter	516 547	542 593
andere Verwertung	166 002	130 301
Total	3 434 004	3 454 428

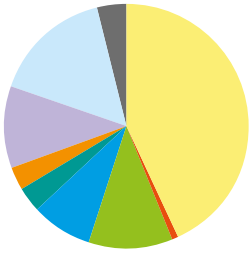
FETTVERWERTUNG (nach Produktgruppen)



2018

Die Milchverwertung nach Milchäquivalenten der TSM zeigt auf, dass 15,7 Prozent der Milch, in Milchäquivalenten gerechnet, der Butterherstellung zugeführt wurden. Effektiv wurden 27,3 Prozent des Milchfetts zu Butter verarbeitet.

Butter	27,3 %
Käse	42,0 %
Übrige Verwertung	30,7 %

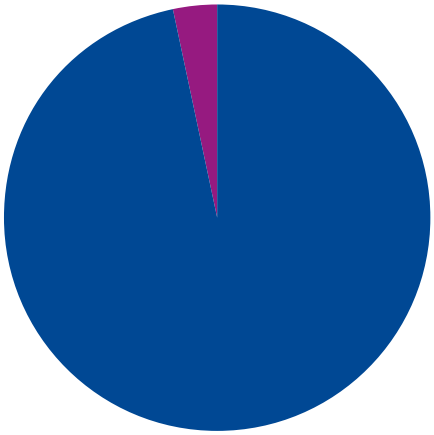


2018

	2018
Käse	43,2%
Quark	0,8%
Konsummilch	11,1%
Konsumrahm	8,1%
Joghurt	3,4%
Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	2,9%
Dauermilchwaren	11,0%
Butter	15,7%
andere Verwertung	3,8%
Total	100,0 %

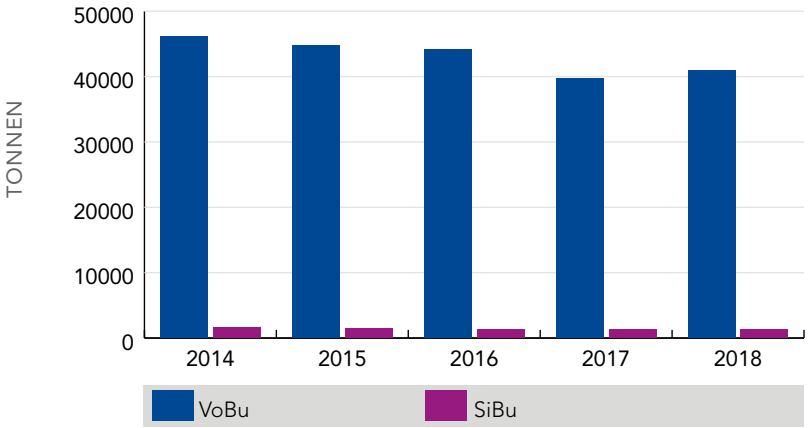
5 INDUSTRIELLE BUTTERPRODUKTION

Die industrielle Butterproduktion in der Schweiz lag im Berichtsjahr bei 42 224 Tonnen. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Zunahme von 1109 Tonnen oder 2,7 Prozent. In der ersten Jahreshälfte sind 25 260 Tonnen (61,8 % der Jahresproduktion) hergestellt worden. Die gesamte Vorzugsbutterproduktion lag mit 40 884 Tonnen 1143 Tonnen respektive 2,9 Prozent über der Vorjahresmenge. Es wurden 1340 Tonnen Sirtenrahmbutter, 34 Tonnen weniger als im Vorjahr, hergestellt. Dies entspricht einer Abnahme von 2,5 Prozent.



Vorzugsbutter (VoBu):	96,8 %
Sirtenrahmbutter (SiBu):	3,2 %

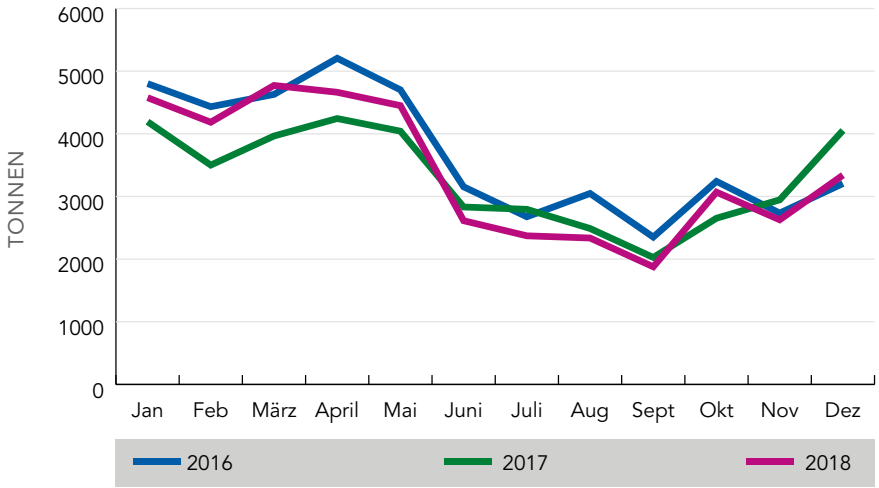
BUTTERPRODUKTIONSMENGEN 2014 – 2018



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

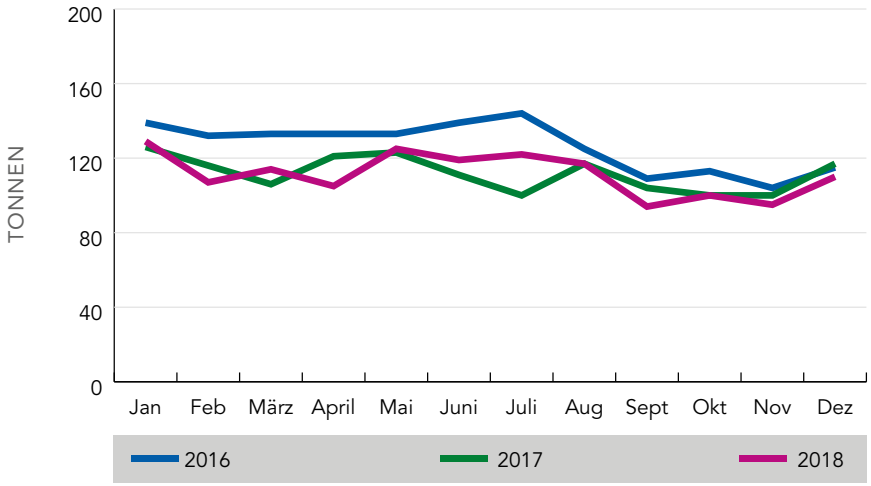
	2014 in Tonnen	2015 in Tonnen	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
VoBu	46 138	44 757	44 183	39 741	40 884	1 143	2,9
SiBu	1 574	1 519	1 341	1 374	1 340	– 34	– 2,5
Total	**47 712**	**46 276**	**45 524**	**41 115**	**42 224**	**1 109**	**2,7**

PRODUKTION VORZUGSBUTTER 2016 – 2018



	2016	2017	2018
Jan	4 801	4 193	4'577
Feb	4 433	3 501	4'185
März	4 629	3 965	4'772
April	5 206	4 244	4'663
Mai	4 702	4 042	4'450
Juni	3 154	2 832	2'613
Juli	2 676	2 795	2'372
Aug	3 048	2 489	2'337
Sep	2 352	2 027	1'878
Okt	3 241	2 653	3'069
Nov	2 735	2 946	2'628
Dez	3 206	4 054	3'340
Total	**44 183**	**39 741**	**40 884**

PRODUKTION SIRTENRAHMBUTTER 2016 – 2018



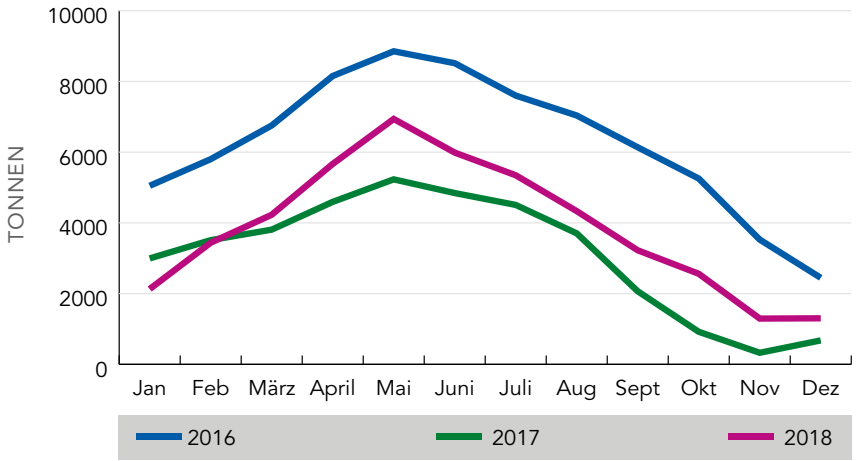
	2016	2017	2018
Jan	126	130	129
Feb	116	103	107
März	106	117	114
April	121	118	105
Mai	123	132	125
Juni	111	113	119
Juli	100	129	122
Aug	117	106	117
Sep	104	107	94
Okt	100	99	100
Nov	100	105	98
Dez	117	115	110
Total	**1 341**	**1 374**	**1 340**

6 LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS

Anfang 2018 lagerten die Schweizer Butterhersteller 677 Tonnen Butter in Tiefkühllagern. Im ersten Halbjahr 2018 wurden 2483 Tonnen (+10,9 %) mehr Butter als in der Vorjahresperiode produziert. Demgegenüber lagen die Verkäufe «nur» 5,5 Prozent über der Vorjahresmenge. Aufgrund dieser Konstellation stiegen die Tiefkühlbutterlager entsprechend schnell an. Ende KW 21 war der Jahreshöchstbestand von 6923 Tonnen erreicht.
In der zweiten Jahreshälfte lag die Butterproduktion 180 Tonnen unter der Vorjahresmenge, während die Verkäufe 1340 Tonnen über Vorjahr waren. Infolgedessen nahmen die Butterlager stark ab. Ende KW 50 wurde der Tiefstwert von 729 Tonnen erreicht. Ende Dezember 2018 waren 1302 Tonnen Butter in den Tiefkühllagern eingelagert.

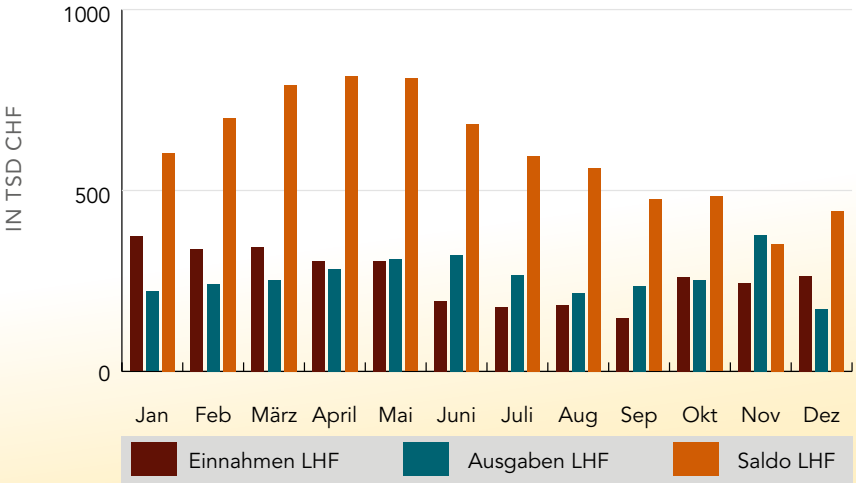
Anfang 2018 waren knapp CHF 452000.– im Vermögen des Lagerhaltungsfonds. Die Auszahlungen des Fonds lagen gut CHF 8000.– über den Fondseinnahmen. Der Fondbestand beziffert sich Ende des Jahres auf über CHF 443000.–.

TIEFKÜHLLAGER VORZUGSBUTTER 2016 – 2018



	2016	2017	2018
Jan	5 049	2 995	2 129
Feb	5 802	3 512	3 439
März	6 755	3 809	4 230
April	8 154	4 594	5 667
Mai	8 853	5 231	6 939
Juni	8 516	4 844	5 988
Juli	7 600	4 508	5 347
Aug	7 037	3 704	4 333
Sep	6 138	2 066	3 225
Okt	5 255	921	2 561
Nov	3 527	327	1 294
Dez	2 447	677	1 302

LAGERHALTUNGSFONDS 2018

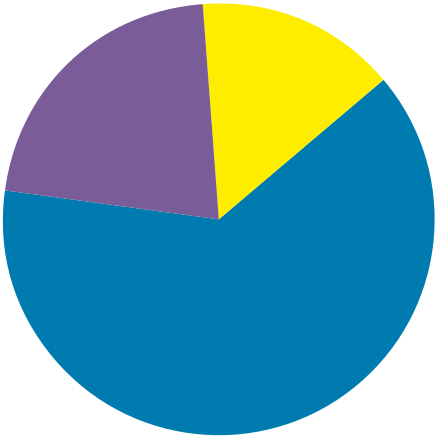


	Einnahmen	Ausgaben	Saldo
Jan	372 779	220 903	603 755
Feb	339 354	241 596	701 513
März	342 904	251 714	792 703
April	306 190	282 076	816 817
Mai	304 785	311 863	809 738
Juni	195 014	321 261	683 491
Juli	177 857	265 756	595 592
Aug	183 889	216 338	563 144
Sep	148 010	236 073	475 081
Okt	260 230	251 871	483 439
Nov	245 143	376 448	352 134
Dez	262 836	171 646	443 324
Total	3 138 990	3 147 544	

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	
ab 01.01.2016	9	6	
2017 unverändert	9	6	
2018 unverändert	9	6	

LAGERHALTUNGSFONDS, AUFWAND 2018



Zins	14,9%
Lagerhaltung	63,2%
Transport	21,9%

1981

1976

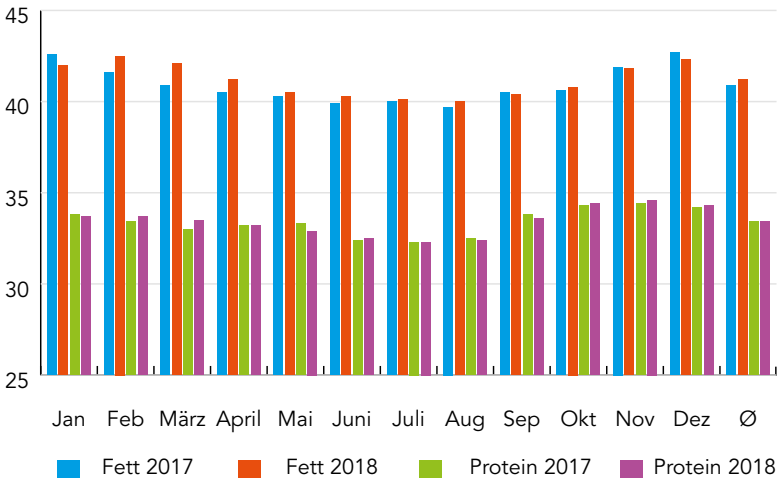
7 QUALITÄTSKONTROLLE

Das Branchenmonitoring beinhaltete im Berichtsjahr regelmässige Kontrollen auf Aflatoxin M1, PCB, Dioxin, Schwermetalle, Pestizide, Chloroform, Kohlenwasserstoffe und GVO. Kein Resultat gab Anlass zu einer Beanstandung.

Nachdem in der Öffentlichkeit Glyphosat immer wieder Thema war, wurde durch die Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur des Nationalrats ein Postulat (15.4084 Postulat WBK-NR) eingereicht. Auf Basis dieses Postulats führte das Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (BLV) ein Monitoringprogramm durch.

Im Rahmen dieses Monitoringprogrammes wurden rund 20 Lebensmittelgruppen untersucht. Dabei wurden auch 3 Milchproben untersucht. Ergänzend zu diesem Monitoringprogramm und zur genaueren Abklärung liess die BO Butter im Berichtsjahr 28 Butterproben auf Glyphosat untersuchen. Weder in den Milchproben des BLV noch in den untersuchten Butterproben konnte Glyphosat oder dessen Hauptabbauprodukt AMPA nachgewiesen werden. Auf Stufe Bund wurde das Thema mit dem Glyphosatbericht des Bundesrates im Jahr 2018 abgeschlossen.

MILCHGEHALTE SCHWEIZ (in g/kg)



Grundlage Jahresstatistik TSM

8 BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT

Im Verlauf des Berichtsjahres 2018 wurden gemäss Zollstatistik der OZD gesamthaft 230 Tonnen Butter (umgerechnet in Butter 82 %f) in die Schweiz importiert. Dies entspricht einer Zunahme von 83 Tonnen oder 56,5 Prozent. Im Rahmen eines Zollkontingents des BLW wurden 100 Tonnen (+ 63 t; + 170,3 %) Butterimporte getätigt. Die getätigten Importe von Kleinmengen sind um 7 Tonnen auf 28 Tonnen gestiegen. 102 Tonnen Butter wurden im Rahmen des Veredelungsverkehrs importiert. Dies entspricht einer Steigerung von 13 Tonnen respektive 14,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Infolge der guten Produktionsmengen im Frühjahr musste die BO Butter GmbH keine Butterimporte zur Inlandversorgung vornehmen.

Gemäss Zollstatistik sind im vergangenen Jahr 795 Tonnen Butter sowie Milchstreichfette und entwässerte Butter (in Butter 82 %f) exportiert worden. Gegenüber dem Vorjahr ergibt dies einen Rückgang um 1227 Tonnen (- 60,7 %). Zu den wichtigsten Destinationen von Exportbutter (82 %f) zählen Singapur (328 t), Japan (260 t), der Libanon (93 t) sowie Russland (89 t). Infolge eines ausgeglichenen Verhältnisses zwischen Produktion und Absatz zeichnete es sich bereits im Verlauf des Sommers ab, dass die Butterexporte eingestellt werden müssen. Somit wurden die Butterexportmengen in der zweiten Jahreshälfte stark reduziert. Bei den Milchstreichfetten betrug die Exportmenge 1 Tonne. Dies entspricht einem Rückgang von 165 Tonnen. Die Exporte der entwässerten Butter haben sich auf 12 Tonnen (in Butter 82 %f) erhöht, wobei die Hauptmengen nach Frankreich und Singapur exportiert wurden.

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

	2015	2016	2017	2018	Diff
Aegypten	46	650			
Arab. Emirate			121		– 121
Australien			23		– 23
Bangladesch		23			
Belgien	115	109			
China	1				
Dänemark		65			
Deutschland	127	30	8	8	
Frankreich	439	468	135	11	– 125
Indonesien	11		1	2	1
Italien					
Japan	50	284	49	260	211
Jemen		46	46		– 46
Jordanien		23			
Kolumbien					
Kuwait	46	46			
Libanon	402	325	186	93	– 93
Marokko					
Mexico					
Niederlande			22	2	– 20
Österreich			3		– 3
Pakistan		139			
Russische Föd.			210	89	– 120
Saudi-Arabien	93	1 040	603		– 603
Schweden	1	1		1	1
Senegal		23			
Singapur	204	249	177	328	151
Slowakei					
Syrien					
Türkei	1 383	1 608	396		– 396
Tschech. Republik					
Ungarn					
Ver. Königreich	367	157	42		– 42
Diverse Länder				1	1
Total	3 286	5 288	2 022	795	– 1 227

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

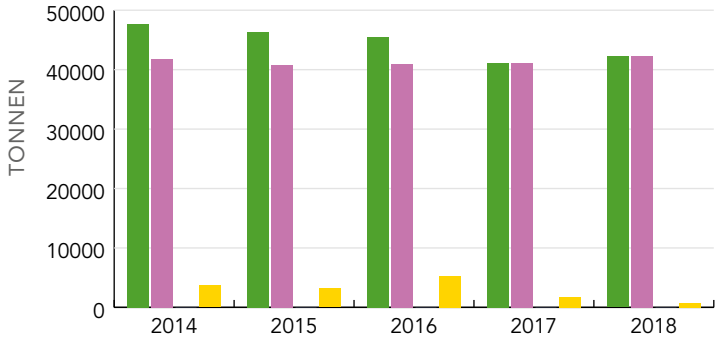
BUTTERIMPORTE (inkl. Butteröl)

	2017	2018	Diff
Importe BOB (innerhalb Zollkontingent BLW oder innerhalb Kontingent aus dem Schoggigesetz)			
Importe Dritter innerhalb Zollkontingent BLW	37	100	63
Importe für Veredelungsverkehr im Rahmen des Schoggigesetzes (im ausserordentlichen Verfahren)	66	76	10
Importe für Veredelungsverkehr (normales Verfahren)	23	26	3
Importe von Kleinmengen	21	28	7
Total	147	230	83

9 BUTTERVERBRAUCH (INDUSTRIELLE BUTTERHERSTELLER)

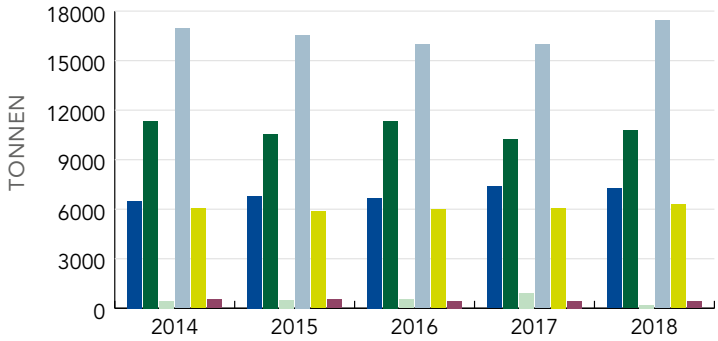
Durch die industriellen Butterhersteller wurden in der Schweiz im Jahr 2018 42 328 Tonnen Butter vermarktet. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zunahme der Verkäufe von 1261 Tonnen respektive 3,1 Prozent. Eine Zunahme verzeichneten Industrie- und Gewerbebutter (+1436 t; +9,0 %), die Buttermischungen KP (+528 t; +5,2 %) sowie die eingesottene Butter (+260 t; +4,7 %) und die Milchfettfraktionen (+1 t; +0,4 %). Die Absatzmengen von Milchrahmbutter KP (-133 t; -1,8 %), Milch-Sirtenrahmbutter (-745 t; -79,6 %), Bratcrème (-50 t; -18,9 %) sowie den Butterspezialitäten (-36 t; -8,2 %) waren allesamt rückläufig.

PRODUKTION, VERBRAUCH, IMPORTE, EXPORTE 2014 – 2018



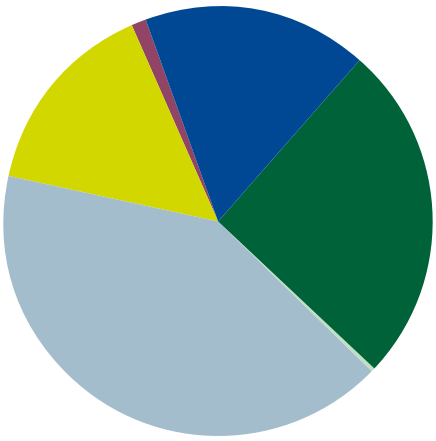
	2014	2015	2016	2017	2018
Produktion	47 712	46 276	45 524	41 115	42 224
Verbrauch	41 791	40 824	40 944	41 067	42 328
Importe	0	0	0	0	0
Exporte	3 685	3 190	5 261	1 793	678

BUTTERVERKÄUFE 2014 – 2018



	2014 in Tonnen	2015 in Tonnen	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	+ / – in Tonnen	+ / – in Prozent
Vorzugsbutter	6 497	6 812	6 664	7 381	7 248	– 133	– 1,8%
DIE BUTTER	11 343	10 551	11 339	10 240	10 768	528	5,2%
Käsereibutter	447	494	528	936	191	– 745	– 79,6%
Industrie-/Gewerbebutter	16 948	16 555	15 975	15 982	17 418	1 436	9,0%
Entwässerte Butter	6 039	5 873	5 996	6 087	6 298	211	3,5%
Spezialbutter	517	539	442	441	405	– 36	– 8,2%
Total	41 791	40 824	40 944	41 067	42 328	1 261	3,1%

VERKAUFSANTEILE 2018 (nach Sorten)



Vorzugsbutter:	17,1 %
DIE BUTTER Kleinpackungen:	25,4 %
Käsereibutter:	0,5 %
Industrie-/Gewerbebutter:	41,2 %
Entwässerte Butter:	14,9 %
Spezialbutter:	1,0 %

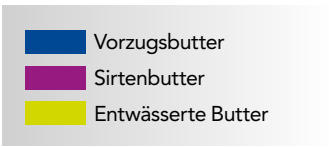
KAUFVERHALTEN UND KONSUMENTENPREISE (bei Butter und Margarine)

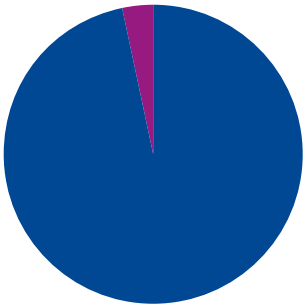
	Kaufende Haushalte in %			Menge in Mio. kg			Preisdurchschnitt in CHF / kg			Wert in Mio. CHF		
	Bu	Ma	BrBu	Bu	Ma	BrBu	Bu	Ma	BrBu	Bu	Ma	BrBu
2014	91,4	54,8	k,A,	17,9	5,7	0,6	14,4	8,3	19,1	258,1	46,8	12,3
2015	90,1	51,7	k,A,	17,2	5,3	0,6	14,2	8,2	19,3	243,0	43,2	11,8
2016	89,0	49,6	k,A,	17,3	5,1	0,6	13,9	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
2018	89,9	48,3	k,A,	17,4	4,6	0,5	14,3	8,2	19,9	248,8	38,0	10,4

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

2014 – 2018 Quelle Nielsen

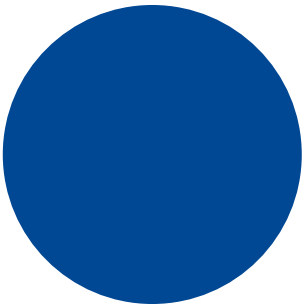
ROHSTOFFAUFTEILUNG FÜR INLANDMARKT 2018 (in Butter 82,0 % Fett)



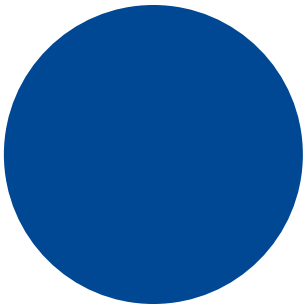


Verkaufte Menge: 42 328 Tonnen

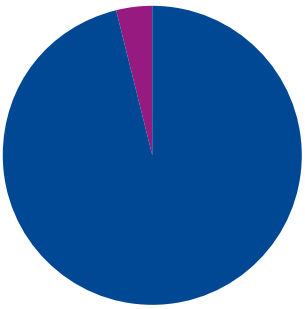
VoBu:	40 988 t
SiBu:	1 340 t



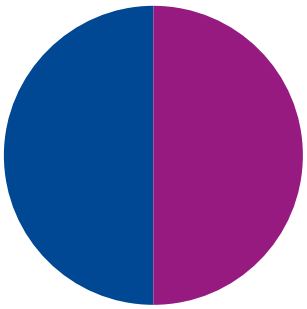
Vorzugsbutter:	7 248 t
VoBu:	7 248 t



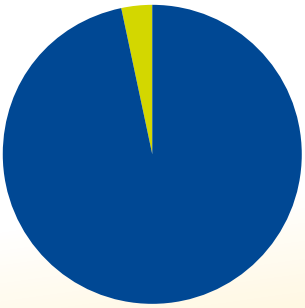
Butterspezialitäten:	405 t
VoBu:	405 t



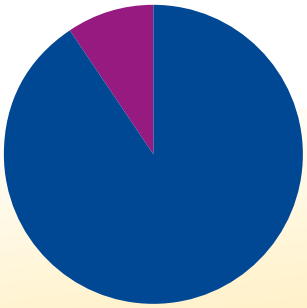
Entwässerte Butter:	6 843 t
VoBu:	6 587 t
SiBu:	256 t



Käsereibutter:	191 t
VoBu:	95 t
SiBu:	96 t



Industrie- und Gewerbebutter:	17 418 t
VoBu:	16 873 t
SiBu:	0 t
EnBu:	545 t



DIE BUTTER:	10 768 t
VoBu:	9 780 t
SiBu:	988 t

10 FETTSTOFFMARKT

GESAMTER FETTSTOFFVERBRAUCH

Gesamthaft wurden 201706 Tonnen Butter- und Pflanzenfettprodukte verkauft. Im Vergleich zum Vorjahr nahm der Absatz um 9597 Tonnen oder 5,0 Prozent zu. Der Absatz konnte im Vergleich zum Vorjahr sowohl bei den wasserfreien Fetten mit einer Zunahme um 7222 Tonnen (+5,2%), als auch bei den wasserhaltigen Fetten mit einer Zunahme um 2375 Tonnen (+4,6%) gesteigert werden.
Bei der Butter wurde gesamthaft 46283 Tonnen verkauft, 1583 Tonnen oder 3,5 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Verkäufe bei der wasserhaltigen Butter nahmen um 1372 Tonnen (+3,6%) zu und die Verkäufe bei der wasserfreien Butter stiegen um 211 Tonnen (+3,5%).

Beim Pflanzenfett wurden im Berichtsjahr gesamthaft 155423 Tonnen verkauft. Der Absatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 8014 Tonnen oder 5,4 Prozent. Die Zunahme bei den wasserhaltigen Pflanzenfetten betrug 1003 Tonnen (+7,4%) und bei den wasserfreien Pflanzenfetten 7011 Tonnen (+5,2%). Innerhalb der wasserfreien Pflanzenfette ist bei den Pflanzenölen der Absatz mit einer Zunahme von 3754 Tonnen oder 4,0 Prozent etwas weniger stark angestiegen. Prozentual stärker zulegen konnten dagegen die festen Pflanzenfette mit 3257 Tonnen (+8,0%).

DIE ENTWICKLUNG DER EINZELNEN FETTSTOFFE (im Vergleich zum Vorjahr)

	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
Wasserhaltige Butter	38 613	39 985	1 372	3.6
Entwässerte Butter	6 087	6 298	211	3.5
Butter inkl. Ortsverkauf und inkl. VVK	**44 700**	**46 283**	**1 583**	**3.5**
Margarine	11 583	10 230	-1 363	-11.8
Minarine	1 929	4 295	2 366	122.7
Marg./Min. total	**13 512**	**14 525**	**1 003**	**7.4**
Pflanzenöle/-fette	133 887	140 898	7 011	5.2
Total	**192 099**	**201 706**	**9 597**	**5.0**
Verkäufe Dritter (inkl. GP)	3 633	3 955	322	8.9
Butter Veredelungsverkehr	89	102	13	14.6

FETTSTOFFVERBRAUCH EINZELHANDEL

Beim Einzelhandel stieg der gesamte Absatz im Vergleich zum Vorjahr um 5828 Tonnen oder 10,4 Prozent auf 61889 Tonnen. Die Verkaufsmengen konnten sowohl bei den wasserhaltigen Fetten (+1778t; +7.6%) als auch bei den wasserfreien Fetten (+4050t; +12,4%) gesteigert werden. Beim Pflanzenfett war die Zunahme mit 5494 Tonnen (+14,7%) stärker ausgefallen, als dies bei der Butter mit 334 Tonnen (+1,8%) der Fall war.

	+/– in Prozent
Wasserhaltige Butter	2.1
Entwässerte Butter	-13.3
Margarine Minarine	26.9
Pflanzenfett	16.9
Pflanzenöl	12.2
Fettstoff Handel Total	**10.4**

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Der Absatz von wasserhaltigen Fetten im Einzelhandel betrug im Berichtsjahr 25 192 Tonnen, 1778 Tonnen (+7,6 %) mehr als im Vorjahr. Bei der Butter stieg die Verkaufsmenge um 392 Tonnen (+2,1 %) auf 18 649 Tonnen. Beim Pflanzenfett nahm der Absatz um 1386 Tonnen (+26,9 %) zu. Dabei konnte eine Verschiebung der Verkaufsmengen von der Margarine (-980 t; -30,4 %) zur Minarine (+2366 t; +122,7 %) festgestellt werden.

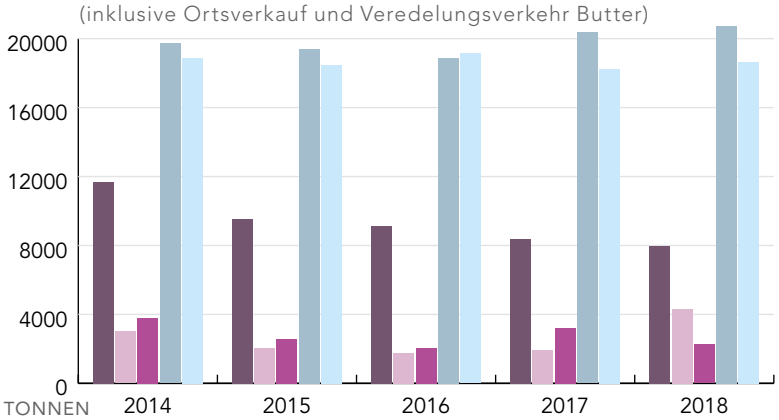
WASSERFREIE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Im Berichtsjahr stieg der Absatz von den wasserfreien Fettstoffen im Einzelhandel gesamthaft um 4050 Tonnen (+12,4 %). Bei der Entwässerten Butter hielt der Trend der letzten Jahre mit einem Rückgang um 58 Tonnen (-13,3 %) an. Dagegen nahm die Verkaufsmenge bei den Pflanzenfetten um 668 Tonnen (+16,9 %) und bei den Pflanzenölen um 3440 Tonnen (+12,2 %) zu.

FETTSTOFFVERBRAUCH IN GEWERBE UND INDUSTRIE

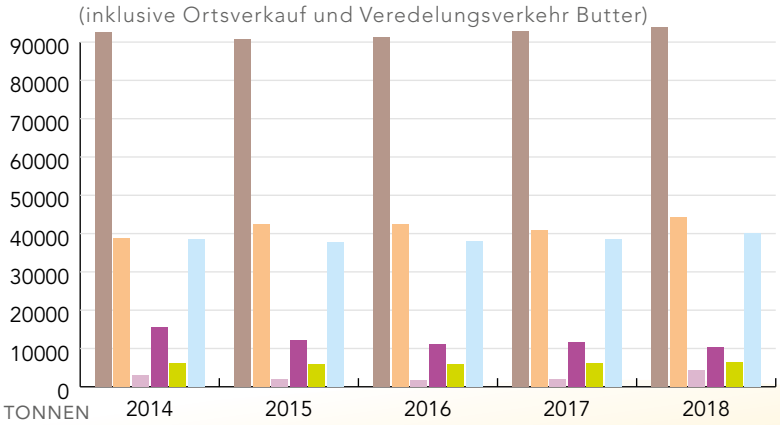
Gesamthaft wurden im Berichtsjahr an die Industrie und an das Gewerbe 139 817 Tonnen abgesetzt. Das entspricht einer Zunahme um 3769 Tonnen oder 2,8 Prozent. Die prozentuale Zunahme bei den wasserhaltigen Fetten (+597 t; +2,1 %) war ähnlich wie bei den wasserfreien Fetten (+3172 t; +3,0 %). Etwas überdurchschnittlich war die Zunahme beim Absatz von wasserhaltiger Butter (+980 t; +4,8 %) und wasserfreier Butter (+269 t; +4,8 %). Ebenfalls überdurchschnittlich war die Zunahme der Verkäufe beim festen Pflanzenfett mit 2589 Tonnen (+7,0 %). Dagegen konnte nur wenig mehr Pflanzenöl (+314 t; +0,5 %) abgesetzt werden und bei der Margarine war die Verkaufsmenge wie in den Vorjahren rückläufig (-383 t; -4.6 %).

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE 2014 – 2018
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



	2014	2015	2016	2017	2018
Margarine Gewerbe/Ind.	11 694	9 516	9 115	8 355	7 982
Minarine Letztabnehmer	3 005	2 032	1 752	1 929	4 295
Margarine Letztabnehmer	3 801	2 567	2 055	3 228	2 248
Butter Gewerbe/Ind.	19 715	19 387	18 860	20 356	21 336
Butter Letztabnehmer	18 887	18 457	19 131	18 257	18 649
Total	**57 102**	**51 959**	**50 913**	**52 135**	**54 510**

FETTSTOFFVERBRAUCH 2014 – 2018
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



	2014	2015	2016	2017	2018
Pflanzenöl	92 453	90 653	91 204	92 939	96 693
Pflanzenfett	38 680	42 483	42 406	40 948	44 205
Minarine	3 005	2 032	1 752	1 929	4 295
Margarine	15 495	12 083	11 170	11 583	10 230
Entw. Butter	6 039	5 873	5 996	6 087	6 298
Butter	38 602	37 844	37 991	38 613	39 985
Total	**194 274**	**190 968**	**190 519**	**192 109**	**201 706**

11 ABSATZFÖRDERUNG

FLORALP

Die Floralp Vorzugsbutter wird ausschliesslich aus frischem Schweizer Milchrahm hergestellt und ist stets von hoher Qualität. Sie besticht durch ihren unverwechselbaren Geschmack. Die Vorzugsbutter Floralp ist garantiert einheimisch. Sie trägt das Zeichen Suisse Garantie, das für die kontrollierte Herkunft Schweiz steht. Das verbalisierte Markenversprechen «FLORALP – DIE SCHWEIZER VORZUGSBUTTER. DAS ORIGINAL. UNWIDERSTEHLICH.» unterstreicht zusätzlich den Premiumgedanken.

Die Motive der Kommunikationskampagnen für die Schweizer Vorzugsbutter Floralp haben zum Ziel, das Produkt als frisches, natürliches Premiumprodukt mit viel Geschmack bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten im Kopf zu verankern. Die Kampagnen sollen ganzjährig den Konsumenten rund um die Verkaufspunkte auf humorvolle, plakative Art überraschen.

Die bereits im Vorjahr eingesetzten Plakatmotive «Brot-Igeli» wurden im Frühjahr 2018 mit einem weiteren Sujet mit Igeln aus Zopfteig ergänzt. Das neue Motiv zeigt, wie die drei Brot-Tiere mit einem Buttermesser eine gläserne Butterglocke aufbrechen möchten, um die unwiderstehliche Floralp Butter zu stehlen. Die Teig-Igeli waren auf Plakatstellen in der ganzen Schweiz zu sehen. Verstärkt wurde die Kampagne mit verschiedenen Online- und Social-Media-Massnahmen.

Zur Weihnachtszeit waren ab Mitte November bis Ende Dezember 2018 sämtliche Verpackungseinheiten (100g- und 200g-Folien) in einem weihnachtlichen Dekor (inklusive grosser roter Weihnachtsmasche) in allen Kühlregalen des Schweizer Detailhandels erhältlich. Diese zeitlich limitierte und saisonale Spezialweihnachtsverpackung sorgte direkt am Verkaufspunkt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Als Weihnachtsgeschenk und Belohnung für treue Kunden und um eine verkaufsfördernde Wirkung zu erzielen, wurden die Floralp-Prämienpunkte im Design der Verpackung verdoppelt.

Die Basiskampagnen werden durch die ganzjährige Sammelpunkte-Aktion unterstützt, um Floralp – Konsumenten für ihre Treue zu belohnen. So werden Kunden emotionaler und enger an die Marke gebunden und es entsteht ein Dialog zur treusten Kundschaft. Die Treuepunktepromotion hilft, dass Wechselkäufer der Marke Floralp treu bleiben.
Das Prämiensortiment wird laufend mit neuen, hochwertigen Produkten erweitert, um so die Kunden immer aufs Neue zu überraschen und attraktiv zu bleiben. Das abwechslungsreiche Angebot reicht vom kompletten Brunch-Geschirrset über sehr elegantes Besteck bis zum Einkaufswagen im Floralp-Design.
Um die Motivation für das Sammeln zu erhöhen, wurde zu Ostern, wie alle Jahre wieder, das herzige Butter-Häsli als zeitlich limitierte Spezialprämie angeboten. Das modellierte Häschen aus 200 Gramm Schweizer Vorzugsbutter war auch dieses Jahr sehr beliebt und es wurden über 15800 Butterhasen bestellt.

Nach Lancierung der neuen Website inklusive passenden Newsletters lag der grosse Fokus 2018 auf dem neuen Facebook-Auftritt. Die kulinarisch ästhetisch grossen Bildwelten erhielten durch Facebook eine noch grössere Plattform. Im Laufe des Jahres wurde die Frequenz der Beiträge erhöht und vielfältigere Inhalte gepostet. Dies liess die Community innerhalb eines halben Jahres auf 15000 Fans anwachsen.

DIE BUTTER – WEIHNACHTVERPACKUNG

«Weihnachtszeit ist Backzeit» dies ist somit für Butter und insbesondere für die Buttermarke «DIE BUTTER» eine der wichtigsten Perioden für Verkauf und Konsum. Um im Kühlregal an den Verkaufspunkten positiv aufzufallen und damit den Verkauf anzukurbeln, wurden die Verpackungsfolien während dieser Zeit mit einem neuen weihnachtlichen Design bedruckt. Zwei typisch schweizerische Weihnachtsguetzli (ein Mailänderli in Sternform und ein Spitzbub mit Herz) wurden prominent in das Design integriert. Um diese Sondermassnahme abzurunden, eine Brücke in die digitale Welt zu schaffen und zusätzliche Mehrwerte für den Konsumenten zu bieten, wurde ein Call to Action platziert, ein Hinweis, dass auf der Website «diebutter.ch» und «lebeurre.ch» Butter-Guetzlirezepte zum Nachbacken zu finden sind. Auf der Website waren während der Weihnachtszeit sechs Rezepte von verschiedenen Guetzlisorten zu finden. Sie luden die Konsumenten zum Nachbacken mit «DIE BUTTER» ein.

GATTUNGSWAREN-KAMPAGNE: SCHWEIZER BUTTER

Die Basiskampagne Schweizer Butter der Schweizer Milchproduzenten hatte 2018 zum Ziel, das Image der Gattung Butter zu profilieren. Die Basiskampagne Schweizer Butter dient der Darstellung des Konsumentennutzens: Aufzeigen der Natürlichkeit, des einzigartigen Geschmacks und der Nachhaltigkeit im Vergleich zu ausländischen Streichfetten. Die Identität der Butter war zu verjüngen (zeitgemässer, aktueller) und negative Assoziationen mit der Gattung Butter (Kalorien, Cholesterin) waren weiterhin abzubauen. Die drei strategischen Dimensionen Gesundheit, Herkunft und Genuss spielten für die Kommunikation für Schweizer Butter im Jahr 2018 eine zentrale Rolle. Sie werden zukünftig mit den Kampagnen für Schweizer Butter weiter geschärft.

Die neue Kampagne positioniert Schweizer Butter als ein natürliches, einheimisches Produkt ohne Zusatzstoffe, mit vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten. Butter hat gegenüber anderen Substitutionsprodukten eindeutig geschmackliche Vorzüge. Die Kampagne der Frühjahrsplakate dramatisierte die Positionierung von Schweizer Butter textlich mit einer einfachen Milchmädchenrechnung: 100 g Butter enthalten: 100 % Natur / 0 % Zusatzstoffe – Schweizer Butter. Genial einfach. Diese einfache Formel war auf verschiedenen kulinarisch hochwertig umgesetzten Food-Fotografien von typischen Produkten wie Butter-Croissants und Butterzopf schweizweit zu sehen. Natürlich stand die Butter in der Bildebene zentral im Fokus. In einer durchgeführten Werbewirkungskontrolle wurden hohe Akzeptanzwerte der Plakatsujets erzielt.

12 ERNÄHRUNG

Im Berichtsjahr waren mehrere Themen zur Ernährung im Fokus der Medien. Im Mai warnte die WHO vor industriell hergestellten Transfetten in Lebensmitteln und wies darauf hin, dass jährlich über 500 000 Menschen an den Folgen des Konsums von Transfetten sterben. Das Ziel der WHO ist, die industriell hergestellten Transfette innerhalb von 5 Jahren aus der globalen Ernährung zu verbannen. Dabei empfiehlt die WHO den Ländern das «REPLACE-action-Paket» anzuwenden:

REview dietary sources of industrially-produced trans fats and the landscape for required policy change.
Promote the replacement of industrially-produced trans fats with healthier fats and oils.
Legislate or enact regulatory actions to eliminate industrially-produced trans fats.
Assess and monitor trans fats content in food supply and changes in trans fat consumption in the population.
Create awareness of the negative health impact of trans fats among policy makers, producers, suppliers, and the public.
Enforce compliance of policies and regulations.

Ein weiteres Ernährungsthema wurde im Juni durch den «Beobachter» mit dem Titel «Dick im Geschäft mit der Fett-Lüge» aufgegriffen. Im Bericht werden die Pharmaindustrie und die Zuckerindustrie angegriffen. Es heisst: «Die Hypothesen über Kalorien und Cholesterin sind beide tot», schreibt ein internationales Forscherteam im britischen Fachmagazin «Pharmaceutical Journal». «Wirklich schuld an Herz-Kreislauf-Erkrankungen sei etwas ganz anderes: die Insulinresistenz.» Weiter wird ausgeführt, dass rund 750 000 Frauen und vor allem Männer regelmässig Cholesterinsenker, sogenannte Statine, einnehmen. Doch die Skepsis gegenüber Statinen wächst und wächst, schreiben die australische Forscherin, der US-Neuroendokrinologe Robert Lustig und der britische Kardiologe Aseem Malhotra. Viele Fachleute sagen, dass die Allgegenwart von Statinen die Folge von Industrie-Sponsoring sei, beeinflusst von manipulierten Statistiken. Am Telefon wird Robert Lustig in San Francisco noch deutlicher: «Wir haben die Daten. Wir wissen, dass die Zuckerindustrie seit Jahren Geld dafür ausgibt, Forscher dazu zu bringen, Zucker zu verharmlosen.» Die Absicht der Industrie sei, Statistiken so aussehen zu lassen, als sei Fett die Wurzel aller Übel.

In der zweiten Jahreshälfte war das Thema «Ampel-Kennzeichnung von Lebensmitteln» eines der wichtigeren Ernährungsthemen. Die Ankündigung von Danone, im Juni auf den eigenen Produkten den Nutriscore einzuführen, löste diverse Reaktionen aus. Seitens des Konsumentenschutzes würde die Einführung einer entsprechenden Kennzeichnung begrüsst. Dagegen wird dies in der Schweiz von der Nahrungsmittelindustrie und weiteren Kreisen abgelehnt. Grund dafür ist unter anderem, dass sich die EU bisher nicht auf eine einheitliche Deklaration festlegen konnte, dies nicht zuletzt wegen unterschiedlicher Systeme in den diversen EU-Staaten, die zudem nicht unproblematisch sind. So straft zum Beispiel die englische Ampel unbegründet auch Produkte mit hohem Ernährungswert ab, wie z.B. Nüsse. Die italienische Variante sieht eine Kennzeichnung in der Darstellung einer farbigen Batterie vor. Der französische Nutriscore dagegen geht weiter als die Ampel (rot/orange/grün) und will dem eigentlichen Nährwertprofil Rechnung tragen. Aber auch bei Nutriscore muss der Konsument sich abwechslungsreich ernähren. Die grösste Gefahr bei allen Varianten liegt nämlich darin, dass sich der Konsument zwar mit vermeintlich gesunden Lebensmitteln ernähren will und trotzdem in eine Mangelernährung geraten oder übergewichtig werden kann. Die Verantwortung für eine gesunde Ernährung wird auch in Zukunft beim Konsumenten liegen und kann ihm durch eine Ampelkennzeichnung auch nicht abgenommen werden. Im Gegenteil, es ist zu befürchten, dass eine Ampelkennzeichnung für eine gesunde Ernährung kontraproduktiv wäre.

1958

13 WELTMARKT FÜR BUTTER

Bei einer leicht höheren Milchproduktion wurde 2018 in der EU auch ein wenig mehr Butter hergestellt. Eine ungewöhnliche Entwicklung konnte bei den Butterpreisen festgestellt werden. Ende 2017 fielen die Butterpreise sowohl in der EU als auch auf dem Weltmarkt in kurzer Zeit um über einen Franken. Zu Beginn des Berichtsjahres lag der Weltmarktpreis für Butter bei CHF 4.70 je kg. Entgegen den Erwartungen stiegen die Butterpreise in der ersten Jahreshälfte auf über CHF 5.50 an, um danach in der zweiten Jahreshälfte bis Dezember wieder auf unter CHF 4.50 je kg Butter zu sinken. Eine ähnliche Entwicklung konnte innerhalb der EU festgestellt werden. Somit entwickelten sich die Butterpreise in der EU entgegen der saisonalen Produktionsmengen. Die Tendenz der vergangenen Jahre hat sich damit bestätigt, dass die Märkte zusehends unberechenbarer und volatiler werden.

BUTTEREXPORTE AUSGEWÄHLTER LÄNDER IN 1000 T

	2017	2018	Abweichung	
EU–28	174,9	161,2	–13,7	–7,8%
Neuseeland	432,5	455,2	+22,7	+5,3%
Australien	15,2	15,6	+0,4	+2,6%
USA	28,9	48,2	+19,3	+66,6%
Schweiz	1,8	0,7	–1,1	–62,2%
Weissrussland	72,9	78,2	+5,3	+7,2%
Ukraine	24,5	26,9	+2,4	+9,9%
Argentinien	4,4	11,8	+7,4	+167,6%
Uruguay	9,6	13,6	+4,0	+41,5%

Quelle ZMB

Die Butterexporte der EU waren im Berichtsjahr mit 13700 Tonnen rückläufig. Dagegen konnten andere Länder ihre Exporte zum Teil deutlich steigern. Neuseeland verzeichnete mit 22700 Tonnen mengenmässig den stärksten Anstieg und die USA mit 19300 Tonnen, was einer Zunahme um zwei Drittel der Vorjahresmenge entspricht, prozentual das grösste Wachstum. Bei den USA ist die Steigerung der Exportmenge jedoch zu relativieren, da die Importe mit einer Zunahme von 15100 Tonnen einen grossen Teil der Exportzunahme wieder kompensiert haben.

Zu einem der wichtigsten Butterimporteure hat sich in den letzten Jahren China entwickelt. 2018 wurde erstmals mit einer Importmenge von 113329 Tonnen Butter und Butteröl die 100000 Tonnenmarke überschritten. China hat in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung durchgemacht. Wurden 2008 gut 300000 Tonnen Milchprodukte (Butter, Vollmilchpulver, Magermilchpulver, Molkenpulver und Käse) importiert, waren es 2018 bereits rund 1600000 Tonnen.

	Milchmenge 2018	Veränderung
EU	156,8 Mio. t	+ 0,8%
Neuseeland	22,0 Mio. t	+ 2,3%
Australien	9,3 Mio. t	– 1,9%
USA	98,6 Mio. t	+ 0,9%

Quelle ZMB

BOBUTTER GMBH

Brunnmattstrasse 21
3007 Bern
031 359 56 11
info@bobutter.ch
www.bobutter.ch