

# *BO Butter GmbH*

*Branchenorganisation Butter BOB*

DAS ORIGINAL. UNWIDERSTEHLICH.



JAHRESBERICHT 2011



## DIE BUTTERZENTRALEN

### CREMO SA

Case postale  
1701 Fribourg  
Tel. 026 407 21 11  
Fax 026 407 29 69  
[www.cremo.ch](http://www.cremo.ch)



### MITTELLAND MOLKEREI AG

Obertelweg 2  
Postfach  
5034 Suhr  
Tel. 062 855 52 52  
Fax 062 855 52 53  
[www.emmi.ch](http://www.emmi.ch)



### FUCHS + CO. AG

Greinastrasse 10  
Postfach  
9400 Rorschach  
Tel. 071 846 81 80  
Fax 071 846 81 81  
[www.fuchsmilch.ch](http://www.fuchsmilch.ch)

## JAHRESBERICHT 2011, 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. BUTTERPRODUKTION .....                                  | 7          |
| 6. LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS .....               | 9          |
| 7. QUALITÄTSKONTROLLE .....                                | 10         |
| 8. BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT .....                     | 11         |
| 9. BUTTERVERBRAUCH.....                                    | 12         |
| 10. FETTSTOFFMARKT .....                                   | 16         |
| 11. ABSATZFÖRDERUNG.....                                   | 18         |
| 12. WELTMARKT FÜR BUTTER.....                              | 20         |

## 1. VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Die Milchproduktion nahm im Berichtsjahr erneut um mehr als 34 Mio. Kilogramm zu. Die industriellen Butterhersteller produzierten und verarbeiteten gesamthaft 48'563 Tonnen Butter. Der Butterüberschuss belief sich auf über 6'300 Tonnen. Die getätigten Inlandverkäufe von rund 42'250 Tonnen und Butterexporte von über 9'000 Tonnen führten dazu, dass die Tiefkühlagerbestände Ende Jahr gegenüber dem Vorjahr um knapp 2'600 Tonnen auf 2'954 Tonnen zurückgegangen sind.

Somit war das Jahr 2011, wie schon die Vorjahre, von einer Überschusssituation geprägt. Nachdem in der BO Milch bis nach den Sommerferien über die Beschlüsse und deren Umsetzungen gestritten wurde, verordnete der Bundesrat am 31. August die Allgemeinverbindlichkeit für den «linearen Rappen» der Milchproduzenten, was zu einer Klärung der Situation führte. Die grossen Butterhersteller begannen in der Folge ab Oktober die Exportmengen wesentlich zu erhöhen.

Die im Herbst erst richtig angelaufene Buttermarktbräunung zeigt nicht nur bei den sinkenden Lagerbeständen ihre Wirkung. Das heutige System wird sich viel weitreichender auf den Milchmarkt auswirken:

- Da der C-Milchpreis erst ab 1. Mai gestützt wurde, mussten die Butterhersteller, um die in den Vorjahren aufgebauten hohen Butterlager abräumen zu können, ihren Rohstoff überproportional segmentieren.
- Durch die Stützung des C-Milchpreises fällt der Anreiz, weniger Milch zu produzieren, zumindest teilweise weg.

- Weil die BOM-Beschlüsse bei der Umsetzung sehr viel «Handlungsspielraum» offen lassen, suchen weiterhin Milch- und Rahmproduzenten inländische Abnehmer, welche einen höheren Preis bezahlen, unabhängig davon, ob dieser Rohstoff auf den Schweizer Markt gelangt oder nicht.

Aus der aktuellen Marktsituation hat sich die Preisspirale nach unten in Bewegung gesetzt. Diese Preisspirale kann nur durch klare Beschlüsse und strikte Umsetzung derselben unterbrochen werden. Mit der heutigen Situation werden am Ende sowohl die Milchproduzenten als auch die Verarbeiter auf der Verliererseite stehen.

Für die Zukunft des Milchmarktes sind zwei Szenarien absehbar:

- Der eingeschlagene Weg über die Segmentierung wird weitergeführt, die C-Milch wird zukünftig nicht mehr gestützt, damit der Anreiz zur Mehrproduktion wegfällt. Eine klare Segmentierung über alle Stufen hinweg ohne «Mischpreispolitik» wäre in diesem Falle zwingend.
- Die SMP übernimmt wieder die Führung in der Marktentlastung und räumt die Butterüberschüsse zusammen mit der BO Butter ab. Die Milchproduzenten leisten hierzu einen Beitrag je kg Milch. In diesem Falle könnten die Verarbeiter auf die C-Milch-Segmentierung verzichten.

Wird sich das erste Szenario durchsetzen, wird der Druck auf den Milchpreis unvermindert hoch bleiben. Persönlich bin ich der klaren Auffassung: Kann sich die Branche zur Umsetzung des zweiten Szenarios durchringen, besteht



die Möglichkeit, dass sich die Märkte wieder stabilisieren und der Druck auf den Milchpreis stark abnimmt. Auf irgendeine vernünftige und geordnete Art und Weise muss die überschüssige Butter verkauft werden, wenn wir in Zukunft wieder geordnete Marktverhältnisse wollen.

Im Berichtsjahr haben wir begonnen, regelmässig über den Stand der Butterlager zu informieren, was von der Presse gut aufgenommen wurde. In Zukunft werden wir auch über andere Aktivitäten informieren. Zum Beispiel über die Marke FLORALP, das Buttermarketing oder Suisse Garantie.

Ich möchte mich bei den Mitarbeitern unserer Geschäftsstelle für die zuverlässige und zuvorkommende Arbeit herzlich bedanken.

Hansjörg Schmid, Präsident BO Butter

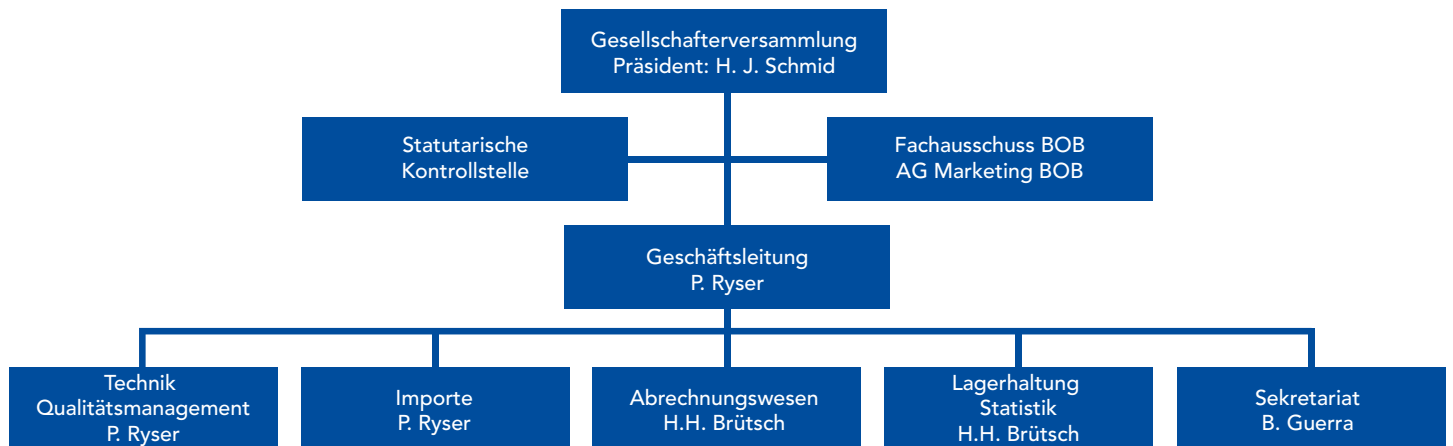
## 2. DIE BO BUTTER GMBH

### FIRMENSITZ

- BO Butter GmbH  
Brunnmattstrasse 21, 3007 Bern

### GESELLSCHAFTER

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



Organigramm der BO Butter GmbH, Stand 1. Januar 2012

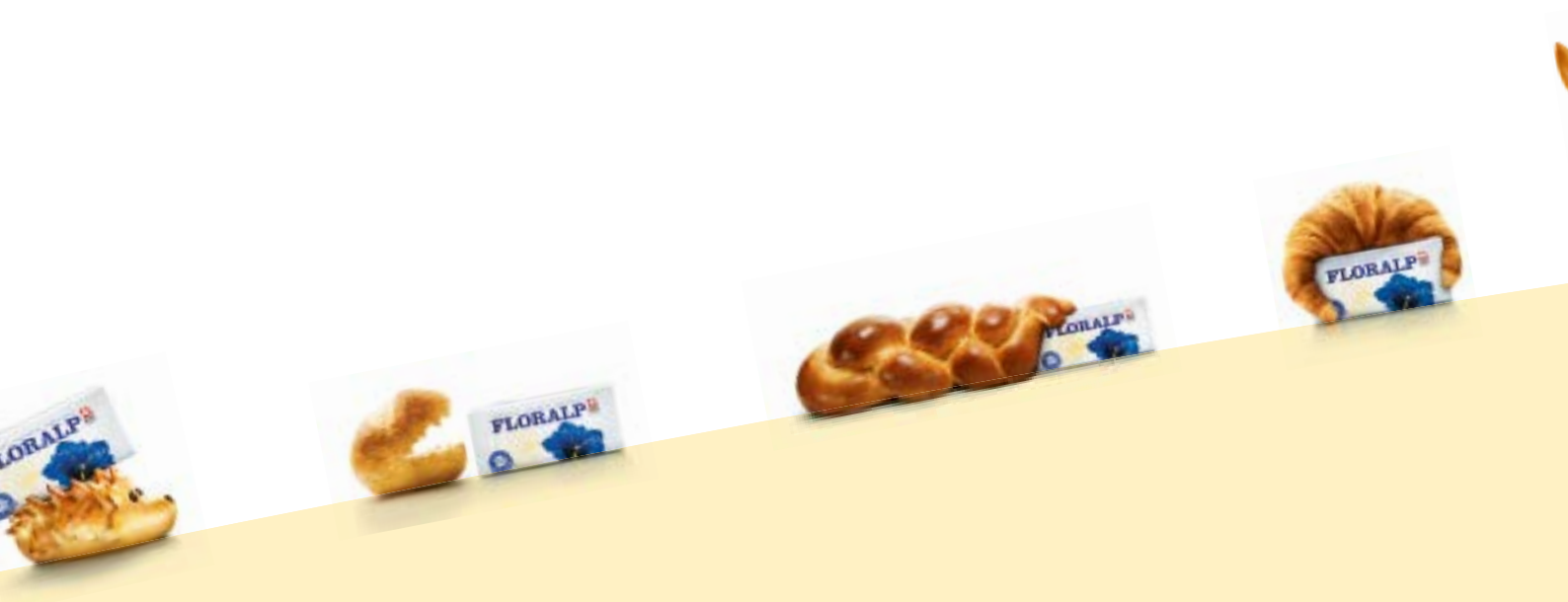


## INTERNET

Die BO Butter informiert auf ihrer Homepage [www.bobutter.ch](http://www.bobutter.ch) ausführlich über den Buttermarkt. Die Anzahl der unterschiedlichen Besucher hat gegenüber dem Vorjahr leicht abgenommen. Auffallend ist jedoch, dass die einzelnen Besucher sich vertieft in die Homepage eingelesen haben.

Auf der Website [www.FLORALP.ch](http://www.FLORALP.ch) wird umfassend über die Marke FLORALP und die aktuellen Promotionen informiert.

Die Homepage von FLORALP wurde von gut 59'000 Besuchern angeklickt. Dies entspricht einer Zunahme von ca. 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr.



### 3. DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT

Am 1. Januar übernimmt Hansjörg Schmid als Nachfolger von Niklaus Brügger das Präsidium der BO Butter GmbH.

Am 25. Januar kann sich die BO Milch nicht entscheiden, den Fettmarkt über Butterexporte zu entlasten. Gleichtags findet die Anhörung der WAK Ständerat zur Motion Aebi statt.

Am 22. Februar entscheidet die WAK Ständerat nicht über die Motion Aebi mit der Begründung, dass die BO Milch eine «letzte» Chance erhalten soll.

Anfang März sind bereits über 8'000 Tonnen Butter an Lager. Mit Schreiben vom 1. März macht die BO Butter der BO Milch den Vorschlag, sich an den Butterexporten mit CHF 3,4 Mio. zu beteiligen, sofern die BO Milch den gleichen Betrag für die Butterexporte bewilligt, damit mit der Marktentlastung möglichst rasch begonnen werden kann.

Am 17. März wird die Motion Aebi vom Ständerat an die Kommission zurückgewiesen.

Am 18. März beschliesst die BO Milch, sich ebenfalls mit CHF 3,4 Mio. an den Butterexporten zu beteiligen. In den kommenden Wochen können dadurch 1'227 Tonnen Butter exportiert werden.

Am 24. März wird die Plakatwerbung 2010 für FLORALP in der Kategorie «Kommerziell» mit dem goldenen Swiss Poster Award ausgezeichnet. Nachdem in den Vorjahren schon Bronze und Silber gewonnen wurden, konnte der «Medaillensatz» an der inoffiziellen Plakat-Schweizermeisterschaft vervollständigt werden.

Am 20. April wird Bernard Lehmann vom Bundesrat zum Direktor des Bundesamtes für Landwirtschaft gewählt.

Am 3. Mai stimmen die Delegierten der BO Milch dem Fonds Marktentlastung, dem Standardvertrag und dem Interventionsfonds zu.

Am 18. Juni (Ende Kalenderwoche 24) erreichen die Buttermilchlager den höchsten jemals in der Schweiz erreichten Stand von 10'792 Tonnen Butter.

Im Juni kündigen einzelne Mitglieder der BO Milch rechtliche Schritte gegen die am 3. Mai beschlossenen Massnahmen an. Im Juli reichen vier Mitglieder der BO Milch eine interne Klage ein.

Im August vermittelt das Bundesamt für Landwirtschaft. In der Folge wird die Klage auf die Abgabe von 4 Rappen auf die Mehrmenge beschränkt. Der Bundesrat erteilt am 31. August die Allgemeinverbindlichkeit für den «linearen Rappen».

Am 23. September beschliesst die BO Milch, den Richtpreis um 4 Rappen zu senken.

Am 27. September beschliesst der Vorstand der SMP, aus der BO Milch auszutreten.

Ende September hat es in der Schweiz keine BIO-Butter mehr an Lager. Da die Produktion nicht ausreicht, um den Bedarf abzudecken, bewilligt BIO SUISSE ausnahmsweise den Import von maximal 80 Tonnen BIO-Butter der Verbände «Bioland» oder «BIO Austria». Da in der EU BIO-Butter ebenfalls Mangelware ist, kann lediglich ein Hersteller der genannten Verbände BIO-Butter anbieten. Die BO Butter importiert gesamthaft 60 Tonnen BIO-Butter und finanziert gleichzeitig den Export von 60 Tonnen konventioneller Butter. Mit dem von der BO Butter festgelegten Vorgehen wird verhindert, dass der Inlandmarkt durch diese BIO-Butter-Importe noch zusätzlich belastet wird.

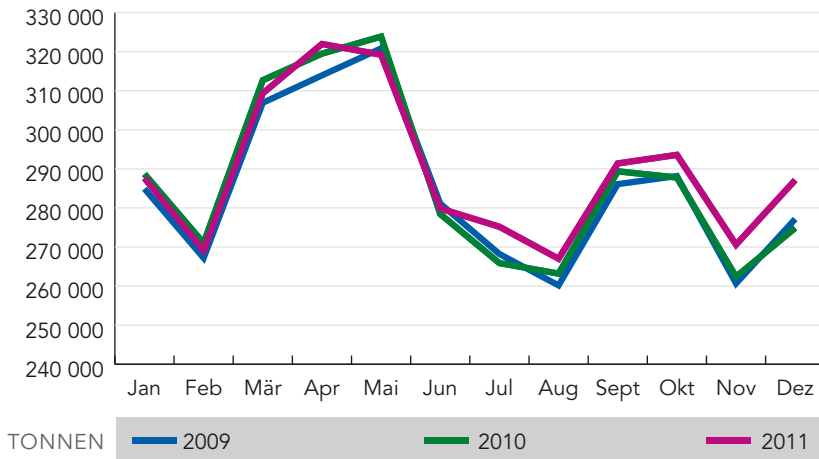
Anfang Dezember hat es in Norwegen zu wenig Butter auf dem Markt. Um den Engpass zu bewältigen, wird ebenfalls Schweizer Butter angeboten. Norwegen senkt kurzerhand den Fettgehalt bei fettarmer Milch von 1,5% auf 1,2% und erhöht die Butterimporte.

Nachdem im September in der BO Milch klare Verhältnisse über den Beitrag an die Butterexporte geschaffen wurden, werden regelmässig grössere Mengen Butter exportiert. Bis Ende Jahr werden gesamthaft 9'009 Tonnen Butter in Europa und im Nahen Osten abgesetzt. Die Lagerbestände gehen bis zu diesem Zeitpunkt auf unter 3'000 Tonnen zurück.



4. VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG

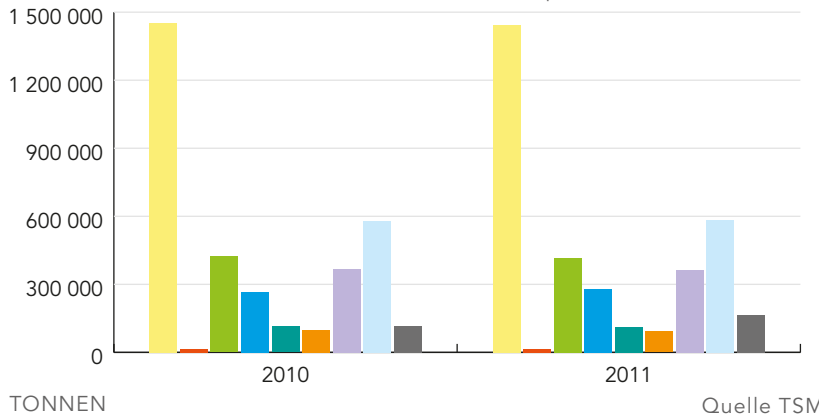
MILCHEINLIEFERUNGEN 2009 – 2011 (inkl. Zonen- und Alpenmilch)



Quelle TSM

|              | 2009             | 2010             | 2011             |
|--------------|------------------|------------------|------------------|
| Jan          | 284 928          | 288 676          | 287 612          |
| Feb          | 267 202          | 271 017          | 269 134          |
| Mär          | 306 898          | 312 674          | 309 335          |
| Apr          | 313 906          | 319 479          | 321 938          |
| Mai          | 320 815          | 323 841          | 319 200          |
| Jun          | 281 103          | 278 440          | 279 853          |
| Jul          | 268 215          | 265 886          | 275 190          |
| Aug          | 260 182          | 263 199          | 267 008          |
| Sep          | 286 090          | 289 366          | 291 382          |
| Okt          | 288 155          | 287 777          | 293 577          |
| Nov          | 260 677          | 262 390          | 270 609          |
| Dez          | 277 178          | 274 881          | 278 134          |
| <b>Total</b> | <b>3 415 352</b> | <b>3 437 622</b> | <b>3 471 973</b> |

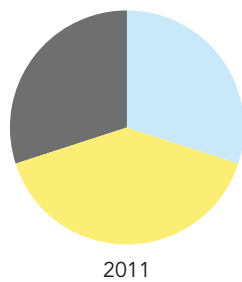
MILCHVERWERTUNG (nach Milchäquivalent)



Quelle TSM

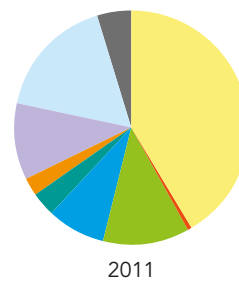
|                                     | 2010             | 2011             |
|-------------------------------------|------------------|------------------|
| Käse                                | 1 453 442        | 1 443 145        |
| Quark                               | 15 999           | 16 223           |
| Konsummilch                         | 422 867          | 415 910          |
| Konsumrahm                          | 266 864          | 279 259          |
| Jogurt                              | 114 555          | 113 230          |
| Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis | 98 429           | 92 268           |
| Dauermilchwaren                     | 367 795          | 364 813          |
| Butter                              | 580 541          | 583 730          |
| andere Verwertung                   | 117 130          | 163 395          |
| <b>Total</b>                        | <b>3 437 622</b> | <b>3 471 973</b> |

FETTVERWERTUNG (nach Produktgruppen)



|                   |      |
|-------------------|------|
| Butter            | 30 % |
| Käse              | 40 % |
| Übrige Verwertung | 30 % |

Gemäss der Grafik über die Verwertung nach Milchäquivalent wurden 16,8 Prozent der Milch zu Butter verarbeitet. Effektiv waren es im Berichtsjahr 30,0 Prozent des Milchfettes, welches zu Butter verarbeitet wurde.

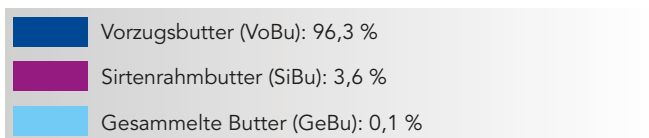
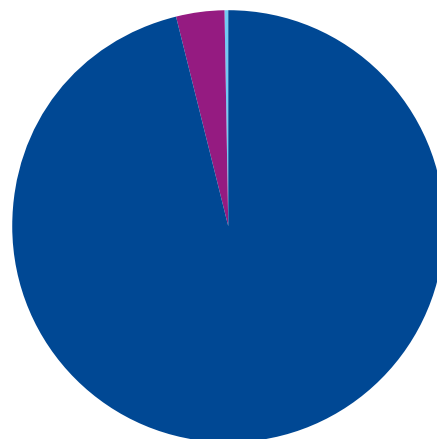


|                                     | 2011           |
|-------------------------------------|----------------|
| Käse                                | 41,6 %         |
| Quark                               | 0,5 %          |
| Konsummilch                         | 12,0 %         |
| Konsumrahm                          | 8,0 %          |
| Jogurt                              | 3,3 %          |
| Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis | 2,6 %          |
| Dauermilchwaren                     | 10,5 %         |
| Butter                              | 16,8 %         |
| andere Verwertung                   | 4,7 %          |
| <b>Total</b>                        | <b>100,0 %</b> |

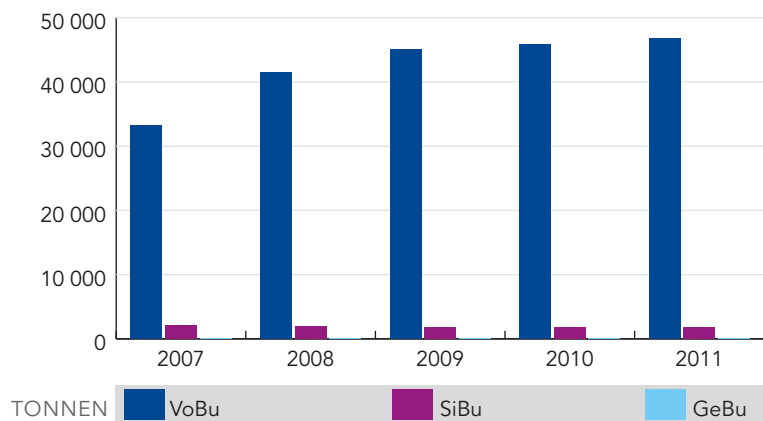


### 5. BUTTERPRODUKTION NACH SORTEN 2011

Die Butterproduktion 2011 hat gegenüber 2010 um 848 Tonnen auf gesamthaft 48'563 Tonnen zugenommen. Dies entspricht einer Zunahme von 1,8 Prozent. Die Produktion von Vorzugsbutter nahm im Berichtsjahr um 900 Tonnen, respektive 2,0 Prozent, auf 46'767 Tonnen zu. Die Produktion von Sirtenrahmbutter verzeichnete einen Rückgang um 47 Tonnen oder 2,6 Prozent auf 1'751 Tonnen. Bei der gesammelten Butter konnten im Jahr 2011 45 Tonnen übernommen werden. Gegenüber dem Vorjahr ergibt dies eine Abnahme von 5 Tonnen oder 10,0 Prozent.



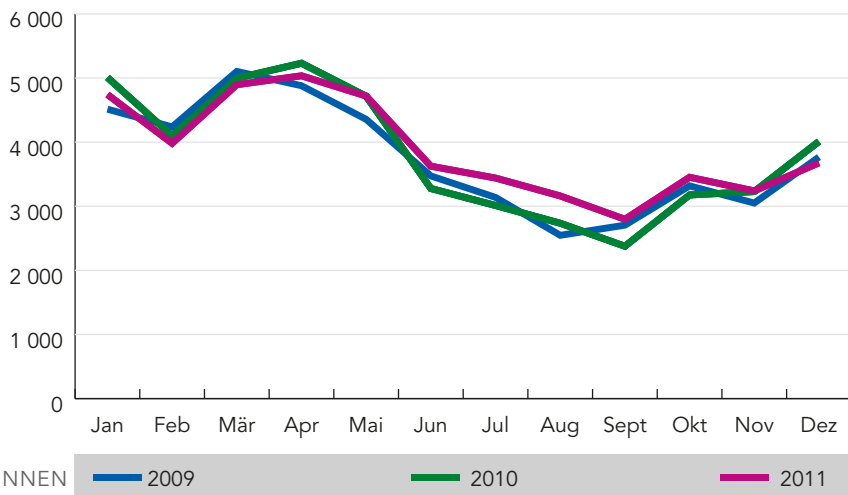
BUTTERPRODUKTIONSMENGEN 2007 – 2011



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

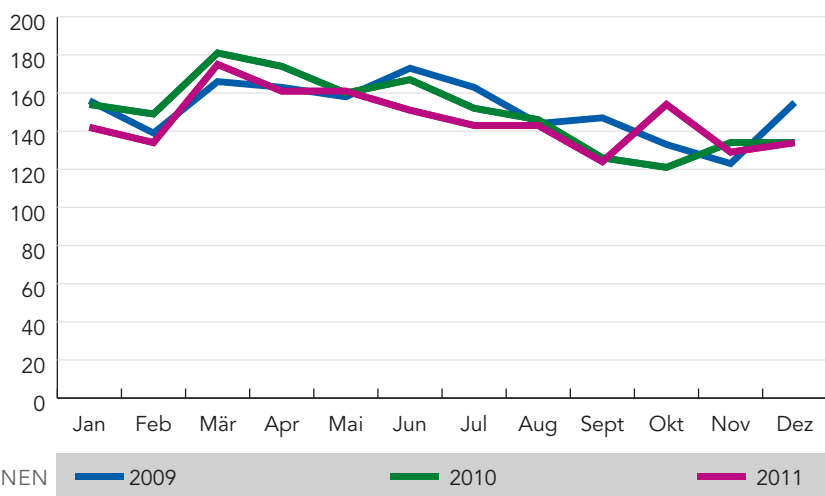
|   | 2007<br>in Tonnen | 2008<br>in Tonnen | 2009<br>in Tonnen | 2010<br>in Tonnen | 2011<br>in Tonnen | +/-<br>in Tonnen | +/-<br>in Prozent |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| <span style="color: blue;">■</span> VoBu    | 33 258            | 41 474            | 45 090            | 45 867            | 46 767            | 900              | 2,0 %             |
| <span style="color: magenta;">■</span> SiBu | 2 074             | 1 920             | 1 820             | 1 798             | 1 751             | -47              | -2,6 %            |
| <span style="color: cyan;">■</span> GeBu    | 104               | 79                | 59                | 50                | 45                | -5               | -10,0 %           |
| <b>Total</b>                                | <b>35 436</b>     | <b>43 473</b>     | <b>46 969</b>     | <b>47 715</b>     | <b>48 563</b>     | <b>848</b>       | <b>1,8 %</b>      |

PRODUKTION VORZUGSBUTTER 2009 – 2011



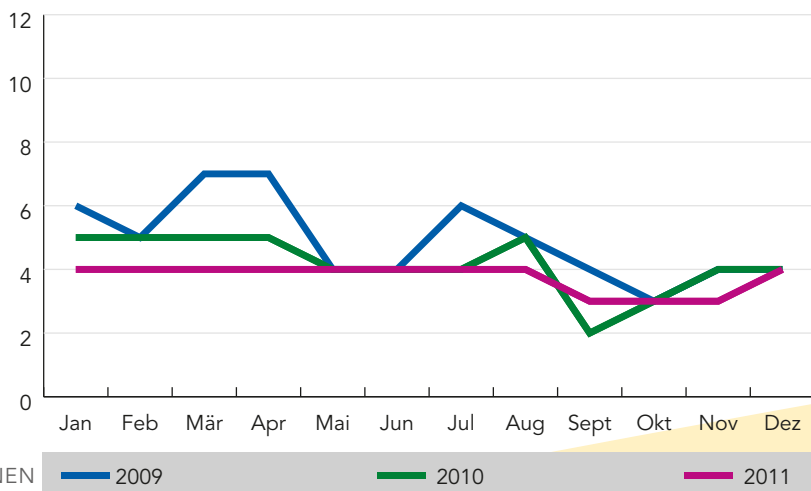
|              | 2009          | 2010          | 2011          |
|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Jan          | 4 514         | 5 009         | 4 743         |
| Feb          | 4 238         | 4 099         | 3 982         |
| Mär          | 5 103         | 4 996         | 4 896         |
| Apr          | 4 880         | 5 231         | 5 035         |
| Mai          | 4 356         | 4 716         | 4 719         |
| Jun          | 3 473         | 3 277         | 3 625         |
| Jul          | 3 138         | 3 012         | 3 440         |
| Aug          | 2 547         | 2 735         | 3 161         |
| Sep          | 2 705         | 2 376         | 2 797         |
| Okt          | 3 318         | 3 176         | 3 452         |
| Nov          | 3 050         | 3 229         | 3 240         |
| Dez          | 3 768         | 4 011         | 3 677         |
| <b>Total</b> | <b>45 090</b> | <b>45 867</b> | <b>46 767</b> |

PRODUKTION SIRTENRAHMBUTTER 2009 – 2011



|              | 2009         | 2010         | 2011         |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Jan          | 156          | 154          | 142          |
| Feb          | 139          | 149          | 134          |
| Mär          | 166          | 181          | 175          |
| Apr          | 163          | 174          | 161          |
| Mai          | 158          | 160          | 161          |
| Jun          | 173          | 167          | 151          |
| Jul          | 163          | 152          | 143          |
| Aug          | 144          | 146          | 143          |
| Sep          | 147          | 126          | 124          |
| Okt          | 133          | 121          | 154          |
| Nov          | 123          | 134          | 129          |
| Dez          | 155          | 134          | 134          |
| <b>Total</b> | <b>1 820</b> | <b>1 798</b> | <b>1 751</b> |

PRODUKTION GESAMMELTE BUTTER 2009 – 2011



|              | 2009      | 2010      | 2011      |
|--------------|-----------|-----------|-----------|
| Jan          | 6         | 5         | 4         |
| Feb          | 5         | 5         | 4         |
| Mär          | 7         | 5         | 4         |
| Apr          | 7         | 5         | 4         |
| Mai          | 4         | 4         | 4         |
| Jun          | 4         | 4         | 4         |
| Jul          | 6         | 4         | 4         |
| Aug          | 5         | 5         | 4         |
| Sep          | 4         | 2         | 3         |
| Okt          | 3         | 3         | 3         |
| Nov          | 4         | 4         | 3         |
| Dez          | 4         | 4         | 4         |
| <b>Total</b> | <b>59</b> | <b>50</b> | <b>45</b> |

### 6. LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS

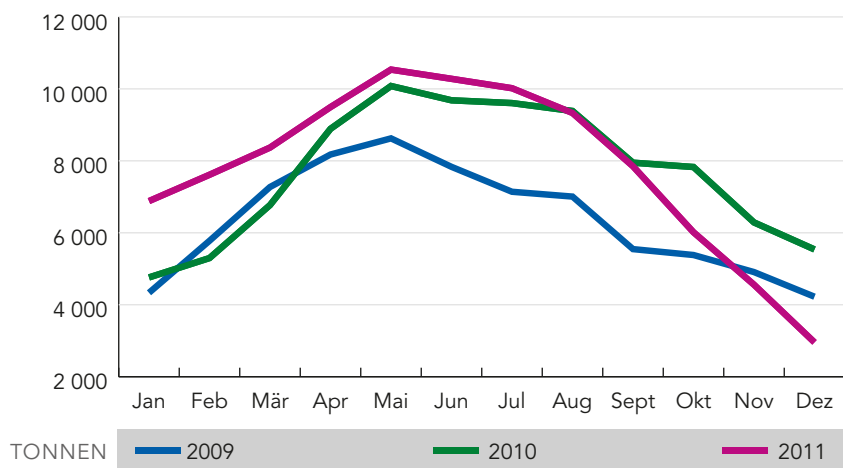
Anfang 2011 lagerten in der Schweiz 5'537 Tonnen Butter in den Tiefkühlslagern. Die Überproduktion begann bereits im Jahr 2009. Nach der Rekordproduktion im Jahr 2010 wurden im ersten Halbjahr 2011 zwar rund 400 Tonnen weniger Butter als in der Vorjahresperiode hergestellt, doch im zweiten Halbjahr 2011 wurden rund 1'241 Tonnen mehr hergestellt als in der Vergleichsperiode.

Die hohen Anfangsbestände der Butterlager und die starke Frühjahrsproduktion führten bei schlechteren Verkäufen (-400 Tonnen) dazu, dass Ende Kalender-

woche 24 10'792 Tonnen Butter an Lager waren. Somit wurde die Höchstmarke von 2010 klar übertroffen. Die Butterhersteller konnten im Zusammenhang mit der Segmentierung ihre Exportaktivitäten verstärken. Diese Massnahme führte dazu, dass Ende Berichtsjahr die 3'000 Tonnen unterschritten wurden. Gegenüber dem Anfangsbestand 2011 ergibt dies eine Abnahme von fast 47 Prozent.

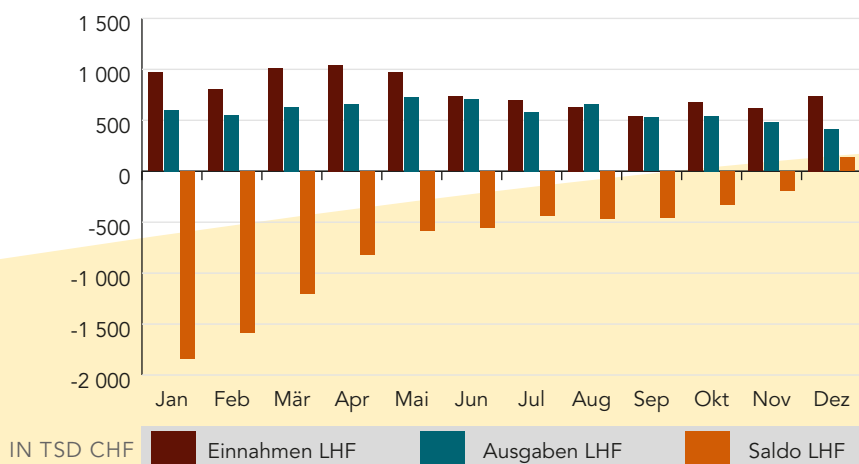
Da der Lagerhaltungsfonds weiterhin stark beansprucht wurde, wurden die Beitragsätze unverändert weitergeführt.

TIEFKÜHLLAGER VORZUGSBUTTER 2009 – 2011



|     | 2009  | 2010   | 2011   |
|-----|-------|--------|--------|
| Jan | 4 332 | 4 759  | 6 881  |
| Feb | 5 777 | 5 297  | 7 612  |
| Mär | 7 272 | 6 770  | 8 368  |
| Apr | 8 175 | 8 889  | 9 493  |
| Mai | 8 624 | 10 079 | 10 535 |
| Jun | 7 833 | 9 682  | 10 279 |
| Jul | 7 140 | 9 605  | 10 018 |
| Aug | 7 006 | 9 385  | 9 330  |
| Sep | 5 546 | 7 948  | 7 848  |
| Okt | 5 382 | 7 828  | 6 015  |
| Nov | 4 908 | 6 288  | 4 557  |
| Dez | 4 223 | 5 537  | 2 954  |

LAGERHALTUNGSFONDS 2011



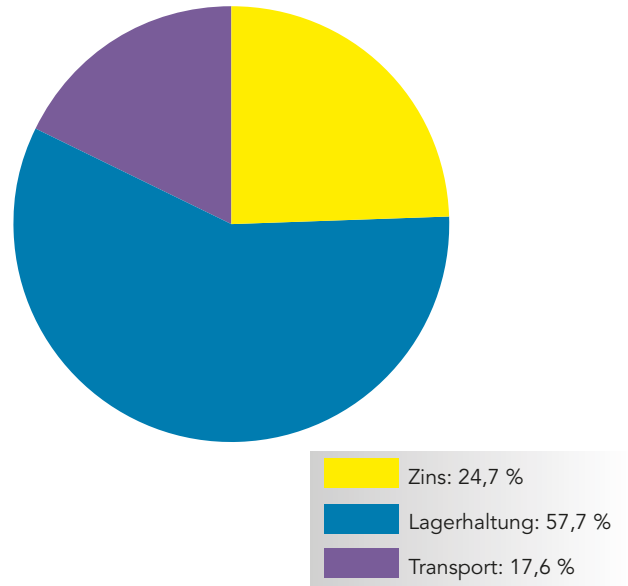
|              | Einnahmen          | Ausgaben           | Saldo        |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------|
| Jan          | 969 453.–          | 601 883.–          | -1 842 771.– |
| Feb          | 802 408.–          | 546 934.–          | -1 587 297.– |
| Mär          | 1 008 697.–        | 628 503.–          | -1 207 102.– |
| Apr          | 1 040 482.–        | 657 123.–          | -823 743.–   |
| Mai          | 968 986.–          | 727 676.–          | -582 432.–   |
| Jun          | 735 400.–          | 709 756.–          | -556 789.–   |
| Jul          | 696 151.–          | 580 638.–          | -441 275.–   |
| Aug          | 630 824.–          | 658 539.–          | -468 990.–   |
| Sep          | 538 577.–          | 526 922.–          | -457 335.–   |
| Okt          | 673 455.–          | 542 712.–          | -326 593.–   |
| Nov          | 615 497.–          | 478 061.–          | -189 157.–   |
| Dez          | 737 177.–          | 410 867.–          | 137 153.–    |
| <b>Total</b> | <b>9 417 107.–</b> | <b>7 069 612.–</b> |              |

## BEITRÄGE DER BUTTERZENTRALEN

Die Butterzentralen bezahlten im Berichtsjahr die in der Tabelle aufgezeigten Ansätze pro Kilogramm hergestellter resp. gesammelter Butter in den Lagerhaltungsfonds.

|                  | VoBu<br>Rp./kg | SiBu<br>Rp./kg | GeBu<br>Rp./kg |
|------------------|----------------|----------------|----------------|
| 2007 unverändert | 9              | 6              | 6              |
| ab 01. Juli 2008 | 11             | 8              | 8              |
| 2009 unverändert | 11             | 8              | 8              |
| ab 01. Aug. 2010 | 22             | 19             | 19             |
| 2011 unverändert | 22             | 19             | 19             |

## LAGERHALTUNGSFONDS, AUFWAND 2011



## 7. QUALITÄTSKONTROLLE

Die Qualitätsprüfung fokussierte sich im Berichtsjahr einerseits auf die Kontrolle der Gehalte an Aflatoxin M1, PCB, Dioxin, Schwermetallen und Pestiziden und andererseits auf die Kontrolle der Vitamingehalte. Die Gehalte an Aflatoxin M1, PCB, Dioxin, Schwermetallen und Pestiziden waren einwandfrei.

Die Kontrolle der Vitamingehalte zeigt, dass der Gehalt an Vitamin A durchschnittlich von 828,58 µg auf 732,50 µg um 96,1 µg (-11,6%) zurückgegangen ist. Dagegen ist der Gehalt an Vitamin D durchschnittlich von 2,38 µg auf 2,86 µg um 0,48 µg (+20,2%) und der Gehalt an Vitamin E von 1,82 mg auf 1,85 mg um 0,03 mg (+1,6%) gestiegen. Die Vitamingehalte der Milch und der daraus hergestellten Produkte unterliegen diversen Einflussfak-

toren. Die Schwankungen beruhen auf der Fütterung, der Pansen- und Darmflora, auf Haltungsbedingungen, Laktationsstadium, Rasse und Gesundheitszustand der Kühe. Auf die fettlöslichen Vitamine (A, D und E) wirken sich vor allem die Fütterung und die Haltung (Weidegang und Auslauf) der Tiere aus.

TABELLE Ø VITAMINGEHALTE JE 100 GRAMM

|   | 2007      | 2008      | 2009      | 2010      | 2011      |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| A | 868,00 µg | 879,67 µg | 735,33 µg | 828,58 µg | 732,50 µg |
| D | 2,51 µg   | 2,43 µg   | 2,10 µg   | 2,38 µg   | 2,86 µg   |
| E | 2,10 mg   | 2,26 mg   | 1,98 mg   | 1,82 mg   | 1,85 mg   |

### 8. BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT

Die Versorgungslage war im Berichtsjahr bei steigender Butterproduktion und rückläufigen Verkäufen unverändert. Lediglich im BIO-Bereich konnte im Herbst die Inlandversorgung nicht mehr sichergestellt werden. Nach Bewilligung der BIO SUISSE und im Auftrag eines Butterherstellers importierte die BO Butter in den Monaten Oktober und November gesamthaft 60 Tonnen BIO Austria Butter.

Gemäss Zollstatistik beliefen sich die Butterimporte (umgerechnet auf 82% Fett) auf insgesamt 313 Tonnen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zunahme um 57 Tonnen oder 22,3 Prozent. Ergänzend zu den 60 Tonnen BIO-Butter-Importen wurden im Rahmen des Veredelungsverkehrs 147 Tonnen importiert. Da im Jahr 2010 (Mai bis Dezember) im Rahmen des «Schoggigesetzes» für 83 Tonnen Importanrechte ausgestellt wurden und für entsprechende Importanrechte eine Frist von 12 Monaten ab Ausstellungsdatum besteht, wurden diese Importanrechte erst im Jahr 2011 ausgenutzt. Im Jahr 2011 wurden keine solchen Importanrechte mehr ausgestellt, diese Importe werden deshalb im Jahr 2012 nicht mehr anfallen.

Die Importe von Kleinmengen (Konsumenten und Gewerbe, Importe ausserhalb der Zollkontingente) betragen im Berichtsjahr rund 79 Tonnen. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Zunahme um 36 Tonnen oder 83,7 Prozent. Die Zunahme ist hauptsächlich auf Importe von wasserfreier Butter aus Frankreich (2011: 34 t, +23 t) zurückzuführen, was darauf hindeutet, dass diese zusätzlichen Importe durch gewerbliche Betriebe vorgenommen wurden.

Um den Inlandmarkt zu entlasten und die Butterlager abzubauen, wurden grössere Mengen Butter, fettreduzierte Butter und wasserfreie Butter, exportiert. Die wichtigsten Butterexportdestinationen waren im Berichtsjahr die Türkei (2'098 t), Syrien (531 t), die Russische Föderation (495 t), Ägypten (438 t), Belgien (374 t), Frankreich (357 t) und der Libanon (305 t). Weiter wurden grössere Mengen (3'991 t) fettreduzierte Butter (Brotaufstrich auf Milchbasis) in die EU exportiert. Die wichtigsten

Exportländer für diese Produkte waren Spanien (1'964 t), Frankreich (751 t) und Belgien (563 t). Der Export von rund 10 Tonnen wasserfreier Butter in die Türkei spielte im Berichtsjahr eine untergeordnete Rolle. In Butter 82% Fett umgerechnet betrug die zur Marktentlastung dienende Exportmenge 9'009 Tonnen.

#### BUTTEREXPORTE NACH LÄNDERN

(gemäss Angaben OZD, umgerechnet auf Butter 82% Fett)

|                 | 2010         | 2011         | Diff.        |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|
| Ägypten         | 432          | 438          | 6            |
| Arab. Emirate   |              | 46           | 46           |
| Belgien         | 120          | 898          | 778          |
| Dänemark        | 194          | 103          | -91          |
| Deutschland     | 10           | 52           | 42           |
| Frankreich      |              | 949          | 949          |
| Israel          | 22           | 58           | 36           |
| Jemen           |              | 146          | 146          |
| Jordanien       |              | 1            | 1            |
| Katar           |              |              |              |
| Kuwait          |              | 21           | 21           |
| Libanon         | 93           | 305          | 212          |
| Marokko         | 422          |              | -422         |
| Niederlande     |              | 136          | 136          |
| Russische Föd.  | 253          | 495          | 242          |
| Saudi-Arabien   | 100          | 89           | -11          |
| Senegal         | 132          | 294          | 162          |
| Spanien         |              | 1 773        | 1 773        |
| Syrien          | 150          | 531          | 381          |
| Türkei          | 2 238        | 2 108        | -130         |
| Tunesien        |              | 103          | 103          |
| Ungarn          |              |              |              |
| Ver. Königreich |              | 468          | 468          |
| EB div. Länder  |              | 8            | 8            |
| <b>Total</b>    | <b>4 165</b> | <b>9 020</b> | <b>4 855</b> |

#### BUTTERIMPORTE

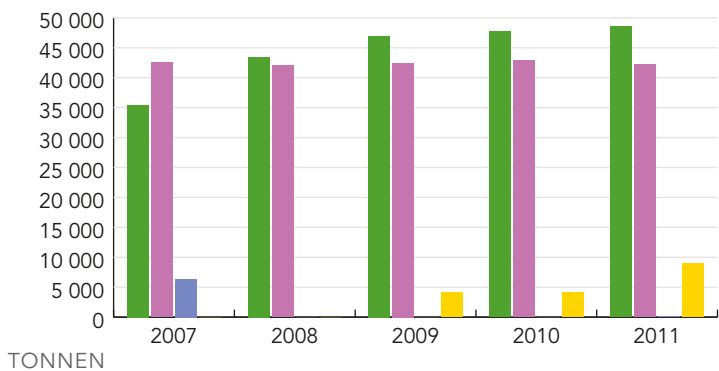
|   | 2010       | 2011       | Diff.     |
|---|------------|------------|-----------|
| Importe BOB zur Inlandversorgung (innerhalb Zollkontingent BLW) |            | 60         | 60        |
| Importe Dritter (innerhalb Zollkontingent BLW)                  | 5          | 27         | 22        |
| Importe für Veredelungsverkehr im Rahmen des Schoggigesetzes    |            | 83         | 83        |
| Importe für Veredelungsverkehr (normales Verfahren)             | 208        | 64         | -144      |
| Importe von Kleinmengen   | 43         | 79         | 36        |
| <b>Total</b>  | <b>256</b> | <b>313</b> | <b>57</b> |

## 9. BUTTERVERBRAUCH

Der Butterabsatz der industriellen Butterhersteller ist im Berichtsjahr um 631 Tonnen oder 1,5 Prozent auf 42'249 Tonnen zurückgegangen. Der Absatz bei den Butter-Kleinpackungen konnte nicht auf dem Vorjahresniveau gehalten werden. Gesamthaft wurden 964 Tonnen weniger verkauft. Vorzugsbutter (-319 t), Käseireibutter (-26 t), Die Butter (-421 t) und Bratbutter (-207 t) waren rückläufig, nur Bratcrème (+9 t) konnte leicht zulegen. Bei den Butter-Grosspackungen war dagegen die Ent-

wicklung positiv. Der Absatz der wasserfreien Butter (eingesottene Butter [+102 t] und Milchfettfraktionen [+25 t]) nahm um 127 t zu. Der Verkauf von wasserhaltiger Butter (Industrie- und Gewerbebutter +251 t, Spezialbutter -45 t) konnte ebenfalls im Gesamten um 206 Tonnen gesteigert werden, wobei der Rückgang bei den Butterspezialitäten durch die Zunahme bei der Industrie- und Gewerbebutter bei Weitem kompensiert wurde.

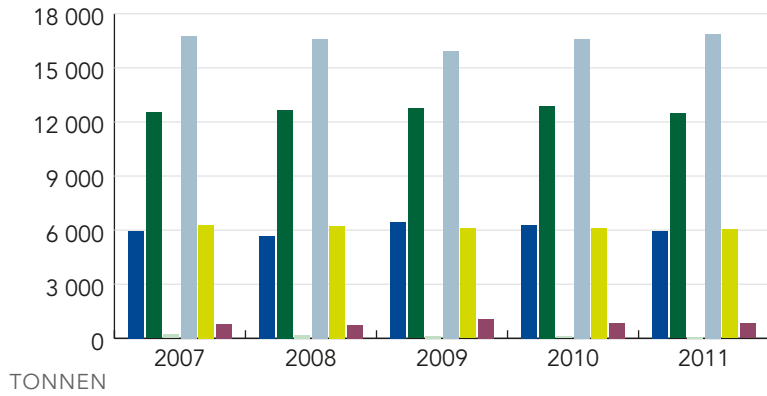
PRODUKTION, VERBRAUCH, IMPORTE, EXPORTE 2007 – 2011



|            | 2007   | 2008   | 2009   | 2010   | 2011   |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Produktion | 35 436 | 43 473 | 46 969 | 47 715 | 48 563 |
| Verbrauch  | 42 582 | 42 089 | 42 458 | 42 880 | 42 249 |
| Importe    | 6 359  | 0      | 0      | 0      | 60     |
| Exporte    | 0      | 0      | 4 105  | 4 089  | 9 009  |

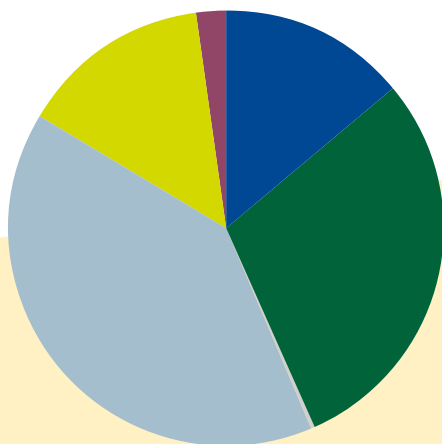


BUTTERVERKÄUFE 2007 – 2011



|                          | 2007<br>in Tonnen | 2008<br>in Tonnen | 2009<br>in Tonnen | 2010<br>in Tonnen | 2011<br>in Tonnen | + /-<br>in Tonnen | + /-<br>in Prozent |
|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| Vorzugsbutter            | 5 973             | 5 677             | 6 433             | 6 294             | 5 975             | -319              | -5,1 %             |
| DIE BUTTER               | 12 522            | 12 642            | 12 747            | 12 885            | 12 464            | -421              | -3,3 %             |
| Käseibutter              | 212               | 181               | 146               | 109               | 83                | -26               | -23,9 %            |
| Industrie-/Gewerbebutter | 16 768            | 16 616            | 15 944            | 16 618            | 16 869            | 251               | 1,5 %              |
| Entwässerte Butter       | 6 305             | 6 246             | 6 094             | 6 104             | 6 033             | -71               | -1,2 %             |
| Spezialbutter            | 802               | 727               | 1 092             | 870               | 825               | -45               | -5,2 %             |
| <b>Total</b>             | <b>42 582</b>     | <b>42 089</b>     | <b>42 456</b>     | <b>42 880</b>     | <b>42 249</b>     | <b>-631</b>       | <b>-1,5 %</b>      |

VERKAUFSANTEILE 2011 (nach Sorten)



|                                   |
|-----------------------------------|
| Vorzugsbutter: 14,1 %             |
| DIE BUTTER Kleinpackungen: 29,5 % |
| Käseibutter: 0,2 %                |
| Industrie-/Gewerbebutter: 39,9 %  |
| Entwässerte Butter: 14,3 %        |
| Spezialbutter: 2,0 %              |

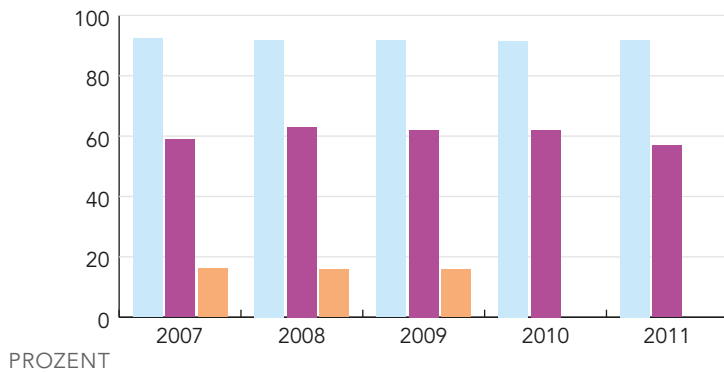
## KAUFVERHALTEN UND KONSUMENTENPREISE (bei Butter und Margarine)

|      | 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 |
| 2007 | 92,3 %                  | 58,9 % | 16,2 % | 16,8             | 6,6 | 0,7  | 12,90                       | 8,20 | 15,80 | 216,5            | 54,4 | 10,3 |
| 2008 | 91,8 %                  | 63,0 % | 15,9 % | 17,6             | 7,0 | 0,6  | 13,90                       | 8,70 | 17,60 | 245,8            | 60,2 | 11,0 |
| 2009 | 91,6 %                  | 62,0 % | 15,8 % | 18,3             | 6,9 | 0,6  | 14,20                       | 8,60 | 18,30 | 258,8            | 59,6 | 11,8 |
| 2010 | 91,5 %                  | 62,1 % | k. A.  | 18,0             | 6,6 | 0,6  | 13,90                       | 8,50 | 18,80 | 251,5            | 56,1 | 12,2 |
| 2011 | 91,9 %                  | 56,9 % | k. A.  | 18,1             | 6,3 | 0,6  | 13,90                       | 8,40 | 18,40 | 251,3            | 52,8 | 12,2 |

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

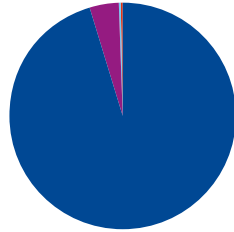
2007 – 2011 Quelle Nielsen

## KAUFENDE HAUSHALTE 2007 – 2011





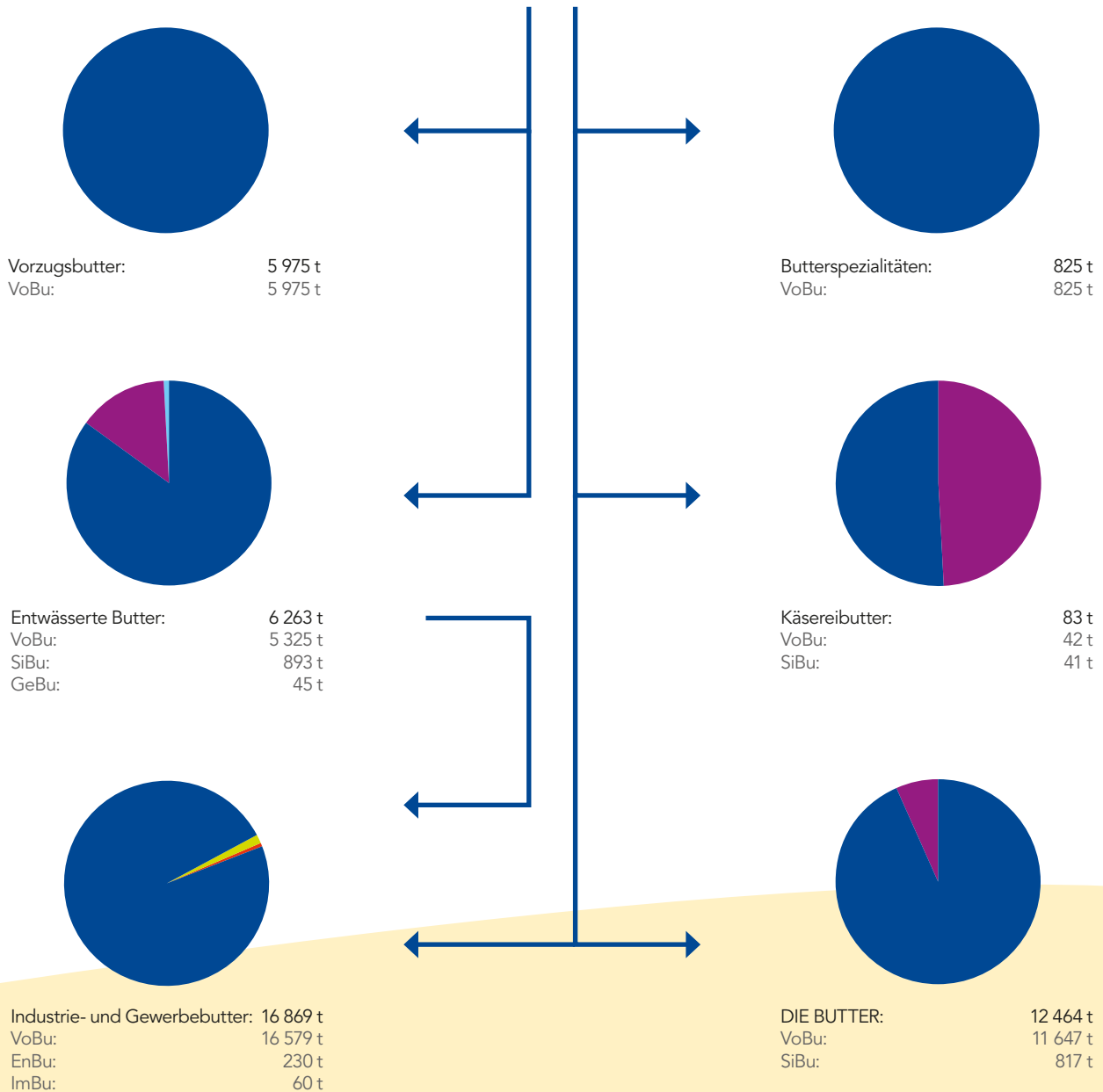
## ROHSTOFFAUFTEILUNG FÜR INLANDMARKT 2011 (in Butter 82,0% Fett)



Verkaufte Menge: 42 249 Tonnen

### ROHSTOFFE UND HALBFABRIKATE

|  |                     |               |
|--|---------------------|---------------|
| <span style="color: #004a87;">■</span> | Vorzugsbutter:      | 40 393 Tonnen |
| <span style="color: #800080;">■</span> | Sirtenrahmbutter:   | 1 751 Tonnen  |
| <span style="color: #add8e6;">■</span> | Gesammelte Butter:  | 45 Tonnen     |
| <span style="color: #ff4500;">■</span> | Import Butter:      | 60 Tonnen     |
| <span style="color: #90ee90;">■</span> | Entwässerte Butter: | 230 Tonnen    |



## 10. FETTSTOFFMARKT

## GESAMTER FETTSTOFFVERBRAUCH

Der gesamte Fettstoffverbrauch belief sich auf 194'190 Tonnen. Der Verbrauch nahm im Berichtsjahr um 7'840 oder 4,2 Prozent zu.

Die Verkäufe an wasserhaltigen Fetten sind gesamthaft praktisch unverändert geblieben +2 Tonnen oder 0,0 Prozent. Der Absatz der wasserfreien Fette hat erneut um 7'838 Tonnen oder 6,2 Prozent stark zugenommen.

Die Butterverkäufe nahmen insgesamt um 277 Tonnen oder 0,6 Prozent ab. Bei der entwässerten Butter war der Absatz um 71 Tonnen oder 1,2 Prozent tiefer als im Vorjahr, bei der wasserhaltigen Butter waren die Verkäufe um 206 Tonnen oder 0,5 Prozent tiefer.

Bei den Pflanzenfetten war die Entwicklung des Absatzes bei den wasserfreien Fetten deutlich positiv. Die Absatzmenge der wasserfreien Pflanzenfette nahm im Berichtsjahr um 7'909 Tonnen oder 6,6 Prozent zu und diejenige der wasserhaltigen Pflanzenfette nahm um 208 Tonnen oder 1,0 Prozent zu.

## DIE ENTWICKLUNG DER EINZELNEN FETTSTOFFE

(im Vergleich zum Vorjahr)

|   | 2010<br>in Tonnen | 2011<br>in Tonnen | +/-<br>in Tonnen | +/-<br>in Prozent |
|---|-------------------|-------------------|------------------|-------------------|
| Wasserhaltige Butter                            | 38 806            | 38 600            | -206             | -0,5 %            |
| Entwässerte Butter                              | 6 104             | 6 033             | -71              | -1,2 %            |
| <b>Butter (inkl. Ortsverkauf und inkl. VVK)</b> | <b>44 910</b>     | <b>44 633</b>     | <b>-277</b>      | <b>-0,6 %</b>     |
| Margarine                                       | 18 249            | 17 614            | -635             | 3,5 %             |
| Minarine  | 3 051             | 3 894             | 843              | 27,6 %            |
| <b>Margarine/Minarine Total</b>                 | <b>21 300</b>     | <b>21 508</b>     | <b>208</b>       | <b>1,0 %</b>      |
| Pflanzenöle/-fette                              | 120 140           | 128 049           | 7 907            | 6,6 %             |
| <b>Total</b>                                    | <b>186 350</b>    | <b>194 190</b>    | <b>8 588</b>     | <b>4,6 %</b>      |
| Verkäufe Dritter (inkl. GP)                     | 1 774             | 2 071             | 297              | 16,7              |
| Butter Veredelungsverkehr                       | 208               | 147               | -61              | -29,3             |

## FETTSTOFFVERBRAUCH HANDEL

Der gesamte Verbrauch von Fett beim Handel nahm im Berichtsjahr um 1'977 Tonnen oder 3,3 Prozent zu.

Der Absatz entwickelte sich bei den einzelnen Fettstoffen wie folgt:

|                               | +/-<br>in Prozent |
|-------------------------------|-------------------|
| Wasserhaltige Butter          | -3,8 %            |
| Entwässerte Butter            | -24,4 %           |
| Margarine/Minarine            | 5,7 %             |
| Pflanzenfett                  | -5,6 %            |
| Pflanzenöl                    | 9,2 %             |
| <b>Fettstoff Handel Total</b> | <b>3,3 %</b>      |

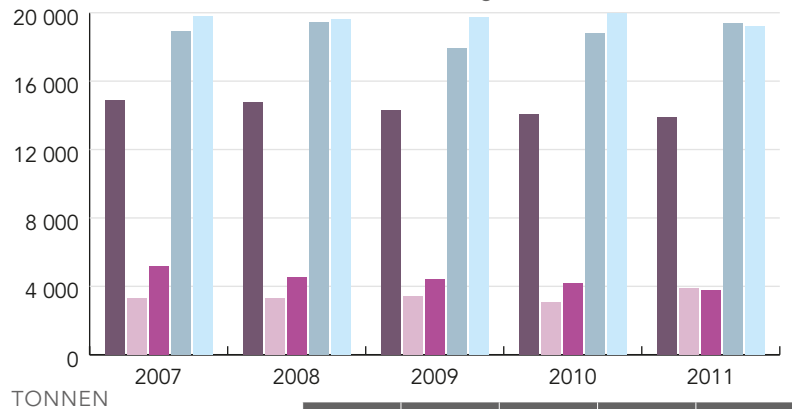
## WASSERHALTIGE FETTSTOFFE – HANDEL

Der Verbrauch bei den wasserhaltigen Fettstoffen nahm insgesamt um 353 Tonnen oder 1,3 Prozent ab. Der Absatz bei der wasserhaltigen Butter ging um 766 Tonnen oder 3,8 Prozent zurück, die Verkäufe von Margarine und Minarine nahmen dagegen um 413 Tonnen oder 5,7 Prozent zu.

## WASSERFREIE FETTSTOFFE – HANDEL

Der Verkauf der wasserfreien Fettstoffe nahm im Berichtsjahr um 2'330 Tonnen oder 7,2 Prozent zu. Der Absatz bei der entwässerten Butter nahm erneut deutlich um 198 Tonnen oder 24,4 Prozent ab. Beim wasserfreien Pflanzenfett war die Entwicklung unterschiedlich. Nahmen die festen Pflanzenfette um 139 Tonnen oder 5,6 Prozent ab, sind dagegen die Verkäufe von wasserfreien Pflanzenölen um 2'667 Tonnen oder 9,2 Prozent angestiegen.

## WASSERHALTIGE FETTSTOFFE 2007 – 2011 (inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



|                         | 2007          | 2008          | 2009          | 2010          | 2011          |
|-------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Margarine Gewerbe/Ind.  | 14 889        | 14 744        | 14 285        | 14 071        | 13 866        |
| Minarine Letztabnehmer  | 3 299         | 3 296         | 3 410         | 3 051         | 3 894         |
| Margarine Letztabnehmer | 5 159         | 4 536         | 4 423         | 4 178         | 3 748         |
| Butter Gewerbe/Ind.     | 18 890        | 19 438        | 17 936        | 18 818        | 19 378        |
| Butter Letztabnehmer    | 19 807        | 19 608        | 19 726        | 19 988        | 19 222        |
| <b>Total</b>            | <b>62 044</b> | <b>61 622</b> | <b>59 780</b> | <b>60 106</b> | <b>60 108</b> |

## FETTSTOFFVERBRAUCH

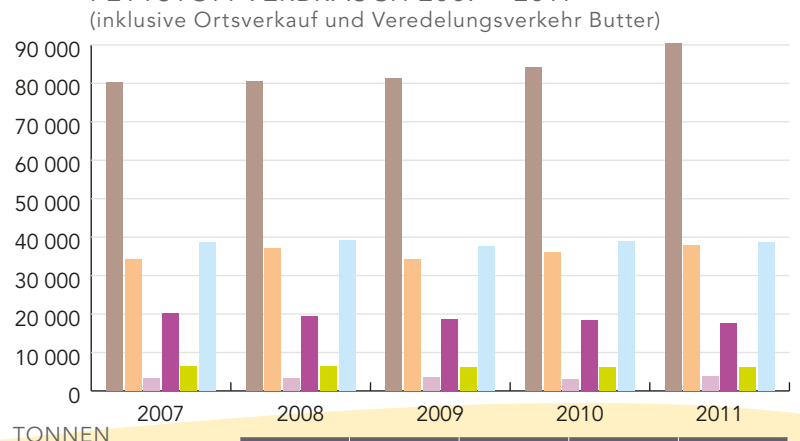
### GEWERBE UND INDUSTRIE

Der gesamte Fettverbrauch bei Gewerbe und Industrie hat gegenüber dem Vorjahr deutlich um 5'863 Tonnen oder 4,6 Prozent zugelegt.

Bei den wasserhaltigen Fettstoffen nahm der Absatz um 355 Tonnen oder 1,1 Prozent zu. Der Verbrauch bei der Butter nahm dabei um 560 Tonnen oder 3,0 Prozent zu, dagegen nahm der Verbrauch bei der Margarine und Minarine jedoch um 205 Tonnen oder 1,5 Prozent ab.

Bei den wasserfreien Fettstoffen nahm der Absatz markant um 5'508 Tonnen oder 5,9 Prozent zu. Der Absatz bei der entwässerten Butter nahm um 127 Tonnen oder 2,4 Prozent zu, bei den Speisefetten um 1'954 Tonnen oder 5,8 Prozent, und bei den Pflanzenölen stieg der Verkauf um 3'427 Tonnen oder 6,2 Prozent.

## FETTSTOFFVERBRAUCH 2007 – 2011 (inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



|              | 2007           | 2008           | 2009           | 2010           | 2011           |
|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Pflanzenöl   | 80 364         | 80 489         | 81 228         | 84 229         | 90 323         |
| Pflanzenfett | 34 114         | 37 154         | 34 105         | 35 911         | 37 726         |
| Minarine     | 3 299          | 3 296          | 3 410          | 3 051          | 3 894          |
| Margarine    | 20 048         | 19 280         | 18 708         | 18 249         | 17 614         |
| Entw. Butter | 6 305          | 6 246          | 6 094          | 6 104          | 6 033          |
| Butter       | 38 697         | 39 046         | 37 662         | 38 806         | 38 600         |
| <b>Total</b> | <b>182 827</b> | <b>185 511</b> | <b>181 207</b> | <b>186 350</b> | <b>194 190</b> |



## 11. ABSATZFÖRDERUNG

### FLORALP

Das Ziel der Basiskampagne FLORALP ist, die Traditionsmarke als frisches, natürliches Premiumprodukt zu positionieren und dem Konsumenten/der Konsumentin immer wieder aufs Neue die Markenkernwerte von FLORALP vor Augen zu führen. Im Frühjahr 2011 gelang es der Kampagne mit einem nationalen Plakataushang (F12- und F200-Plakatformat) und einer neuen, frischen, einfachen Idee an die Erfolge der Vorjahre anzuknüpfen. Das neue Ostermotiv «Osterhase» mit dem Slogan «Das Original. Unwiderstehlich.» begeisterte die Schweizer Bevölkerung erneut, und die vielen Anfragen, ob dieses Sujet auch als Poster privat erhältlich sei, zeigten, dass das Werbesujet beachtet wurde. Es wurden auch in diesem Jahr wieder effektvolle Spezialplakataushänge realisiert. So wurde das Hasenmotiv an ausgesuchten Stellen zweidimensional über das herkömmliche F12-Plakatformat hinausragend inszeniert und erzielte somit zusätzliche Aufmerksamkeit.

Auch die Werbebranche zollte der FLORALP-Kampagne Tribut. So belegte das «Grittibänz»-Motiv in der Kategorie «Beste kommerzielle nationale Plakatkampagne» am Swiss Poster Award – der «Oscar»-

Verleihung für Werbeschaffende – den ersten Platz für das kreativste Schweizer Plakat. Mit den folgenden Worten wurde die Gold-Trophäe überreicht: «Schön, wenn ein Plakat schnell informiert, die Botschaft in Sekundenbruchteilen überkommt und der Betrachter sofort weiss, worum es geht. Dies geschieht beim Plakat «Grittibänz». Man kann sich daran nicht sattsehen. Nicht nur ein Plakat, nein schon fast ein Film.» Saisonal passend wurde im November 2011 das Sujet «Grittibänz» mit einer Plakatkampagne geschaltet.

Die Basiskampagne wird ganzjährig von der Treuepunktepromotion flankiert. Das Ziel dieses Kundenbindungssystems ist es, dass bestehende FLORALP-Kunden vom Wechsel zu einer anderen Buttermarke abgehalten werden und neue Kunden durch einen Mehrwert, sprich eine attraktive Treueprämie, als FLORALP-Konsumenten gewonnen werden können. Damit das Prämienangebot abwechslungsreich und interessant bleibt, wird es laufend mit neuen Prämien ergänzt. Die Prämien reichen vom FLORALP-Brunchgeschirr über FLORALP-Toaster bis hin zu Schlüsselanhängern. Um die Konsumenten zusätzlich zu aktivieren, wurden zum Muttertag, zu Ostern, zum Schulstart und zu Weihnachten zeitlich befristete Sonderprämien angeboten. Gegenüber dem Vorjahr wurden 2011 6,0 Prozent mehr FLORALP-Sammelpunkte eingelöst. Insgesamt wurden beinahe 59'000 Prämien bestellt.

Neben der Basiskampagne und der Sammelpromotion wird die Absatzförderung durch verschiedene neue Medienkanäle ergänzt. So kommuniziert FLORALP aktiv im sozialen Netzwerk Facebook und kann sich zunehmender Beliebtheit erfreuen. Auch wurde das Grittibänz-Sujet so animiert, dass es über die neuen E-Panels (Bewegbildplakate) gestreut werden konnte.



#### BASISKAMPAGNE BUTTER, BRATBUTTER UND BRATCRÈME

Die Hauptkommunikationsziele der Basis-kampagne Butter liegen einerseits in der Stärkung der Gattung Butter im Konkurrenzumfeld und dem Erhöhen des Anteils von Butter am Fettstoffmarkt, andererseits soll Butter als zeitgemässes, natürliches und vielseitiges Lebensmittel etabliert werden. Hauptzielgruppe für die Gattungskommunikation von Butter sind alle haushaltsführenden Personen der Schweiz. 2011 wurden vor allem Promotionen umgesetzt, die die Kernwerte (Natürlichkeit, Echtheit und Geschmack) und die Anwendungsbereiche der Butter (zum Braten, Backen, Kochen...) thematisierten.

Traditionell findet unter [www.butter.ch](http://www.butter.ch) an Ostern und an Weihnachten jeweils ein Online-Quiz mit Wissens- und Anwendungsfragen zum Thema Butter statt. Die stetig steigenden Teilnehmerzahlen zeigen, dass diese Spiele sehr beliebt sind. Im Sommer wurden DIE BRATBUTTER und DIE BRATCRÈME mit einer Publireportage rund ums Thema Grillen thematisiert. Neben Grilltipps und feinen Rezepten (Marinaden) war noch viel Wissenswertes zum Thema Bratbutter und Bratcrème Bestandteil dieser Reportage.

Zum Nationalfeiertag wurde dann eine Plakatkampagne zum Thema, wie man einen Butterzopf in Schweizerkreuzform flechten kann, geschaltet.

Im Herbst wurde, um den Verkauf von Butter und Butterprodukten aktiv anzukurbeln, eine umfangreiche Sammelpromotion gestartet. Für zwei Kilogramm Schweizer Butter konnten die Konsumenten gratis eine Freizeittasche im Retrolook aus drei verschiedenen Designs auswählen. Gültig waren alle Barcodes von einheimischen Butterprodukten sowie von Bratcrème und Bratbutter. Über 19'000 Freizeittaschen wurden bestellt, was einer Menge von rund 38'000 kg gekaufter Butter entsprach.

Um die Guetzlizeit zu verlängern, konnten Konsumenten bereits im November von der Guetzliförmchen-Aktion profitieren. Wer sich auf der Internetseite gratis registrierte, erhielt ein Tannenbaum-Guetzli-Ausstechformenset mit «gluschtigem» Butterguetzlirezept. Innerhalb weniger Tage waren 26'000 Sets versandt.

In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Bäcker- und Konditorenmeisterverband SBKV wurden im Business-to-Business-Bereich wiederum 130'000 Tragtaschen mit weihnachtlichem Butterdekor und Steller produziert. Ab einer bestimmten bestellten Menge Butter wurden diese Tragtaschen den Bäckern gratis zur Verfügung gestellt.

## 12. WELTMARKT FÜR BUTTER

Die EU-Kommission stellt bis 2020 eine optimistische Milchmarktprognose und geht von günstigen Aussichten aus. Das anhaltende Wachstum der Weltmarktnachfrage wird dabei als treibende Kraft gesehen. Dieses beruht auf den steigenden Bevölkerungszahlen und dem Wirtschaftswachstum in Verbindung mit einer zunehmenden Präferenz für Milchprodukte. Die anhaltende Importnachfrage, besonders aus Schwellenländern, wird einen positiven Einfluss auf die Preise haben, was die Exportmöglichkeiten der EU stärken wird. Dennoch geht die EU davon aus, dass die Anteile der EU am Welthandel mit Milchprodukten schrumpfen werden wegen der Erwartung, dass der Euro wieder stärker und somit die Wettbewerbsfähigkeit der EU dadurch geschwächt wird. Das Wachstum der EU-Milchproduktion wird für die genannte Zeitspanne auf rund 7 Prozent geschätzt. Der Anteil am weltweiten Handel soll bis ins Jahr 2020 auf 27 Prozent zurückgehen.

|            | Milchmenge 2011 | Veränderung |
|------------|-----------------|-------------|
| EU         | 139,0 Mio. t    | +2,1 %      |
| Neuseeland | 18,9 Mio. t     | +10,5 %     |
| Australien | 9,5 Mio. t      | +2,4 %      |
| USA        | 89,0 Mio. t     | +1,8 %      |

Quelle ZMB

Dairy Australia sieht in ihrem letzten Quartalsbericht 2011 für das Wirtschaftsjahr 2011/2012 ein Wachstum des Milchaufkommens um 3 bis 4 Prozent auf knapp 9,8 Mio. Tonnen voraus. Diese Erwartung stützt sich auf die in den meisten Regionen besseren klimatischen Bedingungen als in den Vorjahren, genügende Wasservorräte und sinkende Futterkosten. Weiter sind in Australien die Kuhschlachtungen 2011 um 20 Prozent unter dem Durchschnitt der letzten neun Jahre, was darauf hinweist, dass wieder mehr Milchkühe gehalten werden. Für den internationalen Handel werden sowohl positive als auch negative Vorzeichen gesehen. Als negativ wird die hohe Milchproduktion der vergangenen Monate in den meisten Exportländern angeführt. Zudem werden Befürchtungen geäußert über die Wirkung der europäischen Schuldenkrise, der hohen Arbeitslosigkeit und der sinkenden Verbraucherausgaben in den USA auf die Weltwirtschaft. Dairy Australia geht davon aus, dass die starke Nachfrage aus Südostasien, China, dem Mittleren Osten und Nordafrika weiter anhält. Zudem wird als positiv gewertet, dass die Preise für pflanzliche Fette und Sojaprotein gestiegen sind, während Butter und andere Milchprodukte preislich nachgegeben haben.

Der chinesische Markt hat im Berichtsjahr weiter stark zugelegt. Erfreulicherweise nehmen die Importe nicht nur im Bereich von Milchpulver, sondern auch bei den restlichen Milchprodukten stark zu. Dabei konnten die Importe für Butter um 23,2 Prozent (+ 3'464 t) und Käse um 24,5 Prozent (+ 5'624 t) gesteigert werden. Die höchste Zuwachsrate verzeichnete aber Butteröl mit 102,3 Prozent (+ 8'743 t).

### LAGERBESTÄNDE VON BUTTER IN DER EU zu Beginn des Jahres (in Tonnen)

|                          | 17. 1. 2008   | 18. 1. 2009   | 21. 1. 2010    | 20. 1. 2011   | 19. 1. 2012   |
|--------------------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Öffentliche Lagerhaltung | 0             | 0             | 76 341         | 1 544         | 1 400         |
| Private Lagerhaltung     | 31 302        | 18 398        | 24 167         | 24 085        | 22 132        |
| <b>Total</b>             | <b>31 302</b> | <b>18 398</b> | <b>100 508</b> | <b>25 629</b> | <b>23 532</b> |

Quelle ZMP/AMI



