boButter GmbH

Branchenorganisation Butter BOB

JAHRESBERICHT **2020**

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 2020, 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 WISSENSWERTES ÜBER BUTTER 20

13 WELTMARKT FÜR BUTTER 21

1 VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Das Jahr 2020 war von der Corona-Pandemie geprägt. Niemand ahnte im Januar 2020, dass sich die Schweiz ab März im Lockdown befinden würde. Restaurants, Schulen, Läden, Skigebiete, Landesgrenzen, Kulturbetriebe und vieles mehr war auf einmal geschlossen. Die Schliessung der Grenzen wirkte sich auch auf den Butterkonsum aus. So stieg die Nachfrage nach Butter im Frühling stark, weshalb der Lageraufbau tiefer als in den Vorjahren war. Darum kamen bereits im Frühjahr Diskussionen über Butterimporte auf.

In der Schweiz wurden im Berichtsjahr insgesamt 38 130 Tonnen Butter hergestellt. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Produktionsabnahme von 1949 Tonnen oder 4,9 Prozent. Obschon sich der Absatz im Inland um 651 Tonnen verringerte, darf ich feststellen, dass sich die Butterverkäufe mit 41 162 Tonnen auf einem guten Niveau hielten.

Wie bereits 2019 wurde auch 2020 Butter in die Schweiz importiert. Die Einfuhr von gesamthaft 6713 Tonnen Butter führte insbesondere in den landwirtschaftlichen Medien/Kreisen zu angeregten Debatten. Man kann aber festhalten, dass 2020 die Butterpreise und dadurch auch die Milchpreise erhöht wurden.

Aufgrund der weiterhin tiefen Milcheinlieferungen zu Beginn des Jahres 2021 gehe ich davon aus, dass die inländische Butterproduktion auch im laufenden Jahr nicht ausreicht, um den gesamten Bedarf zu decken. Vermutlich wird auch 2021 Butter aus dem Ausland in die Schweiz eingeführt.

Für das Jahr 2021 erhoffe ich mir, dass wir die Corona-Pandemie in den Griff bekommen und zum gewohnten Alltag zurückkehren können. Für die Butterbranche wünsche ich mir, dass die Schweizer Konsumenten und die einheimische Nahrungsmittelindustrie weiterhin Schweizer Butter kaufen respektive verarbeiten. In diesem Sinne wünsche ich allen unseren Gesellschaftern im Jahr 2021 einen guten Geschäftsverlauf. Der Geschäftsstelle danke ich für den grossen Einsatz und die angenehme Zusammenarbeit im vergangenen Jahr.

Urs Werder, Präsident BO Butter

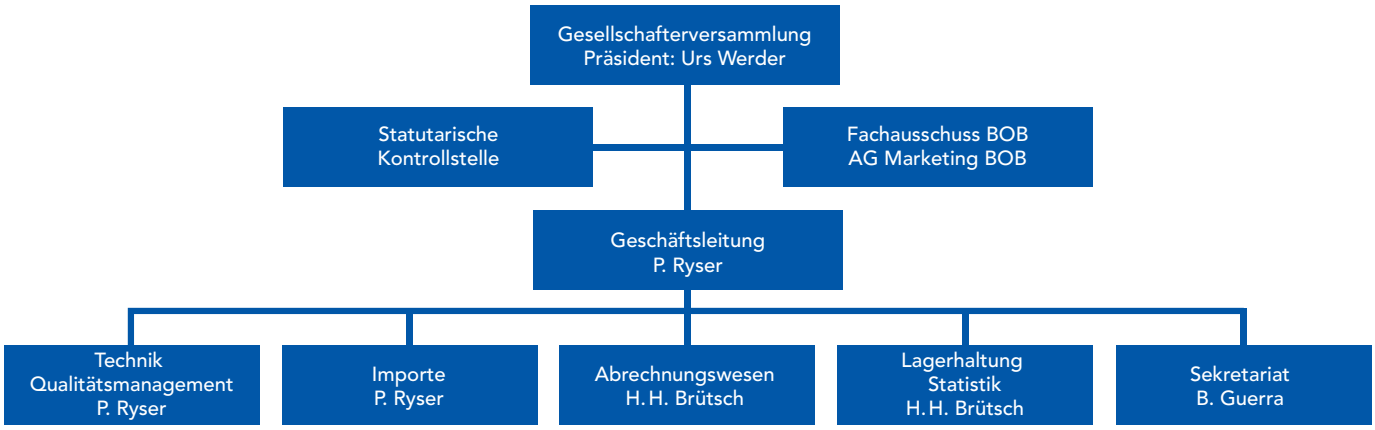
2 DIE BO BUTTER GMBH

FIRMENSITZ

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

GESELLSCHAFTER

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

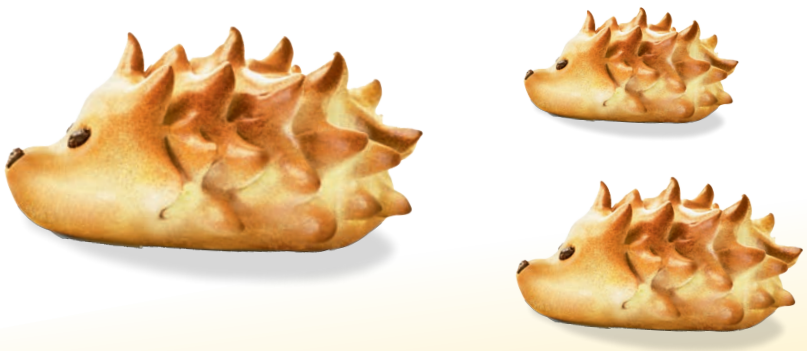


Organigramm der BO Butter GmbH, Stand 1. Januar 2021

DIE WEBSITE BO BUTTER GMBH

Fachleute wie auch Konsumenten nutzen das Internet immer häufiger zur Informationsbeschaffung. Auf der Website der BO Butter GmbH wird diese Veränderung ebenfalls festgestellt. Die Website der BO Butter GmbH informiert über deren Tätigkeiten, deren Statistiken und deren Buttermarken.

Im Jahr 2020 wurde die Website der BO Butter GmbH von 5681 Nutzern aufgerufen, wovon nur 10 Prozent wiederkehrende Besucher der Website sind. Die weiteren Besucher interessieren sich aus unterschiedlichsten Gründen erstmals für die Tätigkeiten der BO Butter GmbH. 79,9 Prozent der Nutzer sind in der Schweiz angesiedelt. Der Trend zur mobilen Nutzung des Internets wird auf dieser Website ebenfalls festgestellt. So nutzt bereits über ein Drittel mobile Geräte, um Informationen der BO Butter GmbH zu bekommen.

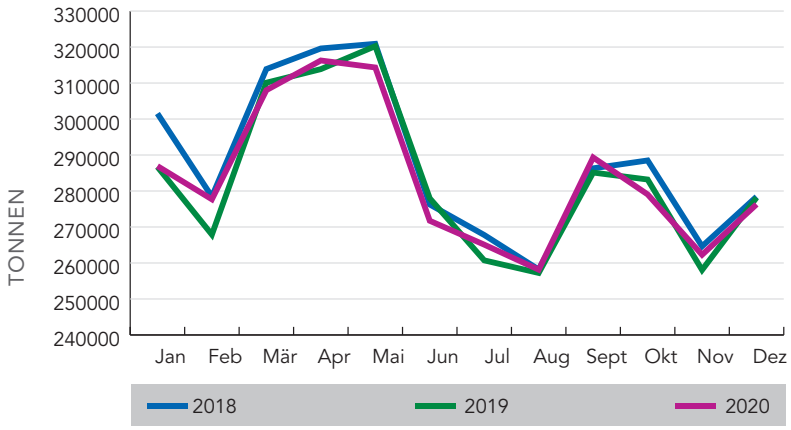


3 DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT

Das Jahr startet mit einem ausserordentlich tiefen Butterlagerbestand. Zu Beginn des Jahres sind lediglich 147 Tonnen in den Tiefkühllagern eingelagert.
Am 2. Februar bespricht die BOB mit dem Bundesamt für Landwirtschaft die Situation zur Inlandversorgung. Die BOB schätzt im Februar, dass es bis Ende Jahr 4000 Tonnen Butter zu wenig haben wird.
Im März kommt in der Schweiz mit den Covid-19-Massnahmen der erste Lockdown. Hamsterkäufe und die Tatsache, dass nicht mehr im Ausland eingekauft werden kann, führen dazu, dass die Verkäufe im März um knapp 20 Prozent über dem Vorjahr liegen.
Am 25. März kündigt die BOB an, den Richtpreis für Industrierahm auf 1. Juli 2020 um 60 Rp. je kg Fett zu erhöhen, damit mehr Rohstoff für die Butterherstellung verfügbar wird.
Die Coronakrise führt bei bestimmten Zutaten in der Lebensmittelindustrie zu Lieferengpässen. Da eine kurzfristige Anpassung des Verpackungsmaterials innert wenigen Tagen oft nicht umsetzbar ist, ändert der Bundesrat am 16. April die Lebensmittel- und Gebrauchsgegenständeverordnung. Die neue Regelung lockert während 6 Monaten die Deklarationsvorschriften.
Im Mai ersteigert die BOB aus der ersten, zusätzlichen Tranche Butterimportkontingente Importanrechte von 1000 Tonnen Butter.
Im Juli wird in der BO Milch über eine weitere Tranche Importkontingente diskutiert. Nachdem sich die Arbeitsgruppe der BO Milch nicht einig wird, stellt die BOB dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) Antrag auf eine weitere Erhöhung der Importkontingente um 2000 Tonnen Butter. Die BO Milch zeigt sich danach mit einer Erhöhung der Importkontingente um 1800 Tonnen einverstanden.
Im Juli wird die Plakatwerbung von Floralp mit dem Preis «Poster of the month» ausgezeichnet.
Da die Importkontingente zu spät versteigert wurden und die Möglichkeit, Privatlabels auf Importbutter umzustellen, nicht mehr ausreichte, um den Inlandbedarf abdecken zu können, entscheidet die Branche Ende Juli, DIE BUTTER ab August ebenfalls auf Importbutter umzustellen. Obwohl schon mehrere Produkte mit Importbutter auf dem Markt sind, fokussiert sich das öffentliche Interesse – medial angefacht von Seiten der unzufriedenen Bauern – auf die Marke DIE BUTTER. Zum Leidwesen der Marke Floralp wird diese ebenfalls immer wieder mit Importbutter in Zusammenhang gebracht, obwohl für Floralp Vorzugsbutter die Verwendung von Importbutter nie ein Thema war. Am 19. Oktober wird DIE BUTTER wieder auf Schweizer Qualität umgestellt, was über Social Media und Plakatwerbung kommunikativ begleitet wird.
Die BOB entwickelt im Herbst zusammen mit der BO Milch eine Rollende Planung, welche zukünftig laufend den Importbedarf unter Berücksichtigung der Reserven berechnen soll. Die Rollende Planung berücksichtigt nebst der Butterbranche die Einschätzungen der Milchproduzenten, der Milchhändler, des Detailhandels und der Käsebranche. Ende Oktober ergibt auf Basis dieser Einschätzungen die Rollende Planung bis Ende Jahr ein Manko von 2000 Tonnen. Dem BLW wird eine weitere Erhöhung der Butterimporte um 2000 Tonnen beantragt.
Im November versteigert das BLW zusätzliche 2000 Tonnen Butterimportkontingente, wovon knapp 1500 Tonnen der BOB und gut 500 Tonnen einem Betrieb der Migros zugeteilt werden. Die BOB importiert innert vier Wochen über 1000 Tonnen Butter, da die Importkontingente auf Ende des Jahres verfallen.
Ende Dezember beträgt der Tiefkühllagerbestand 1140 Tonnen. Die Situation hat sich mit den Importen entschärft, und mit einer Reserve für das neue Jahr wird es möglich sein, genügend Importbutter über die Privatlabels auf den Markt zu bringen, ohne dass DIE BUTTER auf Importbutter umgestellt werden muss.

4 VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG

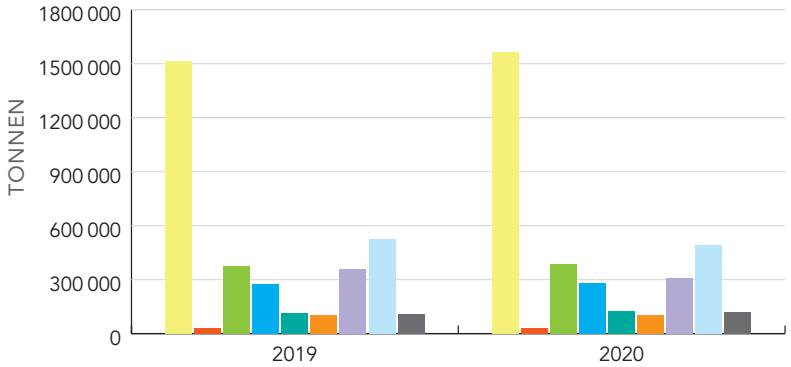
MILCHEINLIEFERUNGEN 2018 – 2020 (inkl. Zonen- und Alpenmilch)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2018	2019	2020
Jan	301 529	286 718	286 931
Feb	278 442	267 882	277 692
März	313 882	310 089	308 012
April	319 607	313 862	316 266
Mai	320 896	320 254	314 324
Juni	276 255	277 958	271 730
Juli	267 781	260 730	265 095
Aug	258 193	257 232	258 140
Sep	286 309	285 128	289 318
Okt	288 491	283 192	279 059
Nov	264 633	258 065	262 282
Dez	278 417	278 165	276 290
Total	3 454 428	3 399 271	3 405 139

MILCHVERWERTUNG (nach Milchäquivalent)



Grundlage Jahresstatistik TSM

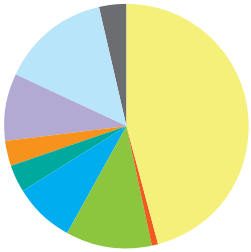
	2019	2020
Käse	1 512 573	1 563 810
Quark	28 374	30 143
Konsummilch	373 405	384 737
Konsumrahm	277 517	278 266
Jogurt	116 665	124 139
Frischmilchprod. inkl. Speiseeis	100 435	103 890
Dauermilchwaren	356 543	307 991
Butter	523 957	491 509
andere Verwertung	109 802	120 654
Total	3 399 271	3 405 139

FETTVERWERTUNG (nach Produktgruppen)

2020

Gemäss der Treuhandstelle Milch (TSM) wurden im Berichtsjahr 14,4 Prozent der Milchäquivalente der Butterherstellung zugeführt. Effektiv wurden 25,7 Prozent des Milchfetts zu Butter verarbeitet.

Butter	25,7 %
Käse	45,2 %
Übrige Verwertung	29,1 %

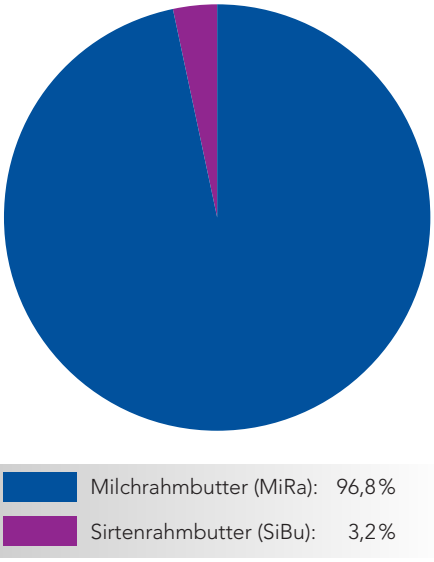


2020

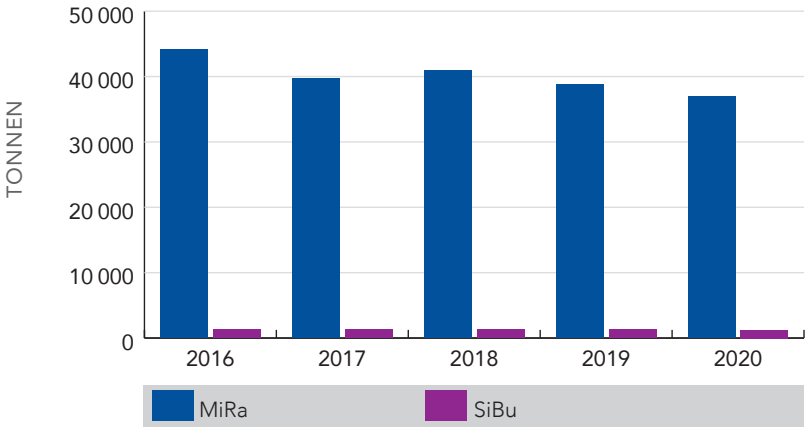
	2020
Käse	45,9%
Quark	0,9%
Konsummilch	11,3%
Konsumrahm	8,2%
Joghurt	3,6%
Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	3,1%
Dauermilchwaren	9,0%
Butter	14,4%
andere Verwertung	3,5%
Total	100,0 %

5 INDUSTRIELLE BUTTERPRODUKTION

Die industrielle Butterproduktion lag im Jahr 2020 in der Schweiz bei 38 130 Tonnen Milch- und Sirtenrahmbutter. Im Vergleich zum Vorjahr entspricht dies einem gesamten Produktionsrückgang von 4,9 Prozent oder 1949 Tonnen. Die Abnahme beim Sirtenrahmbutter lag bei 20 Tonnen oder 1,6 Prozent. Die Milchrahmbutterproduktion verzeichnete einen Rückgang von 1929 Tonnen respektive 5,0 Prozent. Im Verlauf der ersten Jahreshälfte 2020 wurden mit 22 005 Tonnen 59,6 Prozent der Jahresproduktion an Milchrahmbutter hergestellt. Gegenüber dem 1. Semester 2019 lag die Produktionsmenge um 1736 Tonnen oder 7,9 Prozent tiefer.
Im Vergleich zu dem Spitzenjahr 2012 beträgt der Produktionsrückgang 10 464 Tonnen, was 22,5 Prozent entspricht.



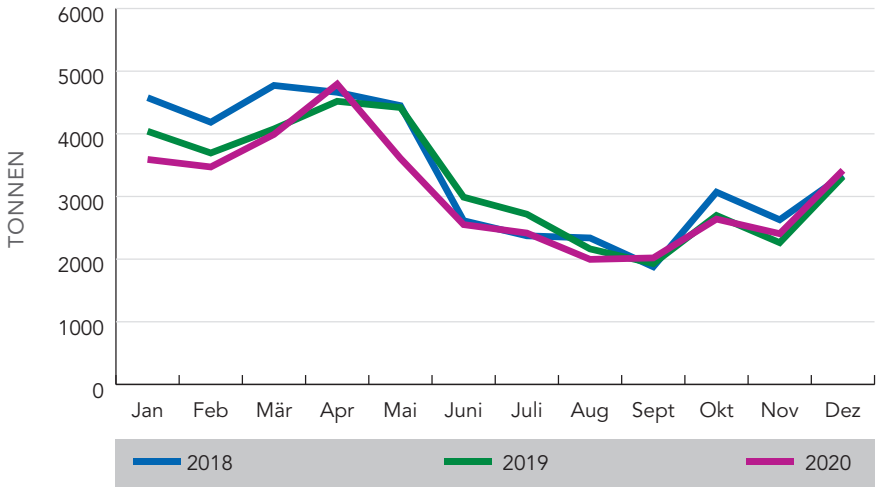
BUTTERPRODUKTIONSMENGEN 2016 – 2020



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

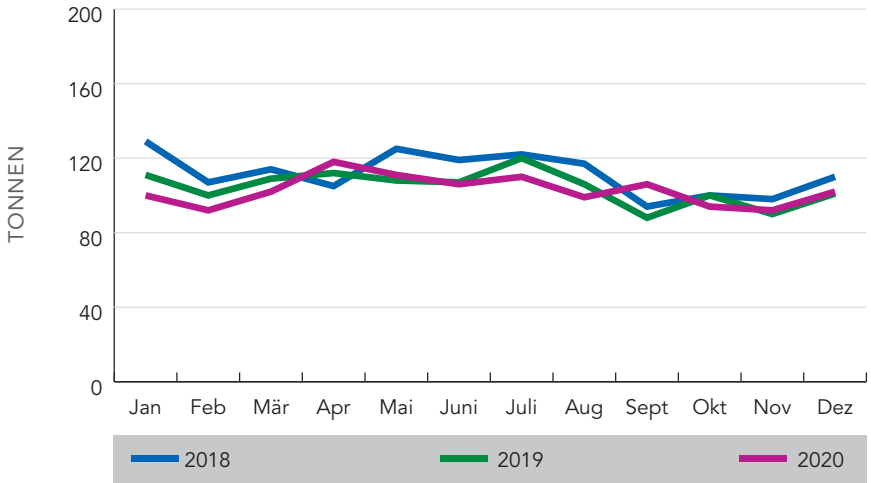
	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	2019 in Tonnen	2020 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
MiRa	44 183	39 741	40 885	38 827	36 898	– 1 929	– 5,0
SiBu	1 341	1 374	1 340	1 252	1 232	– 20	– 1,6
Total	**45 524**	**41 115**	**42 225**	**40 079**	**38 130**	**– 1 949**	**– 4,9**

PRODUKTION VORZUGSBUTTER 2018 – 2020



	2018	2019	2020
Jan	4 577	4 041	3591
Feb	4 185	3 694	3471
März	4 772	4 078	3991
April	4 663	4 519	4793
Mai	4 450	4 420	3608
Juni	2 613	2 989	2551
Juli	2 372	2 717	2416
Aug	2 338	2 163	1996
Sep	1 878	1 928	2019
Okt	3 069	2 697	2639
Nov	2 628	2 263	2406
Dez	3 340	3 318	3417
Total	**40 885**	**38 827**	**36 898**

PRODUKTION SIRTENRAHMBUTTER 2018 – 2020



	2018	2019	2020
Jan	129	111	100
Feb	107	100	92
März	114	109	102
April	105	112	118
Mai	125	108	111
Juni	119	107	106
Juli	122	120	110
Aug	117	106	99
Sep	94	88	106
Okt	100	100	94
Nov	98	90	92
Dez	110	101	102
Total	**1 340**	**1 252**	**1 232**

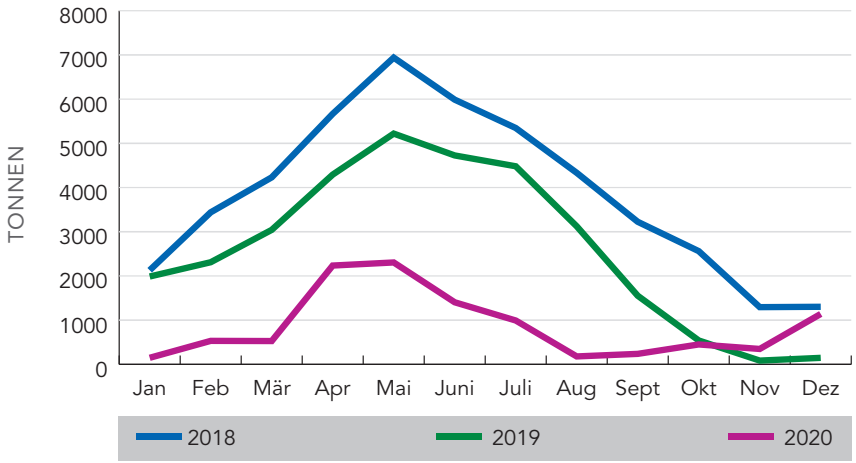
6 LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS

Anfang 2020 lagerten lediglich 147 Tonnen Butter in den Tiefkühllagern der Butterhersteller. Als Folge der geringen Butterproduktion konnten die nötigen Reserven für die zweite Jahreshälfte nicht aufgebaut werden. In der ersten Jahreshälfte wurden 1754 Tonnen Butter weniger produziert als im Vorjahr. Im gleichen Zeitraum wurden 833 Tonnen mehr Butter verkauft. Diese Mehrverkäufe stehen in direktem Zusammenhang mit dem Lockdown, der als Folge der Covid-19-Pandemie verordnet wurde. Der Lagerhöchstbestand wurde Ende KW 21 mit 2301 Tonnen erreicht. Die Butterproduktion im zweiten Halbjahr lag 195 Tonnen unter der Vorjahresmenge, die Verkäufe lagen 1484 Tonnen unter Vorjahr. Da die Verkäufe die Butterproduktion überstiegen, wurde die Lücke mit Importbutter gedeckt.

Dank Butterimporten konnte vermehrt Schweizer Butter eingelagert werden. Ende Jahr lagerten 1140 Tonnen in den Tiefkühllagern.

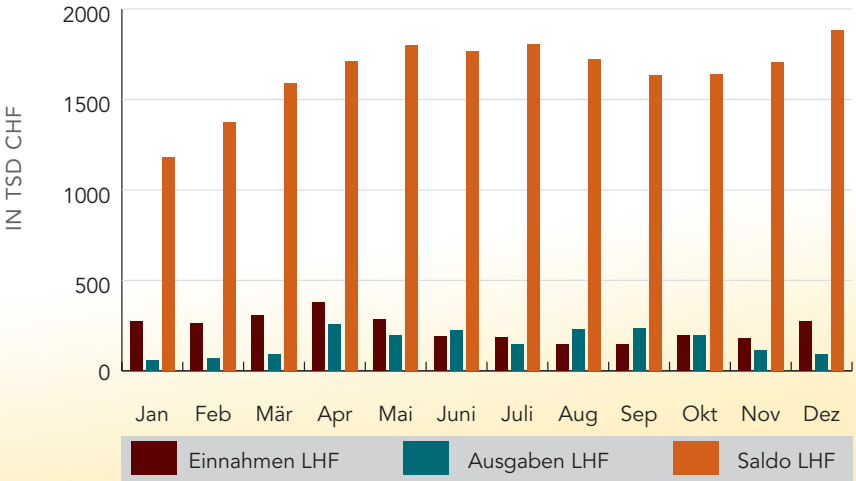
Zu Beginn des Jahres 2020 lag das Vermögen des Lagerhaltungsfonds (LHF) bei rund CHF 997 000. Die tiefen Lagerbestände führten dazu, dass die Einnahmen über den Ausgaben lagen. Dies führte zu einer Zunahme des Fonds um über CHF 900 000. Am Jahresende betrug der Saldo des Fonds CHF 1 883 000.

TIEFKÜHLLAGER VORZUGSBUTTER 2018 – 2020



	2018	2019	2020
Jan	2 129	1 987	148
Feb	3 439	2 310	531
März	4 230	3 042	527
April	5 667	4 292	2 235
Mai	6 939	5 220	2 305
Juni	5 988	4 726	1 404
Juli	5 347	4 481	992
Aug	4 333	3 123	179
Sep	3 225	1 552	237
Okt	2 561	540	450
Nov	1 294	85	348
Dez	1 302	147	1 140

LAGERHALTUNGSFONDS 2020

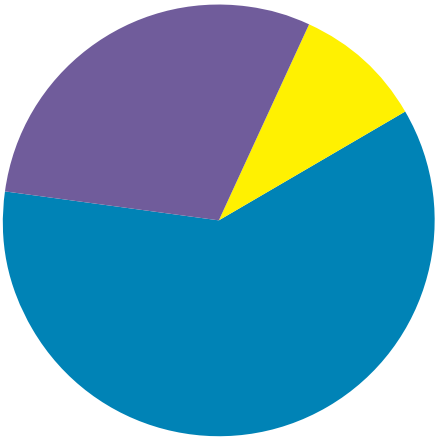


	Einnahmen	Ausgaben	Saldo
Jan	272 402	59 378	1 179 996
Feb	265 237	69 350	1 375 883
März	306 826	92 558	1 590 150
April	379 793	256 889	1 713 054
Mai	285 544	198 595	1 800 004
Juni	191 395	224 012	1 767 386
Juli	184 233	146 071	1 805 549
Aug	144 787	227 526	1 722 810
Sep	146 759	235 443	1 634 125
Okt	197 468	194 406	1 637 188
Nov	180 267	113 625	1 703 830
Dez	273 012	93 536	1 883 306
Total	**2 827 723**	**1 911 388**	

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	
2019 unverändert	9	6	
2020 unverändert	9	6	

LAGERHALTUNGSFONDS, AUFWAND 2020



Zins	9,4 %
Lagerhaltung	60,7 %
Transport	29,9 %

7 QUALITÄTSKONTROLLE

Die Qualität von Butter widerspiegelt sich nicht nur in einer guten Produktqualität, sondern auch in einer guten Qualität des Verpackungsmaterials. Um beim Verpackungsmaterial Verbesserungen zu erreichen, wurden 2020 schwergewichtig zwei Projekte verfolgt. Einerseits sollte der von der BOB eingesetzte Butterbecher ein Zweikomponentenbecher sein, bei welchem der Konsument den Karton und den Kunststoff in die zwei Komponenten auftrennen kann. Jedoch war der bestehende Zweikomponentenbecher durch den Hersteller zu stark verklebt, so dass eine Trennung der beiden Komponenten nur schwer möglich war. Mit dem Verpackungsmateriallieferanten wurde ein neues Material gesucht, das zwecks Entsorgung später auch einwandfrei in Karton und Kunststoff aufgetrennt werden kann. Die Versuche haben sehr gute Resultate ergeben und der Wechsel auf das neue Material wird 2021 erfolgen. Andererseits wurde mit dem Verpackungsmateriallieferanten der Aluminiumfolie für Floralp Vorzugsbutter eine Verbesserung der Reissfähigkeit angestrebt. Erste Materialien, die eine Verbesserung der Reissfestigkeit versprechen, wurden ebenfalls getestet. Eine grössere Menge Versuchsfolie wurde in Auftrag gegeben. Verlaufen diese Tests positiv, wird auch bei Floralp Vorzugsbutter zukünftig ein verbessertes Verpackungsmaterial zum Einsatz kommen.

8 BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT

Als Folge der drohenden Unterversorgung der Schweiz mit Butter musste 2020 Butter importiert werden. Die BO Butter GmbH organisierte im Verlauf des Jahres die Butterimporte für ihre Gesellschafter. Gemäss Zollstatistik der Oberzolldirektion (OZD) wurden im vergangenen Jahr gesamthaft 6713 Tonnen Butter (umgerechnet in Butter 82 % f) aus verschiedenen europäischen Ländern in die Schweiz importiert, wovon 4247 Tonnen, was 63,3 Prozent entspricht, über die BO Butter GmbH abgewickelt wurden. Die Zunahme der getätigten Importe von 6258 Tonnen entspricht dem 15-fachen der Importmenge von 2019. Im Rahmen eines Zollkontingents des BLW wurden 4898 Tonnen Butterimporte getätigt. Weitere 1779 Tonnen wurden im Rahmen des Veredelungsverkehrs importiert. Die getätigten Importe von Kleinmengen haben um 11 Tonnen auf 36 Tonnen zugenommen.

Im vergangenen Jahr sind gemäss Zollstatistik 371 Tonnen Butter und entwässerte Butter (in Butter 82 % f) exportiert worden. Dies entspricht einem Mehrexport von 19 Tonnen (+2,4 %) gegenüber dem Vorjahr. Zu den wichtigsten Destinationen von Exportbutter (82 % f) zählten Singapur (177 t) und Japan (167 t).

Die Exporte von entwässerter Butter haben sich auf 10 Tonnen (in Butter 82 % f) reduziert, wobei die Hauptmengen nach Frankreich und Singapur exportiert wurden.

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

	2017	2018	2019	2020	Diff
Aegypten					
Arab. Emirate	121				
Australien	23				
Bangladesch					
Belgien					
China			1	7	6
Dänemark					
Deutschland	8	8	10	7	– 2
Frankreich	135	11	20	10	– 10
Indonesien	1	2	1	1	0
Italien					
Japan	49	260	171	167	– 4
Jemen	46				
Jordanien					
Kolumbien					
Kuwait					
Libanon	186	93			
Marokko					
Mexico					
Niederlande	22	2	2	1	– 1
Österreich	3				
Pakistan					
Russische Föd.	210	89	70		– 70
Saudi-Arabien	603			1	1
Schweden		1			
Senegal					
Singapur	177	328	77	177	100
Slowakei					
Syrien					
Türkei	396				
Tschech. Republik					
Ungarn					
Ver. Königreich	42		1	0	– 1
Diverse Länder		1			
Total	**2 022**	**795**	**352**	**371**	**19**

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

BUTTERIMPORTE (inkl. Butteröl)

	2019	2020	Diff
Importe BOB (innerhalb Zollkontingent BLW)	-	3 345	3 345
Importe Dritter (innerhalb Zollkontingent BLW)	100	1 553	1 453
Importe BOB für Veredelungsverkehr (im ausserordentlichen Verfahren)	213	902	689
Importe Dritter für Veredelungsverkehr (im ausserordentlichen Verfahren)	66	217	151
Importe für Veredelungsverkehr (normales Verfahren)	51	660	609
Importe von Kleinmengen	25	36	11
Total	**455**	**6 713**	**6 258**

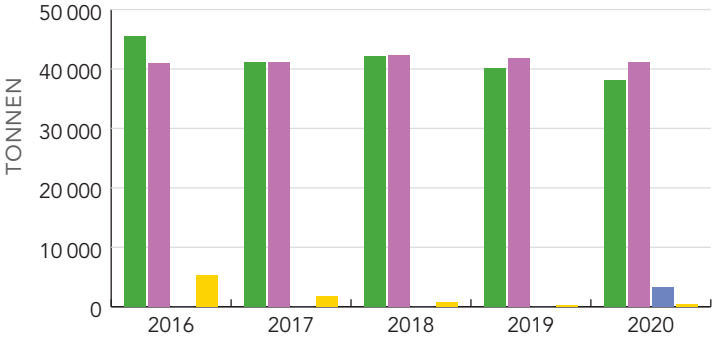
9 BUTTERVERBRAUCH (INDUSTRIELLE BUTTERHERSTELLER)

Im Berichtsjahr 2020 sind die Absätze der industriellen Butterhersteller im Butterbereich gegenüber dem Vorjahr rückläufig. Der Rückgang betrug 651 Tonnen oder 1,6 Prozent. Als Folge der Covid-19-Pandemie und den damit verbundenen Schliessungen im Gastrobereich ergaben sich Verschiebungen von Industrie- und Gewerbebutter hin zu den Konsumentenpackungen. Die Absätze von Milchrahmbutter stiegen um 1418 Tonnen, was einer Zunahme von 19,6 Prozent entspricht. Bei den Buttermischungen war eine Zunahme um 1178 Tonnen oder 11,0 Prozent zu verzeichnen.

Die Verwendung von Butter in Spezialitäten wie Kräuterbutter oder kalorienreduzierter Butter war um 7 Tonnen oder 1,8 Prozent höher als im Vorjahr. Im Bereich Käsereibutter (Milch-/Sirtenrahmbutter) lag die Zunahme bei 6 Tonnen oder 16,7 Prozent.

Die mengenmässig stärkste Abnahme war bei Industrie- und Gewerbebutter zu verzeichnen. Diese Absätze gingen um 2452 Tonnen oder 14,0 Prozent zurück. Ebenfalls einen Absatzrückgang war bei der Eingesottenen Butter zu verzeichnen. Dieser Rückgang beträgt 808 Tonnen oder 13,4 Prozent.

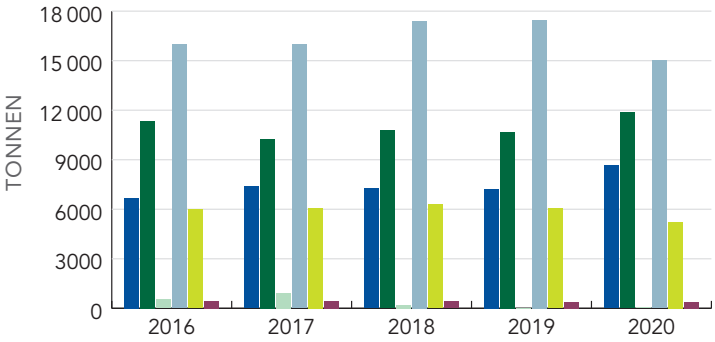
PRODUKTION, VERBRAUCH, IMPORTE, EXPORTE 2016 – 2020



	2016	2017	2018	2019	2020
Produktion	45 524	41 115	42 225	40 079	38 130
Verbrauch	40 944	41 067	42 331	41 813	41 162
Importe*	0	0	0	0	3 319
Exporte	5 261	1 793	678	247	341

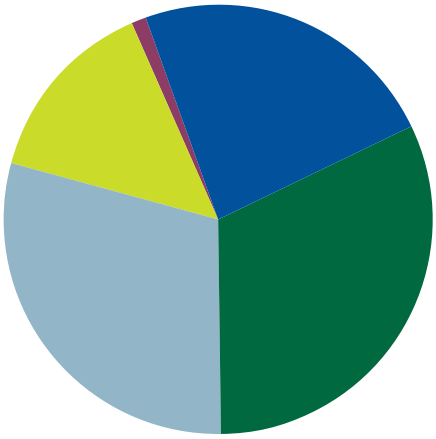
* Importe BOB-Betriebe

BUTTERVERKÄUFE 2016 – 2020



	2016 in Tonnen	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	2019 in Tonnen	2020 in Tonnen	+ / – in Tonnen	+ / – in Prozent
Vorzugsbutter	6 664	7 381	7 251	7 226	8 644	1 418	19,6
DIE BUTTER	11 339	10 240	10 768	10 675	11 853	1 178	11,0
Käsereibutter	528	936	191	36	42	6	16,7
Industrie-/Gewerbebutter	15 975	15 983	17 418	17 452	15 000	–2 452	–14,0
Entwässerte Butter	5 996	6 087	6 298	6 041	5 233	– 808	–13,4
Spezialbutter	442	441	405	383	390	7	1,8
Total	**40 944**	**41 068**	**42 331**	**41 813**	**41 162**	**– 651**	**–1,6**

VERKAUFSANTEILE 2020 (nach Sorten)



Milchrahmbutter	21,0 %
Buttermischungen (KP)	28,8 %
Käsereibutter	0,1 %
Industrie-/Gewerbebutter	36,4 %
Entwässerte Butter	12,7 %
Spezialbutter	0,9 %

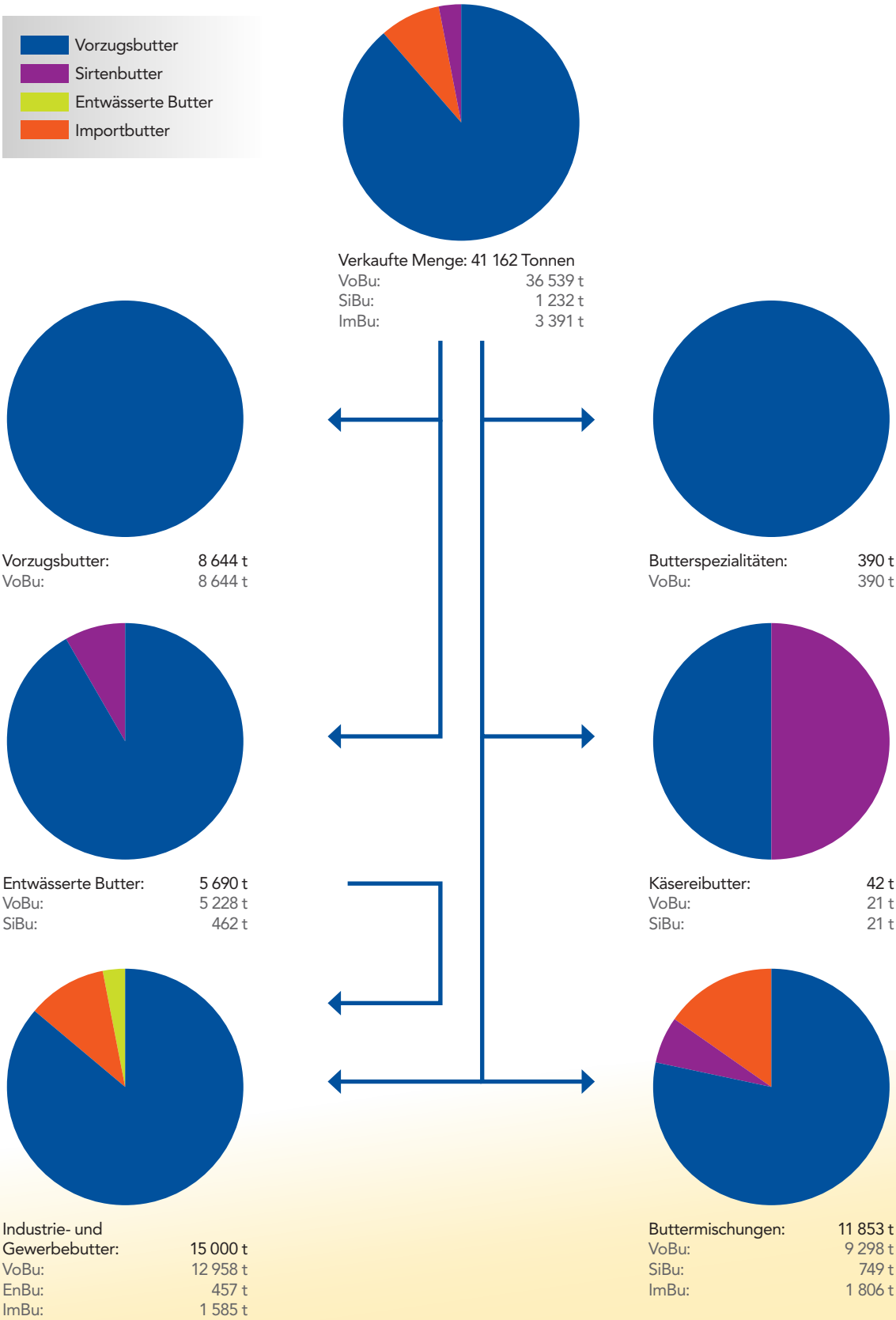
KAUFVERHALTEN UND KONSUMENTENPREISE (bei Butter und Margarine)

	Kaufende Haushalte in %		Menge in Mio. kg		Preisdurchschnitt in CHF/kg		Wert in Mio. CHF	
	Bu	Ma	Bu	Ma	Bu	Ma	Bu	Ma
2016	90,5	54,4	17,6	5,2	13,9	8,1	245,1	41,9
2017	90,6	52,7	17,8	4,9	13,9	8,2	247,7	39,7
2018	91,7	51,8	18,1	4,8	14,3	8,2	258,7	38,8
2019	90,5	50,7	18,5	4,6	14,3	8,1	264,4	37,7
2020	92,2	53,3	21,3	5,4	14,8	8,0	314,3	43,5

Bu: Butter inklusive Bratbutter
Ma: Margarine und Minarine

2016 – 2020 Quelle Nielsen

ROHSTOFFAUFTEILUNG FÜR INLANDMARKT 2020 (in Butter 82,0 % Fett)



10 FETTSTOFFMARKT

GESAMTER FETTSTOFFVERBRAUCH

Das Berichtsjahr war geprägt von signifikanten Veränderungen beim Absatz auf Grund der ausserordentlichen Covid-19-Situation und die damit verbundenen Massnahmen. Dass zeitweise nicht mehr im Ausland eingekauft werden konnte und die Ausserhausverpflegung über lange Zeit nicht möglich war oder nur unter bestimmten Auflagen, trug zu einem starken Wachstum bei den Detailhandelsabsätzen bei.
Der gesamte Fettstoffverbrauch betrug im Berichtsjahr 201 338 Tonnen Butter- und Pflanzenfettprodukte. Im Vergleich zum Vorjahr nahm der Absatz um 9393 Tonnen oder 4,9 Prozent zu. Der Fettabsatz hat in den vergangenen Jahren damit zum zweiten Mal die Marke von 200 000 Tonnen überschritten. Im Vergleich zum Vorjahr nahm der Absatz sowohl bei den wasserfreien Fetten mit 5033 Tonnen (+3,6 %), als auch bei den wasserhaltigen Fetten mit 4360 Tonnen (+8,5 %) zu.

Bei der Butter wurde gesamthaft 48 136 Tonnen verkauft, dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Zunahme von 1611 Tonnen oder 3,5 Prozent. Die Verkäufe bei der wasserhaltigen Butter nahmen um 2419 Tonnen (+6,0 %) zu und die Verkäufe bei der wasserfreien Butter gingen um 808 Tonnen (-13,4 %) zurück.
Die Verkäufe beim Pflanzenfett betrugen im Berichtsjahr gesamthaft 153 202 Tonnen. Der Absatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 7782 Tonnen oder 5,4 Prozent. Die Zunahme bei den wasserhaltigen Pflanzenfetten betrug 1941 Tonnen (+18,4 %) und bei den wasserfreien Pflanzenfetten 5841 Tonnen (+4,3 %). Innerhalb der wasserfreien Pflanzenfette gab es eine Verschiebung von den festen Pflanzenfetten zu den Pflanzenölen. Der Absatz bei den Pflanzenölen nahm um 7919 Tonnen (+8,2 %) zu und der Absatz bei den festen Pflanzenfetten ging um 2078 Tonnen (-5,5 %) zurück.

DIE ENTWICKLUNG DER EINZELNEN FETTSTOFFE (im Vergleich zum Vorjahr)

	2019 in Tonnen	2020 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
Wasserhaltige Butter	40 484	42 903	2 419	6,0
Entwässerte Butter	6 041	5 233	- 808	–13,4
Butter inkl. Ortsverkauf und inkl. VVK	**46 525**	**48 136**	**1 611**	**3,5**
Margarine	9 903	11 753	1 850	18,7
Minarine	626	717	91	14,5
Marg. / Min. total	**10 529**	**12 470**	**1 941**	**18,4**
Pflanzenöle / -fette	134 891	140 732	5 841	4,3
Total	**191 945**	**201 338**	**9 393**	**4,9**
Verkäufe Dritter (inkl. GP)	4 554	6 974	2 420	53,1
Butter Veredelungsverkehr	330	1 777	1 447	438,5

FETTSTOFFVERBRAUCH EINZELHANDEL

Beim Detailhandel nahm der gesamte Absatz im Vergleich zum Vorjahr um 13 104 Tonnen oder 24,5 Prozent auf 66 531 Tonnen zu. Die Verkaufsmengen sind sowohl bei den wasserhaltigen Fetten (+4600 t; +21,9 %) als auch bei den wasserfreien Fetten (+8504 t; +26,2 %) gestiegen.

	+/– in Prozent
Wasserhaltige Butter	21,5
Entwässerte Butter	–0,3
Margarine Minarine	25,7
Pflanzenfett	24,7
Pflanzenöl	26,7
Fettstoff Handel Total	**24,5**

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Im Berichtsjahr betrug der Absatz von wasserhaltigen Fetten im Einzelhandel 25564 Tonnen, 4600 Tonnen (+21,9%) mehr als im Vorjahr. Bei der Butter nahm die Verkaufsmenge um 3977 Tonnen (+21,5%) auf 22514 Tonnen zu. Beim Pflanzenfett nahm der Absatz um 623 Tonnen (+25,7%) auf 3050 Tonnen zu. Bei der Margarine betrug die Zunahme 532 Tonnen (+29,5%) und bei der Minarine 91 Tonnen (+14,5%).

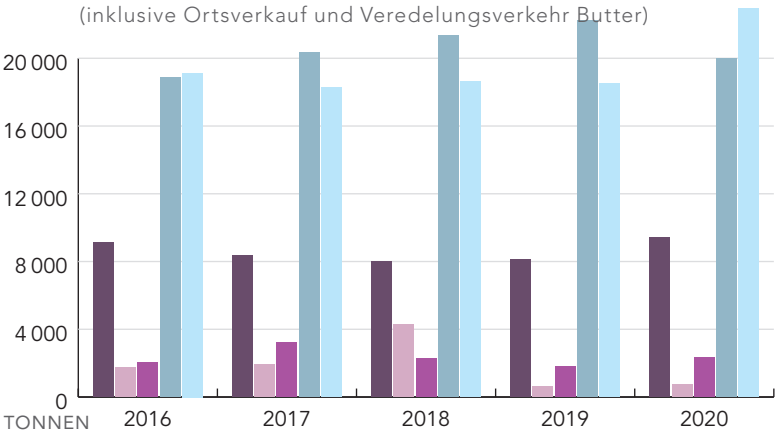
WASSERFREIE FETTSTOFFE IM EINZELHANDEL

Die Verkaufsmenge wasserfreier Fettstoffe im Einzelhandel stieg im Berichtsjahr gesamthaft um 8504 Tonnen (+26,2%). Bei der Entwässerten Butter war der Absatz mit einer Tonne weniger als im Vorjahr praktisch unverändert geblieben. Die Verkaufsmenge bei den festen Pflanzenfetten nahm um 511 Tonnen (24,7%) und bei den Pflanzenölen um 7994 Tonnen (26,7%) zu.

FETTSTOFFVERBRAUCH IN GEWERBE UND INDUSTRIE

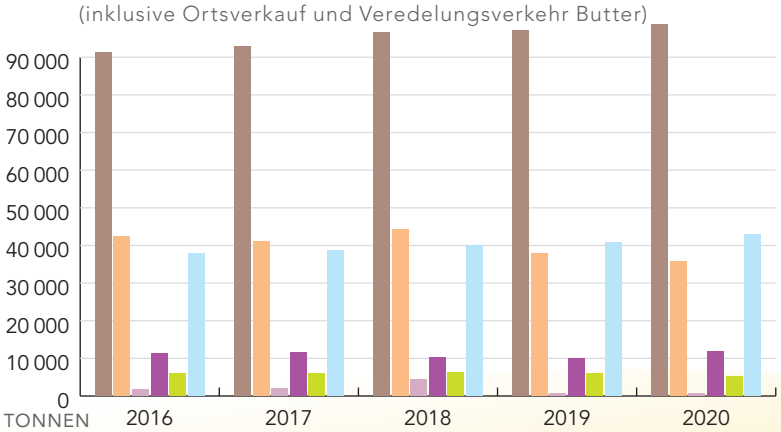
Die gesamte Absatzmenge an die Industrie und an das Gewerbe betrug im Berichtsjahr 134807 Tonnen. Das entspricht einem Rückgang um 3711 Tonnen oder 2,7 Prozent. Bei den wasserhaltigen Fetten konnte der Absatz mit einem Rückgang um 240 Tonnen (-0,8%) knapp gehalten werden. Der Rückgang bei den wasserfreien Fetten mit 3471 Tonnen (-3,2%) war jedoch deutlicher ausgefallen.
Bei der wasserhaltigen Butter nahm der Absatz um 1558 Tonnen (-7,1%) und bei der wasserfreien Butter um 807 Tonnen (-14,3%) ab. Beim Pflanzenfett gab es eine Verschiebung von den festen Fetten (-2589t; -7,2%) und Ölen (-75t; -0,1%) zur Margarine (+1318t; +16,3%).

WASSERHALTIGE FETTSTOFFE 2016 – 2020
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)

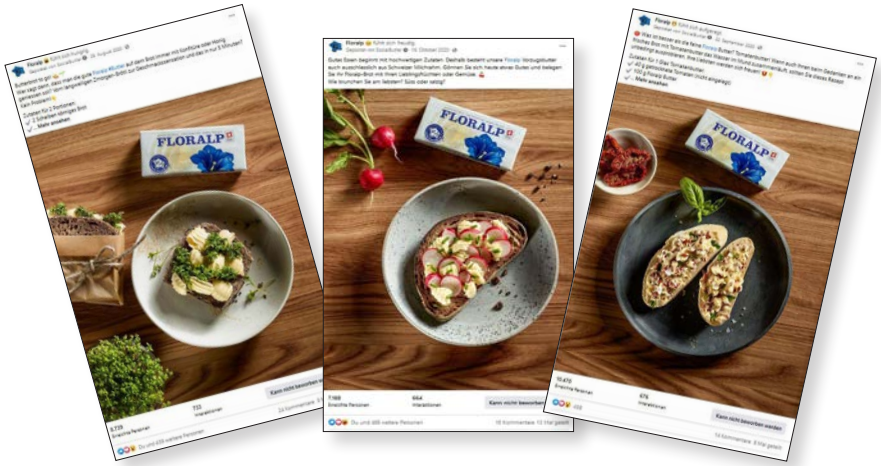


	2016	2017	2018	2019	2020
Margarine Gewerbe/Ind.	9 115	8 355	7 989	8 102	9 420
Minarine Letztabnehmer	1 752	1 929	4 295	626	717
Margarine Letztabnehmer	2 055	3 228	2 248	1 801	2 333
Butter Gewerbe/Ind.	18 860	20 356	21 336	22 229	19 990
Butter Letztabnehmer	19 131	18 257	18 652	18 537	22 913
Total	**50 913**	**52 135**	**54 520**	**51 295**	**55 373**

FETTSTOFFVERBRAUCH 2016 – 2020
(inklusive Ortsverkauf und Veredelungsverkehr Butter)



	2016	2017	2018	2019	2020
Pflanzenöl	91 204	92 939	96 693	97 095	104 978
Pflanzenfett	42 406	40 948	44 205	37 832	35 754
Minarine	1 752	1 929	4 295	626	717
Margarine	11 170	11 583	10 237	9 903	11 753
Entw. Butter	5 996	6 087	6 298	6 041	5 233
Butter	37 991	38 613	39 988	40 766	42 903
Total	**190 519**	**192 109**	**201 716**	**192 227**	**201 338**



11 ABSATZFÖRDERUNG

FLORALP

Im einzigartigen Geschmack der Floralp Vorzugsbutter liegt das Geheimnis. Sie wird ausschliesslich aus 100 % frischem Schweizer Milchrahm hergestellt und ist dadurch von höchster Premiumqualität. Die im Packungsdesign integrierte Garantiemarke Suisse Garantie bürgt dafür, dass der Milchrahm aus kontrollierter Herkunft in der Schweiz hergestellt wird.

Die Schweizer Vorzugsbutter Floralp positioniert sich als frisches, natürliches Schweizer Lebensmittel mit viel Geschmack. Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten werden mit den Kampagnen ganzjährig mit drei zeitlichen kommunikativen Schwerpunkten rund um die Verkaufspunkte von Floralp (im Umkreis von Läden und so nah wie möglich am Kühlregal) angesprochen. Die Werbesujets überraschen auf kulinarische, plakative Art mit einer Prise augenzwinkerndem Humor.

Seit 2008 schafft es die Kampagne «UNWIDERSTEHLICH» immer wieder aufs Neue, mit ihren Sujets die Konsumenten zu überzeugen. Im Jahr 2020 standen neben der prominent platzierten Floralp-Verpackung ein Rosinenbrötchen und eine Semmel im Mittelpunkt der Sujets. Die zwei Sujets waren im Frühjahr auf Plakatstellen in der ganzen Schweiz zu sehen.

Mittlerweile traditionell, waren ab Mitte November bis Ende Dezember sämtliche Verpackungseinheiten (100g- und 200g-Folien) in einem weihnachtlichen Design in allen Kühlregalen des Schweizer Detailhandels zu finden. Diese zeitlich begrenzte Spezialweihnachtsverpackung sorgte am Verkaufspunkt für Aufmerksamkeit. Als Weihnachtsgeschenk für treue Kunden wurden die Floralp-Prämienpunkte als Verkaufsförderung auf den Verpackungen verdoppelt. Eine nationale Plakatkampagne mit den beliebten Grittibänz-Motiven und Online- und Social-Media-Massnahmen begleiteten die Aktion.

Flankierend zu den Basiskampagnen läuft die ganzjährige Sammelpunkte-Aktion. Diese Verkaufsförderungsaktion hat zum Ziel, Floralp-Konsumenten für ihre Treue zu belohnen. Kunden werden an die Marke gebunden und mögliche Wechselkäufer geben dem Produkt den Vorzug. Floralp steht mit dem Sammelclub im permanenten Kontakt zur treuen Kundschaft. Das Prämiensortiment wird laufend mit neuen hochwertigen Produkten ergänzt, um so für die Kundschaft attraktiv zu bleiben. Das abwechslungsreiche Angebot deckt verschiedene Bedürfnisse rund um die Themen Frühstück und Brunch ab.

Kurz vor Ostern wurde ein «Butter-Häsli» als zeitlich limitierte Spezialprämie angeboten. Das modellierte Häschen aus 200 Gramm Schweizer Vorzugsbutter war äusserst beliebt. Es wurden über 16000 Butterhasen bestellt. Leider musste die Aktion wegen des Lockdowns frühzeitig eingestellt werden.

Die Online-Präsenz von Floralp wurde im 2020 weiter ausgebaut. Nebst der Webseite und im Newsletter ist die Marke auf Instagram und Facebook präsent. Es wurde eine weitere neue Dimension in der Floralp-Online-Welt geschaffen, «Die Mini Rezepte»: Durch einfache Tipps für kreative Butterbrote und individuelle Kaltanwendungen der Vorzugsbutter wurden Mehrwerte für die Zielgruppe geschaffen. Die Mini-Rezepte wurden kulinarisch ansprechend und saisonal passend fotografiert und anschliessend als Post und als Story veröffentlicht.

Um die Anzahl der Follower zu steigern, wurden vermehrt Kampagnen geschaltet. Geplant wurden insbesondere Branding-Kampagnen mit animierten Basiskampagnen-Sujets und Like-Kampagnen für den weiteren Aufbau der Community. Durch die sozialen Medien konnten neue KundInnen angesprochen und die Markenwerte von Floralp in der Schweizer Bevölkerung weiter etabliert werden.

Ungewissheit und Unbeständigkeit haben jede Branche in diesem Jahr begleitet, ein starker und persönlicher Social-Media-Auftritt war dieses Jahr daher besonders wichtig. Ziel war es, den Usern eine Plattform zu bieten, wo Austausch und Inspiration stattfindet. Engagement wurde insbesondere durch animierende Gewinnspiele (Happy Monday) und Fragestellungen in den Posts erreicht. Der Kontakt zwischen Floralp und der Community wurde intensiviert und die Relevanz von passenden Inhalten noch stärker gewichtet. Floralp hat es geschafft, eine starke, stabile und kommunikative Community mit wahren Fans aufzubauen, die fleissig kommentieren, liken und teilen.

DIE BUTTER

In Kundenmagazinen grösserer Detaillisten, in Publikumszeitschriften und mit Online-Werbemitteln lancierte die Branchenorganisation Butter im Spätherbst eine Charmeoffensive. In den Inseraten bedankte sie sich nach der turbulenten Zeit der letzten Monate mit herzigem Motiv bei den Schweizer Konsumenten für ihre Treue und versprach, dass DIE BUTTER wieder zu 100 % aus der Schweiz kommt.

«Weihnachtszeit ist Backzeit» – dies ist somit für Butter und insbesondere für die Buttermarke DIE BUTTER eine der wichtigsten Perioden für den Verkauf und Konsum. Um im Kühlregal an den Verkaufspunkten positiv aufzufallen und damit den Verkauf anzukurbeln, wurden die Verpackungsfolien während dieser Zeit mit einem 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 Hinweis aufgedruckt, dass auf der Internetseite «diebutter.ch» und «lebeurre.ch» Butter-Guetzlirezepte zum Nachbacken zu finden sind. Auf der Internetseite waren während der Weihnachtszeit sechs Rezepte von verschiedenen Guetzlisorten zu finden und luden die Konsumenten zum Nachbacken mit «DIE BUTTER» ein.

GATTUNGSWAREN-KAMPAGNE: SCHWEIZER BUTTER

Die Basiskampagne Schweizer Butter dient der Darstellung des Konsumentennutzens: Aufzeigen der Natürlichkeit, des einzigartigen Geschmacks und der Nachhaltigkeit im Vergleich zu ausländischen Streichfetten und -ölen. Die drei strategischen Dimensionen Gesundheit, Herkunft und Genuss spielten 2020 für die Kommunikation rund um Schweizer Butter eine zentrale Rolle. Die Kampagne positioniert Schweizer Butter als ein natürliches, einheimisches Produkt ohne Zusatzstoffe mit vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten. Schweizer Butter hat gegenüber anderen Substitutionsprodukten eindeutig geschmackliche Vorzüge. In Sarina Arnold fand man eine Protagonistin, die all diese Werte auf eine sympathische Art und Weise repräsentiert. Das Schweizer Topmodel Sarina Arnold warb schon in den 2000er-Jahren in naturnahen Spots für Schweizer Butter. Der Spitzname «Buttermeitli» blieb und wird auch heute noch in den meisten Zeitungsartikeln über sie verwendet. Auf Ostern hin nahm Sarina Arnold ihren Job wieder auf und warb mit ihren Kindern Felice und Lean wieder mit TV-Spots und Plakaten für Schweizer Butter.

12 WISSENSWERTES ÜBER BUTTER

Um Butter herstellen zu können, werden hauptsächlich physikalische Prozesse verwendet. In einem ersten Schritt wird die Milch durch Zentrifugation entrahmt. Danach erfolgt die Rahmreifung. Bei der Rahmreifung wird der Rahm einige Stunden zu vorgegebenen Temperaturen gelagert. Wird Sauerrahmbutter hergestellt, kann während der Rahmreifungsphase eine sogenannte «Säureweckerkultur» beigegeben werden. Diese spezielle Kultur ist verantwortlich für das typische Sauerrahmbutteraroma und macht die Butter lagerfähiger. An Stelle des Rahmes kann bei kontinuierlichen Butterungsmaschinen auch die Butter angesäuert werden. In diesem Fall wird von mildgesäuerter Butter gesprochen. Nach der Rahmreifung erfolgt die Verarbeitung des Rahmes zu Butter. Dies geschieht durch Schlagen des Rahmes. Ist die Butter hergestellt, muss sie nur noch konfektioniert werden.

Da bei der Butterherstellung keine anderen Prozessschritte angewendet werden, ist die Butterqualität stark von der Milchqualität abhängig. Die Milchqualität respektive die Fettzusammensetzung der Milch unterliegt natürlichen Schwankungen. Einerseits ist die Butter im Sommer wegen der Weidefütterung etwas gelber als im Winter, andererseits ist der Anteil an weichem Milchfett im Sommer grösser als im Winter. Dies führt dazu, dass Sommerbutter gelber und weicher ist als Winterbutter. Dies fällt den Konsumenten in erster Linie im Winter auf, wenn die Butter frisch aus dem Kühlschrank nicht gleich streichbar ist wie im Sommer. Theoretisch könnte Milchfett einer Umesterung der Fettsäuren unterzogen werden, wie es oft beim Pflanzenfett gemacht wird. Damit Butter ihre Natürlichkeit behalten kann, verzichten die Butterhersteller vollständig auf chemische Prozesse.

13 WELTMARKT FÜR BUTTER

Im Berichtsjahr nahmen in der EU die Butterexporte deutlich um 31 200 Tonnen auf gesamthaft 246 800 Tonnen zu und erreichten ihren höchsten Stand seit 2006. Ebenfalls deutlich steigern konnte seine Butterexporte Argentinien mit einer Zunahme um 5700 Tonnen. Die USA und Uruguay exportierten ebenfalls leicht mehr. Einen Rückgang bei den Exportmengen von Butter ist in Australien mit einem Minus von 1600 Tonnen auf 15 200 Tonnen festzustellen. Der grösste Butterexporteur war im Berichtsjahr erneut Neuseeland mit 423 200 Tonnen, trotz eines markanten Rückganges der Exporte um 38 000 Tonnen.

Die Preise für Butter auf dem Weltmarkt waren im Januar bei $ 4,25 (FOB Westeuropa). Danach sanken die Preise kontinuierlich, bis die tiefsten Preise im September mit $ 3,50 erreicht wurden. Ab Oktober erholten sich die Preise in kurzer Zeit wieder und gegen Ende des Jahres notierten die Butterpreise mit $ 4,64 rund 40 US-Cents höher als zu Beginn des Jahres. Die Europäischen Butterpreise wurden im Januar bei € 3,63 notiert. Danach gingen die Preise bis im April zurück und erreichten mit € 2,79 das tiefste Preisniveau des Jahres. Ab Mai zogen die europäischen Butterpreise wieder an bis im September ein Preis von rund € 3,49 erreicht wurde. Danach gaben die Preise wieder leicht nach um im Dezember auf dem Preisniveau von € 3,34 abzuschliessen. Die durchschnittlichen Butterpreise in der EU lagen 2020 zum dritten Mal in Folge unter dem Vorjahr und sind auf den Stand von 2016 zurückgegangen. Der Durchschnitt der vergangenen zehn Jahre wurde dabei nicht ganz erreicht. Für die sinkenden Preise können diverse Gründe genannt werden. Das Butterangebot war 2020 etwas grösser, zu Jahresbeginn waren die Bestände höher als im Vorjahr und die Zunahme der Exportmengen auf den Weltmarkt haben sicher ihre Wirkung auf die Preise gehabt.

BUTTEREXPORTE AUSGEWÄHLTER LÄNDER IN 1000 T

	2019	2020	Abweichung	
EU–28	215,6	246,8	31,2	14,4 %
Neuseeland	461,2	423,2	–38	–8,2 %
Australien	16,8	15,2	–1,6	–9,5 %
USA	25,4	26,9	1,5	5,9 %
Schweiz	0,2	0,3	0,1	38,1 %
Argentinien	15,0	20,7	5,7	37,9 %
Uruguay	13,1	13,7	0,6	4,3 %

Quelle ZMB

	Milchmenge 2020	Veränderung
EU	160,6	1,2 %
Neuseeland	21,9	0,1 %
Australien	9,1	2,5 %
USA	101,2	1,9 %

Quelle ZMB

BOBUTTER GMBH

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