BOButter GmbH

Branchenorganisation Butter BOB

JAHRESBERICHT **2021**

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 2021, 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 ABSATZFÖRDERUNG 16

11 ERNÄHRUNG 18

12 WELTMARKT FÜR BUTTER 19

1 VORWORT DES PRÄSIDENTEN

Egal ob im Radio, in der Zeitung oder mit wem man im vergangenen Jahr auch sprach, immer war von COVID-19 die Rede. Auch im zweiten Pandemie-Jahr tangierte Corona alle Bereiche unseres Lebens, sei es im Privaten oder in unserem Gemeinwesen; das politische, soziale und wirtschaftliche System wurde auch im Jahr 2021 herausgefordert. Inzwischen ist allenthalben eine gewisse Corona-Müdigkeit zu spüren. Auch wenn die «alte» Normalität vermutlich nicht gänzlich zurückkehren wird, hoffe ich doch fest, dass wir möglichst bald wieder geeint das Leben meistern und geniessen können.

Für die Butterbranche hielt das Jahr 2021 keine grösseren Überraschungen bereit. Im Berichtsjahr wurden in der Schweiz insgesamt 37 088 Tonnen Butter produziert. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Produktionsabnahme von 1042 Tonnen oder 2,7 Prozent. Vor allem gegen Ende des Jahres sank die Butterproduktion deutlich, dieser Trend setzt sich auch Anfang 2022 fort. Der Butterabsatz verringerte sich um 1492 auf 39 670 Tonnen, was hauptsächlich auf die Zunahme des Veredelungsverkehrs und durch Direktimporte durch die Abnehmer zurückzuführen ist.

Wie bereits in den Vorjahren wurde auch 2021 Butter in die Schweiz importiert. Dank der Einfuhr von 2574 Tonnen Butter war die Marktversorgung jederzeit gewährleistet. Die BO Butter hat das Ziel und setzt sich dafür ein, dass die beiden Marken «DIE BUTTER» und «Floralp» jederzeit ausschliesslich aus Schweizer Butter hergestellt werden.

Aufgrund der weiterhin tiefen Milcheinlieferungen zu Beginn des Jahres 2022 wird die inländische Butterproduktion auch im laufenden Jahr nicht ausreichen, um den gesamten Bedarf zu decken. Um die Versorgung sicherzustellen, wird es auch 2022 Butterimporte geben.

Ich hoffe, dass wir 2022 wieder etwas unbeschwerter und befreiter durch den Alltag gehen 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 2022 einen guten Geschäftsverlauf. Der Geschäftsstelle danke ich für den grossen Einsatz und die angenehme Zusammenarbeit im vergangenen Jahr.

Ganterschwil, Januar 2022

Urs Werder, Präsident BO Butter

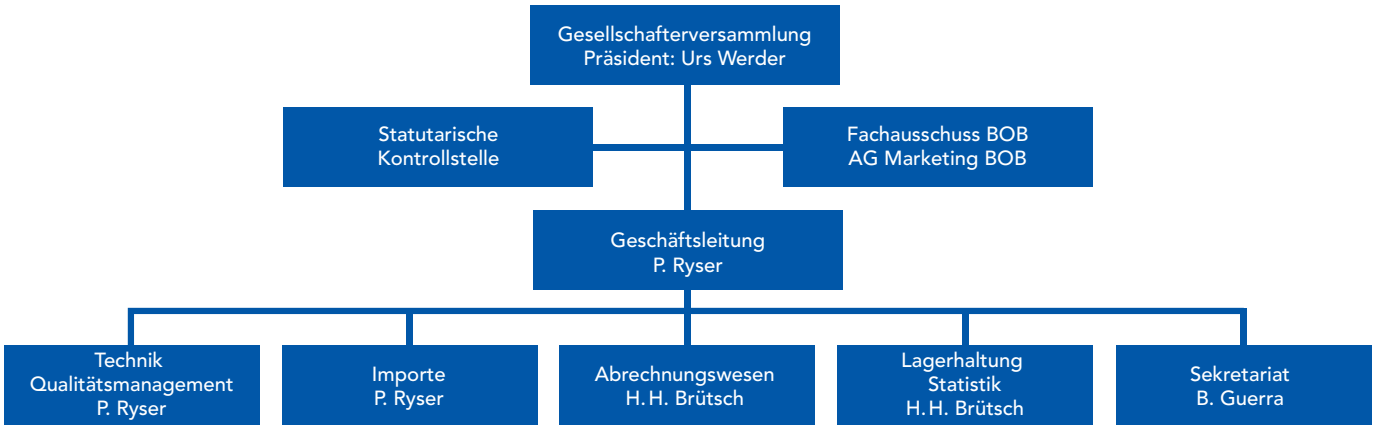
2 DIE BO BUTTER GMBH

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 2022

DIE WEBSEITE DER BO BUTTER GMBH

Das Internet wird immer häufiger zu einer Informationsquelle, welche von Fachleuten wie auch Konsumenten genutzt wird. Diese Veränderung wird bei der Nutzung der Webseite der BO Butter ebenfalls festgestellt. Die Webseite der BO Butter informiert über deren Tätigkeiten, deren Statistiken und deren Buttermarken.

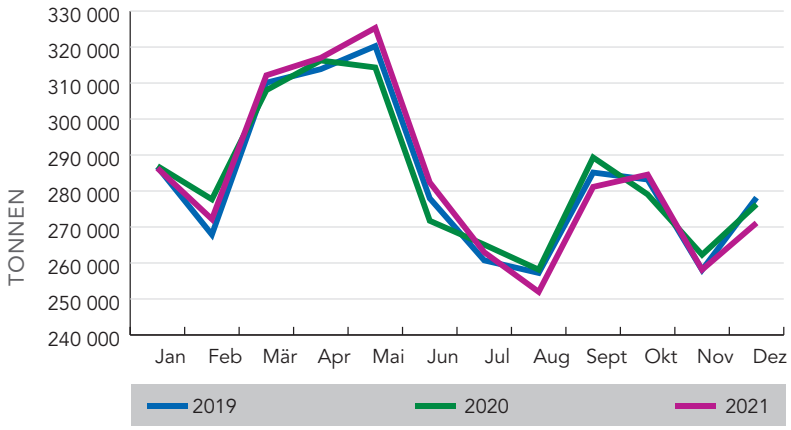
Im Jahr 2021 wurde die Webseite der BO Butter von 6158 Nutzern aufgerufen, wovon 5086 Nutzer aus der Schweiz stammen. Dies entspricht einem Anteil von 82,6 Prozent. Der Anteil von erstmaligen Besuchern liegt mit 91,3 Prozent sehr hoch. 59,0 Prozent der Nutzer nahmen von einem Desktop auf die Webseite Zugriff. Die übrigen Zugriffe sind über mobile Geräte wie Natels oder Tablets.

3 DIE WICHTIGSTEN EREIGNISSE IN DER BUTTERWIRTSCHAFT

Im Januar stellt die BO Butter bei der Kommission Butterimporte einen Antrag auf Erhöhung des Butterimportkontingents um 1500 Tonnen. Das Bundesamt für Landwirtschaft bringt im Februar 1500 Tonnen Importkontingente zur Versteigerung.
Im April kann sich die Kommission Butterimporte der BO Milch nicht auf eine Importmenge einigen. Weil die Rollende Planung einen Bedarf ausweist, tritt der Automatismus in Kraft und die BO Milch muss beim Bundesamt für Landwirtschaft die Erhöhung der Importkontingente um 1000 Tonnen beantragen. Diese werden im Juni versteigert.
Ende Kalenderwoche 22 wird der saisonale Lagerhöchststand mit 5446 Tonnen erreicht. Ohne die laufenden Butterimporte wäre der Lagerbestand in den Tiefkühllagern um rund 1300 Tonnen tiefer.
Da sich die Corona-Situation zu Beginn des Sommers verbessert, werden im Juni die Auflagen gelockert und für die Konsumenten wird es wieder einfacher, im Ausland einzukaufen. Die Detailhandelsabsätze sinken wieder. Im Gegenzug steigen die Verkaufsmengen im Bereich von Gewerbe und Industrie, jedoch nicht den Erwartungen entsprechend, da in der zweiten Jahreshälfte der Veredelungsverkehr weiter zunimmt.
Im Oktober einigt sich die BO Butter aussergerichtlich mit einem Pflanzenfettanbieter, der ein Pflanzenfettprodukt auf dem Markt hat, dessen Auftritt sehr nahe an Floralp-Butter ist.
Im Herbst bleiben die Produktionsmengen permanent unter dem Vorjahr, was gegen Ende des Jahres zu einer knappen Versorgungslage führt. Ende der Kalenderwoche 50 liegen gerade noch 242 Tonnen Butter in den Tiefkühllagern, wovon ein grosser Teil Bio-Butter oder Sirtenrahmbutter ist.

4 VERKEHRSMILCH UND DEREN VERWERTUNG

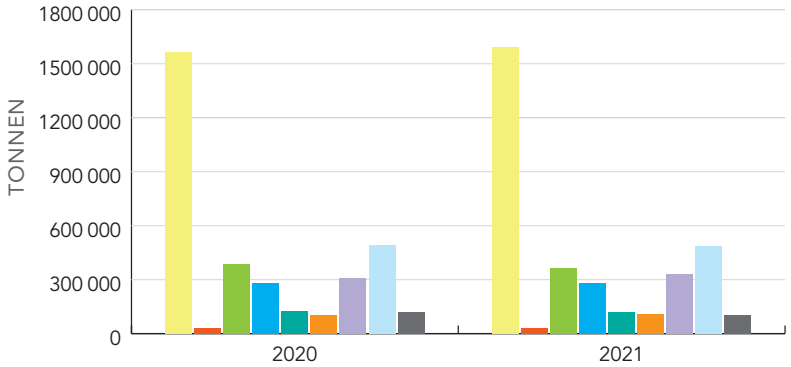
MILCHEINLIEFERUNGEN 2019 – 2021 (inkl. Zonen- und Alpenmilch)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2019	2020	2021
Jan	286 718	286 931	286 358
Feb	267 882	277 692	272 175
März	310 089	308 012	312 144
April	313 862	316 266	317 004
Mai	320 254	314 324	325 313
Juni	277 958	271 730	282 385
Juli	260 730	265 095	262 985
Aug	257 232	258 140	251 971
Sep	285 128	289 318	281 144
Okt	283 192	279 059	284 550
Nov	258 065	262 282	258 127
Dez	278 165	276 290	271 124
Total	3 399 271	3 405 388	3 405 307

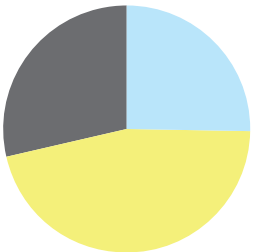
MILCHVERWERTUNG (nach Milchäquivalent)



Grundlage Jahresstatistik TSM

	2020	2021
Käse	1 564 059	1 591 397
Quark	30 143	28 672
Konsummilch	384 737	365 898
Konsumrahm	278 266	279 071
Jogurt	124 139	120 495
Frischmilchprod. inkl. Speiseeis	103 890	107 117
Dauermilchwaren	307 991	328 472
Butter	491 509	483 991
andere Verwertung	120 654	100 194
Total	3 405 388	3 405 307

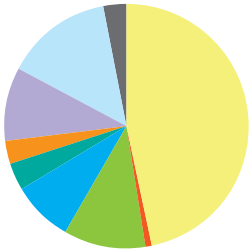
FETTVERWERTUNG (nach Produktgruppen)



2021

Gemäss der Treuhandstelle Milch (TSM) wurden im Berichtsjahr 14,2 Prozent der Milchäquivalente der Butterherstellung zugeführt. Effektiv wurden 25,4 Prozent des Milchfetts zu Butter verarbeitet. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang um 0,2 Prozent.

Butter	25,4 %
Käse	46,1 %
Übrige Verwertung	28,5 %

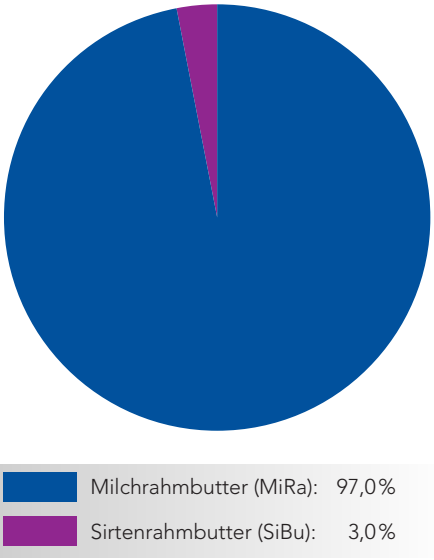


2021

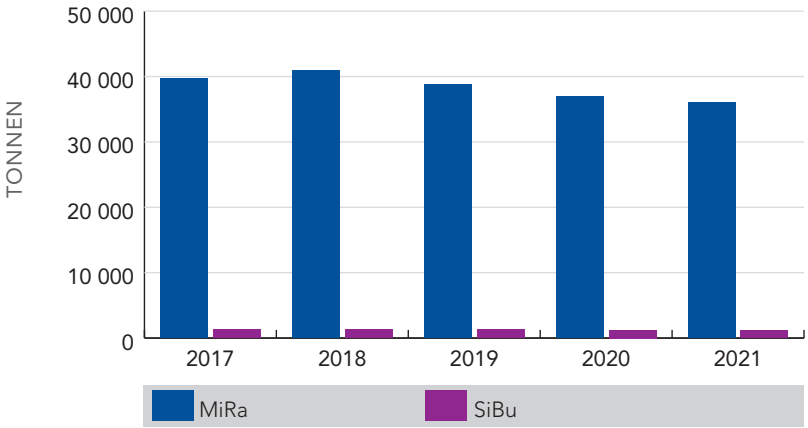
	2021
Käse	46,7%
Quark	0,8%
Konsummilch	10,7%
Konsumrahm	8,2%
Joghurt	3,5%
Frischmilchprodukte inkl. Speiseeis	3,1%
Dauermilchwaren	9,6%
Butter	14,2%
andere Verwertung	2,9%
Total	100,0%

5 INDUSTRIELLE BUTTERPRODUKTION

Im industriellen Bereich sind im Jahr 2021 37 088 Tonnen Milch- und Sirtenrahmbutter hergestellt worden. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Produktionsrückgang von 1042 Tonnen oder 2,7 Prozent. Die Produktion von Milchrahmbutter liegt im Vergleich zum Vorjahr 920 Tonnen respektive 2,5 Prozent unter der Vorjahresproduktion. Die Abnahme bei der Sirtenrahmbutter lag bei 122 Tonnen oder 9,9 Prozent.
In der ersten Jahreshälfte sind 63,7 Prozent der Jahresproduktion der Milchrahmbuttermenge hergestellt worden. Die Mehrproduktion von 916 Tonnen gegenüber der Vorjahresmenge aus dem ersten Halbjahr steht einer sehr tiefen Butterproduktion (-1836 t) aus dem zweiten Halbjahr gegenüber.



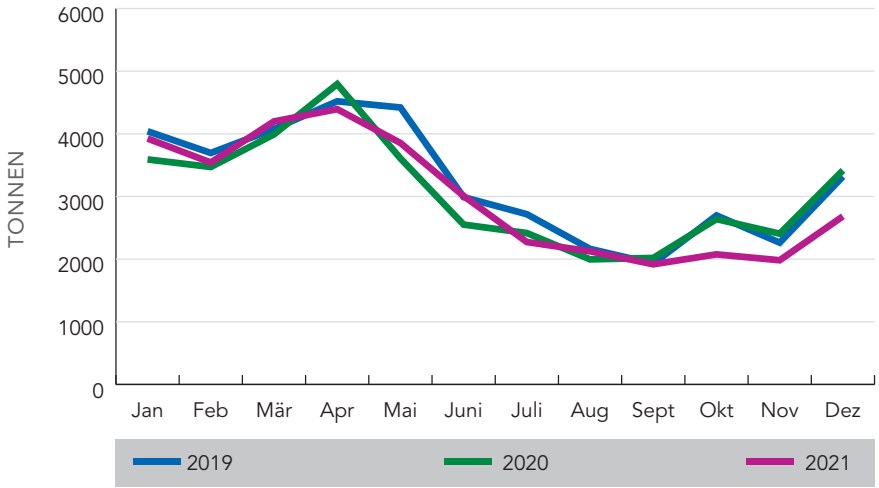
BUTTERPRODUKTIONSMENGEN 2017 – 2021



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

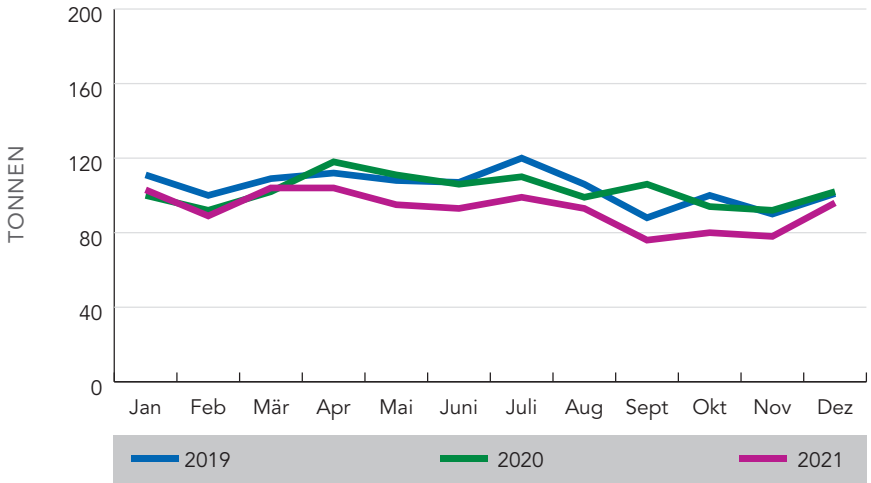
	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	2019 in Tonnen	2020 in Tonnen	2021 in Tonnen	+/– in Tonnen	+/– in Prozent
MiRa	39 741	40 885	38 827	36 898	35 978	– 920	– 2,5
SiBu	1 374	1 340	1 252	1 232	1 110	– 122	– 9,9
Total	**41 115**	**42 225**	**40 079**	**38 130**	**37 088**	**– 1 042**	**– 2,7**

PRODUKTION VORZUGSBUTTER 2019 – 2021



	2019	2020	2021
Jan	4 041	3 591	3 925
Feb	3 694	3 471	3 542
März	4 078	3 991	4 198
April	4 519	4 793	4 394
Mai	4 420	3 608	3 854
Juni	2 989	2 551	3 008
Juli	2 717	2 416	2 273
Aug	2 163	1 996	2 125
Sep	1 928	2 019	1 918
Okt	2 697	2 639	2 076
Nov	2 263	2 406	1 982
Dez	3 318	3 417	2 683
Total	**38 827**	**36 898**	**35 978**

PRODUKTION SIRTENRAHMBUTTER 2019 – 2021



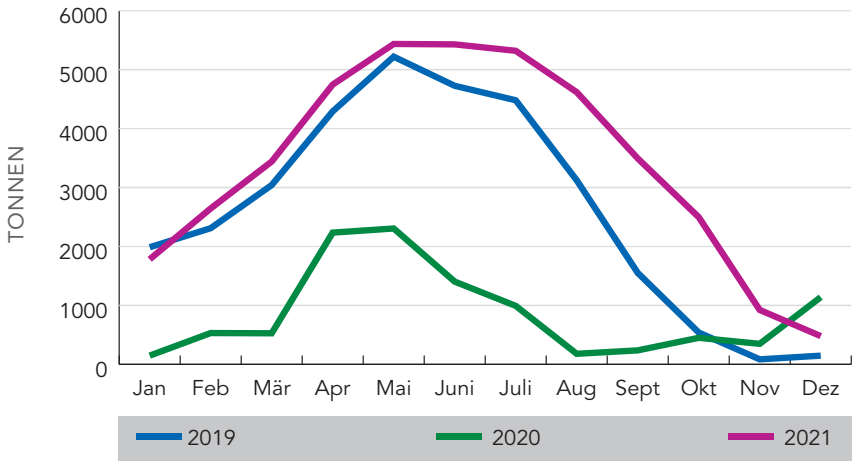
	2019	2020	2021
Jan	111	100	103
Feb	100	92	89
März	109	102	104
April	112	118	104
Mai	108	111	95
Juni	107	106	93
Juli	120	110	99
Aug	106	99	93
Sep	88	106	76
Okt	100	94	80
Nov	90	92	78
Dez	101	102	96
Total	**1 252**	**1 232**	**1 110**

6 LAGERHALTUNG UND LAGERHALTUNGSFONDS

Anfang 2021 lagerten in den Tiefkühllagern der Butterhersteller in der Schweiz 1140 Tonnen Butter. Dank der höheren Butterproduktion konnte in der ersten Jahreshälfte mehr Butter als im Vorjahr eingelagert werden. Ende Kalenderwoche 22 wurde der Lagerhöchststand mit 5446 Tonnen erreicht. Die sehr tiefe Butterproduktion in der zweiten Jahreshälfte, 1836 Tonnen unter Vorjahr, brachte diese Butterlager jedoch zum Schmelzen. Dank Importbutter konnte der starke Lagerabbau zeitlich verzögert werden. Ende des Jahres betrug der Lagerbestand in den Tiefkühllagern 479 Tonnen.

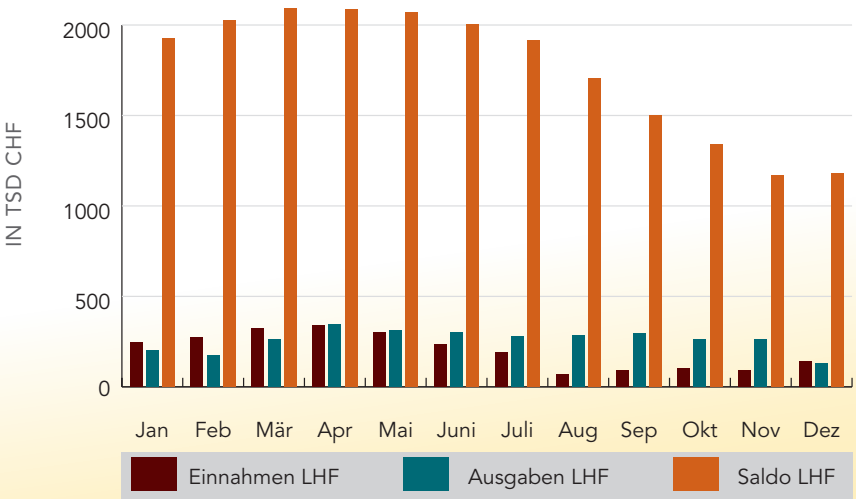
Das Vermögen des Lagerhaltungsfonds (LHF) betrug Anfang des Jahres CHF 1 883 300.-. Der hohe finanzielle Bestand des Fonds führte zum Beschluss, die Beiträge zum LHF zu senken. Die Beiträge für Milchrahmbutter betragen seit dem 1. Juli 2021 CHF 0,06 und diejenigen für Sirtenrahmbutter CHF 0,03. In Kumulation mit den tiefen Butterproduktionen wurde der Bestand im Verlauf des Jahres um gut CHF 700 000.- abgebaut. Ende des Jahres betrug der Saldo des Fonds CHF 1 179 177.-.

TIEFKÜHLLAGER VORZUGSBUTTER 2019 – 2021



	2019	2020	2021
Jan	1 987	148	1 782
Feb	2 310	531	2 645
März	3 042	527	3 441
April	4 292	2 235	4 747
Mai	5 220	2 305	5 436
Juni	4 726	1 404	5 429
Juli	4 481	992	5 320
Aug	3 123	179	4 618
Sep	1 552	237	3 494
Okt	540	450	2 497
Nov	85	348	923
Dez	147	1 140	479

LAGERHALTUNGSFONDS 2021

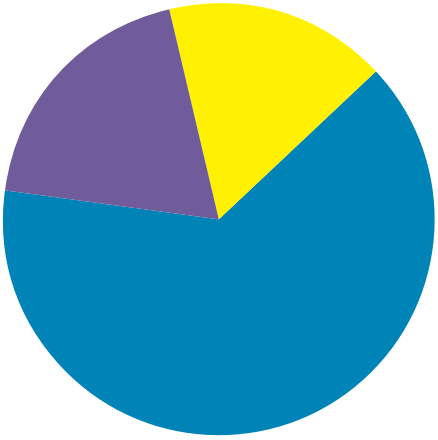


	Einnahmen	Ausgaben	Saldo
Jan	248 460	203 862	1 927 904
Feb	275 834	176 314	2 027 424
März	325 470	260 707	2 092 187
April	340 534	347 374	2 085 346
Mai	298 482	312 872	2 070 955
Juni	234 132	300 801	2 004 286
Juli	191 935	280 377	1 915 843
Aug	69 691	282 018	1 703 516
Sep	93 241	295 791	1 500 966
Okt	102 177	261 039	1 342 104
Nov	93 757	265 026	1 170 835
Dez	138 818	130 476	1 179 177
Total	**2 412 529**	**3 116 658**	

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	
ab 01.07.2021	6	3	

LAGERHALTUNGSFONDS, AUFWAND 2021



Zins	16,7 %
Lagerhaltung	64,0 %
Transport	19,3 %

7 QUALITÄTSKONTROLLE

Im Berichtsjahr wurden sowohl im Rahmen des Branchenmonitorings als auch im Rahmen der regelmässigen Qualitätskontrollen Butterproben untersucht. Beim Branchenmonitoring, bei dem Butterproben auf Fremdstoffe untersucht werden, musste keine Probe beanstandet werden.

Im Rahmen der regelmässigen Qualitätskontrolle, bei der die Butterproben sensorisch beurteilt werden und ihre chemischen und physikalischen Werte und die mikrobiologische Qualität bestimmt werden, wurde wegen der Covid-Situation im Frühjahr auf die sensorische Beurteilung durch das Fachpanel verzichtet und es wurden lediglich die Laboruntersuchungen durchgeführt. Im Sommer wurde die sensorische Beurteilung durch das Fachpanel wieder aufgenommen. Bei den diversen Untersuchungen gab es nur vereinzelt Beanstandungen. Zweimal musste ein zu tiefer Fettgehalt beanstandet werden, und einmal musste ein erhöhter Gehalt an Fremdkeimen (aerobe, mesophile Keime) und ein erhöhter pH-Wert beanstandet werden. Bei den letzten zwei Beanstandungen waren die Resultate zwar im gesetzlichen Rahmen, jedoch erfolgten die Beanstandungen im Rahmen der strengeren Branchenvorgaben.

Die von der BO Butter festgelegten Qualitätsvorgaben entsprechen teilweise höheren Anforderungen, als dies im Gesetz für Butter festgelegt ist. Insbesondere gehen die von der Branche gesetzten Anforderungen sowohl im mikrobiologischen Bereich als auch bei der Butterherstellung über den gesetzlichen Rahmen hinaus.

8 BUTTERIMPORT UND BUTTEREXPORT

Die Unterversorgung der Schweiz mit Butter war im Jahr 2021 weiterhin zu spüren. Um genügend Butter für die Landesversorgung bereitstellen zu können, wurde Butter importiert. Gesamthaft wurden gemäss der Statistik des Bundesamtes für Zoll und Grenzsicherheit (BAZG) 4431 Tonnen Butter (umgerechnet in Butter 82 %f) aus verschiedenen europäischen Ländern importiert. Von diesen Butterimporten wurden 1605 Tonnen respektive 36,2 Prozent via die BO Butter abgewickelt und an die Gesellschafter weitergegeben.

Die zweite Verarbeitungsstufe, Schokoladen- und Biscuithersteller, setzt in dieser Zeit vermehrt auf Veredelungsverkehr. Die Zunahme beim Veredelungsverkehr lag bei 905 Tonnen oder 137,1 Prozent. Die getätigten Importe von Kleinmengen haben um 30 Tonnen auf 66 Tonnen zugenommen, was die Öffnung der Grenzen für Einkaufstouristen bestätigt.

Die Statistik des BAZG weist für das Jahr 2021 Butterexporte von 155 Tonnen aus, das sind 216 Tonnen oder 139,6 Prozent weniger als im Vorjahr. Die wichtigste Destination der Exportbutter (82 %f) ist Singapur (102 t), gefolgt von Japan (25 t) und Deutschland (11 t).

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

	2018	2019	2020	2021	Diff
Ägypten					
Arab. Emirate					
Australien					
Bangladesch					
Belgien					
China		1	7	2	– 5
Dänemark					
Deutschland	8	10	7	11	3
Frankreich	11	20	10	8	– 2
Indonesien	2	1	1	2	1
Italien					
Japan	260	171	167	25	– 142
Jemen					
Jordanien					
Kolumbien					
Kuwait					
Libanon	93				
Marokko					
Mexico					
Niederlande	2	2	1	2	2
Österreich					
Pakistan					
Russische Föd.	89	70			
Saudi-Arabien			1		– 1
Schweden	1				
Senegal					
Singapur	328	77	177	102	– 75
Slowakei					
Syrien					
Türkei					
Tschechische Republik					
Ungarn					
Ver. Königreich					
Diverse Länder	1			1	1
Total	**795**	**352**	**371**	**155**	**– 216**

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

BUTTERIMPORTE (inkl. Butteröl)

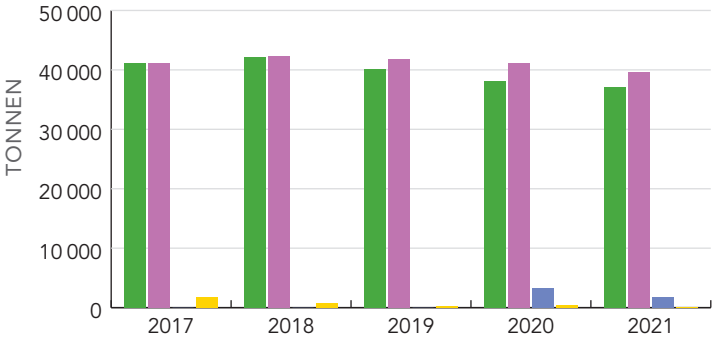
	2020	2021	Diff
Importe BOB (innerhalb Zollkontingent BLW)	3 345	1 430	– 1 915
Importe Dritter (innerhalb Zollkontingent BLW)	1 553	1 144	– 409
Importe BOB für Veredelungsverkehr (im ausserordentlichen Verfahren)	902	175	– 727
Importe Dritter für Veredelungsverkehr (im ausserordentlichen Verfahren)	217	51	– 166
Importe für Veredelungsverkehr (normales Verfahren)	660	1 565	905
Importe von Kleinmengen	36	66	30
Total	**6 713**	**4 431**	**- 2 282**

9 BUTTERVERBRAUCH (INDUSTRIELLE BUTTERHERSTELLER)

Die Absätze von Butter sind im Jahr 2021 gegenüber dem Vorjahr um 1492 Tonnen oder 3,6 Prozent zurückgegangen. Die grössten Verkaufsrückgänge verzeichneten die Milchrahmbutter sowie die Buttermischungen in Konsumentenpackungen. Bei Milchrahmbutter betrug der Rückgang 858 Tonnen respektive 9,9 Prozent. Der Absatz lag bei 7786 Tonnen. Es wurden 11 278 Tonnen Buttermischungen (KP) verkauft, was einem Rückgang von 575 Tonnen oder 4,9 Prozent entspricht. Der Rückgang bei der Industrie- und Gewerbebutter betrug 137 Tonnen oder 0,9 Prozent, was die abgesetzte Menge von 14 863 Tonnen ergibt.

Bei der Milch-/Sirtenrahmbutter war der Absatz bei 44 Tonnen. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Mengenzunahme von 2 Tonnen oder 4,8 Prozent. Im Bereich der entwässerten Butter (inkl. MFF u. Bratcrème) sind 5287 Tonnen abgesetzt worden, was eine Absatzsteigerung von 54 Tonnen oder 1,0 Prozent ergibt. Mit 412 Tonnen sind 22 Tonnen respektive 5,6 Prozent mehr Butter zu Spezialbutter verarbeitet worden.
Zusätzlich zu den von den Butterhersteller gelieferten Mengen wurden 1144 Tonnen (ohne VVK) Butter von den Abnehmer direkt importiert.

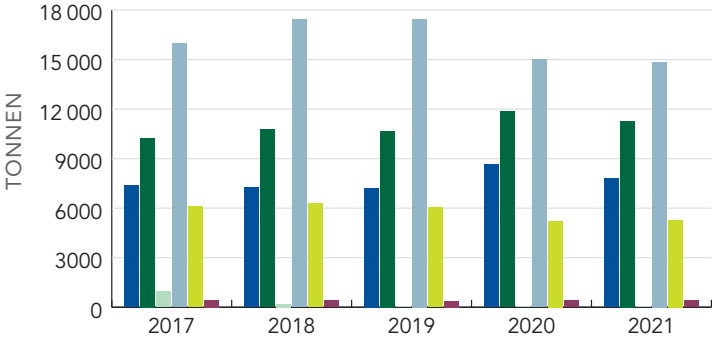
PRODUKTION, VERBRAUCH, IMPORTE, EXPORTE 2017 – 2021



	2017	2018	2019	2020	2021
Produktion	41 115	42 225	40 079	38 130	37 088
Verbrauch	41 067	42 331	41 813	41 162	39 670
Importe*	0	0	0	3 319	1 812
Exporte	1 793	678	247	341	124

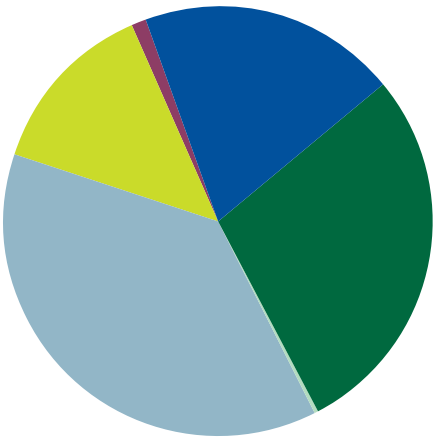
* Importe BOB-Betriebe

BUTTERVERKÄUFE 2017 – 2021



	2017 in Tonnen	2018 in Tonnen	2019 in Tonnen	2020 in Tonnen	2021 in Tonnen	+ / – in Tonnen	+ / – in Prozent
Vorzugsbutter	7 381	7 251	7 226	8 644	7 786	– 858	– 9,9
DIE BUTTER	10 240	10 768	10 675	11 853	11 278	– 575	– 4,9
Käsereibutter	936	191	36	42	44	2	4,8
Industrie-/Gewerbebutter	15 983	17 418	17 452	15 000	14 863	– 137	– 0,9
Entwässerte Butter	6 087	6 298	6 041	5 233	5 287	54	1,0
Spezialbutter	441	405	383	390	412	22	5,6
Total	**41 068**	**42 331**	**41 813**	**41 162**	**39 670**	**– 1 492**	**– 3,6**

VERKAUFSANTEILE 2021 (nach Sorten)



Milchrahmbutter	19,6 %
Buttermischungen (KP)	28,4 %
Käsereibutter	0,1 %
Industrie-/Gewerbebutter	37,5 %
Entwässerte Butter	13,3 %
Spezialbutter	1,0 %

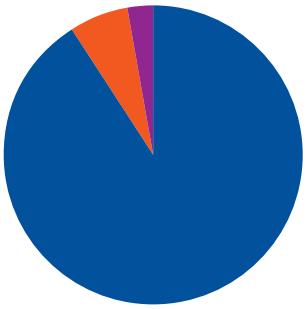
KAUFVERHALTEN UND KONSUMENTENPREISE (bei Butter und Margarine)

	Kaufende Haushalte in %		Menge in Mio. kg		Preisdurchschnitt in CHF/kg		Wert in Mio. CHF	
	Bu	Ma	Bu	Ma	Bu	Ma	Bu	Ma
2018	91,7	51,7	18,3	4,9	14,3	8,1	261,9	39,4
2019	90,4	50,3	18,6	4,7	14,3	8,1	266,1	37,9
2020	92,1	53,2	21,6	5,6	14,8	8,0	318,6	44,2
2021	90,5	50,6	20,9	5,3	15,2	8,1	317,5	42,5

Bu: Butter inklusive Bratbutter
Ma: Margarine und Minarine

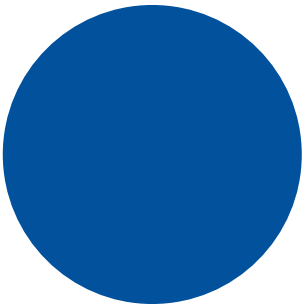
Quelle Nielsen

ROHSTOFFAUFTEILUNG FÜR INLANDMARKT 2021 (in Butter 82,0 % Fett)

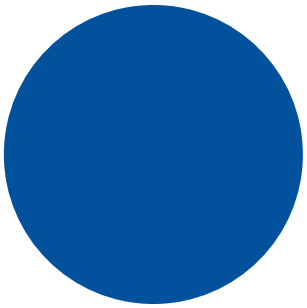


Verkaufte Menge: 40 814 Tonnen

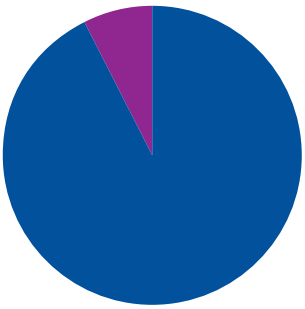
VoBu:	37 130 t
SiBu:	1 110 t
ImBu:	2 574 t



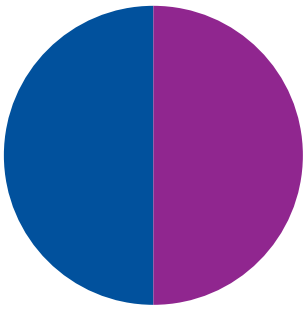
Vorzugsbutter:	7 786 t
VoBu:	7 786 t



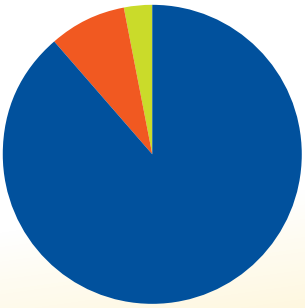
Butterspezialitäten:	412 t
VoBu:	412 t



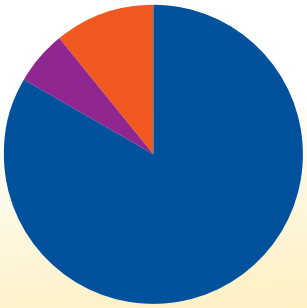
Entwässerte Butter:	5 747 t
VoBu:	5 331 t
SiBu:	416 t



Käsereibutter:	44 t
VoBu:	22 t
SiBu:	22 t



Industrie- und Gewerbebutter:	15 307 t
VoBu:	13 567 t
EnBu:	460 t
ImBu:	1 280 t



Buttermischungen:	11 978 t
VoBu:	10 012 t
SiBu:	672 t
ImBu:	1 294 t

10 ABSATZFÖRDERUNG

FLORALP

Im unvergleichlichen Geschmack der Floralp Vorzugsbutter liegt das Geheimnis. Sie wird ausschliesslich aus 100 % frischem Schweizer Milchrahm hergestellt und ist dadurch von höchster Premiumqualität. Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten werden ganzjährig mit drei grösseren Kampagnen rund um die Verkaufspunkte von Floralp (im Umkreis von Läden und so nah wie möglich am Kühlregal) angesprochen.
Auch dieses Jahr erfreuten sich die Floralp Butterhäsli zur Osterzeit sehr grosser Beliebtheit. Es wurden über 18 800 Stück bestellt und ausgeliefert. Die Sammelaktion wurde in Kundenmagazinen und auf den Sozialen Medien promotet.
Passend zum Muttertag erschien das neue Sujet mit einem Butterzopfherz. Die Kampagne wurde in den 9 grössten Städten der Schweiz auf digitalen Paneelen ausgestrahlt. Ausserdem wurde die Kampagne mit Online- und Social-Media-Massnahmen unterstützt, um die Bekanntheit der Marke Floralp sowie die Aufmerksamkeit auf den Prämienshop zu stärken.
Im Herbst wurde die Kampagne mit den neuen animierten Floralp-Minis lanciert. Diese wurde erstmalig auf YouTube ausgestrahlt. Unterstützt wurde die Kampagne zeitgleich durch Online-Banner.
Die Adventszeit wurde ab Mitte November bis Ende Dezember 2021 wieder mit der Floralp-Spezialverpackung im weihnachtlichen Design für das 100-g- und das 200-g-Model in Folie verschönert. Die Verpackung war mit einer roten Weihnachtsmasche und Sternchen verziert und in allen Kühlregalen des Schweizer Detailhandels erhältlich. Diese zeitlich limitierte und saisonal stimmige Verpackungsumstellung sorgte am Verkaufspunkt für zusätzliche Aufmerksamkeit. Einen ergänzenden verkaufsfördernden Mehrwert für die Konsumenten bot die Verdoppelung des Wertes der Sammelpunkte auf den Verpackungen. So erhielten die Käufer/innen zeitlich limitiert während der Weihnachtszeit und nur beim Kauf dieser Sonderpackungen für das 100-g-Model anstelle von 1 Treuepunkt 2 Punkte und für das 200-g-Model anstelle von 2 Punkten 4 Punkte. Mit dieser Aktion wurden die treuen Floralp-Kunden belohnt. Eine nationale DOOH-Kampagne mit dem beliebten Grittibänz-Sujet inklusive dem Hinweis auf die verdoppelten Sammelpunkte erschien unterstützend zur Spezialverpackung während der Weihnachtszeit. Flankierend dazu war die Weihnachtsaktion während der ganzen Adventszeit mit Inseraten in diversen Zeitungen, Magazinen sowie auf verschiedenen Online- und Social-Media-Kanälen präsent.
Das Online-Marketing wurde zusätzlich ganz im Sinne von Performance Marketing ausgebaut. So wurde zusätzlich auf Google Werbung geschaltet (SEA) und es wurden diverse Dashboards zusammengestellt, um die Fortschritte der gesamten Online- und Social-Media-Massnahmen zu beobachten und wenn nötig anzupassen.
Auch dieses Jahr wurde die Präsenz von Floralp auf den sozialen Medien weiter ausgebaut. Die Marke ist auf Instagram, Facebook und neu auch auf Pinterest vertreten.
Auf Facebook und Instagram konnte eine Reichweite von 1 349 544 und 8 054 403 Impressionen bei einer Frequenz von 5,97 (Durchschnitt) erzielt werden.
Die Landing Page wurde 30 412-mal aufgerufen, was zu 332 Downloads des Bestellformulars (Conversion), 98 426 Klicks und 37 723 Link Klicks führte. Per 31.12. konnten auf Facebook 27 709 Fans, auf Instagram 4319 Follower gezählt werden. Auf Pinterest konnten über 1,1 Mio. Impressions erzielt werden.

DIE BUTTER

«Oster- und Weihnachtszeit sind Backzeit» – dies ist somit für Butter im Allgemeinen und insbesondere für die Buttermarke «DIE BUTTER» eine der wichtigsten Perioden für den Verkauf und Konsum. Um die Bekanntheit der Marke «DIE BUTTER» zu steigern und am Verkaufspunkt Kaufimpulse zu schaffen, wurde jeweils zu Ostern und Weihnachten eine Kampagne mit Inseraten in Kundenmagazinen, Online Ads, E-Boards, Social Media und Digital Out of Home lanciert. Ein Wettbewerb konnte über 45 000 neue Adressen generieren. Diese werden nun im neu geschaffenen Newsletter jeweils mit spannenden Inhalten angeschrieben. Um im Kühlregal an den Verkaufspunkten positiv aufzufallen und damit den Verkauf anzukurbeln, wurden die Verpackungsfolien Mitte November / Dezember 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 eingedruckt, 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. Neu ist die Marke auch auf Instagram präsent. Verschiedene Content Creators präsentieren hier Rezeptideen mit gluschtigen Bildern. Natürlich ist der Packshot von «DIE BUTTER» prominent im Bild zu sehen.

«SWISSMILK GREEN» IN VERPACKUNGSDESIGNS

Sämtliches Verpackungsmaterial der Marken Floralp und «DIE BUTTER» wurde neu gestaltet und die Marke «swissmilk green» prominent mit in die Verpackungsdesigns integriert. In der Zwischenzeit sind die neuen Verpackungen in allen Kühlregalen der Schweizer Detaillisten zu finden. Die Marke «swissmilk green» steht für «Nachhaltige Schweizer Milch». Mit den Vorgaben dieses Produktionsstandards wird das hohe Niveau der gesamten Schweizer Milchwirtschaft in Sachen Tierwohl, Fütterung, Nachhaltigkeit und Soziales umgesetzt.

GATTUNGSWAREN-KAMPAGNE: SCHWEIZER BUTTER

Die Basiskampagne Schweizer Butter dient der Darstellung des Konsumentennutzens: Die drei strategischen Dimensionen Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Genuss spielten für die Kommunikation für Schweizer Butter im Jahr 2021 eine zentrale Rolle. Die Kampagne positioniert Schweizer Butter als ein natürliches, einheimisches Produkt ohne Zusatzstoffe. In Sarina Arnold und ihren Kindern fand man Protagonisten, die all diese Werte auf eine sympathische Art und Weise repräsentieren. Das Schweizer Topmodel Sarina Arnold warb schon in den 00er-Jahren für Schweizer Butter. Auf Ostern hin warb Arnold mit ihren Kindern Felice und Lean wieder mit TV-Spots, Plakaten und Social Media für Schweizer Butter.

11 ERNÄHRUNG

Der Nutri-Score ist in der EU ein Teil der Leitlinien zur Kennzeichnung der Vorderseite der Verpackungen (FOPL). Derzeit nimmt die EU eine Bewertung der 14 verschiedenen FOPLs vor. Der Lenkungsausschuss der EU hat einem Wissenschaftlichen Ausschuss (Scientific Committee, ScC) den Auftrag erteilt, den Nutri-Score auf mögliche Anpassungen zu prüfen, und dieser hat seine Arbeit im Februar 2021 aufgenommen. Im Zwischenbericht des Wissenschaftlichen Ausschusses vom 24. Januar 2022 (Update of the Nutri-Score algorithm, yearly report from the Scientific Committee of the Nutri-Score) wurde eine erste Zwischenbilanz gezogen.

Der Wissenschaftliche Ausschuss bearbeitet Anfragen zu einer möglichen Anpassung des Nutri-Scores. Nebst Anfragen des Lenkungsausschusses werden auch Anfragen aus der Lebensmittelindustrie, von Verbraucherverbänden oder von Interessensvertretern behandelt. Soll es zu einer Anpassung des Nutri-Scores kommen, muss diese wissenschaftlich begründet sein. So wurde zum Beispiel eine Anfrage zu einer besseren Einstufung von Olivenöl mehrheitlich abgelehnt, da die Beweise nicht ausreichend waren, um eine bessere Bewertung zu erhalten als andere Öle mit vergleichbarem Nährstoffprofil. Weiter soll die Berechnung auf 100 Gramm oder 100 Milliliter und nicht je Portion weiterhin für alle Produktkategorien angewendet werden.

Im Bereich der Milch werden Milchgetränke mit mehr als 80 Prozent Milchanteil aktuell als feste Lebensmittel eingestuft. Der Wissenschaftliche Ausschuss stellt zur Diskussion, ob Milch und Milchgetränke nicht immer als Getränke klassifiziert werden müssten. Auch die generelle Unterscheidung verschiedener Milcherzeugnisse könne in einigen Bereichen verbessert werden. Der Nutri-Score lasse vor allem eine Unterscheidung zwischen Milchproduktegruppen (z. B. Butter zu Milch), aber nicht innerhalb derselben Gruppe (z. B. unterschiedliche Milchsorten) zu.

Der Wissenschaftliche Ausschuss beabsichtigt nun, Mitte 2022 eine vollständig überarbeitete Version des Nutri-Score-Algorithmus zu veröffentlichen. Dies könne je nach Fortschritt auch in separaten Dokumenten für feste Lebensmittel (einschliesslich Käse, Fette und Öle) und Getränke erfolgen.

Die Schweizer Behörden unterstützen die Einführung des Nutri-Scores, für die Lebensmittelhersteller ist es jedoch freiwillig, diesen anzuwenden.

12 WELTMARKT FÜR BUTTER

Im Berichtsjahr hat sich die Lage auf dem internationalen Buttermarkt dahingehend verändert, dass die grossen Butterexporteure Neuseeland und die EU wesentlich weniger Butter exportiert haben (-54 600 t). Dafür haben sich die Butterexporte der USA um 33 200 Tonnen auf 60 100 Tonnen mehr als verdoppelt. Eine deutliche Zunahme der Butterexporte verzeichnete ebenfalls Argentinien mit einer Steigerung um 9700 Tonnen auf gesamthaft 30 400 Tonnen und Australien mit einer Zunahme um 5500 Tonnen auf 20 700 Tonnen. In der Schweiz wurden nur noch im Frühjahr 124 Tonnen Butter exportiert und danach wegen der Unterversorgung des einheimischen Marktes mit Schweizer Butter die Exporte vollständig eingestellt. Seither ist die Schweiz eine reine Butterimporteurin.

BUTTEREXPORTE AUSGEWÄHLTER LÄNDER IN 1000 T

	2020	2021	Abweichung	
EU–27	236,5	211,3	–25,2	–10,7%
Neuseeland	423,2	394,4	–28,8	–6,8%
Australien	15,2	20,7	5,5	36,1%
USA	26,9	60,1	33,2	123,3%
Schweiz	0,3	0,1	–0,2	–63,6%
Argentinien	20,7	30,4	9,7	46,9%
Uruguay	13,7	12,4	–1,3	–9,1%

Quelle ZMB

Bei der Milchproduktion zeigte sich eine andere Entwicklung als bei den Butterexporten. Neuseeland produzierte etwas mehr Milch, exportierte aber weniger Butter als im Vorjahr, und bei Australien war es gerade umgekehrt, bei einer tieferen Milchproduktion wurde mehr Butter exportiert. Die Milchproduktion und die Entwicklung bei den Butterexporten waren im Berichtsjahr einerseits bei der EU mit abnehmenden Mengen und andererseits in den USA mit zunehmenden Mengen gleich.

	Milchmenge 2021	Veränderung
EU	144,7	–0,3%
Neuseeland	21,9	0,3%
Australien	9,0	–0,6%
USA	102,6	1,6%

Quelle ZMB

BOBUTTER GMBH

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