



Geschäftsbericht 2016

Urs Vogt, Remo Ackermann, Pia Füssstetter, Daniel Flückiger – Mutterkuh Schweiz konnte im Geschäftsjahr 2016 die Marktleistung zugunsten der Mitglieder verbessern und neue Betriebe gewinnen. Die Ausrichtung auf «Fleisch aus Gras» wurde gestärkt und beef.ch erscheint in neuem Bild.

Markenprogramme als Motor

Mit den Markenprogrammen werden die Vorzüge der Mutterkuhhaltung und die Arbeit der Bauern in Wert gesetzt. Insgesamt gelingt das beim Natura-Veal, Natura-Beef und SwissPrimGourmet ausgezeichnet. Im Berichtsjahr wurden knapp 57 000 Tiere aus der Mutterkuhhaltung in den Programmen vermarktet. Die Nachfrage ist stabil, die Anstrengungen für eine gute Vermarktung müssen jedoch hoch gehalten werden. Gute Partnerschaften sind dafür ein wichtiger Baustein.

Der durchschnittliche Wochenpreis für Natura-Beef (T3) belief sich 2016 auf Fr. 11.55 / kg SG und beim Natura-Veal auf Fr. 16.15 / kg SG.

Natura-Veal erfüllt Erwartungen

Das Kalbfleisch aus Mutterkuhhaltung ist einzigartig und entwickelt sich erfreulich. Die Jahresmengen steigen schrittweise an. Mit 5699 Tieren wurde das Vorjahresergebnis um 381 Tiere übertroffen. Der Abnehmer Coop möchte mit diesem Programm weiter wachsen, dies ist jedoch nur mit konstanten Filialbelieferungen möglich. Hierzu müssen die saisonalen Schwankungen ausgeglichen werden. Um dies zu erreichen, wurden 2016 ein ganzjähriger Mindestzuschlag von 2 Franken gegenüber T3 QM und ein Mindestpreis T3 von Fr. 14.50 vom Abnehmer garantiert. In den Sommermonaten mit tiefem Angebot konnte ein Mindestpreis T3 von Fr. 16.50 vereinbart werden. Der durchschnittliche Jahrespreis ist mit Fr. 16.16 pro kg SG auf gleicher Höhe wie in den Vorjahren. Für das laufende Geschäftsjahr wird die Mindestpreisregelung weitergeführt.

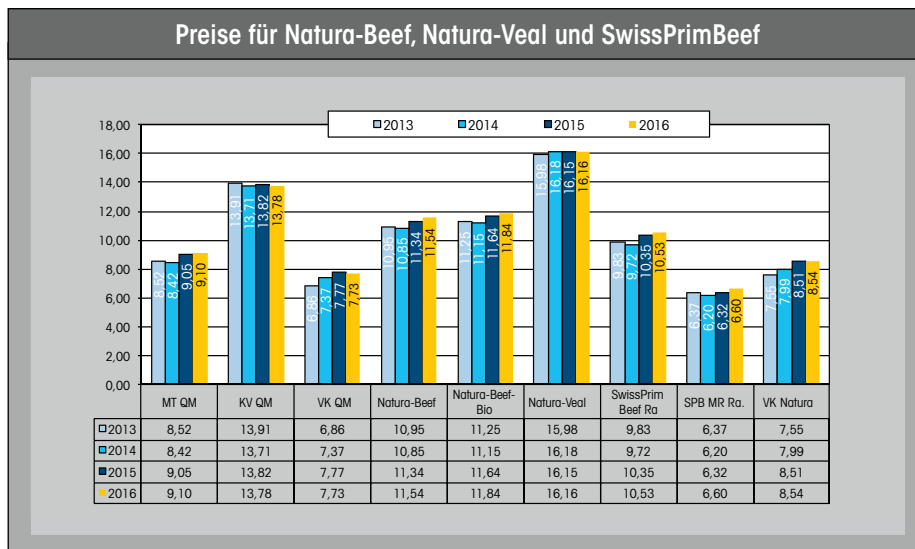


Abbildung 1: Das erfreuliche Preisniveau der Vorjahre konnte gehalten werden. Beim Natura-Beef lag der durchschnittliche Preis 20 Rappen höher als 2015.

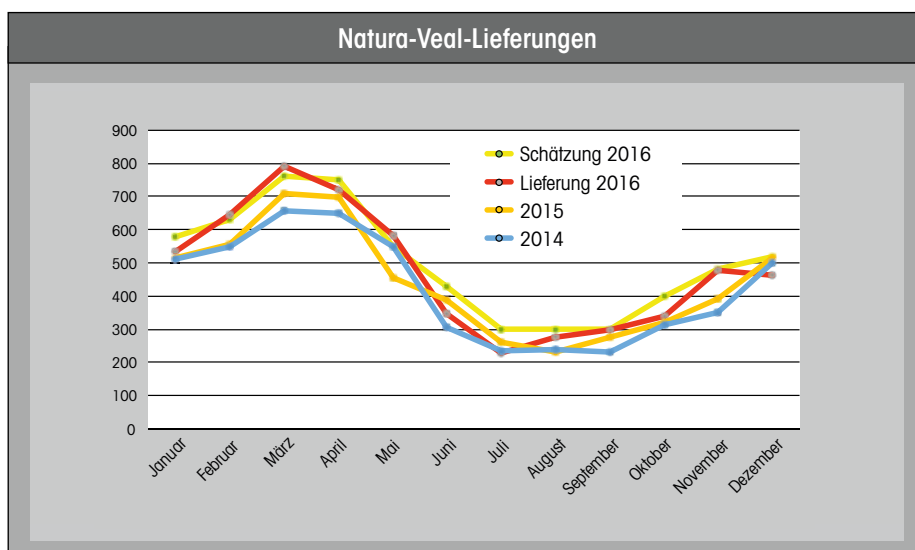


Abbildung 2: Die Natura-Veal Mengen konnten insgesamt gesteigert werden. Es gilt in Zukunft die saisonalen Schwankungen, insbesondere in den Sommer- und Herbstmonaten, noch besser auszugleichen, damit konstante Filialbelieferungen und damit der Ausbau des Programmes möglich werden.

Natura-Veal ist eine echte Innovation im Kalbfleischsektor und als gefällige Alternative zu Natura-Beef hat sich das Programm einen festen Platz erobert. Mit speziellen Kursen wird die Produktionstechnik gefördert.

Natura-Beef zuoberst

Natura-Beef nimmt unverändert den Spitzenplatz in der Vermarktung ein. Die 39 770 verkauften Tiere bedeuten ein Plus von 265 Tieren gegenüber dem

Vorjahr. Der Jahresdurchschnitt der Preise liegt etwas höher als 2015, es resultieren Fr. 11.54 pro kg SG für Natura-Beef resp. Fr. 11.84 für Natura-Beef-Bio. Über das ganze Jahr war das Angebot ausgeglichen und der Produzentenpreis war nur leichten Schwankungen unterworfen.

Die Schlachtkörperqualität hat ein stolzes Niveau erreicht. Die Fleischigkeit ist ausgezeichnet und auch die Fettauflage liegt mehrheitlich im gewünschten Bereich.

6541 Kühe aus Natura-veal- und Natura-Beef-Betrieben konnten mit einem Programmszuschlag geschlachtet werden. Der durchschnittliche T3-Preis für VK Natura-Kühe lag bei Fr. 8.55 / kg SG. Die sehr attraktiven Schlachtpreise wurden genutzt, um die Bestände zu erneuern.

Seit 1977 ist Mutterkuh Schweiz (früher Schweizerische Vereinigung der Ammen- und Mutterkuhhalter) eine Vereinigung, in der sich Mutterkuhhalter treffen und untereinander austauschen.

SwissPrimBeef / Naturafarm Auslaufrind

Bei den Tieren im höheren Schlachtgewichtsbereich zeigt sich die Marktlage am anspruchsvollsten. Der Trend zu tieferen Schlachtgewichten hält weiter an. Im SwissPrimBeef-Kanal konnten rund 300 Tiere weniger abgesetzt werden als im Vorjahr. Durch einen Zuwachs beim Naturafarmrind (Auslaufrind) konnten diese Tiere via Bell zu guten Preisen vermarktet werden.

2016 wurden 3236 SwissPrimBeef via Traitafina vermarktet. Bei Bell konnten 1456 Naturafarm Tiere platziert werden. Beim SwissPrimBeef sind vor allem die Haupttrassen gefragt und innerhalb dieser Schlachtgewichte bis etwa 300 kg resp. 330 kg. Die Metzger und Gastronomen

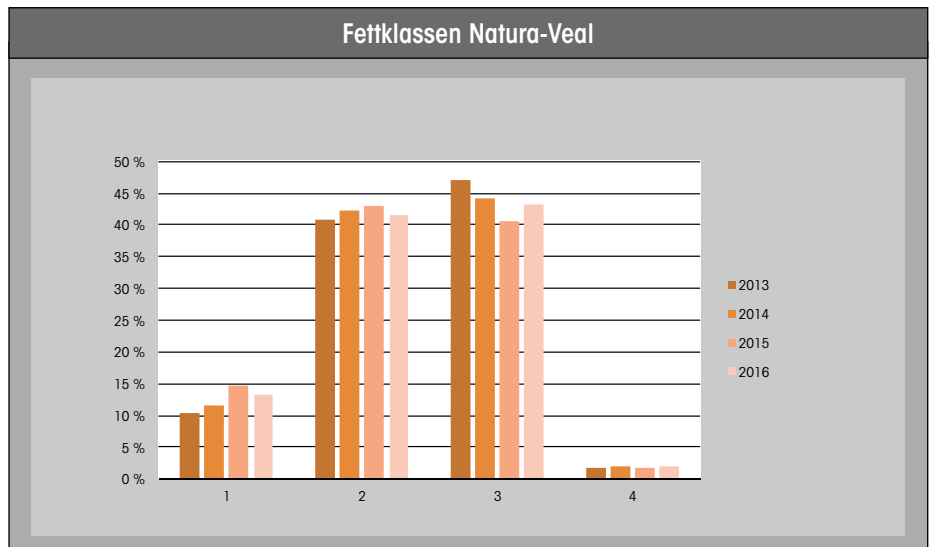


Abbildung 3: Beim Natura-Veal ist ein optimaler Ausmastgrad besonders bei stark bemuskelten Tieren und während den Sommermonaten eine grosse Herausforderung.

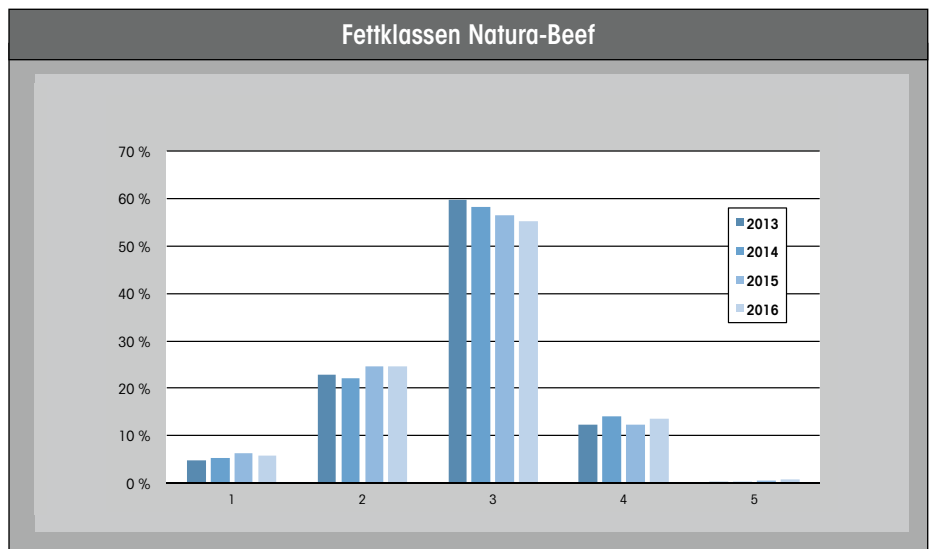


Abbildung 4: Die Fettabdeckung der Natura-Beef Tiere gilt es auch zukünftig im Auge zu behalten. Im Jahr 2016 lagen 96,3 % der Tiere im gewünschten Bereich zwischen 2 und 4.

wünschen Teilstücke bis mittlerer Grösse. Es gilt die Faustregel, dass ein Entrecôte in gewünschter Dicke nicht über 20 Franken kosten sollte. Konsequenterweise wurden die Rassen bei Manor mit SwissPrimAngus, bei Coop mit Fine Food (Limousin und Angus) und in einzelnen Restaurants ausgewiesen.

Damit der Absatz verbessert werden kann, müssen die Schlachtgewichte gesenkt werden. Bevorzugt werden Schlachtkörper bis 300 kg von Rindern und Ochsen. Muni sind weniger gefragt, insbesondere auch, weil der Ausmastgrad erst später erreicht wird.

Natur im Fleisch und Fleisch am Knochen

Die Kälber wachsen im Rassenverbund mit ihren Müttern auf, werden in natürlicher Umgebung aufgezogen, sind beim Absetzen schlachtreif oder werden ausgemästet. Das ist eine vorteilhafte Ausgangslage. Zusätzlich baut Mutterkuh Schweiz auf Produktequalität. Ausgewählte Fleischrassen kombiniert mit Milch und Grasfütterung garantieren bestes Fleisch. Die Fleischigkeit hat sich in den letzten Jahren konstant verbessert und liegt auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Mit Engagement muss die Fett-

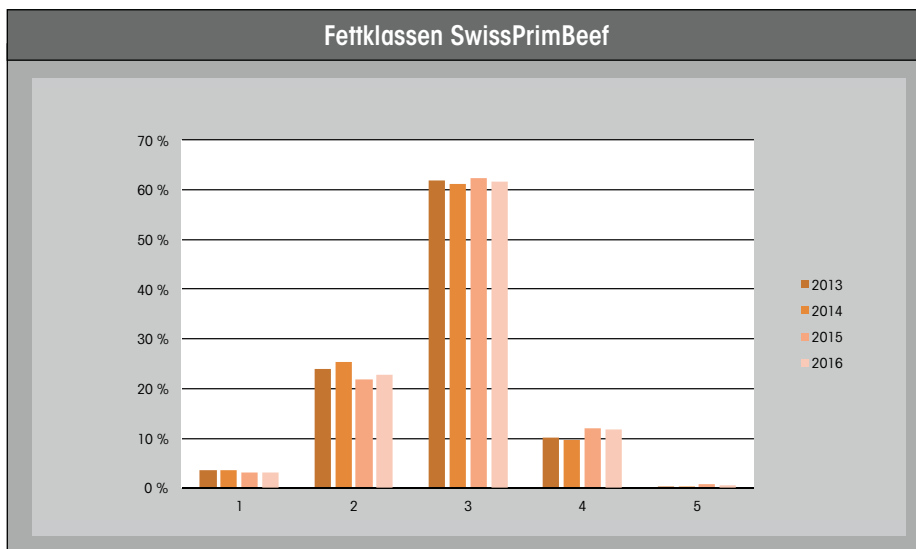


Abbildung 5: Beim SwissPrimBeef sind die Schlachtkörperqualitäten ausgezeichnet. 2016 waren beinahe 97 % der Tiere in den gewünschten Fettklassen 2–4 taxiert.

abdeckung sichergestellt werden. Die Betriebe müssen die optimalen Relationen zwischen Schlachtgewicht, Fleischigkeit und Ausmastgrad wählen und dafür die geeignete Rasse oder Kreuzung und das richtige Fütterungsregime definieren.

77 Prozent der Mitgliederbetriebe sind für die Markenprogramme Natura-Veal, Natura-Beef und SwissPrimBeef anerkannt.

Blick in die Zukunft

Die Partnerschaften einerseits mit Bell und Coop und andererseits mit Traitafina sind beständig und konstruktiv. Von den verlässlichen Abmachungen über Mengen und Preise profitieren die Produzenten. Die Aussichten für das laufende Jahr sind grösstenteils positiv, die Tiere sind gesucht. So konnten in den Markenprogrammen Natura-Veal und Natura-Beef für das Jahr 2017 die Angebotsschätzungen erneut höher als für das Vorjahr festgelegt werden. Auf der Seite SwissPrimBeef zeigt sich die Lage etwas schwieriger. Leider bezieht Manor ab Frühjahr 2017 voraussichtlich nur noch SwissPrimBeef in kleineren Mengen für die Reifeschränke und die Abnahmemengen von Traitafina sind aufgrund des schwierigen Marktumfeldes in der Gastronomie ebenfalls etwas zurückgegangen. Dies hat zur Folge, dass wir

neue Absatzkanäle suchen müssen. Die Verhandlungen diesbezüglich sind bereits seit längerem angelaufen und Mutterkuh Schweiz ist zuversichtlich, einen für die Produzenten interessanten Absatzkanal zu finden. Es ist wichtig, gemeinsam in die Zukunft zu gehen und sich gegenüber den heutigen Partnern solidarisch zu zeigen. Neue Ideen müssen gemeinsam in den bestehenden Partnerschaften angegangen werden. Eine Aufspaltung der Produzenten hat für die Landwirte längerfristig meist negative Folgen.

Im Jahr 2016 ist die Anzahl der bei Mutterkuh Schweiz registrierten Kühe leicht gestiegen. Diese Entwicklung steht

Leistungen ausserhalb der Markenprogramme und des Herdebuchs

- Information und Weiterbildung (Kurse, Zeitschrift «die Mutterkuh», Homepage)
- Öffentlichkeitsarbeit für gesamte Mutterkuhhaltung
- Agrarpolitischer Einsatz für einheitlichen GVE-Faktor
- Interessenvertretung, z.B. Einsatz für raumplanerische Gleichbehandlung der Mutterkuhhaltung (Wohnungsbau beim Stall)
- Interessenvertretung, z.B. Einsatz für angemessene GMF- und RAUS-Beiträge
- Austausch und Geselligkeit unter den Mutterkuhaltern

mit den leicht höheren Mengenabmachungen für das Jahr 2017 im Einklang. Ein moderates Wachstum ist erwünscht, um die wachsende Nachfrage zu decken. Nicht zuletzt auch aufgrund des Strukturwandels in der Mutterkuhhaltung sind neue Betriebe willkommen.

Es müssen alle notwendigen Massnahmen getroffen werden, damit der Verkauf von Fleisch aus Mutterkuhhaltung sicher-

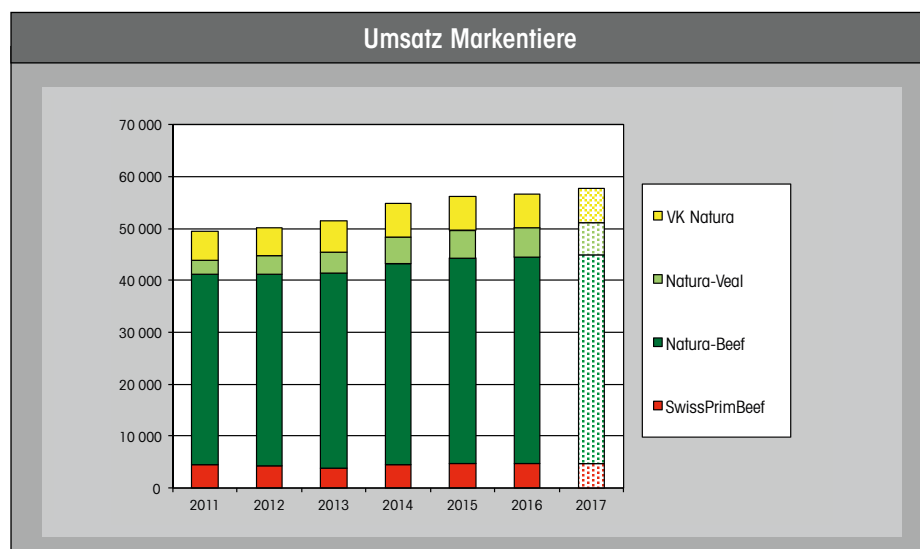
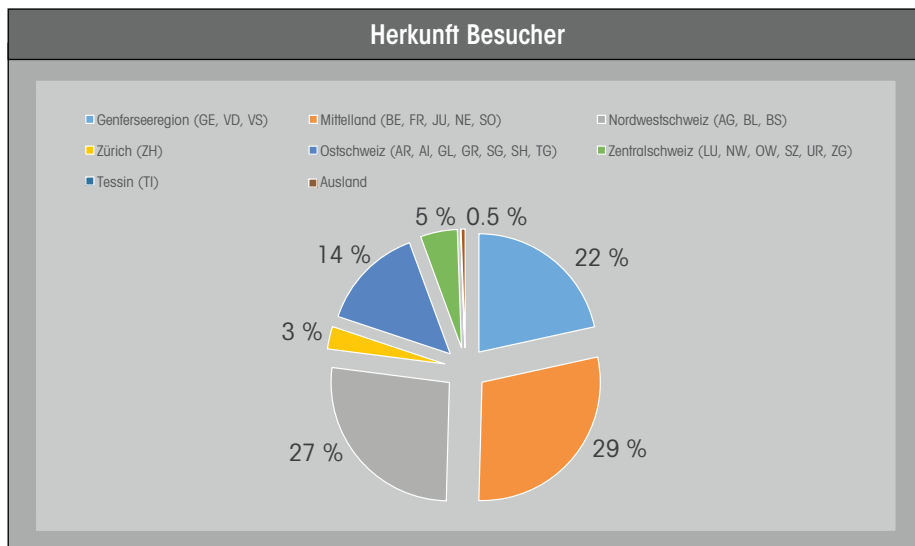


Abbildung 6: Entwicklung der Umsätze in den Markenprogrammen

gestellt werden kann. Fleisch aus Gras ist ein wichtiges Argument. Beim Natura-veal und Natura-Beef bestehen rund 90 % der Ration aus Gras. Die meisten Betriebe erfüllen die graslandbasierte Produktion schon jetzt und das Obligatorium auf den 1. Januar 2017 dürfte zu schaffen sein.

Konsumentenkontakte an Messen

Damit unsere Marken Vertrauen erhalten und sich im Wettbewerb behaupten können, müssen wir für die Konsumenten Erlebnisse mit Mutterkühen und Mutterkuhhaltern schaffen. Das geschieht einerseits mit unseren Messeauftritten. 2016 waren Mutterkühe mit Kälbern an folgenden Messen präsent: Agrimesse in Thun, AMA in Aarau, Agrischa in Chur, MUBA in Basel, LUGA in Luzern, BEA in Bern, Foire de Chaindon in Reconvilier, Sichlete auf dem Bundesplatz, Comptoir Suisse in Lausanne und OLMA in St. Gallen. Engagierte Mitglieder stellten zudem Mutterkühe und Kälber an diversen weiteren Anlässen in der ganzen Schweiz aus. Neben den Messeauftritten war die beef.ch eine einzigartige Gele-



Die beef.ch hat 2016 Besucherinnen und Besucher aus allen Grossregionen der Schweiz angesprochen.

genheit, um der Bevölkerung die Mutterkuhhaltung näher zu bringen.

beef.ch in Bühl b. Aarberg, Balgach, Seigneux, Luzern und Brugg-Windisch

Im Berichtsjahr wurde die beef.ch zum ersten Mal nach dem neuen Konzept

mit mehreren Standorten im gleichen Jahr durchgeführt. Die Spannung war gross, bis es schliesslich mit der ersten Veranstaltung auf dem Römerhof in Bühl bei Aarberg losging. Die beef.ch auf dem Römerhof wie auch in Balgach, Seigneux, Luzern und Brugg-Windisch war ein voller Erfolg. Insgesamt besuchten 54 000 Personen die beef.ch 2016. Eine ausführliche Berichterstattung



Das Kalb, das am Euter der Kuh saugt, bleibt ein zentrales Motiv unserer Messeauftritte.

über die beef.ch ist in *die Mutterkuh* 3/16 (Römerhof) und 4/16 (übrige Standorte) erfolgt.

Die beef.ch lebt weiterhin vom grossen Engagement der OK-Mitglieder und der zahlreichen Helfer, vom Interesse der Konsumenten an der Mutterkuhhaltung und von der Zusammenarbeit mit den Sponsoren und weiteren Partnern. Sie schliesst 2016 bei einem Umsatz von rund einer Million mit einem Gewinn von 24 331 Franken ab.



Die beef.ch auf dem Bahnhofplatz in Luzern, einem Top-Standort für die Begegnung mit den Konsumenten.

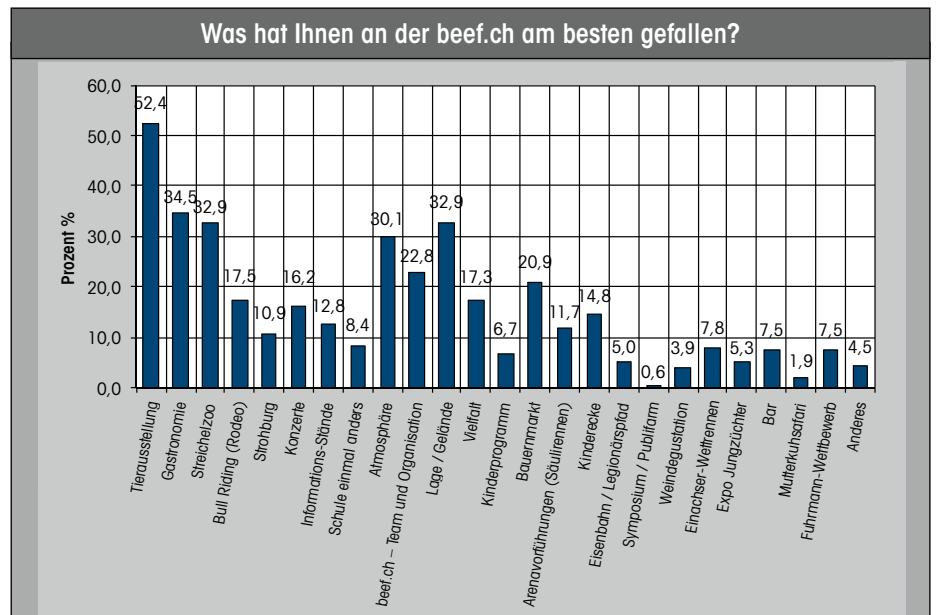
Nur schon um gleich viel Medienpräsenz zu erzielen wie mit der beef.ch, hätte man mit herkömmlicher Werbung rund 500 000 Franken ausgeben müssen.

Agrarpolitik

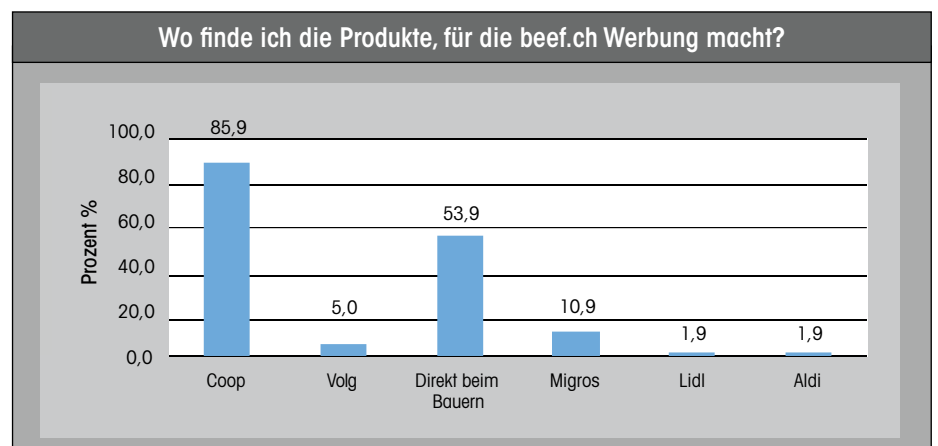
In der Agrarpolitik standen 2016 oft Grundsatzdebatten im Mittelpunkt, beispielsweise um die Ernährungssicherheitsinitiative des Bauernverbandes. Man geht davon aus, dass sich die agrarpolitischen Rahmenbedingungen bis 2021 kaum stark ändern werden. Mutterkuh Schweiz hat gemeinsam mit Bio-Suisse und IP-Suisse beantragt, für die unterschiedlichen Anforderungen für die RAUS-Beiträge bei Rindvieh auch unterschiedlich hohe Beiträge auszurichten.

Dank des einheitlichen GVE-Faktors erhält ein durchschnittlicher Mutterkuhbetrieb mit 17 Kühen seit 2014 rund 1100 Franken BTS- und RAUS-Beiträge mehr pro Jahr. Dies verbessert die Bilanz der Betriebe, die mit der AP14/17 Direktzahlungen verloren haben, immerhin etwas.

Das würde heissen, dass für Rindvieh mit Weide höhere RAUS-Beiträge bezahlt würden als für Rindvieh (v.a. Masttiere), das auch während der Vegetationsperiode nur Freilauf in einem Auslauf hat. Dieser Antrag wurde von der Kerngruppe



Für die meisten Besucherinnen und Besucher sind die Tierausstellung und die Gastronomie die Highlights der beef.ch.



Für die grosse Mehrheit des Publikums ist nach dem Besuch der beef.ch klar, wo sie Fleisch aus Mutterkuhhaltung kaufen können.

Unter uns

Tierwohlbestimmungen des BLW, vom STS, vom SBV, von den SMP und anderen Organisationen unterstützt. Ob die Geschäftsleitung des BLW den Antrag per 1.1.2018 umsetzen will, war bei Redaktionsschluss noch nicht bekannt.

Vereinsinterner Austausch und Weiterbildung

Der Vorstand und die Geschäftsstelle pflegen einen intensiven Kontakt mit den Mitgliedern. Im Berichtsjahr nahmen rund 900 Mitglieder an den zwölf Regionaltagungen teil. Zählt man die Neueinsteigerkurse, die Natura-veal-Kurse, die Versammlungen der Rassenclubs und weitere Veranstaltungen dazu, dann haben 2016 rund 2400 Personen an Veranstaltungen von oder mit Mutterkuh Schweiz teilgenommen. Die verschiedenen Anlässe dienen der Weiterbildung und der vereinsinternen Meinungsbildung.

Für die «Aussendienstler» in den Regionen, die Berater/Inspektoren und Experten, werden jährlich zentrale Kur-

se organisiert. Der Beraterkurs fand am 19./20. Mai in Spiez statt, der Expertenkurs am 20. September in Brunegg und die Inspektorenkurse am 2., 4. und 11. November.

Mutterkuh Schweiz weist als basisdemokratischer Verein schlanke Strukturen auf und bietet den Mitgliedern ein direktes Mitbestimmungsrecht. Sowohl an den Tagungen wie an der Vereinsversammlung werden demokratische Debatten geführt.

Tierschutz an der Vereinsversammlung

Die 39. Vereinsversammlung fand am 30. März 2016 in der Vianco Arena Brunegg statt. Vor der Versammlung referierte Hansuli Huber, Geschäftsführer Schweizer Tierschutz STS, unter dem Titel: Mutterkuhhaltung in der Schweiz: auch ein tier- und umweltschützerisches Erfolgsprojekt! Huber sprach engagiert und mit viel Sympathie für die Mutterkuhhaltung. Viele seiner treffenden Aussagen wurden von den

Anwesenden sehr positiv aufgenommen. Anwesend waren 265 Personen, davon 176 stimmberechtigte Mitglieder. Die Versammlung wählte Andreas Moor als neues Vorstandsmitglied der Region Berner Oberland und Oberwallis. Das Protokoll der 39. Vereinsversammlung ist in *die Mutterkuh* 2/16 publiziert worden.

Aus den Gremien

Im Berichtsjahr traf sich der Vorstand zu sieben Sitzungen, um die laufenden Geschäfte zu behandeln. Zu den wichtigsten Traktanden gehörten die Markenprogramme mit Marktlage, Lieferbestimmungen, Produktionsreglementen und Absatzoptionen, die Tätigkeiten von beef control, die Aktivitäten in den Regionen, die Publikums- und Fachausstellungen, die beef-Ausstellungen, die Agrarpolitik und verschiedene Stellungnahmen, die Wahlen von Chargierten, das neue EDV-Programm, Personelles und die Finanzen. Im Geschäftsausschuss wurden die Geschäfte des Vorstandes vorbereitet. Der Fachbeirat nimmt sich zu Handen



Die Vereinsversammlung vom Mittwoch, 30. März 2016, in Brunegg.

der Organe der mittelfristigen Entwicklungen der wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen an. Die FLHB-Kommission ist vom Vorstand mit den Tätigkeiten des Fleischrinderherdebuches beauftragt. Die Berichterstattung erfolgt im Jahresbericht des Fleischrinderherdebuches, welcher im Juli erscheint.

Jeder fünfte Mitgliederbetrieb macht im Fleischrinderherdebuch (FLHB) mit.

Solide Finanzen

Mutterkuh Schweiz ist eine Nonprofit-Unternehmung, deren Ziel eine ausgeglichene Finanzlage ist. Für knapp 5600 Mitglieder, einen indirekten Markenprogrammumsatz von über 120 Millionen Franken, die Tätigkeiten für die Fleischrinderzucht, die Kommunikation und die Interessenvertretung ist eine solide Finanzgrundlage notwendig. Zusätzlich müssen für anstehende Projekte und unvorhersehbare Situationen genügend Reserven zur Verfügung stehen. Die Verrechnung der Zertifikate und Tierpässe mit der neuen Verrechnungsart hat sich gut eingespielt. Für den Abbau von Überschüssen beim SwissPrimBeef wurden Fr. 162 006.– aus dem Verkaufssicherungsfonds eingesetzt. Im Bereich Herdebuch wurden gegenüber dem Vorjahr deutlich mehr lineare Beschreibungen durchgeführt. Dies hat mehr Einnahmen aber auch höhere Expertenkosten zur Folge. Bei der Zuchtwertschätzung fallen mit dem Wechsel des Zuchtpartners höhere einmalige Kosten an. Das BeefNet konnte zu Lasten 2016 zu einem Teil abgeschrieben werden. Die leicht höheren Personalkosten beruhen auf Umstellungsarbeiten BeefNet, dem Umstellungsjahr von beef.ch und Ferienguthaben. Die Jahresrechnung 2016 schliesst mit einem leichten Gewinn ab. Für anstehende Projekte konnten Rückstellungen gebildet werden. Das Projekt Bürohaus ist vorläufig sistiert. Der Redaktionsschluss dieses Jahresberichtes liegt vor der Revision und

Gremien Mutterkuh Schweiz (Stand 31.12.2016)

Vorstand

Gerber Mathias, Mont-Tramelan BE*	Präsident
Burri Josef, Lamperdingen LU, Vizepräsident*	LU, OW, NW, UR
Butz Thomas, Niederuzwil SG, Vizepräsident*	AI, AR, SG, FL
Béguin Raymond, La Sagne NE	JU, NE, Berner Jura
Eichenberger Martin, Bergdieten AG	AG, SO, BL, BS
Fenner Peter, Stallikon ZH	ZH, SH, TG
Humbert Guy, Marchissy VD	GE, VD, FRf, VSf
Meyer Emil, Küssnacht a.R. SZ	GL, SZ, ZG
Moor Andreas, Hasliberg BE	Berner Oberland, Oberwallis
Schmied Ruedi, Kirchlindach BE	Berner Mittelland, FRd
Thom Jon Paul, Ardez GR	GR, TI

FLHB-Kommission

Fliri Armon, Unterengstringen ZH	Präsident
Ackermann Roman, Ramiswil SO	Tux Schweiz
Beuchat Denis, Court BE	Blonde d'Aquitaine Suisse
Bösiger Andreas, Wanzwil BE	RC Grauvieh Schweiz
Burkhard Andreas, Lützelflüh BE	Swiss Galloway Society
Fankhauser Godi, Rüscheegg-Gambach BE	Evolèner Zuchtverein
Fässler Walter, Bächli-Hemberg SG	IG Swiss Hereford
Haueter Ueli, Hasle-Rüegsau BE	Club Suisse Aubrac
Knüsel Andreas, Meierskappel LU	Swiss Luing
Küng Hansueli, Etwilen TG	Charolais Helvétique
Marugg Hansandrea, Präz GR	Schweizer Braunvieh
Nussbaum Daniel, Tramelan BE	Suisse Salers
Schild Hans, Brienzwiler BE	Swiss Limousine
Schild Ueli, Oberhofen TG	RC Piemontese
Schluep Walter, Reinach BL	Highland Cattle Society
Wenger Florian, Vermes JU	Switzerland Section
Zraggen Wisi, Erstfeld UR	Simmental Suisse
Zimmermann Daniel, Hemishofen SH	Swiss Dexters
	SwissAngus

Fachbeirat

Stefan Felder, Schüpfheim LU	Präsident
Brütsch Jakob, Schaffhausen SH	Produktion
Eichenberger Martin, Bergdieten ZH	Produktion
Gerber Mathias, Mont-Tramelan BE	Präsident Mutterkuh Schweiz
Haas Sepp, Ohmstal LU	Produktion
Hofer Christian, Mont-sur-Rolle VD	Produktion
Niggli Gian Peter, Samedan GR	Produktion
Rubin Christian, Aeschi BE	Markt & Politik
Weber Michael, Reckenholz-Zürich ZH	Wissenschaft
Wegmann Ivo, Zumikon ZH	Markt & Politik

Beef Event

Butz Thomas, Niederuzwil SG	Präsident
Humbert Guy, Marchissy VD	Vizepräsident
Grossmann Ueli, Brienz BE	Vorstand
Meyer Emil, Küssnacht a.R. SZ	Vorstand

Rechnungsrevisoren

Rüdemann Roman	Trimstein BE
Schaller Patrik	Düdingen FR
Wickli Gertrud	Ennetbühl SG

Rekurskommission

Fritz Jakob	Le Cerneux-Veusil JU
Bapst Brunner Ursula	Waltensburg GR
Tschumper-Wagner Salomé	Necker SG

* Mitglieder Geschäftsausschuss

der Behandlung in den Gremien. Die Finanzzahlen sind in den Unterlagen zur Vereinsversammlung publiziert.

**Bei 1700 Betrieben läuft
per Jahreswechsel
2016/17 die automatische
Belegungsregistrierung.**

BeefNet mit neuen Anwendungen

Mit dem neuen BeefNet wird die Datenverwaltung an der Geschäftsstelle wie auch für die Mitglieder wesentlich verbessert. Zurzeit verfügen 3800 Betriebe über einen BeefNet-Zugang. Sämtliche Tier- und Betriebsdaten stehen online zur Verfügung. Belegungen können direkt eingetragen werden und es steht auch eine Funktion für automatische Belegungseintragungen zur Verfügung. Für Produktionsbetriebe mit einem Stier, der immer mit der Herde läuft, ist diese Funktion zu empfehlen. Aktuell sind 1700 Betriebe aufgeschaltet. Das Potential ist da vermutlich noch nicht ausgeschöpft. Weiterentwicklungen von BeefNet, die noch wünschbar wären, werden je nach Priorität, finanziellen Möglichkeiten und technischer Machbarkeit umgesetzt.

Mitgliederentwicklung

Mutterkuh Schweiz hat im Berichtsjahr weitere Betriebe dazugewonnen. Per 31.12.2016 zählte der Verein 5591 Mitglieder, davon sind 5328 Betriebe mit Mutterkühen. Netto hat der Mitgliederbestand um 62 Betriebe (+1.1 %) zugenommen. Die Zusammenstellung von Eintritten und Austritten über die letzten Jahre zeigt, dass unverändert Betriebe auf Mutterkuhhaltung umstellen, aber auch Mitglieder, hauptsächlich altershalber, die Mutterkuhhaltung aufgeben. Die Verteilung der Mitgliederbetriebe auf die verschiedenen Zonen hat sich gegenüber den letzten Jahren nicht verändert: 44 Prozent in den Bergzonen 1 bis 4, 16 Prozent in der Hügelzone, 35 Prozent in der Talzone und bei 5 Prozent ist die Zone nicht registriert.



Trotz widriger Witterungsverhältnisse war die Regionaltagung vom 5. März 2016 in Elm gut besucht.

Ausblick und Aussichten

Mutterkuh Schweiz kann auf ein erfolgreiches, lebendiges und zukunftsweisendes Geschäftsjahr zurückblicken. Erfolgreich, weil die Markentiere mit gutem Mehrpreis verkauft werden konnten, lebendig, weil an Versammlungen und Tagungen die Marschrichtung diskutiert wird und zukunftsweisend, weil Klarheit über Erreichtes und Anzustrebendes besteht.

Die Marktsignale für das laufende Geschäftsjahr sind positiv. Die Nachfragen dürften erneut ansteigen und die Produzentenpreise sich im gewohnten Rahmen bewegen. Die Marktpartnerschaften sind gefestigt, womit auch anspruchsvolle Aufgaben konstruktiv angepackt werden können. Die tragende Säule ist und bleibt Natura-

Beef. Mit Natura-Veal wächst eine ideale Ergänzung heran. Die Einführung von GMF dokumentieren unsere Verkaufsargumente. Ein Eckpfeiler bildet ebenfalls das SwissPrimBeef. Diesem müssen aber neue Impulse gegeben werden.

Der Vorstand wird die agrarpolitische Stossrichtung der Mutterkuhhalter mit Nachdruck einbringen. Für die agrarpolitische Periode von 2018 bis 2021 werden keine grundlegenden Anpassungen erfolgen, auf Verordnungsstufe werden einige Korrekturen gefordert. Wir zählen darauf, dass der Bund unsere Anliegen aufnimmt. Die Zahl an neuen Mutterkuhbetrieben wird von der Marktlage unserer Produkte bestimmt. Die Erfahrung zeigt aber auch, dass andere Umstände ebenfalls wesentliche Einflussfaktoren sind. ■

Mutterkuh Schweiz dankt allen, die zum erfolgreichen Vereinsjahr 2016 beigetragen haben. Es sind dies insbesondere die Mitglieder, die Partnerfirmen und -organisationen der Markenprogramme, der Fleischrinderzucht, der Kommunikation, der Interessenvertretung und der landwirtschaftlichen Bildungsinstitute. Ebenso gebührt ein grosser Dank den Mitgliedern des Vorstandes, der FLHB-Kommission und des Fachbeirats, den Beratern, Inspektoren, Experten und Rassenclubs sowie den Angestellten der Geschäftsstelle.