



**bauern für
generationen.**



Jahresbericht 2017



«Wir müssen mit beiden Füßen auf dem Boden bleiben.» 7

Ein Besuch beim neuen Präsidenten von IP-SUISSE Romandie, Joël Scheidegger, in Treytorrens.



«Ich muss nicht Schweine halten, nur weil ich Luzerner bin.» 13

Eine Reise nach Hellbühl im Kanton Luzern zur Familie Lucia und René Bühler.

«IP-SUISSE bringt der Agrarallianz Verständnis für Marktnähe mit all ihren Herausforderungen.» 18

Christof Dietler ist Mitinhaber der Agentur pluswert in Chur und Basel und Geschäftsführer der Agrarallianz im Mandat.



«Wir verfolgen dasselbe Ziel wie IP-SUISSE.» 20

Jimmy Mariéthoz, Direktor Verband Schweizer Gemüseproduzenten, über Swissness auf Feld und Teller.



Brown Chick, Nick Chick, Super Nick. 22

«IP-SUISSE Zuckerrüben werden im Hundegang geerntet.» 26

Ein herbstlicher Besuch bei der Familie Silvia und Rafael Feldmann in Rheinfelden im Kanton Aargau.



«Wir setzen auf nachhaltig produzierte Milch.» 32

Ein Interview mit Olivier Quillet, Verantwortlicher Schokolade bei Nestlé Schweiz.

Unsere Anstrengungen für die Nachhaltigkeit 34

Die IP-SUISSE Produktion im Jahr 2017 42

So entstand unser neuer TV-Spot. 52

Der IP-SUISSE Feldkalender ist in komplett überarbeiteter Version neu als App verfügbar. 58



IP-SUISSE: Fakten und Zahlen

Wiesenmilch	31
Biodiversität	40
Marketing und Kommunikation	50
Handelstätigkeit	61
Jahresrechnung	62
Vorstand IP-SUISSE	64
Geschäftsstellen IP-SUISSE	66





Vorwort

bauern für generationen

Der neue Claim von IP-SUISSE verkörpert unsere langjährige Philosophie. Wir denken heute bereits an morgen. Dies ist kein blosses Lippenbekenntnis, sondern eine Vision, die wir auf verschiedenen Ebenen unseres Tuns umsetzen. 2020 will IP-SUISSE das nachhaltigste Label in der Schweiz werden. Was heisst das schon, werden sich viele fragen? Es heisst allerhand!

Und wir bauern, das heisst, wir arbeiten. In einer Zeit, da die Löhne unserer Mitglieder nicht grad üppig sind oder üppiger werden, da Kulturland den baulichen Bedürfnissen einer stets wachsenden Bevölkerung weichen muss, da der Beruf des Landwirts nicht gerade zu den erstrebenswertesten gehört. Nicht zu vergessen sind auch die zahlreichen Konsequenzen der Globalisierung mit sich öffnenden Grenzen für unsere Landwirtschaft. IP-SUISSE jammert nicht, das ist nicht unsere Art. Wir schauen vorwärts, wir arbeiten, wir bauern für Generationen.

Selbstverständlich ist der Freihandel auch ein Thema für unsere Bäuerinnen und Bauern. Aber ist er nicht mehr als eine blosses Zeiterscheinung? Ist er nicht vielmehr eine unumkehrbare Entwicklung, die unsere Welt erfasst hat? Und die sich zudem nicht ändern lässt, weder mit Mauern noch mit Gesetzen oder Beschränkungen? Wir sind der Meinung, dass man sich den grossen Entwicklungen anpassen muss, also mit einem zunehmend freien Handel leben müssen. Und auch wird leben können.

IP-SUISSE wird dies gelingen. Zusammen mit unseren Mitgliedern, mit unseren Partnern und mit allen Konsumentinnen und Konsumenten, die den Mehrwert unserer Produkte sehen, bemerken und auch bezahlen wollen. Und auch zusammen mit der Natur, mit der wir arbeiten, respektvoll und nachhaltig.

Wir müssen uns auch immer wieder neu erfinden respektive innovativ bleiben. Unser Antrieb ist die tägliche Arbeit, unser Motor sind unsere Betriebe, und unser Funke an der Zündkerze sind unsere Innovationen. Ohne den Funken stehen wir still. Innovativ, was unsere Produkte betrifft, wie wir sie in den letzten Jahren immer wieder erfolgreich lanciert und verkauft haben. Aber auch innovativ, was den Umgang mit der Natur und den Menschen angeht, zum Beispiel unser viel beachtetes Punktesystem für die Biodiversität oder unsere Partnerschaft mit der Schweizerischen Vogelwarte und vielen anderen Institutionen.

Von der Politik erwarten wir Unterstützung, wo nötig, und auch einige Freiheiten, wo möglich. Die Politik soll uns begleiten, denn wir sind ein wichtiger Teil der Schweiz. Aber die Politik kann nicht unsere Visionen vorgeben oder unsere Aufgaben lösen. Sie schafft bestenfalls gute Voraussetzungen und Bedingungen für unser wirtschaftliches Leben. So, wie sie es bei anderen Branchen auch handhabt.

Das vergangene IP-SUISSE Jahr war produktiv. Beim Getreide konnten wir gute bis sehr gute Qualitäten ernten, beim Fleisch haben wir uns mengen- und qualitätsmässig gesteigert, Gemüse und Obst sind auf guten Wegen. Eine Erfolgsgeschichte ist unsere Wiesenmilch, die sich dank einem weltumspannenden Partner einer grossen Abnahme erfreut. Solches hätten wir bei ihrer Einführung nicht zu hoffen gewagt. Der Käfer kommt voran. Gelebt von unseren 18000 Mitgliedern, getragen von unseren grossen und kleinen Partnern, geachtet von zahllosen Konsumenten. Sein Wert steigt, auch ist er dank unseren Partnern vermehrt zu sehen. 2017 war auch in diesem Sinne ein gefreutes Jahr.

Gedankt sei hier unserem Vorstand, der an vielen Sitzungen ausserordentliche Arbeit mit vielen wegweisenden Entscheidungen leistet. Ebenfalls ein grosses Dankeschön an all unsere Mitglieder, die tagaus, tagein die Basis für unseren Erfolg erarbeiten. Ohne Partner geht gar nichts! Darum grad ihnen: danke vielmals. Und auch den vielen Konsumentinnen und Konsumenten ein grosses Merci für das Anerkennen und Würdigen unserer Arbeit.

Die bäuerliche Produktionsweise von IP-SUISSE wird sich erhalten können – im Gegensatz zur industriellen von rundherum. So schützen sich unsere Bauernfamilien und können ein lebenswertes Dasein führen. Wir können unseren Boden nicht verschieben oder vergrössern, deshalb müssen wir das Beste daraus machen respektive daraus holen. Immer mit grossem Respekt vor der Natur und der Förderung der Biodiversität. Innovationen und nachhaltig produzierte Lebensmittel sind keine magische Formel, aber Basis für 18000 Betriebe und unseren Erfolg am Markt. Gestern, heute und auch morgen.

Wir freuen uns, mit all unseren heutigen und künftigen Mitgliedern, mit unseren Partnern, Kollegen und Freunden unser neues IP-SUISSE Jahr in Angriff zu nehmen, in die Zukunft zu blicken und die nächsten kleinen und grossen Schritte zu machen.



Andreas Stalder
Präsident



Fritz Rothen
Geschäftsführer



Liebe Produzentinnen und Produzenten

Es ist mir ein Vergnügen, mich nach einem Jahr Amtszeit mit einigen Zeilen an Sie zu wenden. Mit grossem Interesse und viel Motivation setze ich mich für die Förderung unseres Labels bei Partnern und Konsumenten, aber auch bei Ihnen, werte Produzentinnen und Produzenten, ein.

Ich bin nach wie vor überzeugt, dass unsere Produkte an der Verkaufsfond eine noch höhere Visibilität verdienen. Auch wenn wir im Moment medial und politisch stürmische Zeiten erleben, sind wir die einzigen Produzenten mit einem Label, das qualitativ hochstehend, rundum schweizerisch, ökologisch einwandfrei, nachhaltig produziert und sozialverträglich ist.

Joël Scheidegger
Präsident IP-SUISSE Romandie

Wir haben soeben unser neues Marketingkonzept mit einem Werbespot zur Promotion unseres inzwischen unersetzbaren Marienkäfers bestätigt.

«Bauern für Generationen». Anfänglich hatte ich Zweifel bezüglich des Wortes «Bauer», weil es für mich eine eher negative Konnotation hatte. Aber in einer Zeit, in der die Gesellschaft mit 100 km/h unterwegs ist (Achtung, Via Sicura ...), erinnern wir die Konsumentinnen und Konsumenten daran, dass Essen ein Grundbedürfnis bleibt. Seien wir also stolz darauf, liebe Kolleginnen und Kollegen, Bauern für die kommenden Generationen zu sein.

Jacques Demierre
Geschäftsführer IP-SUISSE Romandie

«Wir müssen mit beiden Füßen auf dem Boden bleiben.»

Ein Besuch beim neuen Präsidenten von IP-SUISSE Romandie, Joël Scheidegger, in Treytorrens.

Treytorrens, zwölf Kilometer von Payerne, im Kanton Waadt, entfernt, ist ein ländlich geprägtes Haufendorf. Bestimmt waren die Bewohnerinnen und Bewohner früher alle in der Landwirtschaft tätig. Heute sind dies noch die wenigsten. Joël Scheidegger ist einer von diesen letzten Mohikanern.

Scheideggers, wie der Name schon sagt, sind nicht aus dieser Ecke der Schweiz, sondern stammen ursprünglich aus Huttwil im Emmental. Der Grossvater von Joël kam als Lederwarenhändler nach Biel, wollte aber schon immer Bauer werden und kaufte schliesslich 1952 den Hof in Treytorrens – er startete mit einem Pferd, vier Kühen und vier Hektaren Land. Joël und seine Frau Mélanie mit ihren Kindern Colin und Maël bewirtschaften heute einen ungleich grösseren Hof. Mélanie arbeitet als Lehrerin, Joël arbeitet zu 100 % als Landwirt.



«Ich finde es wichtig, den Bauernberuf richtig zu machen. Teilzeit wäre für mich schwierig, ich muss die Erde spüren, beide Füsse auf dem Boden haben.»

Im Jahr 2000 hat er den Betrieb übernommen und produziert Getreide, auch Dinkel, Raps, Quinoa, Mais und Zuckerrüben. Zudem hält er Rinder, die als sogenanntes Weidebeef geschlachtet und verkauft werden. Als fünfmonatige, 200 Kilo schwere Jungrinder kommen die Tiere auf seinen Hof, zwei Jahre später, mit fast 50 Tonnen verdautem Gras gewachsen und um die 300 Kilo schwerer, verlassen sie Treylorrens wieder. Sie gehen weg, um als Weidebeef die Schweiz zu erobern, auf der Weide waren sie tatsächlich, ja, fast nur auf der Weide.







«Seit 18 Jahren gehöre ich zu IP-SUISSE», erzählt Joël weiter, «die Philosophie entspricht mir, und darum wollte ich von Anfang an dabei sein. Man arbeitet für die Natur, aber auch für den Markt und so für sich. Man bleibt produktiv. Schliesslich ernähren wir Bauern grösstenteils die Schweizer Bevölkerung. Es ist toll, dass 2 % die anderen 98 % fast ernähren können. Aber das bedingt auch, dass wir der grossen Mehrheit zuhören: Was will sie? Wie ernährt sie sich? Was sind die Trends? Da bin ich fest überzeugt, dass wir mit IP-SUISSE und unserer Nachhaltigkeit und Regionalität sehr gute Chancen haben.»

Er ist ein optimistischer Mensch, Joël Scheidegger, der gerne frei ist und sich nichts diktieren lässt. «Als Bauer hast du viele Freiheiten und auch eine hohe Lebensqualität. Ich kann zum Beispiel jeden Tag mit meinen Kindern Mittag essen, viel mit meiner Familie zusammen sein. Dies ist mir sehr wichtig. Und solche Dinge sind mit keinem Geld der Welt zu zahlen.»

«Als Bauer hast du viele Freiheiten und auch eine hohe Lebensqualität.»



«Ich muss nicht Schweine halten, nur weil ich Luzerner bin.»

Eine Reise nach Hellbühl im Kanton Luzern zur Familie Lucia und René Bühler.

Freundlich sind sie, herzlich wird man empfangen, mit viel Humor und noch viel mehr Wärme: So zeigen sich René und Lucia Bühler in ihrem Wohnhaus aus dem Jahre 1790 in Hellbühl.

«Tatsächlich ist erwiesen, dass meine Familie auf diesem Hof seit sechs Generationen bauert. Und unser Sohn Christof, er studierte Geschichte und Theaterwissenschaften, wird in zwei, drei Jahren den Betrieb weiterführen.» So erzählt uns René und ergänzt: «Es ist kein grosser Hof, wir haben bloss 10 Hektaren Land und etwa 2 Wald, 16 braune Milchkühe und etwas Mastkälber, 6 eigene und 2 fremde Pferde. Dafür viel Biodiversität, Wiesen und Hecken. Effektiv geht es uns besser als einigen Nachbarn, die um einiges grösser sind. Viel mehr Land, viel mehr Maschinen und viel mehr Technik bringen gar nicht viel mehr.

Wir haben hier immer aus der Not eine Tugend gemacht.»

René Bühler ist ein wacher, interessierter Mensch. Sicher ist dies auch ein Grund dafür, dass er nicht «nur» Landwirt sein, sondern auch stets mitbestimmen wollte, was Landwirte zu tun oder nicht zu tun haben. Er war 14 Jahre lang im Vorstand des Luzerner Bauernverbandes, jahrelang Präsident der Luzerner Waldbesitzer, er ist seit gut sechs Jahren Vizepräsident von IP-SUISSE und amtiert als Verwaltungsrat der Qualinova, einer Kontrollstelle für ÖLN und Labelprodukte. Seit Kurzem ist er zudem im Conference Board von Brennpunkt Nahrung, einer Organisation, die vor allem den Austausch und den Diskurs zwischen allen Partnern pflegt – von den Produzenten bis zu den Konsumenten.



«Viele Bauern verstehen Gesetze und Paragraphen als Last. Für mich waren sie stets eine Herausforderung, nämlich innerhalb der Vorschriften das Beste herauszuholen. Ich nehme das sportlich, wollte und will immer innerhalb der Gerüste das Haus bauen. Es interessiert mich, an Lösungen mitzuarbeiten. Die Politik ist (meistens!) kurzfristig. Wir Landwirte müssen aber langfristig denken. Und auch danach handeln. Deshalb gilt es, gemeinsam an einem Tisch Lösungen zu finden, die für beide Seiten passen und mit denen beide Parteien leben können oder müssen. Lösungsorientiertes Arbeiten finde ich in den entsprechenden Kommissionen und Organisationen nach wie vor interessant.»

«Die Schweine haben wir aufgegeben», sagt uns Lucia. «Wir sind zu klein, beziehungsweise die andern sind immer grösser geworden, es hat einfach nicht mehr rentiert und viel Arbeit verursacht. Heute geht es uns viel besser, und René kann sich voll auf die Kühe und Pferde konzentrieren.»





«Ich muss doch nicht Schweine halten, nur weil ich Luzerner bin», ergänzt der Ehemann. «Ich habe jetzt mehr Zeit. Auch für mich. Und für mich ist Lebensqualität, wenn ich im Frühling, wenn alles erwacht, und die Felder und Hecken blühen, spazieren gehen und die Natur beobachten kann. Einen Hasen davonhoppeln sehen, einen Neuntöter in der Hecke entdecken oder eine Goldammer sehen kann. Draussen sein, das ist eigentlich mein Leben. Heute haben viele junge Landwirte verlernt, die Natur zu studieren, den Boden, den Himmel zu beobachten und zu sehen, hören und riechen, was geht. Wir arbeiten draussen, das dürfen wir nie vergessen.»

«Es geht auch viel um Gefühl und Intuition. Früher hat man zur Wetterprognose die Krähen und die Wolken beobachtet, heute schaut man einfach aufs Handy», so Lucia. «Es braucht sicher beides, trotzdem sollten wir unsere Wurzeln nicht verlieren.»

**«Früher hat man zur
Wetterprognose die Krähen und
die Wolken beobachtet, heute
schaut man einfach aufs Handy.»**



«IP-SUISSE bringt der Agrarallianz Verständnis für Marktnähe mit all ihren Herausforderungen.»

Christof Dietler ist Mitinhaber der Agentur pluswert in Chur und Basel und Geschäftsführer der Agrarallianz im Mandat.



Christof Dietler, was ist die Agrarallianz genau?

Die Agrarallianz verkörpert den Dialog zwischen der Heu- und der Essgabel. Die Agrarallianz begleitet die Schweizer Agrarpolitik, denkt entlang der ganzen Wertschöpfungskette und ist parteipolitisch unabhängig.

Seit wann gibt es sie, und was war der Gründungsgedanke?

Ende der 80er-Jahre war die Zeit definitiv reif für mehr Markt und mehr Ökologie. Das alte Regime mit Käseunion, Reglementierung der Märkte, Vergiftung der Seen und Abliefern statt Verkauf der Produkte hatte mehr als ausgedient. Organisationen der Konsumenten, Bauern und Vertreter von Natur-, Umwelt- und Tierschutz erkannten die Chancen: das Geschick in die eigenen Hände nehmen, gemeinsam die Zukunft gestalten! Wir organisierten uns in der Agrarallianz. Initiativen und Referenden wurden lanciert und aus diesem Kreise heraus auch gewonnen. IP-SUISSE Bauern waren immer auch mit dabei. 1996 endlich nahm das Volk dann den neuen, sehr guten Verfassungsartikel an. Diesem Gesellschaftsvertrag versucht die Agrarallianz seither immer wieder Leben einzuhauchen.

Wie wichtig ist es, ganz konkret, für IP-SUISSE, Mitglied der Allianz zu sein?

IP-SUISSE bringt der Agrarallianz und ihren Organisationen Verständnis für die Marktnähe und die damit verbundenen Herausforderungen. Brücken schlagen, das können IP-SUISSE Bäuerinnen und Bauern! Das ist auch notwendig. Die Debatten um Budget und Ausrichtung der Agrarpolitik werden wieder härter. Agrarpolitik ist auch Konsumentenpolitik.

Aber zu Ihrer eigentlichen Frage: Die Agrarallianz fördert die Meinungs- und Denkvierfalt zwischen Heu- und Essgabel – wir meinen, auch zum Nutzen der IP-SUISSE Bäuerinnen und Bauern. Ob Direktzahlungen für Extensogetreide, Biodiversitätsbeiträge, Zusammenarbeit mit BirdLife/Vogelwarte, gutes Verhältnis zum Detailhandel oder eben das gute Image des Käfer-Labels – in all diesen Themen ist die Agrarallianz für IP-SUISSE sicher kein Nachteil. Fred, die TV-Spot-Feldgrille, und der IP-SUISSE Käfer passen zur Agrarallianz und umgekehrt.

Was erachten Sie persönlich als matchentscheidend für die Schweizer Landwirtschaft?

Weniger Aufwand für mehr Geld, also mehr Wertschöpfung durch bessere Differenzierung, z. B. dank dem Käfer-Label.

Was ist für den Geschäftsführer der Agrarallianz von Bedeutung?

Es ist wohl weltweit einmalig, dass Konsumenten, Tierschützer und Naturschützer mit den Bauern zusammen nach konstruktiven Lösungen suchen. Und das seit Jahrzehnten. Erst wer den Dialog nicht pflegt, weiss die Qualität des Austauschs zu schätzen.

Wie wird sich die Schweizer Landwirtschaft in der sich zunehmend globalisierenden Welt behaupten können?

Logisch wird sie sich behaupten können! Genau dafür lohnt sich der Einsatz. Wir leben ja jetzt schon in einer sehr stark international vernetzten Volkswirtschaft. Und das bleibt hoffentlich auch so.

Hat die Agrarallianz internationale Kontakte, die sie pflegt? Tauscht sie sich regelmässig mit dem Ausland aus?

Das machen die Mitgliedorganisationen der Agrarallianz, viele sogar sehr ausgeprägt. Organisationen wie Pro Natura, WWF, Tierschutz, aber auch die Konsumenten wissen, dass Lösungen für globale Themen nicht nur in der Schweiz erarbeitet werden können.

Was werden Schweizerinnen und Schweizer in 50 Jahren noch «made in Switzerland» essen? Und was trinken?

Die Innovations- und Anpassungskraft der Schweizer Bäuerinnen und Bauern wird konstant unterschätzt. Bauern sind die besseren Ökonomen, als dass ihre Verbandsvertreter uns das überbringen. Folglich bin ich überzeugt: Es gibt auch in 50 Jahren noch eine relevante Schweizer Lebensmittelproduktion.

Haben Sie einen Wunsch an die Schweizer Bäuerinnen und Bauern?

Es gibt sie nicht, die Normbäuerin oder den Normbauern, von denen ich mir anmassen könnte etwas zu wünschen. Ich verstehe Landwirtschaftsbetriebe als eigenständige Unternehmen, sehr unterschiedlich ausgerichtet und geführt. Das ist auch gut so und ist in den letzten Jahrzehnten vielfältiger und besser geworden und darf so bleiben.

«Ich verstehe Landwirtschaftsbetriebe als eigenständige Unternehmen, sehr unterschiedlich ausgerichtet und geführt.»

«Wir verfolgen dasselbe Ziel wie IP-SUISSE.»

Jimmy Mariéthoz, Direktor Verband Schweizer Gemüseproduzenten, über Swissness auf Feld und Teller.

Herr Mariéthoz, jeder Schweizer und jede Schweizerin isst über 80 Kilo Gemüse im Jahr. Sind Sie zufrieden?

Ja, sehr. In den letzten Jahren hat der Konsum von Schweizer Gemüse pro Kopf – sogar bei steigender Bevölkerungszahl – stetig zugenommen. Das ist sehr erfreulich! Ich hoffe, dass dies nicht nur ein kurzfristiger Trend, sondern eine konstante Entwicklung ist, die hoffentlich künftig so weitergeht, denn daran arbeiten wir jeden Tag.

Wie viel davon kommt aus der Schweiz?

Beim Frisch- und Lagergemüse kommt mehr als die Hälfte, rund 55 %, aus der Schweiz. Die Zahlen sind natürlich sehr von Saison und Gemüseart abhängig.

Warum ist Schweizer Gemüse besser als ausländisches?

Die Gemüseproduzenten in der Schweiz bauen ihr Gemüse nach strengen Qualitätsrichtlinien (Suisse GARANTIE, Bio Suisse und neu auch IP-SUISSE) an. Dank der regionalen Produktion hat unser Gemüse kurze Transportwege, ist somit sehr frisch und geschmacksintensiv. Zudem, und das können wir mit gutem Gewissen sagen, sind unsere Kontrollen meist strenger als im Ausland. Wir können darum für unsere Produkte, ihre Herkunft und Qualität garantieren.

«Dank der regionalen Produktion hat unser Gemüse kurze Transportwege, ist somit sehr frisch und geschmacksintensiv.»



Wird alles hiesige Gemüse nachhaltig angebaut? Und wenn nein, warum nicht?

Ob im Freilandanbau oder im Gewächshaus, die Gemüseproduzenten sind sehr bemüht, so nachhaltig wie möglich anzubauen. Es ist auch ein grosses Bedürfnis unserer Konsumenten, dass die Natur respektiert wird. Gleichzeitig sind wegen der hohen Anforderungen an die Produkte bezüglich Qualität und Verfügbarkeit nachhaltige, aber wirksame Pflanzenschutzstrategien unerlässlich. Die Gemüseproduzenten investieren seit Jahren viel in diesen Bereich – leider wissen noch zu wenig Leute davon.

Was denken Sie von IP-SUISSE und von ihrem Programm für die Biodiversität in unserem Land?

Wir verfolgen dasselbe Ziel wie IP-SUISSE. Denn auch wir wollen gesunde, nachhaltige, qualitativ hochwertige Lebensmittel produzieren und diese zu fairen Preisen verkaufen. Solche Programme leisten wertvolle Arbeit für die Natur, die die Grundlage für die Produktion in unserem Land darstellt.

Ist es denkbar, dass Ihre Mitglieder dieses Programm übernehmen könnten?

Unsere Mitglieder sind frei, alle Programme, also auch dasjenige von IP-SUISSE, zu übernehmen, solange sie Suisse GARANTIE und SwissGAP als Basis beibehalten und ein Markt dafür besteht. Die Entscheidung liegt bei jedem einzelnen Produzenten. Für uns vom Verband ist dabei zentral, dass der Konsum von Schweizer Gemüse gesteigert werden kann.

Was wünschen Sie sich für die Zukunft unserer Landwirtschaft?

Ich wünsche mir, dass die Öffentlichkeit, die Wirtschaft und die Politik den qualitativen, ökologischen und wirtschaftlichen Mehrwert von Schweizer Gemüse kennen und produktionsfreundliche Rahmenbedingungen unterstützen.

Brown Chick, Nick Chick, Super Nick.

Ein Besuch beim Familienunternehmen Hobet AG im luzernischen Schötz, wo sich alles ums Ei beziehungsweise ums Huhn dreht.

Grosse Freude haben sie, die beiden Brüder André und Mario Hodel, an ihrem wachsenden Unternehmen, das von ihrem Vater gegründet wurde. Gross geworden ist die Familie mit dem Ei, besser gesagt, mit etwa 350 000 Eiern, die sie heute pro Tag verarbeiten und vermarkten. Mit den Jahren hat sich das Unternehmen spezialisiert, und es bietet heute nebst der Eierverarbeitung Junghennen, Küken, Bio-Küken für die Mastpouletproduktion, Hühnerställe und Beratungsdienstleistungen an.

f&f, das Eierverarbeitungs-Unternehmen, steht für Fresh Food und arbeitet mit rund 60 Zulieferbetrieben aus der ganzen Schweiz zusammen. Dies seien langjährige partnerschaftliche Beziehungen, betont Mario Hodel. Die Betriebe liefern zwischen 500 und 18 000 Eier pro Tag. Frische, qualitativ hochstehende Schweizer Eier, die in der 4500 m² grossen Halle angeliefert, kontrolliert, abgepackt und ausgeliefert werden. Kontrolliert werden die Eier in Schötz ganz genau: auf Grösse, auf Inhalt, auf Spalten und Ritzen in der Schale, auf Blutrückstände im Dotter. Auf den Markt gelangen nur perfekte Eier. Die anderen kommen beispielsweise als Flüssigeier in den Gastro-Handel.



Zweimal im Jahr herrscht in der Halle von André und Mario Hochbetrieb: an Ostern und an Weihnachten. Diese saisonalen Eierfeste überbrückt die Firma dank ihrer cleveren Planung mit den Lieferanten und dank den modernsten Kühlmöglichkeiten für die Einlagerung der Eier bis zur Weiterverarbeitung im Hause selbst. Bei den Eiern aus Schötz gibt es keine Engpässe!

Brown Chick, Nick Chick und Super Nick, so heissen die drei Rassen, deren Hühner im Jahr an die 330 Eier legen, fast ein Ei pro Tag – also Höchstleistungen im Eierlegen vollbringen. Brown Chicks sind braune Hennen, Nick Chicks die beliebtesten weissen Eierlegerinnen, und Super Nicks legen die grössten Eier. 10 000 Hühner der Rasse Nick Chick legen im Tag 9800 weisse Eier, Brown Nicks legen braune.



Seit 2009 haben die Gebrüder Hodel eine partnerschaftliche Beziehung mit IP-SUISSE und verarbeiten die IP-SUISSE Eier für verschiedene Verkaufskanäle.

Bei André und Mario Hodel kann jedes Ei (jedes Ei!) zurückverfolgt werden, weil jedes Ei bei den Gebrüder Hodel einen Stempel bekommt. 0 für Bio, 1 für Freiland, 2 für Boden- und 3 theoretisch für Käfighaltung, denn praktisch ist diese Haltungsfom hierzulande seit 25 Jahren verboten. Dazu kommen CH für die Herkunft und die Nummer des Produzenten. Es kann also überall in der Schweiz jedes gute oder schlechte Ei zurückverfolgt werden.

Mario Hodel weiss viel über Eier und ist selbst schon lange in der Branche tätig. Er erwähnt auch, dass das Unternehmen nicht nur auf die Ökonomie schauen müsse, sondern auch grossen Wert auf die Ökologie lege. Die Abwärme der Kühlräume wird beispielsweise für die Warmwasseraufbereitung verwendet, ein weiteres System sorgt ausserdem für die gleichmässige und ständige Temperatur in der Betriebshalle – beste Voraussetzung für die Verarbeitung von Lebensmitteln. Dafür sind nebst verschiedenen modernsten Maschinen 27 Mitarbeitende, die sich 20 Vollzeitstellen teilen, verantwortlich. «Wir sind und bleiben ein humanes Unternehmen», so Mario Hodel, «sei dies mit unseren Mitarbeitenden, unseren Lieferanten und unseren Kunden in der ganzen Schweiz.»

Spillmann hat die Nummer 4206

Martin Spillmann ist Eierproduzent in Villnachern (AG). Der junge Bauer gibt uns ein paar Zahlen zu seinem Betrieb.

- 10 000 Hühner, eingestallt am 1. Januar 2017.
- 10 000 Hühner legen täglich 9800 Eier.
- Die Hühner haben täglich Auslauf ins Freie auf die grüne Wiese oder bei schlechtem Wetter, wenn die Weide zu nass ist, in den Laufhof (befestigter Platz unter freiem Himmel).
- 5 Kontrollgänge macht Martin täglich im Stall.
- 1,5 Tonnen Futter und 2200 Liter Wasser braucht er pro Tag.
- Legehühner hat man 12–16 Monate, dann kommen neue Legerinnen.







«IP-SUISSE Zuckerrüben werden im Hundegang geerntet.»

Ein herbstlicher Besuch bei der Familie Silvia und Rafael Feldmann in Rheinfelden im Kanton Aargau.

«Der Hundegang ist, der Name sagt es, wie der Gang eines Hundes. Nur dass die Maschine, welche die Zuckerrüben erntet, etwas mehr wiegt als ein Hund, nämlich 25 Tonnen. Die Räder fahren aber nicht parallel neben- oder hintereinander, sondern alle etwas zueinander versetzt. Das schont den Boden. Und das ist echt IP-SUISSE», erzählt der sympathische, junge Landwirt Rafael Feldmann.

Wir stehen frühmorgens am Rand seines grossen Zuckerrübenfeldes im aargauischen Rheinfelden, einen Steinwurf vom berühmten Feldschlösschen entfernt, landauf, landab bekannt für seine Bierbrauertadition. Die Zuckerrübenenernte ist in vollem Gange: Die riesige Erntemaschine – mit Rüben beladen übrigens über 40 Tonnen schwer – schleicht auf ihren vier Pfoten oder Rädern übers Feld, der Rübenhaufen am Wegrand wird immer grösser. Für den Abtransport, zuerst per Traktor und dann mit dem Zug, haben sich ein paar Bauern aus der Gegend zusammengetan, alles ist organisiert und bestens vorbereitet.

Mit seinem Geschäftspartner Peter Jegge bearbeitet Rafael den 60 Hektaren grossen Hof. «Ein Pachtbetrieb», wie er sagt, «der Eigentümer ist unser Melkroboter ... nein, Spass beiseite, er hilft nach wie vor im Stall aus, unser Verhältnis ist gut und kollegial. Im Jahr 2008 haben wir den Hof übernommen. Vorher habe ich Elektromechaniker gelernt bei der ABB, die Berufsmatur absolviert und das Tech in Zollikofen als Agronom abgeschlossen. Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht.»

Rafael ist mit Silvia verheiratet, sie haben zwei kleine Kinder im Vorschulalter: Alina und Mario. Aufgewachsen ist Rafael keine 200 Meter von hier, er wollte den Kontakt zu Rheinfelden nie verlieren und hat immer wieder heimgefunden. Und heute ist sein Traum in Erfüllung gegangen: hier einen Hof ökologisch und in Respekt mit der Natur zu bewirtschaften.





Rafael Feldmann liebt Vögel. Jedes Jahr nisten «seine» Rauchschnalben im Stall, junge Turmfalken schlüpfen im Frühling in den Kästen, die er für sie aufgehängt hat. Er hegt und pflegt 13 Hektaren Ökofläche: Hecken, Wiesen, Weiher und Steinhäufen. «Im Winter verkaufe ich auch Brennholz, das ich als Baumstämme aus den nahen Gemeindewäldern beziehe. Im Sommer haben wir Hochsaison: mit Gerste, mit Raps, mit Weizen und mit Bohnen, mit Zuckerrüben und den über 30 Milchkühen haben wir allerhand zu tun. Wir betreiben auch einen kleinen Hofladen auf Basis Selbstbedienung: Milch, Eier, Bohnen, Honig vom Nachbarn, und wenn wir schlachten, auch etwas Kalbfleisch.»

Weiter besitzen die beiden Partner eine grosse Spritzmaschine, mit der sie den Bauern in der Umgebung zur Hand gehen. Sie machen gröbere Gartenarbeiten wie Bäume fällen, Rodungen oder helfen auch aus, die Stände für den Stadtmarkt aufzustellen. Und da wäre noch der Wein beziehungsweise der Anbau, die Pflege und die Ernte der Trauben, die sie als solche verkaufen. Aus dem Pinot-noir-Traubengut werden Rot-, Weiss- und Roséweine gekeltert.

Und warum IP-SUISSE? «Weil Rheinfelden per se IP-SUISSE Land ist. Es hat wenig Nebel, ergo wenig Feuchtigkeit, ergo wenig Pilzbefall. Also ... Persönlich finde ich IP-SUISSE wertvoll und innovativ. Darum bin ich seit fünf Jahren auch im Vorstand. Ich fahre einmal im Monat nach Bern, um die Welt zu verändern, unsere kleine Welt zu verändern.»

«Ich fahre einmal im Monat nach Bern, um die Welt zu verändern, unsere kleine Welt zu verändern.»



Wiesenmilch – ein Label auf der Strasse des Erfolgs

Die IP-SUISSE Wiesenmilch kann nahtlos an die Erfolge von 2016 anknüpfen und erfreut sich einer zunehmenden nationalen Beliebtheit. Schön, dass die Nachhaltigkeit immer mitisst und -trinkt!

Kein Produkt wurde in der letzten Zeit so stark von verschiedenen «Labels» positioniert und umworben wie die Milch. Faire Milch, nachhaltige Milch und viele mehr. Dabei hat IP-SUISSE ihre Strategie für eine standortangepasste Schweizer Milchproduktion schon lange definiert, mit einem klaren Mehrwert auch für die Produzenten. Denn nur so kann nachhaltig Milch produziert werden.

Umso mehr freut es IP-SUISSE, dass auch 2017 die Wiesenmilchproduktion weiter wachsen konnte, trotz des sich vielfältig entwickelnden Marktumfeldes und der teils sehr schwierigen Situation für die Milchproduzenten. 2017 konnten in allen Landesteilen der Schweiz neue Produzenten gewonnen werden.

Neu dabei sind:

- Luzern: Käserei Neudorf mit Wiesenmilchgrana (Hartkäse), div. Käsespezialitäten, Fondue
- Käserei Imlig in Oberriet via mooh mit Raclettekäse
- Bergkäserei Marbach mit Produkten für die UNESCO-Biosphäre Entlebuch
- Fromagerie Le Maréchal, Granges Marnand mit Le-Maréchal-Käse für Denner
- Nestlé-Schokoladenfabrik in Broc mit Wiesenmilch für alle Cailler-Schokoladen

IP-SUISSE freut sich sehr über die nun doch beachtliche Produktpalette aus IP-SUISSE Wiesenmilch. Heute erhältlich sind:

- IP-SUISSE Wiesenmilch, Vollmilch und Milchdrink in der ganzen Schweiz
- Diverse IP-SUISSE Käsespezialitäten von Ziegen- und Schafkäse bis hin zu Raclette und Fonduemischungen
- Feines Nature- und Fruchtojoghurt
- Rahm und Kaffeerahm
- Butter
- Cailler-Schokolade



«Wir setzen auf nachhaltig produzierte Milch.»

Ein Interview mit Olivier Quillet, Verantwortlicher Schokolade bei Nestlé Schweiz.



Herr Quillet, warum wollte Cailler seine Schokolade mit Wiesenmilch herstellen und nicht mehr mit herkömmlicher Schweizer Milch?

Bei der Neulancierung unserer traditionsreichen Marke Cailler haben wir neben der Erneuerung des Designs und der Verbesserung der Rezeptur den Fokus auf Nachhaltigkeit gelegt. Diverse Labels versprechen zwar nachhaltige Schokolade. Aber keines der heutigen Labels im Schokoladenbereich geht auf die Milch ein. Cailler ist die erste Schweizer Schokolade, die neben nachhaltigem Kakao auch auf nachhaltige Milch setzt. Die IP-SUISSE zertifizierte Wiesenmilch passt zum Bekenntnis von Nestlé zu lokalen und nachhaltig produzierten Rohstoffen.

Cailler pflegt seit Jahren eine enge Partnerschaft mit den Bauern in der Region. Aktuell beliefern 44 Bauernbetriebe aus dem Greyerzerland Cailler mit der Milch von rund 1500 Kühen, die alle im Umkreis von 30 Kilometern um Broc weiden. Die Partnerschaft mit IP-SUISSE untermauert unsere traditionelle Unterstützung der Schweizer Bauern.

«Cailler ist die erste Schweizer Schokolade, die neben nachhaltigem Kakao auch auf nachhaltige Milch setzt.»

Wie sind Sie auf IP-SUISSE gekommen? Oder ist IP-SUISSE auf Sie zugekommen? Seit wann arbeiten Sie mit IP-SUISSE zusammen?

Schon seit Langem gibt es einen regelmässigen Austausch zwischen IP-SUISSE und Nestlé. 2014 fanden erste konkrete Gespräche mit IP-SUISSE bezüglich Cailler statt, und die Neulancierung der Marke mit der verwendeten IP-SUISSE Milch wurde Mitte 2017 der Öffentlichkeit vorgestellt.

Ist diese Zusammenarbeit fruchtbar?

Wir sind sehr zufrieden mit unserer Zusammenarbeit mit IP-SUISSE. Es war für uns eine neue und positive Erfahrung, mit einer der wichtigsten landwirtschaftlichen Produzenten- und Vertriebsorganisationen in der Schweiz zusammenarbeiten zu dürfen. Wir hoffen, dass sich aus unserer noch jungen Beziehung eine langfristige Partnerschaft entwickeln wird.

Ist eine Ausweitung der Zusammenarbeit mit IP-SUISSE für andere Produkte angedacht?

Nestlé schliesst die Zusammenarbeit mit IP-SUISSE für andere Rohstoffe nicht aus. Im Moment gibt es aber noch keine konkreten Pläne.

Nachhaltigkeit? Ist das ein fester Bestandteil der Nestlé-Philosophie?

Wir bei Nestlé berühren Milliarden Leben weltweit, von den Landwirten, mit denen wir zusammenarbeiten, über die Einzelnen und Familien, die unsere Produkte geniessen, die Gemeinschaften, in denen wir leben und arbeiten, bis hin zur Umwelt, von der wir alle abhängen. Weltweit setzen wir uns für den Erhalt natürlicher Ressourcen für künftige Generationen ein. Die Partnerschaft mit IP-SUISSE und die damit verbundene Förderung der Biodiversität passen damit hervorragend in unsere globale und lokale Strategie.

Eine letzte Frage: Wohin, denken Sie, führt der Weg der Schweizer Landwirtschaft?

Nestlé Schweiz ist stark auf den Export fokussiert, wobei die Swissness unserer Produkte einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren ist. Nestlé wird also auch in Zukunft auf Schweizer Agrarrohstoffe setzen. Deshalb bauen wir auf eine zukunftsorientierte, innovative und marktfähige Landwirtschaft, die sich auch in Zukunft neuen Herausforderungen zu stellen vermag.



Unsere Anstrengungen für die Nachhaltigkeit

IP-SUISSE will bis 2020 das nachhaltigste Label der Schweiz sein. Was wir dafür alles mit wem und in welchen Gebieten unternehmen, ist hier aufgeführt.



Pflanzenschutz

Pflanzenschutzmittelfreier Getreideanbau

- Ziel: Verzicht von Herbiziden und Glyphosat im Getreideanbau
- Zusammenarbeit: JOWA, Eidgenössische Technische Hochschule ETH

Herakles Plus (Projektlead Agroscope)

- Ziel: Feuerbrand- und Marssonina-robuste Sorten mit gutem Anbau- und Verarbeitungseigenschaften finden, sowie angepasste, extensive Pflanzenschutzstrategien für die Produktion von qualitativ hochwertigem Schweizer Mostobst optimieren.

Kartoffeln ohne Herbizide

- Ziel: herbizidlose Produktion von Speisekartoffeln
- Zusammenarbeit: Migros Aare, Terralog

Bewertung von Umweltwirkungen und -risiken von Pflanzenschutzstrategien (Projektlead Agroscope)

- Ziel: Bewertung der Umweltwirkungen und -risiken von Anbausystemen und Spritzfolgen bei den Kulturen Weizen, Raps, Kartoffeln, Zuckerrüben und Karotten
- Zusammenarbeit: Migros-Genossenschafts-Bund MGB

Klima- und Ressourcenschutz

Klima- und Ressourcenschutz Punktesystem

- Ziel: Reduktion von 10 % Treibhausgasemissionen über die Gesamtheit der IP-SUISSE Labelbetriebe gegenüber dem Ausgangszustand 2016
- Zusammenarbeit: Bundesamt für Landwirtschaft BLW, Agroscope, TSM Treuhand

Phasenfütterung bei IP-SUISSE

Schweinen

- Ziel: Einführung von stickstoffreduzierter Phasenfütterung
- Zusammenarbeit: Micarna

Umweltfreundliche und effiziente Erzeugung von hochwertigem Rindfleisch

- Ziel: Nachhaltige Fütterung von Mastrindern
- Zusammenarbeit: Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL, Migros, Eidgenössische Techn. Hochschule ETH

Biodiversität

Hof+

- Zusätzliches Modul: Hofplatz, Gebäude, Garten
- Ziel: Förderung der Biodiversität auf dem Bauernhof
- Zusammenarbeit: Schweizerische Vogelwarte Sempach

Fairness

Punktesystem: sozioökonomische Bilanz der Mitglieder

- Ziel: Berücksichtigung der sozialen Verantwortung
- Zusammenarbeit: Ageco, jch-consult

Tierwohl

Wiesenmilch

- Ziel: Schärfung des Wiesenmilch-Profiles
- Zusammenarbeit: Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL

Freiluftkalb VetSuisse

- Ziel: Minimierung von Antibiotikaeinsatz
- Zusammenarbeit: VetSuisse, Migros, Bundesamt für Landwirtschaft BLW



Nachhaltigkeitsengagement mit sozialer Dimension: Die IP-SUISSE Mitglieder sind sehr motiviert. Eine Bestandesaufnahme von Jacques Chavaz.

Unsere Geschäftspartner, die Konsumenten und unsere Mitbürger messen den sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen des Agrarsektors immer mehr Gewicht bei, ohne die ökologischen Aspekte aus den Augen zu verlieren. Für IP-SUISSE gilt es, initiativ zu bleiben und so zu vermeiden, von anderen definierte Forderungen einfach hinnehmen zu müssen. Gute wirtschaftliche und soziale Bedingungen für Bauernfamilien und verantwortungsvolle Beziehungen zu sämtlichen Partnern im Landwirtschaftsbereich sind Ziele zur nachhaltigen Entwicklung, für die sich IP-SUISSE und ihre Mitglieder seit Jahren einsetzen. IP-SUISSE will ihre Verantwortung wahrnehmen und diese Ziele vorantreiben.

IP-SUISSE leistet mit einem umfassenden Ansatz zur Nachhaltigkeit Pionierarbeit. Im Winter 2017 konnte mittels einer Umfrage eine sehr detaillierte Bestandesaufnahme

gemacht werden. Im Zentrum des Interesses standen die Beziehungen der Landwirte zu ihren Partnern, Angestellten und der lokalen Gemeinschaft, aber auch die nachhaltige Betriebsführung und das Wohlbefinden des Betriebsleiters und seiner Familie.

Im Vorfeld der Umfrage war es mittels eines partizipativen Ansatzes möglich, die zu berücksichtigenden sozialen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Herausforderungen zu identifizieren und konkrete Ziele daraus abzuleiten. Anschliessend wurden die IP-SUISSE Mitglieder zu einer Internet-Umfrage eingeladen, die sich auf sieben wesentliche Themen für eine umfassende Nachhaltigkeitsvision konzentrierte.



Verantwortungsvolle Betriebsführung



Wirtschaftlich nachhaltige Leistung



Wohlbefinden der Angestellten



Beziehung zu der lokalen Gemeinschaft



Vermarktung und Beschaffung



Wohlbefinden des Betriebsleiters und seiner Familie



Umwelt und gesellschaftliche Anliegen

Sieben Dimensionen einer sozial und wirtschaftlich ausgerichteten nachhaltigen Entwicklung.

7121 Mitglieder haben an der Umfrage teilgenommen, dies entspricht einer Beteiligung von mehr als 50 %. Das ist ein fantastisches Resultat! Daraus ergibt sich ein verlässliches und repräsentatives Bild auf nationaler Ebene. Die Antworten liefern Daten zu 60 Indikatoren, gegliedert in sieben Dimensionen, und vermitteln IP-SUISSE eine klare Diagnose in Sachen Unternehmensverantwortung. Die Auswertung der Daten hat Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten offengelegt, die IP-SUISSE und den Mitgliedern erlauben, ihr Engagement noch gezielter auf eine nachhaltige landwirtschaftliche Produktion auszurichten.

Die Partner von IP-SUISSE unterstützen das Vorgehen

Es ist wichtig, dass IP-SUISSE nicht nur ihre Mitglieder befragt, sondern auch wahrnimmt, wie ihre Partner dem ganzheitlichen Ansatz von IP-SUISSE für die nachhaltige Entwicklung gegenüberstehen. Zwischen September und Dezember 2017 wurden zehn Treffen mit den Hauptgeschäftspartnern (Migros, Denner, McDonald's, Emmi), den Verbänden für Spezialkulturen (Schweizer Obstverband, Verband Schweizer Gemüseproduzenten und Vitiswiss), den NGO (WWF, Schweizer Tierschutz, Fédération romande des consommateurs, Max Havelaar), den Gewerkschaften (Unia), der Forschung (ETH Zürich und HAFL) und den Behörden (Bundesamt für Landwirtschaft und Bundesamt für Umwelt) organisiert.

Alle konsultierten Organisationen begrüßen das verantwortungsvolle und proaktive Vorgehen von IP-SUISSE. Sie alle sind sich einig, dass die sozialen und wirtschaftlichen Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung in der Landwirtschaft und den Wertschöpfungsketten des Lebensmittelsektors bisher nicht ausreichend berücksichtigt wurden.

Ein gut strukturierter Rahmen, der alle Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung umfasst, wird als wesentlich erachtet für einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess, der langfristig sinnvoll ist. Zahlreiche Stimmen untermauern, dass ein solcher Ansatz die einzigartige Positionierung der Käfer-Produkte auf dem Markt stärken wird.

Ganz allgemein ermutigen die Gesprächspartner IP-SUISSE dazu, sich auf eine begrenzte und konkrete Anzahl Engagements zu konzentrieren und den Fortschritt mit messbaren Indikatoren aufzuzeigen. Freiwillige Ansätze, bei denen die Landwirte Massnahmen wählen, die für ihren Betrieb geeignet sind und die ihnen erlauben, ihren Beitrag zum Gesamtziel zu bewerten, werden als erfolversprechender angesehen als eine Vervielfachung der Anforderungen und Vorschriften. IP-SUISSE beabsichtigt, das Prinzip von Punktesystemen, wie sie im Bereich der Biodiversität angewendet werden, auf weitere Bereiche wie Klima und Ressourcen oder die soziale Dimension auszudehnen.

Rahmen für das Engagement von IP-SUISSE zugunsten einer nachhaltigen Entwicklung

Der für die Umfrage bei den Mitgliedern entwickelte Rahmen war lediglich ein erster Schritt, um die sozialen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bereiche einzuschliessen, die im Label oder in den freiwilligen Ansätzen von IP-SUISSE noch nicht berücksichtigt waren. Vor Kurzem wurde mit der Ausarbeitung eines strukturierenden Rahmens für sämtliche Ansätze von IP-SUISSE zugunsten einer Nachhaltigkeit eine neue Etappe abgeschlossen. Dank diesem Rahmen können alle Wagen an denselben Zug gehängt werden – auch die Themen, die seit ihren Anfängen im Fokus der Arbeit von IP-SUISSE stehen: eine besonders

natur- und tierfreundliche Produktion, die Biodiversität, das Klima und die Ressourcen sowie die soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Die Errungenschaften und neuen Initiativen fügen sich in einen Gesamtrahmen, mit dem Ausgewogenheit und konkrete Fortschritte in Bezug auf fünf Säulen angestrebt werden:

- Umwelt
- Tiere (Tiergesundheit und Tierwohl)
- Produkte (für eine gesunde und preisgünstige Ernährung)
- Menschen (der Betriebsleiter, seine Familie, seine Angestellten, die lokale Gemeinschaft)
- Wirtschaft (für eine wirtschaftlich nachhaltige Leistung)

Das Nachhaltigkeitsrad symbolisiert diesen umfassenden und ausgewogenen Ansatz. Der Verbesserungsprozess wird zudem von einer sechsten Dimension getragen, die sämtliche Ansätze in sich vereint:

- die verantwortungsvolle Betriebsführung (der Betriebe und von IP-SUISSE als Organisation)

<p>Umwelt </p> <p>Schutz der Umwelt und nachhaltige Nutzung der Ressourcen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beste Praktiken umsetzen um: <ul style="list-style-type: none"> - die Treibhausgase zu reduzieren - die Böden zu schützen - die Wasserqualität zu schonen - die Ressourcen nachhaltig zu nutzen - die Biodiversität zu fördern und die Ökosysteme zu schützen 	<p>Tiere </p> <p>Tierwohl und Tiergesundheit</p> <ul style="list-style-type: none"> - Beste Praktiken umsetzen und Gebäude anpassen um das Wohl der Tiere zu sichern - Tierhaltung mit Priorität für die Gesundheit der Tiere führen; Tierarzneimittel so wenig wie möglich und kontrolliert einsetzen - Fütterung auf nachhaltige Futtermittel ausrichten 	<p>Produkte </p> <p>Gesunde Ernährung und Wohlbefinden der Konsumenten</p> <ul style="list-style-type: none"> - Natürliche und sichere Produkte vermarkten, welche zur Gesundheit der Konsumenten beitragen - Lokalen Einkauf und kurze Vermarktungswege fördern 	<p>Menschen </p> <p>Wohlbefinden der Bewirtschaftenden, der Mitarbeitenden und der lokalen Gemeinschaft</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gesundheit und Ausgleich Arbeit-Familie der Haushaltsmitglieder konkret fördern - Sichere und faire Arbeitsbedingungen anbieten und zur beruflichen Weiterentwicklung der Angestellten beitragen - Harmonische Beziehungen mit der lokalen Gemeinschaft pflegen 	<p>Wirtschaft </p> <p>Wirtschaftlich nachhaltige Leistung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kosten kontrollieren, vorausschauendes Risikomanagement betreiben - Sich an konkurrenzfähiger Wertkette beteiligen, um erschwingliche Produkte anzubieten - Mit den Abnehmern zusammenarbeiten
--	---	--	---	--

Verantwortungsvolle Betriebsführung: vorausschauend, zuverlässig und transparent



- Einhaltung der Vorschriften und der Labelanforderungen sichern
- Strategische Planungsinstrumente einsetzen
- Wirtschafts-, Umwelt- und Sozialleistung messen und regelmässig verbessern



Im Laufe der Jahre wird der Rahmen zum Nachhaltigkeitsengagement von IP-SUISSE mittels Messung und Aufzeichnung des erzielten Fortschritts immer kohärentere und konkretere Resultate des verantwortungsvollen Ansatzes von IP-SUISSE und ihren Mitgliedern aufzeigen. Dieser Ansatz wird sich durch Mehrwerte für die Käfer-Produkte und die soziale und politische Anerkennung der IP-SUISSE Landwirte auszahlen.

Nächste Schritte

Strukturiertes Nachhaltigkeitsengagement:

Über mehrere Jahre hinweg:

- Konkretisierung der laufenden Initiativen (Klima und Ressourcen, Reduktion der Pflanzenschutzmittel usw.)
- Generalisierung der Punktesysteme (Wahl der Massnahmen durch die Betriebsleiter und Self-Assessment, Selbstevaluation)
- Präzisierung der Indikatoren und der Engagements der einzelnen Säulen
- Aufzeigen des erzielten Fortschritts im Bereich der nachhaltigen Entwicklung mittels Geschäftsbericht, der zu einem eigentlichen Bericht über die soziale Verantwortung werden kann

- Ergänzung zu den Grundanforderungen des Labels, um die Konformität mit den Arbeitsschutznormen zu gewährleisten
- eine Internet-Plattform, die ein Self-Assessment, Selbstevaluation (Punktesystem), einen Zugang zu den Best Practices und eine individualisierte Wahl der Massnahmen durch den Betriebsleiter ermöglicht

2020 für alle Mitglieder einführen:

- Ergänzung zu den Grundanforderungen
- Internet-Plattform

Sozioökonomische Säulen der nachhaltigen Entwicklung (Menschen, Wirtschaft, verantwortungsvolle Betriebsführung):

2019 mit einer Pilotgruppe von Betriebsführern testen:

Klima-, Ressourcen- und Pflanzenschutz: IP-SUISSE forscht vorne mit.

Klima- und Ressourcenschutz

Gemeinsam mit Agroscope und der TSM Treuhand GmbH entwickelt IP-SUISSE einen Massnahmenkatalog für ein «Punktesystem Klima- und Ressourcenschutz». Momentan befindet sich das Projekt in der Datenerfassung und den Berechnungen des ersten Erfassungsjahres der rund 30 Testbetriebe mit unterschiedlichen Produktionssektoren aus verschiedenen Regionen der Schweiz. Zur Ausarbeitung eines Punktesystems mit Massnahmen zur Senkung der Treibhausgasemissionen in den verschiedenen Tätigkeitsbereichen eines Landwirtschaftsbetriebes (Energie, Tierhaltung, Pflanzen- und Futterbau) gehört ebenfalls die Erarbeitung eines Leitfadens mit Test zur Umsetzbarkeit. Das langfristige Ziel ist eine Reduktion von 10 % Treibhausgasemissionen über die Gesamtheit der IP-SUISSE Labelbetriebe gegenüber dem Ausgangszustand 2016.



Pflanzenschutz-Punkteprogramm

Ende Jahr wurde das Projekt «Punktesystem Pflanzenschutz» zusammen mit der Trägerschaft SV-Group, Denner und WWF im Rahmen eines QuNaV-Projektes gestartet. Ziel ist, ein Punktesystem zu entwickeln, mit dem das Risiko des Pestizideinsatzes reduziert und somit die Umwelt geschont wird. Gestartet wird im Gemüsebau, eine Erweiterung auf andere Kulturen ist angedacht.

Der Schwerpunkt des Programms liegt nicht im Verbot einzelner Wirkstoffe, sondern in der sukzessiven Reduktion des Einsatzes problematischer Stoffe. Dies erreichen wir mit der Anwendung von exakten Monitoringsystemen und mit diversen alternativen Methoden. Das Punktesystem ist webbasiert und mit dem IP-SUISSE Feldkalender verknüpft.



In der Biodiversität werden Fortschritte gemacht, Kontrollen und Sanktionen greifen, und neue Programme werden lanciert.

Kontrollen und Sanktionen

Die Biodiversitätsberechnung wird auf der Onlineplattform berechnet. Es ist eine Selbstdeklaration. In den letzten Jahren wurden alle Produzenten auf die Konformität der Berechnung vor Ort kontrolliert. Da nun alle Betriebe gecheckt sind, wird die Kontrolle der Biodiversität in Zukunft risikobasiert durchgeführt: Betriebe mit Sanktionen werden im Folgejahr wieder kontrolliert, Betriebe mit vielen Punkten hingegen weniger streng kontrolliert als Betriebe mit weniger Punkten.

Im Jahr 2017 mussten wir die ersten Betriebe, die in den letzten Jahren sanktioniert wurden, aus dem Label ausschliessen. Grund: zum wiederholten Mal weniger als 17 Punkte erreicht.

Folgende Zusammenstellung zeigt die Entwicklung einiger ausgewählter Massnahmen zur Förderung der Biodiversität:

Parameter	2010	2014	2016	2018
Punkte je Betrieb	15,2	21,6	23,45	23,72
Ex Wi ÖQV-Q	3726 ha	7654 ha	9653 ha	11564 ha
Ex Wi mit Struktur	1673 ha	10413 ha	14358 ha	15200 ha
Buntbrachen	680 ha	1027 ha	1144 ha	1131 ha
Hecken	828 ha	1385 ha	1583 ha	1622 ha
Lerchenpatches	3048 ha	4035 ha	3550 ha	3428 ha
Schleppschlauch	23 %	36 %	41 %	41 %



Die Anzahl der Betriebe bewegt sich im Rahmen der natürlichen Fluktuation und beträgt um die 9000 Produzenten. Die durchschnittliche Punktezahl pro Betrieb hat wieder leicht zugenommen und beträgt aktuell 23,7 Punkte. Den Bäuerinnen und Bauern gebührt ein grosses Lob für diese Super-Leistung. Auch in Europa werden wir als Vorreiter anerkannt.

Was erstaunt und nie in den Statistiken erscheint, ist: Ungefähr 3000 Mitglieder von IP-SUISSE, die nicht (mehr) aktiv in der Labelproduktion sind, haben ebenfalls beim Biodiversitätsprogramm mitgemacht. Sie erreichen im Durchschnitt knapp 18 Punkte. Diese Zahl ist ohne Gewähr, da keine Kontrollen durch die akkreditierten Stellen durchgeführt wurden.

Auszahlung

Im November 2017 wurde den IP-SUISSE Labelproduzenten auch der Biodiversitätsfonds ausbezahlt. Die rund 1,6 Mio. Franken wurden nach erreichter Punktzahl verteilt (Fr. 90.-, Fr. 180.- und Fr. 270.- pro Betrieb).

Hof+

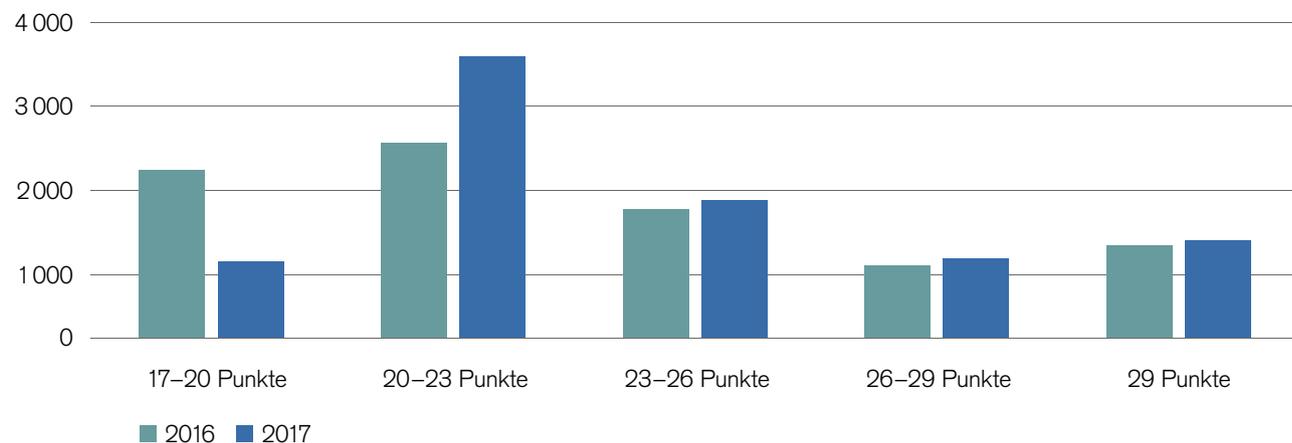
Damit die Biodiversität beziehungsweise die Motivation hoch und die Punkte attraktiv bleiben, wird ein Anliegen der Produzenten aufgenommen: Biodiversität um und auf dem Hofgelände, kurz Hof+. Hier sind neue Aspekte der Biodiversität aufgenommen und punkterelevant berücksichtigt worden.

Hier kann aufgezeigt werden, dass auf dem Hofgelände mit Gebäuden, Garten und Umgebung ebenfalls viel Aufwertendes gemacht wird oder noch gemacht werden kann. Hof+ ist freiwillig, kann für Zusatzpunkte eingesetzt werden und wird im Sommer 2018 aufgeschaltet.



Punkteverteilung bei Auszahlung

Anzahl Betriebe



Die IP-SUISSE Produktion im Jahr 2017

Ein überdurchschnittliches Getreidejahr, ein erfreuliches beim Fleisch und die Weiterentwicklung unserer Spezialitäten.

Getreideproduktion

IP-SUISSE schaut auf ein sonniges Getreidejahr mit hohen Erträgen und solider Qualität zurück.

Für die IP-SUISSE Getreideproduzenten schien im Anbaujahr 2017 vermehrt die Sonne. Sowohl der Frühling als auch der Sommer 2017 gehörten zu den wärmsten seit Messbeginn. Zudem schien die Sonne überdurchschnittlich oft. Auch die späten Frostnächte Ende April konnten dem Getreide im Gegensatz zu anderen Kulturen nichts anhaben. Dank dem trockenen Wetter während der Ernte konnten zudem Qualitätsausfälle auf ein Minimum reduziert werden. Mit über 140 000 Tonnen Brotweizen konnten die IP-SUISSE Bauern die grösste Ernte seit Gründung der Vereinigung einfahren. Die Qualitätszahlen lagen leicht über dem Fünfjahresdurchschnitt. Während die Hektolitergewichte und die Fallzahlen im langjährigen Mittel lagen, waren die Protein- und die Zelenywerte überdurchschnittlich hoch.

Einlagern ist sicher

Die stattliche und qualitativ gute Ernte erlaubt es IP-SUISSE, ein strategisches Lager anzulegen. IP-SUISSE konnte zudem im letzten Jahr die Lagerstruktur optimieren. Die Versorgung mit Brotweizen kann damit in Zukunft auch nach einer mässigen Ernte gewährleistet werden und gibt unseren Partnern die Gewissheit, jederzeit genügend IP-SUISSE Brotweizen abrufen zu können.

100 % Schweiz trägt Früchte

Die Strategie von IP-SUISSE, sich auf 100 % Schweiz zu konzentrieren, trägt Früchte! Der Import von Getreide zu Weltmarktpreisen kann IP-SUISSE nicht ersetzen! Die erreichten Verkaufspreise sind etwas niedriger als im Vorjahr, insbesondere weil die Kosten für die strategischen Lagerbestände hoch sind und fast Fr. 2.– pro 100 kg auf die gesamte Produktion ausmachen. Notwendig, um 100 % Schweiz zu gewährleisten.

Mehr denn je zeigt die Zusammenarbeit von IP-SUISSE, den Schweizer Mühlen und den Schweizer Bäckern, dass gemeinsames Handeln für eine nachhaltige Produktion zum Erfolg führt.

Durchschnittlicher Produzentenerlös für IP-SUISSE Getreide/Raps-Ernte 2017 ganze Schweiz

Betrag in Fr./100 kg

	Weizen Top ^Q	Weizen Top	Weizen Klasse 1	Weizen Klasse 2	Roggen	Raps trad.	Raps HOLL
Produzentenerlös¹⁾ im Durchschnitt	55.95	54.90	53.60	51.55	48.50	87.00	Preis Landi + Prämie
IP-SUISSE Prämie ²⁾	5.35	4.30	4.30	3.75	8.00	7.00	7.00
Nettoauszahlungspreis Sammelstelle	50.60	50.60	49.30	47.80	40.50	80.00	

¹⁾ Zusammensetzung durchschnittlicher Produzentenerlös:

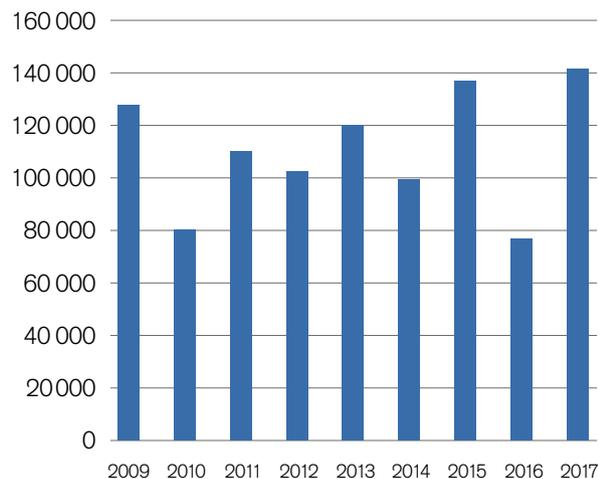
– Akontozahlung via Sammelstelle im Sept. 2017

– IP-SUISSE Prämie direkt an Landwirt im Dez. 2017;²⁾ exkl. Bonus von 3Fr/100kg für Molinera, Lorenzo, Runal, Digana und 1Fr/100kg für die IP-SUISSE Mischungen Isuela, Isafir, Iskor

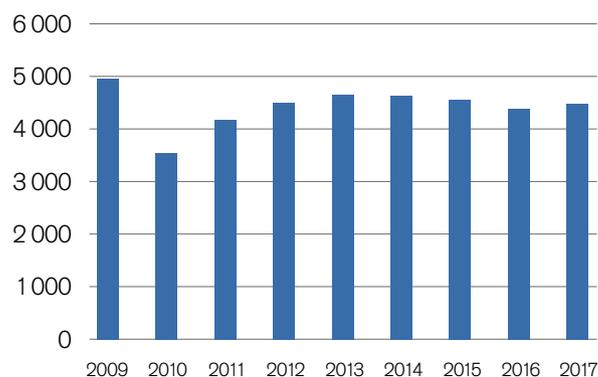
– Schlusszahlung via Sammelstelle im April 2018 (ohne Lagerentschädigung, Zuschlag Runal/Molinera sortenrein und/oder Top^Q wird separat mit Sammelstelle abgerechnet)

Eckdaten Brotgetreide IP-SUISSE

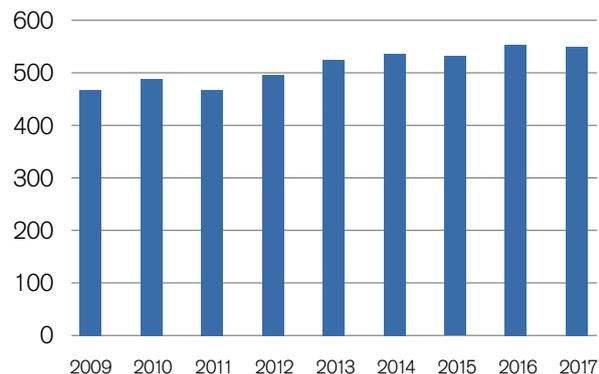
Effektive Menge in Tonnen



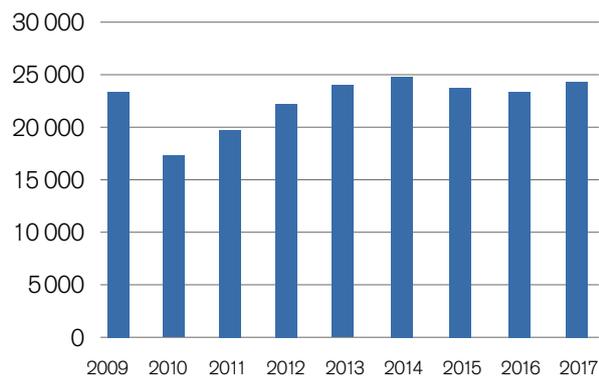
Anzahl angemeldete Produzenten



Durchschnittsfläche/Produzent in Aren



Flächenentwicklung in Hektaren



Raps

Auch für den Anbau von IP-SUISSE Raps war 2017 ein gutes Jahr. Die Befälle durch Erdflöhe- und Rapsglanzkäfer waren generell klein, und so konnten praktisch alle Produzenten den Raps als Extensio führen. Die Erträge waren hoch und lagen im Mittel über denjenigen der letzten Jahre. Es konnte die ganze Ernte verkauft werden – auch weil der Absatz grösser geworden ist.

Mostobstproduktion

Die Frostnächte im April haben in der Obstproduktion zu starken Ertragseinbüssen geführt. In der letzten Saison haben rund 200 IP-SUISSE Mostobstproduzenten rund 4368 Tonnen Mostäpfel geerntet und geliefert. Diese Menge entspricht rund 47% der Vorjahresmenge. Der grösste Teil der Ware wurde von der Mosterei Möhl AG zu Obstsaft verarbeitet und via Aproz unter dem Label TerraSuisse in der Migros vermarktet. Neu verwerten auch die Ramseier AG mit Hauptsitz in Sursee und der Obstannahmestelle in Oberaach sowie die Mineralquelle Zurzach AG mit Sitz in Bad Zurzach IP-SUISSE Mostobst.

Kartoffeln

Nach zwei schwierigen Kartoffeljahre fiel die Ernte 2017 wieder erfreulicher aus. Sowohl für die Pflanzung der Kartoffeln als auch bei der Ernte herrschten beste Bedingungen. Die Anbaufläche der IP-SUISSE Kartoffeln stieg im Vergleich zum letzten Jahr leicht auf 84 Hektaren. Dank neuen Absatzkanälen konnte der Verkauf gesteigert werden.

Herbizidlos

Zusammen mit der Migros Aare und Terralog lanciert IP-SUISSE den Anbau von herbizidfreien IP-SUISSE Kartoffeln neu. Beim Anbau wird sowohl bei der Kulturführung

als auch bei der Krautentfernung auf Herbizide verzichtet. Ab 2018 wird zusätzlich auf chemisch-synthetische Insektizide verzichtet. Der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln ist von vielen Seiten immer stärker unter Druck. Mit dem Anbau von herbizidfreien Kartoffeln arbeiten wir für die Nachhaltigkeit und bieten dem sensibilisierten Kunden eine glaubwürdige Alternative an. Bereits für die Kartoffelernte 2017 führten einige Produzenten die Kartoffeln ohne Herbizide. Ab 2018 werden die herbizidfreien IP-SUISSE Kartoffeln in der Migros Aare in einer neuen Verpackung verkauft.



Sonnenblumen

Im Jahr 2017 wurden zum dritten Mal Sonnenblumen angebaut und die Fläche leicht erhöht: Sechs Produzenten haben auf rund 7 Hektaren Kernsonnenblumen angebaut und rund 8 Tonnen Kerne geerntet. Das Schälen und Reinigen erfolgte bei der Meyerhans Mühlen AG in Weinfeld. Zusätzlich zur Mühle Landshut konnten wir mit der Migros Genossenschaft Aare einen neuen Abnehmer gewinnen und die Kerne im Doppellabelling «Aus der Region. Für die Region.» «TerraSuisse» vermarkten. Die Kerne kamen Anfang 2018 in den Verkauf.



Gemüse

Im Anbaujahr 2017 kamen zu den Labelkarotten für Verarbeitung und Lagerung weitere Gemüsesorten für die 800 Denner-Filialen hinzu, selbstverständlich in IP-SUISSE Labelqualität.

Die zahlreichen Produzenten bauen diverse Gemüsesorten an und leisten einen grossen Beitrag an die Biodiversität dank strengen Vorschriften bei der Fruchtfolge und beim Einsatz von Pflanzenschutzmitteln.



Quinoa

Im Jahr 2017 wurde die Anbaufläche gegenüber dem Vorjahr nochmals erhöht, um sicherzustellen, dass wir keine Lieferengpässe haben und zudem eine gewisse Menge ans Lager nehmen können.

Es wurden von 19 Produzenten 12,6 Hektaren Quinoa in der Deutsch- und von 14 weltlichen Kollegen 21,45 Hektaren in der Westschweiz angebaut.

Das Anbaujahr war im Gegensatz zu 2016 ideal: Es herrschten gute Saat- und Erntebedingungen. Das Saatgut beschafften wir wiederum zusammen mit DSP, Delley, und gereinigt haben wir die Quinoa bei der Meyerhans Mühlen AG in Weinfelden.

Es stehen rund 50 Tonnen Quinoa zum Verkauf bereit. Der Absatz läuft auf Hochtouren: Neue Migros Genossenschaften konnten dazugewonnen werden, und auch der Absatz über kleinere Direktvermarktungsläden hat an Bedeutung gewonnen.

2018 werden auf drei Betrieben begleitete Düngungsversuche mit Hauert-Dünger durchgeführt.

Hauert seit 1663



Zucker

Im Anbaujahr 2017 haben der Schweizerische Verband der Zuckerrübenpflanzer (SVZ), die Schweizer Zucker AG (SZU) und IP-SUISSE die Produktion von IP-SUISSE Zucker lanciert.

Auf 385 Hektaren haben 62 Produzenten 27 500 Tonnen Zuckerrüben gepflanzt, was 4212 Tonnen A-Zucker ergab. Trotz dem schwierigen Anbaujahr, verursacht durch Blattfleckenbefall, gab es nur sehr wenige Abmeldungen.

Die Vermarktung des Zuckers mit dem IP-SUISSE Mehrwert läuft auf Hochtouren.

Auch im Jahr 2018 ist eine gleiche Anbaufläche vorgesehen. Die Richtlinien wurden angepasst: Neu sind alle Fungizide und Insektizide auf die Pflanzen verboten.

Tiere

Fleischproduktion

Konsumentinnen und Konsumenten kaufen immer bewusster ein. Proteinreich und fettarm? Umwelt- und Tierschutz? Gesund oder ungesund? Alles Fragen, die heutzutage den sensiblen Esser beim Einkauf beschäftigen. Dazu kommen immer mehr Ersatzprodukte für Fleisch und sich schnell ändernde Konsumgewohnheiten. Ernährungstrends sind heute vielfältiger, gehen in alle Richtungen und sind dank den sozialen Medien rascher im Umlauf als früher. Wohl alles Gründe dafür, dass der Konsument im Jahr 2017 weniger Fleisch in der Schweiz eingekauft hat. Wir sind bei einem Verbrauch von 50,01 kg pro Jahr und Person angelangt, was einem Rückgang um 1,1 % gegenüber dem Vorjahr entspricht. Dies ist so wenig wie zuletzt 1967 oder 13kg weniger als auf dem Höhepunkt im Jahr 1987. Schätzungen, wie viel zusätzlich im Ausland eingekauft wird, belaufen sich auf ungefähr 480 Mio. Euro (Quelle Proviande).

Zum Glück ist das Image des Schweizer Fleisches bei der Bevölkerung immer noch sehr gut. Aber die Sensibilität ist gestiegen; der geneigte Esser will wissen, wie Fleisch produziert, transportiert und geschlachtet wird. Das erleben wir auch bei IP-SUISSE: Direkte Fragen von Konsumentinnen und Konsumenten über Ernährung und Haltung von Tieren häufen sich.

Nicht nur die Produktion steht im Fokus, sondern auch der Handel, der Transport und die Schlachtung. Nicht nur das Tierwohl ist wichtig, auch die Nachhaltigkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung. Neu ist, dass auch NGOs das Tierwohl vermehrt auf die Agenda setzen.

Damit müssen wir umgehen lernen und unsere Argumente liefern. Einander den schwarzen Peter zuzuschieben, bringt nichts.

IP-SUISSE will in diesem Bereich weitergehen und sich profilieren. Das Projekt «Punktesystem Klima- und Ressourcenschutz» ist ein wichtiger Baustein dazu. Aber auch die Versorgung unserer Tiere mit möglichst viel Schweizer Futter, genetische Verbesserungen bei der Futtermittelverwertung sowie bessere Fütterung, z. B. die Phasenfütterung bei den Schweinen, sind Projekte, die aktiv angepackt werden. Zudem werden Programme gefördert, z. B. Weidemast bei Rindern oder Mutterkuhhaltung bei Swiss Black Angus, wo das Gras Hauptfutter ist. Nicht zu vergessen sind die Wiesenmilch und die Bemühungen um die Senkung der Zahl der Antibiotikaeinsätze im Freilandkalbprojekt sowie die Kurse für Alternativmedizin in der Veterinärmedizin.



Swiss Black Angus

Swiss Black Angus-Fleisch in Top Qualität konnte sich bereits im 1. Jahr etablieren. Das Ziel, nämlich zehn bis 15 Tiere schlachten zu können, haben wir nicht nur erreicht, sondern übertroffen. Ende Jahr waren es zwischen 30 und 40 Angus, die wöchentlich abgesetzt werden konnten. Ein toller Start! Davon ging der Grossteil der Tiere an die Migros Tessin, 15 bis 20 an verschiedene Metzgereien und andere interessierte Kunden in der ganzen Schweiz. Gemeinsam mit IPS-Kuvag, Lucarna Macana Hinwil, dem Fleischverarbeiter, und Swiss Angus haben wir einen aussergewöhnlichen Einsatz geleistet: im Markt, bei den Produzenten und Konsumenten.

So wurden zum Beispiel mit 200 Bauernbetrieben Verträge abgeschlossen, 40 noch Milch produzierende Betriebe interessierten sich für das Programm und wurden von der IP-SUISSE besucht und beraten. Von diesen werden ca. 20 die Milchproduktion aufgeben und mit Swiss Black Angus starten oder sind bereits gestartet. Auch weiterhin muss IP-SUISSE neue Betriebe suchen und besuchen, beraten und begeistern, um den zunehmenden Bedarf decken zu können. Wir denken, dass wir die Mengen auf Herbst 2018 steigern können. Kommt doch auf diesen Zeitpunkt ein neuer Abnehmer mit 10 bis 20 Tieren pro Woche ins Boot. Dies ist umso erfreulicher, da der Preis- und Margendruck überall stetig steigt. Die Migros ist bereit, künftig das Labelfleisch zusätzlich mit neuen Mehrwerten zu stärken und zu fördern. Swiss Black Angus mit der Biodiversität von IP-SUISSE hat für nachhaltige Fleischrinderproduktion einen neuen Standard gesetzt und ist eine attraktive Wahl für Bauern und Bäuerinnen, die sich für die Zukunft in einem vielversprechenden Markt positionieren wollen.



Vermarktung von IP-SUISSE Tieren

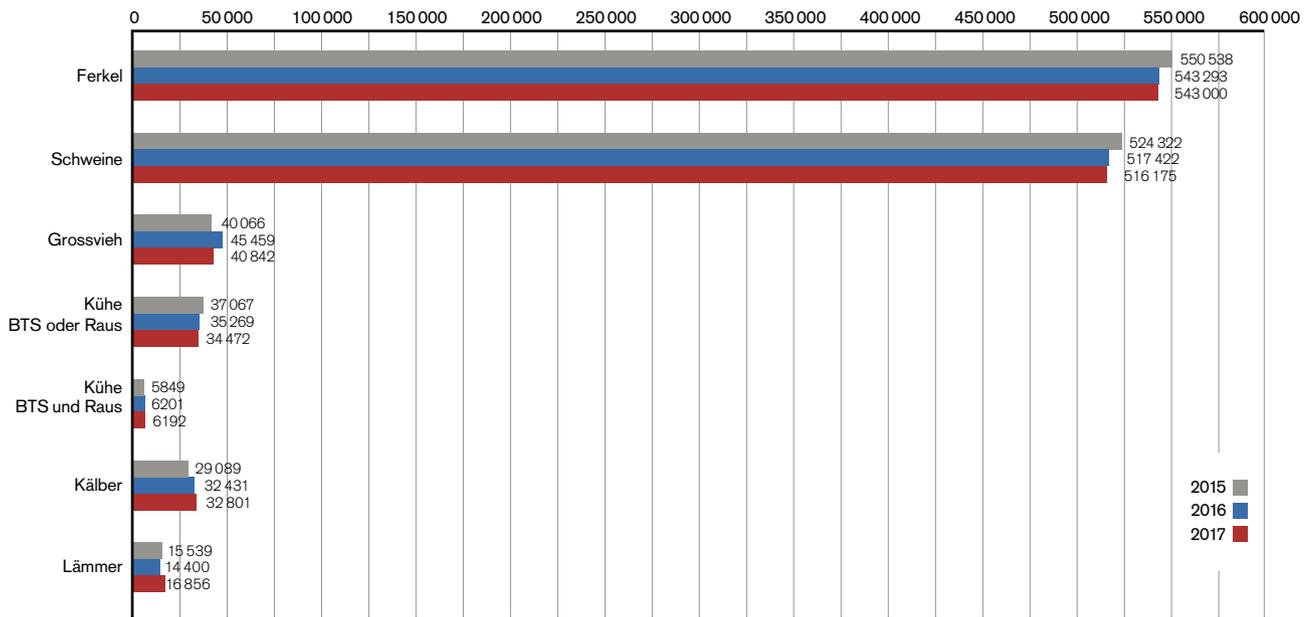
Gesamthaft konnten weniger Tiere vermarktet werden als im Vorjahr. Erfreulich aber war, dass die Zahl der geschlachteten IP-SUISSE Schweine und Kälber gehalten werden konnte, trotz den negativen Vorzeichen im Gesamtkonsum und Lagerabbau in gewissen Kanälen. Bei den Haartieren musste das Grossvieh hingegen etwas «Federn» lassen, wobei berücksichtigt werden muss, dass das Vorjahr extrem gut war und auch die Preiskurve der Schlachtkühe einen Einfluss auf den Bedarf an Muni/Ochsen/Rinder Grossvieh haben. Die Verkaufszahl beim Grossvieh hat sich somit wieder auf dem Niveau der früheren Jahre eingependelt. Bei den Lämmern konnte ein stolzer Zuwachs verzeichnet werden. Die Gründe für das trotz allem gute Abschneiden

sind in den diversen neuen Abnehmern – z. B. Denner – zu suchen.

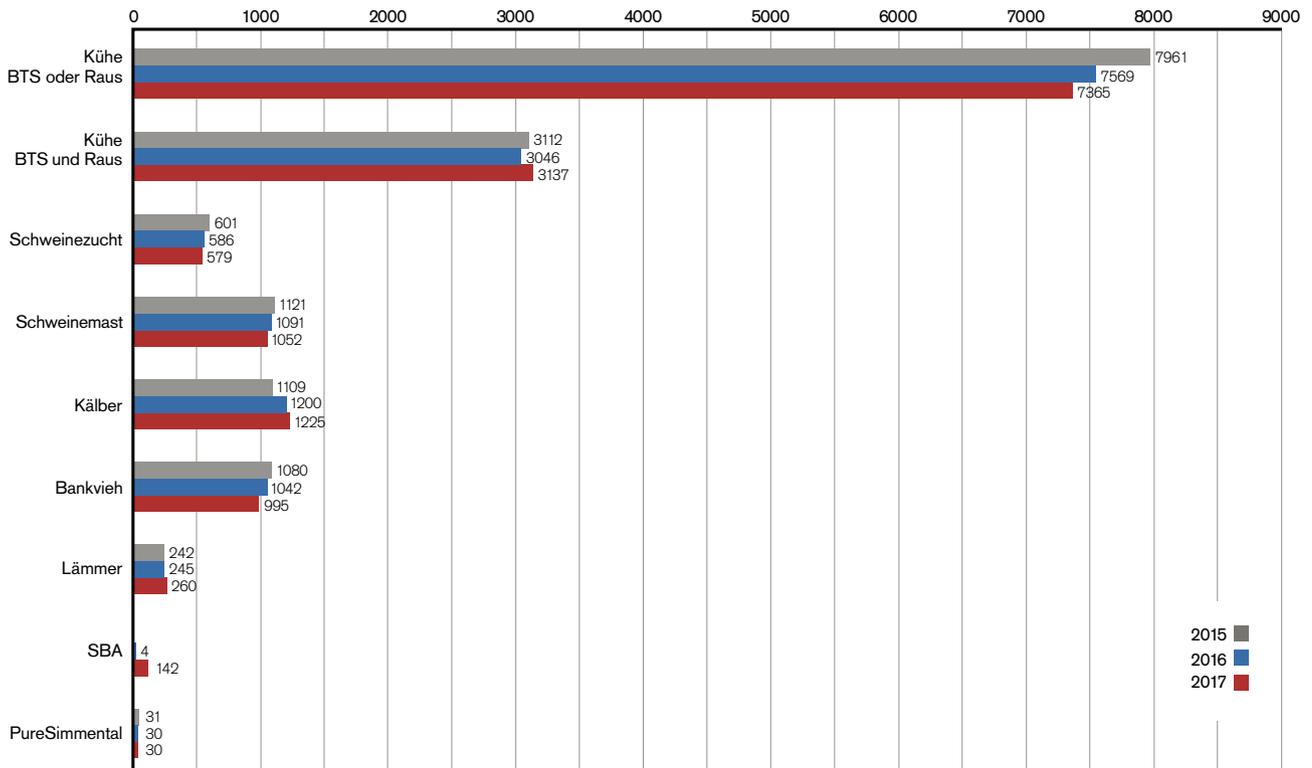
Richtlinien

Im Zusammenhang mit den Anpassungen im Schweinebereich wurden die Richtlinien überarbeitet. Gleichzeitig wurden die Swiss-Black-Angus-Anforderungen in die Fleischrichtlinien integriert. Anpassungen, aufgrund der Änderungen in der BTS-Tierwohl-Vorgaben, haben uns ebenfalls gezwungen, Präzisierungen – z. B. die Einstreu bei Schweinen – vorzunehmen.

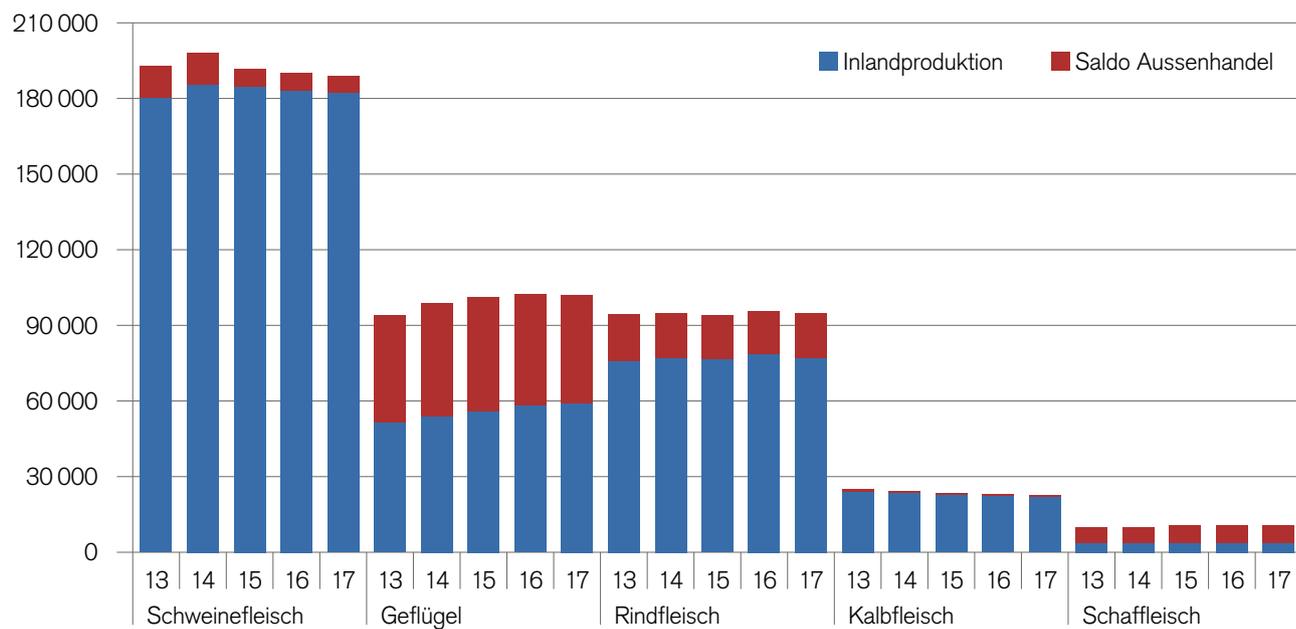
Anzahl geschlachtete IP-SUISSE Tiere



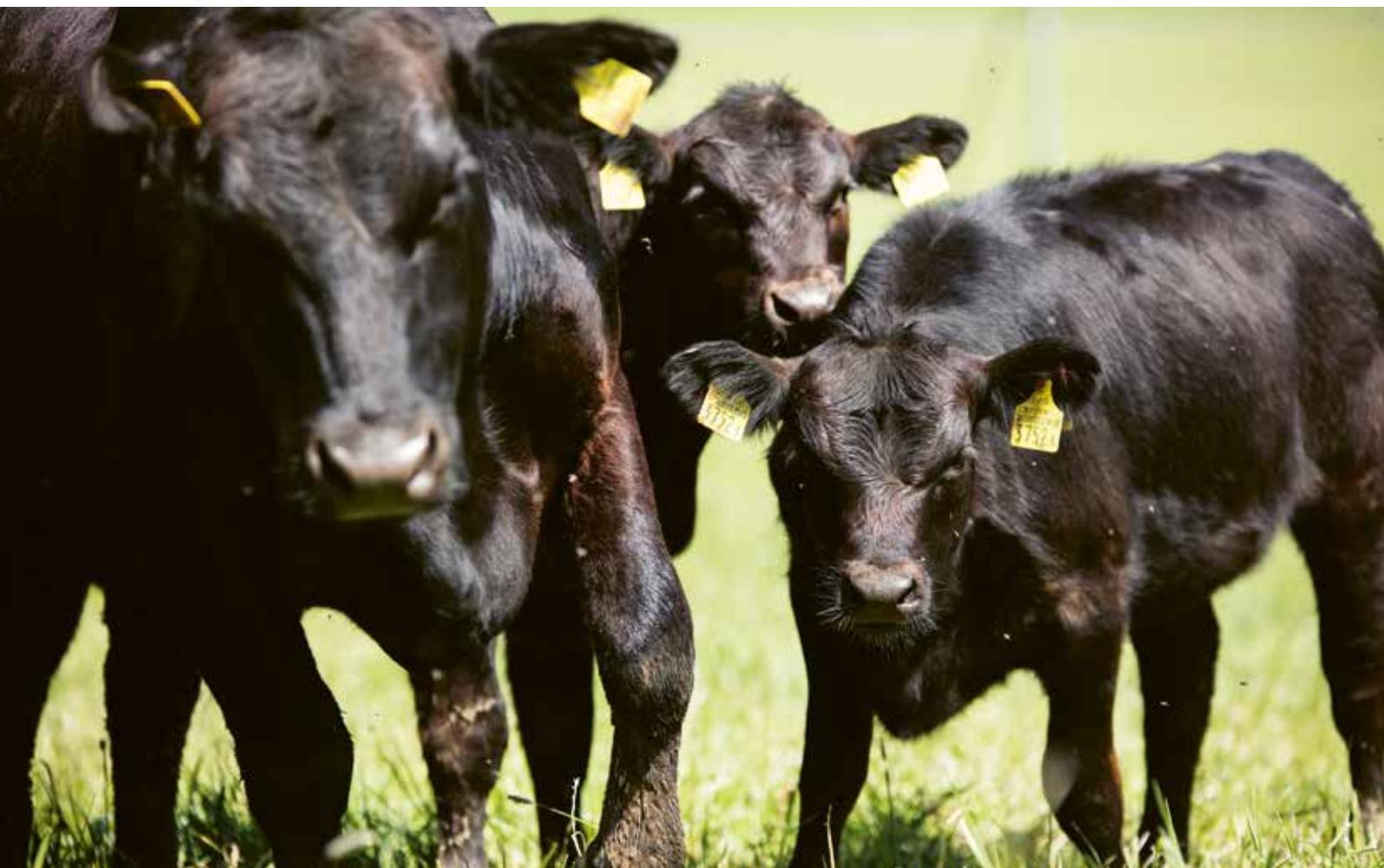
Anzahl Betriebe



Allgemeine Entwicklung des gesamtschweizerischen Konsums in Tonnen Verkaufsgewicht (Quelle Proviande)



* Konsum = Inlandproduktion + Aussenhandel



Marketing und Kommunikation

Den Käfer auffrischen, bekannter machen und sein Profil schärfen. Der Käfer hat heute schon einen beachtlichen Bekanntheitsgrad bei den Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten. Aber wofür genau er steht, wissen die wenigsten. Das wollen wir ändern. Deshalb haben wir den IP-SUISSE Markenauftritt überarbeitet und das Profil des Käfers geschärft.

Damit die Konsumentinnen und Konsumenten uns vertrauen und vermehrt IP-SUISSE Produkte kaufen, müssen sie den Käfer einerseits kennen und andererseits verstehen, welche Mehrleistungen dahinterstecken. Deshalb haben wir im Frühjahr 2017 einen sogenannten Rebranding-Prozess gestartet. In Zusammenarbeit mit der Basler Agentur brenneisen theiss communications wurde unsere Markenidentität inhaltlich geschärft, der visuelle Auftritt des Käfers einem Refresh unterzogen, ein neuer Claim entwickelt und schliesslich eine neue Kommunikationskampagne aufgelegt.

Markenkern

Nach intensiven Diskussionen hat ein Ausschuss des IP-SUISSE Vorstands zusammengefasst, was der Kern unseres Labels, also die prinzipielle Philosophie des Käfers ist:

«Der Marienkäfer steht für eine Denkhaltung. Für die Überzeugung der IP-SUISSE Bauern, dass die Landwirtschaft in der Schweiz ganzheitlich nachhaltig betrieben werden muss, über die reine Lebensmittelherstellung hinaus.

IP-SUISSE Bauern produzieren tiergerecht, umweltfreundlich und in respektvollem Umgang mit den Menschen geschmackvolle Lebensmittel, die für jeden erschwinglich sind. Damit kann jeder seinen Beitrag leisten. Heute und in Zukunft.»

In unserem Markenkern sind einerseits unsere Hauptthemen angesprochen: Schweizer Herkunft, Förderung der Biodiversität, Respekt des Tierwohls, Pflanzenschutz, soziales Engagement, faire Preise, Klimaschutz und der schonende Umgang mit unseren Ressourcen. Andererseits drückt

er aus, dass es eben nicht einfach um ein Richtliniensystem geht, das eingehalten werden muss. IP-SUISSE Bauern machen aus Überzeugung mit, es ist eine Denkhaltung. Das zeigt sich übrigens auch darin, dass im Schnitt viel mehr Biodiversitätspunkte erzielt werden, als minimal nötig sind, und dass die durchschnittliche Punktezahl dazu noch jedes Jahr steigt.

Claim

Nun können wir aber nicht jedes Mal den ganzen Markenkern neben das Logo schreiben, um uns zu erklären. Deshalb ging es in einem nächsten Schritt darum, einen Claim zu entwickeln, mit dem die «Essenz» des Markenkerns spürbar wird.

Unser neuer Claim «Bauern für Generationen.» bringt genau das auf den Punkt. Dieser Claim drückt aus, dass hinter dem Käfer wir IP-SUISSE Bauern stehen, die nachhaltige Mehrleistungen für die heutigen und die zukünftigen Generationen von Konsumenten, aber auch von Bauernfamilien erbringen.

Der Claim wird beim Logo in Kleinbuchstaben geschrieben, was (zumindest auf Deutsch) ein Wortspiel erlaubt: Das Wort «bauern» kann dann sowohl als Substantiv als auch als Verb verstanden werden und drückt damit zusätzlich aus, dass wir nicht nur an die Umwelt DENKEN mit Punktssystemen usw., sondern dass wir vor allen Dingen etwas TUN.



bauern für generationen.

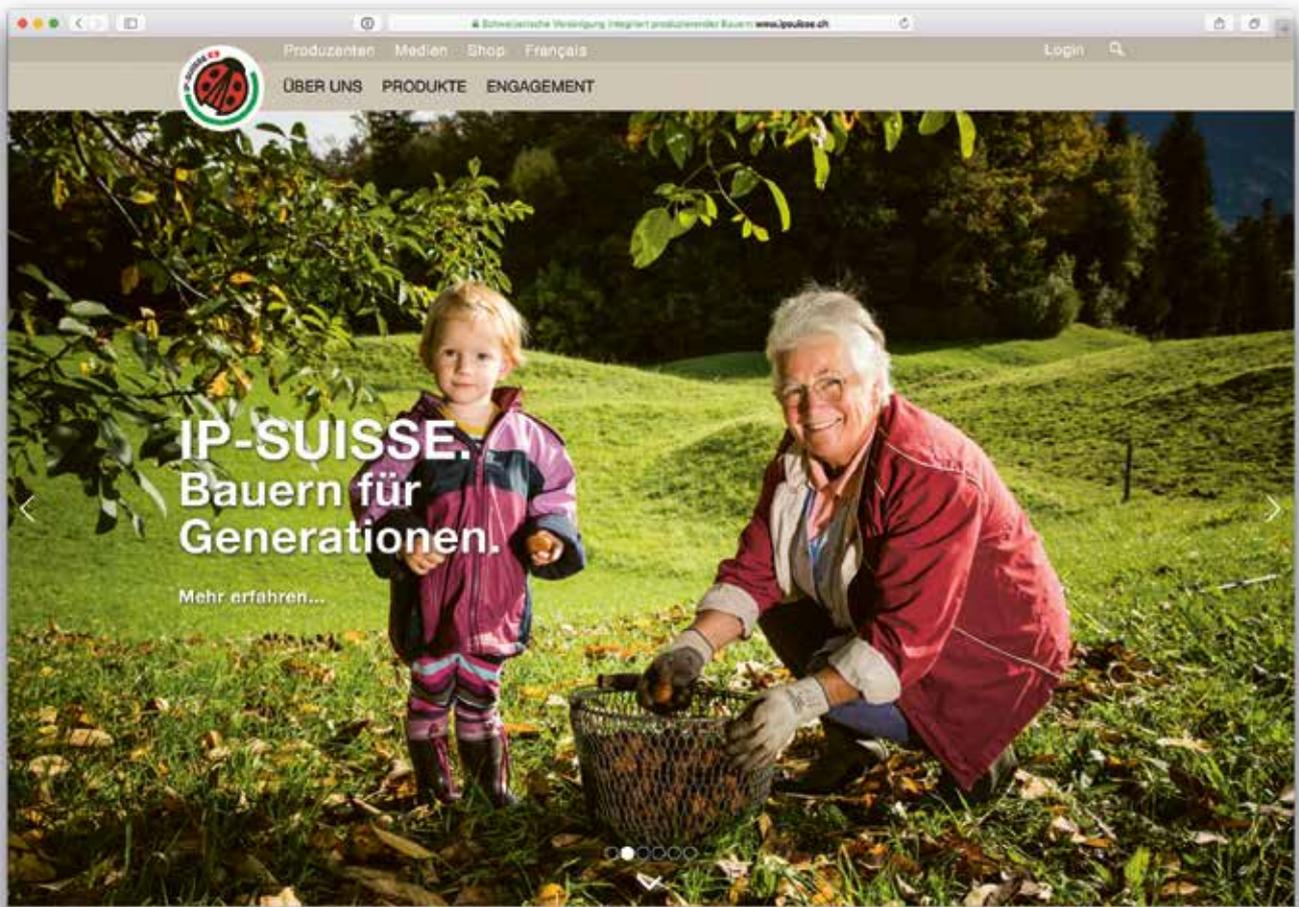
Neues Logo mit Claim.

Auftritt

Anschliessend wurde der Käfer einem Facelift unterzogen: Wer genau hinschaut, sieht, dass einerseits die Punkte auf den Flügeln etwas verschoben und andererseits die schwarzen Linien und der Kopf minimal angepasst wurden. Kleine Anpassungen, die aber eine gute Wirkung zeigen: Vor allem bei kleiner Abbildung wirkt der Käfer weniger schwarz und besser konturiert. Um den überarbeiteten Auftritt abzurunden, wurden neue Farben, eine neue Schrift und ein Bildstil definiert.

Kommunikation

Den neuen «Baukasten» haben wir also. Jetzt geht es darum, unsere Botschaften unter die Leute zu bekommen, Emotionen zu wecken und Identifikation zu schaffen.



Unsere neue Website (www.ipsuisse.ch).

Die ersten Massnahmen aus dem Rebranding-Projekt sind bereits sichtbar. Seit Ende März ist unsere überarbeitete Website online. Kurz darauf erhielten alle IP-SUISSE Bäuerinnen und Bauern erstmalig die Mitgliederzeitung. Der neue Messeauftritt kam zum ersten Mal an der BEA zum Einsatz, und der in Zusammenarbeit mit brenneisen theiss communications und Rod Kommunikation entstandene TV-Spot lief Mitte April bis Mitte Mai auch schon im Fernsehen (siehe auch den Beitrag über die Entstehung des TV-Spots).

Im kommenden September werden wir nach einer erneuten Konsumentenumfrage hoffentlich die ersten Auswirkungen all dieser Massnahmen feststellen können. Es bleibt spannend!



Mitgliederzeitung mit Infos zum Rebranding und Aufruf zur Unterstützung.

So entstand unser neuer TV-Spot.

Bauern ist aufwendig. Nachhaltig bauern ist noch aufwendiger.

Das ist eine der Botschaften unseres neuen Werbeclips, der Mitte April 2018 im TV und im Web live ging. Der TV-Spot zeigt, wie viel Herzblut, Muskelkraft und Überzeugung in den umweltschonenden IP-SUISSE Produkten stecken, und er schlägt eine Brücke zur Bevölkerung, indem er dazu aufruft, den IP-SUISSE Bauern einen Tag lang zur Hand zu gehen.

Doch nicht nur bauern ist aufwendig. Wenn man den 40-sekündigen Werbeclip anschaut, glaubt man kaum, wie viel Arbeit auch hier drinsteckt.

Der Reihe nach

Im Sommer 2017 gings los. Die Kommunikationsagenturen brenneisen theiss communications und Rod Kommunikation schlossen sich zusammen, um einen Vorschlag zu erarbeiten, mit was für einer Story wir am besten vermitteln können, was den Käfer eigentlich ausmacht. Am Ende sind es die IP-SUISSE Bauern, die Tag für Tag mehr leisten, um umweltschonend und tiergerecht Lebensmittel für die Schweizer Haushalte zu produzieren.

Nun gibt es aber schon gefühlte tausendundeine Werbung mit Bauern. Wie wollen wir uns da unter- scheiden?

Nach mehrmonatiger Konzeptarbeit, Besprechungen mit den IP-SUISSE Verantwortlichen und schliesslich der Präsentation vor dem Vorstand Ende 2017 stand fest, wie der Spot aussehen würde: Er sollte sich bewusst von der üblichen klischeehaften Bauernwerbung abgrenzen und auf eine geschönte Darstellung von der Arbeit auf einem Bauernhof verzichten. Statt einen sonnenreichen Tag auf einem Kleinsthof mitten in den Schweizer Bergen sollte der Spot den kräftezehrenden Alltag auf einem echten IP-SUISSE Betrieb im Mittelland abbilden. Und wir möchten die Brücke zur Bevölkerung schlagen, indem wir die Zuschauer aufrufen, uns zu unterstützen: sei es durchs Mitmachen auf einem unserer Höfe oder sonst durch den Kauf von Käfer-Produkten.

Nach der Freigabe der Idee ging es dann im Januar 2018 an die Detailarbeiten. Ein Regisseur musste ausgewählt, Schauspieler mussten gecastet, ein Bauernhof als Drehort bestimmt, der Stil der «Filmmusik» festgelegt werden und es musste bestimmt werden, welche Farbe die Stiefel des helfenden Städters im Clip haben sollten. Die beiden vorgesehenen Drehtage waren sehr knapp bemessen, da durfte gar nichts schiefgehen, und es musste an alles gedacht sein.

Dann, Mitte März, war es endlich so weit. An einem – zum Glück – sehr verregneten Wochenende schwirrten ab Samstagmorgen um 5 Uhr auf dem Bauernhof unseres Gründungsmitglieds Heinz Schwab an die 40 (!) Gestalten umher: Regisseur, Kameraleute, Produzentin, Maskenbildnerin, Bekleidungsverantwortliche, Schauspieler, Agenturleute, IP-SUISSE Verantwortliche, Wind-, Blitz- und Regenmacher, der Hund des Nachbarn – mit einer Hauptrolle im Clip – und sogar die Feuerwehr. Ja, wir brauchten wirklich sehr viel Regen ...

So wurde an den beiden Wochenendtagen Szene für Szene gedreht, im, auf und rund um den Hof herum. War eine Szene fertig, wurden Kamera, Kamerawagen, Beleuchtung, Windmaschine usw. zusammengepackt und alles samt der ganzen Meute an den nächsten Drehort gebracht. Bis zur letzten Szene, die Sonntagabend im Denner in der Nähe gedreht wurde.

Erst wer schon einmal bei einem Dreh dabei war, weiss, wie viel Arbeit und «Halt, Cut! Die Szene nochmal, bitte ...» es während zweier ganzer Tage braucht, um am Ende genügend gute Szenen für einen 40-sekündigen Clip zusammenzuhaben. Und mit welchen Tricks man prasselnden Regen und wilde Sturmböen simuliert ... (siehe Bilder).

Damit war die Sache aber nicht getan. In der folgenden Woche wurden im Studio die Eidechse für die Steinhauenszene programmiert, ebenso der Vogelschwarm und das Gewitter, die Schwalben in der Schwalbennestmontage-Szene, die Filmmusik wurde komponiert und die Sprecher in allen drei Sprachen aufgenommen. Dann wurde alles zusammengeschnitten und uns präsentiert. Ein sehr spannender Moment für alle Beteiligten.

Wir finden, der Aufwand hat sich sehr gelohnt. Überzeugt euch selbst: Im Juni und September läuft der Clip wieder am TV. Für die Ungeduldigen hier schon mal den YouTube-Link: <https://youtu.be/taYF3sbHx9E>



«Meh Dräck»: Schauspieler David hat alles gegeben.



Windmaschine.



Die Regenmacher für IP-SUISSE.



IP-SUISSE Präsident Andreas Stalder im Gespräch mit dem Bauern-Schauspieler.



Das Säuli machte meistens nicht das, was der Regisseur wollte.



Es braucht modernste Funktechnik am Drehset.

Zahlreiche Projekte und Programme im Jahr 2017

Messen en masse

Wie alle Jahre, war IP-SUISSE auch im vergangenen Geschäftsjahr an zahlreichen Publikums- und Spezialmessen anzutreffen. Mit den Schwerpunktthemen Biodiversität, Produkte und Produktion konnte IP-SUISSE schweizweit Tausende von Besucherinnen und Besuchern treffen und vertieft über ihre Anliegen und Aktivitäten informieren. Diese Kontakte und Begegnungen sind sehr wertvoll, weil wir damit persönlich und meist mit unseren eigenen Leuten das Publikum gewinnen können.



Naturel

Über 70 Bäckereien produzieren nach der klaren Philosophie und dem strengen Pflichtenheft von Naturel. Die Bäcker verarbeiten jährlich über 6000 Tonnen IP-SUISSE Mehl. Sie achten auf eine nachhaltige Produktion und verwenden, wo möglich, IP-SUISSE Mehl. Sie backen schonend, mit viel Zeit und ohne industrielle Zusatzstoffe. Um auf die Naturel-Produktion aufmerksam zu machen und neue Mitglieder zu gewinnen, stellte Naturel an der grössten Schweizer Fachmesse für Bäckerei-, Konditorei- und Confiteriebedarf FBK in Bern Ende Januar 2017 einen ansprechenden Messestand.

agroPreis 2017

Der grosse Saal im Berner Kursaal war zum Bersten voll, 1500 aus der ganzen Schweiz angereiste Gäste, fünf prämierte Innovationen: Der agroPreis feiert einmal im Jahr, immer im November, seine Landwirtinnen und -wirte. 2017 ist es sein 25-Jahr-Jubiläum, mit dabei seit drei Jahren ist auch IP-SUISSE. Der Preis passt zu uns, denn Innovation haben wir uns nicht nur auf die Fahne geschrieben, sondern wir leben sie (fast ein wenig vor).





SCL Tigers und die Mutzen aus Bern

Bei den Tigern sind wir schon lange dabei und bei den Bären grad eingestiegen. Diese wilden Tiere passen uns gut, und Artenvielfalt ist sogar beim Sponsoring ein Vorteil.

Das Naturfestival

Ein bunter Strauss an Naturerlebnissen für die ganze Schweiz: Am Wochenende des internationalen Tags der Biodiversität vom 24. bis 27. Mai 2018 findet das Festival der Natur statt. Das Festival bietet rund 750 Veranstaltungen zu Natur, Artenvielfalt sowie Ökologie und will die Bedeutung der biologischen Vielfalt bewusst machen. Und: Der Besuch der Naturerlebnisse ist gratis.

Das Festival der Natur wird unterstützt vom Bundesamt für Umwelt BAFU sowie als Hauptsponsoren von Migros und IP-SUISSE. Mitgetragen wird die Veranstaltungsserie von namhaften Instituten und Institutionen aus der ganzen Schweiz und von über 200 Organisationen, die sich mit eigenen Veranstaltungen engagieren.

Abgefahren!

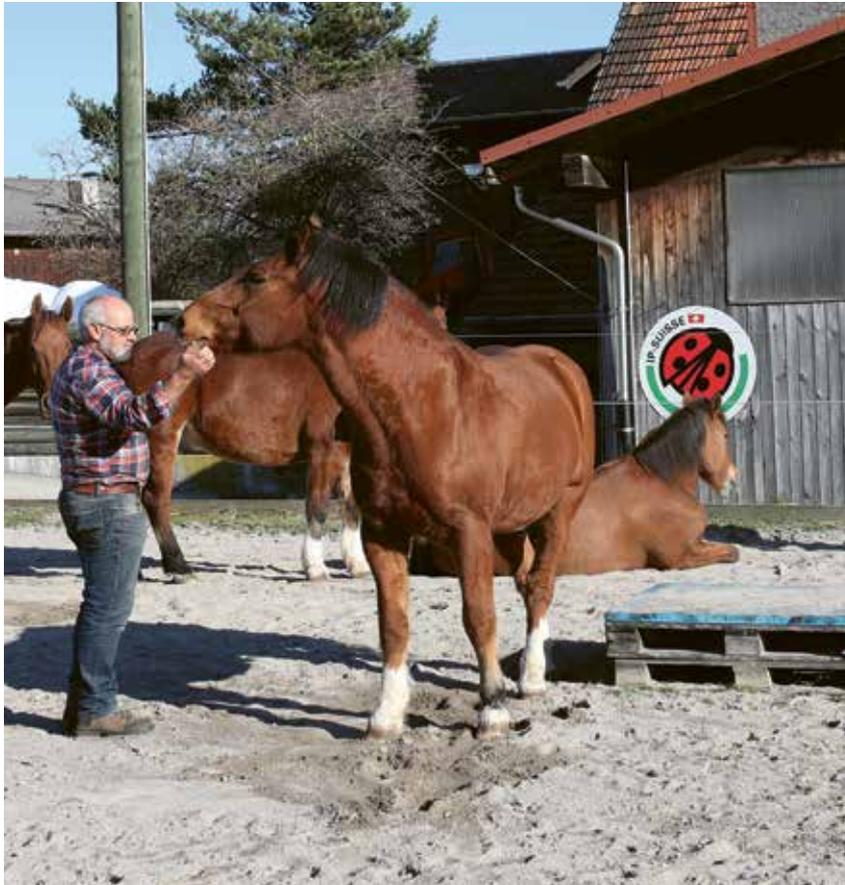
Mit dem IP-SUISSE Car in die Nähe oder Ferne reisen! Im Wallis ist dies möglich, denn dort kurvt «unser Car» mit unserer Bildwelt herum, hinauf und hinunter. Es freut nicht nur diejenigen, die mitfahren, sondern auch alle anderen, die das Fahrzeug sehen.



IP-SUISSE bei Denner

Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit Denner haben wir auch im Jahr 2017 fortgesetzt. Die Produktpalette konnte um 40 Elemente erweitert werden, und Denner bietet inzwischen ein schön abgerundetes Sortiment mit nachhaltig produzierten IP-SUISSE Produkten an. Das Teamwork hat sich auch in der Kommunikation verstärkt: Zahlreiche Werbeaktivitäten haben wir wieder aufgenommen, die Botschaften vertieft und die Informationen noch breiter gestreut.





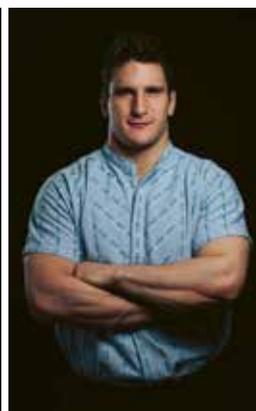
Hof- und Feldtafeln

Unsere Logotafeln mit einem Meter Durchmesser sind langsam – aber sicher – flächendeckend in der ganzen Schweiz zu sehen. In Feldern, an Häusern und Scheunen, an Wegrändern: Überall dort, wo es werbemässig sinnvoll ist, platzieren unsere Bäuerinnen und Bauern die Gratiswerbung. Die Wirkung des Marienkäfers ist gross. Und für alle Mitglieder, die bis heute noch nicht mitgemacht haben: mitmachen, bitte! Sie können die Tafeln gratis bei der Geschäftsstelle bestellen – wir kommen diese sogar montieren!



Der Schwinger-Club

Ja, bald haben wir einen beisammen, einen Schwinger-Club, den wir unterstützen: Matthias Sempach, Armon und Curdin Orlik sind die Bösen, denen wir Gutes tun. Und die auch für IP-SUISSE Gutes tun. Denn die drei stehen für uns ein und verkörpern unsere Werte bestens: Kraft, Tradition, Volksnähe und Nachhaltigkeit sowie manchmal auch die nötige Effizienz.



Der IP-SUISSE Feldkalender ist in komplett überarbeiteter Version neu als App verfügbar.

Zusammen mit einer Gruppe praktizierender Landwirte hat IP-SUISSE die IP-SUISSE App – den elektronischen Feldkalender – vollständig überarbeitet. Ausgerichtet nach der Papierversion des Agridea-Feldkalenders können die wichtigsten Aufzeichnungen einfach und schnell bereits auf dem Feld elektronisch getätigt werden. Für IP-SUISSE Mitglieder steht die App kostenlos zur Verfügung.

Gegenüber der Vorgängerversion wurde die Handhabung deutlich vereinfacht:

- Einmalig müssen allgemeine Betriebsdaten (Mitarbeiter, Maschinen, Düngemittel und Pflanzenschutzmittel) erfasst werden.
- Eine Parzelle definiert sich über ihre Hauptkultur in diesem Jahr. Es können beliebige Zwischenkulturen auf derselben Parzelle geführt werden.
- Massnahmen können schnell und einfach erfasst werden, es ist möglich, eine Massnahme gleich auf mehreren Parzellen auszuführen.

Neu werden Kulturen jährlich geführt. Das bedeutet, dass Ende Jahr ein Jahreswechsel erfolgt, und wenn nötig werden die neuen Hauptkulturen fürs neue Jahr definiert. Es ist auch möglich, für herbstgesäte Kulturen den Jahreswechsel zum Saattermin hin zu machen.

Weiter wurden gewisse freiwillige Module eingebaut, die der Betriebsleiter mit einem Häklein unter seine Betriebsdaten aktivieren kann. Beispielsweise ein kulturengenaue Düngungsplan. So kann die App individuell nach den Bedürfnissen des jeweiligen Anwenders genutzt werden.

Was kann der Feldkalender?

- Sämtliche Pflanzenschutzmittel können aus einer stets aktualisierten Liste der vom Bund zugelassenen Produkte ausgewählt werden. Selbstverständlich können auch eigene Produkte erfasst werden.
- Auf selbst eingegebenen Parzellen (Name, Kultur, Fläche) können Haupttätigkeiten erfasst werden:
 - Bodenbearbeitung
 - Saat/Pflanzung
 - Düngung
 - Pflanzenschutz
 - Pflege
 - Ernte
 - Beobachtung
- Die Massnahmen können weiter spezifiziert werden, z. B. unter Verwendung selbst erfasster Maschinen, Mitarbeiter usw.
- Die erfassten Daten sind sowohl auf dem mobilen Gerät als auch daheim am PC abrufbar und können auch Mitarbeitern oder Beratern zur Verfügung gestellt werden.
- Der Feldkalender kann für die ÖLN-Kontrollen ausgedruckt werden.
- Die Flächen der Kulturen können direkt in die Suisse-Bilanz übernommen werden – eine doppelte Erfassung entfällt.



IP-SUISSE Produzent und Arbeitsgruppenmitglied: Andreas Weber hat sein iPhone stets griffbereit.

Eine Fragerunde mit Franziska Burn, IP-SUISSE (zuständig für Milch, Eier, IT-Projekte), und Simon Maurer, modan software AG (Geschäftsführer der Herstellerin des IP-SUISSE Feldkalenders).

Franziska, was gefällt dir am Feldkalender?

- Der Feldkalender ist ein einfaches Instrument, um die notwendigen Aufzeichnungen im Feldbau zu tätigen.
- Die App ermöglicht es, gerade dann, wenn die Arbeit ausgeführt wurde, die Aufzeichnung zu machen, praktisch mit wenigen Klicks auf dem Smartphone. Grössere Einträge, z. B. den Jahreswechsel, kann ich dann praktisch daheim am Computer über die Webapplikation machen.
- Die Anforderungen der App wurden von Praktikern definiert – von Bauern für Bauern.

Was hast du im Feldkalender-Projekt gelernt, Simon?

- Zentral ist der Einbezug der zukünftigen Anwender – von Anfang an.
- Die Erarbeitung eines gemeinsamen Verständnisses braucht Zeit – erst wenn alle das Gleiche verstehen, entspricht das Resultat den Erwartungen.
- Die Benutzeroberfläche und das Design sind wichtig, die Bedienbarkeit ist zentral.
- Dranbleiben, aus Fehlern lernen.

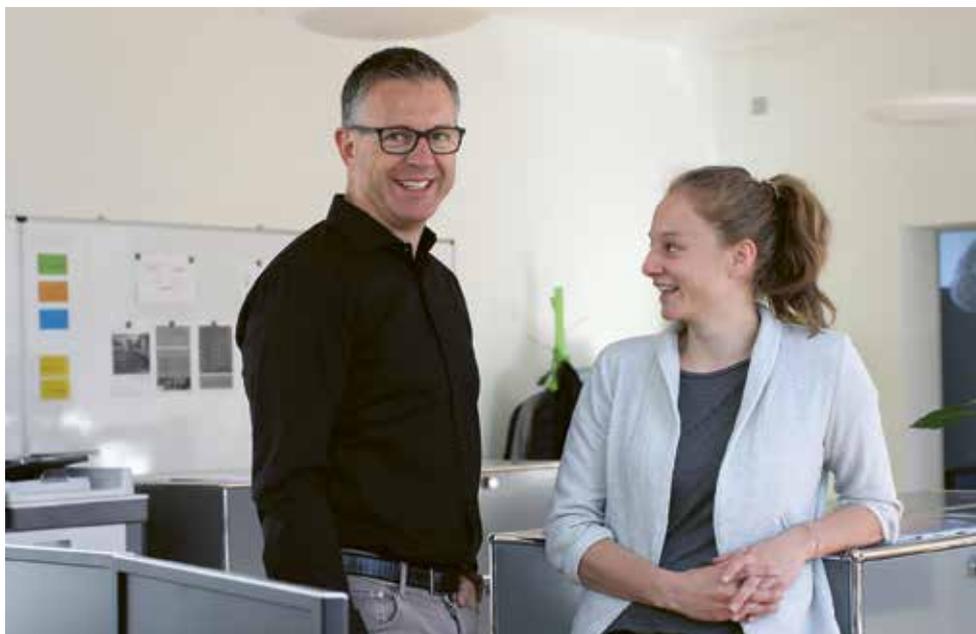
Franziska, wohin entwickelt sich der Feldkalender weiter?

- Zusammen mit unserer Arbeitsgruppe wollen wir die App laufend nach den Bedürfnissen der Praxis weiterentwickeln. Ziel ist es, alle nötigen Aufzeichnungen für die Kontrolle im Feldbau auf einer Applikation anzubieten sowie weitere freiwillige Module für das Betriebsmanagement.

- IP-SUISSE engagiert sich stark für einen freien Austausch der Agrardaten mit den Kantonen und anderen landwirtschaftlichen Organisationen. Ziel wird es sein, dass der Landwirt einmal seine Daten erfassen kann und diese Daten dann auf andere Systeme verteilt werden können. Selbstverständlich nur mit der Zustimmung des Produzenten. Es ist denkbar, dass via den Feldkalender von IP-SUISSE der Kanton seine Daten für die Direktzahlungsanmeldung beziehen kann oder umgekehrt.
- IP-SUISSE bietet weitere kostenlose Applikationen für ihre Mitglieder an. Zum Beispiel die IP-SUISSE Tierapp oder auch die Suisse-Bilanz zum Berechnen der Nährstoffbilanz. In Zukunft wird es das Ziel sein, diese Applikationen zu einer kompletten Applikation für den IP-SUISSE Landwirt verschmelzen zu lassen, wo er alle seine nötigen administrativen Aufgaben tätigen kann und immer die aktuellen Kennzahlen seiner Produktion zur Verfügung hat.

Simon, was gefällt dir am Feldkalender?

- Wir haben alle bereits vorhandenen Systeme vernetzt (das IP-SUISSE Login der Mitglieder, die Adressen, Suisse-Bilanz usw.)
- Die App ist offline-fähig. Nicht überall hat man Handyempfang. Die Daten werden automatisch synchronisiert, sobald Empfang vorhanden ist.
- Die Daten liegen nur bei IP-SUISSE und werden nicht weitergegeben.
- Eine Lösung, realisiert von IP-SUISSE, die ihren Mitgliedern kostenlos zur Verfügung steht – es entstehen keine zusätzlichen Kosten für den Landwirt.





IPS App

- Einfacher Feldkalender für die wichtigsten Aufzeichnungen
- Angelehnt an die Papierversion des Agridea Feldkalenders
- Auf dem Handy und am PC, sowie auch offline nutzbar



IPS Tier

- Erfassen aller TVD-Meldungen über das Smartphone
- Labelmeldungen
- Bestellung von Ohrmarken aller Tiergattungen

modan software

modan software AG wurde 1997 gegründet. Seither unterstützt die innovative Softwarefirma eine Vielzahl von kleinen, mittelgrossen und grossen Unternehmen mit praktischen und einfach zu bedienenden Standardinformatiklösungen. Sie ist Pionierin für die heutige Cloud-Technologie – bereits seit über 15 Jahren beziehen ihre Kunden die Software direkt aus dem Internet. Seit Anfang 2000 ist sie stark in der Agrarbranche verwurzelt und entwickelt Standardlösungen für die Herstellung, Verarbeitung und Vermarktung von Lebensmitteln. Die Kontrolle von Labels, Normen und Zertifikaten stellt hohe Anforderungen an die Prozessqualität.

Die Lösungen der modan software AG unterstützen die Marktführer der Auditbranche bei ihrer schweizweiten Tätigkeit. Hunderte Auditoren und Kontrolleure arbeiten mit den mobilen Apps von modan. Ob in einem Stall oder in einem Hochsicherheits-Rechenzentrum: Auch ohne aktive Internetverbindung geniessen die mobilen Anwender die volle Funktionalität von Weblösungen, dank der jahrelangen Erfahrung der modan software AG im Umgang mit den Cloud-Technologien.

agrosolution

Agrar-Daten-Austausch oder kurz ADA: Die Agrosolution und weitere Partner wollen künftig Daten vereinfacht austauschen können. Mithilfe von definierten Datenschnittstellen und einem gemeinsamen Datenübertragungsweg (Databus) können die Beteiligten profitieren. Im Mittelpunkt steht immer der Bauer: Er kann seine erfassten Daten, sofern er das will, mehreren Teilnehmern zur Verfügung stellen. Somit entfallen lästige Doppelerfassungen.

Das Label Heumilch hat uns die Verwaltung seiner Produzenten anvertraut. Wir

administrieren die Betriebe, lassen die Produzenten regelmässig durch akkreditierte Inspektionsstellen überprüfen und stellen für diese Tätigkeiten die benötigten Unterlagen und die Software zur Verfügung.

Bei der Ölsaatenzuteilung können neu die Rapsproduzenten bei der Flächenanmeldung auswählen, welche Rapsqualität (HOLL oder klassisch) sie anbauen wollen. Somit entfallen für sie die Papierverträge, die ergänzend mit den Sammelstellen abgeschlossen werden mussten. Das gleiche Verfahren wird künftig auch für Sonnenblumen angewendet.

Handelstätigkeit vor neuen Herausforderungen

Ein ereignisreiches Jahr, eine gute Zusammenarbeit mit IP-SUISSE und ein erfreuliches Umsatzwachstum.

Für die Viehhandelsfirmen ASF AG, IPS-Kuvag und Schneider Vieh und Fleisch war das Jahr 2017 ein ereignisreiches Jahr. Die Zusammenarbeit mit IP-SUISSE konnte in allen Belangen noch verbessert werden. Synergien beginnen langsam zu greifen. Verschiedenste Projekte konnten realisiert werden (z. B. Swiss Black Angus oder IP-SUISSE Kräuterschwein). Weitere Neuerungen folgen im nächsten Jahr.

Als Gruppe sind wir mit dem Handel aller Tierarten – von Schweinen über Grossvieh, Kälber, Tränker bis hin zu Schafen – und der Bewirtschaftung aller Labels inklusive Bio sehr breit aufgestellt. Im letzten Jahr tätigten wir in Absprache mit IP-SUISSE Abräumungsaktionen für einen besseren Absatz in Überhangsperioden bei den Schweinen, Banktieren und den IP-SUISSE Kälbern. Über 30 Mitarbeiter sorgen für einen reibungslosen Ablauf des Handelsgeschäfts, für schnelle und prompte Bezahlung der Produzenten und garantieren Kompetenz, Zuverlässigkeit in allen Fragen rund um die Tierhaltung und den -handel.

Die Schlachtviehmärkte waren 2017 äusserst verschieden. Der Schlachtschweinemarkt profitierte ab der Kalenderwoche 32 über einen langen Zeitraum von einem künstlich fixierten Preis von 3.60 Fr./kg SG. Im Nachgang dieser Stützung fiel der Jagerpreis auch nicht unter die Grenze von 3.60 Fr. für 20-kg-Jager. Die Reduktion der Zuchtbestände im Hinblick auf die Anpassung der Tierschutzverordnung per 2018 war im Laufe des Jahres 2017 noch nicht spürbar. Der durchschnittliche QM-Produzentenpreis befand sich bei 3.75 Fr., das entspricht einem Rückgang von 3 Rappen gegenüber dem Vorjahr für QM-Schweine. Die IP-SUISSE Prämie betrug im Jahreschnitt 1 Rappen mehr gegenüber 2016 und pendelte sich im Schnitt bei 29 Rappen ein.

Die Situation bei den Haartieren widerspiegelt in etwa die Situation auf dem Milchmarkt. Viele Bauern sehen keine Zukunft mehr in der Milchproduktion und strukturieren ihre Betriebe um. Die Konsequenzen: eine Knappheit im Angebot der Tränker, das ganze Jahr über hohe Produzentenpreise und Umsteigen vieler Landwirte auf die Grossviehmast. Die Nachfrage nach Tränkern ist nach wie vor hoch und eine Zunahme der Rindermast feststellbar.

Der Handelsumsatz und die gehandelten Tiere konnten über die gesamte Viehhandelsgruppe gesteigert werden. Der Margen- und der Preisdruck hinterliessen auch bei uns Spuren. Mit Optimierungen der betrieblichen Prozesse, einem noch konsequenteren Kostenmanagement und Effizienzsteigerungen aller Art konnte dem entgegengewirkt werden. Diese Bestrebungen werden auch im Jahr 2018 fortgeführt. Das jetzige EDV-System wird nach rekordverdächtigen 15 Jahren abgelöst. Davon versprechen wir uns noch bessere Informationen der Produzenten. Mithilfe einer App sollte die Eingabe zusätzlich erleichtert werden können. Der Viehhandel und insbesondere die Firmen von IP-SUISSE (ASF, IPS-Kuvag, Schneider Vieh und Fleisch) können als «Scharnier» zwischen Produzenten und Fleischwirtschaft marktaugliche Innovationen entdecken und gezielt fördern.



Jahresrechnung 2017

(Eckdaten)

Bilanz 31.12.2017

Aktiven

Flüssige Mittel	2 698 290.56
Forderungen	17 866 474.70
Kurzfristige Anlagen/Beteiligungen	10 548 640.00
Warenlager	31 025 213.00
Anlagevermögen	71 863.85
Immobilie Sachanlage	3 466 651.74
Total Aktiven	65 677 133.85

Passiven

Fremdkapital	61 830 480.67
Eigenkapital	3 846 653.18
Total Passiven	65 677 133.85

Erfolgsrechnung 1.1.2017 – 31.12.2017

Ertrag Label	64 501 315.95
Aufwand Label	-61 778 332.41
Ertragsüberschuss Label	2 722 983.54
Administrationskosten Verarbeiter	977 658.60
Mitgliederbeiträge	1 362 754.00
Diverse Erträge/Absatzförderung	1 721 863.51
Betrieblicher Ertragsüberschuss	6 785 259.65
Personalaufwand	-2 309 447.45
Betriebsaufwand/Werbung	-4 260 215.10
Übriger Aufwand/Ertrag	861 227.56
Abschreibungen/Steuern	-72 800.84
Liegenschaft	54 639.76
Gewinn	1 058 663.58



Aus dem Vorstand

Der Vorstand hat sich im vergangenen Geschäftsjahr an zehn Sitzungen unter anderem mit folgenden Themen auseinandergesetzt:

1. Richtlinien

Es wurden Anpassungen und Erweiterungen der bestehenden Richtlinien in Ackerbau sowie Tierhaltung diskutiert und beschlossen. Dank neuen Absatzkanälen konnten neue Anforderungen im Bereich Tafelobst und Beeren erarbeitet und genehmigt werden.

2. Projekte

Aus aktuellen Gründen (Rückstände in Wasser und Boden) haben wir uns vermehrt mit zusätzlichen Möglichkeiten betreffend Reduktion beim Einsatz von chemisch-synthetischen Hilfsstoffen (Reduktion von Glyphosat, Verbot von Insektiziden usw.) auseinandergesetzt.

3. Strategie/Internes

Gemäss Statuten und Wahlkreisreglement mussten im Geschäftsjahr Neu- bzw. Bestätigungswahlen der Delegierten durchgeführt werden. Unser Ablagesystem (Akten) können wir ab nächstem Jahr neu im Bundesarchiv hinterlegen. Dadurch können Kosten eingespart und elektronische Daten sicher aufbewahrt werden.

Der Vorstand hat sich auch mit verschiedenen Vernehmlassungen insbesondere mit der Agrarpolitik des Bundes befasst.

4. Zusammenarbeit mit Dritten

Neu übernimmt IP-SUISSE Dienstleistungsaufgaben für ELSA und Aaremilch im Bereich nachhaltige Milch. Die Entwicklung einer gemeinsamen Strategie mit allen wichtigen Marktpartnern konnte weiter ausgebaut werden (Migros, Denner, Nestlé usw.)

Neu werden im Bereich Getreidelager/ Zusammenarbeit Sammelstellen zukünftige Strategien gemeinsam und vertieft erarbeitet.

5. Forschungsprojekte

Der Trend die Labelproduktion mit Forschung weiterzuentwickeln, hat sich auch in diesem Jahr bestätigt. Klima und Soziales wurden jeweils an einer Vorstandssitzung intensiv diskutiert und die nötigen Entscheide darüber gefällt.

6. Marketing und Werbung

Mit der Möglichkeit, via Denner AG den Käfer an die Verkaufsfrent zu bringen, hat sich die Bekanntheit der Marke verdoppelt, dies bedingt eine Überprüfung und Anpassung unserer Werbe und Marketingmassnahmen. Neu wurde der Slogan «Bauern für Generationen» lanciert.



Vorstand IP-SUISSE

1. Joël Scheidegger, Präsident (VD)
2. Hanspeter Brunner (GR)
3. Ana Burger (TI)
4. Sepp Rupper, Vizepräsident (FR)
5. Jost von Wyl (OW)
6. Daniel Winzenried (BE)
7. Hans Peter Wolf (IPS-Kuvag, Gast) (LU)
8. Christian Schürch, Vizepräsident (BL)
9. Josef Truttmann (UR)
10. Samuel Moser (JU)
11. Andreas Stalder, Präsident (BE)
12. Bernhard Rentsch (FR)

13. Guido Hollenstein (SG)
14. Johannes Sonderegger (AI)
15. Jacques Demierre (IP-SUISSE Lausanne)
16. Rafael Feldmann (AG)
17. René Bühler, Vizepräsident (LU)
18. Stefan Ryser (SH)
19. Katrin Lindenberger (SO)
20. Enguerrand Piot (VD)
21. Theo Mächler (SZ)
22. Fritz Rothen, Geschäftsführer
23. Franz Häfliger (VS)
24. Rudolf Weber (BE)

Nicht abgebildet:
André Schmid (ZH)
Andreas Stucki (GL)
Walter Scheuch (TG)



12

15

16

20

22

24

11

14

17

19

21

23

Geschäftsstellen IP-SUISSE

IP-SUISSE Zollikofen

1. Fritz Rothen, Geschäftsführer

Feldbau

- 2. Sandro Rechsteiner
- 3. Marianne Müller
- 4. Alexandre Bardet, Getreidehandel

Tierhaltung/Biodiversität

- 5. Niklaus Hofer, stv. Geschäftsführer
- 6. Beat Hauser
- 7. Daniel Niklaus

Wiesenmilch/Informatik

- 8. Franziska Burn

Administration

- 9. Madeleine Messer
- 10. Ursula Amstutz (nicht abgebildet)
- 11. Susanne Beer
- 12. Patrick Amstutz

Finanzen

- 13. Christa Richner
- 14. Silvia Mössinger

Marketing

- 15. Marcel Schenk
- 16. Jonas von Aesch

Projekte

- 17. Mirjam Lüthi, div. Ackerbau, Naturel
- 18. Curdin Orlik, Tierhaltung, Marketing
- 19. Sarah Hofmann, Mostobst

IP-SUISSE Lausanne

- 19. Sarah Hofmann
- 20. Elodie Freymond
- 21. Jaques Demierre, Geschäftsführer
- 22. Joëlle Pittet

IP-SUISSE Tessin

- 23. Nicola Widmer (nicht abgebildet)

Spezialprojekte

- 24. Hans Winzeler, Züchtung/Ackerbau (nicht abgebildet)
- 25. Werner Zbinden, Beratung/Betreuung Partner (nicht abgebildet)





19

1

6

4

18

5

21

15

16

9

IP-SUISSE Zollikofen

Molkereistrasse 21
3052 Zollikofen
Tel. 031 910 60 00
Fax 031 910 60 49
www.ipsuisse.ch
info@ipsuisse.ch
name.vorname@ipsuisse.ch

IP-SUISSE Lausanne

Jordils 5, CP 1080
1001 Lausanne
Tel. 021 614 04 72
Fax 021 614 04 78
romandie@ipsuisse.ch

IP-SUISSE Tessin

Nicola Widmer
Terra di Sopra
6939 Arosio
Tel. 079 575 81 78
nic93w@gmail.com



Schweiz. Natürlich.