

JAHRESBERICHT 2021

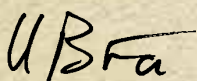


BIOSUISSE

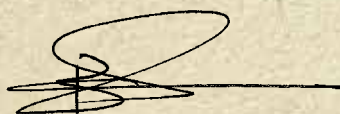
HEUTE, BIO. MORGEN, BIO.

2021 feierte Bio Suisse ihr 40-jähriges Bestehen. Wir konnten die Saat, die unsere Gründer:innen ausgebracht haben, in vielerlei Hinsicht ernten. Nun müssen wir die Felder für unsere Enkel:innen neu bestellen. Gemeinsam mit der Branche wollen wir damit unser Ernährungssystem nachhaltiger gestalten. Die Vorzeichen stehen gut: Migros setzt bei Bio neu auf die Knospe und Coop beim Bio-Brot und beim Bio-Zucker zu 100 Prozent auf Schweizer Knospe. Viele weitere Kulturen waren im letzten Jahr stark gefragt. Auch die Delegierten haben einen wichtigen Impuls für mehr Nachhaltigkeit gesetzt: Ab 2026 dürfen keine männlichen Küken mehr getötet werden. Auf den folgenden Seiten des Jahresberichts finden Sie weitere nachhaltige Projekte, die wir 2021 aufgegleist haben.

Wir wünschen gute Lektüre.



Urs Brändli
Präsident



Balz Strasser
Geschäftsführer



BIOLANDBAU UND KLIMAWANDEL.

Mit dem Fokustag Klima wurde im August 2021 eine breite verbandsinterne Diskussion zum Klima-Zielbild lanciert, begleitet von einer Vorstudie des FiBL zum klimaneutralen Biolandbau. Darauf basierend wurde ein neuer Grundsatz «Klimaschutz und -resilienz» für die Richtlinien erarbeitet. Der Grundsatz soll die Stossrichtung festlegen und als Rahmen für das künftige Klimaengagement von Bio Suisse dienen.



KOMMISSIONEN ÜBERARBEITETEN WICHTIGE RICHTLINIEN.

Die Zusammenarbeit zwischen der Geschäftsstelle und den Markenkommissionen wurde gestärkt. Das übergeordnete Projekt «Kompass» wird die künftige Arbeit der Kommissionen bei den Entscheidungshilfen und der Transparenz weiter stärken. Die **Markenkommission Anbau** (MKA) hat 2021 die Richtlinien zur Gesamtbetrieblichkeit überarbeitet. Die **Markenkommission Verarbeitung** (MKV) hat an strategischen

Themenfeldern für die Richtlinienkapitel Fleisch und Milch gearbeitet.

Die **Markenkommission International** (MKI) befasste sich mit den Themen Wassermanagement, Direktanerkennung von Verbänden in Nachbarländern und der Palmölproduktion. Das Sanktionsreglement für Betriebe im Ausland wurde grundlegend überarbeitet und ein Kriterienkatalog für die Erteilung von Ausnahmegewilligungen im internationalen Bereich verabschiedet.



BIO-VIEHTAG ERSTMALS DIGITAL.

Der Bio-Viehtag 2021 musste, wegen der Pandemie, online durchgeführt werden. Am halbtägigen Online-Anlass wurden **13 Themenposten** in Deutsch und Französisch angeboten.



ÜBER 1'200 LIZENZNEHMENDE.

Insgesamt sind per Ende 2021 bei Bio Suisse **1'207 Lizenznehmende** registriert. Der Bereich Verarbeitung und Handel hat im vergangenen Jahr **2'475 Lizenzgesuche** für verarbeitete Knospe-Produkte bearbeitet. Die Einnahmen aus Lizenzgebühren sind wie im Vorjahr um über zehn Prozent gestiegen. Wegen der Zunahme an Lizenznehmenden und Gesuchen sowie der anstehenden Zusammenarbeit mit der Migros wurde der Bereich mit zwei zusätzlichen Mitarbeitenden aufgestockt.



BEREITS ÜBER 7'200 KNOSPE-BETRIEBE.

Per Ende 2021 wirtschafteten in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein insgesamt **7'216 Betriebe** nach den Richtlinien von Bio Suisse. Das sind 94 Betriebe mehr als im Jahr zuvor. Auf Anfang 2022 haben nicht mehr so viele Betriebe auf Bio umgestellt wie in vergangenen Jahren. 129 Betriebe haben ihre Mitgliedschaft bei Bio Suisse im Jahr 2021 gekündigt. Die **biologisch bewirtschaftete Nutzfläche** liegt bei **17 Prozent**.



BIO SUISSE HAT EINE NEUE MITGLIED-ORGANISATION.

Die Delegiertenversammlung (DV) sagt Ja zu einer neuen Mitgliedorganisation (MO) – vorerst befristet auf zwei Jahre. Die **neue Mitgliedorganisation der Lizenznehmenden** wurde mit Unterstützung von Bio Suisse **im Herbst gegründet**. Die zwei neuen Delegierte nahmen bereits an der Herbst-DV teil.



ENGAGIERT IN POLITIK.

Im Jahr 2021 hat die Stabsstelle Politik die Trinkwasser- und Pestizid-Initiative sowie die **agrarpolitische Entwicklung eng begleitet**, dies in Zusammenarbeit mit dem Bund, der Agrarallianz, BLW, SBV, IGAS und Umweltverbänden. Weiter hat Bio Suisse ein Projekt bei der IFOAM EU zum Thema «Landwirtschaft ohne GVO» unterstützt.



BIOMONDO, DER NEUE BIO-MARKTPLATZ.

Die Internetplattform **biomondo.ch** für den Kauf oder Verkauf zwischen Produzent:innen wurde im Frühjahr aufgeschaltet. Konsument:innen können seit Herbst auf der gleichen Plattform Bio-Höfe mit Direktvermarktung finden. Biomondo verzeichnete Ende 2021 bereits 4'500 Besuche pro Woche, 1'270 registrierte Betriebe und knapp 800 aktive Inserate. Zum Vergleich:

Für Knospelhof und Biobörse zusammen lag die Anzahl Besuche im Schnitt rund 25 Prozent tiefer. Die Botschaften der Marketingkampagne «Alles Bio» wurden mit breitenwirksamer Medienpräsenz im TV, online sowie auf den Social-Media-Kanälen weiter verankert. Die Website **bio-suisse.ch** wurde komplett überarbeitet und im Mai livesgeschaltet.



MÄNNLICHE KÜKEN SOLLEN LEBEN.

Die DV hat im November einen richtungsweisenden Entscheid getroffen: **Männliche Küken dürfen nicht mehr getötet werden. Ab 2026 sollen alle Knospe-Eier ausgebrütet und die Brüder der Legehennen gemästet werden. Die langfristige Vision von Bio Suisse ist ein Zweinutzungshuhn.**



BELIEBTE BIO-PRODUKTE.

Trotz des hohen Wachstums im Vorjahr konnte der **Umsatz mit Bio-Lebensmitteln** im Jahr 2021 weiter ausgebaut werden – auf **4,005 Milliarden Franken**. Der Marktanteil von Bio-Produkten am gesamten Lebensmittelmarkt in der Schweiz konnte sich auf hohem Niveau halten und liegt bei 10,9 Prozent. Der **Pro-Kopf-Konsum** erzielt mit **459 Franken** wiederum eine neue Bestmarke. Der Umsatz bei den Verteilern wächst weiter: Die Marktführer Coop und Migros konnten ihre Umsätze auf

hohem Niveau moderat ausbauen, der übrige Detailhandel sowie die Direktvermarktung wachsen überdurchschnittlich. Die Anteile einzelner Produktkategorien sind gewachsen. Allen voran die Kategorien frische Convenience-Produkte und Tiefgekühltes sowie Getränke und Frischbrot. Die am häufigsten in den Warenkorb gelegten Bio-Produkte bleiben Eier, Brot und Gemüse. Milchprodukte sind erneut die grössten Umsatzträger im Bio-Markt.



STRENG GEREGLTE IMPORTE.

Der Bereich International hat über 13'000 Importtransaktionen auf die Konformität mit den Knospe-Richtlinien überprüft. Zusätzlich wurden knapp 300 risikobasierte Zusatzkontrollen bei Lieferungen durchgeführt. Der neue Prozess Importeinschränkungen sorgt für mehr Systematik, Nachvollziehbarkeit und Transparenz bei importierten Knospe-Produkten und deren Herkunft.



PROBIO MIT NEUEN ARBEITSKREISEN.

Beim Beratungsangebot ProBio gab es neu auch Anlässe zu **Direktvermarktungsthemen**. Trotz Corona konnten zudem mehrere neue Arbeitskreise in den Bereichen **Pflanzenbau, Boden, Tierhaltung und Gartenbau** gegründet werden, einige davon auch in der Romandie.



BIO-AUSBILDUNG FÜR LANDWIRT:INNEN.

Für die Berufsbildung von Bio-Landwirt:innen wurde das Zielpapier **«Bio-Grundbildung»** fertiggestellt. Die Herbst-DV hat es **einstimmig angenommen**.



KNOSPE IN DER GASTRONOMIE GEFÖRDERT.

Beim Projekt Gemeinschaftsgastronomie konnten wichtige Partnerschaften eingegangen sowie konkrete **Projekte mit Städten** (z. B. Biel und Delémont), **Schulen und Partnerorganisationen** aufgelegt werden. Für die Co-Finanzierung der damit verbundenen Aktivitäten hat das BLW einen Antrag bewilligt.

Die **Absatzförderung** sowie Präsenz und Visibilität der Knospe im **Online-Handel und in der Gastronomie** konnten **verstärkt** werden, auch weil aufgrund der witterungsbedingten schlechten Ernten Absatzförderungsmassnahmen angepasst oder teilweise abgesetzt werden mussten.



MITGLIED-ORGANISATIONEN ERHALTEN GELD FÜR PROJEKTE.

Bio Suisse unterstützte die **Mitglied-organisationen** (MOs) 2021 mit einem Pauschalbetrag pro MO von 3'000 Franken und 13 Franken pro Mitglied, insgesamt waren es knapp 185'000 Franken. Zusätzlich wurden 30 **MO-Projekte** mit rund 233'000 Franken gefördert. 2021 wurden 14 neue sowie 16 laufende **Ackerkulturen-Projekte** finanziert. Das dreijährige **Förderprojekt** «Produktionsförderung Bio-Mostäpfel» des FiBL wurde mit zweckgebundenen Mitteln finanziert.



FELDTAFELN FÜR DIE KNOSPE-BETRIEBE.

Die **Direktvermarktung** wird immer wichtiger. Aus diesem Grund wurde 2021 eine neue Stelle geschaffen, welche die **Betriebe** beim Absatz ihrer Produkte **unterstützen** soll. Eine Massnahme war die Förderung von «Feldtafeln auf Bio-Höfen».



WENIGER AKTIVITÄTEN WEGEN PANDEMIE.

Die internationale Messe «Biofach» wurde 2021 online durchgeführt. Das führte zu geringeren Kosten als budgetiert, weil Standgebühren sowie Reise- und Übernachtungsspesen wegfielen. Auch in den Bereichen Verarbeitung und Handel sowie Landwirtschaft konnten **Aktivitäten** wie die Hofverarbeitertagung, die Bio Gourmet Knospe, der Bio-Viehtag **nicht wie geplant** oder gar nicht stattfinden, was wesentlich weniger Ausgaben zur Folge hatte. Das Symposium Bio konnte im November durchgeführt werden.



NEUER NEWSLETTER FÜR DIE MITGLIEDER.

Die Öffentlichkeitsarbeit von Bio Suisse war im Jahr 2021 geprägt von der Jahresmedienkonferenz im Frühling, den beiden Agrarinitiativen im Sommer und dem Anlass «Wege zu einem klimaneutralen Biolandbau» im Herbst. Die Berichterstattung in den **Medien zu bio-relevanten Themen** nahm weiter zu. Das Magazin Bioaktuell

stellte auch 2021 mit zehn Ausgaben in Deutsch, Französisch und Italienisch die Kommunikation zu den Produzent:innen und Lizenznehmenden sicher. Ein wichtiger Kanal sind die **Newsletter** an die Konsument:innen, die Lizenznehmenden, die BIO SUISSE ORGANIC-Betriebe im Ausland sowie neu die MOs.



REKURSGESUCHE AUF EINEM TIEF.

Im vergangenen Jahr gingen bei der unabhängigen Rekursstelle von Bio Suisse, kurz URS, nur zwei Rekursfälle ein. Die verschiedenen Aussprachen, die in den letzten Jahren zwischen der URS und Bio Suisse (Vorstand, Geschäftsstelle, Kommissionen) stattfanden,

haben **geholfen, Lösungen für verschiedene Probleme zu finden**. So konnten viele Fragen Bio Suisse intern geregelt werden, sodass unzufriedene Landwirt:innen und Lizenznehmende auf einen Rekurs verzichteten.



DIE KNOSPE WIRD NOCH SOZIALER.

Bei der Sozialen Verantwortung International unterzeichnete Bio Suisse mit dem deutschen Bioverband Naturland einen **Zusammenarbeitsvertrag**. Damit wird die Kontrolle der **sozialen Bedingungen bei Betrieben im Ausland (BSO) ausgebaut**. In absehbarer Zeit werden die **Arbeitsbedingungen aller Mitarbeitenden auf den zertifizierten Betrieben überprüft**. Zudem sind **gemeinsame Schulungen für die Kontrolle:innen und eine eng koordinierte Weiterentwicklung der Aktivitäten und Richtlinien geplant**.



REORGANISATION DER GESCHÄFTSSTELLE.

Im Zuge der Pensionierung des langjährigen Marketingleiters, Jürg Schenkel, wurden die Bereiche Marketing und Unternehmenskommunikation per Oktober zur **neuen Abteilung «Marketing & Kommunikation»** zusammengelegt. Diese wird von Timo Pekküçer geleitet. Die neue Abteilung macht die Kommunikation noch schlagkräftiger, stringenter und vernetzter. Die Bereiche Produktmanagement und Key Account Management bilden **neu die Abteilung «Märkte»** unter der Leitung von Alex Meier.



IMMER MEHR MITARBEITENDE.

Aufgrund der vielen zusätzlichen Aufgaben ist die Anzahl Vollzeitstellen im letzten Jahr im Jahresdurchschnitt von 56,2 auf 71,20 gestiegen – dies bei **86 Mitarbeitenden**. Dazu kommen drei Lernende und zwei Praktikant:innen. Im Jahr 2021 gab es auf der Geschäftsstelle total 22 Eintritte, bei 11 Austritten.



ERST DV, DANN 40-JAHR-FEIER.

Die Delegiertenversammlungen (DV) wurden 2021 **im Frühling online und im Herbst physisch** durchgeführt. Zusätzlich wurde eine Briefwahl angeboten für diejenigen, die nicht dabei sein konnten. An der Herbst-DV vergab Bio Suisse wiederum den Grand Prix Bio Suisse und feierte mit rund 280 Gästen das 40-Jahr-Jubiläum des Verbandes. Dabei entstand ein **Jubiläumsfilm**.



ATTRAKTIVE BÜROS AUF DER GESCHÄFTSSTELLE.

Die Geschäftsstelle in Basel wurde im Sommer umgebaut. Damit wollen wir attraktive Arbeitsplätze anbieten und zugleich für das zu erwartende Wachstum der kommenden Jahre gerüstet sein. Es stehen nun **flexible Arbeitsplätze**, Workshop- und Arbeitsräume sowie eine grosszügige Cafeteria zur Verfügung.



AUS DER GESCHÄFTSLEITUNG.

Seit Ende 2021 setzt sich die Geschäftsleitung wie folgt zusammen: **Balz Strasser** (Geschäftsführer), **Marion Bollmann** (Finanzen und Services), **Dieter Peltzer** (Qualitätssicherung und -entwicklung), **Thomas Pliska** (Strategische Projekte und Forschung), **Timo Pekküçer** (Marketing & Kommunikation), **Alex Meier** (Märkte).

DAS JAHR 2021 IN ZAHLEN.

Ausgewählte Zahlen und Fakten
zum Biolandbau und zum Bio-Markt
in der Schweiz.



459

Schweizer Franken geben
Konsument:innen in der Schweiz
pro Kopf für Bio-Lebensmittel aus.



56 %

aller Konsument:innen kaufen
täglich oder mehrmals pro Woche
Bio-Produkte.



10,9 %

betrug 2021 der **Bio-Anteil**
am Lebensmittelmarkt in der
Schweiz.



7'216

Landwirtschaftsbetriebe
in der Schweiz und im Fürstentum
Liechtenstein produzieren nach
den Richtlinien von Bio Suisse.



17 %

**der landwirtschaftlichen
Nutzfläche** werden in der Schweiz
biologisch bewirtschaftet.



4'005 Mio.

Schweizer Franken beträgt der **Umsatz von Bio-Lebensmitteln**
in der Schweiz.



Weitere Zahlen und
Fakten finden Sie unter
[bio-suisse.ch](https://www.bio-suisse.ch) im Dokument
«Bio in Zahlen».