



Entwicklung Biomarkt Schweiz

WACHSTUM WEITERHIN STARK

Jürg Schenkel, Marketingleiter Bio Suisse

Auch 2010 setzte der Biomarkt sein dynamisches Wachstum der letzten Jahre fort. Der Umsatz stieg um 6,1% auf 1,639 Mia. CHF. Diese erfreuliche Entwicklung gilt - ausser für Tiefkühlprodukte - für die gesamte Produktpalette. Ausserdem haben alle Landesteile zugelegt, wobei sich die Westschweiz mit einem erneut überdurchschnittlichen Wachstum von 7,2% auszeichnet.

Der Umsatz mit Bioprodukten stieg 2010 mit 6,1% auf 1,639 Mia. CHF. Damit hat sich der Biomarkt in der Schweiz analog zu den Vorjahren kontinuierlich stark weiterentwickelt. Die beiden Grossverteiler mit Marktanteilen von 48,8% für Coop und 25,4% für Migros übernehmen somit gemeinsam 74,2% des gesamten Biomarktanteils in der Schweiz. Migros erzielte mit ihrer Bioinitiative ein markantes Wachstum von 14%, und Coop wuchs mit 4,7% auf unvermindert hohem Niveau weiter.

Biomarkt bleibt trotz Einbussen im Fachhandel attraktiv

Auch die Initiativen anderer Akteure im Biodetailhandel, so Globus oder Manor beispielsweise, zeigten positive Wirkung. Einzig der Fachhandel hat einen Umsatzrückgang von 30 Mio. CHF (-13%) zu verzeichnen. Die Gründe dafür sind einerseits struktureller Art, andererseits erschwerten die Fusion und die anhaltende Neuorientierung im Biogrosshandel die Lage zusätzlich. Positive Beispiele zeigen indes, dass sich der Biofachhandel mit Werten wie Regionalität, Sicherheit und Beratungskompetenz wirkungsvoll abheben und wirtschaftliche Erfolge verbuchen kann.

Ein überdurchschnittliches Wachstum von 15% verzeichnen die Discounter. Dieser Fortschritt ist auf die Anzahl neu eröffneter Filialen zurückzuführen. Mit insgesamt 2,8% bleibt ihr Marktanteil im Biogeschäft nach wie vor auf bescheidenem Niveau.

Weiterhin erfreulich zeigt sich auch die Entwicklung der Direktvermarkter. Die Knospe-Produzentenfamilien mit ihren Hofläden, Marktständen usw. gehören zum Herzstück der Vereinigung Schweizer Biolandbau-Organisationen. Sie haben im Jahr 2010 um 10% zugelegt und halten damit einen Marktanteil von 5,4%.

Frischbrot und Eier am meisten gefragt

Die Frischprodukte gehören zur Kernkompetenz der Knospe-Produzenten. Sie erzielen dank eines Wachstums von 6,2% einen Marktanteil von 7,8%. Traditionsgemäss konnten die Produktkategorien Frischbrot und Eier mit nahezu 18% die stärkste Position im Markt halten. Frischbrot legte um 11,6% zu und erreicht damit im Vergleich zum Vorjahr erneut einen der höchsten Wachstumswerte.



Ein kleines Umsatzwachstum von 0,3% haben die Milchprodukte zu verzeichnen. Die anhaltend hohe Nachfrage liefert jedoch den eindrücklichen Beweis für die Attraktivität des Biomilchmarkts. Dies drückt sich in einer Erhöhung des Marktanteils auf 8,9% aus.

Das grosse Interesse an Biofrischprodukten zeigt sich auch beim Biogemüse. Dieses konnte um 9,5% wachsen und erhöhte damit seinen Marktanteil auf 12,3% .

Regionale Marktanteile gleichen sich an

Die drei Landesteile weisen gemäss Nielsen-Zahlen punkto Marktanteile immer weniger grosse Unterschiede auf. Mit 5,9% hat die Deutschschweiz - gefolgt von der italienischsprachigen Schweiz mit 5,5% - weiterhin die Nase vorn. Erneut verzeichnete indes der Biomarkt im französischsprachigen Landesteil mit einer Zunahme von 7,2% ein überdurchschnittliches Wachstum und konnte seine Marktanteile somit um 5,2% weiter steigern. In der italienischsprachigen Schweiz verliert Bio im Vergleich zum Vorjahr zwar 0,2% Marktanteil, erzielt aber dennoch ein Wachstum von 4%.

Trend zu noch mehr Bio hält an

Die jahrelange positive Entwicklung des Biomarktes hat dazu geführt, dass er sich in allen Lebensmittelsektoren etablieren konnte. Der Trend zu mehr Bio hält nach wie vor an und erreicht immer mehr Käuferinnen und Käufer, die neben den traditionellen Frischprodukten auch an Convenience-Produkten Gefallen finden. Im Vergleich zum Vorjahr legen die frischen Convenience-Produkte um 9,7% zu. Dies darf als eindeutiger Beweis dafür gewertet werden, dass Bio ausserhalb des traditionellen Heimmarktes auch im restlichen Lebensmittelmarkt Fuss gefasst hat.