

Jahresbericht 2013.





**«Biobetriebe
kennen die
Erfolgsfaktoren.»**

Fachwissen, Herzblut und Glück – damit die Saat aufgeht.

Die Produzentinnen und Produzenten von Bio Suisse engagieren sich mit ihrem Verband für ein Ziel: nachhaltige Kaufentscheide von zufriedenen Konsumentinnen und Konsumenten.

Wogendes Getreide, blaue Kornblumen, leuchtender Mohn, fette Ähren, gesundes Stroh – ein Biogetreidefeld lässt alle Herzen höher schlagen. Doch damit die Saat aufgeht und Ertrag bringt, müssen viele Faktoren stimmen: Es braucht einen schonenden Umgang mit dem Ackerboden, eine abwechslungsreiche Fruchtfolge, eine natürliche Düngung, biologisch gezüchtetes und vermehrtes Saatgut, eine ausgeklügelte mechanische Unkrautregulierung, Lebensraum für Nützlinge und auch etwas Wetterglück. Die Betriebe, die nach den Bio Suisse Richtlinien arbeiten, kennen die Erfolgsfaktoren, beherrschen ihr Metier und üben ihren Beruf mit Herzblut aus.

Das ist offenbar ansteckend: Jährlich mehr Landwirtschafts- und Gartenbauproduzenten sind von dieser nachhaltigen Form der Lebensmittelproduktion überzeugt. Im Jahr 2013 erhöhte sich die Zahl der Knospe-Betriebe um 2,6 Prozent auf 5884. Möglich war dieses Wachstum nur, weil erneut mehr Konsumentinnen und Konsumenten auf Bioprodukte gesetzt haben. Der Bioumsatz beträgt inzwischen jährlich 2,053 Mrd. Franken. Der Umsatz und damit die konstant hohe Nachfrage sorgen für attraktive Preise, welche die Nachhaltigkeit der Knospe nicht nur im ökologischen Bereich, sondern auch im wirtschaftlichen und sozialen Bereich stärken.

Was den Bauern das wogende Getreidefeld, ist der Organisation Bio Suisse der florierende Markt. Auch hier müssen viele Faktoren stimmen, damit die Herzen höher schlagen: eine bekannte und glaubwürdige Marke, eine zuverlässige Qualitätssicherung, aktive Kommunikation nach innen und aussen, eine ständige Verbesserung der Nachhaltigkeit in den Landwirtschafts- und Verarbeitungsbetrieben, attraktive Leistungen für die Basis, motivierte Mitarbeitende, starke Beziehungen zu

leistungsfähigen Partnern in Markt und in Politik, die kluge Nutzung der regionalen Ressourcen und eine stabile Finanzlage. All diese Faktoren hat Bio Suisse im Jahr 2013 in die Strategie 2014–2017 einfließen lassen und damit den Grundstein für ihr Wirken der nächsten vier Jahre gelegt.

Klar, auch bei Bio Suisse gehört etwas «Wetterglück» dazu. So erwies sich der Umzug der Geschäftsstelle in Basel als höchst motivierend für die 46 Mitarbeitenden. In diesem Sinne war es ein Glücksfall, dass das helle und freundliche Gebäude an der Peter Merian-Strasse 34 gerade dann frei wurde, als Bio Suisse aus ihren alten Büroräumlichkeiten ausziehen musste. Willkommen war zusätzlicher Arbeitsraum auch bei der Gründung der International Certification Bio Suisse AG (ICB AG). In der neuen Tochtergesellschaft von Bio Suisse engagieren sich Mitarbeitende des bisherigen Bereichs Import. Sie hat den

Auftrag, die Qualität der Zertifizierungsarbeit im Importbereich weiter zu stärken sowie die Zusammenarbeit mit den für Bio Suisse tätigen Kontroll- und Zertifizierungsstellen im Ausland zu intensivieren.

Nebst dem Inlandmarkt nehmen die Importvolumen weiter zu. Mit ihren

Richtlinien für Importprodukte sorgt Bio Suisse dafür, dass Konsumentinnen und Konsumenten auch bei Lebensmitteln wie Kaffee, Südfrüchten oder Schokolade auf den Knospe-Standard setzen können. Zudem schliessen Importe Lücken in der Inlandproduktion. So dient die Knospe für den täglichen Lebensmitteleinkauf über die ganze Palette als Richtschnur für einen verantwortungsvollen und nachhaltigen Genuss.

**«Die hohe
Nachfrage stärkt
die Branche.»**



Urs Brändli, Präsident



Daniel Bärtschi, Geschäftsführer

Ganzheitlichkeit.

Ganzheitliches Denken hat bei der Knospe System: Die Richtlinien gelten für den gesamten Hof und für die ganze Lebensmittelkette. Dazu gehören etwa möglichst geschlossene Kreisläufe, selbstregulierende Systeme und strenge Anforderungen für Importe.

Geschmack.

Der gute Geschmack der Knospe-Produkte rührt auch aus der umsichtigen Verarbeitung. Eine schonende Verarbeitung ist Pflicht. Unnötige Zusatzstoffe sind tabu. So ist beispielsweise Knospe-Salatöl schlicht kaltgepresst, was den ursprünglichen Geschmack des Rohstoffs besonders erhält.

Biodiversität.

Biobetriebe stehen für Artenvielfalt. In Hecken, Asthaufen, Ökoflächen oder auf Hochstamm-bäumen finden seltene Pflanzen und Tiere neue Lebensräume, und Knospe-Betriebe sorgen mit ihrer naturnahen Bewirtschaftung somit für Vielfalt im Boden, auf dem Acker und im Regal.

Tierwohl.

Das Tierwohl steht ganz oben auf der Prioritätenliste der Knospe-Bauern. Dazu gehören möglichst täglicher Weidegang, auf Vitalität ausgerichtete Tierzucht, Raufutterfütterung für Wiederkäuer und viele andere Massnahmen.



Auf folgende Weise würden wohl die meisten von uns ein Konfibrötchen beschreiben: unten Brot, in der Mitte Butter, oben Konfitüre. Vielleicht streichen wir uns täglich eines zum Morgenessen. Dabei entscheiden wir uns für helles oder dunkles Brot, für mehr oder weniger Butter, für Brombeer- oder Erdbeerkonfitüre. Doch es steckt viel mehr in diesem kleinen Menü als Getreide, Butter, Früchte und Zucker. Im Grunde entscheiden wir beim Brot über ganze Kulturlandschaften, bei der Butter beeinflussen wir das Wohlergehen der Tiere

und beim Zucker stimmen wir über soziale Gerechtigkeit ab. Weil aber niemand vor dem Genuss eines Konfibrötchens ausführliche Nutzwertanalysen und komplizierte Entscheidungsbäume durchgehen möchte und sich trotzdem viele für intakte Kulturlandschaften, für das Tierwohl und für soziale Standards interessieren, gibt es die Knospe. Sie garantiert, dass der «Inhalt» mitgeliefert wird, den die Bio Suisse Richtlinien versprechen. Denn wer Knospe-Getreide isst, schützt gleichzeitig eine Kulturlandschaft mit Lebensräumen für eine Vielfalt

Vertrauen.

Strenge Kontrollen, regelmäßige Rückstandsanalysen, eine umsichtige Importpolitik und damit möglichst kurze Transporte, der Verzicht auf Gentechnik, ständige Bildung und Beratung – mit solchen Massnahmen fördert Bio Suisse Qualität und Sicherheit von Knospe-Produkten.

Fairness.

Soziale Anforderungen gelten bei der Knospe schon länger. Mit dem neuen Projekt Faire Handelsbeziehungen will Bio Suisse die Interessen der Bauern, der Verarbeitung, des Handels und der Konsumenten auf dem Markt fair aufeinander abstimmen.

Ressourcen- schutz.

Biobauern verzichten konsequent auf chemisch-synthetische Pestizide sowie leicht lösliche Mineraldünger und reduzieren damit die Belastung von Boden, Wasser und Luft. Verschiedene Klimaschutzmassnahmen ergänzen die Leistungen der Knospe.



von Tierarten, fördert die Zucht von Getreidesorten, die ohne chemisch-synthetische Pestizide und ohne leicht lösliche Mineraldünger angebaut werden können, oder fördert das Engagement der Branche für faire Handelsbeziehungen. Jedes Stück Knospe-Butter stammt von einer Kuh, die im Sommer regelmässig auf die Weide und im Winter in den Auslauf darf, die vor allem Gras und Heu statt Getreide und Soja frisst und die nicht einseitig auf Leistung, sondern auf Gesundheit und ein langes, produktives Leben gezüchtet wurde.

Und im Knospe-Rohrzucker, der vorwiegend aus Lateinamerika stammt, steckt die Garantie, dass dieser ebenso strengen Standards entspricht wie Schweizer Bioprodukte erfüllen müssen, dass er nicht auf gerodeten und schützenswerten Naturflächen angebaut wird und dass der Produktionsbetrieb auf soziale Anforderungen im Umgang mit den Landarbeitern achten muss.

Das steckt alles in einem Konfibrot – wenn seine Zutaten die Knospe tragen.

**«Familienbetriebe
sind die Basis
des Biolandbaus.»**



Bio Suisse setzt sich auch politisch für gute Rahmenbedingungen ein.

Bio Suisse engagiert sich für eine Agrarpolitik, die ökologische, soziale und ökonomische Ziele gut aufeinander abstimmt. Gleichzeitig fördert der Verband die Nachhaltigkeit der Mitgliederbetriebe.

Im Jahr 2013 setzte Bio Suisse einen Schwerpunkt bei der Lobbyarbeit im Bundeshaus. Die vom Parlament verabschiedete und vom Bundesrat konkretisierte Agrarpolitik 2014–2017 erachtet Bio Suisse als vertretbaren Kompromiss: Er wird ökologische, soziale und ökonomische Ziele besser aufeinander abstimmen. Dank der stärkeren Förderung des Ackerbaus und der Versorgungssicherheitsbeiträge werden mehr Kalorien im Inland produziert, während der Bund gleichzeitig Anliegen wie Biodiversität, Ressourceneffizienz und Tierwohl gezielter unterstützt. Obschon das die nachhaltig produzierende Landwirtschaft stärkt, erhält ein Grossteil der Biobetriebe nicht automatisch mehr Direktzahlungen, sondern muss zusätzliche ökologische Leistungen erbringen.

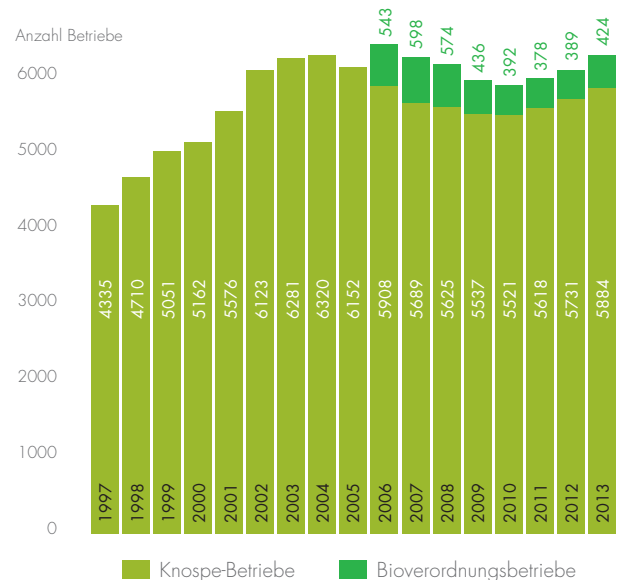
Darin stärkt der Verband seine Mitglieder, zum Beispiel mit dem Projekt «Knospe-Biodiversität für mehr Lebensqualität». Mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), dem Schweizer Vogelschutz SVS/BirdLife Schweiz und mitfinanziert vom Coop Fonds für Nachhaltigkeit organisiert Bio Suisse den Wissenstransfer von Forschung und Beratung in die Praxis und fördert den Austausch unter den Knospe-Bäuerinnen und -Bauern zum Thema Biodiversität. Das dreijährige Projekt begann im Jahr 2013 mit acht Flurbegehungen und 400 Teilnehmenden sowie mit Einzelberatungen von Bauer zu Bauer. Für diesen Beratungsansatz erhielt Bio Suisse viele positive Rückmeldungen und will ihn bei weiteren Themen anwenden.

Politisch engagierte sich Bio Suisse zudem für die neuen Produktionssystembeiträge für die graslandbasierte Milch- und Fleischproduktion. Diese Beiträge fördern die Fütterung von Wiederkäuern mit möglichst viel Raufutter und möglichst wenig Kraftfutter. In den Richtlinien ist dieses Anliegen schon seit längerem verankert: Vorgeschrieben sind Futterrationen für Wiederkäuer mit mindestens 90 Prozent Raufutteranteil. Das sorgt einerseits für eine tiergerechte Fütterung. Andererseits steht so

mehr Getreide für die menschliche Ernährung zur Verfügung und landet nicht in den Futtertrögen der Tiere. Neu wird diese Fütterungsvorschrift also auch vom Staat gefördert.

Nebst der Agrarpolitik 2014–2017 und dem Biodiversitätsprojekt befasste sich Bio Suisse auch mit landwirtschaftlichen Beratungsthemen, zum Beispiel im Bereich Nachhaltigkeit, Tierzucht oder Tiergesundheit, und intensivierte zudem die Zusammenarbeit mit den kantonalen Bioberatern. Und wie jedes Jahr beantwortete die Geschäftsstelle viele telefonische Anfragen zu den Bio Suisse Richtlinien sowie Gesuche von Produzierenden und Beratern.

Anzahl der Biobetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein von 1997 bis 2013



Der Bioackerbau sorgt für Ökologie und Lebensmittel.

Seit 2011 hat in der Schweiz die offene Bioackerfläche um 17,3 Prozent zugenommen. Bioackerbau ist für die Konsumentinnen und Konsumenten, für die Natur und für die Biobranche attraktiv.

Nach wie vor sind die Ackerkulturen derjenige Bereich des Biolandbaus mit dem grössten Wachstumspotenzial und der besten Wachstumsdynamik. Das zeigt sich auch in der Zunahme der offenen Bioackerfläche seit 2011 um 17,3 Prozent auf 10'872 Hektar im Jahr 2013.

Die Nachfrage nach Schweizer Herkunft ist bei fast allen Kulturen ungebrochen hoch. Neue Produzenten finden daher leicht Absatzmöglichkeiten. Insgesamt wurden in der Saison 2012/2013 in der Schweiz 34'634 Tonnen Biomahlgetreide verarbeitet. Das Inlandgetreide deckt diese Nachfrage zu rund 35 Prozent. Am höchsten ist der Inlandanteil mit über 50 Prozent bei Dinkel, gefolgt von Roggen (40%) und Weizen (33%). Geerntet wurde mit über 12'600 Tonnen Biomahlgetreide nur leicht mehr als im letzten Jahr, hier liessen das schlechte Wetter und die dadurch eher tiefen Hektarerträge die positive Flächenentwicklung nur schlecht zur Geltung kommen.

Für die Produzenten attraktiv bleibt der Markt aufgrund der Produzenten-Richtpreise, die pro 100 Kilogramm für Mahlweizen 106 Franken, für Mahlroggen 95 Franken und für Mahldinkel 114 Franken betragen. Zudem nimmt der Handel den Landwirtschaftsbetrieben seit dem Jahr 2012 Umstellmahlweizen ab, was die Attraktivität auch für Umstellbetriebe oder Flächenübernahmen steigert.

Ungebrochen hoch ist der Bedarf bei den Bioölsaaten, insbesondere bei Schweizer Knospe-Sonnenblumen. Mit verschiedenen kommunikativen Massnahmen, zum Beispiel mit redaktionellen Artikeln und Inseraten in der Fachpresse, mit Flurbegehungen und regionalen Informationsanlässen haben die Branche und Bio Suisse aktiv auf diese Kultur aufmerksam gemacht. Mit verhaltenem Erfolg: Die Zuwachszahlen sind zwar hoch, aber nominal immer noch auf einem tiefen Niveau. Während im Jahr 2013 einige Tausend Tonnen Sonnenblumenkerne und Sonnenblumenöl importiert wurden, verdoppelte sich seit 2011 die Inlandproduktion von Biosonnenblumenkernen auf 211 Ton-

nen. Dabei ist die Kultur im Gegensatz zum Raps agronomisch weniger anspruchsvoll: Sie braucht zwar einen nebelfreien Herbst, aber kommt mit weniger Nährstoffen aus und kennt ausser Blattläusen keine direkten Schädlinge. Zudem tragen Sonnenblumenfelder zu einer farbigen Kulturlandschaft bei, sind dank der langen Kulturdauer attraktiv für Nützlinge und lockern getreidelastige Fruchtfolgen auf.

Bio Suisse geht davon aus, dass sich der Biogetreideanbau in der Schweiz weiterhin positiv entwickelt. Besonderes Augenmerk gilt der Entwicklung in der Romandie: Die Umstellung auf Biolandbau soll dort gefördert werden und der Verband will sich für neue Mitglieder attraktiv machen. Dazu hat Bio Suisse einerseits den Schweizer Bio-Ackerbautag in Moudon VD und Bioaktionspläne in den Kantonen Freiburg und der

«2013 konnte der Verband 256 neue Mitglieder begrüßen.»

Waadt finanziell und personell unterstützt und sich andererseits auch mit Bioberatern, kantonalen Bioorganisationen und Ämtern sowie mit dem Forschungsinstitut für Biologischen Landbau getroffen und die Grundlage für ein stärkeres Engagement in der Westschweiz gelegt. Dies soll der Schweizer Biolandwirtschaft weiteren Schub verleihen.

Im Jahr 2013 verzeichnete der Verband 256 neue Mitglieder. Neu produzieren 5921 Landwirtschafts- und Gartenbaubetriebe nach Bio Suisse Richtlinien und 391 Betriebe wirtschaften gemäss Bioverordnung. Bei 79 Betrieben wurde der Vertrag mit Bio Suisse aufgelöst, hauptsächlich aufgrund von Betriebsaufgaben. Sieben Betrieben hat Bio Suisse gekündigt.



**«Der Bedarf an
Biosonnenblumen
ist ungebrochen
hoch.»**

Kai Tappolet, Knospe-Bauer aus Wilchingen SH,
kontrolliert die Sonnenblumen auf Befall mit falschem Mehltau.



«Die Nachhaltigkeitsstrategie umfasst auch die Verarbeitung.»

Corinne Mühlebach von der Knospe-Mühle Mühlebach in Würenlingen AG, spricht mit ihren Mitarbeitern Musa Rexhepaj (rechts) und Carsten Heimburger über die Mahlqualität.

Nachhaltigkeit ist auch in der Verarbeitung entscheidend.

Bio Suisse unterstützt die Lizenznehmer bei der Weiterentwicklung ihrer betrieblichen Nachhaltigkeit. Im Jahr 2013 erarbeitete der Verband eine Nachhaltigkeitsstrategie, welche dazu den weiteren Weg aufzeigt.

Die Knospe umfasst nicht nur einen hohen Produktionsstandard in der Landwirtschaft, sie setzt auch in der Lebensmittelverarbeitung und im Handel Massstäbe. Zum Beispiel werden Lebensmittel mit der Knospe garantiert ohne Farbstoffe hergestellt, die Liste der Verarbeitungshilfsstoffe ist stark eingeschränkt, eine schonende Verarbeitung ist oberste Devise. Zudem sind die Lizenznehmer von Bio Suisse in Projekte zu fairem Handel und sozialen Arbeitsbedingungen eingebunden. Für

«Nachhaltigkeit und Genuss: Weiterentwicklung auf hohem Niveau.»

Landwirtschafts- und Gemüsebaubetriebe gilt die Gesamtbetrieblichkeit; sie müssen ihre gesamte Fläche biologisch bewirtschaften. Lizenznehmer müssen sich nur für das mit der Knospe hergestellte Produkt an die Bio Suisse Richtlinien halten. Der Verband strebt eine laufende Weiterentwicklung der Nachhaltigkeit auch bei den Lizenznehmern, also auch in der Verarbeitung und im Handel an. Darum hat er seine Aktivitäten zu dem im Vorjahr lancierten Nachhaltigkeitskatalog verstärkt. Dieser ermöglicht es den mittlerweile 847 Lizenznehmern, anhand von standardisierten Kriterien die Nachhaltigkeit ihrer Betriebe selbst einzuschätzen und eventuelle Schwachstellen und Entwicklungspotenziale zu erkennen. Der Katalog, von dem es auch eine Version für Landwirtschaftsbetriebe gibt, ist auf der Website www.bio-suisse.ch abrufbar. Er liefert nebst der Möglichkeit zur Selbsteinschätzung einen Überblick über Merkblätter und Projekte von Bio Suisse und führt die

Nutzer zu weiteren Informationen zum Thema Nachhaltigkeit. Insgesamt 423 Betriebe haben die Chance genutzt und den Katalog ausgefüllt und sich so wichtige Impulse zum Thema geholt. Kommunikativ hat Bio Suisse dieses Projekt unter anderem mit einem Wettbewerb unter den teilnehmenden Betrieben gefördert sowie mit mehreren Porträts von besonders nachhaltig arbeitenden Landwirtschafts- und Verarbeitungsbetrieben in der Zeitschrift bioaktuell begleitet.

Der Katalog zur Selbsteinschätzung der Nachhaltigkeit ist eine von verschiedenen Massnahmen von Bio Suisse in diesem Bereich und stützt sich auch auf die Verbandsstrategie. In einem breit abgestützten Prozess hat Bio Suisse im Jahr 2013 zusätzlich eine Nachhaltigkeitsstrategie erarbeitet. Davon ausgehend will Bio Suisse in einem partizipativen Verfahren künftig zusammen mit der Branche für die Nachhaltigkeitsleistungen von Lizenznehmern und Produkten konkrete Ziele und Kriterien festlegen und diese über Entwicklungsprojekte und Beratungen stützen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie bedeutet eine Weiterentwicklung der Verarbeitungsstufe auf hohem Niveau. Dasselbe gilt für den jährlichen Wettbewerb um die Gourmet-Knospe, bei dem sich jeweils die besten Bioverarbeiter messen. Im Jahr 2013 erzielte der Qualitätswettbewerb von Bio Suisse mit 123 eingereichten Produkten eine Rekordbeteiligung. 49 Produkte erhielten von einer unabhängigen Fachjury die begehrte Auszeichnung und wurden von Bio Suisse den Medien vorgestellt sowie am Bio Marché im Juni 2013 den Konsumentinnen und Konsumenten zur Degustation angeboten.

Bio erreicht einen Marktanteil von 6,9 Prozent.

Ein weiterer Wachstumsschub im Inland, zusätzliche Qualitätssicherung und ein verstärkter Marktaufbau in den Nachbarländern – der Biostandard setzt sich national und international immer stärker durch.

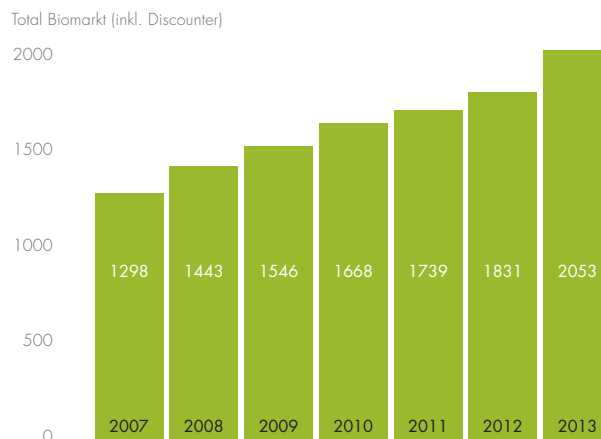
Aufgrund der zahlreichen Bioaktivitäten der Handelsunternehmen, allen voran Coop mit dem 20-Jahr-Jubiläum von Naturalplan, war die gute Nachricht absehbar: Der Bioumsatz in der Schweiz hat noch einmal einen Sprung nach vorne gemacht. Im Jahr 2013 legte er um 12,1 Prozent auf 2,053 Milliarden Franken zu. Zum Vergleich: Im Jahr 2008 waren es noch 1,44 Milliarden Franken. Coop trug dabei mit 1001 Millionen den Hauptanteil, gefolgt von Migros mit 528 Millionen, dem Biofachhandel mit 259 Millionen, der Direktvermarktung mit 113 Millionen, dem übrigen Detailhandel sowie den Warenhäusern und übrigen Spezialgeschäften mit 78 Millionen bzw. 74 Millionen Franken.

Der Bioanteil am gesamten Lebensmittelmarkt beträgt insgesamt 6,9 Prozent. Die Zunahme in der Produktgruppe Fleisch und Fisch ist mit 16,0 Prozent erneut beachtlich. Sie ist damit wieder einer der am stärksten wachsenden Bereiche. Den höchsten Marktanteil haben nach wie vor Eier mit 21,2 Prozent, gefolgt von Frischbrot mit 20,3 Prozent und Gemüse, Salaten und Kartoffeln mit 13,5 Prozent. Der wachsende Markt stützt nicht nur die Produzenten in ihren Absatzmöglichkeiten, er ist auch die Grundlage, dass Verarbeitung und Handel von zusätzlichen Skaleneffekten profitieren können. Weiter unterstützten die vielfältigen Werbe- und Promotionsaktivitäten von Bio Suisse, auch zusammen mit ihren Partnern, das erfreuliche Wachstum. Sie trugen ebenfalls dazu bei, dass der Bekanntheitsgrad der Knospe auf 61,2 Prozent gestiegen und sie mit einem sehr guten Image stark im Markt verankert ist.

Gleichzeitig steigen aber für Bio Suisse Aufwand und Anforderungen an die Kontrolle und Zertifizierung. Anfang September 2013 hat Bio Suisse deshalb die International Certification Bio Suisse AG (ICB) gegründet. Die Tochtergesellschaft hat den Auftrag, die Qualität der Zertifizierungsarbeit weiter zu stärken sowie die Zusammenarbeit mit den für Bio Suisse tätigen Kontroll- und Zertifizierungsstellen im Ausland zu in-

tensivieren. So schult sie zum Beispiel die Mitarbeitenden der Kontrollstellen und auditiert sie betreffend ihre Kontrolltätigkeit. Die ICB AG übernahm dazu einerseits einen grossen Teil der Tätigkeiten und Mitarbeitenden des Importbereichs von Bio Suisse und bereitete gleichzeitig die Akkreditierung ihrer Zertifizierungstätigkeit durch die Schweizerische Akkreditierungsstelle SAS vor. Der Aufbau der neuen Firma verlief planmässig und mit grossem Einsatz aller Beteiligten.

Entwicklung Biomarkt Schweiz: Umsatz in Millionen Franken



Bio Suisse engagiert sich zudem, den Import von chinesischer Knospe-Soja zu reduzieren, und legte mit der Biofuttermittelbranche einen Reduktionsplan fest, um bis ins Jahr 2019 den Anteil an chinesischer Soja jährlich um 5 Prozent auf unter 50 Prozent zu reduzieren und auf ein Maximum von 50 Prozent zu begrenzen. Damit will Bio Suisse einerseits die Gefahr einer Importabhängigkeit von einem einzelnen Herkunftsland verringern und andererseits gemäss der Bio Suisse Importpolitik Importe aus näher gelegenen Ländern fördern.



**«Eine gute
Zusammenarbeit
vom Feld bis ins
Regal sorgt für
hohe Bioqualität.»**

Beatrice und Christoph Züst verkaufen das Knospe-Brot aus ihrem Familienunternehmen «Holzofenbäckerei Jakob» in Appenzell an Bioläden in der ganzen Schweiz.

Bilanz per 31. Dezember 2013 mit Vorjahresvergleich

	2013	2012
	Total CHF	Total CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	2 165 964.00	3 480 071.54
Forderungen	1 387 886.43	372 824.82
Vorräte	1.00	1.00
Transitorische Aktiven	1 211 026.75	1 181 157.60
Total Umlaufvermögen	4 764 878.18	5 034 054.96
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	2 810 569.56	2 876 630.13
Beteiligungen	2.00	30 002.00
Mobilien, EDV-Einrichtungen	2.00	2.00
Total Anlagevermögen	2 810 573.56	2 906 634.13
Total Aktiven	7 575 451.74	7 940 689.09
Passiven		
Fremdkapital		
Kurzfristiges Fremdkapital (FK)	1 276 886.90	1 417 110.48
FK kurz, zweckgebundene Mittel, Fonds	914 300.79	672 234.06
PR-Kampagnen	450 708.65	506 573.05
Transitorische Passiven	1 043 161.90	1 201 622.35
Kurzfristige Rückstellungen	817 050.00	1 216 100.00
Langfristige Rückstellungen	640 000.00	630 000.00
Reserven	10 000.00	40 000.00
Total Fremdkapital	5 152 108.24	5 683 639.94
Eigenkapital	2 257 049.15	2 191 566.28
Total Passiven	7 409 157.39	7 875 206.22
Einnahmeüberschuss	166 294.35	65 482.87

Erfolgsrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013 mit Vorjahresvergleich

	Total CHF	Total CHF
Ertrag		
Materialverkauf	1 587 746.45	1 576 110.15
Jahresbeiträge Produzenten inkl. SMP	2 762 494.00	2 778 427.80
Bundesgelder Absatzförderung	1 327 500.00	1 363 164.70
Lizenz- und Markennutzungsgebühren	7 390 351.03	7 154 404.08
Auslandanerkennungen	53 420.00	45 100.00
Dritte, Spenden, Honorare, Verweise	161 508.75	31 732.60
Übriger Ertrag	787 144.10	385 933.35
Ertrag bioaktuell	231 225.14	240 329.30
Zinsertrag, Kursdifferenzen	16 401.78	15 109.24
Neutrale Rechnung (Wertschriftenerfolg)	12 211.10	9 249.28
Ausserordentlicher Ertrag	67 977.00	32 095.25
Total Ertrag	12 968 979.35	12 213 155.75
Aufwand		
Handelswarenaufwand	436 511.96	479 488.01
Aufträge an Externe	2 057 465.73	1 785 248.81
Personalaufwand	4 638 183.44	4 577 710.85
Externe Kosten	798 718.45	839 611.40
Betriebsaufwand	841 345.51	565 697.43
Werbe- und Marketingaufwand	3 434 027.10	2 909 372.55
Aufwand Unternehmenskommunikation	145 424.56	131 170.16
Finanzaufwand (Spesen, Kursdifferenzen)	2 416.35	1 482.12
Abschreibungen	229 984.05	185 893.70
Ausserordentlicher Aufwand	110 000.00	545 000.00
Vorsteuerkürzung MwSt.	108 607.85	126 997.85
Total Aufwand	12 802 685.00	12 147 672.88
Einnahmeüberschuss	166 294.35	65 482.87

Finanzen.

Bio Suisse schliesst das Geschäftsjahr 2013 mit einem Einnahmeüberschuss von 280'000 Franken ab. Die Lizenzeinnahmen und Markennutzungsgebühren steigen von 7,1 auf 7,4 Millionen Franken an.

Dank der wachsenden Bioumsätze und Dritteinnahmen aus Verkaufsförderungsaktivitäten konnte Bio Suisse gegenüber dem Vorjahr einen Ertragszuwachs um 723'000 auf 12,936 Millionen Franken verbuchen. Die Lizenzeinnahmen und Markennutzungsgebühren stiegen auf 7,390 Millionen Franken. Die Produzentenbeiträge stiegen auf 1,621 Millionen Franken. Gleichzeitig erhöhte sich der Aufwand von 12,147 auf 12,590 Millionen Franken. Dabei schlugen vor allem die ausserordentlichen Verkaufsförderungsaktivitäten zu Buche. Insgesamt resultierte ein Einnahmeüberschuss von 280'000 Franken.

Bio Suisse investierte im Berichtsjahr 2,560 Millionen Franken in die Qualitätssicherung und die Qualitätsentwicklung, 4,900 Millionen Franken in den Markt, 1,057 Millionen Franken in die Unternehmenskommunikation sowie 0,890 Millionen Franken in Finanzen und Administration, 0,793 Millionen Franken in die Geschäftsführung und die Politik. Der Aufwand für die Verbandsgremien sowie die Delegiertenversammlungen und Präsidentenkonferenzen betrug 1,370 Millionen Franken. Für Abschreibungen, Steuern und Reservebildung wurden rund 0,380 Millionen Franken verwendet. Mit diesen Mitteln erbrachte Bio Suisse wertvolle Dienstleistungen für die Knospe-Produzenten und -Lizenznehmer in den Bereichen Qualitätssicherung, Marktbearbeitung und Kommunikation.

Zusätzliche, zum Teil zweckgebundene Mittel flossen unter anderem in verschiedene Aktivitäten zur Förderung der Nachhaltigkeit. Dabei ging es um Themen wie Rindergesundheit, biologische Pflanzenzüchtung, Förderung des Bioackerbaus, Betriebsführung, regionale Wertschöpfung, Klima, Biodiversität oder soziale Faktoren der Umstellung auf Biolandbau.

Organisation und Kontakte.



Vorstand Bio Suisse

Gremien von Bio Suisse

Vorstand

Urs Brändli, Präsident, Goldingen SG
 Danielle Rouiller, Vizepräsidentin, Cernier NE
 Christian Butscher, Liestal BL
 Claudia Lazzarini, Le Prese GR
 Monika Rytz, Olsberg AG
 Milo Stoecklin, Séprais JU
 Josef Stutz, Schongau LU

Kommissionen und ihre Vorsitzenden

- Geschäftsprüfungskommission,
Susanne Häfliger-Stäubli, Oberhof AG
- Markenkommission Anbau,
Andreas Bärtschi, Lützelflüh BE
- Markenkommission Verarbeitung und Handel,
Regula Bickel, Zürich ZH
- Markenkommission Import, Paul van den Berge, Minusio TI
- Bildungskommission, Danielle Roullier, Cernier NE
- Fachkommission Ackerkulturen,
André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Fachkommission Biowein, René Güntert, Miège VS
- Fachkommission Eier, Peter Lüscher, Holziken AG
- Fachkommission Fleisch, Peter Haldemann, Raperswilen TG
- Fachkommission Gemüse, Stephan Müller, Steinmaur ZH
- Fachkommission Kräuter, Lukas Studer, Attiswil BE
- Fachkommission Milch, Urs Flammer, Zuzwil SG
- Fachkommission Obst, Hans Oppikofer, Steinebrunn TG
- Fachkommission Zierpflanzen, Bina Thürkauf, Riehen BS

Die Basis

Demokratie – die besondere Stärke der Schweizer Biobauern

Mit zwei Delegiertenversammlungen, der Möglichkeit, selbst über die Richtlinien zu entscheiden, drei Präsidentenkonferenzen und dem attraktiven Magazin bioaktuell als Plattform haben die Schweizer Bioproduzenten viele Mitwirkungsmöglichkeiten und leben Demokratie. Die Basis wird zusätzlich durch die Zuteilung finanzieller Mittel an die Mitgliedorganisationen gestärkt. Im Jahr 2013 hat Bio Suisse 13 Projekte von Mitgliedorganisationen mit 138'120 Franken unterstützt und Pauschalbeiträge in der Höhe von insgesamt von 166'697 Franken ausbezahlt.

Die Geschäftsstelle

Auch hier ist Nachhaltigkeit ein Thema

Am 31. Dezember 2013 zählte die Geschäftsstelle von Bio Suisse 46 Mitarbeitende. Umgerechnet sind das insgesamt 36,25 Vollzeitstellen. Im Jahr 2014 wird Bio Suisse erstmals auch für die Geschäftsstelle Indikatoren für die Nachhaltigkeit erheben und in die Jahresberichterstattung einfließen lassen. 2013 absolvierten sieben Mitarbeitende total 14 Landdienst-Tage auf einem Knospe-Betrieb – ein Einsatz, der für neue Mitarbeitende jeweils obligatorisch ist und sie Stall- und Landluft schnuppern lässt.

Wichtige Kontakte

So erreichen Sie uns

- Geschäftsführer: Daniel Bärtschi*
- Stv. Geschäftsführerin und Leitung Abteilung Finanzen und Personal:
Doris Schwarzenbach*
- Leitung Abteilung Unternehmenskommunikation: Stephan Jaun*
- Leitung Abteilung Qualitätssicherung und -entwicklung: Hans Ramseier*
- Leitung Abteilung Marketing: Jürg Schenkel*
- Politik: Martin Bossard
- Medien: Andreas Käsermann
- Verband: Christian Vögeli

* Mitglied der Geschäftsleitung

Diesen Jahresbericht und viele weitere Informationen zu Bio Suisse finden Sie unter www.bio-suisse.ch

Impressum:

Fotos: Marion Nitsch, Gestaltung: Marc Siegenthaler
Realisation: Stephan Jaun und Petra Schwinghammer,
Unternehmenskommunikation Bio Suisse



Bio Suisse
Peter Merian-Strasse 34
CH-4052 Basel
Tel. 061 204 66 66
Fax 061 204 66 11
E-Mail bio@bio-suisse.ch

Bei Tappötets helfen
während der Hochsaison
alle Familienmitglieder
bei der Arbeit auf
dem Knospe-Hof in
Wilchingen SH mit.

