

BIO SUISSE 2003/04

Tabellen & Grafiken

A

Betriebszählungen nach Anzahl Betrieben und Fläche im Jahr 2004

11,1% aller Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz arbeiten im Jahr 2004 nach den Richtlinien der BIO SUISSE. Der Kanton Graubünden weist mit 50,8% den höchsten Anteil auf.

TABELLE 1 PROZENTANTEIL DER KNOSPE-BETRIEBE AM TOTAL DER LANDWIRTSCHAFTSBETRIEBE

Kanton	Betriebe insgesamt (Bio/IP/konv*)	Knospe-Betriebe zertifiziert**	Neuanmeldungen 2004	Total Knospe-Betriebe am 1.2.2004***	Anteil 2004
GR	2'781	1380	32	1412	50.8 %
BS	18	8	–	8	44.4 %
OW	704	196	–	196	27.8 %
GL	418	94	2	96	23 %
AR	779	142	2	144	18.5 %
BL	961	136	1	137	14.3 %
ZG	584	80	2	82	14 %
NW	495	63	1	64	12.9 %
SG	4'366	500	18	518	11.9 %
TI	917	101	5	106	11.6 %
BE	12'807	1387	34	1421	11.1 %
ZH	3'626	371	16	387	10.7 %
TG	2'720	245	10	255	9.4 %
SZ	1'692	155	3	158	9.3 %
UR	680	53	3	56	8.2 %
JU	1'104	85	6	91	8.2 %
SO	1'427	113	3	116	8.1 %
VS	3'772	263	22	285	7.6 %
AG	3'095	226	6	232	7.5 %
LU	5'170	299	19	318	6.2 %
AI	582	30	1	31	5.3 %
NE	954	48	2	50	5.2 %
SH	585	19	2	21	3.6 %
FR	3'308	107	9	116	3.5 %
GE	314	10	1	11	3.5 %
VD	4'009	128	6	134	3.3 %
Schweiz	57'868	6239	206	6445	11.1 %
FL	124	42	1	43	34.7 %

* Anzahl direktzahlungsberechtigte Landwirtschaftsbetriebe 2002 (Quelle: BLW)

** Anzahl zertifizierte BIO SUISSE Betriebe am 31.12.2003

*** Alle Betriebe, welche am 1.2.2004 als Biobetriebe angemeldet waren. Weil sich erfahrungsgemäss rund 10% der Neumsteller abmelden und 1–2% der bisherigen Betriebe den Biolandbau oder die Landwirtschaft aufgeben, dürfte Ende Jahr die Anzahl der effektiv zertifizierten Betriebe kleiner sein.

Die Anzahl der Knospe-Betriebe wächst im Jahr 2004 gesamtschweizerisch um 3,3%. 206 Knospe-Betriebe steigen im Jahr 2004 neu auf Bio um.

TABELLE 2 ANZAHL UND PROZENTUALE ZUNAHME DER KNOSPE-BETRIEBE VON 2000 BIS 2004

Kanton	Anzahl 2000 (zertifiziert)	Anzahl 2001 (zertifiziert)	Anzahl 2002 (zertifiziert)	Anzahl 2003 (zertifiziert)	Anzahl 2004* (Stand 1.2.04)	Geschätzte Zunahme 2003/04
AG	194	214	222	226	232	2.7 %
AI	20	23	27	30	31	3.3 %
AR	129	135	143	142	144	1.4 %
BE	1213	1335	1387	1387	1421	2.5 %
BL	126	135	135	136	137	0.8 %
BS	6	7	8	8	8	–
FR	80	77	103	107	116	8.4 %
GE	8	9	9	10	11	10.0 %
GL	70	87	93	94	96	2.1 %
GR	1115	1166	1333	1380	1412	2.3 %
JU	47	56	76	85	91	7.1 %
LU	244	275	286	299	318	6.4 %
NE	37	38	43	48	50	4.2 %
NW	48	52	58	63	64	1.6 %
OW	101	140	186	196	196	–
SG	427	456	484	500	518	3.6 %
SH	16	16	20	19	21	10.5 %
SO	108	108	114	113	116	2.7 %
SZ	109	121	149	155	158	2.0 %
TG	197	226	239	245	255	4.1 %
TI	100	99	104	101	106	5.0 %
UR	37	39	43	53	56	5.7 %
VD	80	94	114	128	134	4.7 %
VS	212	203	248	263	285	8.4 %
ZG	70	79	82	80	82	2.5 %
ZH	335	349	376	371	387	4.3 %
Schweiz	5'129	5'539	6'082	6'239	6'445	3.3 %
FL	33	37	41	42	43	2.4 %

* Alle Betriebe, welche am 1.2.2004 als Biobetriebe angemeldet waren. Weil sich erfahrungsgemäss rund 10% der Neumsteller abmelden und 1–2% der bisherigen Betriebe den Biolandbau oder die Landwirtschaft aufgeben, dürfte Ende Jahr die Anzahl der effektiv zertifizierten Betriebe kleiner sein.



Die biologisch bewirtschaftete Fläche in der Schweiz hat sich von 1996 bis 2004 fast verdoppelt. Sie beträgt heute rund 110 000 Hektar Land.



TABELLE 3 BIOLOGISCH BEWIRTSCHAFTETE FLÄCHE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN IN 1000 HEKTAR

Jahr	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Tal	10	13	14	15	16	19	20	21	21
VHZ	6	8	8	9	9	10	11	12	12
Berg	44	52	56	59	60	65	70	75	77
Total	60	73	78	83	85	94	101	108	110

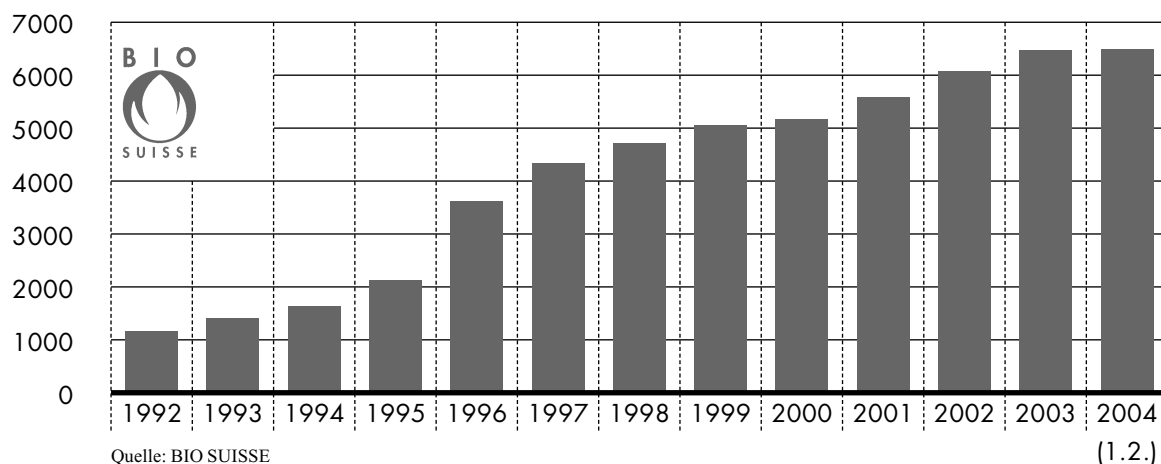
VHZ = Voralpine Hügellzone

Quelle: BIO SUISSE



Die Zahl der Knospe-Betriebe versechsfacht sich nahezu zwischen 1992 und 2004.

GRAFIK 1 ANZAHL DER KNOSPE-BETRIEBE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN VON 1992 BIS 2004





Nach den «stürmischen» Wachstumsjahren Mitte der 90er Jahre und dem starken Wachstum 2001/2002 konsolidiert sich die Zunahme der Biobetriebe in den Jahren 2003 und 2004.

GRAFIK 2 JÄHRLICHES WACHSTUM ALLER KNOSPE-BETRIEBE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN 1992 BIS 2004



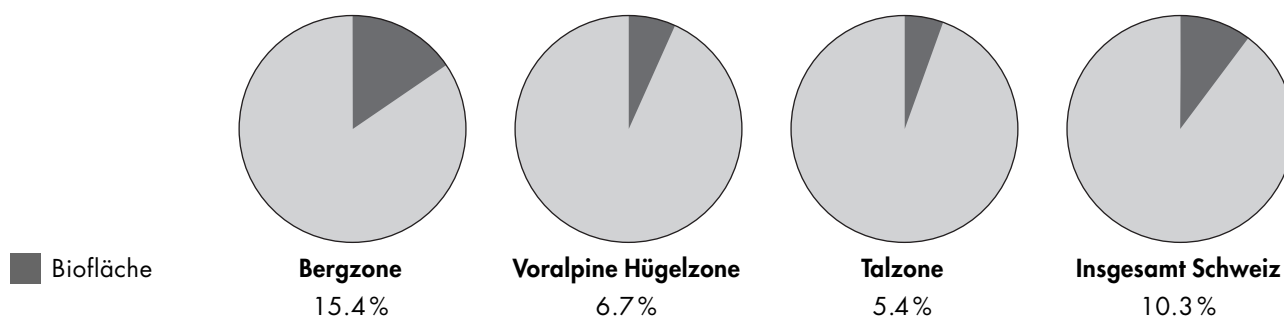
Jahr	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004 (1.2.)
Anzahl	1160	1405	1630	2121	3617	4335	4710	5051	5162	5576	6123	6281	6488
Wachstum	24 %	21 %	16 %	30 %	71 %	20 %	9 %	7.2 %	2.2 %	8.0 %	9.8 %	2.6 %	3.3 %

Quelle: BIO SUISSE



Im Jahr 2004 wird 10,3% der landwirtschaftlichen Nutzfläche biologisch bewirtschaftet. Die Biolandwirtschaft ist in der Bergzone mit einem Flächenanteil von rund 15% am stärksten verankert.

GRAFIK 3 PROZENTANTEIL DER BIOFLÄCHE AM TOTAL DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN NUTZFLÄCHE IM JAHR 2004



Quelle: BIO SUISSE


B

Bekanntheitsgrad Knospe



Die Knospe behauptet sich auf dem 2. Platz bezüglich Bekanntheitsgrad.

TABELLE 4 **GESTÜTZTER BEKANNTHEITSGRAD DER KNOSPE UND ANDERER LABELS IM JAHR 2003**

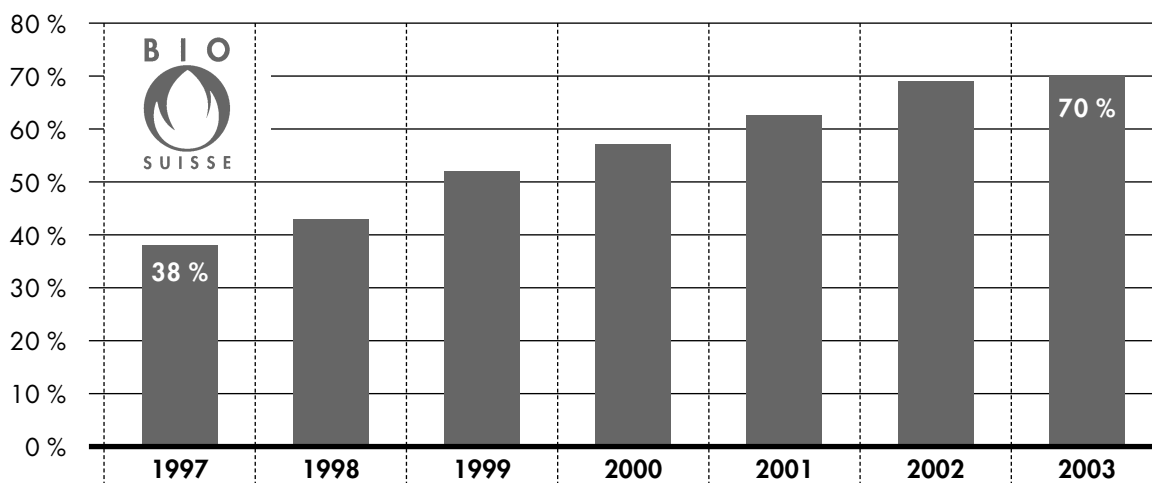
	Coop Naturaplan	83 %
	Knospe	70 %
	M-Bio	60 %
	Coop Naturaline	57 %
	M-Sano/ab 2001 «7 Pkt. Garantie»	48 %
	Natura Beef	38 %

Quelle: BIO SUISSE / IHA



Die Knospe legte im Jahr 2003 nochmals an Bekanntheit zu.

GRAFIK 4 **ENTWICKLUNG DES GESTÜTZTEN BEKANNTHEITSGRADES DER KNOSPE VON 1997 BIS 2003**



Quelle: BIO SUISSE / IHA

TABELLE 5 SPONTANE ASSOZIATIONEN VON KONSUMENTINNEN / KONSUMENTEN ZUR KNOSPE (IN DER REIHENFOLGE DER NENNUNGEN)



1	Gesunde Lebensmittel
2	Natürliche Produktion ohne Chemie
3	Garantierte Qualität – wirklich Bio
4	Gute Tierhaltung
5	Zu teuer
6	Beitrag zum Umweltschutz

Quelle: IHA Labelumfrage vom Dezember 2003

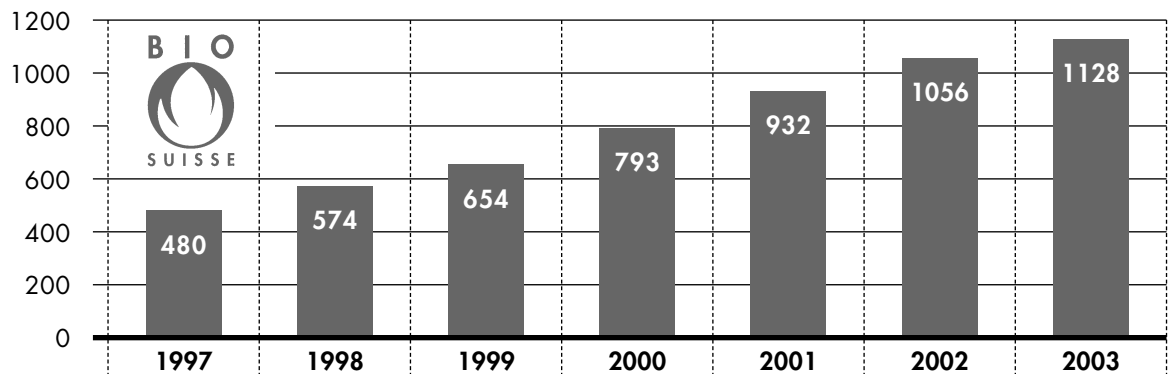
C

Umsatz Bioprodukte im Mehrjahresvergleich und nach Verteilkanal



Mit 1128 Mio. Fr. verzeichnet der Gesamtumsatz mit Bioprodukten in der Schweiz einen neuen Rekord.

GRAFIK 5 BIOMARKT SCHWEIZ 1997 BIS 2003: GESAMTUMSATZ IN MIO. FR.



Quelle: BIO SUISSE

TABELLE 6 BIOMARKT SCHWEIZ 1997 BIS 2003: ENTWICKLUNG BEI DEN VERSCHIEDENEN VERTEILERN



	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Coop	168	222	292	360	453	526	555
Migros	84	124	132	190	226	264	286
Reform- und Bioläden	150	150	150	153	160	170	175
Direktvermarktung mit der Knospe	50	50	52	52	52	52	55
Spar, primo vis à vis, Volg, Diverse	7.5	7.9	8	8.1	8.5	8.7	11
Div.: Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Metzgereien, Bäckereien	20	20	20	30	32	34.8	46
Total Biomarkt	480	574	654	793	932	1056	1128

Quelle: BIO SUISSE



Coop und Migros haben bei den Bioprodukten einen Marktanteil von rund 75 %.

**TABELLE 7 UMSATZ MIT BIOPRODUKTEN UND MARKTANTEILE
NACH VERTRIEBSKANAL IM JAHR 2003 (ZUM VERGLEICH: 2002)**

Vertriebskanal	Umsatz 2002 in Mio.	Marktanteil 2002	Umsatz 2003 in Mio.	Marktanteil 2003
Coop	526	49.8 %	555	49.2 %
Migros	264	25.0 %	286	25.4 %
Reform- und Bioläden	170	16.1 %	175	15.5 %
Knospe-Direktvermarktung	52	4.9 %	55	4.9 %
Warenhäuser, Verbrauchermarkt, Metzgereien, Bäckereien	35	3.3 %	46	4.1 %
Spar, primo vis à vis, Volg und Diverse	9	0.8 %	11	0.9 %
Total Biomarkt in Mio. Fr.	1056		1128	



Quelle: BIO SUISSE

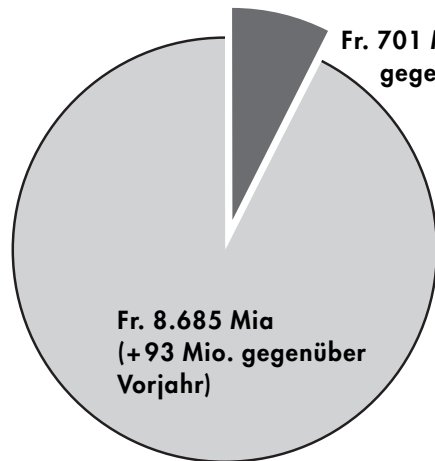
D

Marktanteile ausgesuchter Bioprodukte



Bio-Frischprodukte haben einen Marktanteil von 7,5% und weisen ein respektables Wachstum aus.

GRAFIK 6 MARKTANTEIL DER BIO-FRISCHPRODUKTE 2003 (WERTMÄSSIG)



«Frischprodukte» umfasst folgende Teilmärkte:
Fleisch (frisch/tiefgekühlt), Eier, Brot, Schnittkäse, Weichkäse, Milch, Joghurt/Sauermilch, Quark, Frischkäse, Butter, Frischgemüse und Salate, Früchte

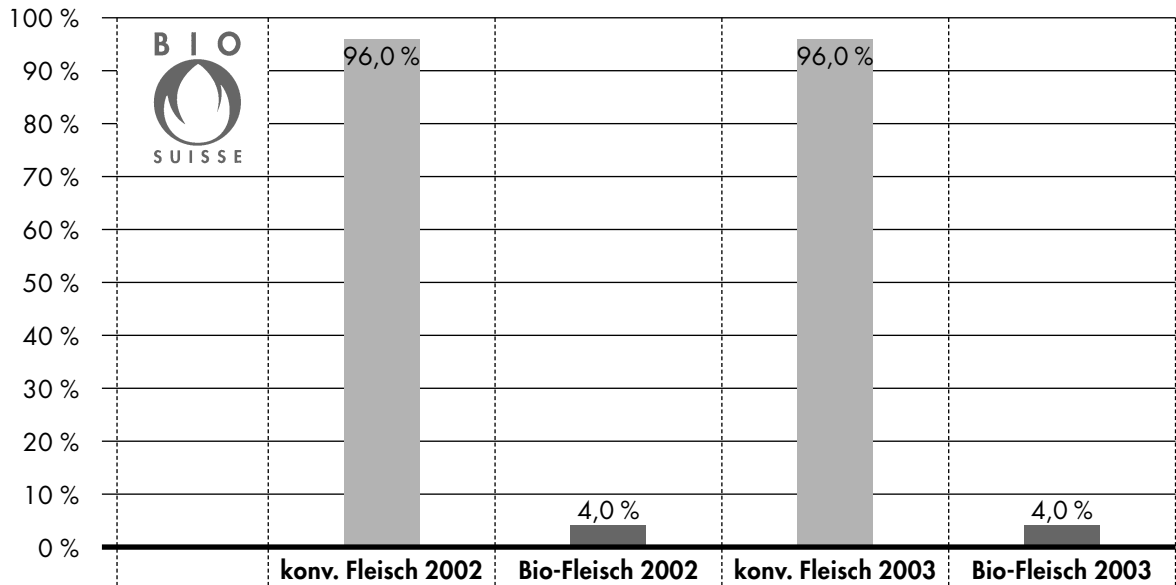
■ Bio 2003
■ konventionell

Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003



Der Verkauf von Bio-Fleisch (besonders Bio-Natura-Beef) hat im Jahr 2003 stark zugenommen – trotzdem stagniert der Marktanteil.

**GRAFIK 7 MARKTANTEIL BIO-FLEISCH IN DEN JAHREN 2002 UND 2003
(WERTMÄSSIG)**

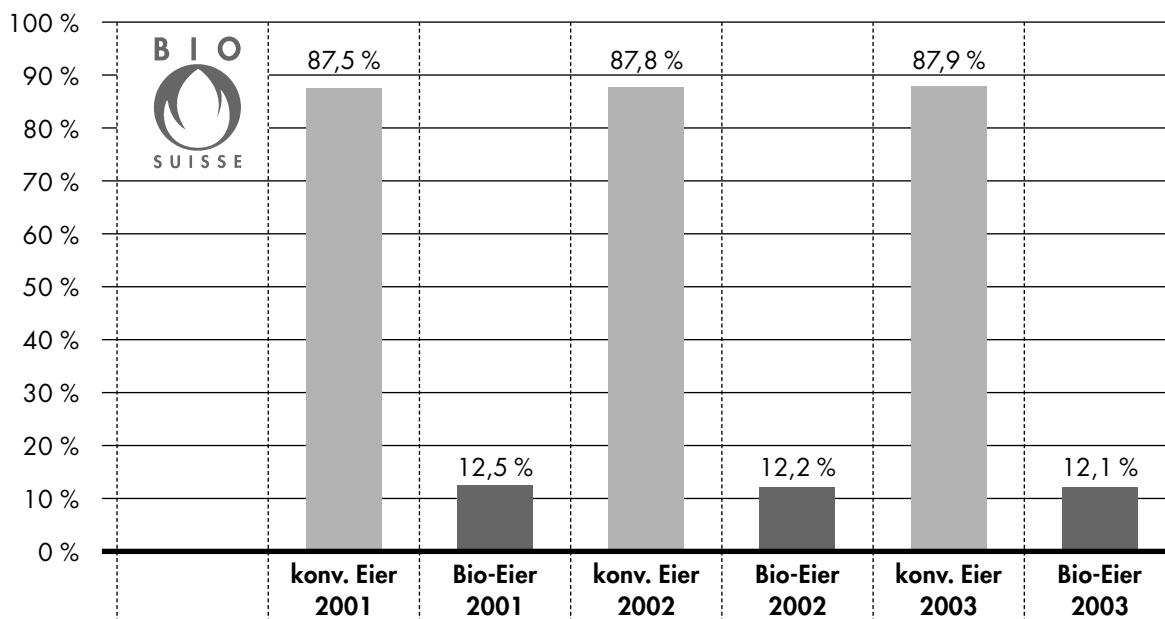


Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003



Umsatz und Marktanteil bei Bio-Eiern stagnieren – nur in der Westschweiz steigt der Umsatz.

GRAFIK 8 MARKTANTEILE BIO-EIER 2001 BIS 2003 (WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003

Marktporträt Bio-Eier

Umsatz: Fr. 34 Mio.

Umsatz-Wachstum: Stagnierender Gesamtmarkt und stagnierender Biomarkt; Wachstum in der Westschweiz stark (+20 %) und in der Deutschschweiz rückläufig (–4 %)

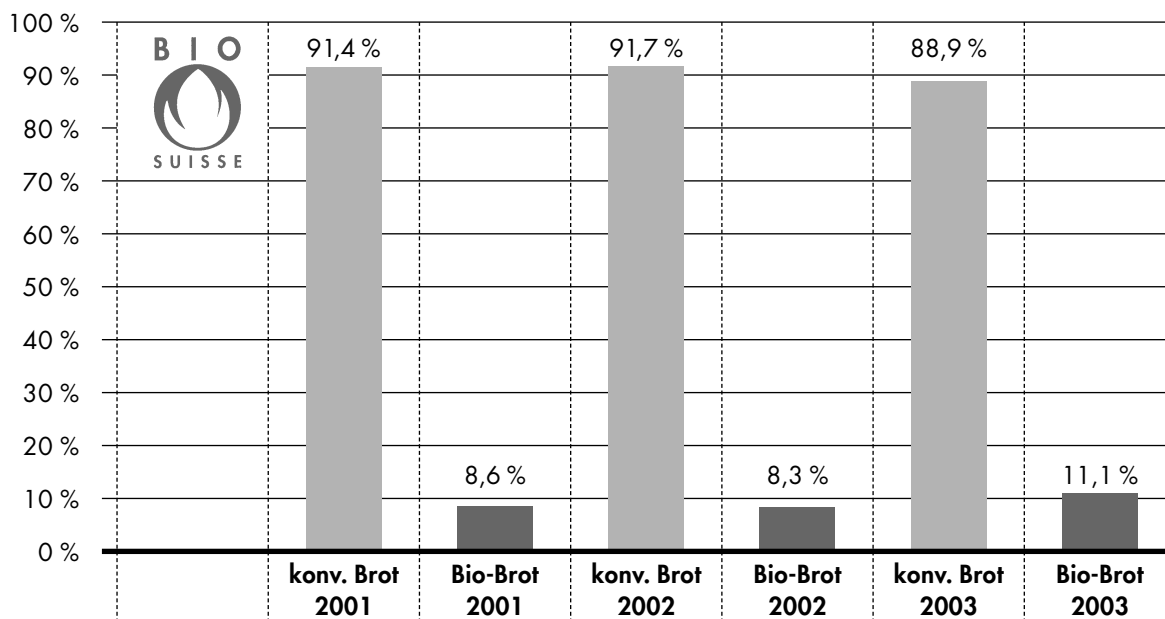
Nachfrage: Familien, höhere Einkommensklassen und Deutschschweizer sind überdurchschnittlich häufige Konsumenten. Knapp 36% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Eier.

Bio-Mehrpriis: Rund 45 %



*Der Markt für Bio-Brot wächst stark –
vor allem in der Deutschschweiz.*

GRAFIK 9 MARKTANTEIL BIO-BROT 2001 BIS 2003 (WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003

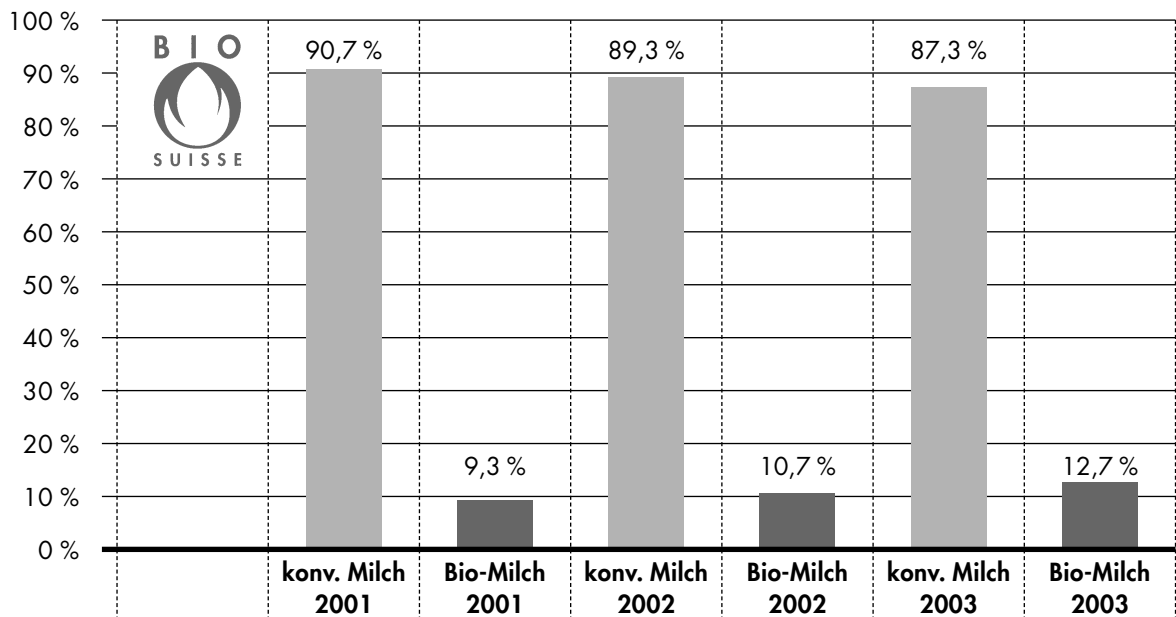
Marktporträt Bio-Brot

Umsatz:	Rund Fr. 115 Mio.
Wachstum:	+37% gegenüber Vorjahr; das Wachstum ist in der Deutschschweiz überdurchschnittlich hoch (+39%).
Nachfrage:	Familien, höhere Einkommensklassen und Deutschschweizer sind überdurchschnittlich häufige Konsumenten von Bio-Brot. Mindestens 79% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Brot.
Bio-Mehrpreis:	Rund 22%



Der Anteil der Bio-Milch am gesamten Milchmarkt erreicht rund 13%.

GRAFIK 10 MARKTANTEILE BIO-MILCH 2001 BIS 2003 (WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003

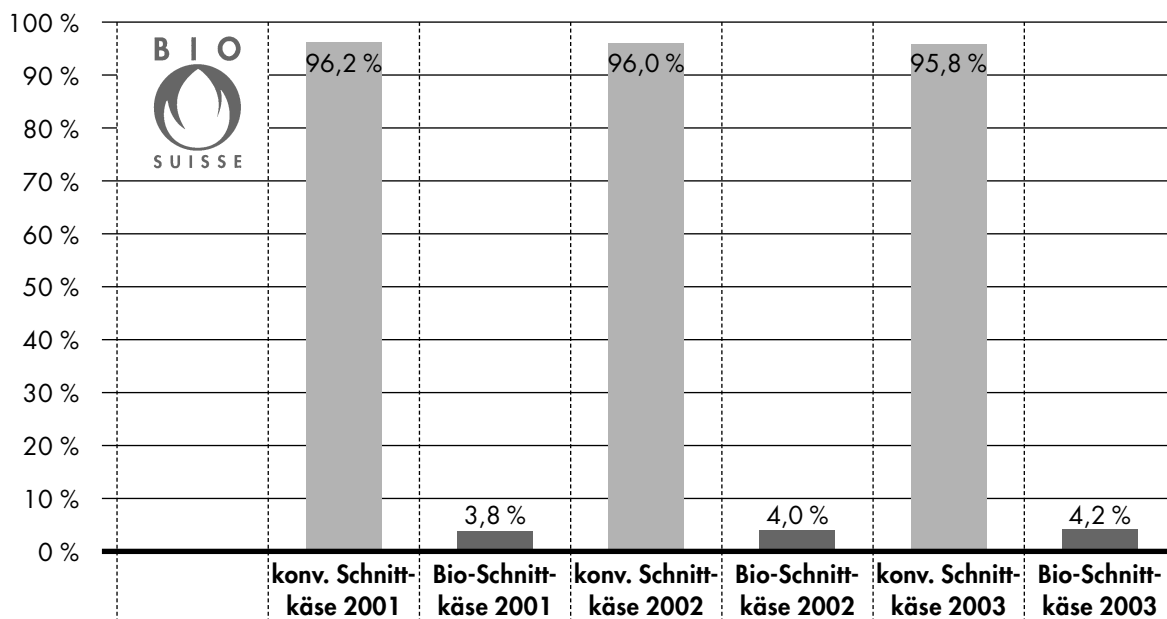
Marktporträt Bio-Milch

Umsatz:	Rund Fr. 87 Mio.
Wachstum:	+ 16% gegenüber Vorjahr; wachsender Bio-Markt in einem rückläufigen Gesamtmarkt, besonders starkes Wachstum in der Westschweiz (nämlich +44%).
Nachfrage:	Familien, höhere Einkommensklassen und Deutschschweizer sind überdurchschnittlich häufige Konsumenten. Mindestens 40% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Milch.
Bio-Mehrprijs:	Rund 25%



Bei rückläufigem Gesamtmarkt legt Bio-Käse leicht zu.

GRAFIK 11 MARKTANTEILE BIO-SCHNITTKÄSE 2001 BIS 2003 (WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003

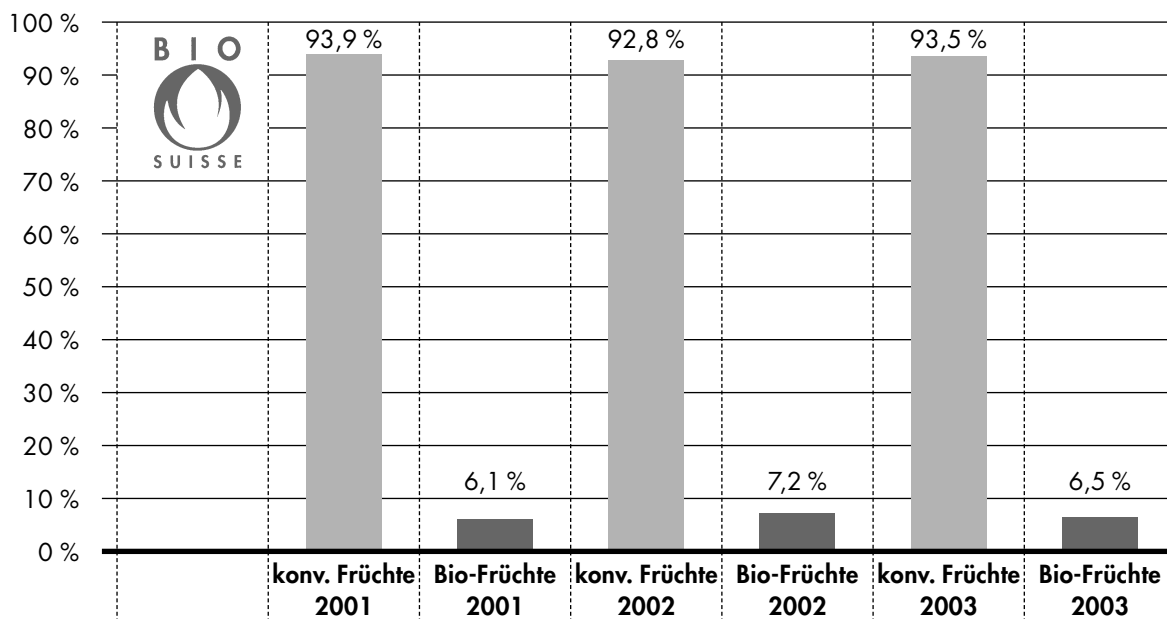
Marktporträt Bio-Schnittkäse

Umsatz:	Fr. 41 Mio.
Wachstum:	+4% gegenüber Vorjahr; leicht wachsender Bio-Markt in einem rückläufigen Gesamtmarkt; überdurchschnittliches Wachstum in der Westschweiz: +12,5%.
Nachfrage:	Familien, höhere Einkommensklassen und Deutschschweizer sind überdurchschnittlich häufige Konsumenten. Knapp 44% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Schnittkäse.
Bio-Mehrpriis:	Rund 15%



Der Anteil der Bio-Früchte am Gesamtmarkt sowie der Umsatz schrumpfen im Jahr 2003.

GRAFIK 12 MARKTANTEILE BIO-FRÜCHTE 2001 BIS 2003 (WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003

Marktporträt Bio-Früchte

Umsatz: Fr. 90 Mio.

Wachstum Umsatz: -4% gegenüber Vorjahr

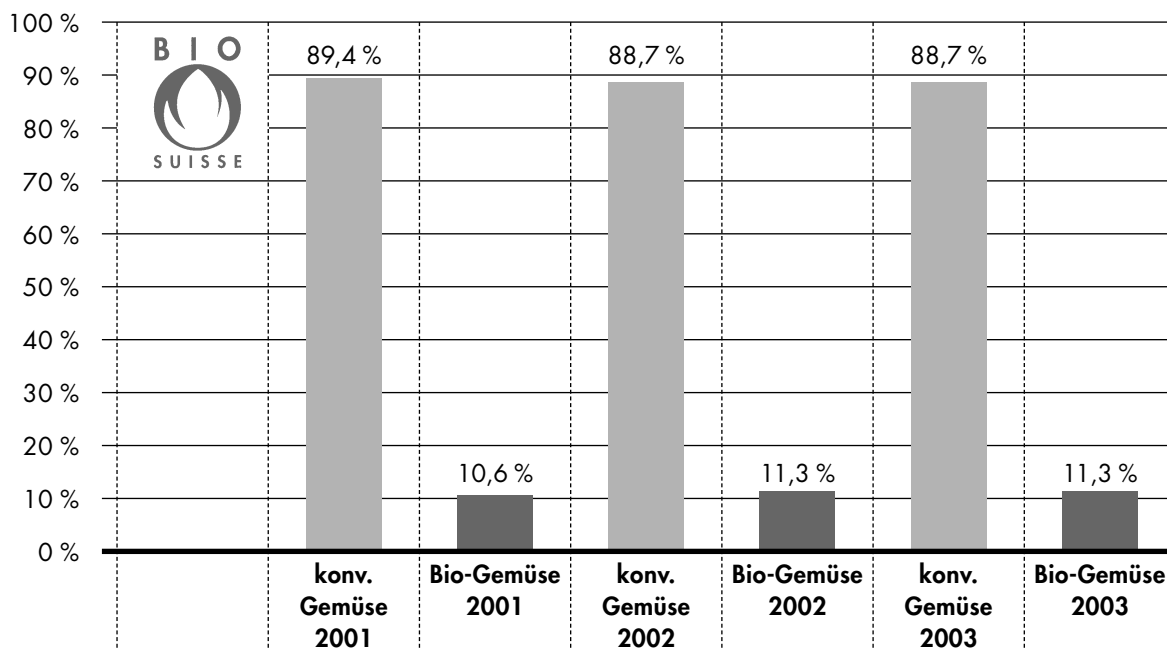
Nachfrage: Familien, höhere Einkommensklassen und Deutschschweizer sind überdurchschnittlich häufige Konsumenten. Knapp 70% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Obst.

Bio-Mehrpreis: Rund 15%



Die Entwicklung beim Bio-Gemüse bleibt mit 11% auf dem Niveau von 2002.

GRAFIK 13 MARKTANTEIL BIO-GEMÜSE 2001 BIS 2003 (WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2002/2003

Marktporträt Bio-Gemüse

Umsatz: Fr. 184 Mio.

Wachstum Umsatz: +2% gegenüber Vorjahr; in der Westschweiz überdurchschnittlich um +24%.

Nachfrage: Familien, höhere Einkommensklasse und Deutschschweizer sind überdurchschnittlich häufige Konsumenten. Knapp 80% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Gemüse.

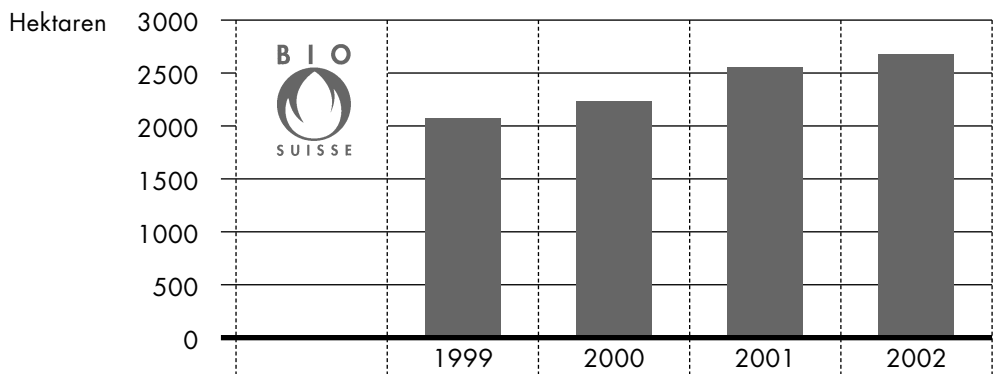
Bio-Mehrpreis: Rund 40%

E

Anbau und Produktion von wichtigen Bioprodukten

Die Anbaufläche für Bio-Brotgetreide wächst.

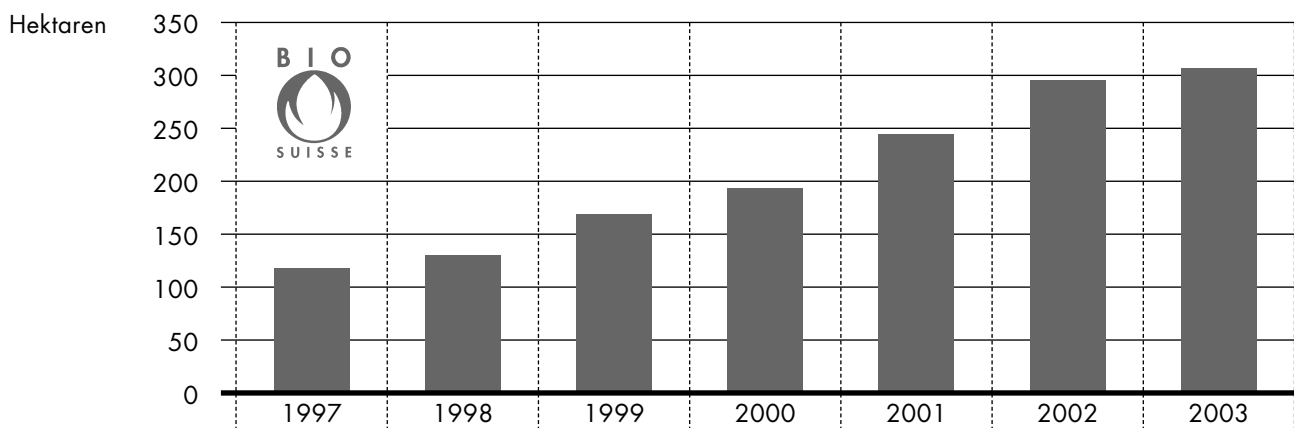
GRAFIK 14 ENTWICKLUNG DER ANBAUFLÄCHEN FÜR BIO-BROTGETREIDE



Quelle: Bundesamt für Statistik
(Zahlen für 2003 noch nicht erhältlich)

Das Wachstum der Anbaufläche verlangsamt sich im Bio-Obstbau.

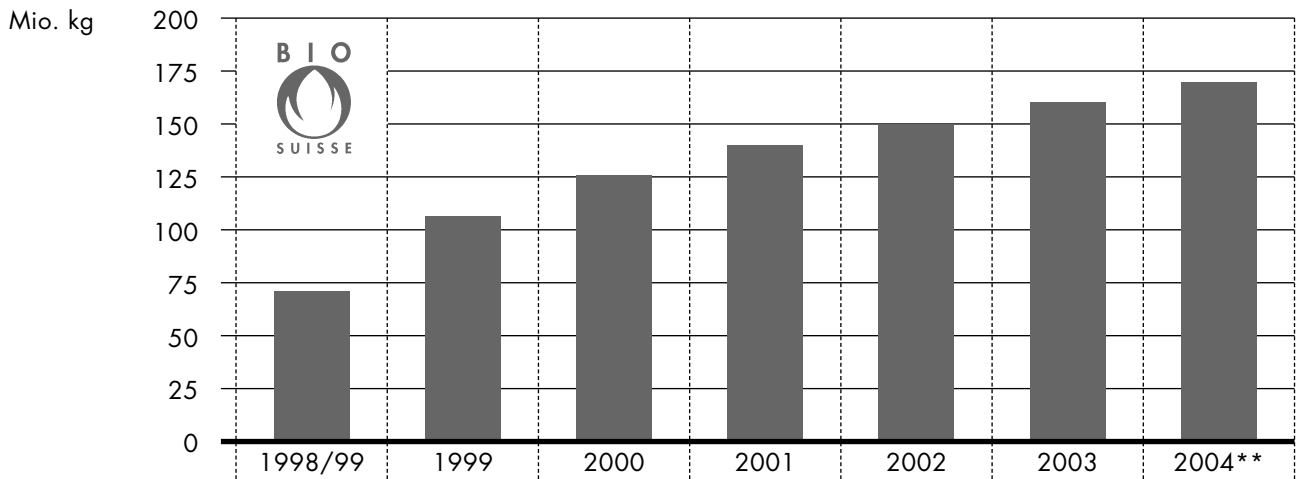
GRAFIK 15 ENTWICKLUNG DER ANBAUFLÄCHEN VON BIO-OBST 1997 BIS 2003



Quelle: BIO SUISSE Ernteschätzung 2003



GRAFIK 16 MENGENENTWICKLUNG DER VERARBEITETEN VOLLKNOSPE*-MILCH



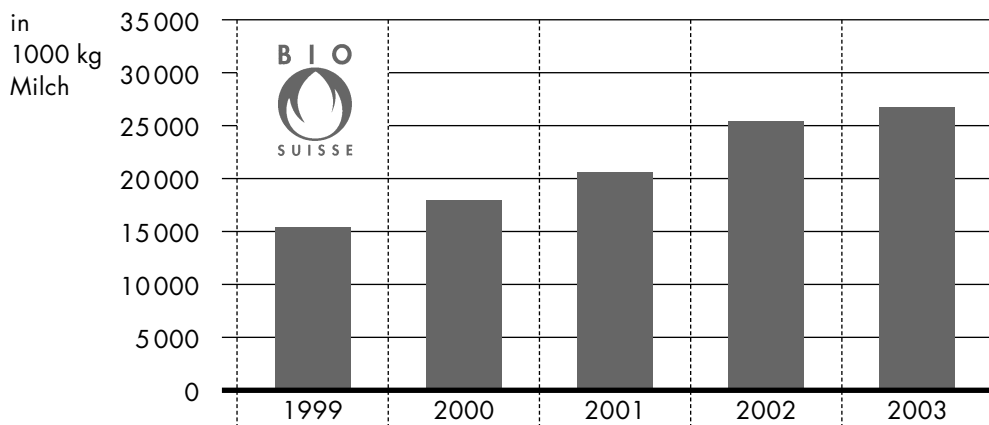
* Vollknospe = ohne Milch aus Umstellbetrieben
 ** Schätzung des BIO SUISSE Milchberichtes 2003/04

Quelle: BIO SUISSE



In einem stagnierenden Gesamtmarkt verzeichnet Bio-Käse ein grosses Wachstum.

GRAFIK 17 VON SORTENORGANISATIONEN ZU BIO-KÄSE VERARBEITETE BIO-MILCHMENGE VON 1999 BIS 2003



Quelle: BIO SUISSE Milchbericht 2003/04

Porträt Bio-Käse

Anteil Bio-Milch in der Käseherstellung (Weich- bis Hartkäse) im Jahr 2003:
4% (Vorjahr 3%)

Zuwachsrate:

gross

Entwicklung des Marktes in den letzten fünf Jahren:

Seit der Erhebung spezifischer Daten zum Bio-Käse hat sich der Anteil der Bio-Milch, die in diesem Teilmarkt verarbeitet wird, stark erhöht.

Gründe für das Wachstum:

Die Grossverteiler verbesserten die Distribution und Präsentation der Bio-Käse. Käsereien haben Erfahrung mit der Bio-Käseherstellung gewonnen.

Marktpotenzial der Zukunft:

Der Marktanteil von Bio-Käse ist unterdurchschnittlich.

Die Herstellung hat Fortschritte gemacht.

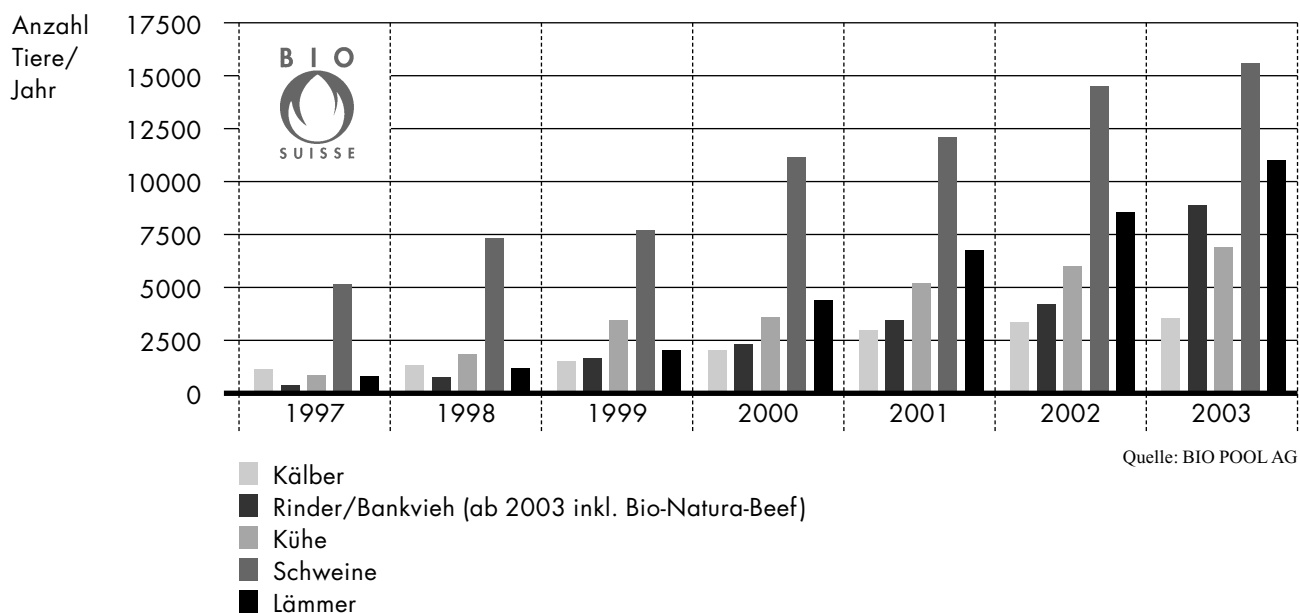
Einerseits konkurrenziert Bio mit der Vielfalt der Käse, andererseits kann sich ein spezieller Käse mit Bio zusätzlich profilieren.

Das grosse Marktpotenzial ist besonders für das Berggebiet interessant.



Die Zahl der verkauften Bio-Tiere nimmt dank Bio-Natura-Beef stark zu.

GRAFIK 18 ENTWICKLUNG DER ANZAHL DER SCHLACHTTIERE MIT DER KNOSPE INKL. BIO-NATURA BEEF



Der Bio-Eiermarkt mit tieferen Wachstumsraten.

TABELLE 8 ENTWICKLUNG DER BIO-EIERPRODUKTION VON 1998 BIS 2004

Jahr	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Legehennenplätze	65'000	105'000	125'000	140'000	175'000	210'000	218'400
Eier (Mio. Stück)	18.2	29.4	35	39.2	49	58.8	61.2
Zuwachsrate (%)	48 %	62 %	19 %	12 %	25 %	20 %	4 %

Quelle: BIO SUISSE