

BIO SUISSE 2005/06

TABELLEN & GRAFIKEN

A BETRIEBSZÄHLUNGEN NACH ANZAHL BETRIEBEN UND FLÄCHE IM JAHR 2005



Rund 11% aller Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz arbeiteten im Jahre 2005 nach den Richtlinien von Bio Suisse. Der Kanton Graubünden bleibt Spitzenreiter mit einem Anteil von 50%.

TABELLE 1 PROZENTANTEIL DER KNOSPE-BETRIEBE AM TOTAL DER LANDWIRTSCHAFTSBETRIEBE

Kanton	Betriebe insgesamt Bio/IP/konv. *)	Knospe-Betriebe zertifiziert**)	Anteil 2005	Neuanmeldungen 2006
BS	11	7	63,6%	–
GR	2695	1356	50,3%	16
OW	698	182	26,1%	1
GL	411	90	21,9%	–
AR	761	134	17,6%	–
BL	934	136	14,6%	1
ZG	562	78	13,9%	–
NW	494	65	13,2%	–
TI	902	107	11,9%	4
SG	4322	483	11,2%	3
BE	12514	1326	10,6%	9
ZH	3616	368	10,2%	5
TG	2657	244	9,2%	1
SZ	1674	150	9,0%	1
UR	658	55	8,4%	–
SO	1411	113	8,0%	–
JU	1088	85	7,8%	–
AG	3076	228	7,4%	3
VS	3780	248	6,6%	13
LU	5089	308	6,1%	1
AI	564	30	5,3%	–
NE	932	46	4,9%	1
FR	3191	115	3,6%	6
SH	575	20	3,5%	1
GE	308	11	3,6%	0
VD	3985	129	3,2%	2
Schweiz	56908	6114	10,7%	68
FL	131	38	29%	–



*) Anzahl direktzahlungsberechtigte Landwirtschaftsbetriebe 2004

**) Anzahl zertifizierte Bio Suisse Betriebe am 31.12.2005

(Quelle: Bio Suisse/BLW)



Die Anzahl der Knospe-Betriebe ist im Jahr 2005 leicht rückläufig. 68 Betriebe steigen 2006 neu auf die Knospe um.

TABELLE 2 ANZAHL UND PROZENTUALE ZUNAHME DER KNOSPE-BETRIEBE VON 2001 BIS 2005

	Anzahl 2001 (zertifiziert)	Anzahl 2002 (zertifiziert)	Anzahl 2003 (zertifiziert)	Anzahl 2004 (zertifiziert)	Anzahl 2005 (zertifiziert)	Zunahme/ Abnahme 2005
AG	214	222	226	226	228	0,9
AI	23	27	30	31	30	-3,2
AR	135	143	142	140	134	-4,3
BE	1335	1387	1387	1375	1326	-3,6
BL	135	135	136	134	136	1,5
BS	7	8	8	8	7	-12,5
FR	77	103	107	113	115	1,8
GE	9	9	10	11	11	-
GL	87	93	94	94	90	-4,3
GR	1166	1333	1380	1393	1356	-2,7
JU	56	76	85	89	85	-4,5
LU	275	286	299	307	308	0,3
NE	38	43	48	48	46	-4,2
NW	52	58	63	67	65	-3,0
OW	140	186	196	191	182	-4,7
SG	456	484	500	505	483	-4,4
SH	16	20	19	20	20	-
SO	108	114	113	114	113	-0,9
SZ	121	149	155	155	150	-3,2
TG	226	239	245	250	244	-2,4
TI	99	104	101	106	107	0,9
UR	39	43	53	54	55	1,9
VD	94	114	128	132	129	-2,3
VS	203	248	263	264	248	-6,1
ZG	79	82	80	78	78	-
ZH	349	376	371	375	368	-1,9
Schweiz	5539	6082	6239	6280	6114	-2,6
FL	37	41	42	40	38	-

(Quelle: Bio Suisse/BLW)





Die biologisch bewirtschaftete Fläche in der Schweiz ist von 1998 bis 2006 stark gewachsen. Sie beträgt heute knapp 113 000 Hektar Land.

TABELLE 3

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



Jahr	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tal	14	15	16	19	20	21	22	22	34
VHZ	8	9	9	10	11	12	–	–	–
Berg	56	59	60	65	70	75	88	90	79
Total	78	83	85	94	101	108	110	112	113

VHZ = voralpine Hügellzone

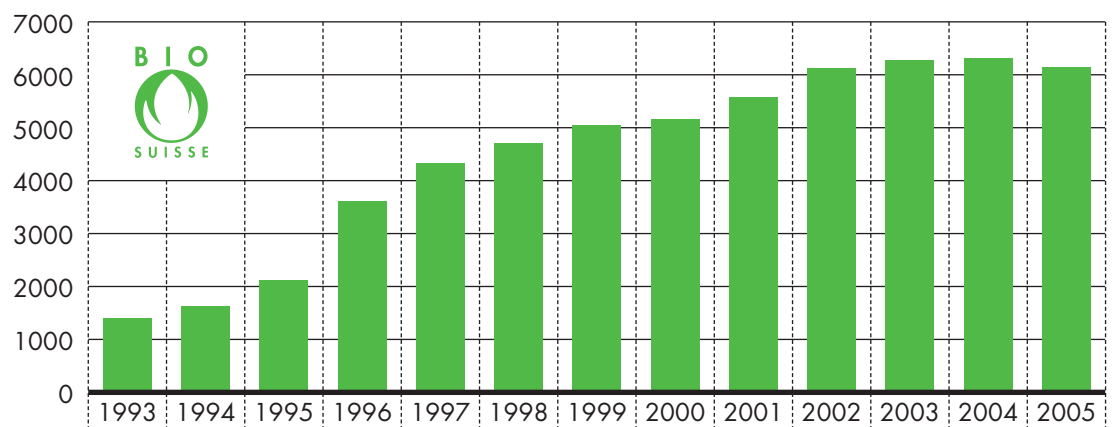
Quelle: Bio Suisse




Die Zahl der Knospe-Betriebe verfünffacht sich nahezu zwischen 1993 und 2005.

GRAFIK 1

ANZAHL DER KNOSPE-BETRIEBE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN VON 1993 BIS 2005



Quelle: Bio Suisse


 Nach den starken Wachstumsjahren nimmt die Zahl der Knospe-Betriebe leicht ab.

GRAFIK 2 JÄHRLICHES WACHSTUM ALLER KNOSPE-BETRIEBE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN 1993 BIS 2005

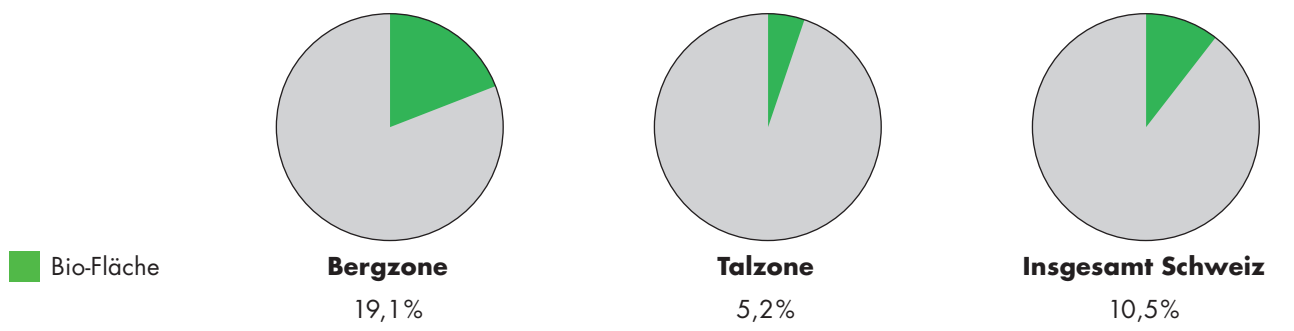


Jahr	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Anzahl	1405	1630	2121	3617	4335	4710	5051	5162	5576	6123	6281	6320	6152
Zunahme	21%	16%	30%	71%	20%	9%	7,2%	2,2%	8,0%	9,8%	2,6%	0,6%	-2,6%

Quelle: Bio Suisse

 Im Jahr 2006 werden 10,5% der landwirtschaftlichen Nutzfläche biologisch bewirtschaftet. Die Biolandwirtschaft ist in der Bergzone mit einem Flächenanteil von 19% am stärksten verankert.

GRAFIK 3 PROZENTANTEIL DER BIO-FLÄCHE AM TOTAL DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN NUTZFLÄCHE IM JAHR 2006




Quelle: Bio Suisse/SBV

B
BEKANNTHEITSGRAD
KNOSPE



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

TABELLE 4 **GESTÜTZTER BEKANNTHEITSGRAD DER KNOSPE UND ANDERER LABELS IM JAHR 2005**

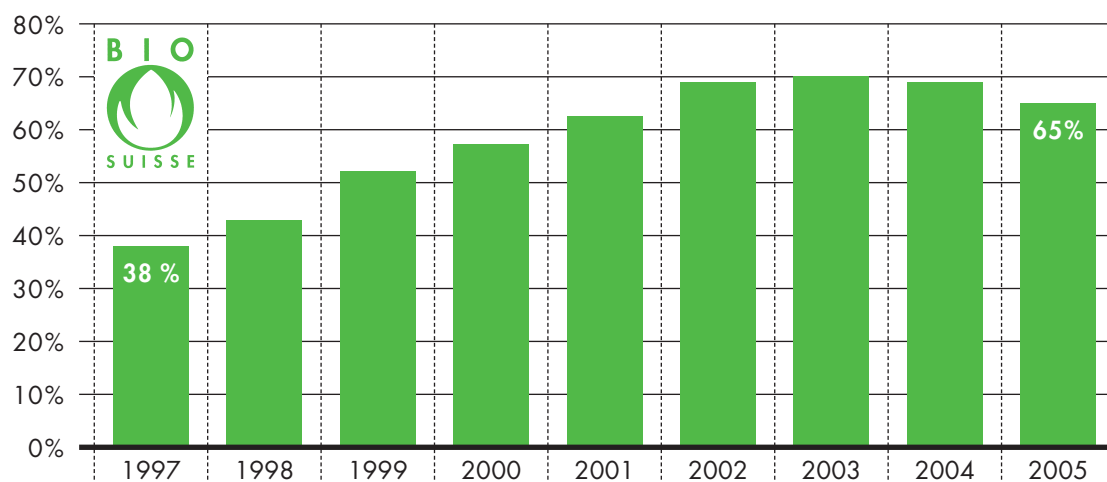
	Coop Naturaplan	85%
	Knospe	65%
	M-Bio	61%
	Coop Naturaline	52%
	Migros-Engagement	50%
	M-Sano/ab 2001 «7 Pkt. Garantie»	37%

Quelle: Bio Suisse/IHA



Der Bekanntheitsgrad der Knospe stabilisiert sich auf hohem Niveau.

GRAFIK 4 **ENTWICKLUNG DES GESTÜTZTEN BEKANNTHEITSGRADES DER KNOSPE VON 1997 BIS 2005**



Quelle: Bio Suisse/IHA

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

1.	Gesunde Lebensmittel	(45%)
2.	Garantierte Qualität – wirklich Bio	(43%)
3.	Natürliche Produktion ohne Chemie	(40%)
4.	Zu teuer	(24%)
5.	Gute Tierhaltung	(23%)
6.	Nahrungsmittel mit besserem Geschmack	(14%)
7.	Beitrag zum Umweltschutz	(14%)

Quelle: Bio Suisse/IHA

TABELLE 6**FAZIT**

Verlässlichkeit und Sicherheit verstärken sich
Gesundheit bleibt wichtigstes Argument
Preis wird öfters beanstandet als 2004

Quelle: Bio Suisse/IHA

TABELLE 7**KAUFHÄUFIGKEIT 2005**

13% kaufen regelmässig Bioprodukte
39% kaufen ab und zu Bioprodukte
25% kaufen selten Bioprodukte
23% kaufen nie Bioprodukte
Die besten Kaufkraftklassen und die Frauen
sind bei den regelmässigen Käufern übervertreten

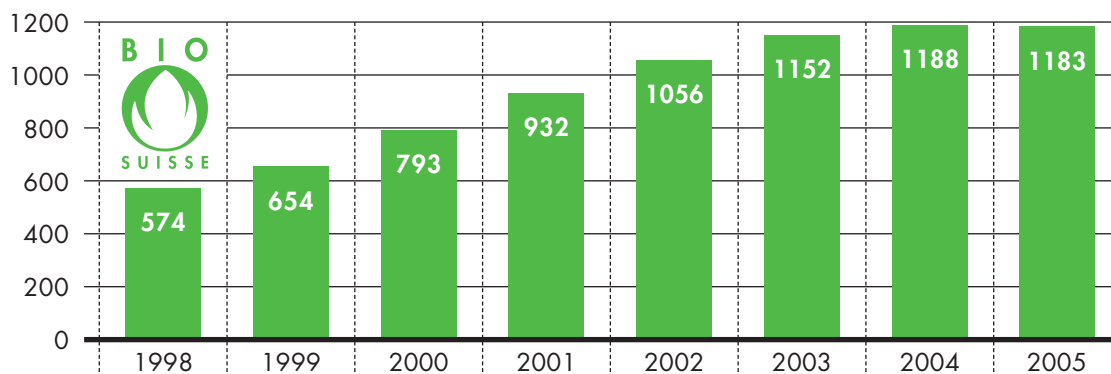
Quelle: Bio Suisse/IHA

C UMSATZ BIOPRODUKTE IM MEHRJAHRESVERGLEICH UND NACH VERTEILKANAL



Mit 1183 Mio. Franken trotz der Gesamtumsatz mit Bioprodukten den Billiglinien.

GRAFIK 5 BIOMARKT SCHWEIZ 1998 BIS 2005: GESAMTUMSATZ IN MIO. FR.



Quelle: Bio Suisse

TABELLE 8 BIOMARKT SCHWEIZ 1998 BIS 2005: ENTWICKLUNG BEI DEN VERSCHIEDENEN VERTEILERN



	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Coop	222	292	360	453	526	579	603	591
Migros	124	132	190	226	264	286	293	300
Reform- und Bioläden	150	150	153	160	170	175	172	172
Knospe-Direktvermarktung	50	52	52	52	52	55	54	52
Spar, Volg und div.	7.9	8	8.1	8.5	8.7	11	12	10
Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Metzgereien, Bäckereien, div.	20	20	30	32	35	46	54	58
Total Biomarkt	574	654	793	932	1056	1152	1188	1183

Quelle: Bio Suisse



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

TABELLE 9 **UMSATZ MIT BIOPRODUKTEN UND MARKTANTEILE NACH VERTRIEBSKANAL IM JAHR 2005 (ZUM VERGLEICH: 2004)**

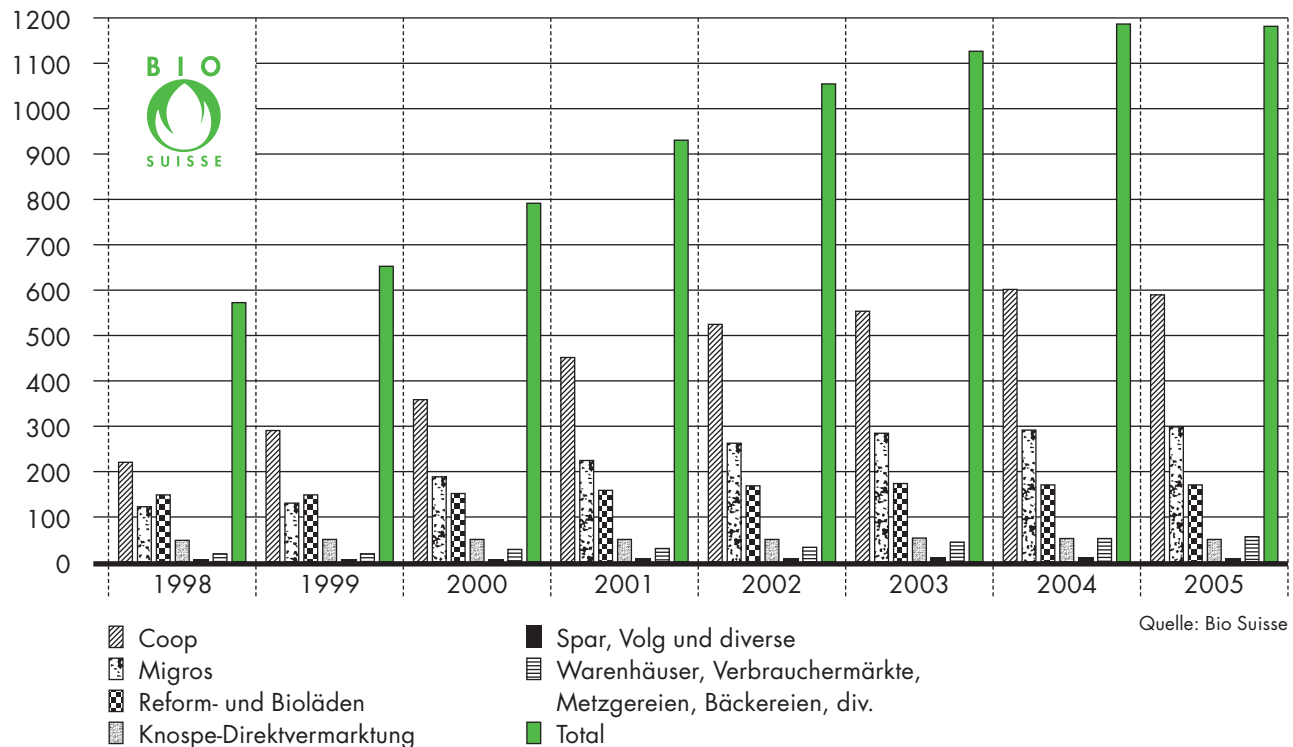
Vertriebskanal	Umsatz 2004 in Mio.	Marktanteil 2004	Umsatz 2005 in Mio.	Marktanteil 2005
Coop	603	50,8%	591	50,0%
Migros	293	24,7%	300	25,4%
Reform- und Bioläden	172	14,5%	172	14,5%
Knospe-Direktvermarktung	54	4,5%	52	4,4%
Spar, Volg und diverse	12	1,0%	10	0,8%
Warenhäuser, Verbrauchermarkt, Metzgereien, Bäckereien	54	4,5%	58	4,9%
Total Biomarkt in Mio. Fr.	1188		1183	



Quelle: Bio Suisse


GRAFIK 6 **DETAILS BIOMARKT 1998-2005**

Umsatz in Mio. Fr.

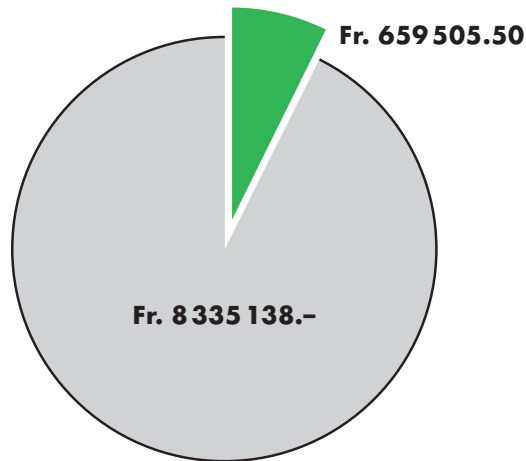


Quelle: Bio Suisse

D
MARKTANTEILE
AUSGESUCHTER
BIOPRODUKTE

 Bio-Frischprodukte haben einen Marktanteil von 7,3%.

GRAFIK 7 MARKTANTEIL DER BIO-FRISCHPRODUKTE 2005 (WERTMÄSSIG)



«Frischprodukte» umfasst folgende Teilmärkte: Fleisch, Geflügel, Eier, Brot, Schnittkäse, Weichkäse, Milch, Jogurt/Sauermilch, Frischgemüse, Salate und Früchte.*

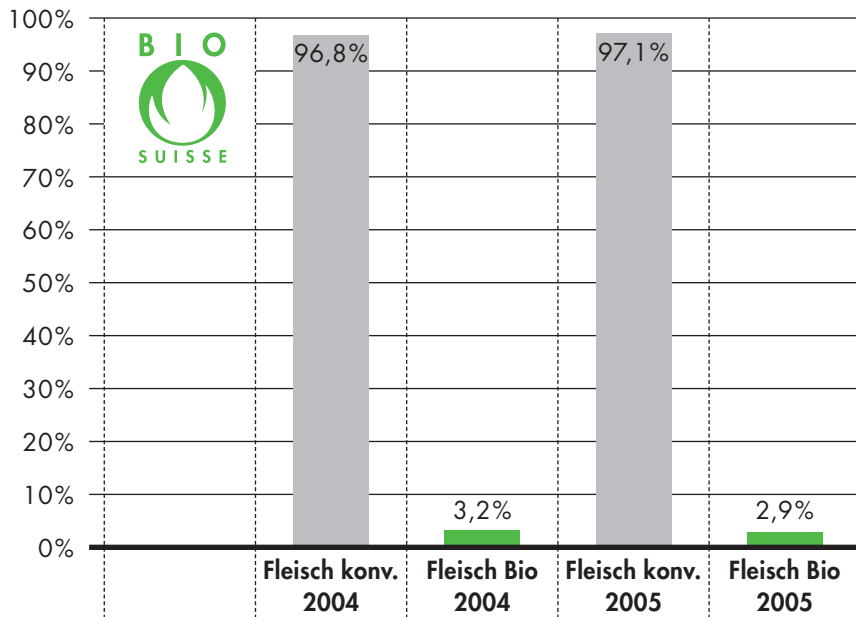
- Anteil Bio: 7,3%
- Anteil konventionell: 92,7%

* Die Umstellung von IHA auf Abverkaufszahlen (bisher mehrheitlich Belieferungsumsätze) in den wichtigsten Kanälen (Migros, Coop, Volg, Denner, Pickpay, Spar, Manor, Globus) führt zu einer Korrektur des Marktvolumens Frischprodukte 2004/05.



Der Verkauf von Bio-Fleisch hat im Jahr 2005 abgenommen.

GRAFIK 8 **MARKTANTEIL BIO-FLEISCH 2004 UND 2005 (WERTMÄSSIG)**



Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Fleisch

Umsatz 2005: 53 Mio. Fr.

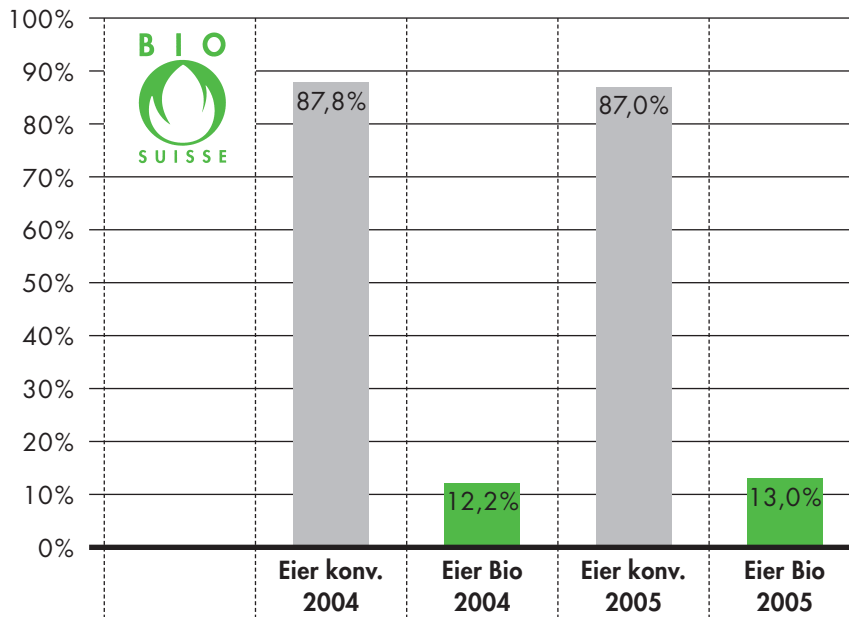
Wachstum: -8.5%

Nachfrage: 38% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Fleisch. Personen ab 40 Jahren, Deutschweizer und hohe Einkommensklassen klar überdurchschnittliche Käufer.



Der Umsatz bei Bio-Eiern hat stark zugenommen.

GRAFIK 9 **MARKTANTEILE BIO-EIER 2004 UND 2005**
(WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Eier

Umsatz 2005: 36 Mio. Fr.

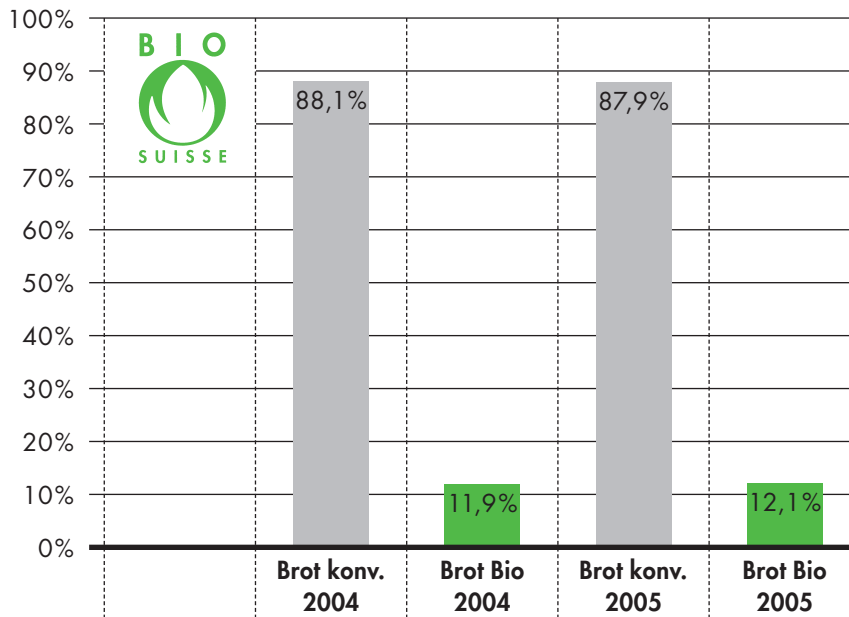
Wachstum: +7,8%

Nachfrage: 29% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Eier.
Personen ab 40 Jahren, Familien und hohe Einkommensklassen sind überdurchschnittliche Käufer.



86% aller Haushalte kaufen mindestens einmal im Jahr ein Bio-Brot.

**GRAFIK 10 MARKTANTEIL BIO-BROT 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Brot

Umsatz 2005: 149 Mio. Fr.

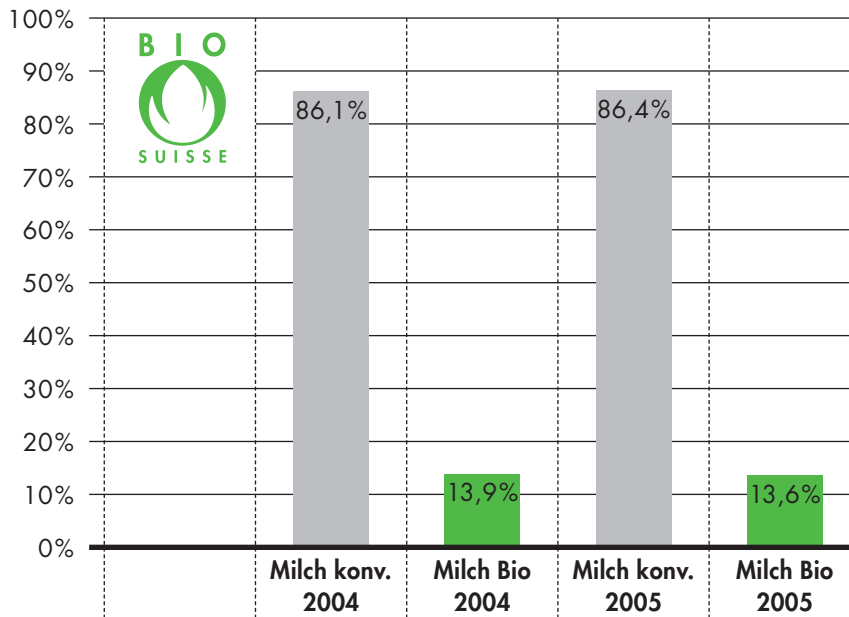
Wachstum: +2,9%

Nachfrage: 86% der Schweizer Haushalte kauften 2005 mindestens einmal jährlich ein Bio-Brot; Personen ab 40 Jahren, Familien und hohe Einkommensklassen sind überdurchschnittliche Käufer.



Der Anteil der Bio-Milch am gesamten Milchmarkt erreicht 13,6%.

**GRAFIK 11 MARKTANTEIL BIO-MILCH 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Milch

Umsatz 2005: 82 Mio. Fr.

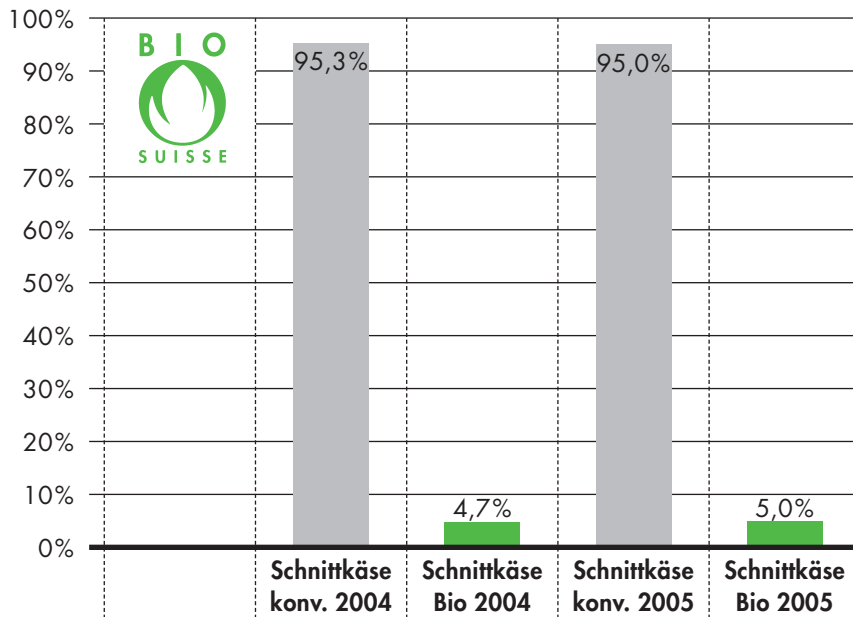
Wachstum: -7,1% in einem rückläufigen Gesamtmarkt.

Nachfrage: 38% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Milch. Deutschschweizer, Personen ab 30 Jahren, Familien und hohe Einkommensklassen sind klar überdurchschnittliche Käufer.



In einem leicht wachsenden Gesamtmarkt legt der Bio-Schnittkäse stark zu.

**GRAFIK 12 MARKTANTEIL BIO-SCHNITTKÄSE 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



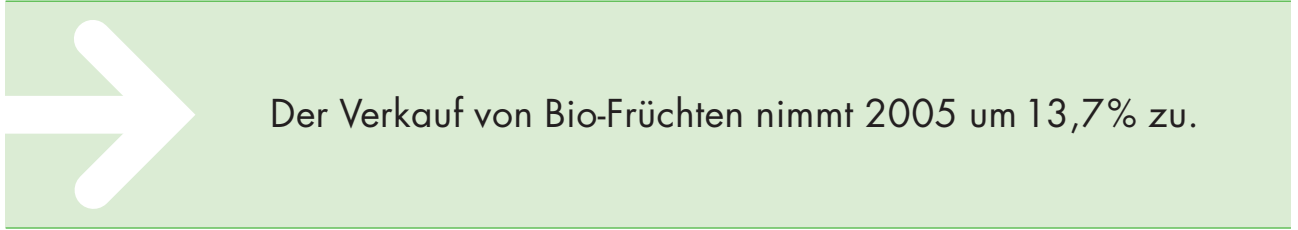
Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Schnittkäse

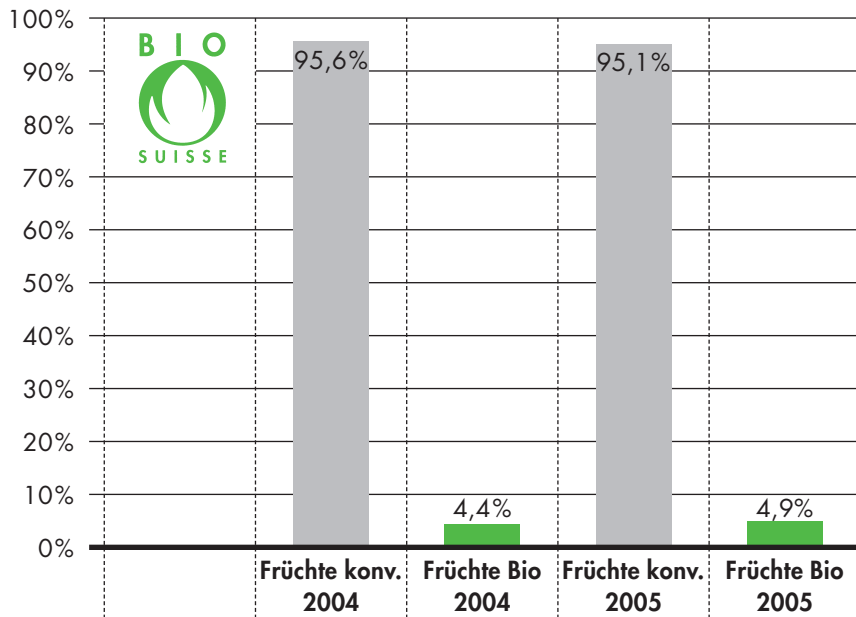
Umsatz 2005: 48 Mio. Fr.

Wachstum: +8,8%

Nachfrage: 45% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Schnittkäse. Deutschschweizer, Personen ab 30 Jahren und hohe Einkommensklassen sind klar überdurchschnittliche Käufer.



**GRAFIK 13 MARKTANTEIL BIO-FRÜCHTE 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



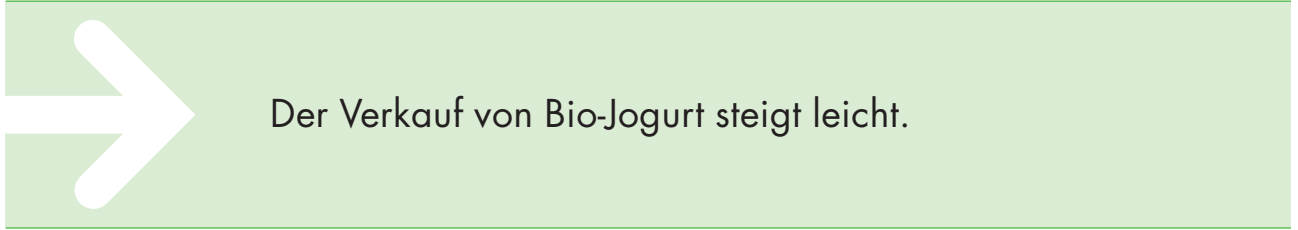
Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Früchte

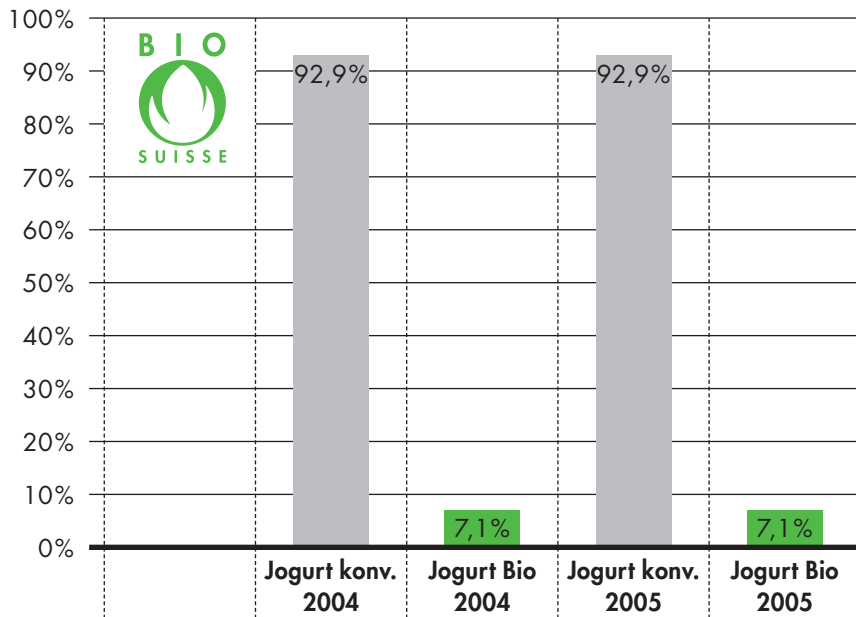
Umsatz 2005: 61 Mio. Fr.

Wachstum: +13,7%

Nachfrage: 55% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Früchte.
Personen ab 40 Jahren, Familien und hohe Einkommensklassen sind überdurchschnittliche Käufer.



**GRAFIK 14 MARKTANTEIL BIO-JOGURT 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



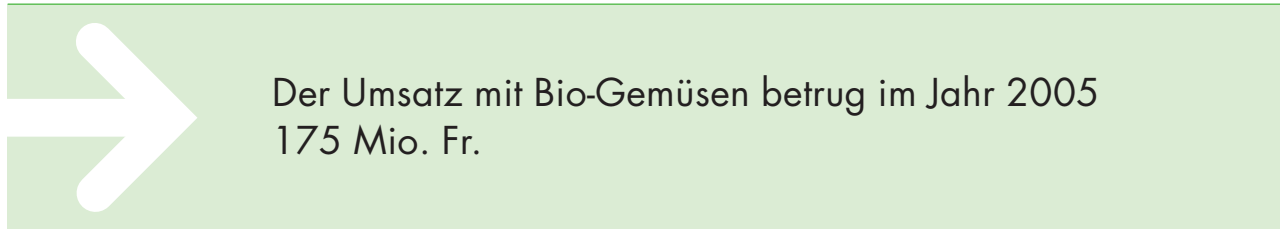
Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Jogurt

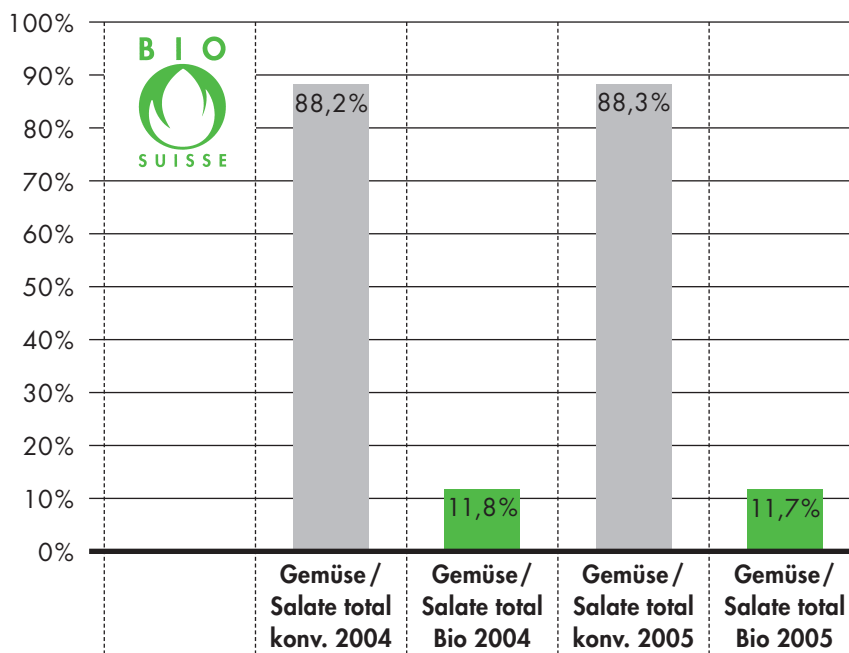
Umsatz 2005: 42 Mio. Fr.

Wachstum: 1,3%

Nachfrage: 39% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Jogurt. Personen zwischen 30 und 50 Jahren, Familien und hohe Einkommensklassen sind überdurchschnittliche Käufer.



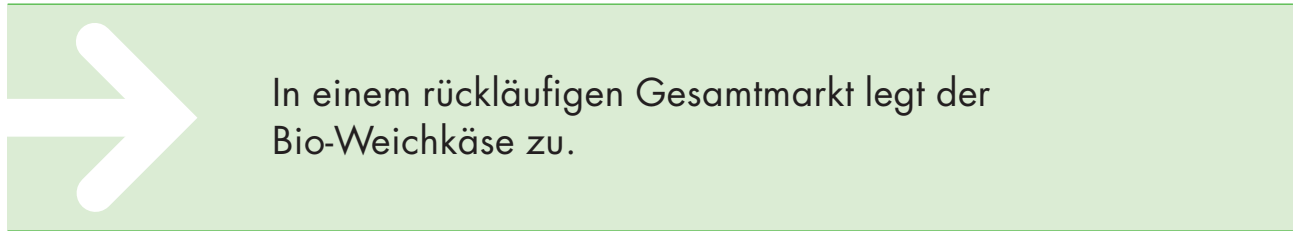
**GRAFIK 15 MARKTANTEIL BIO-GEMÜSE 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



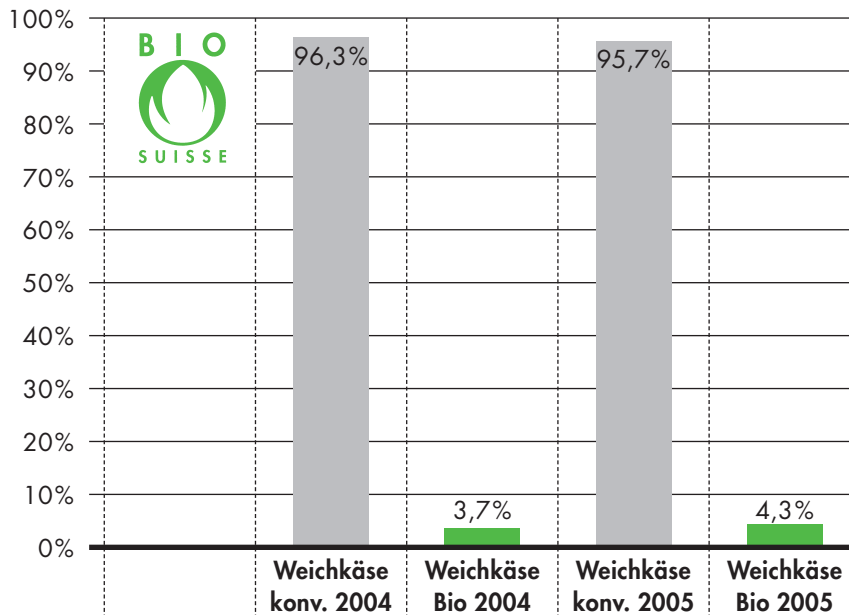
Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Gemüse

- Umsatz 2005: 175 Mio. Fr.
 Wachstum: +4,8%
 Nachfrage: 66% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Gemüse.
 Deutschschweizer, Personen ab 40 Jahren, Familien und hohe Einkommensklassen sind klar überdurchschnittliche Käufer.



**GRAFIK 16 MARKTANTEIL BIO-WEICKÄSE 2004 UND 2005
(WERTMÄSSIG)**



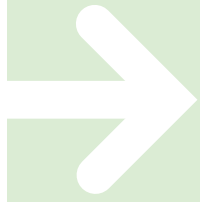
Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005

Marktporträt Bio-Weichkäse

Umsatz 2005: 8,5 Mio. Fr.

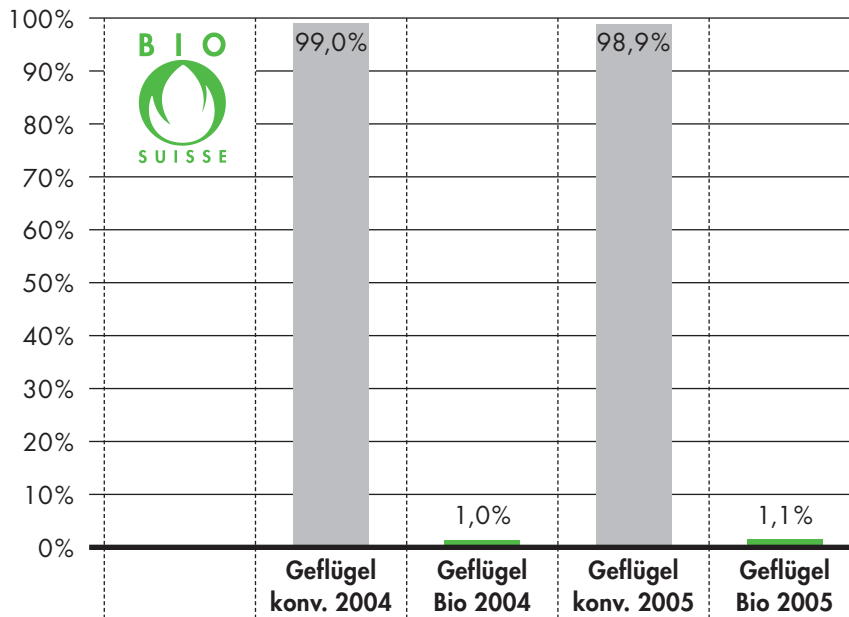
Wachstum: +6,9%

Nachfrage: 17% der Schweizer Haushalte kaufen mindestens einmal jährlich Bio-Weichkäse. Deutschschweizer, Personen ab 30 Jahren und hohe Einkommensklassen sind klar überdurchschnittliche Käufer.



Der Verkauf von Bio-Geflügel pendelt sich auf tiefem Niveau ein.

GRAFIK 17 **MARKTANTEIL BIO-GEFLÜGEL 2004 UND 2005**
(WERTMÄSSIG)



Quelle: IHA Consumer Tracking 2004/2005