



Basel, 2. Juli 2019

Medienmitteilung

Bio Suisse beschliesst Drei-Stufen-Modell für Detailhandel

Bio wächst Jahr für Jahr. Damit dies so bleibt, hat Bio Suisse ihre Distributionspolitik überarbeitet. Neu gilt ein Drei-Stufen-Modell: Dieses soll Produkte, die nach den Bio Suisse-Richtlinien produziert werden, überall dort verfügbar machen, wo Konsumentinnen und Konsumenten diese erwarten.

Die Knospe, die Marke von Bio Suisse, können alle nutzen: Die Produzenten und Verarbeiter, wenn sie die Richtlinien von Bio Suisse einhalten, der Detailhandel gemäss dem Distributionsmodell von Bio Suisse. In den letzten Jahren sind in der Schweiz Produktion, Verarbeitung und Konsum von Bio-Lebensmitteln stark gewachsen. Gleichzeitig wandelt sich der Detailhandel – neue Marktplayer, neue Verkaufsplattformen, neues Konsumverhalten.

Drei-Stufen-Modell

Mehr Schweizer Bio-Rohprodukte und mehr verarbeitete Bio-Produkte brauchen eine breitere Distribution. Sie sollen noch stärker dort sichtbar und verfügbar sein, wo Konsumentinnen und Konsumenten diese suchen und erwarten – beim Grossverteiler, im Detail- und Fachhandel, im Quartierladen, am Kiosk und im Tankstellen-shop, in Restaurants. Der Absatz soll Hand in Hand mit der Produktion wachsen.

Bio Suisse reagiert auf die Veränderungen im Markt und hat die Distributionspolitik überarbeitet. Dabei wurde die Verbandsbasis eng miteinbezogen. Neu gilt für den Detailhandel ein Drei-Stufen-Modell mit folgenden Grundanforderungen: Breite des Bio-Sortiments, faire Marktpartnerschaften, Engagement für die Bio-Forschung und -entwicklung.

Auf Stufe 3 gelten die höchsten Anforderungen. Wer diese erfüllt, kann auf Eigenmarken und in der Kommunikation die Knospe verwenden. Auf Stufe 2 kann das Logo BIOSUISSE auf Eigenmarken verwendet werden. Und auf Stufe 1 kann in eigenen Medien kommuniziert werden, dass sämtliche Bio-Rohprodukte aus der Schweiz von Bio Suisse-Betrieben stammen. Die Distributionspartner können also selbst entscheiden, wie stark sie sich für den Biolandbau und letztlich für die Knospe engagieren wollen. Am Ende entscheidet die Summe des Engagements, wer das Logo BIOSUISSE oder die Knospe nutzen kann.

Gleich lange Spiesse für alle

Ziel war es, die Distributionsgrundsätze auf die heutigen Bedürfnisse anzupassen und das Profil von Bio Suisse als wichtigstem Schweizer Bio-Verband zu stärken. Die Knospe verlangt nach höchsten Ansprüchen bei Anbau und Verarbeitung. Dies soll auch für den Handel gelten. Die überarbeitete Distributionspolitik schafft bedürfnisorientierte Anforderungen, die künftig für alle Marktplayer in der Schweiz gelten, die mit Bio Suisse zusammenarbeiten wollen.

Medienkontakt:

Lukas Inderfurth, Leiter Kommunikation Bio Suisse, Tel. 061 204 66 25, lukas.inderfurth@bio-suisse.ch

Bio Suisse ist die führende Bio-Organisation der Schweiz und Eigentümerin der Marke Knospe. Der 1981 gegründete Dachverband vertritt die Interessen seiner 7'100 Knospe-Landwirtschafts- und Gartenbau-betriebe. Zudem stehen 1'000 Verarbeitungs- und Handelsbetriebe unter Knospe-Lizenzvertrag. Die Knospe ist nachhaltig, weil sie den Menschen heute eine gute Lebensgrundlage bietet, ohne die Möglichkeiten künftiger Generationen zu beeinträchtigen. Dazu bringt sie die Interessen von Mensch, Tier und Natur ins Gleichgewicht. Damit dieses langfristig erhalten bleibt, kontrollieren unabhängige Stellen jährlich die ganze Wertschöpfungskette. www.bio-suisse.ch