

# JAHRESBERICHT 2020



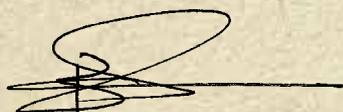
**BIOSUISSE**

# BIO IST EINE GUTE LÖSUNG.

2020 war geprägt von Corona. Dem Biolandbau brachte diese schwierige Zeit mehr Wertschätzung und damit verbunden einen Boom. Die grosse Resonanz bestätigt uns in unserem Einsatz für eine nachhaltige Bio-Landwirtschaft und Ernährung der Menschen in der Schweiz. Und sie zeigt – Bio ist eine gute Lösung. Für unseren Verband war es herausfordernd, den Kontakt zu halten und die hohe Diskussionskultur zu pflegen. Online-Kommunikation machte es möglich und wir konnten wichtige Themen vorantreiben – der Marktbetreuungsprozess wurde optimiert, für uns wichtige Themen der kommenden Jahre priorisiert und neue Projekte aufgegleist. So schaffen wir Platz für bestehende und neue Bauernfamilien, damit der Bio-Boom anhält. Wir wünschen Ihnen viel Freude bei der Lektüre unseres Jahresberichts.



Urs Brändli  
Präsident



Balz Strasser  
Geschäftsführer



## BIOLANDBAU SCHÜTZT KLIMA.

Klimaschutz ist ein wichtiges Thema bei Bio Suisse. Nicht erst seit gestern. Zahlreiche Regelungen von Bio Suisse zielen in Richtung Klimaschutz: das Verbot von Importen per Flugzeug, der eingeschränkte Kraftfuttereinsatz beim Vieh oder der Verzicht auf Kunstdünger. Die Klimastrategie von Bio Suisse soll auch Treibhausgase vermindern: So ist etwa das Heizen von Gewächshäusern im Winter stark eingeschränkt. Gemäss der neuen Weisung per 2021 zur Energieeffizienz müssen bis 2030 80 Prozent der Heizenergie für Gewächshäuser aus erneuerbaren Quellen stammen. Bis 2040 müssen sämtliche Knospe-Gewächshäuser zu 100 Prozent mit erneuerbaren Energieträgern beheizt werden.



## KNOSPE-PRODUKTE VON HOHER QUALITÄT.

2020 war ein **besonderer Jahrgang**: 103 Produkte wurden aufgrund ihrer herausragenden Qualität mit einer **Bio Gourmet Knospe ausgezeichnet – so viele wie noch nie**. Produkte aus folgenden Kategorien wurden verkostet: Gewürzzubereitungen, Senf, Essig, Miso, Gemüseprodukte, Ölsaaten- und Getreideprodukte,

Schokolade, Konfitüre, Sirup, Fruchtsaft, Fruchtprodukte sowie Honig. 49 Hersteller und Herstellerinnen hatten sich mit 163 Produkten beworben. Die besten Produkte wurden zusätzlich von einer Jury aus Spitzenköchen und Gastronominnen beurteilt. Diese vergaben **13 Mal eine Sonderprämierung** für aussergewöhnlichen Geschmack.



## PROVIEH WIRD ZU PROBIO.

Das seit vielen Jahren erfolgreiche Projekt ProVieh wurde auf die **Bereiche Pflanzenbau, Boden und Soziales** ausgebaut und heisst neu ProBio. Dazu wurde 2020 eine neue Projektleiterin eingestellt, die den Ausbau zügig vorantreibt.



## STARKER BIO-KONSUM.

Die Erträge bei Bio Suisse sind im Jahr 2020 höher als budgetiert. Grund dafür sind die Corona-bedingte Schliessung der Gastro-Betriebe und damit verbunden das vermehrte Konsumieren zu Hause. Dies hat das Bewusstsein für Bio-Lebensmittel erhöht und den Umsatz von Bio-Produkten verstärkt. Die **Lizenz-einnahmen** sind im Vergleich zum Vorjahr um fast 12 Prozent **gestiegen**.



## MEHR KNOSPE-BETRIEBE.

In der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein wirtschafteten per Ende 2020 **insgesamt 7'122 Betriebe** nach den Richtlinien von Bio Suisse – das sind **160 Knospe-Höfe mehr** als im Jahr 2019. Dabei stieg die biologisch bewirtschaftete Fläche auf 16,5 Prozent.



## LIZENZNEHMENDE UND AGRARPOLITIK IM FOKUS.

Unter der Leitung des Geschäftsführers wurde im vergangenen Jahr an der **«Einbindung der Lizenznehmenden»** in den Verband gearbeitet, ein Avanti-Ziel von Bio Suisse. Zudem hat Bio Suisse im Jahr 2020 die **Agrarpolitik 2022+** eng begleitet, z. B. über Einsitze in Arbeitsgruppen des BLW. In Zusammenarbeit

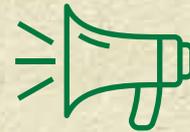
mit Agrarallianz, BLW, SBV, IGAS und Umweltverbänden hat Bio Suisse gemeinsame Positionen gesucht und erarbeitet. Bio Suisse engagierte sich mit einer klaren Strategie in der Debatte um die beiden Initiativen «Trinkwasser» und «Eine Schweiz ohne Pestizide», inkl. einer Parolenfassung.



## RICHTLINIEN FÜR KNOSPE-PALMÖL ERGÄNZT.

Knospe-Palmöl muss gemäss den Richtlinien von Bio Suisse klare Anforderungen erfüllen: So darf der Anbau nicht auf gerodeten Flächen stattfinden, es muss die gesamte Betriebsfläche biologisch bewirtschaftet sein und es sind mindestens sieben Prozent Biodiversitätsförderflächen auszuweisen. Bio Suisse hat die Richtlinien für Palmöl weiterentwickelt und will damit ökologische und soziale Lösungen aufzeigen.

Die Ergänzung in den Richtlinien verlangt nun seit Januar 2021 für Palmöl die Erfüllung überbetrieblicher Nachhaltigkeitsaspekte, eine stärkere Diversifizierung innerhalb des Anbausystems dieser Monokultur sowie die systematische Markteinbindung von lokalen Kleinbauernbetrieben.



## NEUE MARKETING-KAMPAGNE.

Die neue Basiskampagne im Marketing, die ab Mai 2021 eingesetzt wird, soll die Position von Bio Suisse sichern. Die Positionierung soll verstärkt den Ansatz «Ganzheitlich nachhaltig» vermitteln und mit der neuen Kampagne **«Bio vom Feld bis auf den Teller.»** verankert werden. Sie nimmt damit die Bedürfnisse der Konsumierenden auf, zeigt unsere umfassende Kompetenz und stellt die Differenzierung gegenüber anderen Marktteilnehmern sicher.



## GEMÜSE UND OBST SIND DER RENNER.

Im Jahr 2020 kletterte der **Bio-Anteil auf 10,8 Prozent** am gesamten Lebensmittelmarkt. Mit 3,856 Milliarden Schweizer Franken total und 445 Schweizer Franken pro Kopf wuchs der Bio-Markt erneut. Frisches **Gemüse und Früchte** führen die Beliebtheitsrangliste bei Bio-Produkten klar an. Gefolgt werden sie von **Eiern und Milchprodukten**. Die verpackten

Konsumgüter legten sowohl beim Umsatz wie auch beim Marktanteil signifikant zu. Das Umsatzwachstum war bei allen Verteilern überdurchschnittlich hoch. **Coop und Migros** sind nach wie vor die **Marktführer**. Der übrige Detailhandel und speziell die **Direktvermarktung**, konnten im vergangenen Jahr erfreuliche **Marktanteile dazugewinnen**.



## MARKTBETREUUNG.

Die Delegierten haben die Geschäftsstelle beauftragt, einen breit angelegten Prozess zur Marktbetreuung durchzuführen. Dabei wurde entschieden, dass Bio Suisse die **Absatzkanäle in der Schweiz auf- und weiter ausbaut** (z. B. in der Gemeinschaftsgastronomie), dass die **Marktransparenz verstärkt** wird und dass elastische **Mengensteuerungselemente** eingesetzt werden sollen. Das Produktmanagement legt den Schwerpunkt auf eine optimierte Marktransparenz mit dem Ziel, ein Wachstum bei ausgeglichenen Märkten zu erreichen.



## FORSCHUNGSPROJEKTE FINANZIERT.

2020 wurden mit 161'700 Schweizer Franken **neun neue Ackerbauprojekte** finanziert. Das Gesamtbudget betrug rund 350'000 Schweizer Franken. Damit wurden mit 175'000 Schweizer Franken auch laufende Projekte finanziert. Bio Suisse hat zudem ein dreijähriges FiBL/Agroscope-Projekt zur «Förderung des Angebotes von qualitativ guten und kostengünstigen Schweizer Knospe-Beerenjungpflanzen» für **Erdbeeren- und Himbeerenjungpflanzen** in Knospe-Qualität mit jährlich 70'000 Schweizer Franken unterstützt.



## MEHR BIO IN DER GASTRONOMIE.

Bio Suisse möchte den Absatz von **Knospe-Rohprodukten in der Gemeinschaftsgastronomie** (Heime, Spitäler, Mensen von Schulen und Firmen) fördern und ausbauen. Dazu wurde im September 2020 ein Projektleiter angestellt, der bereits erste Projekte aufgelegt hat.



## MITGLIEDORGANISATIONEN UNTERSTÜTZT.

Bio Suisse förderte die Mitgliedorganisationen im Jahr 2020 mit Pauschalbeiträgen in der Höhe von rund **185'000** Schweizer Franken. Zusätzlich wurden 36 Projekte von Mitgliedorganisationen mit gut **235'000** Schweizer Franken unterstützt – sei es für Projekte wie Arbr'acadabra von Bio Freiburg, wo über 500 Bäume auf den Bio-Betrieben gepflanzt wurden, oder für Auftritte an Messen etwa der Olma oder Agrischa.



## BIODIVERSITÄT.

Der Bio-Landbau fördert natürliche Ökosysteme durch **Biodiversitätsmassnahmen und durch Verzicht auf chemisch-synthetische Pestizide**. Knospe-Betriebe müssen bei der **Bio-Kontrolle den Nachweis von mindestens zwölf Massnahmen zur Förderung der Biodiversität erbringen**. Betriebe, die das von **Bio Suisse geforderte Minimum an Biodiversität nicht erfüllen**, werden sanktioniert. **Geschulte Bio-Bauern und Bio-Bäuerinnen bieten auf Wunsch und im Auftrag von Bio Suisse Biodiversitätsberatungen für ihre Berufskollegen und -kolleginnen an.**



## DIE KNOSPE IST SOZIAL.

Bio Suisse wird in Zukunft genauer prüfen lassen, ob sich die international zertifizierten Betriebe an die Vorgaben zur sozialen Verantwortung halten. Im Herbst 2020 hat der Vorstand von Bio Suisse die Strategie für das Projekt «Soziale Verantwortung International» verabschiedet. Zusammen mit einem erfahrenen Partner wird Bio Suisse die Bio-Kontrolleure und Kontrolleurinnen fachlich schulen, damit sie zukünftig die Sozialpraxis auf den zertifizierten Betrieben direkt überprüfen können. Damit werden Kernpunkte wie Rechts- und Arbeitssicherheit, garantierte Mindestlöhne und maximale Arbeitszeit für alle Arbeiterinnen und Arbeiter zuverlässig sichergestellt.



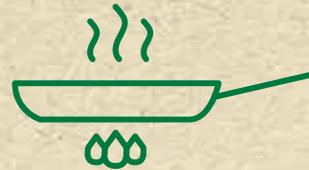
## VERARBEITETE KNOSPE-PRODUKTE BOOMEN.

Im Bereich Verarbeitung und Handel wurden viele Lizenzgesuche für verarbeitete Knospe-Produkte fachkompetent bearbeitet. Die total **1'144 Lizenznehmenden** haben **2'341 Gesuche** eingereicht. Die geplanten Veranstaltungen Symposium Bio und Hofverarbeitertagung konnten leider aufgrund der Pandemie nicht durchgeführt werden. Sie sind für Ende 2021 und Anfang 2022 geplant.



## DV ERSTMALS ONLINE.

Die Delegiertenversammlungen wurden wegen der Pandemie im Jahr 2020 im Frühling schriftlich und im Herbst online durchgeführt. So konnten die statutarischen Geschäfte ordnungsgemäss verabschiedet werden. Die **Präsidenten-/Präsidentinnenkonferenz** im Sommer 2020 in Biel konnte mit den nötigen Schutzmassnahmen physisch durchgeführt werden. Diese widmete sich dem Thema **«Marktbetreuung»**. Im Herbst wurden zwei neue Vertreter in die GPK gewählt, die nun konstituiert ist.



## HAZELBURGER GEWINNT GRAND PRIX.

Bio Suisse verlieh den Grand Prix an Leander Dalbert für seinen Hazelburger. Der Hazelburger vereint als Produkt ein ganzes Anbau- und Vertriebssystem. Er ist aus **heimischen** natürlich-pflanzlichen **Proteinquellen** hergestellt und unterstützt die Integration einer gesunden mehrjährigen Kultur in das Schweizer Ernährungssystem. Gleichzeitig trägt er zu einer biologischen, resilienten und regenerativen Ernährungssicherheit bei. Der Grand Prix Bio Suisse steht für innovative und nachhaltige Projekte der Bio-Branche in der Schweiz und ist mit 10'000 Schweizer Franken dotiert.



## IMPORTE WERDEN STRENG BEURTEILT.

Im Bereich Import wurden über 14'000 Importtransaktionen auf die Konformität mit den Knospe-Richtlinien überprüft. Seit Anfang 2020 gelten gemäss der Weisung «Importeinschränkungen» in den Richtlinien von Bio Suisse neue Regelungen zum Import von Knospe-Produkten. Alle bereits mit der Knospe versehenen Importprodukte werden bis Ende 2022 einer systematischen **Neubeurteilung unterzogen**. Als Grundsatz für die Zulassung gilt weiterhin: Importprodukte sollen das Knospe-Sortiment ergänzen und Angebotslücken füllen, jedoch unter der Voraussetzung, dass sie weder die inländische Knospe-Produktion konkurrenzieren, noch dem Image der Knospe schaden. Welche Produkte bereits geprüft wurden und bei welchen die Evaluation noch ansteht, ist auf der öffentlich zugänglichen Liste «Zulassung Importprodukte» auf der Webseite von Bio Suisse ersichtlich.



## DIE ÖFFENTLICHKEIT TRANSPARENT INFORMIEREN.

Die laufend zunehmenden Anfragen von **Journalistinnen** und **Konsumenten** hat Bio Suisse kompetent und transparent beantwortet. Wegen Corona fand die Jahresmedienkonferenz 2020 erstmals online statt. Mit den Newslettern an die Konsumenten und Konsumentinnen, Lizenznehmenden und an BIO SUISSE ORGANIC-Betriebe im Ausland hat Bio Suisse wichtige Zielgruppen rund um den Biolandbau be-

dient. Der Newsletter für die Konsumenten konnte die Zahl der Abonnemente steigern und die Öffnungs- und Klickraten sind markant gestiegen. Für diverse Zeitungen und Magazine sowie für Online-Portale hat Bio Suisse redaktionelle Beiträge verfasst. Das **Magazin Bioaktuell** stellte auch 2020 die Kommunikation zu den Produzenten und Produzentinnen sowie zu den Lizenznehmenden sicher.



## VIELE NEUE MITARBEITENDE.

Im Jahr 2020 wurden **22 neue Mitarbeitende** an der Geschäftsstelle begrüsst, davon eine Lernende und eine Praktikantin. Neun Personen sind ausgetreten. Bio Suisse beschäftigte per Ende 2020 auf der Geschäftsstelle in Basel **77 Personen**, davon sind fünf Personen befristet angestellt sowie drei Personen Lernende und Praktikanten. Für die Antenne Romande sind zwei Mitarbeitende beschäftigt, weiter arbeitet eine Person der Unternehmenskommunikation vom Büro in Lausanne aus. Unter Berücksichtigung der Teilzeitpensen entspricht das per Ende 2020 total 51,5 bzw. im **Jahresdurchschnitt 56,2 Vollzeitstellen**. Der Personalbestand auf der Geschäftsstelle wurde angehoben, um die vielen anstehenden Projekte sowie die gestiegenen Anforderungen im Tagesgeschäft umsetzen zu können. Insgesamt wurden 2020 zusätzlich rund acht Vollzeitstellen aufgebaut plus befristete Stellen und Praktika.



## NEUE ABTEILUNG.

Die neu gegründete Abteilung **«Strategische Projekte und Forschung»** hat per 1. August 2020 ihre Arbeit aufgenommen. Sie hat zum Ziel, strategisch wichtige Entwicklungsthemen fokussiert voranzubringen. Die zu bearbeitenden Themen wurden im letzten Herbst in einem partizipativen Priorisierungsprozess bestimmt. Die sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter leiten Projekte zu folgenden strategischen Themen: Klima und Energie, Boden, Nachhaltigkeitsentwicklung der Landwirtschaftsbetriebe, Tierwohl, ProBio (Ausbau von ProVieh auf Pflanzenbau, Boden, Soziales), Gemeinschaftsgastronomie als neuer Absatzkanal sowie Forschungskoordination und Wissensmanagement. Ab dem Jahr 2021 kommt eine Projektleiterin für das Thema «Soziale Verantwortung International» hinzu.



## FINANZIERUNG IST GESICHERT.

Bio Suisse hat 2020 Rückstellungen gebildet für den neuen Auftritt von **bioboerse.ch** und **knospenhof.ch**, den Relaunch der Website, inklusive Einbindung von Social Media. Weiter stehen Gelder zur Verfügung für die Direktvermarktungs-Offensive, die Aktivitäten der 40-Jahr-Feier von Bio Suisse im Jahr 2021, die Erstellung eines Daten-Informationssystems und für Positionierung und Aufbau der Marke Bio Suisse.



## AUS DER GESCHÄFTSLEITUNG.

Seit Sommer 2020 setzt sich die Geschäftsleitung wie folgt zusammen: **Balz Strasser** (Geschäftsführer), **Jürg Schenkel** (Marketing), **Marion Bollmann** (Finanzen und Services), **Lukas Inderfurth** (Kommunikation), **Dieter Peltzer** (Qualitätssicherung und -entwicklung) und **Thomas Pliska** (Strategische Projekte und Forschung).

# DAS JAHR 2020 IN ZAHLEN.

Ausgewählte Zahlen und Fakten  
zum Biolandbau und zum Bio-Markt  
in der Schweiz.

# 445

Schweizer Franken geben Konsumenten und Konsumentinnen in der Schweiz **pro Kopf** für Bio-Lebensmittel aus.

# 7'122

**Landwirtschaftsbetriebe** in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein produzieren nach den Richtlinien von Bio Suisse.

# 55 %

**aller Konsumierenden** kaufen täglich oder mehrmals pro Woche Bio-Produkte.

# 16,5 %

**der landwirtschaftlichen Nutzfläche** werden in der Schweiz biologisch bewirtschaftet.

# 10,8 %

betrug 2020 der **Bio-Anteil** am Lebensmittelmarkt in der Schweiz.

# 3'856 Mio.

Schweizer Franken beträgt der **Umsatz von Bio-Lebensmitteln** in der Schweiz.