

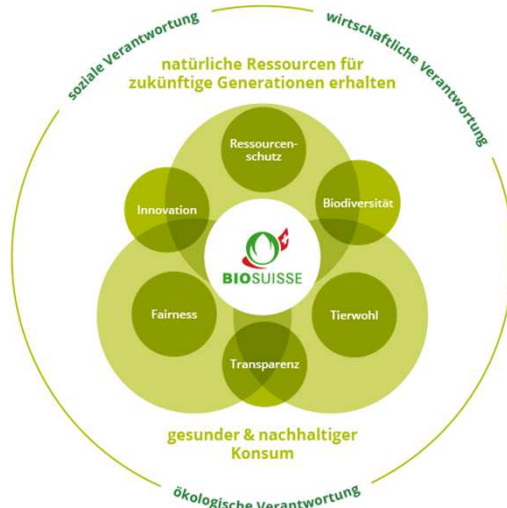


1



2

Markenwerte der Knospe: Engagement



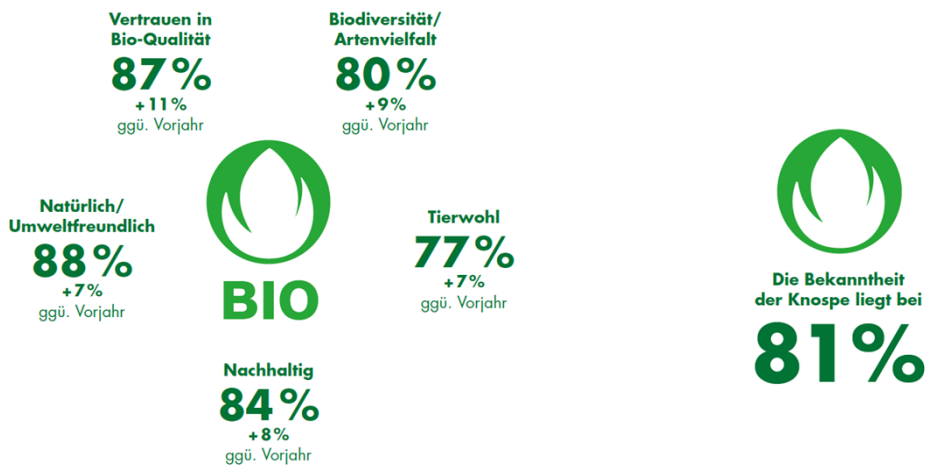
Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Bio Suisse

06.04.2022 3

3

Markenwerte der Knospe: Sicht der Konsument:innen



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

06.04.2022 4

4

Wie hat sich der Markt entwickelt?

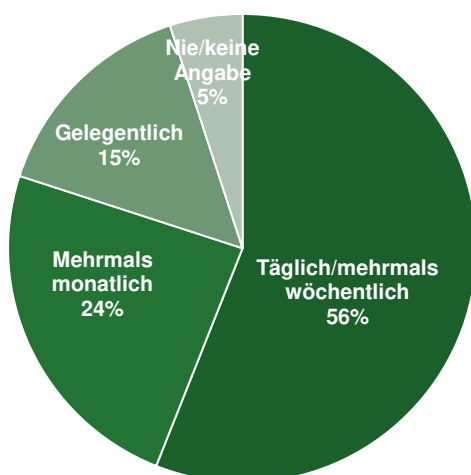


Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

06.04.2022 5

5

Konsumtion von Bio-Produkten



80% der Schweizer:innen konsumieren regelmässig Bio-Produkte.



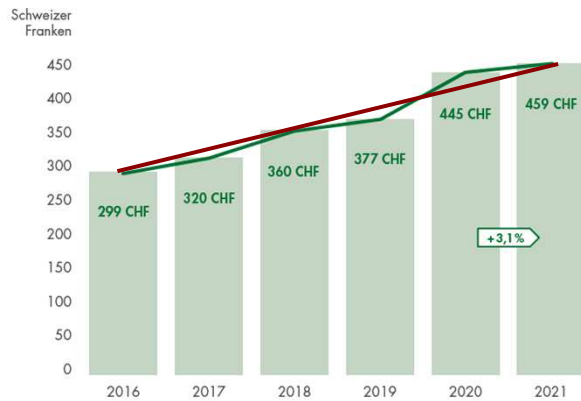
Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Bio Suisse

06.04.2022 6

6

Bio-Markt Schweiz: Pro-Kopf-Konsum



- **459 CHF pro Kopf = neue Bestmarke**
- Bio-Konsum weltweit führend
- Wachstum seit 2016: + CHF 160 (+ 53%)



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Bio Suisse

06.04.2022 7

7

Bio-Markt Schweiz: Marktentwicklung



- **Bio-Markt knackt die 4 Mia.-Grenze**
- Trotz hohen Wachstums im Vorjahr konnte Umsatz weiter ausgebaut werden
- Wachstum seit 2016 + 60%
- 10,9% Marktanteil (Vorjahres-Niveau)



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Bio Suisse

06.04.2022 8

8

Entwicklung Detailhandel nach Sprachregionen

Detailhandel Schweiz

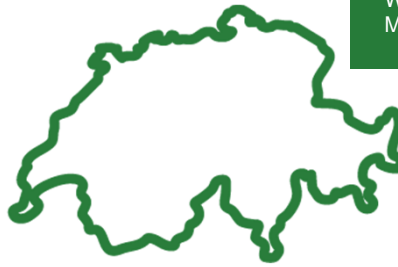
Umsatz: 2'769,1 Mio. CHF
 Umsatzwachstum: + 0,6 %
 Marktanteil: 10,9 %

Deutschschweiz

Umsatz: 2'027,6 Mio. CHF
 Wachstum: + 1,8 %
 Marktanteil: 11,2 %

Westschweiz

Umsatz: 652,9 Mio. CHF
 Wachstum: - 3,0 %
 Marktanteil: 10,6 %



Italienische Schweiz

Umsatz: 88,6 Mio. CHF
 Wachstum: + 1,7 %
 Marktanteil: 8,6 %



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Nielsen

06.04.2022 9

9

Entwicklung Absatzkanäle



Coop

- Umsatz 1'651 Mio. CHF = Wachstum von 1,4 %
- 41,2 % Marktanteil = weiterhin Leader



Migros

- Umsatz 1'249 Mio. CHF = Wachstum von 3,2 %
- 31,2 % Marktanteil



Direktvermarktung

- Umsatz 248 Mio. CHF = 12 % Wachstum
- 6,2 % Marktanteil



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Bio Suisse

06.04.2022 10

10

Entwicklung in den verschiedenen Handelskanälen

Handelskanal	2016 Umsatz	2017 Umsatz	2018 Umsatz	2019 Umsatz	2020 Umsatz	2021 Umsatz	2021 vs. Vor- jahr %	2021 Markt- anteil %
Coop ^a	1'118	1'199	1'394	1'428	1'628	1'651	1,4	41,2
Migros ^b	808	889	990	1'047	1'211	1'249	3,2	31,2
übriger Detailhandel ^c	101	112	149	198	294	350	12,9	8,7
Bio-Fachhandel ^d	272	275	287	303	370	371	0,2	9,3
Warenhäuser und Fachhandel ^e	74	89	87	94	134	136	1,6	3,4
Direktvermarktung ^f	132	144	160	169	220	248	12,0	6,2
Total Bio-Markt	2'505	2'707	3'066	3'239	3'856	4'005	3,9	100,0

a: Coop allgemein; b: Migros exkl. Online; c: Volg, Spar, Discounter, Online-Shops; d: Bioläden;
e: Manor, Globus, Schätzung Bäckereien, Metzgereien usw.; f: Hofläden



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Bio Suisse

06.04.2022 11

11

Welche Produkte waren besonders nachgefragt?

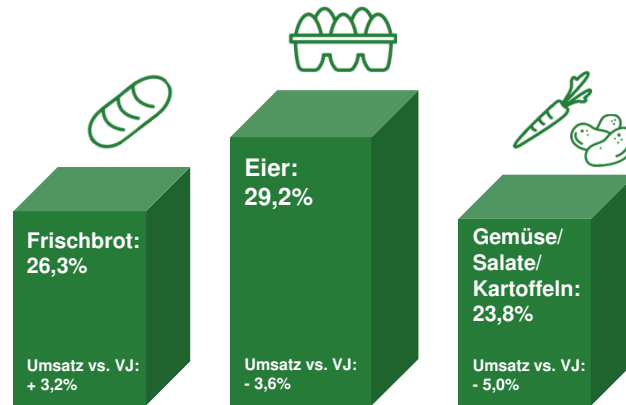


Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

06.04.2022 12

12

Marktanteile Produkte



Spitzenreiter bei den Marktanteilen bleiben nach wie vor Eier, Brot und Gemüse.



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Nielsen

06.04.2022 13

13

Frische vs. verpackte Produkte

Total Schweiz	In Mio. CHF	Anteil Bio in %	Wachstum vs. VJ, in %
Gesamtwarenkorb	2'769,1	10,9%	+0,6%
Frischprodukte	1'682,7	13,6%	-0,9%
Verpackte Konsumgüter	1'086,4	8,4%	+3,0%







Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Nielsen

06.04.2022 14

14

Produkte-Kategorien mit dem grössten Wachstum

	In Mio. CHF	Anteil Bio in %		Wachstum vs. VJ, in %
Convenience, frisch	227,3	12,4%		+6,5%
Getränke Total	159,0	4,5%		+6,2%
Tiefkühl-Kategorien	56,7	6,0%		+5,6%
Frischbrot	226,0	26,3%		+3,2%



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

Quelle: Nielsen

06.04.2022 15

15

Welches Fazit ziehen wir daraus?



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

06.04.2022 16

16

Fazit

- Der Bio-Markt hält sich auf hohem Niveau und wächst weiter. Für einzelne Produktkategorien erwarten wir in den kommenden Jahren ein starkes Wachstum. Umsteller sind gesucht.
- Die Knospe gehört zu den vertrauenswürdigsten Bio-Labels und baut ihre Position aus.
- Wir fokussieren weiterhin auf «Medium Bio-Käufer» und möchten diese überzeugen, zu «Heavy Bio-Käufern» zu werden.
- Wetter und Klima haben einen grossen Einfluss auf die Landwirtschaft insgesamt und Bio im Besonderen.



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

06.04.2022 17

17



Bio Suisse
 Peter Merian-Strasse 34
 CH-4052 Basel
 Tel. 061 204 66 66
www.bio-suisse.ch

Die Inhalte dieser Präsentation sind Eigentum von Bio Suisse und dürfen nur mit Genehmigung weiterverwendet werden.

Les contenus de cette présentation sont la propriété de Bio Suisse et ne peuvent être réutilisés sans autorisation.



Jahresmedienkonferenz, 6. April 2022

06.04.2022 18

18