



# Genügt Bio noch als Differenzierung?

Clemens Rüttimann, Geschäftsführer Biotta AG

Bio 3.0 - Visionen für die Biobranche und den Biokonsum, 1. Dezember 2016

# Wie gewinnen wir das Vertrauen der Kunden abseits der Siegel?

---

- Durch transparente Firmenpolitik
- Durch offene und ehrliche und vor allem direkte Kommunikation
- Durch glaubwürdige Erklärungen zu komplexen Themen

→ Der Konsument ist schon bei 3.0. Wir müssen dorthin folgen!

Der Bio-Konsument 3.0 möchte mehr als nur Bio und das am besten immer und überall. Der grüne Smoothie als Sinnbild zeigt es auf. Er ist im Idealfall:

- ✓ bio
- ✓ vegan
- ✓ fair
- ✓ frisch
- ✓ selbst gemacht/unterwegs gekauft/nach Hause geliefert/im Café
- ✓ Symbol für einen bestimmten Lebensstil



# Aber was wenn wir das als Bio-Hersteller nicht alles schaffen?

Dann müssen wir unsere **Geschichte erzählen!**

- Zurück zu den Wurzeln, ohne in die Vergangenheit zu blicken
- Rudolf Steiner als Pionier war seiner Zeit voraus
- Bio war früher eine Revolte gegen das konventionelle Establishment und das Diktat grosser Lebensmittelkonzerne

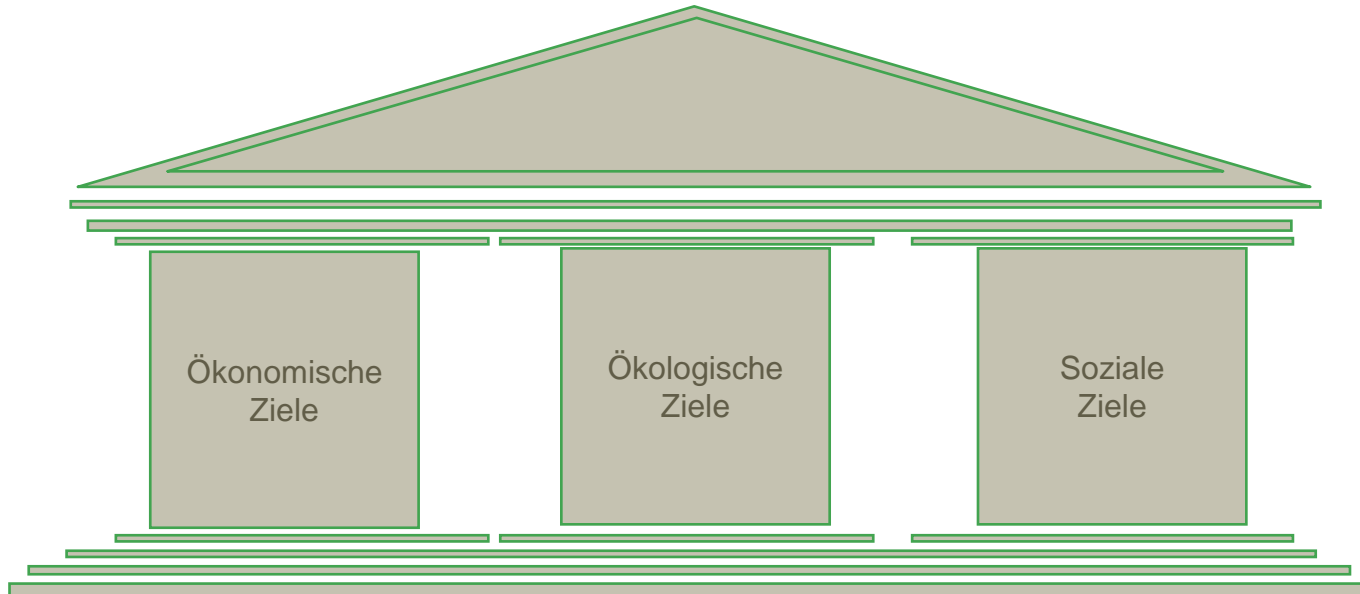


# Reicht die reine Bio-Zertifizierung heute noch aus?

---



# Auch im Sinne der Nachhaltigkeit

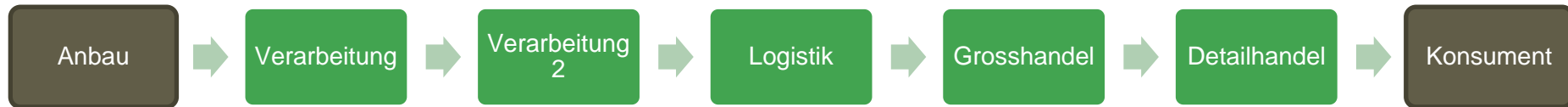


| Themen  | Themen  | Themen   |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilität</li> <li>• Effizienz</li> <li>• Langfristige Liquidität &amp; Stabilität</li> <li>• Einbindung des Handels</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ressourcen-Schonung               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Energie</li> <li>- Rohstoffe</li> <li>- Arbeitsmaterialien</li> <li>- Packaging</li> </ul> </li> <li>• Erhaltung der Bio-Diversität</li> <li>• Förderung der biologischen Landwirtschaft</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftliche Verantwortung</li> <li>• Mitarbeiter-Förderung</li> <li>• Unternehmenskultur</li> <li>• Faire und langfristige Partnerschaften</li> <li>• Fairtrade etc.</li> </ul> |

# Der lange Weg zum Konsument..

---

... macht es nicht immer einfacher.



# Aus Verarbeiter-Sicht: Zunehmender Regulierungs-Dschungel

---

## Herausforderungen

- **Standardisierung von zertifizierten Rohstoffen und sicherstellen deren Supply-Chain**
- **Priorisierung von Schweizer Rohstoffen durch Bio-Suisse, obwohl Swissness bei Mehrkomponenten-Produkten nicht immer umsetzbar**
- **Zölle, Nichterhebungsverfahren und Kontingente im Import- und Export-Geschäft**
- **Währungssituation macht Bio-Verarbeitern im Export das Leben schwer**
- **Bio-Suisse Zertifizierungen für viele ausländische Anbieter zu komplex/teuer**

## FAZIT:

- **Regulierungs-Dichte macht es zunehmend unmöglich, Bio-Suisse Richtlinien für innovative Produkte in kurzer Zeit umzusetzen**

## Anforderungen Verarbeiter an Bio 3.0

---

### Es braucht

- **Abkehr vom Inland-Rohstoff Vorrang für Rohstoffe, wo ausländische Bio-Suisse fähige Ware bereits vorhanden ist**
- **Vereinfachung des Papierkriegs zur Registrierung von innovativen neuen Bio-Rohstoffen**
- **Eine Strategie eines europäisch einheitlichen Bio-Labels unter Führung der Bio-Suisse**

→ **Denn es geht um Naturprodukte!**

→ **Nur so werden wir dem Bio-Konsumenten 3.0. gerecht werden.**



## Vielen Dank

**Biotta AG** · Pflanzbergstrasse 8 · CH-8274 Tägerwilen

T +41 (0)71 466 48 48 · F +41 (0)71 466 48 49

E [info@biotta.ch](mailto:info@biotta.ch) · [www.biotta.ch](http://www.biotta.ch)

---