



## **Biomarkt wächst und steigert Marktanteil auf 7,7 Prozent**

### **Referat Jürg Schenkel, Leiter Marketing Bio Suisse**

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Knospe ist nicht nur bei den Produzenten ein Erfolg. Auch der Biomarkt hat sich 2015 sehr gut entwickelt. Und was mich besonders freut: Keine andere unabhängige Marke in der Biobranche ist derart bekannt wie die Knospe: 83 Prozent der Schweizer Bevölkerung kennen die Knospe.

Diese Bekanntheit hat sicher auch einen Einfluss auf das Kaufverhalten der Konsumentinnen und Konsumenten – auch in einem kritischen Umfeld wie 2015. Vor allem für den Detailhandel war 2015 ein sehr schwieriges Jahr. Die Aufhebung der Euro-Mindestgrenze und die damit verbundenen steigenden Einkäufe im nahen Ausland haben der Branche stark zugesetzt.

Der Biomarkt war von diesem Trend weniger betroffen und ist im letzten Jahr erneut gewachsen (+ 5,2 %). Der Umsatz stieg auf 2,323 Milliarden Franken (2014: 2,207 Mrd. CHF) und erreicht neu einen Marktanteil von 7,7 Prozent (2014: 7,1 %). Pro Kopf gab der Konsument im letzten Jahr 280 Franken aus. Damit steht die Schweiz weltweit mit Abstand an der Spitze.

### **Grossverteiler sind Wachstumstreiber**

Die positive Entwicklung ist angesichts des sehr problematischen Marktumfeldes höchst erfreulich. Sie zeigt, dass viele Konsumenten Wert legen auf biologisch produzierte und schonend verarbeitete Lebensmittel. 2015 haben 46 Prozent aller Konsumenten mehrmals pro Woche Knospe-Produkte eingekauft. 2009 waren es erst 27 Prozent. Bei Knospe-Produkten weiss er/sie, dass auf Boden, Wasser und Luft Rücksicht genommen wird, um die Interessen von Mensch, Tier und Natur im Gleichgewicht zu halten.

Wachstumstreiber waren 2015 erneut die Grossverteiler. Marktführer Coop konnte auf hohem Niveau erneut zulegen. Der Umsatz stieg auf 1,044 Milliarden Franken (2014: 1,026 Mrd. CHF). Mit einem Marktanteil von 44,9 Prozent (2014: 46,5 %) ist Coop nach wie unangefochtener Leader im Biomarkt.

Migros legte mit plus 12,4 % auf 681 Millionen Franken (2014: 606 Mio. CHF) am stärksten zu. Das entspricht neu einem Marktanteil von 29,3 Prozent (2014: 27,5 %). Die Einführung von Alnatura-Produkten in den meisten Deutschschweizer Migros-Filialen ist dafür ein wichtiger Faktor.

Der Bio-Fachhandel konnte im letzten Jahr das Potential nicht nutzen. Er blieb mit einem Umsatzwachstum von 0,4 Prozent auf 279 Millionen Franken deutlich hinter der Gesamtmarktentwicklung.



### **Verarbeitete Produkte legen überdurchschnittlich zu**

Schauen wir uns nun die einzelnen Produktgruppen an. Die Frischprodukte bleiben das wichtigste Segment mit einem Umsatz von 1,148 Milliarden Franken und einem Anteil am Bio-Gesamtwarenkorb von zwei Dritteln. Frischprodukte erreichen 2015 mit 10 Prozent erstmals einen zweistelligen Marktanteil.

In der Bestseller-Liste der einzelnen Produkte gab es keine Veränderungen: Die beliebtesten Bioprodukte bleiben das Ei und Frischbrot. Mit Marktanteilen von 24,3 % resp. 20,1 % zeigen sie das Potential von Bio-Produkten. Gemüse mit 18,6 % Marktanteil liegt auf Platz 3 und entwickelt sich in die gleiche Richtung.

Die grössten Umsatzträger sind «Milchprodukte» mit 300 Millionen Franken, «Gemüse, Salate und Kartoffeln» mit 222 Millionen Franken sowie «Fleisch und Fisch» mit 218 Millionen Franken.

Auffallend am letztjährigen Biokonsum ist das erneut überdurchschnittliche Wachstum bei den verarbeiteten Produkten (+ 9,1 %). Dies ist ein klarer Hinweis, dass der Markt auf die Bedürfnisse der Konsumenten reagiert und das Sortiment laufend erweitert.

Sie sehen, meine Damen und Herren, Bioprodukte entsprechen einem grossen Bedürfnis. Bio ist in der Tat eine ausserordentliche Erfolgsgeschichte! Und die Basis für einen fortlaufenden Erfolg von Bio ist gelegt.