



## Die Schweiz ist Weltmeisterin im Biokonsum

### Referat Jürg Schenkel, Leiter Marketing Bio Suisse

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Bei den Knospe-Produzenten gab es im letzten Jahr einen kräftigen Schub. Ähnliches beobachten wir bei den Konsumentinnen und Konsumenten. Und das ist gut so. Denn nur wenn wir alle aktiv mitwirken, gelingt ein nachhaltiger Umgang mit der Umwelt.

Alles hängt irgendwie zusammen. Die Entwicklung im Biomarkt unterstreicht dies eindrücklich und zeigt: Die Konsumentinnen und Konsumenten übernehmen zunehmend Verantwortung! Gut die Hälfte kauft täglich oder mehrmals wöchentlich biologische Produkte. Wir können also davon ausgehen, dass bei jedem Einkauf mindestens ein Bioprodukt im Korb liegt. Das ist ein starkes Bekenntnis zur Schweizer Biobranche!

87 Prozent der Schweizer Bevölkerung kennen die Knospe. Das ist erstmals Rang 2 in der Bekanntheit aller Bio-Marken. Die Konsumentinnen und Konsumenten vertrauen der Knospe und helfen mit, dass die biologische Landwirtschaft weiter an Bedeutung gewinnt.

### Westschweiz holt auf

Wie hat sich der Biomarkt 2016 entwickelt? Alle wichtigen Kennzahlen kletterten im Vergleich zum Vorjahr weiter nach oben: Das Marktwachstum liegt bei 7,8 % (2015: 5,2 %), der Umsatz nimmt erstmals die Hürde von 2,5 Milliarden Franken (2015: 2,323 Mrd. CHF) und der Anteil am Lebensmittelmarkt macht einen Sprung auf 8,4 %. (2015: 7,7 %). Pro Kopf gab der Konsument im letzten Jahr fast 300 Franken aus (2015: 280 CHF). Damit steht die Schweiz weltweit wiederum mit Abstand an der Spitze.

Die Zeichen stehen auf Bio. Dieses Jahr sticht vor allem die Westschweiz hervor. Sie beschleunigt biomässig und legt bei den wichtigen Kennzahlen stärker zu als der Durchschnitt der Schweiz. Der Anteil am gesamten Lebensmittelmarkt machte in der Romandie einen Satz von 7 Prozent im Jahr 2015 auf 8 Prozent im letzten Jahr. Auch beim Umsatzwachstum lag die Westschweiz 2016 deutlich vorne.

### Grossverteiler sind die Wachstumstreiber

Wachstumstreiber waren auch 2016 die Grossverteiler. Marktführer Coop hat wieder Fahrt aufgenommen und legte gegenüber dem Vorjahr um 7,1 % zu. Der Umsatz stieg auf 1,118 Milliarden Franken (2015: 1,044 Mrd. CHF). Mit 44,6 Prozent (2015: 44,9 %) konnte Coop seinen Marktanteil praktisch halten und ist nach wie vor unangefochtener Leader im Biomarkt.



Migros legte mit plus 18,7 % auf 808 Millionen Franken (2015: 681 Mio. CHF) zu. Das ist erneut die stärkste Zunahme aller Marktplayer und entspricht neu einem Marktanteil von 32,3 % (2015: 29,3 %). Hier schlagen vor allem die Alnatura-Produkte zu Buche.

Der Bio-Fachhandel hingegen hat weiterhin Probleme, sein Potenzial auszuschöpfen. Er lag mit einem Umsatz von 272 Millionen Franken (-2,6%) sogar leicht unter dem Vorjahr.

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

Wie in den Vorjahren sind die Frischprodukte mit einem Umsatz von 1,250 Milliarden Franken und einem Anteil am Bio-Gesamtwarenkorb von zwei Dritteln das wichtigste Segment. Die Convenience-Produkte gewinnen weiter an Bedeutung und wachsen erneut überdurchschnittlich. Diese beiden Entwicklungen widerspiegeln die gesellschaftlichen Trends, die Bio erfüllen kann – zum einen frisches, schmackhaftes Obst und Gemüse, zum anderen konsumgerechte Esswaren. Hier reagiert der Biomarkt auf die Bedürfnisse der Konsumenten und erweitert das Sortiment laufend.

Der Stellenwert der Frischprodukte schlägt sich auch in der Bestseller-Liste der einzelnen Produkte nieder: Gemüse liegt neu auf Rang zwei, vor Frischbrot. Das beliebteste Bioprodukt bleibt das Ei. Der Marktanteil liegt bei allen drei Produkten über 20 Prozent!

Die Zahlen zeichnen ein klares Bild: Der Bio-Markt bleibt dynamisch. Er stillt den Appetit einer wachsenden Bio-Klientel und nimmt gesellschaftliche Trends auf. Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten übernehmen mit ihrem Einkauf Verantwortung. Sie legen Wert auf biologisch produzierte Lebensmittel mit Geschmack und Genuss und engagieren sich so für das Gleichgewicht von Mensch, Tier und Natur. Auf dieser Basis wird Bio weiter nachhaltig wachsen.