



Bio – what else?

Referat Daniel Bärtschi, Geschäftsführer Bio Suisse

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Bio – what else? Bio – was denn sonst?

Vielleicht ist dieser Spruch etwas vermessen, angesichts eines Bio-Anteils in der Landwirtschaft von 13,6 Prozent sowie einem Bio-Markt, der 9 Prozent des Schweizer Lebensmittelmarkts ausmacht. Dennoch ist Bio heute der Nische entwachsen, breit etabliert und ein Wachstumssegment im Lebensmittelhandel. Warum ist dem so?

Anfangs war Bio ein Thema für eine kleine Gruppe von Menschen, oft eigenständige Pioniere. Sie produzierten Bio-Lebensmittel ohne staatliche Anerkennung und suchten sich ihre Kunden selber. Heute sind Bio-Landwirtschaftsbetriebe professionell geführt, sie wenden moderne Maschinen an und setzen auf marktfähige Produkte. Ein Bio-Betrieb hat strenge Auflagen zu erfüllen, wird mindestens einmal pro Jahr intensiv kontrolliert, muss sich am Markt behaupten können und innovativ sein.

Trotz oder vielleicht gerade wegen dieser Anforderungen stellen Jahr für Jahr Hunderte Betriebe auf Bio um. Das zeigen die aktuellen Zahlen wiederum sehr eindrücklich: Per 31. Dezember 2017 arbeiteten 6'423 Betriebe nach den Richtlinien von Bio Suisse – das entspricht dem eingangs erwähnten Bio-Anteil von 13,6 Prozent. Dank der vielen Umsteller ist auch die biologisch bewirtschaftete Fläche stark gewachsen – nämlich um rund 11'000 Hektar. Damit liegen wir jetzt bei total 151'000 Hektar oder einem Bio-Anteil von 14,4 Prozent.

Was mich besonders freut: Der Biolandbau erhielt im letzten Jahr erneut einen kräftigen Schub. Per 1. Januar 2018 haben sich 386 neue Betriebe bei Bio Suisse angemeldet. Genau gleich viele wie ein Jahr zuvor. Seit 2010 sind es Jahr für Jahr mehr Betriebe, die umstellen.

Bio Suisse ist Taktgeber beim Thema Nachhaltigkeit

Heute ist geradezu alles nachhaltig, zumindest wenn wir den Versprechen von Wirtschaft und Politik Glauben schenken. Doch das genügt bei weitem nicht. Ohne objektive Beurteilungskriterien kann keine wirkliche Beweisführung erfolgen. Als Vorreiterin im Thema Nachhaltigkeit will Bio Suisse den nächsten Schritt machen: Wir haben die Nachhaltigkeit mit einer repräsentativen Analyse des FiBL, des Forschungsinstituts für biologischen Landbau, auf 185 Bio-Knospe-Betrieben bewerten lassen. Das Tool nennt sich SMART und steht für Sustainability Monitoring and Assessment Routine – auf Deutsch Nachhaltigkeitsanalyse und Bewertung von landwirtschaftlichen Betrieben und Lebensmittelunternehmen. Dabei bilden über 300 Indikatoren eine breite Basis zur Analyse in den Nachhaltigkeitsbereichen Ökologie, Wirtschaftlichkeit, soziales Wohlergehen und Unternehmensführung. So erhalten wir erstmals eine Datenbasis zum aktuellen Stand, aber auch der Potentiale unserer Betriebe.

Die Auswertung zeigt, dass die grosse Mehrheit der Knospe-Betriebe bei den meisten Nachhaltigkeitskriterien gute bis sehr gute Leistungen aufweist. So erreichen sämtliche untersuchten Betriebstypen ein hohes Niveau beim Kriterium «Tierwohl». Zudem weisen sie im Durchschnitt eine gute Profitabilität auf



und können Investitionen tätigen. Auch verbrauchen Knospe-Betriebe im Vergleich zum durchschnittlichen Energieverbrauch von Schweizer Landwirtschaftsbetrieben weniger Energie pro Fläche. Ein weiterer interessanter Befund: Auf rund 15 Prozent der Betriebe wurden in den letzten fünf Jahren Arbeitsplätze geschaffen. Bei den arbeitsintensiven Spezialkulturen wie Obst stieg die Zahl der Arbeitsplätze seit 2014 sogar bei der Hälfte der untersuchten Betriebe.

Fritz Sahli, unser Gastgeber, hat die SMART-Analyse auch gemacht. Er wird uns im Anschluss auf einem Rundgang erklären, wie aussagekräftig sie für seinen Betrieb ist.

Bio Suisse blickt zuversichtlich in die Zukunft

Nicht nur in der Landwirtschaft, auch in der Verarbeitung beobachten wir einen Wandel: Unternehmen, die noch vor einigen Jahren Bio allenfalls belächelten, geschweige denn Potential darin sahen, steigen in den Markt ein – das im Titel implizit genannte Unternehmen hat Bio sogar als strategisches Thema anerkannt.

Was bedeutet das für die Zukunft? Aus meiner Sicht sind es die folgenden zwei wesentlichen Entwicklungen, die wir – sei es Landwirt, Verarbeiter oder Händler – in Zukunft erleben werden:

Wachstum

Bio ist unabhängig von Finanz- und anderen Krisen weltweit stets gewachsen, und alle ernsthaften Prognosen deuten darauf hin, dass dies nicht ändern wird. Verantwortungsbewusst essen ist ein Grundanliegen von immer mehr Menschen, und Bio erfüllt dieses Bedürfnis vorbildlich. Wachstum darf aber nicht auf Kosten der Qualität gehen. Und da braucht es die Bereitschaft der verarbeitenden Industrie, Verfahren anzupassen und nicht jede mögliche Technologie einzusetzen. Authentische, schonend und nachhaltig erzeugte Produkte haben eine Zukunft – und ermöglichen nicht zuletzt eine bessere Wertschöpfung für alle.

Diversität

Jeder Hersteller versucht, sich mit seinen Produkten von der Konkurrenz abzugrenzen – ein grundsätzlich richtiges Verhalten in einer Marktwirtschaft. Oft geht dabei vergessen, dass Konsumentinnen und Konsumenten schon heute mit der Fülle an Marken, Labels und Deklarationen überfordert sind. Trotzdem werden wir eine zunehmende Fülle von Bio-Produkten sehen, die sich durch besondere Alleinstellungsmerkmale auszeichnen – neben der Einhaltung der gesetzlichen Bio-Richtlinien gluten-, laktose- oder sonst-was-frei, von Kühen mit Hörnern oder Freiland Schweinen etc. Dabei darf aber der Kern des Bio-Gedankens nicht verloren gehen – der Verzicht auf chemisch-synthetische Pestizide, Bodenschonung, Biodiversität und schonende Verarbeitung.

Sie haben es von Urs Brändli gehört: Mit Avanti 2025, unseren langfristigen strategischen Zielen, hat sich Bio Suisse einen klaren und motivierenden Rahmen für die Zukunft gegeben. Mit dem Ziel, 25 Prozent Anteil in der Landwirtschaft und 15 Prozent am Lebensmittelmarkt, setzen wir ein klares Zeichen. Wir werden dabei nachhaltiger, relevanter und prägender – immer mit dem Ziel, für Bäuerinnen und Landwirte, Verarbeitungsbetriebe, Detailhändler sowie Konsumentinnen und Konsumenten einen Mehrwert zu bieten. Dadurch steigern wir Wertschätzung und Wertschöpfung mit der Knospe.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit.