



## Der Bio-Konsum wächst in der ganzen Schweiz

### Referat Jürg Schenkel, Leiter Marketing Bio Suisse

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren

Bio macht den Unterschied, beispielsweise beim Tierwohl – das hat Daniel Bärtschi vorhin bereits aufgezeigt. Darauf machten wir letztes Jahr die Social Media Gemeinde inklusive potenziellen Bio-Konsumentinnen und -Konsumenten mit einem witzigen Kurzfilm mit Kühbürste aufmerksam. Die Botschaft davon: Wer Bio konsumiert, engagiert sich für das Tierwohl – überzeugen Sie sich selbst davon!

Ich lade sie nun dazu ein, mit mir den Bio-Markt 2017 zu erkunden. Die positive Entwicklung hält weiter an. Der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln in der Schweiz hat einen neuen Rekordwert erreicht: Er ist im vergangenen Jahr mit 8,1 Prozent von 2,5 Milliarden Franken auf über 2,7 Milliarden Franken gewachsen. Schweizerinnen und Schweizer konsumierten 2017 für 320 Franken Bio-Produkte pro Kopf. Sie sind damit Weltmeister!

Auch punkto Marktanteil haben die Bio-Lebensmittel gesamtschweizerisch mit 9 Prozent im vergangenen Jahr einen Rekordwert erreicht. In allen Landesteilen haben die Marktanteile kräftig zugelegt. Die Westschweiz erzielte mit 0,8 Prozentpunkten das grösste Wachstum. Damit liegt sie mit 8,8 Prozent Marktanteil nur noch knapp hinter der Deutschschweiz, die 9,1 Prozent erreichte. Auch die italienische Schweiz zeigte ein starkes Plus und erreicht jetzt einen Marktanteil von 7,8 Prozent

Das wichtigste Segment im Bio-Markt sind mit zwei Drittel nach wie vor die Frischprodukte. Doch legen die verarbeiteten Produkte seit fünf Jahren überdurchschnittlich zu. Während der Umsatz mit Frischprodukten 2017 gemäss Marktanalyst Nielsen um 5,7 Prozent auf 1'324 Millionen Franken zulegte, wuchs der Umsatz mit verpackten Konsumgütern im Vergleich zum Vorjahr sogar um 8,2 Prozent auf ein neues Hoch von 724 Millionen Franken. Das heisst: Der Bio-Markt erfüllt die Bedürfnisse von Konsumentinnen und Konsumenten, auch bei den aktuellen Trends.

### **Spitzenreiter bleiben Eier, Gemüse und Frischbrot**

Gemüse und Früchte sind bei den Konsumentinnen und Konsumenten am beliebtesten und werden am häufigsten gekauft, gefolgt von Käse und Eiern. Diese Beliebtheit spiegelt sich auch in den Marktanteilen. Die Eier führen mit fast 27 Prozent Marktanteil. Gemüse liegt mit 23 Prozent weiterhin auf Platz zwei, gefolgt vom Frischbrot mit gut 22 Prozent.

Umsätze und Marktanteile stiegen in allen Produktkategorien. Das grösste Wachstum erzielten haltbare Convenience-Produkte mit 13,5 Prozent, gefolgt von Bio-Gemüse mit 9,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Aber auch bei allen anderen Produkten der Gruppe Früchte und Gemüse war ein überdurchschnittliches Wachstum zu verzeichnen. Die grössten Umsatzträger im Bio-Markt



bleiben Milchprodukte und Käse, darauf folgt die Produktgruppe Gemüse, Salate und Kartoffeln und auf Platz drei Fleisch und Fisch. Diese guten Werte zeigen die Akzeptanz von Bio-Produkten in der breiten Öffentlichkeit und zeigen einmal mehr ihr grosses Potential.

### **Mehr Direktvermarktung**

Coop machte 2017 mit Bio-Produkten einen Umsatz von 1'199 Millionen Franken und erreichte damit einen Marktanteil von 44,3 Prozent. Migros erzielte einen Umsatz von 889 Millionen Franken und einen Anteil von 32,8 Prozent am Bio-Markt. Coop und Migros erzielten drei Viertel des Bio-Umsatzes. Und die Zeichen stehen auf Wachstum: Coop möchte den Umsatz mit Bio-Produkten bis im Jahr 2025 auf zwei Milliarden steigern und setzt dabei auf die Knospe. Zum stetig wachsenden Absatz von Knospe-Produkten tragen aber nicht nur Grossverteiler bei, sondern auch die Bio-Bäuerinnen und Bio-Bauern mit innovativen Vermarktungsmodellen, mit ihren Hofläden und ihrer Präsenz auf regionalen Märkten. Die Direktvermarktung hat denn auch mit 9 Prozent auf 144 Millionen Franken stark zugelegt. In diesem Wachstum zeigt sich auch das zunehmende Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten nach Produkten mit bekannter Herkunft.

Wie werden nun die immer neuen Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten erfüllt? Die Anzahl Verarbeiter nimmt laufend zu, die Entwicklung neuer Produkte läuft auf Hochtouren. So stieg die Anzahl Lizenznehmer 2017 auf 923, dazu kommen 30 Markennutzer. Die Anzahl Gesuche für neue Produkte wuchs auf 2'186 (Vorjahr: 1'701). Auch neue Marktteilnehmer wie der Gross- und der Onlinehandel spielen eine zunehmend wichtige Rolle für den Bio-Markt.

### **Starke Position bei den Nachhaltigkeitswerten**

Die Knospe ist mit 80 Prozent unangefochten die bekannteste unabhängige Bio-Marke. Sie geniesst gemäss einer Umfrage mit einem Wert von 83 Prozent höchstes Vertrauen und nimmt in den wichtigsten Bio-Werten natürlich und umweltfreundlich mit fast 90 Prozent eine führende Stellung ein. Der Vergleich mit anderen Marken oder Labeln aus dem Bereich Nachhaltigkeit bestätigt die führende Stellung von Bio Suisse.

Die Take-Home-Messages meines Referats sind die Folgenden: Die Entwicklung des Bio-Marktes ist weiterhin dynamisch. Die Zahlen zeichnen ein klares Bild, nämlich Wachstum in allen Bereichen. Die Westschweiz erreicht bei den Marktanteilen bald das Niveau der Deutschschweiz. Und die Konsumentinnen und Konsumenten sind sich ihrer Verantwortung bewusst. Immer mehr Menschen kaufen Bio, in immer breiteren Sortimenten. Dank der wachsenden Zahl der Lizenznehmer und angebotenen Produkte können sie ihre Bedürfnisse immer besser befriedigen. Bio wird also weiter wachsen und so für das Gleichgewicht von Mensch, Tier und Natur sorgen.

Wir wollen diese Position jetzt weiter stärken: Das vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau entwickelte Analyse-Tool SMART wird Bio-Bäuerinnen und -Bauern in Zukunft dabei unterstützen, ihre Betriebe noch systematischer in Richtung Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln. Was ist SMART? Der nachfolgende Kurzfilm, den wir Ihnen gleich präsentieren werden, bringt's auf den Punkt.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.