



BIOSUISSE

Jahresbericht 2012.





**«Gesprächskultur
ist eine Stärke
von Bio Suisse.»**

Daniel Bärtschi, Geschäftsführer (links), und
Urs Brändli, Präsident von Bio Suisse.

Wichtige Schritte hin zu noch mehr Nachhaltigkeit.

Faire Handelsbeziehungen, Klimaschutz, mehr Bio-Produkte aus der Schweiz – das sind nur drei Beispiele, wie Bio Suisse im Jahr 2012 ihre Vorreiterrolle als Nachhaltigkeitslabel wahrnimmt.

Die Bauernfamilien von Bio Suisse pflegen seit über 30 Jahren ihre Vorreiterrolle in der nachhaltigen Lebensmittelproduktion. Als sie sich zu Beginn auf gemeinsame Richtlinien einigten und damit einen der weltweit höchsten Ökostandards errichteten, gab es beim Bund noch keine Bioverordnung. Als die Regionalität bei Lebensmitteln zum Trend wurde, beschränkte Bio Suisse die Importe von Knospe-Produkten schon länger auf Bereiche mit ungenügender Inlandversorgung. Diese Vorreiterrolle nahm der Verband im Jahr 2012 unter anderem mit einem seiner jüngsten Themen wahr, mit den fairen Handelsbeziehungen im Inland. Die entsprechende Richtlinie setzte er mit Gesprächsrunden für Marktpartner, mit einer Umfrage bei Produzenten und Lizenznehmern und mit einem Verhaltenskodex um. Bewusst setzt Bio Suisse beim Thema Fairness auf Motivation, Gesprächsförderung und Monitoring statt auf Kontrolle und Zertifizierung. Nicht zuletzt die positiven Erfahrungen mit den Lizenznehmern bewogen Bio Suisse zu diesem Schritt: Eine langfristige, erfolgreiche Geschäftsbeziehung entwickelt sich, wenn beide Seiten sich auf vertiefte Gespräche einlassen. Die Gesprächskultur zwischen Bio Suisse und ihren Marktpartnern wird immer wieder gelobt. Sie ist nebst der wachsenden Nachfrage nach Biolebensmitteln mit ein Grund, dass die Anzahl Lizenznehmer und Knospe-Produkte weiter zunimmt. Ein deutliches Zeichen der guten Zusammenarbeit war das Verkaufsförderungsprojekt «Aus gutem Grund». Mit Demeter, dem Biofachhandel und den Lizenznehmern engagierte sich Bio Suisse mit diesem Projekt für mehr Bioprodukte aus der Schweiz im Fachhandel.

Auch bei ihrem Hauptengagement – der Ökologie – bewegte Bio Suisse im Jahr 2012 einiges. Zum Beispiel mit ihrem Engage-

ment für den Klimaschutz. Vorgaben wie eine vielfältige Fruchtfolge für Ackerbaubetriebe, die Regelung, dass Wiederkäuer mindestens 90 Prozent Raufutter fressen müssen, oder das Verbot von Flugtransporten für Knospe-Produkte tragen schon länger zum Klimaschutz bei. Eine Studie quantifizierte diese Massnahmen und zeigte zusätzliche Möglichkeiten auf. Dabei setzt Bio Suisse auf Motivation und freiwilliges Engagement. So zeichnete sie den Klimabetrieb des Jahres aus und publizierte in den Fachmedien zahlreiche Massnahmen, mit welchen Biobetriebe das Klima zusätzlich schützen können. Faire Handelsbeziehungen und Klimaschutz – beides fördert den Nachhaltigkeitsgrundsatz von Bio Suisse und trifft die Erwartung der Konsumenten. Für sie müssen Bioprodukte nicht nur ökologische Standards erfüllen, sondern auch sozialen

und ökonomischen Ansprüchen gerecht werden, also im umfassenden Sinn nachhaltig sein. Um die Nachhaltigkeit als Ganzes weiter zu fördern, lancierte Bio Suisse im Jahr 2012 eine Standortbestimmung für Produzenten und Verarbeiter. Anhand eines Nachhaltigkeitskatalogs können sie ihre Betriebe selbst einschätzen und Schwachstellen und

Weiterentwicklungspotenziale erkennen.

Im Jahr 2012 setzte sich auch die positive Entwicklung bei der Anzahl Knospe-Betriebe fort. Auf zunehmendes Interesse stösst der Biolandbau insbesondere in der Westschweiz, wo der Kanton Freiburg mit einer breit abgestützten Zukunftstagung zum Biolandbau ein starkes Zeichen setzte und der Kanton Waadt die Vorbereitung des Bio-Ackerbautags 2013 tatkräftig unterstützt.

«Zunehmend interessiert sich die Westschweiz für den Biolandbau.»



Urs Brändli, Präsident



Daniel Bärtschi, Geschäftsführer

Ganzheitlichkeit.

Ganzheitliches Denken hat bei der Knospe System: Die Richtlinien gelten für den gesamten Hof und für die ganze Lebensmittelkette. Dazu gehören etwa möglichst geschlossene Kreisläufe, selbstregulierende Systeme und strenge Anforderungen für Importe.

Geschmack.

Der gute Geschmack der Knospe-Produkte rührt auch aus der umsichtigen Verarbeitung. Eine schonende Verarbeitung ist Pflicht. Unnötige Zusatzstoffe sind tabu. So ist beispielsweise Knospe-Salatöl schlicht kaltgepresst, was den ursprünglichen Geschmack des Rohstoffs besonders erhält.

Biodiversität.

Biobetriebe stehen für Artenvielfalt. In Hecken, Asthaufen, Ökoflächen oder auf Hochstamm-bäumen finden seltene Pflanzen und Tiere neue Lebensräume, und Knospe-Betriebe sorgen mit ihrer naturnahen Bewirtschaftung somit für Vielfalt im Boden, auf dem Acker und im Regal.

Tierwohl.

Das Tierwohl steht ganz oben auf der Prioritätenliste der Knospe-Bauern. Dazu gehören möglichst täglicher Weidegang, auf Vitalität ausgerichtete Tierzucht, Raufutterfütterung für Wiederkäuer und viele andere Massnahmen.



Knuspriger Teig, cremiger Mozzarella, würziges Rindfleisch und frischer Rucola – eine Pizza in Knospe-Qualität garantiert einen naturbelassenen, authentischen Geschmack. Aber der gute Geschmack ist bei Weitem nicht der einzige Wert, der in Knospe-Lebensmitteln steckt. Jeder Bissen bürgt gleichzeitig für eine Portion zusätzliche Vielfalt, für eine Dosis stärkeren Ressourcenschutzes, für ein Quantum mehr Fairness, für einen Brocken umfassendere Ganzheitlichkeit und für ein Stück grösseres Vertrauen in die Land- und Lebensmittelwirtschaft.

Konkret sieht das im Fall der Pizza zum Beispiel so aus: Der Knospe-Rindfleisch-Produzent füttert seinen Tieren ausschliesslich Biofutter. Das Menü im Rindviehstall besteht zu mindestens 90 Prozent aus Raufutter, also Gras, Heu und Silage, und nur zu maximal 10 Prozent aus Getreide. Dies ist erstens bekömmlicher für die Wiederkäuer, weil sie von Natur aus Gras fressen, und zweitens bleibt so mehr Getreide für die menschliche Ernährung beziehungsweise für den Pizzateig übrig. Insgesamt resultiert daraus ein sinnvollerer Umgang mit

Vertrauen.

Strenge Kontrollen, regelmässige Rückstandsanalysen, eine umsichtige Importpolitik und damit möglichst kurze Transporte, der Verzicht auf Gentechnik, ständige Bildung und Beratung – mit solchen Massnahmen fördert Bio Suisse Qualität und Sicherheit von Knospe-Produkten.

Fairness.

Soziale Anforderungen gelten bei der Knospe schon länger. Mit dem neuen Projekt Faire Handelsbeziehungen will Bio Suisse die Interessen der Bauern, der Verarbeitung, des Handels und der Konsumenten auf dem Markt fair aufeinander abstimmen.


Ressourcen- schutz.

Biobauern verzichten konsequent auf chemisch-synthetische Pestizide sowie leicht lösliche Mineraldünger und reduzieren damit die Belastung von Boden, Wasser und Luft. Verschiedene Klimaschutzmassnahmen ergänzen die Leistungen der Knospe.



den weltweit beschränkten Ressourcen Boden und Energie. Auch der Knospe-Getreide-Bauer sorgt mit seinen Massnahmen für künftige Generationen: Indem er das Unkraut mechanisch reguliert und seine Felder hauptsächlich organisch düngt, fördert er die Biodiversität auf und unter der Bodenoberfläche und hält Humusgehalt und Bodenstruktur auf einem hohen Niveau. Und der Knospe-Gemüse-Produzent liefert nicht nur geschmackvolle und frische Rucolablätter, sondern sorgt mit ökologischen Ausgleichsflächen, Hecken oder Ast-

haufen für zusätzlichen Lebensraum und damit für eine Vielfalt von Tier- und Pflanzenarten auf seinem Betrieb. Über 5700 Knospe-Landwirtschafts- und -Gartenbaubetriebe und über 800 Knospe-Verarbeitungs- und -Handelsbetriebe engagieren sich in der Schweiz täglich für diesen Mehrwert, indem sie nach dem hohen Bio Suisse Standard nachhaltig produzieren. Alle Betriebe werden regelmässig von unabhängigen Stellen kontrolliert und zertifiziert.



**«Fotovoltaik –
davon profitieren
auch künftige
Generationen.»**

Knospe-Betriebe schützen das Klima und fördern die Biodiversität.

5731 Produzenten verzeichnet die Knospe neu, das sind 113 mehr als im Vorjahr. Der hohe ökologische Standard, den die Landwirtschaftsbetriebe nach den Bio Suisse Richtlinien pflegen, wird laufend weiterentwickelt, zum Beispiel mit der Förderung des Klimaschutzes.

Im Jahr 2012 stellte Bio Suisse wichtige Weichen für die Weiterentwicklung des Klimaschutzes auf den Biobetrieben. Unter anderem vereinbarte sie eine Zusammenarbeit mit Agroclean-tech, der nationalen Energie- und Klimaagentur der Landwirtschaft. Mit Information, Beratung und politischer Arbeit wollen die beiden Organisationen den Klimaschutz für die Landwirtschaftsbetriebe attraktiver machen. Das Klimaschutzpotenzial ist gross. Bio Suisse hat anhand von Referenzbetrieben berechnen lassen, um wie viel sich der Ausstoss der Klimagase Kohlendioxid, Methan und Lachgas reduzieren liesse. Rund 20 Prozent CO₂-Äquivalente lassen sich einsparen, wenn die Knospe-Betriebe die besten 13 Massnahmen aus dem «Merckblatt Klimaschutz auf Biobetrieben» umsetzen. Am effektivsten sind dabei Massnahmen wie Stallmist kompostieren, die Nutzungsdauer von Milchkühen steigern, Vollweide betreiben, auf Zweinutzungsrasen umstellen oder Fotovoltaik einsetzen. Weitere Abklärungen zeigten, dass sich der Einsatz von Fotovoltaik sowie Vollweide, Eco-drive-Fahrweise, reduzierte Bodenbearbeitung oder Wärmerückgewinnung bei der Milchkühlung durchaus auch wirtschaftlich auszahlen können. Bei vielen anderen Massnahmen hingegen braucht es wirtschaftliche Anreize von aussen.

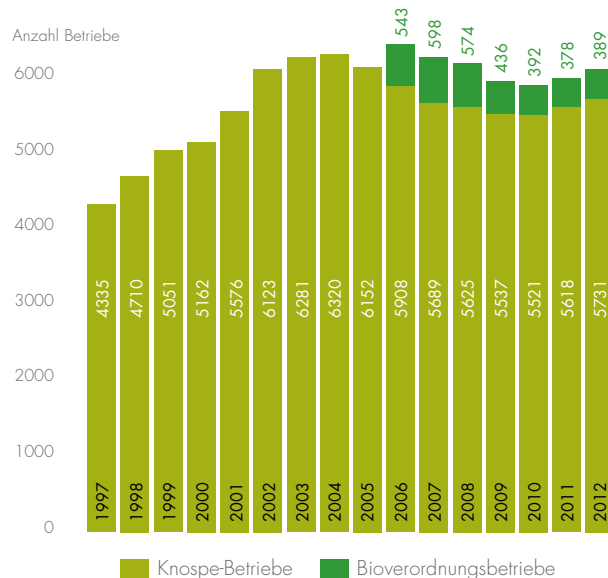
Um die Produzenten zu zusätzlichen Schritten zu motivieren, hat Bio Suisse eine Reihe von Klimamassnahmen schweizweit in den Fachmedien publiziert und den Klimabetrieb des Jahres 2012 ausgezeichnet: Der Demeter-Weinbaubetrieb der Familie Granges Domaine de Beudon in Fully (VS) betreibt ein eigenes Wasserkraftwerk und hat seinen Raupentruktor durch einen elektrisch angetriebenen Zeilenwagen ersetzt, um nicht erneuerbare Energie einsparen zu können.

Daneben war im Landwirtschaftsbereich auch die Förderung der Biodiversität ein wichtiges Thema. In einem breit angeleg-

ten Prozess mit Gremien und Mitgliedorganisationen setzte Bio Suisse auf Ende Jahr einen Katalog mit Biodiversitätsfördermassnahmen in Kraft. Und mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL und Schweizer Vogelschutz SVS/BirdLife Schweiz wurde das Beratungsprojekt «Knospe-Biodiversität für mehr Lebensqualität» vorbereitet, welches ab dem Jahr 2013 mit der finanziellen Unterstützung des Coop Fonds für Nachhaltigkeit umgesetzt wird.

Im Jahr 2012 stieg die Anzahl der Knospe-Betriebe auf 5731. Den 108 Kündigungen standen 245 neue Betriebe gegenüber. 60 Prozent der Kündigungen waren durch Betriebsaufgaben begründet, knapp 15 Prozent haben die Knospe zugunsten der konventionellen Betriebsweise abgegeben, 5,5 Prozent der Betriebe wirtschaften gemäss Bioverordnung weiter und 10 Prozent wurde der Produktionsvertrag durch Bio Suisse gekündigt.

Anzahl der Biobetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein von 1997 bis 2012



Der vielschichtige Aufbau des Biolands Schweiz.

Bio Suisse entwickelt den Biolandbau auf vielen Ebenen weiter: bei der Revision des Regelwerks, in zahlreichen Forschungs- und Beratungsprojekten, über mehr Markttransparenz, mit Absatzförderung oder mit der gezielten Suche nach neuen Biobauern.

Täglich erbringen Knospe-Landwirtschafts- und Gartenbaubetriebe einen Mehrwert für die Umwelt und die Gesellschaft. Die Leitlinien dazu geben die Bio Suisse Richtlinien. Während diese früher auf wenigen Seiten Platz fanden, sind die Produktions-, Verarbeitungs- und Handelsvorgaben inzwischen zu einem umfangreichen Regelwerk angewachsen. Um die Arbeit aller Beteiligten zu erleichtern, hat Bio Suisse dieses Regelwerk neu in einem einzigen Dokument zusammengefasst, Doppelspurigkeiten entfernt und es übersichtlicher geordnet. Parallel dazu entwickelte Bio Suisse mit ihren Partnern zahlreiche Themen weiter. So unterstützt sie Forschungs- und Beratungsprojekte in den Bereichen Bioackerbau, Pflanzenzüchtung und Tierzucht oder hat in einer Arbeitsgruppe die Themen Tiergesundheit, Antibiotikareduktion und Fütterungsstrategie vertieft. Auch das Pilotprojekt «Biobetriebe weiterentwickeln» unterstützt die Betriebe bei der Bewältigung ihrer Herausforderungen. Es läuft unter der Mitwirkung des Forschungsinstituts für biologischen Landbau FiBL und der Mitgliedorganisationen Bio Aargau und Bio Nordwestschweiz. Insgesamt 100 Betriebe erhielten einen Gutschein für eine Einzelberatung und konnten aus einem breiten Beratungsangebot auswählen. Das Projekt soll aufzeigen, wie Bio Suisse künftig die Knospe-Produzenten besser in der strategischen Planung und operativen Umsetzung ihrer Arbeit unterstützen kann.


Keine gesunde Biolandwirtschaft ohne funktionierende Märkte: Deshalb trieb der Verband das für seine Produzenten wichtige Thema Markttransparenz voran. Zentrales Kommunikationselement dafür sind die Marktseiten auf www.bioaktuell.ch, die Bio Suisse regelmässig mit den neusten Marktentwicklungen aktualisiert. So können sich die Knospe-Produzenten unabhängig informieren und gegebenenfalls Massnahmen ergrei-

fen. Weil laufend neue Produzenten auf Biolandbau mit der Knospe umstellen, ist eine transparente Information besonders wichtig.


Als weiteres wichtiges Element engagierte sich Bio Suisse bei der Absatzförderung. Sie ist bei Märkten mit einem stark schwankenden Angebot oder mit Überversorgung zentral. So wurde etwa im Obstbereich der Abverkauf der Grosseernte 2011 gefördert. Zudem führte im gleichen Sektor eine konsequentere Umsetzung der Bio Suisse Importpolitik zu grösseren Verarbeitungsmengen von Schweizer Produkten. Auch im Milchsektor kurbelten Absatzförderungsmassnahmen den Konsum an. Sie konnten aber die durch die gestiegenen Produzentenpreise ausgelösten zusätzlichen Produktionsmengen nicht auffangen, sodass ein Teil in Form von Butter erst eingelagert

«Ackerbau, Pflanzenzüchtung, Tierzucht, Antibiotikareduktion, Fütterungsstrategie – Entwicklung auf vielen Ebenen.»

und dann zu konventioneller Ware deklassiert wurde. Anderswo stützte der Verband die Suche nach neuen Produzenten, etwa beim Brot- und Futtergetreide; dort konnte die Branche trotz steigenden Konsums den Inlandanteil leicht ausbauen. Ebenfalls im Einklang mit der Nachfrage wuchs die Eierproduktion. Bereits über 100 Millionen Bioeier verlassen jährlich die Knospe-Betriebe. Verbandsintern bereitete Bio Suisse neue Strukturen für die Betreuung des Fleisch- und Getreidemarkts vor. Bio Suisse übernimmt die Aktivitäten des Bio Pools für Fleisch, die Minderheitsaktionäre – die Fleischhändler – verkaufen ihre Anteile an Bio Suisse.

A man in a blue t-shirt and grey trousers is working in a lush green field. He is holding several long, thin, reddish-brown wooden stakes. In the background, a herd of black cows is grazing in a field enclosed by a wire fence. A large, leafy tree is on the left side of the frame. In the foreground, a wheelbarrow is partially visible, containing more of the wooden stakes. A spool of blue twine is also visible on the ground near the wheelbarrow.

**«Fleisch hauptsächlich aus
Gras und Heu.
So wollen es
die Richtlinien.»**



**«Die Lizenznehmer
verarbeiten
schonend und
hochwertig.»**

Heinz Schärer von der Metzgerei Schärer & Julmy in Schwarzenburg BE
wurde 2012 für seine Knospe-Würste mit der Gourmet-Knospe ausgezeichnet.

Bio Suisse unterstützt Verarbeiter in ihrer Entwicklung.

Einen bedeutenden Teil zum Erfolg der Knospe-Produkte tragen die über 800 Lizenznehmer bei. Sie verarbeiten Knospe-Lebensmittel schonend, verzichten auf unnötige Verarbeitungsschritte, sorgen dafür, dass die Produkte «wahrhaftig» bleiben, und achten auf ökologische Verpackungen.

Bei der Knospe hat schonende Verarbeitung Vorrang. Die Qualität der Rohstoffe soll vom Feld bis auf den Teller bestmöglich erhalten bleiben. Dies wirkt sich auch auf den Geschmack aus. Zahlreiche Verarbeitungsmethoden sind ausgeschlossen, so etwa die chemische Verarbeitung, die Bestrahlung oder die Mikrowellenbehandlung. Auch unnötige Verarbeitungsschritte sind in den Bio Suisse Richtlinien verboten. So gibt es

**«Lizenznehmer sollen
sich freiwillig
Richtung Nachhaltigkeit
entwickeln.»**

bei der Knospe keine Fruchtsäfte aus rückverdünntem Konzentrat. Und während die konventionelle Lebensmittelproduktion über 300 Zusatzstoffe verwendet, erlaubt Bio Suisse nur deren 30 und auch das nicht generell, sondern produktspezifisch und wenn immer möglich in biologischer Qualität.

Und schliesslich müssen Verarbeitung, Aufmachung und Beschreibungen auf der Verpackung den Anspruch der Wahrhaftigkeit erfüllen – sie dürfen die Konsumenten nicht täuschen. Auch hier sind die Knospe-Richtlinien strenger als die Bio-Richtlinien des Bundes. So stammt die rote Farbe im Knospe-Erdbeerjoghurt ausschliesslich aus Erdbeeren und nicht von färbenden Zutat. Selbst «natürliche» Aromen sind bei der Knospe tabu.

Um die Verarbeitungsbetriebe auf diesem anspruchsvollen Weg zu unterstützen, hat ihnen Bio Suisse im Jahr 2012 verschiedene Hilfestellungen geboten, so etwa beim Thema Ver-

packung. Ist das Biojoghurt im Glas oder in Polystyrol am besten verpackt? Die Antwort auf diese Frage ist nicht so einfach, wie sie auf den ersten Blick scheint. Gemäss Bio Suisse Richtlinien müssen Verpackungen einen optimalen Produktschutz bieten und die Umweltbelastung tief halten. Wo es sinnvoll ist, sind Mehrwegsysteme vorzusehen. Im Auftrag von Bio Suisse hat das Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL die Produktverpackungen von Milch, Käse, Joghurt, Getränken, Obst- und Gemüse sowie Zwieback anhand der Verpackungsleitsätze von Bio Suisse analysiert, Vor- und Nachteile der individuellen Verpackungslösungen aufgezeigt und bewertet. Ein entsprechender Bericht und die neuen «Best Practice»-Merkblätter von Bio Suisse unterstützen nun die Lebensmittelhersteller in der Wahl der ökologischsten Verpackung. Um den Zusatzaufwand bei der Knospe-Verarbeitung im Markt in Wert zu setzen, braucht es Kommunikationsmassnahmen. Zusätzlich zu ihrer Werbekampagne stärkte Bio Suisse deshalb die Gourmet-Knospe Qualitätsprämierung: Ein separater Anlass für die Preisverleihung und zusätzliche Kommunikationsmassnahmen sorgten für einen noch höheren Beachtungsgrad in der Branche und bei den Kernkonsumenten.

Mit einem neuen Nachhaltigkeits-Kriterienkatalog stützt Bio Suisse ihre Lizenznehmer zudem dabei, sich freiwillig und individuell in Richtung mehr Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln. Die Lizenznehmer können mithilfe des Onlinekatalogs auf www.bio-suisse.ch selber einschätzen, wie gut sie verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit erfüllen. Dadurch haben sie die Möglichkeit, Schwachstellen zu erkennen und ein Konzept für nachhaltige Entwicklung für ihren Betrieb zu erstellen. Der Katalog schlägt ihnen Massnahmen vor und bietet weiterführende Informationen.

Vertrauen in die Knospe ist das wichtigste Kapital.

Der Biomarkt verzeichnet weiter erfreuliche Wachstumszahlen: Im Jahr 2012 legte er um 5,3% auf 1,83 Milliarden Franken zu. Um das Vertrauen in den Handel zu stärken, verfeinert Bio Suisse die risikobasierten Kontrollen.

Zu Beginn des Jahres 2012 sorgte der Biomarkt für ein Hoch und ein Tief zugleich. Einerseits meldete der Handel erfreuliche Wachstumszahlen. Noch nie hatten die Schweizer Konsumenten so viele Bioprodukte gekauft. Andererseits wurde die Biobranche Opfer von organisierter Kriminalität. Als im Dezember 2011 der Betrugsfall um die italienische Handelsfirma Sunny Land bekannt wurde, hat Bio Suisse alle noch am Lager stehende Sunny-Land-Ware vorsorglich gesperrt. Zusammen mit bio.inspecta musste sie in langwieriger Überzeugungsarbeit bei den italienischen Behörden Unterlagen beschaffen und in «Cross Checks» mit den Angaben der Lieferanten und Abnehmer abgleichen. Ein Warenposten von 643 Tonnen bereits verfüttertem Mais erwies sich als verdächtig. Der angegebene Lieferant hatte Sunny Land nie direkt mit Futtermais beliefert. In der Folge hat Bio Suisse alle noch gesperrte Sunny-Land-Ware von der Knospe-Vermarktung ausgeschlossen. Mittelfristig setzt sich der Verband international für eine besser funktionierende Kommunikation zwischen Kontroll- und Aufsichtsbehörden im Biosektor ein und verfeinert die Risiko-beurteilung von Betrieben, Produkten und Märkten. Kritische Betriebe sollen noch stärker kontrolliert werden.

Erfreulicherweise schliessen Markt und Konsumenten von einem schwarzen Schaf nicht gleich auf die ganze Branche. Die Zahlen für 2012 zeigen: Der Biomarkt wächst weiter. Sowohl Coop mit einem Plus von 4,8 Prozent als auch Migros mit einem Plus von 8,5 Prozent konnten ihren Umsatz mit Bioprodukten steigern. Die Detailhändler unterstützten dabei Bio Suisse auch bei der Integration von Umstellbetrieben, indem sie Umstellprodukte einführten wie zum Beispiel aus Schweinefleisch oder im Brotbereich. Bemerkenswert war im Jahr 2012 auch der Markteinstieg des deutschen Biofachhändlers Alnatura, der mit Migros ein erstes Biofachgeschäft eröffnete. In diesem dynamischen Umfeld wusste sich auch die Knospe

als Marke zu behaupten. Insgesamt verzeichnete der Markt ein Umsatzwachstum von 5,3 Prozent auf neu 1,83 Mrd. Franken. Der Bioanteil am gesamten Lebensmittelmarkt beträgt 6,3 Prozent und ist damit definitiv über die Nische hinausgewachsen. Beachtlich ist die Zunahme beim Biofleisch und -fisch, welche mit 13,8% Wachstum alle anderen Produktgruppen hinter sich liessen. Ihr Marktanteil ist mit 4,4% zwar immer noch auf einem vergleichsweise tiefen Niveau, aber mit 186 Mio. Franken Umsatz bilden sie gleichauf mit Milchprodukten die grösste Warengruppe.

Entwicklung Biomarkt Schweiz: Umsatz in Mio. CHF

Total Biomarkt (inkl. Discounter)



Als Fortsetzung der «Helden der Natur» präsentierte Bio Suisse im Herbst ihre neue Werbekampagne mit einem Werbespot. Mit starkem Einbezug der Produzenten zeigt er auf eine emotionale und fachlich fundierte Art die Stärken der Knospe und die Philosophie der Biobauernfamilien. Gleichzeitig stärkt Bio Suisse die Positionierung Geschmack durch eine neue Rezeptplattform und die Präsenz in Le Menu.

Einen weiteren Schwerpunkt legt der Verband auf die Förderung der regionalen Märkte. Dabei sorgen die Biobauernfamilien für einen direkten und überzeugenden Kontakt zu den Konsumenten und vermitteln so die Werte der Knospe. Bio Suisse unterstützt sie auch hier kommunikativ.



**«Biofachgeschäfte
sind wichtig für
Verarbeiter und
Konsumenten.»**

**Grund Nr. 3:
Kurze
Transportwege**



Ökologische und kurze Transportwege sind für die Schweizer Marken (Hersteller und Bio-Händler) ein Selbstverständnis. Denn das Gute liegt meist nah.

Aus gutem Grund.

Dukagjin Neza kauft im Bioladen Lola in Bern Knospe-Produkte aus der Region ein.

Bilanz auf den 31. Dezember 2012 mit Vorjahresvergleich

	2012	2011
	Total CHF	Total CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	3 480 071.54	2 948 148.78
Forderungen	372 824.82	996 004.30
Vorräte	1.00	1.00
Transitorische Aktiven	1 181 157.60	687 862.85
Total Umlaufvermögen	5 034 054.96	4 632 016.93
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	2 876 630.13	2 391 206.38
Beteiligungen	30 002.00	1.00
Mobilien, EDV-Einrichtungen	2.00	2.00
Total Anlagevermögen	2 906 634.13	2 391 209.38
Total Aktiven	7 940 689.09	7 023 226.31
Passiven		
Fremdkapital		
Kurzfristiges Fremdkapital (FK)	1 417 110.48	1 048 108.10
FK kurz, zweckgebundene Mittel, Fonds	672 234.06	826 931.68
Nicht verwendeter Überschuss 2009	506 573.05	512 065.75
Transitorische Passiven	1 201 622.35	1 203 454.50
Kurzfristige Rückstellungen	1 216 100.00	516 100.00
Langfristige Rückstellungen	630 000.00	715 000.00
Reserven	40 000.00	10 000.00
Total Fremdkapital	5 683 639.94	4 831 660.03
Eigenkapital	2 191 566.28	2 172 824.00
Total Passiven	7 875 206.22	7 004 484.03
Einnahmeüberschuss	65 482.87	18 742.28

Erfolgsrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2012 mit Vorjahresvergleich

	Total CHF	Total CHF
Ertrag		
Materialverkauf	1 57 610.15	133 728.30
Jahresbeiträge Produzenten inkl. SMP	2 778 427.80	2 666 758.10
Bundesgelder Absatzförderung	1 363 164.70	1 227 161.00
Lizenz- und Markennutzungsgebühren	7 154 404.08	6 765 914.20
Auslandanerkennungen	45 100.00	65 190.00
Dritte, Spenden, Honorare, Verweise	31 732.60	72 004.80
Übriger Ertrag	385 933.35	409 071.05
Ertrag bioaktuell	240 329.30	0.00
Zinsertrag, Kursdifferenzen	15 109.24	23 122.80
Neutrale Rechnung (Wertschiftenerfolg)	9 249.28	-20 728.21
Ausserordentlicher Ertrag	32 095.25	20 630.00
Total Ertrag	12 213 155.75	11 362 852.04
Aufwand		
Handelswarenaufwand	479 488.01	474 221.42
Aufträge an Externe	1 785 248.81	2 066 540.37
Personalaufwand	4 577 710.85	4 278 283.61
Externe Kosten	839 611.40	854 442.05
Betriebsaufwand	565 697.43	754 172.00
Werbe- und Marketingaufwand	2 909 372.55	2 283 562.18
Aufwand PR und Information	131 170.16	287 282.40
Finanzaufwand (Spesen, Kursdifferenzen)	1 482.12	3 981.78
Abschreibungen	185 893.70	120 791.95
Ausserordentlicher Aufwand	545 000.00	102 000.00
Vorsteuerkürzung MWST	126 997.85	118 832.00
Total Aufwand	12 147 672.88	11 344 109.76
Einnahmeüberschuss	65 482.87	18 742.28

Finanzen.

Bio Suisse schliesst das Geschäftsjahr 2012 mit einer ausgeglichenen Rechnung ab. Es resultiert ein Einnahmeüberschuss von CHF 65 483. Die Lizenzentnahmen und Markennutzungsgebühren steigen von CHF 6,7 Mio. auf CHF 7,1 Mio. an.

Dank wachsender Bioumsätze und der steigenden Anzahl Produzenten konnte Bio Suisse gegenüber dem Vorjahr einen Ertragszuwachs von CHF 11,362 Mio. auf CHF 12,213 Mio. verbuchen. Gleichzeitig stieg der Aufwand von CHF 11,344 Mio. auf CHF 12,147 Mio. Dabei schlugen vor allem ausserordentliche Aufwände sowie Ausgaben für die Kommunikation zu Buche. Insgesamt resultierte ein Einnahmeüberschuss von CHF 65 483 Franken.

Bio Suisse investierte im Berichtsjahr CHF 2,494 Mio. in die Qualitätssicherung und die Qualitätsentwicklung, CHF 0,793 Mio. in die Geschäftsführung und die Politik, CHF 4,607 Mio. in den Markt, CHF 1,058 Mio. in Information und PR sowie CHF 0,8 Mio. in Finanzen und Administration. Der Aufwand für die Verbandsgremien sowie die Delegiertenversammlungen und Präsidentenkonferenzen betrug CHF 1,283 Mio. Für Abschreibungen, Steuern und Reservebildung wurden rund CHF 0,857 Mio. verwendet.

Mit diesen Mitteln erbrachte Bio Suisse ihre üblichen Dienstleistungen für die Knospe-Produzenten und -Lizenznehmer in den Bereichen Qualitätssicherung, Marktbearbeitung und Kommunikation. Zusätzlich flossen Mittel unter anderem in verschiedene Züchtungs-, Beratungs- und Ackerbauprojekte, aber auch in Projekte wie Klima, Förderung der Nachhaltigkeit und Biodiversität. Die Gesamtrevision der Richtlinien, das Entwicklungsthema Faire Handelsbeziehungen, die Förderung der regionalen Biomärkte sowie die Unterstützung der Mitgliedorganisationen und der Internationalen Vereinigung der ökologischen Landbaubewegungen IFOAM erhielten finanzielle Unterstützung.

CHF 45 000 wurden für den Kauf des verbliebenen Aktienanteils der Bio Pool AG und CHF 400 000 für ein Darlehen zugunsten der Bio Schwand AG aufgewendet.

Für den Umzug der Geschäftsstelle in Basel nahm Bio Suisse eine Rückstellung vor.

Organisation und Kontakte.



Vorstand Bio Suisse

Gremien von Bio Suisse

Vorstand

Urs Brändli, Goldingen SG, Präsident
 Danielle Rouiller, Cernier NE, Vizepräsidentin
 Christian Butscher, Liestal BL
 Claudia Lazzarini, Le Prese GR
 Monika Rytz, Olsberg AG
 Milo Stoecklin, Séprais JU
 Josef Stutz, Schongau LU

Kommissionen und ihre Vorsitzenden

- Geschäftsprüfungskommission,
Susanne Häfliger-Stäuble, Oberhof AG
- Markenkommission Anbau,
Andreas Bärtschi, Lützelflüh BE
- Markenkommission Verarbeitung und Handel,
Ursula Kretschmar, Gipf-Oberfrick AG
- Markenkommission Import, Paul van den Berge, Minusio TI
- Bildungskommission, Danielle Roullier, Cernier NE
- Fachkommission Ackerkulturen,
André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Fachkommission Biovin, René Güntert, Miège VS
- Fachkommission Eier/Geflügel, Peter Lüscher, Holziken AG
- Fachkommission Fleisch, vakant
- Fachkommission Gemüse, Stephan Müller, Steinmaur ZH
- Fachkommission Kräuter, Lukas Studer, Attiswil BE
- Fachkommission Milch, Urs Flammer, Zuzwil SG
- Fachkommission Obst, Hans Oppikofer, Steinebrunn TG
- Fachkommission Zierpflanzen, Bina Thürkauf, Riehen BS

Die Basis

Einflussnahme ist über viele Kanäle möglich

Bio Suisse vertritt die Interessen ihrer 5731 Knospe-Produzenten. Die Basis hat zahlreiche Möglichkeiten, den Verband umsichtig zu lenken. Die zentrale Steuerung erfolgt zweimal jährlich über die 100 Delegierten an der Delegiertenversammlung. Der Vorstand ist mit Ausnahme von Demeter-Geschäftsführer Christian Butscher mit praktizierenden Knospe-Produzentinnen und Knospe-Produzenten besetzt. 14 Kommissionen und 32 Mitgliedorganisationen sowie verschiedene Projektgruppen sind in den Prozess der Einflussnahme und des Informationsaustauschs eingebunden. Im Herbst 2012 sammelten und bewerteten Bio Suisse Delegierte und Gäste künftige Entwicklungsthemen mittels eines Zukunftscafés.

Die Geschäftsstelle

In Basel an eine neue Adresse gezügelt

Mitte März 2013 zügelte die Geschäftsstelle von Bio Suisse in Basel an die Peter Merian-Strasse 34. Der Umzug war nötig geworden, weil der Besitzer des bisherigen Standorts von Bio Suisse das Haus an der Margarethenstrasse 87 einer Totalsanierung unterzieht. Der neue Standort befindet sich verkehrstechnisch ideal in Bahnhofsnähe. Am 1. Januar 2013 zählte die Geschäftsstelle 48 Mitarbeitende und umgerechnet 37 Vollzeitstellen.

Wichtige Kontakte

So erreichen Sie uns

- Geschäftsführer: Daniel Bärtschi*
- Stv. Geschäftsführerin und Leitung Abteilung Finanzen und Personal: Doris Schwarzenbach*
- Leitung Abteilung Information und PR: Stephan Jaun*
- Leitung Abteilung Qualitätssicherung und -entwicklung: Hans Ramseier*
- Leitung Abteilung Marketing: Jürg Schenkel*
- Politik: Martin Bossard
- Medien: Sabine Lubow
- Verband: Christian Vögeli

* Mitglied der Geschäftsleitung

Diesen Jahresbericht und viele weitere Informationen zu Bio Suisse finden Sie unter www.bio-suisse.ch → Über uns → Zahlen & Fakten

Impressum:

Fotos: Marion Nitsch, Gestaltung: Marc Siegenthaler

Realisation: Information und PR, Bio Suisse

