

BIO SUISSE JAHRESMEDIENKONFERENZ VOM 4. APRIL 2017

A – Betriebszählung nach Anzahl Betrieben und Flächen im Jahr 2016

Die Zahl der Knospe-Betriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein nimmt weiter zu: 2016 arbeiteten 6144 Produzenten nach den Richtlinien von Bio Suisse – das sind 113 mehr als 2015. Entsprechend zugenommen hat die biologisch bewirtschaftete Landwirtschaftsfläche, rund 3000 Hektar mehr waren es im letzten Jahr. Damit beträgt die Biofläche 13,4 Prozent der gesamten landwirtschaftlichen Nutzfläche.

Abb. 1	Biobetriebe am Total der Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein	2
Abb. 2	Anzahl der Biobetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein 2004 bis 2016	3
Abb. 3	Entwicklung der biologischen Nutzfläche in 1000 ha	4
Abb. 4	Prozentanteil der biologisch bewirtschafteten Fläche am Total der Landwirtschaftlichen Nutzfläche (LN)	5

B – Umsatz Bioprodukte im Mehrjahresvergleich und nach Verteilkanal

Im Biomarkt hält die positive Entwicklung der letzten Jahre an. Mit einem Gesamtumsatz von 2,505 Milliarden Franken und einem Wachstum von 7,8 Prozent steigerte sich der Marktanteil von Bioprodukten im Vergleich zum Vorjahr von 7,7 auf 8,4 Prozent. Das Biosegment legte insbesondere bei den Grossverteilern zu.

Abb. 5	Biomarkt Schweiz 2011 bis 2016: Gesamtumsatz in Millionen Franken	6
Abb. 6	Biomarkt Schweiz 2011 bis 2016: Entwicklung bei den verschiedenen Verteilern	7
Abb. 7	Kaufhäufigkeit Bioprodukte	8
Abb. 8	Bekanntheit und Ansehen der Bio-Knospe	9
Abb. 9	Konsumation Knospe-Bioprodukte	10

C – Marktanteile ausgesuchter Bioprodukte

Alle Produktgruppen sind gewachsen und haben Marktanteile dazugewonnen. Die Frischprodukte sind wiederum das wichtigste Segment. Sie machen einen Anteil von zwei Drittel aus und erreichen einen Umsatz von 1,250 Milliarden Franken (Marktanteil 10,8%). Das erneut überdurchschnittliche Wachstum der verpackten Konsumgüter unterstreicht die zunehmende Bedeutung dieser Produkte.

Abb. 10	Werte und Marktanteile der Bioverkäufe am Food-Markt	11
Abb. 11	Entwicklung des Biomarkts in Prozent in der Schweiz	12
Abb. 12	Biomarkt Schweiz: Entwicklung Biomarkt und Bioanteile 2014–2016	13
Abb. 13	Milchprodukte: Entwicklung Biomarkt und Bioanteile 2014–2016	14, 15
Abb. 14	Früchte und Gemüse: Entwicklung Biomarkt und Bioanteile 2014–2016	16
Abb. 15	Gemüse/Kartoffeln/Salate: Entwicklung Biomarkt und Bioanteile 2014–2016	17
Abb. 16	Brot, Backwaren und Eier: Entwicklung Biomarkt und Bioanteile 2014–2016	18
Abb. 17	Fleisch und Fisch: Entwicklung Biomarkt und Bioanteile 2014–2016	19

D – Finanzen

Abb. 18	Erläuterung zur Jahresrechnung 2016 und Bilanz/ER von Bio Suisse	20, 21
---------	--	--------

ABB. 1 BIOBETRIEBE AM TOTAL DER LANDWIRTSCHAFTSBETRIEBE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

13,2 Prozent aller Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein sind Biobetriebe. 2016 produzierten 6144 Betriebe nach den Richtlinien von Bio Suisse.

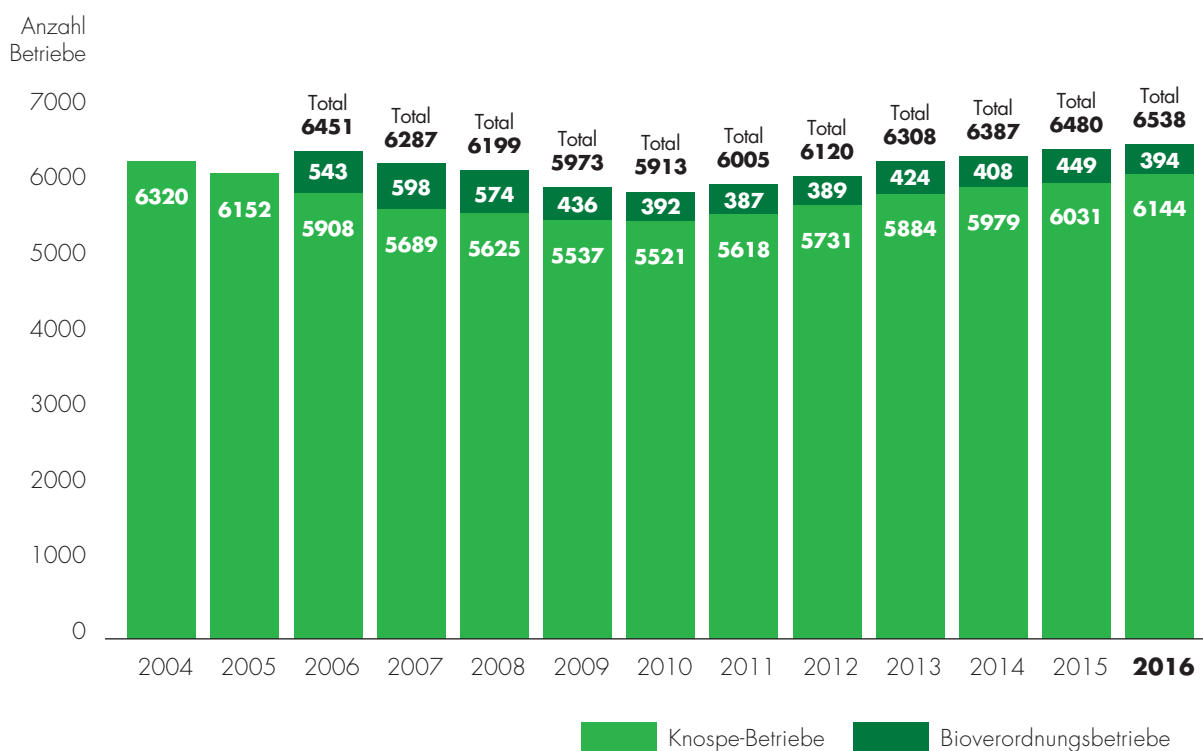
Kanton	Knospe-Betriebe 2016*	Neuanmeldungen Knospe-Betriebe 2017*	Alle Betriebe (Bio und konv.)**	Biobetriebe (Knospe und Bio-Verordnung)**	Anteil Biobetriebe in %**
GR	1 245	28	2 188	1 302	59,5 %
BE	1 165	63	10 221	1 162	11,4 %
SG	425	28	3 611	431	11,9 %
ZH	376	15	3 001	348	11,6 %
LU	353	34	4 372	336	7,7 %
TG	301	25	2 171	277	12,8 %
AG	261	23	2 633	233	8,8 %
VS	216	22	2 669	331	12,4 %
VD	212	41	3 260	204	6,3 %
OW	170	2	581	180	31,0 %
FR	169	18	2 557	154	6,0 %
SZ	157	0	1 466	163	11,1 %
BL	132	8	819	120	14,7 %
JU	131	18	955	125	13,1 %
SO	124	11	1 203	125	10,4 %
TI	123	8	753	128	17,0 %
AR	115	9	622	106	17,0 %
GL	78	4	347	80	23,1 %
NE	78	8	729	67	9,2 %
ZG	75	3	492	79	16,1 %
NW	59	6	428	69	16,1 %
UR	46	3	542	55	10,1 %
GE	32	5	259	18	6,9 %
SH	30	2	490	29	5,9 %
AI	19	1	445	23	5,2 %
BS	10	0	11	3	27,3 %
Schweiz	6 102	385	46 825	6 148	13,1 %
FL	42	1	105	42	40,0 %
TOTAL	6 144	386	46 930	6 190	13,2 %

* Quelle: Bio Suisse – inkl. Gartenbaubetriebe und nicht direktzahlungsberechtigte Knospe-Betriebe

** Quelle: Bundesamt für Landwirtschaft – nur direktzahlungsberechtigte Landwirtschaftsbetriebe 2015

ABB. 2 ANZAHL DER BIOBETRIEBE IN DER SCHWEIZ UND IM FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN VON 2004 BIS 2016

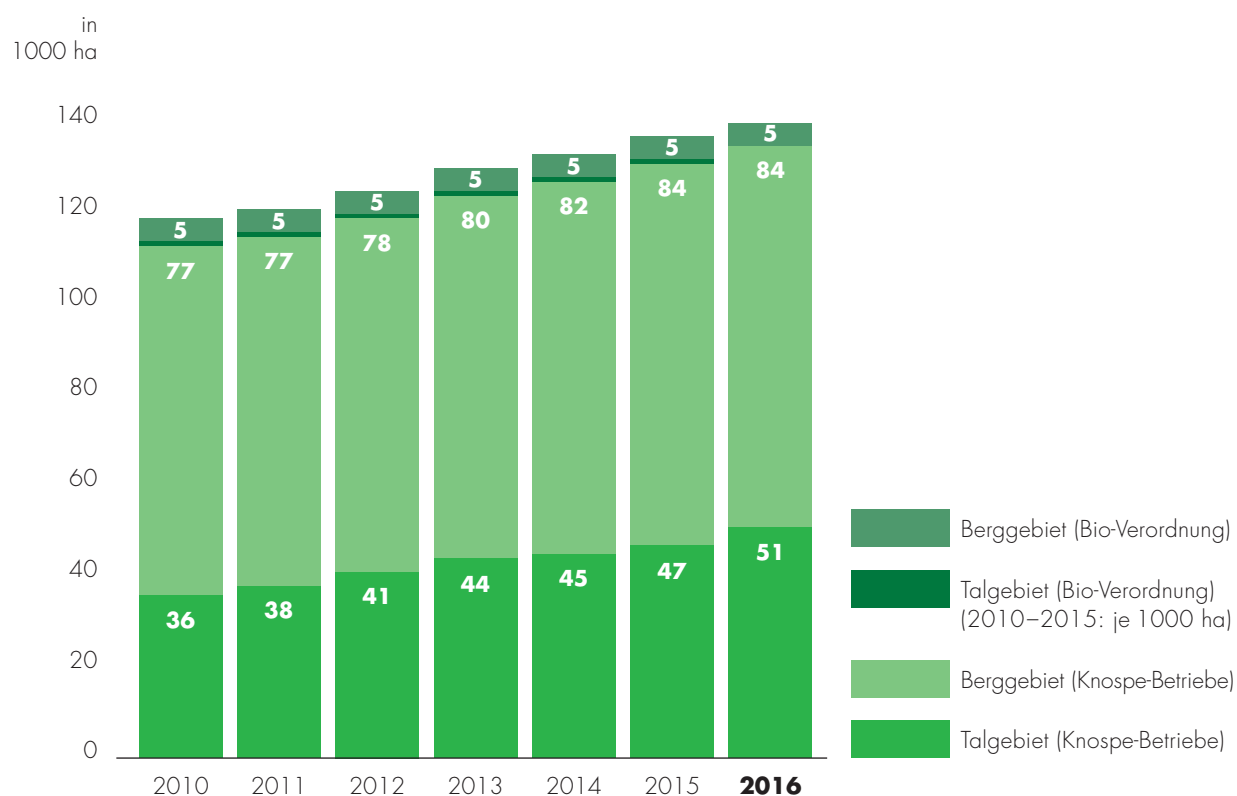
2016 sind in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein 6538 Biobetriebe registriert. 6144 davon arbeiten nach den Knospe-Richtlinien von Bio Suisse – 113 Betriebe mehr als 2015.



Quelle: Bio Suisse

ABB. 3 ENTWICKLUNG DER BIOLOGISCHEN NUTZFLÄCHE IN 1000 HA

Die biologisch bewirtschaftete Landwirtschaftsfläche hat im Jahr 2016 um 3000 Hektar zugenommen.

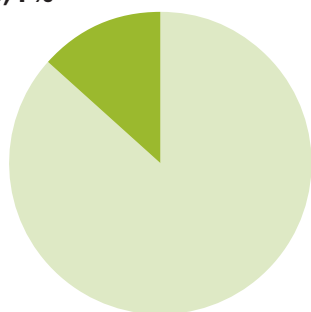


Quelle: Bio Suisse

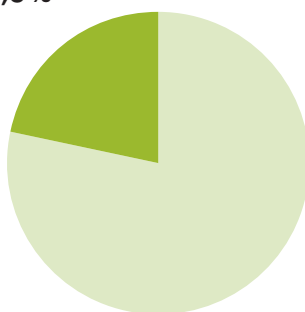
ABB. 4 PROZENTANTEIL DER BIOLOGISCH BEWIRTSCHAFTETEN FLÄCHE AM TOTAL DER LANDWIRTSCHAFTLICHEN NUTZFLÄCHE (LN)

Der Anteil der biologischen Nutzfläche hat 2016 leicht zugenommen und beträgt 13,4 Prozent. In den Bergzonen wird mehr als ein Fünftel der Fläche biologisch bewirtschaftet.

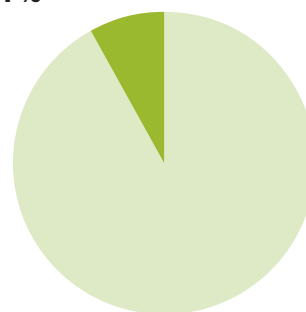
Bio-Anteil an gesamter LN
13,4%



Bio-Anteil Bergzone
21,8%



Bio-Anteil Talzone
8,1%



 Bio-Fläche

Quelle: Bio Suisse

ABB. 5 BIOMARKT SCHWEIZ 2011 BIS 2016: GESAMTUMSATZ IN MILLIONEN FRANKEN

Das Wachstum des Biomarktes 2016 beträgt 7,8 Prozent. Der Umsatz mit Bioprodukten steigt auf 2,505 Mia. CHF. Der Pro-Kopf-Konsum steigert sich auf 299 Franken.

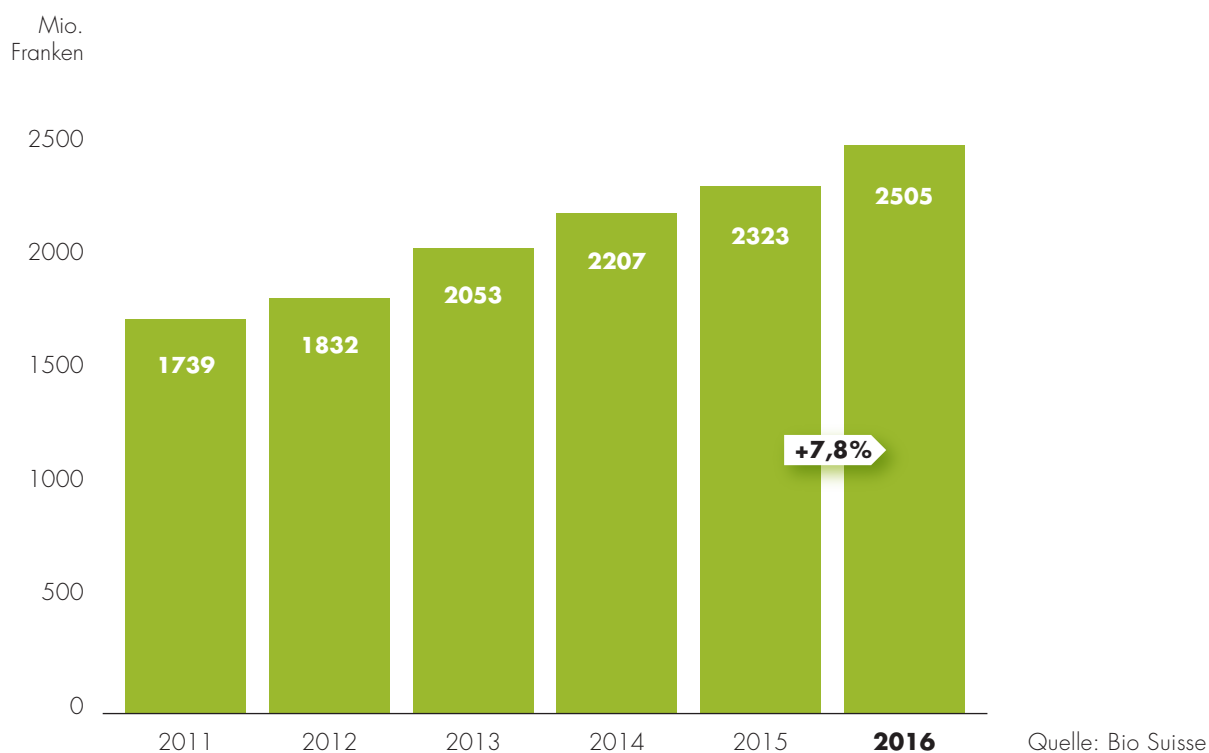


ABB. 6 DER BIOMARKT SCHWEIZ 2011 BIS 2016: ENTWICKLUNG BEI DEN VERSCHIEDENEN VERTEILERN

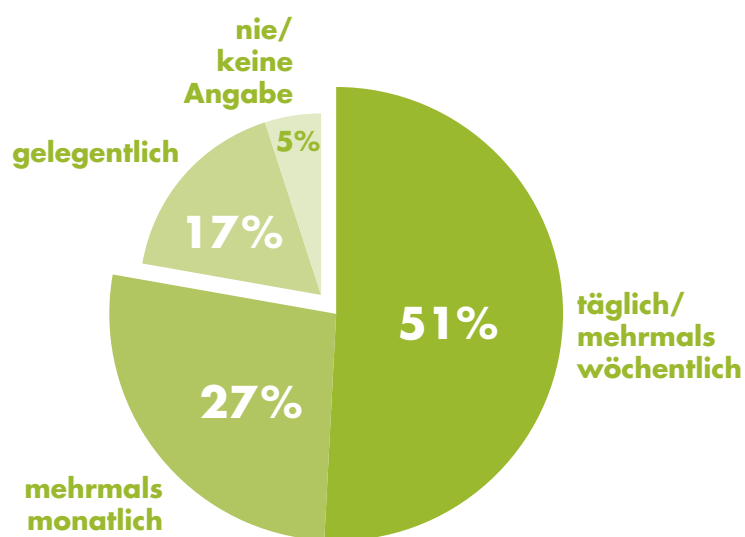
**COOP und Migros erzielten drei Viertel des Bio-Umsatzes.
Der Biofachhandel hält sich auf dem dritten Platz.**

	Umsatz 2011 in Mio. CHF	Umsatz 2012 in Mio. CHF	Umsatz 2013 in Mio. CHF	Umsatz 2014 in Mio. CHF	Umsatz 2015 in Mio. CHF	Umsatz 2016 in Mio. CHF	vs VJ in %	MA in %
COOP	830	870	1 001	1 026	1 044	1 118	+7,1%	44,6%
Migros	446	484	528	606	681	808	+18,7%	32,3%
Übriger Detailhandel	69	73	78	102	120	101	-16,2%	4,0%
Biofachhandel	229	230	259	278	279	272	-2,6%	10,9%
Warenhäuser und übrige Spezialgeschäfte	73	74	74	75	74	74	0,0%	2,9%
Direktvermarktung	92	101	113	120	124	132	+6,5%	5,3%
Total Biomarkt	1 738	1 832	2 053	2 207	2 323	2 505	+7,8%	100%

Quelle: Bio Suisse

ABB.7 KAUFHÄUFIGKEIT BIOPRODUKTE

2016 stieg die Zahl der Bio-Käufer erneut. 51 Prozent der Konsumenten kauften mehrmals pro Woche Bioprodukte und 78 Prozent der Konsumenten mehrmals pro Monat.



78% kaufen mehrmals pro Monat Bioprodukte.

Quelle: Bio Suisse

ABB.8 BEKANNTHEIT UND ANSEHEN DER BIO-KNOSPE

Die Bekanntheit der Bio-Knospe ist erneut gestiegen. Sie ist nun die zweitbekannteste Bio-Marke der Schweiz. Auch das Ansehen ist auf hohem Niveau nochmals gestiegen.

Bekanntheit:



BIO

87%

Vertrauen:



BIO

sehr vertrauenswürdig/
vertrauenswürdig:

87%

Markenattribute:

**natürlich/
umweltfreundlich**

83%



BIO

ohne Chemie

80%

garantiert Bio

87%

gesund

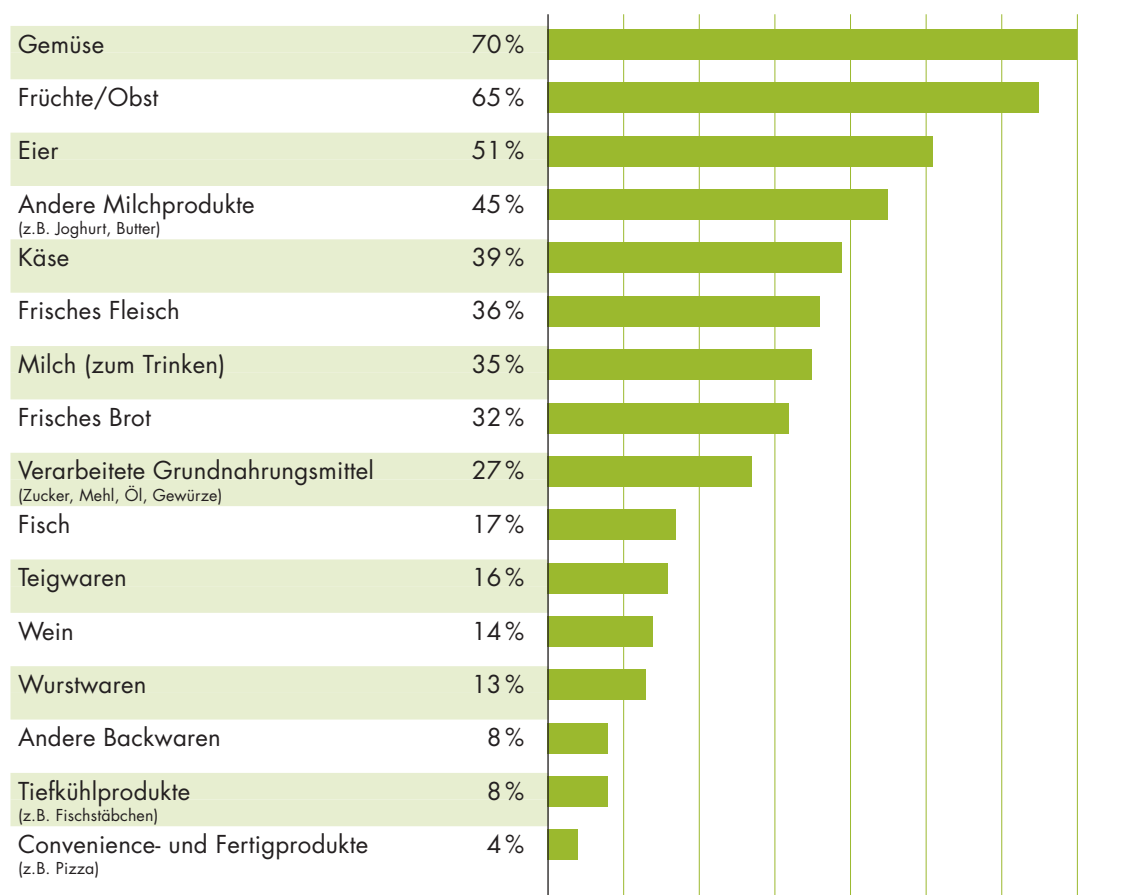
77%

nachhaltig

72%

ABB.9 KONSUMATION KNOSPE-BIOPRODUKTE

Bio-Käufer konsumieren am häufigsten Gemüse, gefolgt von Früchten/Obst und Eier.











































Quelle: Bio Suisse

ABB. 10 WERTE UND MARKTANTEILE DER BIOVERKÄUFE AM FOOD-MARKT

2016 ist der Anteil der Biolebensmittel am gesamten Lebensmittelmarkt erneut gestiegen und erreicht nun 8,4 Prozent. Die grössten Marktanteile erzielten Eier, Gemüse und Frischbrot. Der Bereich Gemüse hat das Frischbrot überholt und befindet sich zum ersten Mal auf Position Zwei.

%-Wertanteile von Bio-Verkäufen am Food-Umsatz inkl. %-Wachstum zum Vorjahr

Total Schweiz	in Mio. CHF	Anteil Bio in %		Wachstum vs VJ in %	
Gesamtwarenkorb	1 917,6	8,4%		+9,9%	
Frischprodukte	1 249,9	10,8%		+8,9%	
Vorverpackte Konsumgüter	667,7	6,0%		+11,9%	
Eier Total	76,5	25,5%		+7,7%	
Gemüse	153,6	21,2%		+17,5%	
Frischbrot	177,4	20,7%		+1,3%	
Gemüse, Salate, Kartoffeln	258,1	18,1%		+16,1%	
Salate	85,8	17,5%		+15,3%	
Früchte	194,2	12,9%		+20,4%	
Milchprodukte	226,8	12,6%		+5,2%	
Kartoffeln	18,7	12,1%		+9,1%	
Frühstück/Beilagen/Tierbedarf	204,8	11,2%		+17,0%	
Convenience (Frisch)	154,0	10,2%		+1,3%	
Haltbare Convenience	83,7	6,6%		+23,2%	
Käse Total	87,6	6,5%		+4,0%	
Fleisch und Fisch (ohne TK)	229,3	5,3%		+5,3%	
Übr. Brote & Backwaren	47,4	4,8%		+6,3%	
Tiefkühl-Kategorien	34,3	4,3%		+3,8%	
Getränke Total	94,6	3,2%		+9,5%	
Süsswaren, Salzige Snacks	48,9	2,7%		+30,0%	

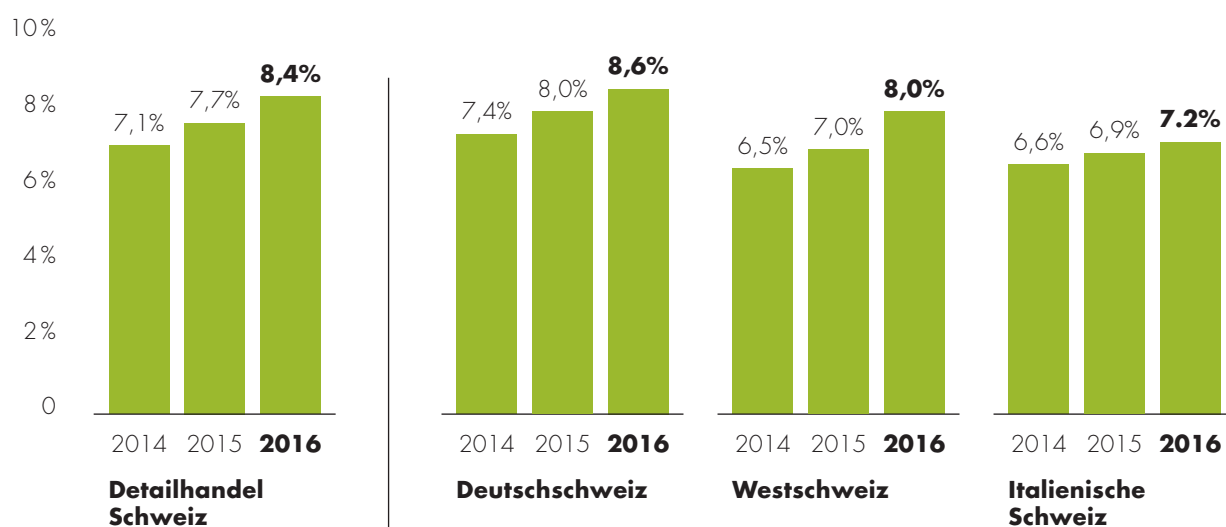
Convenience Frisch: Neu – inkl. «ready-to-cook»

Quelle: Nielsen

ABB. 11 ENTWICKLUNG DES BIOMARKTS IN PROZENT IN DER SCHWEIZ

Die Marktanteile von Bio wachsen in allen Sprachregionen weiter, wobei die Westschweiz ein überdurchschnittliches Wachstum aufweist, sowohl im Umsatz wie auch beim Marktanteil in Prozent.

Wertmässige Bio-Anteile in den Gebieten in %



Absoluter Bio-Umsatz in 1000 CHF

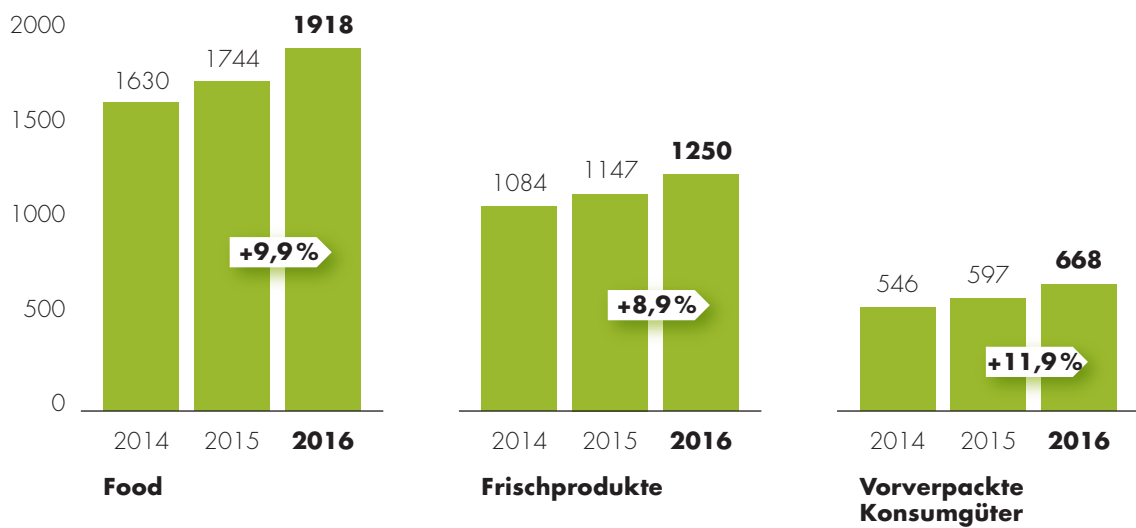
	2014	2015	2016	vs VJ in %
Detailhandel Schweiz	1 630 091	1 743 489	1 917 590	9,9%
Deutschschweiz	1 201 283	1 290 709	1 405 740	8,9%
Westschweiz	366 901	390 978	448 220	14,7%
Italienische Schweiz	61 907	61 802	63 629	2,9%

Quelle: Nielsen

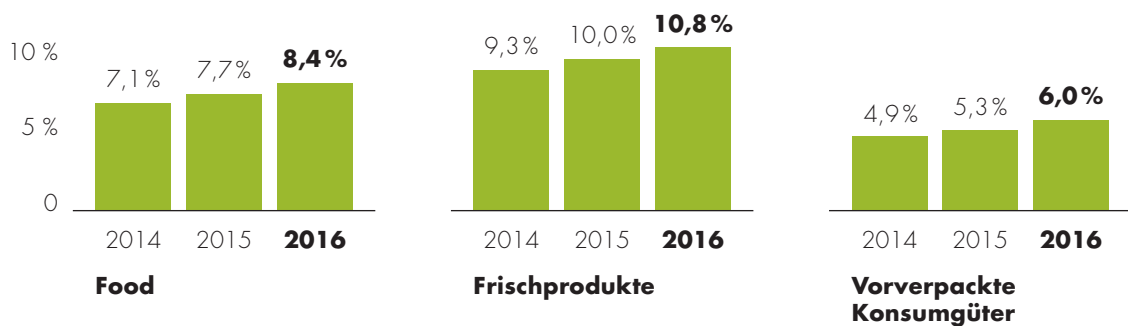
ABB.12 BIOMARKT SCHWEIZ: ENTWICKLUNG BIOMARKT UND BIOANTEILE 2014–2016

Die Frischprodukte sind nach wie vor das wichtigste Segment, mit einem Umsatz von 1,250 Mia. CHF. Das überdurchschnittliche Wachstum der vorverpackten Konsumgüter unterstreicht die zunehmende Bedeutung dieser Produkte.

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food

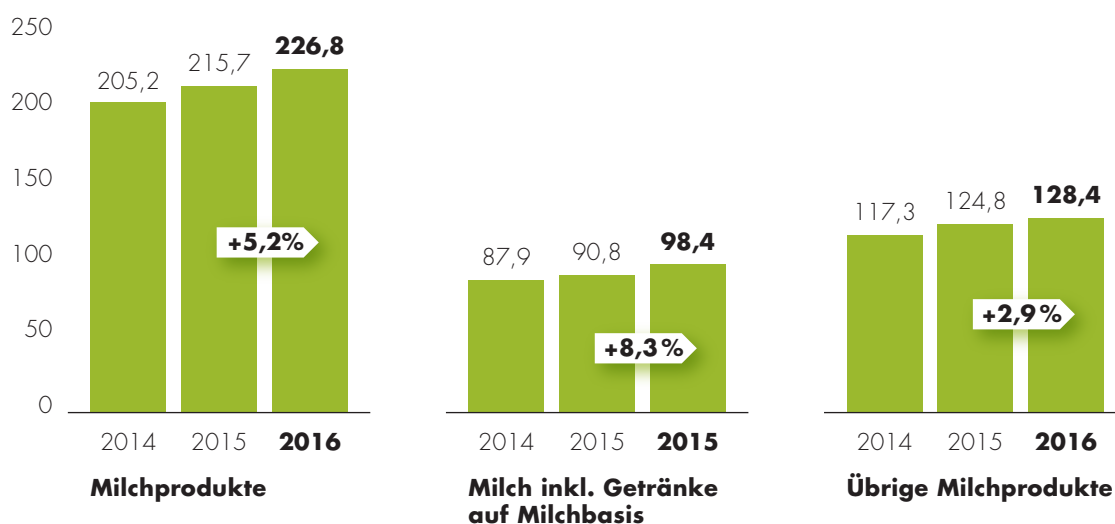


Quelle: Nielsen

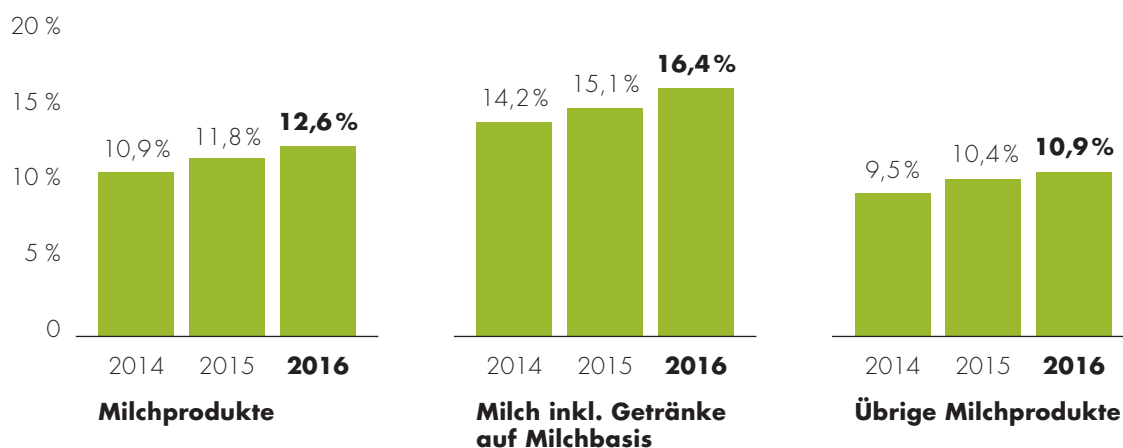
ABB.13 MILCHPRODUKTE: ENTWICKLUNG BIOMARKT UND BIOANTEILE 2014–2016

**Grösster Umsatzträger im Biomarkt sind erneut die Milchprodukte.
Zusammen mit Käse generierten sie einen Umsatz von 314,4 Mio. CHF.**

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



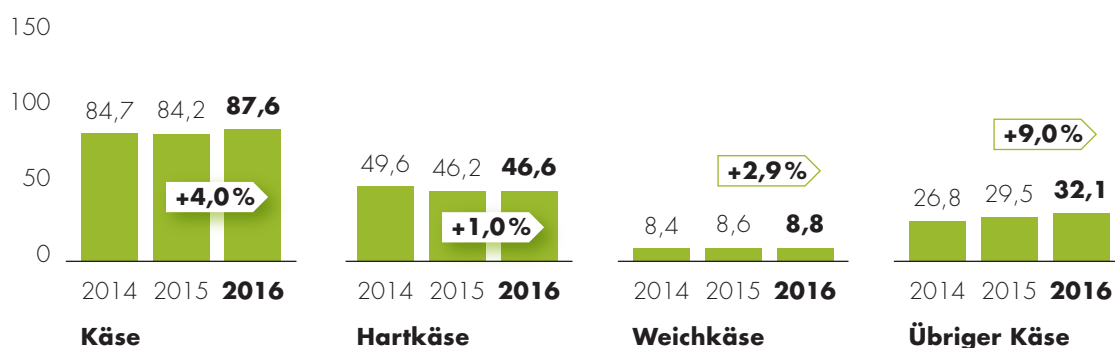
% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food



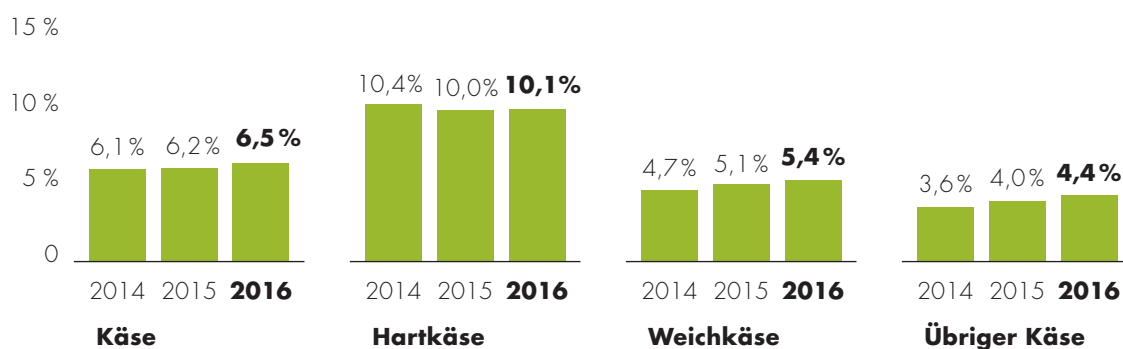
Quelle: Nielsen

Der Bereich Käse zeigt, nach einem leichten Rückgang im letzten Jahr, eine positive Entwicklung in allen Kategorien. Der Marktanteil Weichkäse nimmt seit Jahren kontinuierlich zu.

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food

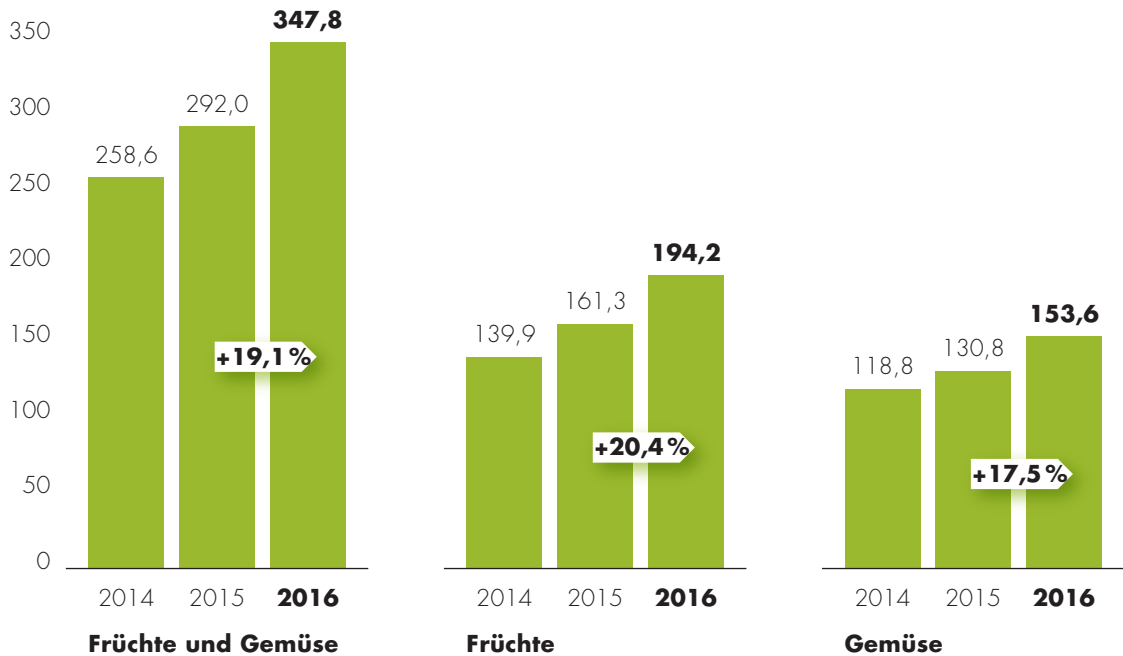


Quelle: Nielsen

ABB.14 FRÜCHTE UND GEMÜSE: ENTWICKLUNG BIOMARKT UND BIOANTEILE 2014–2016

Die Segmente Früchte und Gemüse legten wiederum stark zu. Das Bio-Früchte-Sortiment konnte 2016 eine Zunahme von 20,4 Prozent verzeichnen. Gemüse konnte den Marktanteil nochmals steigern und steht nun mit 21,2 Prozent an zweiter Stelle.

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food

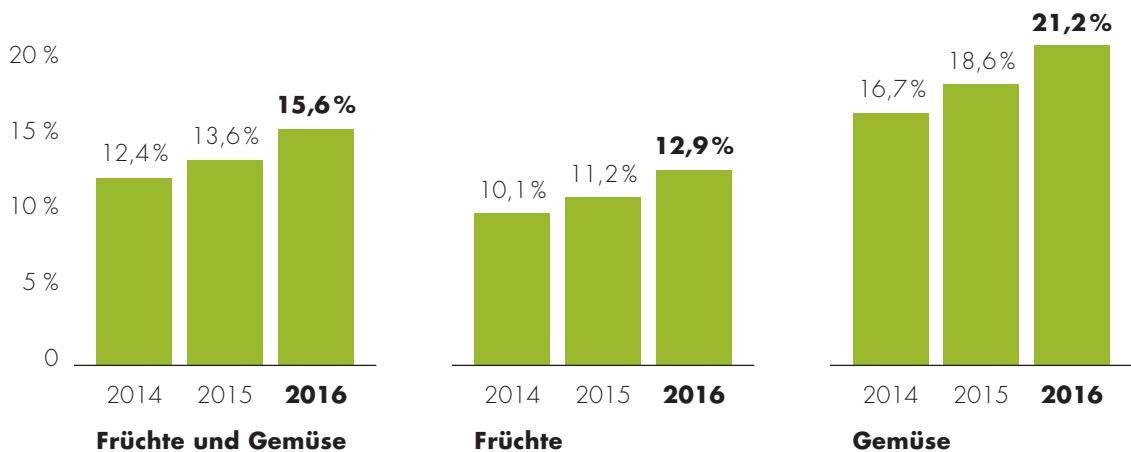
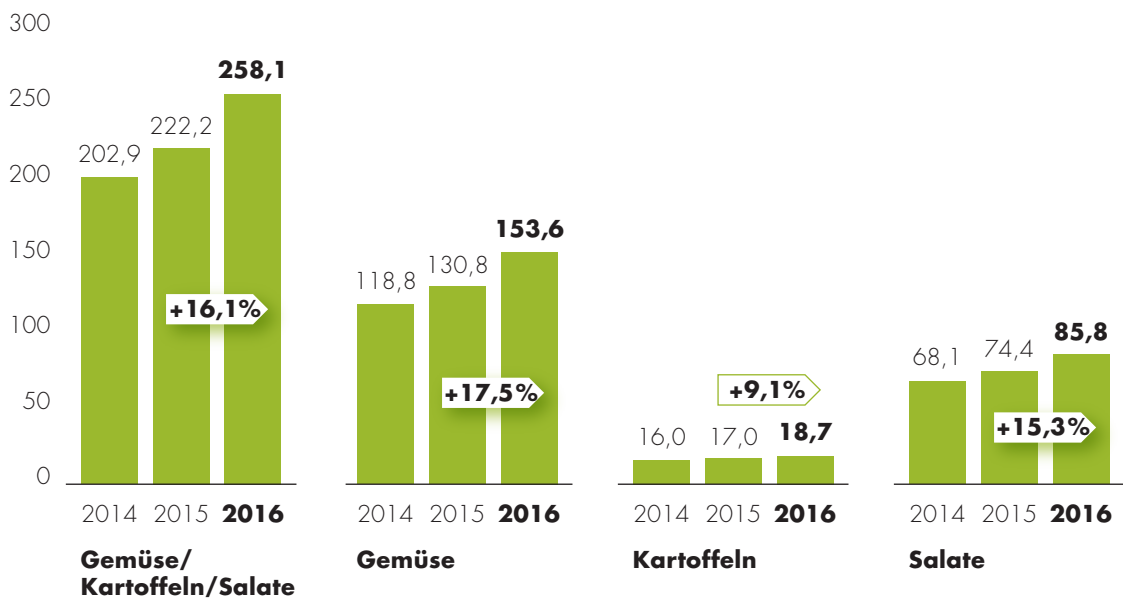


ABB.15 GEMÜSE/KARTOFFELN/SALATE: ENTWICKLUNG BIOMARKT UND BIOANTEILE 2014–2016

Gemüse, Kartoffeln und Salate sind zusammen mit einem Umsatz von 258,1 Mio. CHF das zweitgrösste Produktsegment und konnten nochmals signifikant zulegen.

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food

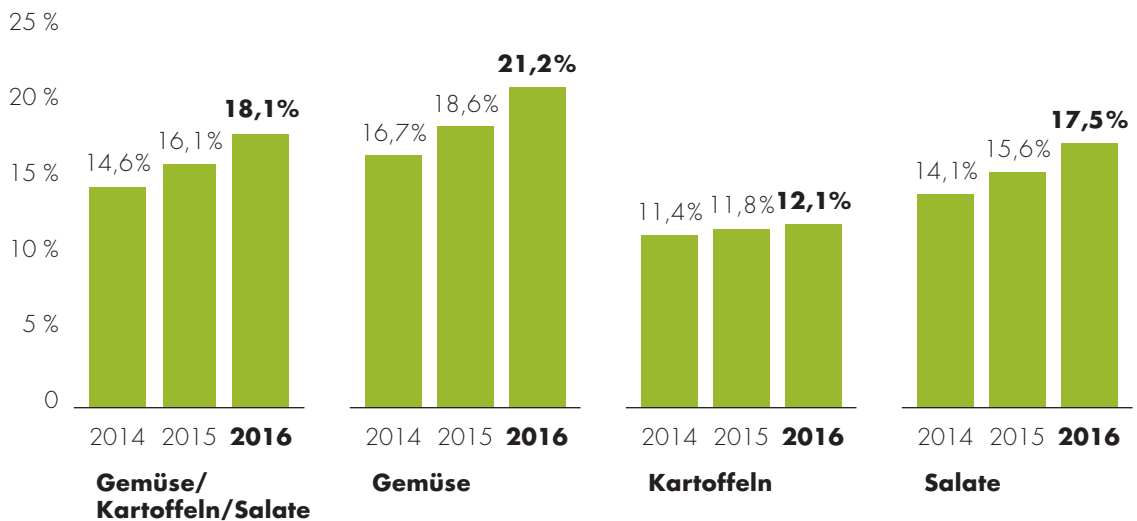
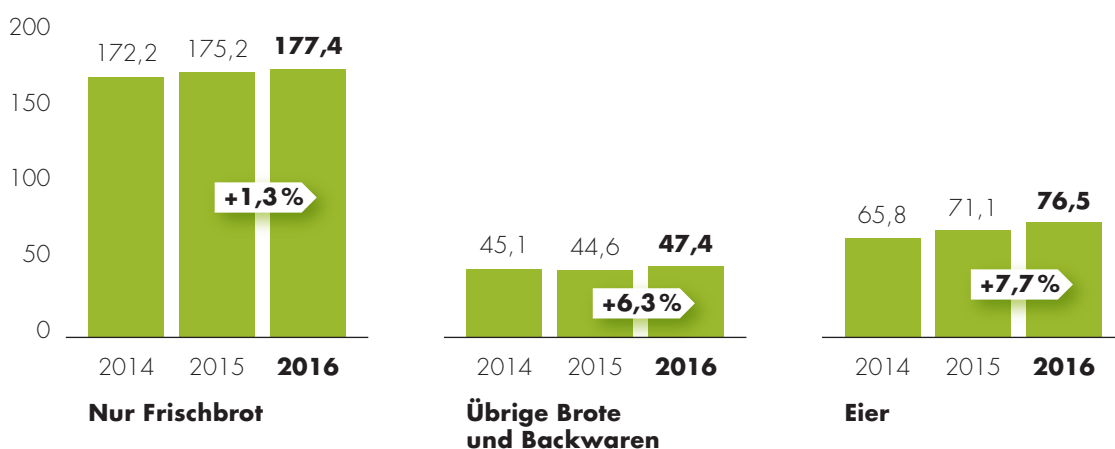


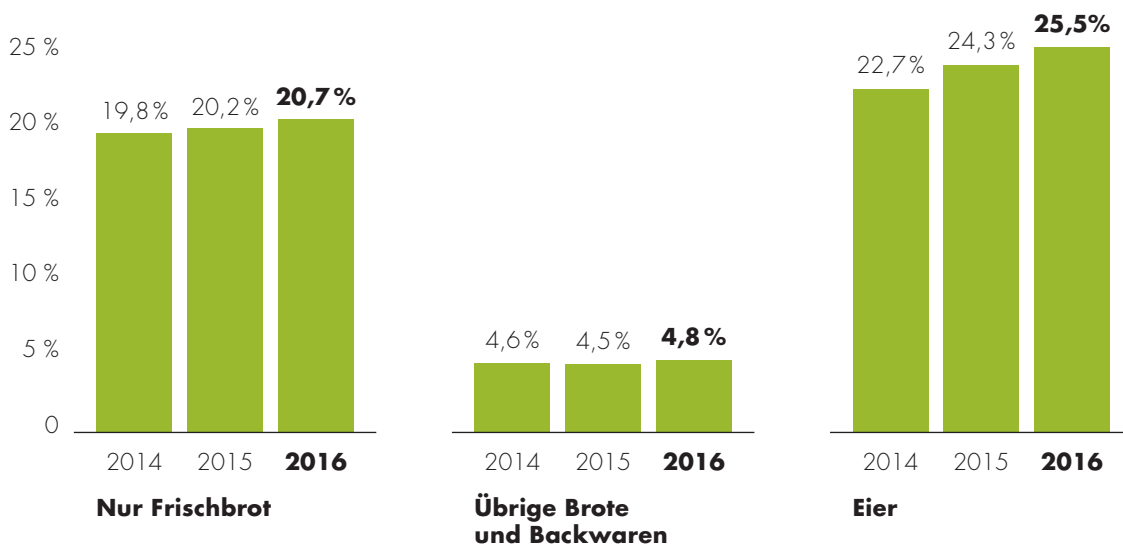
ABB.16 BROT, BACKWAREN UND EIER: ENTWICKLUNG BIOMARKT UND BIOANTEILE 2014–2016

Eier wurden weiterhin am meisten nachgefragt und erzielten einen Marktanteil von 25,5 Prozent. Frischbrot erreichte einen Umsatz von 177,4 Mio. CHF und generierte einen Marktanteil von 20,7 Prozent. Es gehört nach wie vor zu den beliebtesten Bioprodukten.

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food

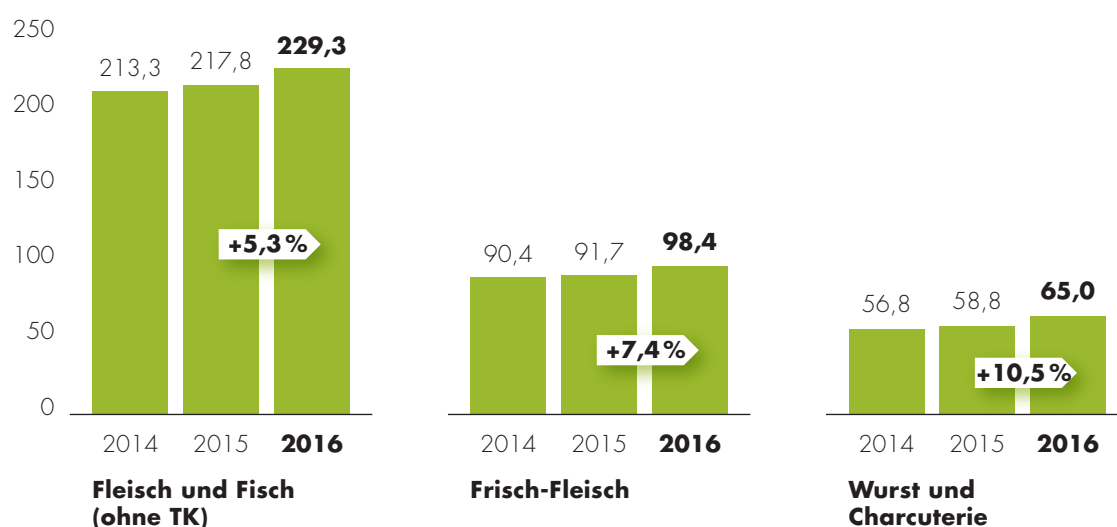


Quelle: Nielsen

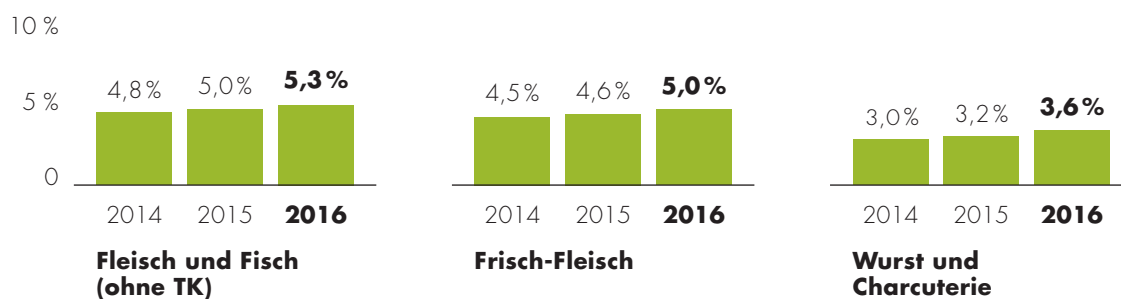
ABB.17 FLEISCH UND FISCH: ENTWICKLUNG BIOMARKT UND BIOANTEILE 2014–2016

Fleisch und Fisch wachsen seit Jahren kontinuierlich. Sie gehören mit 229,3 Mio. CHF zu den grössten Umsatzträgern im Biomarkt.

Bio-Verkäufe: Umsätze in Mio. CHF



% Bio-Wertanteile an Gesamt-Umsatz Food



Quelle: Nielsen

ABB.18 ERLÄUTERUNG ZUR JAHRESRECHNUNG 2016

Die Lizenzeinnahmen und Markennutzungsgebühren sowie die Einnahmen aus den Jahresbeiträgen von Produzenten stiegen leicht an. Der Aufwand war leicht höher als im Vorjahr. Bio Suisse schliesst das Geschäftsjahr 2016 mit einem Verlust von 277 204 Franken ab.

Im Jahr 2016 standen bei Bio Suisse Einnahmen von 14,425 Millionen Franken Ausgaben von 14,702 Millionen Franken gegenüber. Die Lizenzeinnahmen und Markennutzungsgebühren stiegen von 8,88 auf 9,048 Millionen Franken an. Die Produzentenbeiträge erhöhten sich ebenfalls leicht von 2,963 auf 3,092 Millionen Franken.

Im Vergleich zum Vorjahr war der Aufwand im Jahr 2016 mit rund 335 000 Franken mehr Ausgaben nur wenig höher.

Bio Suisse investierte im vergangenen Geschäftsjahr 200 000 Franken in die Kapitalerhöhung der Tochtergesellschaft International Certification Bio Suisse AG (ICB).

Mobilien und EDV-Einrichtungen wurden im Jahr 2016 neu gemäss den Vorgaben der eidgenössischen Steuerverwaltung bewertet. Der Unterschied zum Vorjahr rührt daher, dass Bio Suisse bisher jeweils alles voll abgeschrieben hat.

Der Wechsel der Werbeagentur hat unvorhergesehene Kosten verursacht, weshalb Bio Suisse kurzfristige Rückstellungen im 2016 aufgelöst hat. Ebenfalls wurden aus den kurzfristigen Rückstellungen wichtige IT-Projekte finanziert.

Unter Dritte, Honorare, Verweise konnte Bio Suisse im Berichtsjahr einen fast doppelt so hohen Ertrag verbuchen wie im Vorjahr. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Erträge aus Auditleistungen und Sanktionen deutlich höher ausfielen als in den vergangenen Jahren.

Ein ausserordentlicher Ertrag, wie Bio Suisse es 2015 – dank Überschusszahlungen der Krankentaggeldversicherung und der Auflösung eines nicht benötigten Anteils der Rückstellungen für die Antenne Romande – verzeichnen konnte, gab es im vergangenen Jahr nicht.

Per 31. Dezember 2016 zählte Bio Suisse 56 Mitarbeitende, einige davon mit Teilzeitpensen. Umgerechnet sind es rund 45 Vollzeitstellen. Im Jahr 2016 wurden drei neue Stellen geschaffen: eine Assistentin Leitung Finanzen, Personal, Administration mit einem Pensum von 40 %, eine Assistentin Marketing 100 % und ein Supply Chain Manager 80 %, der die Rückverfolgbarkeit von importierten Knospe-Produkten optimiert.

Im Verhältnis zu den Einnahmen lagen die Personalkosten mit 5,581 Millionen Franken im Jahr 2016 bei 39 Prozent was sich im Rahmen der Vorjahre bewegt.

Der Betriebsaufwand, der Kosten für die Infrastruktur und die Miete der Geschäftsstelle beinhaltet, fiel im Jahr 2016 etwas niedriger aus als im Jahr davor, und liegt bei rund 821 620.

Bilanz auf den 31. Dezember 2016 mit Vorjahresvergleich

	31.12.16	31.12.15
Aktiven	Total CHF	Total CHF
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	1 526 071.91	1 711 639.85
Forderungen	834 159.95	1 010 640.40
Vorräte	1.00	1.00
Transitorische Aktiven	607 736.68	894 226.15
Total Umlaufvermögen	2 967 969.54	3 616 507.40
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	3 227 474.90	3 406 692.40
Beteiligungen	200 002.00	2.00
Mobilien, EDV-Einrichtungen	38 800.00	2.00
Total Anlagevermögen	3 466 276.90	3 406 696.40
Total Aktiven	6 434 246.44	7 023 203.80
Passiven		
Fremdkapital		
Kurzfristiges Fremdkapital	1 616 297.13	1 308 812.04
FK kurz, zweckgebundene Mittel, Fonds	908 021.80	798 481.19
ProVieh	40 000.00	200 000.00
Pflanzenzüchtung	35 300.00	46 294.35
Transitorische Passiven	1 120 484.00	1 038 268.90
Kurzfristige Rückstellungen	422 050.00	1 062 050.00
Langfristige Rückstellungen	400 000.00	400 000.00
Reserven	10 000.00	10 000.00
Total Fremdkapital	4 552 152.93	4 863 906.48
Eigenkapital	2 159 297.32	2 257 049.15
Total Passiven	6 711 450.25	7 120 955.63
Ausgaben-/Einnahmenüberschuss	-277 203.81	-97 751.83

Erfolgsrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 mit Vorjahresvergleich

	Total CHF	Total CHF
Ertrag		
Materialverkauf	186 058.55	147 314.85
Jahresbeiträge Produzenten inkl. SMP	3 091 628.10	2 963 082.10
Bundesgelder Absatzförderung	1 173 134.75	1 305 815.45
Lizenz- und Markennutzungsgebühren	9 048 293.88	8 880 452.37
Dritte, Honorare, Verweise	143 693.60	73 132.20
Übriger Ertrag	546 487.14	595 219.47
Ertrag bioaktuell	227 473.00	216 007.95
Zinsertrag, Kursdifferenzen	6 066.45	9 028.93
Neutrale Rechnung	2 290.00	2 270.00
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	76 994.05
Total Ertrag	14 425 125.47	14 269 317.37
Aufwand		
Handelswarenaufwand	561 787.76	469 897.22
Aufträge an Externe	3 047 893.10	2 842 609.80
Personalaufwand	5 581 390.94	5 166 429.71
Externe Kosten	730 929.80	717 390.37
Betriebsaufwand	821 619.79	1 008 090.58
Werbe- und Marketingaufwand	3 280 241.41	3 238 875.37
Aufwand Unternehmenskommunikation	500 797.06	404 032.74
Finanzaufwand (Spesen, Kursdiff.)	1 410.87	6 951.91
Abschreibungen	21 552.80	132 064.45
Ausserordentlicher Aufwand	8 960.00	220 000.00
Vorsteuerkürzung MWST	145 745.75	160 727.05
Total Aufwand	14 702 329.28	14 367 069.20
Ausgaben-/Einnahmenüberschuss	-277 203.81	-97 751.83