



Biolandbau weiter auf Kurs

Wachstum eröffnet neue Perspektiven

Daniel Bärtschi, Geschäftsführer Bio Suisse

Die vor zwei Jahren eingeleitete Bio-Offensive ist inzwischen fester Bestandteil des Tagesgeschäfts von Bio Suisse. 2011 war erstmals seit 2004 wieder ein Zuwachs an Knospe-Betrieben zu verzeichnen. Und Anfang dieses Jahres können wir die Erfolgsgeschichte weiterschreiben: Bio Suisse steigert mit 220 Umstellungsbetrieben die Zahl der Neuanmeldungen vom Vorjahr um 27,1%. Weiterhin ist jedoch klar: Die Schweiz braucht noch mehr Biobauernfamilien, um der wachsenden Nachfrage an Inlandproduktion am Markt entsprechen zu können. Der Markt für Bioprodukte legte um 4,2% auf 1,738 Mia. CHF zu. Zum ersten Mal haben Biolebensmittel einen Marktanteil von 6% erreicht.

Bio Suisse verzeichnet auf den 1. Januar 2012 wiederum mehr Umsteller auf Biolandbau. 220 Knospe-Betriebe haben sich neu angemeldet, was im Vergleich zum Vorjahr einer Steigerung um 27,1% entspricht. Dies zeigt, dass immer mehr Schweizer Bauernfamilien die Chancen des Biolandbaus erkennen und damit auf Innovation und Zukunft setzen. Auch wenn der Zuwachs bereits zu einem steigenden Inlandanteil beim Futtergetreide führt, ist es nach wie vor von besonderer Bedeutung, weiterhin mehr Getreide und Ölsaaten in Bioqualität im Inland anzubauen.

Im Jahr 2011 arbeiteten 5618 Betriebe nach den Bio Suisse Richtlinien. Damit verzeichnet Bio Suisse erstmals seit 2004 wieder einen Zuwachs an Knospe-Betrieben. Mit den 387 Biobetrieben, die nach Bioverordnung des Bundes produzieren, übernimmt der Biolandbau insgesamt einen Anteil von rund 11% aller Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz.

Konstante Weiterentwicklung des Biomarktes bestätigt sich

Im Markt haben Knospe-Produkte nach wie vor einen hohen Stellenwert. Die Bekanntheit und das Vertrauen in die Knospe sind sehr hoch. Der gesamte Markt für Biolebensmittel wuchs weiter – entgegen dem generellen Trend bei den Lebensmittelumsätzen der Detailhändler. Erstmals haben Biolebensmittel 6% Marktanteil am Lebensmittelmarkt erreicht. Bei Frischprodukten, die über zwei Drittel des Marktes ausmachen, liegt der Marktanteil sogar bei 8%. Die führenden Produktgruppen Eier und Frischbrot erreichten sogar beachtliche Anteile von 19,2% bzw. 18,3%. Alle wichtigen Produktgruppen konnten im Jahr 2011 erneut zulegen. Früchte allerdings mussten in diesem besonders ertragreichen Jahr infolge von Preisreduktionen einen kleinen Umsatzrückgang hinnehmen, gewannen aber mit 8% dennoch Marktanteile gegenüber dem Vorjahr (7,7%).

Schweizer Landwirtschaftspolitik mitgestalten

Bio Suisse sucht gezielt nach neuen Absatzwegen und stärkt bestehende Kanäle weiter. Wir stellen auch eine wachsende Nachfrage im Ausland fest. 2011 war nicht nur für die Anzahl von Knospe-Produzenten ein Wachstumsjahr - auch die Anzahl Knospe-Lizenznehmer überschritt erstmals die 800er-Grenze.

Unsere Öffentlichkeitsarbeit haben wir intensiviert und machen in unseren eigenen Medien sowie in den Fach- und Publikumsmedien, aber auch mit Auftritten an diversen Messen und Anlässen sowie dank engagiertem Mitwirken unserer Mitgliedorganisationen auf den Biolandbau und sein Entwicklungspotenzial aufmerksam. Es ist uns ein sehr grosses Anliegen, die Zukunft der Schweizer Landwirtschaft mitzugestalten. Auf politischer Ebene arbeiten wir weiter mit an einer Qualitätsstrategie für eine ökologische und nachhaltig produzierende Schweizer Landwirtschaft und bringen unsere Position aktiv in die Diskussionen über die zukünftige Agrarpolitik ein. Die Vernehmlassung von Bio Suisse zur Agrarpolitik 2014 -2017, die aktive Mitarbeit an einzelnen parlamentarischen Vorstössen oder die vielbeachtete Befragung der Kandidierenden für die Parlamentswahlen im Herbst 2011 sind nur einige Beispiele dafür.

Motivieren statt verordnen

Während die Bio-Offensive inzwischen zum festen Bestandteil des Tagesgeschäftes geworden ist, treibt Bio Suisse neben der Verbandsarbeit in den Bereichen Beratung, Markttransparenz und Politik wichtige Projekte voran. So bieten wir Unterstützung bei der Umsetzung von Klimaschutzmassnahmen, bei der Förderung von Biodiversität und intensivieren über ein Pilotprojekt die Beratung von Einzelbetrieben. Bio Suisse verfolgt dabei vermehrt das Motto: Motivieren statt verordnen.

Durch Verbesserung der Informationen über die einzelnen Produktemärkte erhöhen wir die Markttransparenz, und Produzenten und Abnehmer können sich neutral informieren. Auch die fairen Handelsbeziehungen im Inland sind uns ein wichtiges Anliegen. Damit erstreben wir auf allen Handelsstufen mehr Transparenz, um den einzelnen Marktteilnehmern entlang der gesamten Wertschöpfungskette faire Bedingungen zu ermöglichen. Mit produktespezifischen Gesprächsrunden bieten wir den Akteuren Gelegenheit, sich offen über Interessen auszutauschen und Handlungsfelder zu definieren. Darüber hinaus zeigt sich uns auch für die Zukunft, dass gute Vernetzung und Zusammenarbeit innerhalb von Verbänden und Organisationen der Land- und Ernährungswirtschaft unabdingbar sind.