



Gesundheitstrend befeuert Bio-Umsatz

Bio-Knospe Frisch und aus der Nähe sollen die Lebensmittel sein - die Biobranche boomt vor allem dank den Grossverteilern.

VON LINA GIUSTO

Biologisch produziert und aus der Nähe sollen die Lebensmittel sein. Darauf legen Bio-Knospen-Käufer Wert. Und sie sind bereit, einiges dafür zu bezahlen: Rund 280 Franken pro Jahr gibt ein Bio-Käufer im Schnitt aus, sagte Jürg Schenkel, Marketing Leiter von Bio Suisse – dem grössten Dachverband der Biobauern und Besitzer der Bio-Knospe – gestern in Bern. Fast die Hälfte der Konsumenten würden jede Woche, mehr als 70 Prozent gar mehrmals im Monat Bioprodukte einkaufen. Damit steht die Schweiz weltweit an der Spitze. Aber nicht nur das: Bio-Konsumenten legen Wert darauf, den CO₂-Ausstoss beim Einkauf möglichst gering zu halten. Dies alles sorgt dafür, dass der Biomarkt weniger vom Frankenschock und dem Einkaufstourismus betroffen ist.

Ich lege in meinen Einkaufskorb ...

... Eier, frisches Brot und Gemüse. Frischprodukte zählten auch 2015 zu den Rennern. Mit diesen wurde insgesamt der grösste Umsatz erzielt: Über 1,1 Milliarden Franken verdienten Bio-Knospe-Verkäufer im vergangenen Jahr mit den frischen Nahrungsmitteln. Dies entspricht einem Marktanteil von 10 Prozent. Dieser Wert ist so hoch wie noch nie. Bei Eiern ist der Marktanteil

mit 24,3 Prozent am höchsten. Umsatzrenner unter den Frischprodukten bleiben jedoch auch im vergangenen Jahr Milchprodukte, Gemüse sowie Fleisch und Fisch.

Der Bioboom schlägt sich in den Umsatzzahlen von Bio Suisse nieder: 2015 stieg er um 5,2 Prozent auf 2,3 Milliarden Franken an. «Mehr als 83 Prozent der Schweizer Bevölkerung kennen die Schweizer Bio-Knospe und der Trend zur gesundheitsbewussten Ernährung hat für uns einen positiven Effekt», begründet Schenkel den Erfolg.

Dank der um drei Millionen Franken höheren Subventionen durch den Bund sind mittlerweile 6000 Betriebe mit den Knospe-Richtlinien zertifiziert.

Grossisten profitieren am meisten

Besonders stark legten 2015 die Grossverteiler Coop und Migros beim Verkauf von Knospe-Produkten zu. Coop ist nach wie vor der klare Leader: Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr auf über 1 Milliarde Franken, was einem Marktanteil von knapp 45 Prozent entspricht. Die Migros legte im Vergleich aber stärker zu: Der Umsatz stieg um über 12 Prozent auf über 680 Millionen Franken. Bio Suisse profitierte hier von der Einführung der Alnatura-Linie in den Filialen der Deutschschweiz.

Dagegen stehen die kleinen Biofachgeschäfte unter dem Druck der Grossverteiler. In diesen Geschäften stagnieren die Umsatzzahlen auf 279 Millionen Franken. «Der Biofachhandel schwächelt. Deshalb müssen wir Stärken, wie das Sortiment oder die Beratung, besser bespielen», sagt Schenkel. Er sieht in diesem Segment aber nach wie vor ungenutztes Potenzial.