

# Jahresbericht 2014.



«Wir wollen in der  
Romandie neue  
Betriebe gewinnen.»

  
BIOSUISSE

 Bringt den Geschmack zurück.



Urs Brändli, Präsident (links), und  
Daniel Bärtschi, Geschäftsführer von Bio Suisse,  
am Empfang der Geschäftsstelle in Basel.

# Wir wollen eine nachhaltige Entwicklung des Biolandbaus.

**Für unser Projekt für faire Handelsbeziehungen erhielten wir im Jahr 2014 einen internationalen Preis, den Organic Farming Innovation Award. Das bestärkt uns im Engagement und in der Schaffung guter Strukturen für gute Erzeugerpreise.**

«Wir setzen uns für faire Erzeugerpreise für alle ein», sagt das Leitbild von Bio Suisse. Diesen klaren Auftrag in die Tat umzusetzen, ist eine der grössten Herausforderungen unserer Organisation. Agrarmärkte sind oft gesättigt und eigentliche Verdrängungsmärkte, auf denen Produkte sich nur über den Preis verkaufen lassen. Auch die Struktur der Agrarmärkte spricht nicht unbedingt für die Bauern: Vielen bäuerlichen Betrieben auf der Angebotsseite stehen wenige Handelsbetriebe auf der Nachfrageseite gegenüber. Unter Ökonomen ist deshalb unbestritten: Die Landwirtschaft ist bezüglich Preisbildung am kürzeren Hebel.

Bio Suisse geht diese Herausforderung auf mehreren Ebenen an. Erstens schaffen wir Transparenz: Mit aktuellen Informationen über Angebot, Nachfrage und Preise zeigen wir auf, wo es sich lohnt, in den Markt einzusteigen, und wo nicht. Zweitens fördern wir die Nachfrage: Bio Suisse investiert mehrere Millionen Franken jährlich in Kommunikationsmassnahmen und Absatzförderungsmassnahmen und fördert damit die Bekanntheit und das gute Image der Knospe. Drittens setzen wir uns für einen fairen Preisbildungsprozess ein. Dazu hat Bio Suisse auch im Jahr 2014 das Projekt «Faire Handelsbeziehungen» weiter umgesetzt: Zum im Jahr 2012 verabschiedeten Verhaltenskodex, den regelmässigen Stakeholder-Diskussionen am runden Tisch und den Umfragen zu Fairness und Zufriedenheit unter den Knospe-Produzenten und Lizenznehmern kam im Frühjahr 2014 eine Ombudsperson für faire Handelsbeziehungen hinzu. Das Projekt «Faire Handelsbeziehungen» stösst auch international auf Resonanz. Bio Suisse erhielt dafür am IFOAM-Weltkongress in Istanbul den mit 10'000 US-Dollar dotierten Organic Farming Innovation Award. Das Preisgeld haben wir in der Folge auf 20'000 Franken verdoppelt und unterstützten damit ein internationa-

**«Nachhaltigkeit heisst auch: Gute Erzeugerpreise zu erreichen.»**

les Projekt der IFOAM Academy zur biospezifischen Ausbildung von innovativen Führungskräften.

Um solche Projekte erfolgreich umsetzen zu können, braucht es auch innerhalb des Verbandes zeitgemässe Strukturen. Die Delegierten legten im November mit der Gesamtrevision der Statuten die Grundlage zu wichtigen Anpassungen: Drei neue Fachgremien, ein Qualitätsgremium, ein Wissensgremium und ein Marktgremium, sollen künftig verschiedene Aufgaben vom Vorstand übernehmen, damit sich dieser verstärkt auf die strategische Arbeit konzentrieren kann. Die neun bisherigen Fachkommissionen werden in Fachgruppen umgewandelt und näher ans operative Geschäft gebracht. Künftig werden sie stärker mit den Agrarmarktspezialisten der Geschäftsstelle zusammenarbeiten. Damit war 2014 ein wichtiger Meilenstein im schon länger dauernden Reorganisationsprozess erreicht.

Dies war im Jahr 2014 nicht die einzige strukturelle Änderung. Vorstand und Geschäftsstelle beschlossen, künftig mit einer Antenne romande, einer Aussenstelle speziell für die Westschweiz, die Bedürfnisse der Westschweizer Landwirtschaftsbetriebe besser abzudecken. So erhoffen wir uns, langfristig in der Romandie neue Biobauern und Verarbeiter zu gewinnen und auch hier die Biolandwirtschaft nachhaltig zu entwickeln. Und schliesslich war 2014 auch das Jahr, in dem sich unsere Tochterfirma ICB intensiv auf die bevorstehende Akkreditierung als Zertifizierungsstelle vorbereitete und so einen wichtigen Schritt in der Qualitätssicherung bei den Importen machte.

Wir sind allen dankbar, die sich im Jahr 2014 für diese und die vielen weiteren Ziele von Bio Suisse engagiert haben. Zusammen können wir den vielfältigen Herausforderungen gerecht werden und uns für Mensch, Tier und Umwelt engagieren.

Wir sind allen dankbar, die sich im Jahr 2014 für diese und die vielen weiteren Ziele von Bio Suisse engagiert haben. Zusammen können wir den vielfältigen Herausforderungen gerecht werden und uns für Mensch, Tier und Umwelt engagieren.



Urs Brändli, Präsident



Daniel Bärtschi, Geschäftsführer

## Ganzheitlich- keit.

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. So gibt es etwa Knospe-Salatöl nur kaltgepresst. Aromazusätze sind tabu. Der wahrhaftige Geschmack ist ein Markenzeichen von Knospe-Produkten.

## Biodiversität.

Biobetriebe stehen für Artenvielfalt. In Hecken, Asthaufen, auf Ökoflächen oder Hochstammbäumen 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.



Ein Biosalat ist mehr als gesundes «Fast Food». In der schnellen Zwischenmahlzeit aus Knospe-Produkten steckt nämlich sehr viel «Slow»: viel Langsamkeit. So hatten die Salatköpfe, die Rübli und Randen genügend Zeit zum Wachsen. Anstelle des Kunstdünger-Dopings erhalten sie nur eine begrenzte Menge an organischem Dünger. Sie müssen sich ihre Nährstoffe also hauptsächlich aus dem Boden holen. Das schmeckt man in den Knollen, Blättern und Früchten. Das Biorübli ist besonders süss, der Nüsslisalat speziell aromatisch. Viel Zeit wenden

auch die Biobauernfamilien auf – für die Pflege ihrer Kulturen. Denn weil sie auf chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel verzichten, bedeutet die Unkrautregulierung gerade im Gemüsebau noch viel Handarbeit. Dafür bleibt neben dem Salat auch mal eine schöne Mohnblume stehen.

Auch punkto Saisonalität lässt sich der Biosalat Zeit: Frühlingsgemüse wächst im gemächlichen Tempo der noch kühlen Temperaturen heran. Biogewächshäuser dürfen nur frostfrei gehalten werden. Die Bio Suisse-Richtlinien verbieten es, das Biogemüse

## 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.

## Sozial & fair.

Soziale Anforderungen und Fairness im Umgang mit Mitarbeitern und Handelspartnern sind bei der Knospe Pflicht. Mit verschiedenen Förderprojekten und einer Ombudsstelle für faire Handelsbeziehungen will Bio Suisse die Interessen der Bauern, der Verarbeiter, der Händler und der Konsumenten 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.




schon im Frühling mit Sommertemperaturen voranzutreiben. Alles zu seiner Zeit, ist das Credo von Bio Suisse.

Und die Zeit wird kommen. Das sagen sich auch die Produzenten des Biorapsöls, das goldgelb über die Salatblätter fliesst. Lange haben sie sich an der sensiblen Rapskultur die Zähne ausgebissen und noch immer sind sie am Experimentieren. Wie wehrt man sich ohne Chemie gegen den Glanzkäfer, der ganze Ernten zerstören kann? Mit Ablenkmanövern, Pflanzenextrakten, der Entwicklung resistenterer Sorten... Auf der Suche

nach neuen Lösungen zeigt der Biolandbau viel Kreativität – und vor allem einen langen Schnauf. Der Ausdauer von Forschern, Züchtern und Landwirten ist es zu verdanken, dass heute auch das Rapsöl auf dem Salat in Bioqualität glänzt.

Und wer keine Zeit hat, seine Sauce selbst anzurühren, der greife nach der Biofertigsauce. Mit gutem Gewissen. Denn die Bio-Knospe steht für eine schonende Verarbeitung und den Verzicht auf künstliche Zusätze. Bio Suisse schaut auf der ganzen Linie dazu, dass der Genuss beim «Fast Food» nicht zu kurz kommt.

A photograph of a farmer, Christoph Fankhauser, standing in a rural setting. He is wearing a black long-sleeved shirt, blue overalls, and a dark cap. He is standing next to a herd of brown and white cows. In the background, there is a large wooden barn and several trees, including a large tree with white blossoms. The scene is set in a grassy field under a clear blue sky.

**«Die Knospe-Landwirtschaft hat sich qualitativ und quantitativ weiterentwickelt.»**

Der Biobäuer Christoph Fankhauser aus Buus BL pflegt neben den Aufzuchtrindern auf seinem Betrieb auch alte Obstbäume und Hecken und leistet so einen wesentlichen Beitrag zur Biodiversität.

## Bio Suisse zählt erneut mehr Mitglieder.

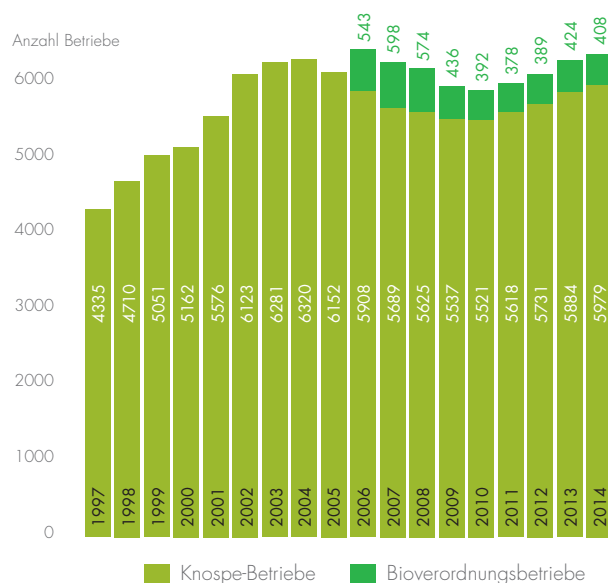
**Auch im Jahr 2014 verzeichnete Bio Suisse wieder eine steigende Mitgliederzahl. Im Jahr 2014 produzierten 5979 Schweizer Landwirtschaftsbetriebe mit der Knospe. Das sind 95 mehr als im Jahr 2013.**

Der Schweizer Biolandbau wächst kontinuierlich. Betrug die Anzahl Knospe-Betriebe im Jahr 2010 noch 5521, stieg sie im Jahr 2014 auf 5979. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein Anstieg von 1,6 Prozent. Insgesamt kamen 202 Betriebe neu dazu und 91 Betriebe verliessen Bio Suisse – ein Grossteil davon, weil die Betriebsleiter aus der Landwirtschaft ausgestiegen sind, 15 haben die Knospe zugunsten der konventionellen Landwirtschaft aufgegeben, 10 wirtschaften nach Bioverordnung weiter, 3 Betrieben musste Bio Suisse aufgrund von Richtlinienverstössen den Status aberkennen und 1 Betrieb hat seine Jahresbeiträge nicht bezahlt. Durch das Mitgliederwachstum stieg auch der Anteil der Biolandwirtschaft an der gesamten Schweizer Landwirtschaft. Bei 408 Betrieben, die nach Bioverordnung produzierten, und einer gleichzeitig rückläufigen Anzahl Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz stieg der Anteil Biobetriebe auf 13 Prozent.

Aber nicht nur quantitativ ist die Biolandwirtschaft weiter gewachsen, auch qualitativ haben sich die Betriebe von Bio Suisse im letzten Jahr weiterentwickelt: So hat Bio Suisse mit Provieh ein neues Beratungsangebot von und für Tierhaltungsprofis ins Leben gerufen. Dabei werden Themen wie Antibiotikareduktion, Tiergesundheit, standortgerechte Zucht und angepasste Fütterung gemeinsam weiterentwickelt. Der Wissensaustausch von Bauern, Beratern und Forschern steht im Zentrum. So wird die Biotierhaltung basierend auf den Erfahrungen der Betriebe gemeinsam weiterentwickelt. Provieh wird von den Mitgliedorganisationen, der Bioberatung und dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) getragen und umgesetzt. Sie können dabei auf Erfahrungen der bisherigen Forschungsprojekte wie Pro-Q und Feed no Food sowie auf Praxiserfahrungen vieler Biobauern zurückgreifen. Qualitativ weiterentwickelt haben sich Knospe-Betriebe auch im Bereich Biodiversität: Einerseits mit dem Biodiversitäts-Förderprojekt, welches Bio Suisse in Zusammenarbeit mit

Coop und dem FiBL durchführt, andererseits stand den Produzenten ab November 2014 erstmals ein Online-Tool zur Erfassung der Biodiversitätsfördermassnahmen zur Verfügung. Damit können sie künftig für die Biokontrolle ihre Biodiversitätsleistungen auflisten, und sie finden darin auch zahlreiche Fachinformationen, wie sie Biodiversitätsmassnahmen am besten umsetzen. Eine qualitative Weiterentwicklung für die Knospe-Landwirtschaft soll auch das neu ins Leben gerufene Projekt «Zellfusionsfreier Biogemüseanbau» sowie die begonnene Diskussion über die Einbindung der für Bio Suisse produzierenden Betriebe im Ausland bringen.

**Anzahl der Biobetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein von 1997 bis 2014**



## Bio Suisse setzt sich für eine zukunftsgerichtete Agrarpolitik ein.

**Bio Suisse engagiert sich auch agrarpolitisch für die Zukunft des Biolandbaus. Mit der Stärkung der Bioforschung konnte sie ein wichtiges Etappenziel auf diesem Weg erreichen.**

Das Jahr 2014 war aus politischer Sicht das Jahr der Neuerung, das erste Jahr der neuen Agrarpolitik 2014–2017. Gleichzeitig war es das Jahr der Initiativen, des Rufs nach weiterer Veränderung. Umso wichtiger ist, dass Bio Suisse ihre agrarpolitischen Ziele auch in dieser Zeit der allgemeinen Verunsicherung nicht aus den Augen verlor.

Gleich für vier Anliegen zur Nahrungsmittelproduktion kursierten die Unterschriftenbögen: Nach der «Initiative für Ernährungssicherheit» des Schweizer Bauernverbands lancierten die Grünen ihre Fair-Food-Initiative. Im September zogen der Westschweizer Verband Uniterre mit der Initiative für Ernährungssouveränität und eine Gruppe um Biobauer Armin Capaul mit der Hornkuh-Initiative nach.

Bio Suisse teilt wichtige Anliegen aller vier Initiativen. Der Schutz des Kulturlands, eine ökologische und faire Nahrungsmittelproduktion, die Qualitätsstrategie, der Verzicht auf Gentechnologie – dafür setzt sich auch Bio Suisse ein. Auch die Haltung behornter Kühe begrüsst der Verband. Dennoch hat Bio Suisse beschlossen, in allen vier Fällen eine neutrale Haltung einzunehmen. Denn die Anliegen sind bereits in der Verfassung oder in Gesetzen festgeschrieben oder die Mittel sind problematisch. Bio Suisse will ihre Ressourcen lieber in die Verbesserung der bestehenden Regelungen stecken, als mit neuen Verfassungstexten die aktuelle Agrarpolitik grundsätzlich in Frage zu stellen.

Ob die Ziele der Agrarpolitik 2014–2017 im Sinne von Bio Suisse erreicht werden, wird sich nach der detaillierten Auswertung im Verlauf des Jahres 2015 zeigen. Dass unerwartet viele Betriebe in die neuen Programme eingestiegen sind, lässt den Schluss zu: Punkto Tierwohl und Ökologie hat die Schweizer Landwirtschaft zugelegt. Doch wie wirkt sich die Direktzahlungsreform auf die Biobetriebe aus? Die Rückmeldungen sind unterschiedlich. Während grosse Betriebe insbesondere im Berggebiet profitieren konnten, scheinen kleinere

Betriebe mit vielen Tieren eher zu den Verlierern zu gehören. Verunsicherung hat auch die Reform der EU-Ökoverordnung ausgelöst. Denn Änderungen in der EU muss die Schweiz früher oder später übernehmen. Im März 2014 stellte die EU-Kommission ihren Vorschlag der neuen Verordnung vor. Dieser sieht einige Änderungen vor, welche viele europäische Biobetriebe vor existenzielle Probleme stellen würden – etwa ein Verbot für die Vermarktung von Umstellprodukten oder starre Herkunftsvorschriften beim Saatgut und beim Tierzukauf. Bio Suisse kritisiert auch die Einführung von Biogrenzwerten für Pestizidrückstände. Denn damit würden entgegen

**«Bio Suisse engagiert sich stark für bessere Bedingungen für die Bioforschung.»**

dem Verursacherprinzip diejenigen bestraft, die keine Pestizide einsetzen. Über die internationale Vereinigung ökologischer Landbaubewegungen (IFOAM) bringt sich Bio Suisse – wenn auch nur indirekt – in den Prozess ein.

Auch im Jahr der Unsicherheiten und Neuerungen hielt Bio Suisse an ihrem Kurs fest, die Rahmenbedingungen für den Biolandbau langfristig zu verbessern. Wenn es um die Zukunft der biologischen Landwirtschaft geht, dann spielt die Forschung und Entwicklung eine grosse Rolle. Hier konnte Bio Suisse einiges erreichen. Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) erhielt vom Parlament eine Budgeterhöhung zugesprochen. Und die Forschungsschwerpunkte bei der staatlichen Agrarforschung werden im Anspruchsgruppenbeirat zukünftig auch durch den Geschäftsführer von Bio Suisse, Daniel Bärtschi, mitbestimmt.





**«Forschung und  
Beratung können etwa  
die Ertragsstabilität  
von Bioraps erhöhen.»**

**«Knospe-Produkte sollen  
in der Verarbeitung  
möglichst unverfälscht  
erhalten bleiben.»**



Besjana Mazreku, Mitarbeiterin Abfüllung bei Oleificio Sabo, kontrolliert das korrekte Abfüllen und Verpacken des Knospe-Öls für den Detailhandel.

## Die Bio-Knospe bietet Verarbeitern kommunikativen Mehrwert.

**Die Verleihung der Bio-Gourmet-Knospe ist eine von mehreren Massnahmen zur Stärkung der Verarbeitung. Mit ihr fördert Bio Suisse jährlich die Qualität, die Bekanntheit und das Image von Knospe-Produkten.**

«Jetzt weiss wohl die ganze Schweiz, dass wir Dörrbohnen machen», sagt Urs Frühauf von der Biomanufaktur Grünboden in Pfaffnau LU. Ihre lokal produzierten und verarbeiteten Dörrbohnen haben Christine und Urs Frühauf im April 2014 bei der Qualitätsprämierung Bio-Gourmet-Knospe von Bio Suisse eingereicht. Zurück kam nicht nur die höchste Auszeichnung von Bio Suisse, die Sonderauszeichnung, sondern auch ein grosses Echo aus der Öffentlichkeit. Medien wie «Beobach-

### «Die Bio-Gourmet-Knospe stützt das Qualitätsimage von Knospe-Produkten.»

ter», «Landliebe», «Schweizer Familie» oder «Oliv» berichteten über den Preisgewinn. Weit über 1,5 Millionen Leserinnen und Leser wurden damit erreicht. Das steigerte nicht nur die Bekanntheit der Dörrbohnen, sondern auch das Image von Bio Suisse und der Marke Knospe.

Damit solche Botschaften überhaupt glaubwürdig kommuniziert werden können, braucht es erstens qualitativ hochstehende Produkte und zweitens auch einen gut organisierten Wettbewerb. Erstmals fand dieser im Jahr 2014 mit einer neuen, professionellen Jury unter Sensorik-Experte und Foodjournalist Patrick Zbinden statt. Die Jurymitglieder hatten alle Hände voll zu tun. Über 127 Produkte wurden zur Beurteilung eingereicht. 62 erhielten die begehrte Bio-Gourmet-Knospe. Diejenigen mit der maximalen Punktzahl in der Bewertung schafften es in eine zweite Runde, in der erstmals ein Team von renommierten Küchenchefs die Sonderauszeichnungen vergab. Nebst den luftgetrockneten Dörrbohnen erhielten auch

das Soja Paneer der Genossenschaft Tofurei Engel aus Zwillikon ZH und das Tomatenpüree mit grünen Oliven der Gugger-Guillod SA aus Nant FR eine Sonderauszeichnung. Abgerundet wurde die Preisverleihung mit einer Präsentation und Degustation der Produkte am Bio Marché in Zofingen, dem grössten Biomarkt der Schweiz:

Die Richtlinien von Bio Suisse für verarbeitende Betriebe garantieren den Konsumentinnen und Konsumenten hohe Qualität mit möglichst authentischen Produkten. So stecken etwa in Knospe-Pizzen keine unnötigen Zusatzstoffe oder Knospe-Joghurt ist frei von Aromen und Farbstoffen. Um dies zusätzlich bekannt zu machen, lancierte der Verband im Herbst 2014 eine Online-Kampagne. Mit dem Grundgedanken, dass es über Knospe-Produkte sehr viel Gutes zu erzählen gibt, wurden drei kurze Filme gedreht, die Wissenswertes über die Verarbeitung erzählen. Diese wurden mit einem Schnellsprechwettbewerb ergänzt.

Bio Suisse muss immer wieder neue Verarbeitungsverfahren für die Herstellung von Knospe-Produkten beurteilen und entweder zulassen oder ausschliessen. Im Jahr 2014 standen unter anderem das Extrusionsverfahren und die Doppelbactofugation zur Diskussion. Als Leitlinie gilt: Knospe-Produkte sollen auch in einem modernen Verarbeitungsprozess möglichst unverfälscht erhalten bleiben. Beim Extrusionsverfahren sprach sich Bio Suisse gegen eine von Lizenznehmern geforderte Verarbeitungstemperatur von über 120°C und einen Druck von mehr als 20 bar aus. Neu hat sie hingegen die Doppelbactofugation für Knospe-Milch zugelassen. Dabei werden in einer speziellen Zentrifuge die Mikroorganismen aus der Milch entfernt, damit diese länger haltbar ist. Die Doppelbactofugation soll langfristig das Verfahren der Mikrofiltration ersetzen, weil es im Vergleich schonender ist.

Insgesamt waren Ende Jahr 844 Lizenznehmer bei Bio Suisse registriert, 3 weniger als im Vorjahr. Diese reichten 859 Lizenzgesuche für neue Knospe-Produkte ein.

## Bio hat im Handel deutlich zugelegt.

**Der Absatz von Bioprodukten steigt weiter, am meisten beim Grossverteiler Migros mit 14,8 Prozent sowie im Fachhandel mit 7,4 Prozent. Jedes fünfte Ei und jedes fünfte Brot stammt aus Bioproduktion.**

Biobiolebensmittel sind weiterhin auf dem Vormarsch. Nach dem Spitzenwachstum im Vorjahr legte der Markt im Jahr 2014 in der Schweiz um erfreuliche 7,5 Prozent auf neu 2,207 Milliarden Franken zu. Die Grossverteiler steigerten ihren Umsatz mit Bioprodukten erneut: Bei der Migros wuchs er um 14,8 Prozent, bei Coop um 2,5 Prozent, was nach dem starken Jubiläumsjahr 2013 als Erfolg zu werten ist. Der Eintritt von Alnatura mit eigenen Geschäften und prominent platzierten Produkten in der Migros gab dem Markt positive Impulse. Bei Coop sind auch weitere Markenartikelhersteller über Naturaplan in den Biomarkt eingetreten.

Der Bioanteil am gesamten Lebensmittelmarkt betrug, gemäss dem Marktforschungsinstitut Nielsen, 7,1 Prozent und stieg damit gegenüber dem Vorjahr erneut an. Frischprodukte und verpackte Konsumgüter konnten mit einem Plus von 4,5 und 7,3 Prozent signifikant zulegen. Alle Produktkategorien konnten ihren Marktanteil steigern ausser Brot und Backwaren, Käse und Tiefkühlprodukte. Rund 70 Prozent der Konsumenten kaufen mehrmals pro Monat Bioprodukte ein. Die Intensivkäufer von Bioprodukten haben in den letzten fünf Jahren von 27 auf 35 Prozent zugenommen.

Erfreulich stark entwickelte sich auch der Fachhandel mit einem Umsatzzuwachs von 7,4 Prozent. Zu diesem Erfolg dürfte auch der Trend zu vegetarischer oder veganer Ernährung beigetragen haben, der neue Kundschaft brachte.

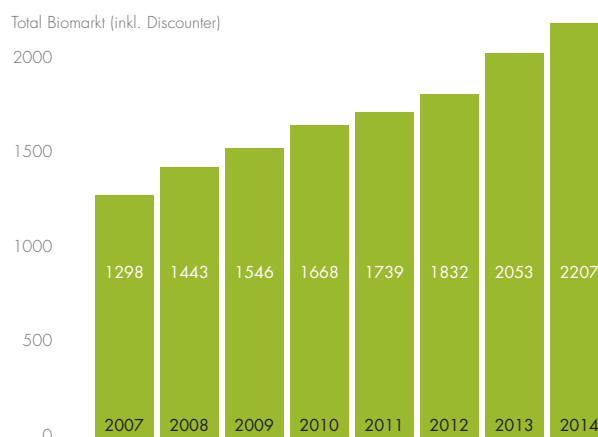
Mit zahlreichen Marketingaktivitäten förderte Bio Suisse den Handel mit Knospe-Produkten. Damit konnte unter anderem die Bekanntheit der Knospe als wichtigste unabhängige Bio-Marke gehalten werden. Die Knospe erreicht heute mit 88 Prozent eine sehr hohe Bekanntheit. Zudem unterstützte der Verband auch seine Marktpartner, zum Beispiel die Direktvermarkter oder den Grossisten Biopartner. Dieser baut sein Konzept bioPunkt zur Warenpräsentation in Bioläden schrittweise aus und will erreichen, dass Schweizer Bioprodukte und spe-

ziell auch die Knospe breiter vertreten und besser sichtbar sind. Bis Ende Jahr konnten bereits 31 Läden in der ganzen Deutschschweiz gewonnen werden.

Die Zahl der Knospe-Restaurants nahm leicht zu. Erfolgreich war insbesondere die Idee, in Workshops den Wirten die Idee von Biolandbau und Bioprodukten näherzubringen.

2014 war auch der Export von Schweizer Bioprodukten ein Thema. Bio Suisse traf Abklärungen betreffend den stark wachsenden französischen Biomarkt. Unter anderem wurde eine Marktstudie bei Bioeinkäufern durchgeführt. Sie bestätigte: Lebensmittel aus der Schweiz gelten als sehr vertrauenswürdig und geschmacklich hervorragend. Damit wurde der Markteintritt im Jahr 2015 vorbereitet.

### Entwicklung Biomarkt Schweiz: Umsatz in Millionen Franken



Um die Vertrauenswürdigkeit der Knospe sicherzustellen, steigen die Qualitätsanforderungen für Importe weiterhin. Für Indien hat Bio Suisse zusätzliche Pestizidanalysen angeordnet. Für Rumänien hat sie die Zahl der Handelsstufen reduziert, um die Markttransparenz zu erhöhen. Zudem engagierte sich Bio Suisse in der konsequenten Umsetzung der sozialen Verantwortung auch im Ausland.

Konserven / Oel / Essig

Mineralwasser  
Süsswasser



**«Um das Vertrauen in die Knospe zu stärken, steigen die Qualitätsanforderungen für Importe weiter.»**

Patricia Wunderlin schätzt die grosse Auswahl an Bioprodukten bei ihrem Einkauf im Grossverteiler.

**Bilanz per 31. Dezember 2014 mit Vorjahresvergleich**

	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	Total CHF	Total CHF
<b>Aktiven</b>		
<b>Umlaufvermögen</b>		
Flüssige Mittel	2 616 167.24	2 165 964.00
Forderungen	1 985 522.71	1 387 886.43
Vorräte	1.00	1.00
Transitorische Aktiven	726 668.90	1 211 026.75
<b>Total Umlaufvermögen</b>	<b>5 328 359.85</b>	<b>4 764 878.18</b>
<b>Anlagevermögen</b>		
Finanzanlagen	3 405 457.80	2 810 569.56
Beteiligungen	2.00	2.00
Mobilien, EDV-Einrichtungen	2.00	2.00
<b>Total Anlagevermögen</b>	<b>3 405 461.80</b>	<b>2 810 573.56</b>
<b>Total Aktiven</b>	<b>8 733 821.65</b>	<b>7 575 451.74</b>
<b>Passiven</b>		
<b>Fremdkapital</b>		
Kurzfristiges Fremdkapital (FK)	1 604 573.44	1 276 886.90
FK kurz, zweckgebundene Mittel, Fonds	823 788.48	914 300.79
PR-Kampagnen	171 708.65	450 708.65
Provieh	240 000.00	0.00
Pflanzenzüchtung	46 294.35	0.00
Transitorische Passiven	1 627 654.95	1 043 161.90
Kurzfristige Rückstellungen	1 517 050.00	817 050.00
Langfristige Rückstellungen	400 000.00	640 000.00
Reserven	10 000.00	10 000.00
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>6 441 069.87</b>	<b>5 152 108.24</b>
<b>Eigenkapital</b>	<b>2 257 049.15</b>	<b>2 257 049.15</b>
<b>Total Passiven</b>	<b>8 698 119.02</b>	<b>7 409 157.39</b>
<b>Einnahmeüberschuss</b>	<b>35 702.63</b>	<b>166 294.35</b>

**Erfolgsrechnung für die Zeit vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 mit Vorjahresvergleich**

	Total CHF	Total CHF
<b>Ertrag</b>		
Materialverkauf	194 009.09	158 746.45
Jahresbeiträge Produzenten inkl. SMP	2 998 794.40	2 762 494.00
Bundesgelder Absatzförderung	1 629 651.82	1 327 500.00
Lizenz- und Markennutzungsgebühren	8 820 919.06	7 390 351.03
Auslandanerkennungen	0.00	53 420.00
Dritte, Spenden, Honorare, Verweise	21 615.55	161 508.75
Übriger Ertrag	868 557.64	787 144.10
Ertrag «Bioaktuell»	214 116.81	231 225.14
Zinsertrag, Kursdifferenzen	12 204.25	16 401.78
Neutrale Rechnung (Wertschriftenerfolg)	13 091.77	12 211.10
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	67 977.00
<b>Total Ertrag</b>	<b>14 772 960.39</b>	<b>12 968 979.35</b>
<b>Aufwand</b>		
Handelswarenaufwand	452 151.22	436 511.96
Aufträge an Externe	3 123 164.32	2 057 465.73
Personalaufwand	4 967 384.62	4 638 183.44
Externe Kosten	834 714.40	798 718.45
Betriebsaufwand	956 051.35	841 345.51
Werbe- und Marketingaufwand	3 259 393.23	3 434 027.10
Aufwand Unternehmenskommunikation	306 211.59	145 424.56
Finanzaufwand (Spesen, Kursdifferenzen)	3 731.53	2 416.35
Abschreibungen	110 589.05	229 984.05
Ausserordentlicher Aufwand	580 000.00	110 000.00
Vorsteuerkürzung MwSt.	143 866.45	108 607.85
<b>Total Aufwand</b>	<b>14 737 257.76</b>	<b>12 802 685.00</b>
<b>Einnahmeüberschuss</b>	<b>35 702.63</b>	<b>166 294.35</b>

## Finanzen.

**Mit einem Einnahmeüberschuss von 35'703 Franken schliesst Bio Suisse das Geschäftsjahr 2014 ab. Lizenzeinnahmen und Markennutzungsgebühren stiegen von 7,4 auf 8,8 Millionen Franken.**

Dank der wachsenden Bioumsätze konnte Bio Suisse gegenüber dem Vorjahr eine Ertragssteigerung von 1,804 auf 14,773 Millionen Franken verbuchen. Die Lizenzeinnahmen und Markennutzungsgebühren stiegen auf 8,821 Millionen Franken. Die Produzentenbeiträge erhöhten sich auf 2,999 Millionen Franken. Gleichzeitig stieg der Aufwand von 12,803 auf 14,737 Millionen Franken. Auch die Unterstützung des Bundesamtes für Landwirtschaft für Absatzförderungsprojekte fiel besser aus als budgetiert und beeinflusste somit den positiven Jahresabschluss. Insgesamt resultierte ein Einnahmeüberschuss von 35'703 Franken.

Im Berichtsjahr setzte Bio Suisse 3,222 Millionen Franken für die Qualitätssicherung und die Qualitätsentwicklung ein, 4,875 Millionen Franken für den Markt, 1,341 Millionen Franken für die Unternehmenskommunikation sowie 1,068 Millionen Franken für Finanzen und Administration, 1,470 Millionen Franken flossen in die Geschäftsführung und die Politik.

Für die Verbandsorgane sowie die Delegiertenversammlungen und Präsidentenkonferenzen wendete Bio Suisse 1,366 Millionen Franken auf. Abschreibungen, Steuern und Reservebildung beliefen sich auf rund 0,834 Millionen Franken.

Weiter investierte der Verband in eine komplett überarbeitete Herausgabe des Regelwerks und gleiste das Projekt Provieh auf. Mit Unterstützung von Coop finanzierte Bio Suisse das Online-Tool zum Biodiversität-Check und initiierte das Lehrmittelprojekt für die landwirtschaftliche Berufsbildung. Auch flossen Mittel in unerlässliche IT- und Datenbankprojekte und in die neu eingerichtete Archivierung mit dem Agrararchiv.

## Organisation und Kontakte.



Vorstand Bio Suisse

### Gremien von Bio Suisse

#### Vorstand

Urs Brändli, Präsident, Goldingen SG  
 Danielle Rouiller, Vizepräsidentin, Cernier NE  
 Christian Butscher, Liestal BL  
 Claudio Gregori, Bergün GR  
 Monika Rytz, Olsberg AG  
 Milo Stoecklin, Séprais JU  
 Wendel Odermatt, Wolfenschiessen NW

#### Kommissionen und ihre Vorsitzenden

- Geschäftsprüfungskommission,  
 Susanne Häfliger-Stäubli, Oberhof AG
- Markenkommission Anbau,  
 Andreas Bärtschi, Lützelflüh BE
- Markenkommission Verarbeitung und Handel,  
 Regula Bickel, Zürich ZH
- Markenkommission Import, Paul van den Berge, Minusio TI
- Bildungskommission, Danielle Roullier, Cernier NE
- Fachkommission Ackerkulturen,  
 André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Fachkommission Biowein, Reto Mueller, Leytron VS
- Fachkommission Eier, Peter Lüscher, Holziken AG
- Fachkommission Fleisch, Peter Haldemann, Raperswil TG
- 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

## **Statutenrevision zeigt grosses Vertrauen der Delegierten**

In einer Denkwerkstatt diskutierten Verantwortungsträger des Verbandes zentrale Anliegen aus dem Zukunfts-Café 2012 und dem Strategiepapier 2014–17 des Vorstandes. Wiederum unterstützte Bio Suisse die Mitgliedorganisationen mit Pauschalbeiträgen von insgesamt 166'697 Franken und zusätzlich 13 Projekte mit 101'620 Franken. An der Herbstversammlung im November 2014 haben die Delegierten eine Gesamtrevision der Statuten sowie eine Strukturreform gutgeheissen. Somit gibt es neu ein Qualitäts-, ein Markt- und ein Wissensgremium im Verband. Fachkommissionen werden in Fachgruppen umgewandelt. Durch die Statutenrevision wird das Bio Suisse Präsidium künftig gewählt, bevor die Vorstandsmitgliedern gewählt werden. Die Amtsdauer beschränkt sich neu auf 16 Jahre respektive 20 beim Präsidium.

Die Geschäftsstelle

## **Die Geschäftsstelle entwickelt sich**

Am 31. Dezember 2014 bestand die Geschäftsstelle von Bio Suisse aus 49 Personen und umgerechnet 38,55 Vollzeitstellen für 20 Männer und 29 Frauen. Es wurden neue Stellen geschaffen: für einen Webmaster, einen Leiter Bildung/Forschung/Innovation und eine Bio Suisse Anlaufstelle in der Romandie, die im Mai 2015 in Lausanne ihr Büro eröffnet. 2014 erhielten fünf Mitarbeitende Einblick in einen Knospe-Betrieb bei ihrem Landdienstesatz.

Wichtige Kontakte

## **So erreichen Sie uns**

- Geschäftsführer: Daniel Bärtschi\*
  - Leitung Abteilung Finanzen und Personal: Marion Bollmann\*
  - Leitung Abteilung Unternehmenskommunikation: Stephan Jaun\*
  - Leitung Abteilung Qualitätssicherung und -entwicklung: Hans Ramseier\*
  - Leitung Abteilung Marketing: Jürg Schenkel\*
  - Politik: Martin Bossard
  - Medien: Lukas Inderfurth
  - Verband: Christian Vögeli
  - Antenne romande: Pascal Olivier
- \* Mitglied der Geschäftsleitung

Diesen Jahresbericht und viele weitere Informationen zu Bio Suisse finden Sie unter [www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch).

Impressum:

Fotos: Marion Nitsch, Gestaltung: Marc Siegenthaler

Redaktion und Realisation: Stephan Jaun und Petra Schwinghammer, Unternehmenskommunikation Bio Suisse

Verlag: Bio Suisse, Peter Merian-Strasse 34, 4052 Basel in Zusammenarbeit mit FiBL, Forschungsinstitut für biologischen Landbau, Postfach 219, 5070 Frick



Bio Suisse  
Peter Merian-Strasse 34  
CH-4052 Basel

Tel. 061 204 66 66  
Fax 061 204 66 11  
E-Mail [bio@bio-suisse.ch](mailto:bio@bio-suisse.ch)



Biobauer Walter Zumbühl zeigt seiner Familie, dass wenn der Boden und die Pflanzdichte stimmen, starke und gegen Schädlinge robuste Pflanzen gedeihen.