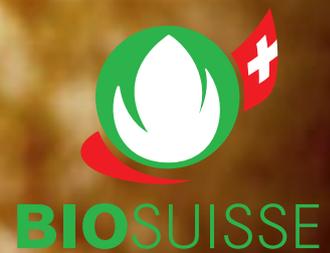


BIO SUISSE JAHRESBERICHT 2008



BIO SUISSE Vereinigung Schweizer Biolandbau-Organisationen
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basel
Tel. 061 385 96 10, Fax 061 385 96 11
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch
Abdruck mit Quellenangabe erwünscht

Biomarkt Schweiz

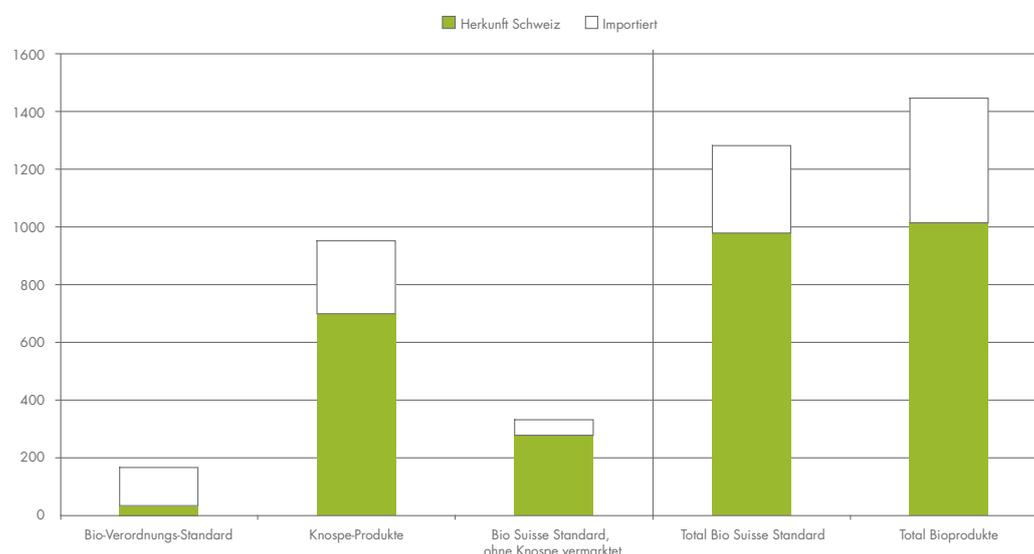
STARKE ENTWICKLUNG IN TURBULENTEM JAHR

2008 begann mit einem beeindruckend hohen Wachstum des Biomarktes. Alle Kanäle inkl. Coop, Migros, der Fachhandel und die Direktvermarkter, wuchsen erfreulich, obwohl sich die Konjunkturlage gegen Ende Jahr deutlich verschlechterte. Der Biomarkt erreichte die 1,4-Mia.-Grenze (+11,2%). Motiviert entwickelten Bio Suisse Partner mehr neue Produkte als je zuvor. Diese Situation verbesserte einerseits den Absatz von Milch und Fleisch, verursachte aber Engpässe und Importdruck bei vielen pflanzlichen Produkten.

Coop und Bio Suisse rückten noch näher zusammen, indem die stärkste Schweizer Biohandelsmarke Naturaplan mit einer Neugestaltung der Verpackungen auf die Visualisierung (das Bauernhaus) verzichtet und nun voll auf die Knospe setzt. Mit dem Naturaplan-Slogan «Bio ohne Kompromisse» wird die langjährige Bio Suisse Politik der hohen Positionierung und der Pflege der Glaubwürdigkeit unterstrichen. Die Werbekampagne zielt analog der Knospe-Positionierung auf die Authentizität suchenden Geniesser.

Erstmals sind Zahlen über Knospe und die Produktion gemäss Bio Suisse Standard ohne Knospe-Auszeichnung sowie die Importanteile verfügbar (siehe Grafik unten). Diese beweisen: Sowohl die Knospe wie auch die Bioinlandproduktion sind äusserst stark.

Umsätze mit Bioprodukten in der Schweiz im 2008 (in Mio. CHF)



Quelle: Schätzung Bio Suisse



Editorial

KONSTRUKTIVE POLITISCHE KNOCHEN- ARBEIT

Das geplante Agrarfreihandelsabkommen mit der EU (FHAL) wird unsere Landwirtschaft von Grund auf verändern. Entscheiden, ob wir dafür oder dagegen sind, können wir erst, wenn Inhalte bekannt sind. Für mich ist klar: Bauernsterben, Einkommensverluste und ständige Effizienzsteigerung müssen endlich aufhören! Wir wollen in dieser wegweisenden Diskussion mitreden und die Agrarpolitik von morgen konstruktiv mitgestalten. Die von Bio Suisse lancierte und von der Agrarallianz weiterentwickelte Qualitätsstrategie findet in weiten politischen Kreisen Anklang. Jetzt geht es um die politische Knochenarbeit. In verschiedenen Arbeitsgruppen setzen wir uns dafür ein, dass die Kernpunkte der Qualitätsstrategie einfließen. Der FHAL scheidet die Geister – auch innerhalb von Bio Suisse. Einen gemeinsamen Weg finden wir, wenn wir uns bei diesem komplexen Thema auf unsere gemeinsamen Ziele fokussieren und diese konsequent verfolgen. Wir haben so viele Stärken, so viele Trümpfe. Diese wollen wir einbringen. Wir – das sind nicht nur die Biobäuerinnen und Biobauern. Das ist die ganze Schweizer Landwirtschaft mit ihren verschiedensten Lebensmitteln. Unser Ziel ist eine lebendige, vielfältige und wertschöpfungsorientierte Landwirtschaft.

Regina Fuhrer, Biobäuerin und
Präsidentin Bio Suisse



Verband

KAMPF FÜR DIE RAHMENBEDINGUNGEN

Bio Suisse war entscheidungsfreudig: Die Delegierten wählten zwischen unterschiedlichen Varianten der Verbandsentwicklung und bekannten sich einstimmig zu einem neuen Leitbild. Bio Suisse setzt sich das Ziel «nachhaltiges Bioland Schweiz». Dazu braucht es echte Partner wie die Lizenznehmer und Allianzpartner, eine überzeugte Basis, kluge biobäuerliche Führung und eine initiativ Geschäftsstelle.

Leider haben sich die politischen Rahmenbedingungen im 2008 nicht verbessert, obwohl Regierungen in ganz Europa Aktionspläne zur Verbreitung des Biolandbaus entwickeln. So entstand mit der Vorschrift von 100% Biofütterung weiter Druck auf die Bergbetriebe. Die Verhandlungsanstrengungen prallten an der kompromisslosen Haltung Brüssels ab, wo mit Exportstopp von Biokäse gedroht wurde. Auch Vorschläge zur Kompensation der höheren Auflagen mit mehr Direktzahlungen stiessen auf taube Ohren. Nur dank der Lockerung der Knospe-Vorschriften bei den Raufutterbestimmungen, einer Ankurbelung des Futtermittelhandels, der Entwicklung von Fütterungsalternativen und einem futterwüchsigen Jahr konnte verhindert werden, dass noch mehr Knospe-Betriebe im Biolandbau keine Zukunft mehr sehen.

Entrüstung haben neue Pläne des Bundes zur Weiterentwicklung der Direktzahlungen ausgelöst, die dem System Biolandbau keine Bedeutung mehr beimessen. Es wird sich erst in Zukunft zeigen, ob die gesammelten, zahlreichen wissenschaftlichen Belege der gesellschaftlichen Leistungen des Biolandbaus die Behörden überzeugen.

Fairer Handel wird bei der Knospe stärker betont. Grundsteine künftiger Fairness-Anforderungen sind sowohl für den Handel mit dem Süden als auch innerhalb der Schweiz gelegt worden.

Die Umsetzung der Agrarpolitik 2011, die Ferkelkastration mit Schmerzausschaltung, der Kampf gegen Antibiotikaeinsatz in Obstanlagen, die Berücksichtigung nachhaltiger Produkte bei der Beschaffung der öffentlichen Hand, die Unterschriftensammlung für die Landschaftsinitiative, der Kampf gegen die Gentechnologie, die Impfkampagne gegen die Blauzungenerkrankung und die Vertretung der Produzenteninteressen gehörten in diesem Jahr zu den politischen Schwerpunkten von Bio Suisse.

Qualitätssicherung und -entwicklung

1054 NEUE KNOSPE-PRODUKTE

Im Bereich Schädlingskontrolle in Lagerung und Verarbeitung wurden weitere Schritte auf dem Weg zum pestizidfreien Lager- und Schutz unternommen. Das FiBL schloss ein von Bio Suisse unterstütztes Forschungsprojekt zum Einsatz von Nützlingen ab. Die von Bio Suisse zugelassenen Schädlingsbekämpfungsunternehmen für Knospe-Lagerhalter wurden auditiert. Den Knospe-Hofverarbeitern konnte Bio Suisse im 2008 erstmals eine Lieferantenliste für Zutaten zur Verfügung stellen. Der Lizenznehmertag hingegen musste leider mangels Anmeldungen abgesagt werden. Nach der Zulassung von mehreren Zertifizierungsstellen liegt nun eine wichtige Arbeit der Qualitätssicherung in der Auditierung, Schulung und Koordination der verschiedenen Stellen. Nur so kann die Gleichbehandlung der Knospe-Betriebe sichergestellt werden. Wichtig ist auch eine kooperative Zusammenarbeit unter den Zertifizierern und mit Bio Suisse.

Aber vor allem wurde 2008 viel Knochenarbeit erledigt: 1739 Gesuche von Lizenznehmern wurden bearbeitet und dabei konnten 1054 neue Knospe-Produkte bewilligt werden. 1350 Betriebe aus dem Ausland und über 8067 Importchargen wurden auf ihre Knospe-Tauglichkeit überprüft. 42 Fällen von Pestizidrückständen auf Knospe-Produkten und 53 Beanstandungen allgemeiner Natur musste nachgegangen werden. 5699 Knospe-Betriebe und Lizenznehmer erhielten von Bio Suisse ihre Knospe-Anerkennung oder -Urkunde.

Besonderes Augenmerk musste 2008 auf die Qualitätssicherung bei Importen von Knospe-Produkten gelegt werden: Zwei gefälschte Bio Suisse Schreiben und Unregelmässigkeiten bei zwei italienischen Getreidehändlern verursachten grossen Aufwand bei der Aufklärung und führten zu mehreren Aberkennungen. Das Thema wurde auch an verschiedenen Sitzungen der Markenkommission Import und einem Workshop mit Importeuren diskutiert.

Die Abteilung hat unter der neuen Leitung von Hans Ramseier einen Namenswechsel von «QS und Labelvergabe» zu «Qualitätssicherung und -entwicklung» vorgenommen. Der neue Name ist selbsterklärend: Der Qualitätsentwicklung von Knospe-Produkten wird in Zukunft vermehrt Beachtung geschenkt.



Bio Suisse Bilanz und Erfolgsrechnung 2008

STEIGERUNG DER EINNAHMEN UND DER EFFIZIENZ

Die Durststrecken der Vorjahre sind vorbei. Die Dynamik am Markt und die Stärkung der Knospe schlagen sich nun auch in den Einnahmen nieder. Die Lizenzeinnahmen sind angestiegen, bevor die auf Anfang 2008 revidierte Lizenzgebührenordnung volle Wirkung zeigte (die Gebühren sind jedoch erst im Folgejahr fällig). Erfreulich entwickelten sich auch die Bundesbeiträge für Absatzförderungsprojekte, die an die realisierten Kampagnen gebunden sind. Neu wurden die zweckgebundenen Ackerbaubeiträge erhoben, die zur Entwicklung der Bioackerkulturen verwendet werden.

Auf der Ausgabenseite konnte die sparsame Mittelverwendung gehalten werden. Die Geschäftsstelle kostete mit CHF 6,3 Mio. 8% und die Gremien mit CHF 0,8 Mio. 15% weniger als budgetiert, ohne dass Leistungseinbussen zu verzeichnen waren. Im Vergleich zum Vorjahr stieg allerdings der Aufwand um 11% auf CHF 7,97 Mio. Diese Kosten gliedern sich in die erwähnten CHF 0,83 Mio. für die Arbeit der gewählten biobäuerlichen Vertreter, CHF 0,95 Mio. für Geschäftsführung, Medienarbeit, Verbandskoordination und Politik, CHF 1,49 Mio. für Qualitätssicherung und -entwicklung, CHF 3,11 Mio. für Marketing, CHF 0,09 Mio. für Bildung, CHF 0,67 Mio. für Administration und CHF 0,83 Mio. für Steuern, Abschreibungen und Reservebildung.

Die einzige negative Überraschung waren die hohen, nicht in diesem Masse vorhergesehenen Kosten für die Softwareentwicklung. Das Datenbanksystem E-cert dient dazu, die Bio Suisse Daten auch in Zukunft zuverlässig zu verwalten. Mit CHF 738 000 sind auch die Abschreibungen und die Reservebildung hoch ausgefallen. Insgesamt weist der Abschluss einen grossen Gewinn von CHF 637 475 aus.

Die neue Struktur der Buchhaltung wurde 2008 erstmals voll umgesetzt, so dass nun in den Detailabschlüssen Vollkosten für 12 Abteilungen, 21 Bereiche, 84 Leistungselemente und 215 Aktivitäten ausgewiesen werden können.

BILANZ AUF DEN 31.12.2008

Aktiven	Total CHF
Umlaufvermögen	
Flüssige Mittel	3 378 631.05
Forderungen	98 160.59
Vorräte	0.00
Transitorische Aktiven	611 147.35
Total Umlaufvermögen	4 087 938.99
Anlagevermögen	
Finanzanlagen	1 500 117.00
Beteiligungen	1.00
Mobilien, EDV-Einrichtungen	2.00
Total Anlagevermögen	1 500 120.00
Total Aktiven	5 588 058.99
Passiven	
Fremdkapital	
Kurzfristiges Fremdkapital	633 656.40
FK kurz, zweckgebundene Mittel, Fonds	1 100 367.12
Transitorische Passiven	372 002.96
Kurzfristige Rückstellungen	539 050.00
Langfristige Rückstellungen	593 000.00
Reserven	10 000.00
Total Fremdkapital	3 248 076.48
Eigenkapital	1 702 507.29
Total Passiven	4 950 583.77
Gewinn	637 475.22

ERFOLGSRECHNUNG FÜR DIE ZEIT VOM 1.1.2008 BIS 31.12.2008

Ertrag	Total CHF
Materialverkauf	164 784.80
Jahresbeiträge Produzenten inkl. SMP	2 579 454.57
Bundesgelder Absatzförderung	1 000 000.00
Lizenzgebühren	4 378 500.81
Auslandanerkennungen	62 951.90
Dritte, Spenden, Honorare, Verweise	178 813.86
Übriger Ertrag	43 865.75
Zinsertrag, Kursdifferenzen	64 636.01
Neutrale Rechnung (Wertschriftenerfolg)	87 500.00
Ausserordentlicher Ertrag	19 700.39
Total Ertrag	8 580 208.09
Aufwand	
Handelswarenaufwand	281 902.68
Aufträge an Externe	812 724.50
Personalaufwand	2 937 952.39
Externe Kosten	508 429.23
Betriebsaufwand	625 953.08
Werbeaufwand	1 940 860.26
Finanzaufwand (Spesen, Kursdifferenzen)	8 555.49
Abschreibungen	267 593.84
Ausserordentlicher Aufwand	471 250.00
Vorsteuerkürzung MwSt.	87 511.40
Total Aufwand	7 942 732.87
Gewinn	637 475.22



Marketing

NEUE LEBENSSTILE UND SWISSNESS UNTERSTÜTZEN DEN BIOMARKT

Die Nachfrage nach Bioprodukten steigt weiter. Die wichtige Konsumentengruppe der verantwortungsvollen Geniesser, der sogenannten LOHAS, wächst ebenfalls. Sie fragen mehr und immer neue Produkte nach. Damit besteht auch ein Potenzial für die Zukunft. Neben dem Geschmack und Genuss rücken die Herkunft und die Authentizität verstärkt in den Mittelpunkt. Mit der im Frühjahr eingeführten neuen Knospe mit Schweizer Kreuz stellen wir unsere Herkunft deutlich sichtbar in den Vordergrund. Dies kommt bei den Konsumenten und den Produzenten gut an.

Immer häufiger verpflegt sich der Konsument ausser Haus. Und immer mehr will er auch bei dieser Gelegenheit nicht mehr auf Biolebensmittel verzichten. Neue Schnellverpflegungsangebote und Restaurants mit Biomenüs zeigen diesen Trend deutlich auf. Damit die Knospe von dieser Nachfrage profitieren kann, haben wir das Konzept der «Knospe-Produkte-Küche» für die Gastronomie entwickelt. Die Einstiegshürden und Vorschriften wurden reduziert. Der Fokus liegt auf dem Einsatz von Knospe-Produkten in der Küche und nicht auf der Zertifizierung und Kontrolle. Hierbei stützen wir uns auf die bestehenden Gesetze ab. Der Gastwirt kann aufzeigen, welche Produkte er in Knospe-Qualität anbietet und so vom Image der Knospe profitiert.

Diese positiven Trends stellen uns vor grosse Herausforderungen im Beschaffungsmarketing. Auf dem Fleischmarkt, insbesondere bei Schweinefleisch, bei den Ackerkulturen und Futtermitteln können wir die Nachfrage nicht oder nur schwer befriedigen. Es wird in den nächsten Jahren eine grosse und wichtige Aufgabe sein, im Sinne unseres neuen Leitbildes ein gutes Gleichgewicht zwischen der Konsumentennachfrage und dem Angebot zu erreichen und so eine positive Entwicklung sicherzustellen.



Fragen und Feedback an:
BIO SUISSE Vereinigung Schweizer Biolandbau-Organisationen
Margarethenstrasse 87, CH-4053 Basel
Tel. 061 385 96 10, Fax 061 385 96 11
bio@bio-suisse.ch, www.bio-suisse.ch
Abdruck mit Quellenangabe erwünscht

Milchmarkt

TROTZ WACHSTUM GROSSE HERAUSFORDERUNGEN

Ein Jahr vor der Aufhebung der Milchkontingentierung hat sich die Fachkommission Milch Bio Suisse intensiv mit den Chancen und Gefahren des freien Marktes auseinandergesetzt. Koordination und Transparenz des Biomilchmarktes wurden weiter verbessert und Strategien sowie ein Argumentarium für Milchpreisverhandlungen erstellt. Bis Ende Sommer war die Nachfrage nach Biomilch gross. Die massive Produktionssteigerung bei der konventionellen Milch zeigte dann aber auch ihre Auswirkungen im Absatz von Biomilch. Der Biomilchpool, konnte die überschüssige Biomilch nicht mehr wie in den Jahren zuvor am konventionellen Markt absetzen, sondern musste diese zu Weltmarktpreisen verkaufen.



Nach Preiserhöhungen Ende 2007 und Anfang 2008 erhielten die meisten Biomilchproduzenten ab Juli 2008 nochmals 6 Rappen mehr pro Liter. Dies als Auswirkung des Milchstreikes, der aber von den Biomilchorganisationen nicht unterstützt wurde. Korrekturen dieses schönen aber erstreikten Preises zeichneten sich schon bald ab. Trotz grosser Transparenz im Biomilchmarkt, eindrücklich gestiegener Bioverwertung 2008 und sehr guten Argumenten traf die Milchpreissenkung Ende Jahr die Bioproduzenten im gleichen Masse wie die konventionellen Kollegen. Die Milchhändler der Verarbeiter akzeptierten den Biomilchmarkt noch immer nicht als eigenständig.

Bio Suisse unterstützte personell das Absatzmarketing der Biomilchorganisationen mit «Bio am Ball» zur Euro 08 und Wettbewerben, Aktionen und Degustationen bei Coop und in Fachgeschäften. Bio Suisse lancierte Rezeptflyer. Erfreulich war das sensationelle Wachstum von 11 Prozent bei zu Bioprodukten verarbeiteter Milch (Stand Ende November 2008) und darf wohl nicht zuletzt als Kompliment für die Massnahmen und gute Zusammenarbeit der Biomilchorganisationen, der Fachkommission Milch und dem Produktmanagement Milch von Bio Suisse gewertet werden. Die sechs Biomilchorganisationen werden die kommenden Verhandlungen gut vorbereitet und mit Selbstvertrauen anpacken.

Urs Brändli, Biobauer und Präsident Fachkommission Milch