

BIO SUISSE
JAHRESBERICHT 2010



WERTE

Editorial

Biodiversität ist in jedem Knospe-Produkt enthalten



Regina Fuhrer, Präsidentin Bio Suisse

Seit jeher sind wir Biobäuerinnen und Biobauern der Artenvielfalt verpflichtet. Wir sind sozusagen die Spezialisten für die Förderung der Bodenlebewesen und der Nützlinge – der vielen kleinen Helfer der nachhaltigen Bewirtschaftung – und wir fördern sie mit überdurchschnittlich vielen ökologischen Ausgleichsflächen auf unseren Betrieben.

So ist es folgerichtig, dass sich Bio Suisse im offiziellen Jahr der Biodiversität das Thema der Lebensvielfalt auf die Fahne schrieb. Der Verband hat es auf «vielfältige» Art und Weise angepackt. 52 unserer Knospe-Höfe haben in den Monaten Mai bis September ihre Tore und Felder im Rahmen des Projektes «Tage der offenen Biohöfe» geöffnet und fast 8'000 Besucher empfangen. Gross und Klein konnten Bio und die Biodiversität sehen, hören, riechen, fühlen, schmecken und verstehen. Die Biobauernfamilien zeigten: Bio ist mehr als «nur» der Verzicht auf Chemie. Biolandbau fördert das natürliche Gedeihen von Pflanzen und Nutztieren. Dies weiterzuentwickeln, ist das Ziel unseres neuen Projektes zur Förderung

der Biodiversität auf Knospe-Höfen. 2010 haben wir damit begonnen, drei Jahre soll es dauern. Rund 60 Betriebe erfahren durch fachkundige Beratung, wie sie die Naturvielfalt auf ihrem Knospe-Hof nachhaltig fördern können. Die Umsetzung dieses Projektes wird etwa mit Beiträgen an das Pflanz- und Saatgut unterstützt. Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau, der SVS BirdLife Schweiz und der Coop Fonds für Nachhaltigkeit unterstützen uns dabei. Noch mehr für die Biodiversität zu tun, ist das Ziel des dritten Biodiversitätsprojektes: Vorstand, Kommissionen und Geschäftsstelle von Bio Suisse haben im Jahr 2010 die Grundlage zu neuen Biodiversitätsrichtlinien geschaffen.

Es gäbe weitere Beispiele dafür, wie «vielfältig» und stetig sich Bio Suisse weiterentwickelt. Nun wächst die Organisation in das 30. Jahr ihres Bestehens hinein. Zehn Jahre davon durfte ich diese Entwicklungen als Präsidentin mittragen und mitgestalten. Dafür danke ich von Herzen. Und ich bin überzeugt: Das Feld von Bio Suisse, unserer Bio-Bewegung, ist gut bestellt.

Biodiversitätsrichtlinien

Biodiversitätsrichtlinien für die Praxis

Bio Suisse hat begonnen, die Richtlinien so zu überarbeiten, dass sie einen hohen Biodiversitätsstandard der Knospe-Höfe garantieren. Damit lassen sich die unbestrittenen Biodiversitätsleistungen des Biolandbaus besser kommunizieren. Der Vorstand und die Markenkommision Anbau haben einen Entwurf für die Richtlinienänderung im Mai gutgeheissen. Darauf wurden die verschiedenen Betriebstypen und die Praxis einbezogen: Alle Fachkommissionen von Bio Suisse haben den Vorschlag weiterentwickelt. In einem Praxistest konnten 70 Betriebe einen Massnahmenkatalog überprüfen und Verbesserungsvorschläge einbringen. An der DV im November hat die Geschäftsstelle das Richtlinienprojekt vorgestellt. Im April 2011 stimmen die Delegierten darüber ab.

Fairness und Handel

Faire Handelsbeziehungen als Wert

Für faire Handelsbeziehungen haben sich die Delegierten im April 2010 ausgesprochen. Die entsprechende neue Richtlinie war der Startschuss zu mehreren Workshops und Umfragen, um schliesslich Umsetzungsinstrumente zu schaffen. Fairness soll in der Schweizer Bio-wertschöpfungskette kontinuierlich verbessert werden. Bei der Ausarbeitung eines Verhaltenskodex hat Bio Suisse Verarbeitung, Handel und Konsumentenschutz aktiv einbezogen. Geplant ist, dass die Delegierten 2012 definitiv über die Umsetzung entscheiden.



Foto: Marion Nitsch

Foto: Flavio Müller, Bio Suisse

Geschmack und Genuss

Bekanntheitswert weiter gesteigert

Die auf Geschmack und Genuss ausgerichtete Kommunikation von Bio Suisse zeigte auch im Jahr 2010 Wirkung. Inzwischen kennen 66% der Konsumenten die Knospe. Damit ist sie mit Abstand die stärkste unabhängige Bio-Marke. Bio Suisse hat nicht nur die Bekanntheit, sondern auch das Vertrauen in die Knospe auf hohem Niveau gefestigt. Den Aussagen «natürlich und umweltfreundlich», «garantiert Bio» und «kontrolliert, zertifiziert» stimmen über 80% der Schweizer und Schweizerinnen zu. Zudem nehmen die Konsumenten auch die Anstrengungen der Produzenten und Verarbeiter, geschmacklich und qualitativ gute Produkte herzustellen, wahr: Über zwei Drittel beurteilen diese Aspekte positiv.



Knapp 7 von 10 Schweizer Konsumenten kennen die Knospe.

Knospe und Medien

Imagewerte umsichtig gepflegt

Dass Bio sich zunehmender Akzeptanz erfreut, wirkte sich auch auf die kontinuierlich eingehenden Medienanfragen aus. Aktiv konnte das Medieninteresse etwa mit der Jahresmedienkonferenz sowie durch publikumswirksame Aktionen wie die Vergabe des Bio Suisse Förderpreises oder die PR-Unterstützung der «Saatgutkarawane» mit Swissaid weiter gesteigert werden. Vielfältige

Medienmitteilungen und Fachartikel zu Themen der Verbandsarbeit, des Marktumfeldes oder der Bioproduktion sowie regelmässige Stellungnahmen zum agrarpolitischen Geschehen verzeichneten steigende Beachtung und stützten so auch die Bio-Offensive.

Kampagne und Echo

Biodiversität verleiht Profil

Die «Tage der offenen Biohöfe» im Rahmen des Projektes zur Förderung der Biodiversität auf Knospe-Höfen zwischen Mai und September stiessen vor allem in den lokalen, aber auch in den nationalen Medien auf ein breites und positives Echo. Die von Coop und dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL mitgetragene Aktion in allen Regionen der Schweiz brachte Bio Suisse und den Biolandbau vielen Menschen näher und trug damit zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades der Knospe bei.

Bildung und Beratung

Zukunftswerte gestärkt

Um nachhaltig zu wachsen, braucht der Biolandbau kompetente Knospe-Produzentinnen und engagierte Mitgliedorganisationen. Bio Suisse hat die landwirtschaftliche Ausbildungsreform mit dem Modell des Pilotlehrgangs «Bioschule» beeinflusst. Lehrlinge können sich zum Landwirt mit Schwerpunkt Biolandbau ausbilden lassen. Leider ist das Ziel eines eidgenössischen Berufstitels «Biolandwirt» noch nicht erreicht. Im Jahr 2010 hat Bio Suisse zudem Förder- und Beratungsprojekte ihrer Mitgliedorganisationen mit 396'124 Franken unterstützt.

Nachkontrollen und Rückstände

Wertvolle Rückstandskontrollen

Bio Suisse hat 70 Rückstandsfälle in Knospe-Produkten bearbeitet. Es handelte sich bei den meisten Fällen um Rückstandsspuren aus unbeabsichtigten Querverunreinigungen, nur bei einem kleinen Teil wurden Verstösse gegen die Richtlinien festgestellt. In einem Fall

«Keine Rückstände von unerlaubten Pestiziden» lautet der Befund einer systematischen Kontrollkampagne beim Getreide, die 2010 stattfand.»

wurde ein Lagerhalter in Italien aberkannt, da er Getreide unerlaubterweise begast hat. In einer systematischen Kontrollkampagne beim Getreide haben Bio Suisse und die Kontrollstellen erfreulicherweise keine Rückstände von unerlaubten Pestiziden gefunden.



Foto: Bio Suisse

Die meisten Rückstandsspuren stammen aus unbeabsichtigten Querverunreinigungen.



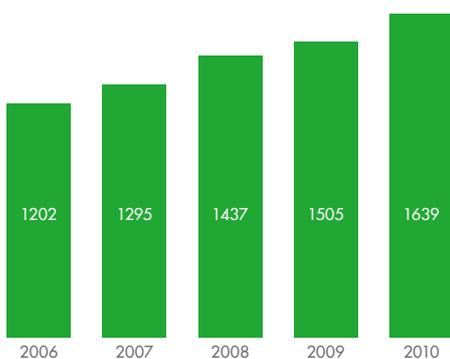
HANDEL

Marktentwicklung

Umsatz und Marktanteile erneut gestiegen

Der Biomarkt hat sich auf Stufe Detailhandel auch im Jahr 2010 sehr dynamisch entwickelt. Der Umsatz stieg um 6,1% auf 1'639 Mio. Franken. Die neue Migros-Biolinie und die diesbezüglichen Aktivitäten haben zu einem überdurchschnittlichen Wachstum von 14% auf 416 Mio. Franken geführt. Auch Coop war gewohnt aktiv, steigerte seinen Umsatz um 4,7% und bleibt mit 800 Mio. Franken grösster Bioanbieter der Schweiz. Die Attraktivität des Biomarktes haben auch Globus und Manor erkannt. Beide sind mit Neulancierungen und einer Angebotsüberarbeitung stark gewachsen. Überdurchschnittlich gewachsen sind auch die Bio-Direktvermarkter.

Bioprodukte erzielten einen Anteil von 5,7% am Lebensmittelmarkt. Alle Produktkategorien konnten wachsen. Besonders erfreulich ist zum dritten Mal in Folge das Wachstum in der Westschweiz. Die Frischprodukte wuchsen um 6,3% auf einen Marktanteil von 7,4%. Das Wachstum bei den Convenience-Produkten zeigt: Bio etabliert sich in einem breiteren Umfeld. Frischbrot und Eier haben mit fast 18% den höchsten Marktanteil.



Biomarkt Schweiz 2006 bis 2010. Gesamtumsatz in Mio. Franken.



Auch im Gastrobereich finden Knospe-Produkte vermehrt Anklang.

Biofachhandel

Strukturproblemen professionell begegnen

Der für Bio Suisse wichtige Biofachhandel musste leider einen grossen Umsatzrückgang von 30 Mio. Franken oder 13% verkraften. Der Rückgang ist auch auf Strukturprobleme zurückzuführen: Die Sortimente bieten eine zu kleine Differenzierung zu denjenigen in Detailhandelsketten; der Preis für vergleichbare Produkte überschreitet oft die Akzeptanzschwelle der Konsumenten. Auch Faktoren wie kürzere Ladenöffnungszeiten oder schlechtere Standortgüter wirken sich negativ aus. In den letzten Jahren wurde die Situation durch die Fusion und die Neuorientierung im Biogrosshandel zusätzlich erschwert. Positive Einzelbeispiele zeigen aber auch, dass sich der Biofachhandel mit Werten wie Regionalität, Sicherheit und Beratungskompetenz durchaus positiv abheben und wirtschaftliche Erfolge verbuchen kann.

Importe

Knospe setzt Standard bei Importen

Jedes Knospe-Importprodukt braucht eine Deklarationsbewilligung von Bio Suisse. Eine Knospe-Anerkennung erhalten ausländische Produkte nur, wenn sie die Richtlinien erfüllen und der Importpolitik von Bio Suisse entsprechen. So dürfen sie etwa mit der inländischen Produktion nicht konkurrieren, oder Lufttransporte sind tabu. Im Jahr 2010 gingen bei

«Unzureichende Versorgung mit Knospe-Produkten aus der Schweiz ist der Hauptgrund für die Zunahme der Importgesuche auf neu 1'831.»

Bio Suisse 1'831 Gesuche von Betrieben im Ausland ein, die eine Überprüfung der Gleichwertigkeit mit den Knospe-Richtlinien verlangten. Bewilligt wurden davon 1'698. Das sind rund 200 mehr als im Vorjahr. Die meisten Gesuche kommen aus Europa. Die am häufigsten importierten Produkte waren Getreide, Obst und Gemüse. Hauptgrund dafür war eine mengenmässig oder saisonal unzureichende Versorgung mit entsprechenden Schweizer Knospe-Produkten. Bio Suisse lässt Frischprodukte aus Übersee – mit Ausnahme von Kiwi und Orangen – nur zum Import zu, wenn sie klimatisch bedingt nicht in Europa wachsen.



Foto: Stephan Jaun, Bio Suisse



Foto: Flavie Müller, Bio Suisse

VERARBEITUNG

Lizenznehmer

Fortschritt im Wissenstransfer und im Gastrobereich

Im Jahr 2010 führte Bio Suisse mit Demeter, dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) sowie der Kontrollorganisation bio.inspecta einen «Verarbeitertag» durch. Dieser war sowohl den Knospe-Lizenznehmern als auch anderen Bioverarbeitern zugänglich. Er bot eine nützliche Plattform zum Wissensaustausch. Die Anzahl Lizenznehmer liegt mit 776 im Jahr 2010 im gleichen Rahmen wie in den letzten Jahren. Das im Jahr 2009 eingeführte Konzept Knospe-Produkte-Küche zeigte 2010 Erfolge. Die Anzahl Markennutzer in der Gastronomie stieg erstmals wieder, und mit der Compass Group bietet neu ein grosses Unternehmen der Gemeinschaftsgastronomie Knospe-Produkte an.



Foto: Thomas Altdorf

Mit der Vergabe der Gourmet-Knospe fördert Bio Suisse die Verarbeitungsqualität.

Neue Knospe-Produkte

Innovative Knospe-Verarbeiter

Die Geschäftsstelle von Bio Suisse beurteilt Verarbeitungsprodukte hinsichtlich ihrer Knospe-Konformität. Jedes neue Knospe-Produkt und jedes Knospe-Produkt mit einer neuen Rezeptur wird von Bio Suisse auf Richtlinienkonformität geprüft, ehe es auf den Markt kommt. Im Jahr 2010 haben die

«Im Jahr 2010 wurden 1'178 neue Knospe-Produkte zur Prüfung eingereicht.»

Knospe-Verarbeiter 1'772 Gesuche eingereicht; darunter waren 1'178 neue Bioprodukte wie etwa Knospe-Margarine, Milchdrinks oder Gebäck. Für Backwaren gingen die meisten Gesuche ein. Vermehrt erhält Bio Suisse auch Anfragen um eine Knospe-Lizenz für Softgetränke wie Limonaden oder für Halbfertigprodukte.

Gourmet-Knospe

Ausgezeichnete Knospe-Verarbeiter

Bio Suisse hat im Jahr 2010 zum fünften Mal die Qualität hochwertiger Knospe-Produkte prämiert. Von 135 angemeldeten Produkten der Kategorie «Backwaren und Milchprodukte» erhielten 43 die Auszeichnung Gourmet-Knospe. Eine unabhängige Fachjury beurteilte die Spezialitäten nach den Kriterien Aussehen, Geruch, Geschmack und allgemeiner Eindruck. Die Hersteller dürfen die prämierten Produkte mit der Knospe und dem Zusatz «Gourmet» ausloben.

Qualitätsentwicklung

Knospe-Verarbeitung gefördert

Die «Fachkommission Wein» hat den laufenden Prozess für die Regeln der Weinbereitung in der EU zum Anlass genommen, die bestehende Weisung für Knospe-Wein vorausschauend und umfassend zu überarbeiten. Weiter ging Bio Suisse mit Praktikern in der Fleischbranche die Problematik Nitritpökelsalz an. Oder sie nahm die Verpackung von Bioprodukten differenziert unter die Lupe und erstellte einen Bericht mit Praxisbeispielen, der Vor- und Nachteile der einzelnen Verpackungsmöglichkeiten aufzeigt. Bio Suisse will damit die verarbeitenden Betriebe bei ihren Verpackungslösungen beraten.

Die Knospe soll zwar in erster Linie eine Auszeichnung für Lebensmittel sein. Im Frühjahr entschieden die Delegierten aber, das Knospe-

«Die Weisung für Knospe-Wein wurde vorausschauend und umfassend überarbeitet.»

Sortiment zu öffnen. Die «Markenkommission Verarbeitung und Handel» erarbeitete Grundlagen zur Anwendung der Deklarations-Knospe bei einzelnen Rohstoffprodukten. So ist neu etwa geregelt, wie Rohstoffe auf Naturkosmetika-Verpackungen mit der Deklarations-Knospe ausgelobt werden dürfen.



LANDWIRTSCHAFT

Betriebszahlen

Rückgang der Knospe-Höfe gestoppt

Nach rückläufigen Mitgliederzahlen in den vergangenen Jahren halten sich im Jahr 2010 die Kündigungen und die Anmeldungen mit 112 neuen Knospe-Betrieben erstmals wieder in etwa die Waage. Damit zeichnet sich eine Trendwende ab, die durch die über 170 Neuanmelder auf den 1. Januar 2011 klar bestätigt wird.

«Über 170 Anmeldungen auf den 1.1.2011 bestätigen die positive Entwicklung bei den Knospe-Betrieben.»

Umsteller

Strukturwandel trifft auch Biobetriebe

Gut die Hälfte der Kündigungen geht auf das Konto von Betriebsaufgaben hauptsächlich infolge Erreichen des Rentenalters. Nur etwa ein Fünftel der Knospe-Aussteiger von 2010 bewirtschaften ihren Betrieb konventionell weiter. Davon nennt die Hälfte die Verschärfung der Knospe-Richtlinien als Ausstieggrund. Der Rest führt strukturelle Veränderungen wie etwa die Gründung einer Betriebsgemeinschaft mit einem Nicht-Biobetrieb an. Kaum mehr ein Betrieb hat 2010 von der Knospe zum tieferen Niveau der staatlichen Bioverordnung gewechselt. Bei gut zehn Prozent der Vertragsauflösungen ging die Initiative von Bio Suisse aus, z. B. wegen Aberkennung durch die Kontrollstelle oder wegen Nichtbezahls des Mitgliederbeitrages.

Bio-Offensive

Offensive Suche nach Biobauern

Mit der Bio-Offensive stärkt Bio Suisse die bestehenden Knospe-Landwirte, sucht Umsteller und entwickelt die Märkte weiter. Ziel ist, jährlich 200 neue Biobetriebe mit Schwerpunkt Ackerbau zu gewinnen. An der Bio-Offensive beteiligen sich auch die Mitgliedorganisationen, die Kontrollstellen, die Bioberatung und das Forschungsinstitut für Biolandbau.

Produktionszahlen

Biorohstoffmärkte sind weiter gewachsen

Für Bio Suisse sind Ende Jahr nicht nur die Biodiversitätsleistungen entscheidend, ebenso Teil der Nachhaltigkeit ist der ökonomische Aspekt, wo Menge mal Preis den Ertrag bestimmt.

«Die Anzahl über den Knospe-Kanal vermarkteter Lämmer stieg im Jahr 2010 um 17%.»

Fleisch | Der Fleischmarkt entwickelt sich positiv. Die Zahl der Schlachtungen von Knospe-Tieren stieg im Jahr 2010 mit Ausnahme der Kälber (-12%) bei allen Kategorien an (Schweine +1%, Bankvieh +6%, Kühe +7%, Lämmer +17%).

Früchte und Gemüse | Auch die Früchte- und Gemüseproduktion befindet sich auf Wachstumskurs, so stieg in den letzten Jahren etwa die Kernobstmenge um 7,8%. Auch das Kernobst-Rekordjahr 2010 fand restlos im Biokanal Absatz.

Milch und Eier | Die Produktion von Knospe-Milch war gegenüber 2009 stabil. Die Verarbeitung stieg dagegen um 6,8% an, was den Biomilchmarkt immer mehr ins Gleichgewicht bringt. Das Wachstum hält auch bei den Knospe-Eiern an (99 Mio. Eier, +3,9%).

Brotgetreide und Futtergetreide | 2010 fiel aufgrund der Witterung die Brotgetreideernte schlecht aus. 1'165t (11%) der Gesamternte waren Auswuchs. Somit sank das Angebot von 9'861t im Jahr 2009 auf 9'187t im Jahr 2010. Erfreulich hingegen war die Ernte beim Futtergetreide: Die 6'302t liegen 30% über dem Vorjahr.

Raps, Kartoffeln, Wein | Die Rapsernte betrug 110t, das entspricht gegenüber dem Vorjahr einer Einbusse von 21%. Die Kartoffelernte 2010 entsprach mit rund 11'000t den vergangenen Jahren und hat die Nachfrage annähernd gedeckt. Knospe-Zuckerrüben wurden keine angebaut. Das Angebot an Wein ist konstant.

Politik

Politischer Einsatz für die Bauernfamilien

Zuoberst auf der politischen Agenda stand für den Verband die Agrarpolitik 2014-17 mit den Bereichen Weiterentwicklung der Direktzahlungen, Qualitätsstrategie und EU-Agrarfreihandel. Bio Suisse begrüßte prinzipiell das vorgeschlagene Direktzahlungssystem und verlangte Verbesserungen zugunsten der Biobauernfamilien. Der Verband lancierte die Idee eines Aktionsplans Bio im Nationalrat und hat Kernthemen wie Biodiversität, Gentechnik, Agrotreibstoffe und Klima in der öffentlichen Diskussion vorangetrieben.



FINANZEN VERBAND

Rechenschaftsbericht

Erläuterungen zur Jahresrechnung

Der Jahresabschluss von Bio Suisse präsentiert sich per Ende 2010 ausgeglichener als ein Jahr zuvor. Die Rechnung schliesst mit einem Einnahmeüberschuss von rund 11'420 Franken ab. Der grosse Unterschied bei den flüssigen Mitteln im Vergleich zum Vorjahr erklärt sich dadurch, dass diese Mittel neu im Anlagevermögen figurieren (als Finanzanlagen im Depositionskonti). An der Frühlings-Delegiertenversammlung 2010 wurde die Anlagestrategie vorgelegt, welche in den Jahren 2010 und 2011 umgesetzt wird.

Die Erfolgsrechnung zeigt gegenüber dem Vorjahr bei den Lizenzgebühren um 0,9 Mio. Franken tiefere Einnahmen. Gründe dafür sind unter anderem Verschiebungen im Markt, korrigierte Umsätze aus dem Vorjahr und Preis-senkungen beim Getreide.

Im Berichtsjahr wurden 0,8 Mio. Franken für die Verbands-gremien, inkl. Delegierten-versammlungen und Präsidentenkonferenzen, ausgegeben; erstmals erhielt das Präsidium der Mitgliedorganisationen eine Entschädigung für seine Teilnahme an den Präsidentenkonferenzen. Bio Suisse investierte 2,2 Mio. Franken in Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung, 1,1 Mio. Franken in Geschäftsführung und Politik, 4,3 Mio. Franken ins Produktemanagement, in die Knospe-Werbung, in die Absatzförderung, in die Kundenbetreuung und in den Export, 1,2 Mio. Franken in Information und PR sowie 0,8 Mio. Franken in Finanzen / Administration.

Im Jahr der Biodiversität wurden 600'000 Franken in Biodiversitätsprojekte investiert. So wurden etwa die «Tage der offenen Biohöfe» realisiert und das dreijährige «Förderprojekt Biodiversität» ins Leben gerufen. Die Umsetzung dieser Projekte war dank Unterstützung des Coop Fonds für Nachhaltigkeit möglich.

Bio Suisse Bilanz und Erfolgsrechnung 2010

Bilanz auf den 31. Dezember 2010 mit Vorjahresvergleich

	2010	2009
	Total CHF	Total CHF
Aktiven		
Umlaufvermögen		
Flüssige Mittel	4 747 233.85	6 807 099.86
Forderungen	547 638.64	232 089.62
Vorräte	1.00	1.00
Transitorische Aktiven	558 736.30	556 325.15
Total Umlaufvermögen	5 853 609.79	7 595 515.63
Anlagevermögen		
Finanzanlagen	1 501 708.70	117.00
Beteiligungen	1.00	1.00
Mobilien, EDV-Einrichtungen	2.00	2.00
Total Anlagevermögen	1 501 711.70	120.00
Total Aktiven	7 355 321.49	7 595 635.63
Passiven		
Fremdkapital		
Kurzfristiges Fremdkapital	1 175 793.31	863 676.45
FK kurz, zweckgebundene Mittel, Fonds	1 384 630.48	781 508.58
Nicht verwendeter Überschuss 2009	681 865.75	0.00
Transitorische Passiven	795 307.95	936 996.66
Kurzfristige Rückstellungen	521 900.00	539 050.00
Langfristige Rückstellungen	613 000.00	603 000.00
Reserven	10 000.00	10 000.00
Total Fremdkapital	5 182 497.49	3 734 231.69
Eigenkapital	2 161 403.94	2 097 503.51
Total Passiven	7 343 901.43	5 831 735.20
Einnahmeüberschuss	11 420.06	1 763 900.43

Erfolgsrechnung für die Zeit vom 1.1. bis 31.12.2010 mit Vorjahresvergleich

	Total CHF	Total CHF
Ertrag		
Materialverkauf	162 135.13	180 106.90
Jahresbeiträge Produzenten inkl. SMP	2 650 650.85	2 580 876.95
Bundesgelder Absatzförderung	1 193 211.86	1 080 000.00
Lizenzgebühren	5 732 734.55	6 657 111.82
Auslandanerkennungen	71 620.00	68 746.20
Dritte, Spenden, Honorare, Verweise	47 907.10	171 376.05
Übriger Ertrag	803 461.35	156 687.18
Zinsertrag, Kursdifferenzen	33 419.57	58 246.94
Ausserordentlicher Ertrag	0.00	16 187.65
Total Ertrag	10 695 140.41	10 969 339.69
Aufwand		
Handelswarenaufwand	481 609.17	220 654.37
Aufträge an Externe	1 754 913.25	1 223 006.30
Personalaufwand	4 135 694.06	3 665 254.19
Externe Kosten	691 750.34	539 084.56
Betriebsaufwand	641 237.96	695 287.50
Werbeaufwand	2 699 242.40	2 670 617.26
Finanzaufwand (Spesen, Kursdifferenzen)	2 905.92	3 093.43
Abschreibungen	132 109.80	93 521.10
Ausserordentlicher Aufwand	10 000.00	10 000.00
Vorsteuerkürzung MwSt.	134 257.45	84 920.55
Total Aufwand	10 683 720.35	9 205 439.26
Einnahmeüberschuss	11 420.06	1 763 900.43



Foto: Flavio Müller, Bio Suisse



Foto: Stephan Jaun, Bio Suisse

ORGANISATION

Gremien von Bio Suisse

Vorstand

Regina Fuhrer, Burgstetten BE, Präsidentin
 François-Philippe Devenoge, Dizy VD, Vizepräsident
 Martin Riggenbach, Solothurn SO, Vizepräsident
 Christian Butscher, Solothurn SO
 Alfons Cotti, Sur GR
 Josef Reichmuth, Oberarth SZ
 Danielle Rouiller, Cernier NE



Foto: Bio Suisse

Vorstand Bio Suisse

Kommissionen und ihre Vorsitzenden

- Geschäftsprüfungskommission, Susanne Häfliger-Stäubli, Oberhof AG
- Markenkommission Anbau, Andreas Bärtschi, Lützelflüh-Goldbach BE
- Markenkommission Verarbeitung und Handel, Max Eichenberger, Rodersdorf BL
- Markenkommission Import, Paul van den Berge, Minusio TI
- Bildungskommission, Kathy Hänni, Kirchlindach BE
- Fachkommission Ackerkulturen, André Horisberger, Chavannes-le-Veyron VD
- Fachkommission Biovin, René Güntert, Miège VS
- Fachkommission Eier / Geflügel, Peter Lüscher, Holziken AG
- Fachkommission Fleisch, Werner Ammann, Ganterswil SG

- Fachkommission Gemüse, Stephan Müller, Steinmaur ZH
- Fachkommission Kräuter, Lukas Studer, Attiswil BE
- Fachkommission Milch, Urs Brändli, Goldingen SG
- Fachkommission Obst, Christoph Schmid Kohli, Granges-Paccot FR
- Fachkommission Zierpflanzen, Bina Thürkauf, Riehen BS

Die Basis

Vorstand mit neuem Steuerungsinstrument

Der Bio Suisse Vorstand hat sich intensiv mit dem Thema Steuerung und Controlling auseinandergesetzt und das Führungsinstrument «Cockpit» etabliert. Das steigende Engagement der Grossverteiler im Biobereich hat er genutzt, um die Partnerschaft mit Coop zu stärken und die Zusammenarbeit mit Migros zu festigen. Vorstandsthemen waren etwa auch die Stärkung der Mitgliedorganisationen, die Bio-Offensive, die Wahl des neuen Geschäftsführers oder die Biodiversitätsprojekte. Bezüglich der «Tage der offenen Biohöfe» geht ein riesiger Dank an die vielen Knospe-Höfe, welche diese Chance ergriffen, um in der ganzen Schweiz die Vielfalt der Knospe-Betriebe zu präsentieren.

Organisation und Personelles

Die Geschäftsstelle von Bio Suisse

Die neue Abteilung Information und PR enthält die frühere Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit und die verbandsinterne Kommunikation über das Magazin bioaktuell. Die Leiterin Öffentlichkeitsarbeit Jacqueline Forster-Zigerli ver-

liess Bio Suisse. Stephan Jaun leitet die neue Abteilung.

Mitte Mai 2010 trennte sich Bio Suisse vom Geschäftsführer Stefan Flückiger. Die interimistische Geschäftsführung wurde durch Doris Schwarzenbach sichergestellt. Seit 1.1.2011 setzt Bio Suisse auf den neuen Geschäftsführer Daniel Bärtschi.

Wichtige Kontakte

So erreichen Sie uns

- Geschäftsführer: seit 1.1.2011 Daniel Bärtschi*
- Stv. Geschäftsführerin und Leitung Abteilung Finanzen und Personal: Doris Schwarzenbach*
- Leitung Abteilung Info und PR: Stephan Jaun*
- Leitung Abteilung Qualitätssicherung und -entwicklung: Hans Ramseier*
- Leitung Abteilung Marketing: Jürg Schenkel*
- Politik: Martin Bossard
- Mediensprecherin: Sabine Lubow
- Verbandskoordination: Christian Vögeli

* Mitglied der Geschäftsleitung



BIOSUISSE

Adresse:

Bio Suisse
 Margarethenstrasse 87
 CH-4053 Basel
 Tel. 061 385 96 10
 Fax 061 385 96 11
 E-Mail bio@bio-suisse.ch

Diesen Jahresbericht und viele weitere Informationen zu Bio Suisse finden Sie unter www.bio-suisse.ch → über uns → Verband