



Wissen

Absatz von Bioprodukten kleiner als angenommen

Der Biomarkt scheint riesig zu sein in der Schweiz. Doch nur gerade knapp 8 Prozent aller Nahrungsmittel stammen aus biologischer Produktion. Bei Fleisch ist der Anteil wesentlich geringer.



(Bildquelle: Bio Suisse)

Laut Bundesamt für Statistik, Omnibus-Erhebung 2015 zum Thema Umweltqualität und umweltrelevantes Verhalten, kaufen nur sieben Prozent der Konsumenten immer Nahrungsmittel aus biologischer Produktion. 33 Prozent gaben an, meistens Bioprodukte zu kaufen und 34 Prozent greifen gelegentlich zu Bio. Werden «immer» mit 100 Prozent deklariert, «meistens» mit 60 Prozent und «gelegentlich» 10 Prozent, so müssten 30 Prozent aller in der Schweiz konsumierten Nahrungsmittel aus biologischer Produktion stammen.

Laut Bio-Suisse-Statistik von 2016 beträgt der wertmässige Anteil aller Bioprodukte am Schweizer Nahrungsmittelmarkt 7,7 Prozent. Der wahre Biolebensmittelmarkt ist nur etwa ein Viertel so gross wie die deklarierten Bioeinkäufe der Befragten. 12,8 Prozent aller Landwirtschaftsbetriebe in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein sind Biobetriebe. 2015 produzierten 6031 Betriebe nach den Richtlinien von Bio Suisse.

Biofleisch

Je nach Lebensmittelart gibt es deutliche Abweichungen beim Absatz: Eier, Brot und Gemüse liegen ganz vorn, Fleisch weit hinten. Die Fleischproduktion belastet die Umwelt besonders stark. Denn bei der

Umwandlung von pflanzlichem Futter zu Fleisch gehen viele Nahrungskalorien verloren. In der Produktion von konventionellem Fleisch ist der Anteil von Kraftfutter wie Mais, Weizen oder importierter Soja deutlich höher als bei Biofleisch. Einheimische Tiere, die nach Biostandard und damit unter strengeren Tierschutzregelungen gehalten werden, fressen mehr einheimisches Gras und Heu, das sich fast ausschliesslich zur Fleisch- und Milchproduktion verwerten lässt. Biofleisch ist eher teurer, konventionelles Fleisch billiger geworden. Das Angebot ist zudem begrenzt, weil die Bioproduktion beim Fleisch besonders anspruchsvoll ist und je nach Saison schwankt. Fidelio beliefert primär Biofachgeschäfte, Restaurants und rund zehn Schweizer Metzgereien.

Grossverteiler sind Bioleader

Der Schweizer Biolebensmittelmarkt erzielte 2015 einen Umsatz von 2,32 Milliarden Franken. Der Biofachhandel rangiert auf Platz drei mit einem Anteil von 20 Prozent. Der Löwenanteil der Bioprodukte verkaufen die beiden Grossverteiler Coop und Migros; sie erreichen zusammen einen Marktanteil von 75 Prozent. Coop erzielt annähernd die Hälfte des Schweizer Bioumsatzes – vorwiegend mit Knospe-Produkten. Die Nummer zwei ist Migros. Sie setzt auf eigene Biolabels, erfüllt damit aber ähnlich hohe Anforderungen. Der Anteil von Bio am Migros-Fleischabsatz beträgt rund 4 Prozent.

Unterschiede bei Bio und verwirrende Kennzeichnung

Biologisch produzierte Nahrungsmittel werden sehr unterschiedlich qualitativ bewertet und gekennzeichnet. Die Labels Knospe, Bio Suisse, KAG Freiland, Coop Naturaplan, Biotrend (Lidl), Bio Natur Plus (Manor), Demeter, Naturland, die Fleischlabels Natura Beef Bio, Fidelio und Bio-Weide-Beef (Migros) sowie das eigenständige Weinlabel Delinat gelten als besonders empfehlenswert. Das Label Migros Bio erfüllt für Inlandprodukte die Anforderungen der Knospe, für Importprodukte die tieferen Anforderungen der EU-Bioverordnung.

Als nicht konform gelten die grünen Labels: IP-Suisse, Terra Suisse (Migros), Natura Beef, Coop Naturafarm oder Agri-Natura (unter anderem Volg). Diese kennzeichnen Produkte, die aus Integrierter Produktion (IP) mit erhöhten Anforderungen stammen. IP erlaubt den Einsatz von Kunstdünger oder Pestiziden. Ausländische Labels erfüllen teilweise ebenfalls strengere ökologische oder tiergerechte Kriterien, welche sich an der EU-Bioverordnung orientieren.

Weitere Informationen zur Kennzeichnung: www.labelinfo.ch























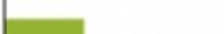


















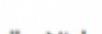
Die

Fleischproduktion belastet die Umwelt besonders stark (Bildquelle: Keystone).

Werte und Marktanteile der Bioverkäufe am Foodmarkt

2015 ist der Anteil an Biolebensmittel am gesamten Lebensmittelmarkt erneut gestiegen und erreicht 7,7 Prozent. Die grössten Marktanteile erzielen Eier, Frischbrot und Gemüse (Quelle: Bio Suisse).

%-Wertanteile von Bio-Verkäufen am Food-Umsatz inkl. %-Wachstum zum Vorjahr

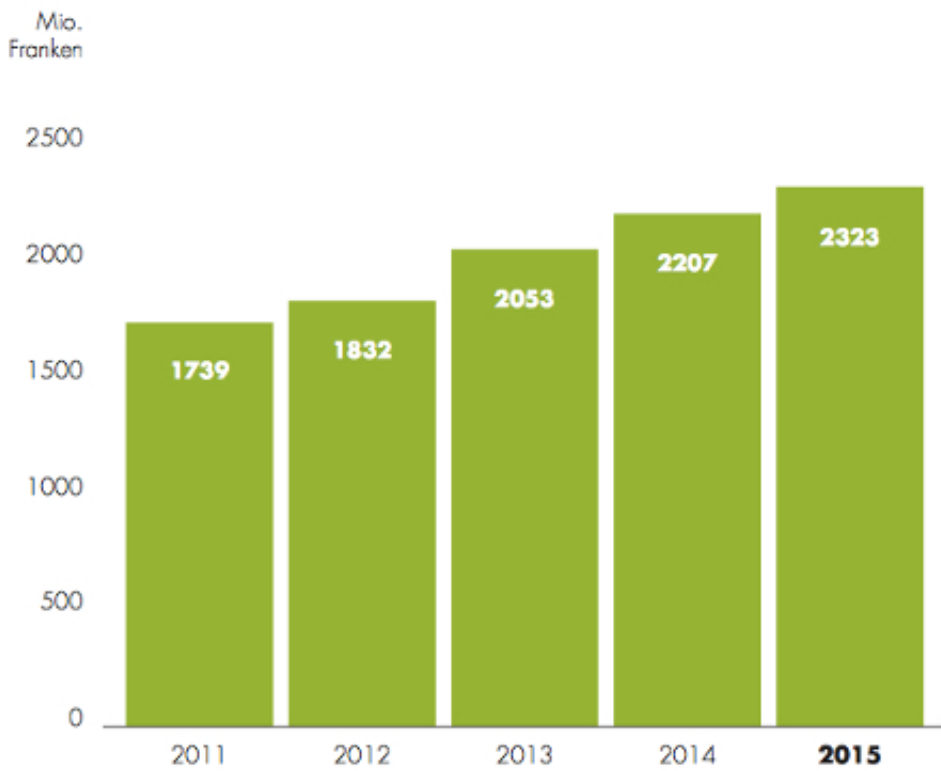
Total Schweiz	in Mio. CHF	Anteil Bio in %		Wachstum vs VJ in %	
Gesamtwarenkorb	1 743,5	7,7%		+7,0%	
Frischprodukte	1 147,9	10,0%		+5,9%	
Vorverpackte Konsumgüter	595,6	5,3%		+9,1%	
<hr/>					
Eier Total	71,1	24,3%		+8,1%	
Frischbrot	175,1	20,1%		+1,7%	
Gemüse, Salate, Kartoffeln	222,2	16,1%		+9,5%	
Gemüse	130,8	18,6%		+10,1%	
Salate	74,4	15,6%		+9,2%	
Kartoffeln	17,0	12,1%		+6,3%	
Milchprodukte	215,7	11,8%		+5,1%	
Convenience (Frisch)	152,4	10,5%		+6,6%	
Früchte	161,5	11,1%		+15,4%	
Frühstück/Beilagen/Tierbedarf	175,1	9,8%		+14,1%	
Käse Total	84,2	6,2%		-0,6%	
Übr. Brote & Backwaren	44,6	4,5%		-1,1%	
Fleisch und Fisch (ohne TK)	218,1	5,0%		+2,1%	
Tiefkühl-Kategorien	32,6	4,1%		+3,4%	
Haltbare Convenience	67,5	5,3%		+15,7%	
Getränke Total	86,4	2,9%		+5,7%	
Süsswaren, Salzige Snacks	37,0	2,0%		+13,5%	

Convenience Frisch: Neu – inkl. «ready-to-cook»

Quelle: Nielsen

Biomarkt Schweiz 2011 bis 2015

Gesamtumsatz in Millionen Franken. Der Biomarkt wuchs im 2015 um 5,2 Prozent. Der Umsatz mit Bioprodukten stieg auf 2.323 Milliarden Franken; der Pro-Kopf-Konsum auf 280 Franken (Quelle: Bio Suisse).



Quelle: Bio Suisse

Copyright © 2009 - 2025 www.gesundes-haus.ch – Stand: 08.04.2025

gibbeco Genossenschaft Information Baubiologie

Sponsoren/Partner:

