



Bio-Top-Seller 2019: Pasteurisierte Milch und Eier sind die Bio-Verkaufsschlager

Auch 2019 entwickelte sich das Bio-Segment im Schweizer Detailhandel erfolgreich weiter. Der Umsatz ist in allen Bereichen gewachsen, wobei Gemüse inkl. Kartoffeln mit 464 Mio. CHF Bio-Umsatz der umsatzstärkste Bereich bleibt. Dahinter folgen Milch und Milchprodukte mit 353 Mio. und Brot und Backwaren mit 270 Mio. Umsatz. Den höchsten Umsatzanteil von Bio-Produkten am Gesamtumsatz verzeichnen die Eier mit 29%, danach folgen die Sparten Gemüse inkl. Kartoffeln und Mehl mit einem Bio-Umsatzanteil von 23 %.

Im Folgenden betrachten wir die absatzstärksten Bio-Produkte in den verschiedenen Bereichen. Besonders beliebte Bio-Produkte im Jahr 2019 waren pasteurisierte Milch, Eier sowie Bananen.

Pasteurisierte Bio-Milch ist das gefragteste Bio-Produkt

Das Bio-Produkt mit dem höchsten Absatz ist die pasteurisierte Milch. Im Jahr 2019 wurden im Schweizer Detailhandel über 34 Mio. Liter verkauft. Das sind rund 3 % mehr als im Vorjahr. Mit einigem Abstand folgt bei den Milchprodukten das Bio-Naturjoghurt mit 8681 Tonnen Absatz. Auf dem dritten Platz liegt die Bio-Vorzugsbutter mit einem Absatz von 1047 Tonnen. Beide verzeichneten einen geringen Absatzzuwachs von 1 % bzw. 0.3 %. Betrachtet man die Umsätze, so zeigt sich die selbe Rangfolge.

Tendenz zu grösseren Eier-Packungen

Bei den Eiern ist der Anteil des Bio-Umsatzes am Gesamtumsatz mit 29 % besonders hoch. Nach wie vor sind die 53+g Eier im 6er-Pack am beliebtesten. Davon wurden 35 Mio. Eier verkauft, das sind 14 % mehr als im Jahr 2018. Auch die grös-

seren 63+g Eier im 6er-Pack konnten die Absatzmenge steigern, aber nur um 3 % auf 26 Mio. Eier. Der Absatz von Eiern im 4er-Pack 53+g war mit 12 Mio. Eiern dagegen leicht rückläufig (-1 %), wobei der Umsatz trotzdem leicht gestiegen ist (+0.2 %).

Bananen sind weiterhin an der Spitze, aber Äpfel und Zitronen legen kräftig zu

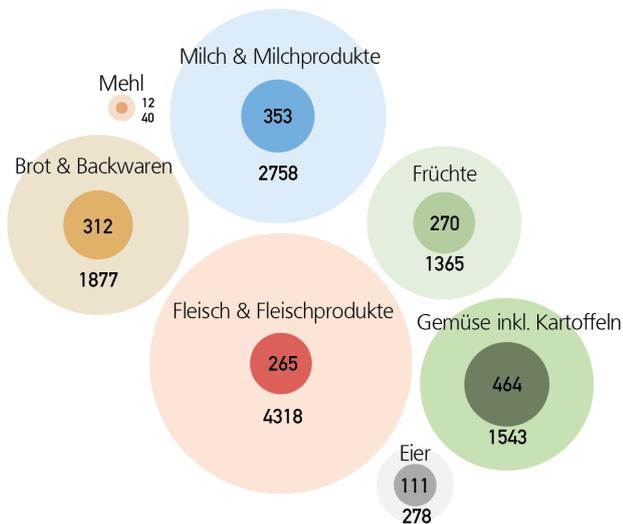
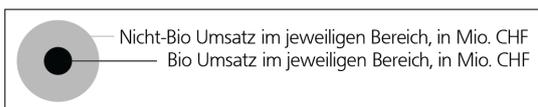
Bei den Bio-Früchten sind unverändert die Bananen an der Spitze. Sie erreichen im Jahr 2019 einen Absatz von 19489 Tonnen. Danach folgen mit deutlich geringeren Verkaufsmengen die Äpfel mit 5843 Tonnen und die Zitronen mit 5192 Tonnen. Allerdings sind die Äpfel und Zitronen auf Aufholkurs: Im Gegensatz zur stagnierenden Banane konnten die Äpfel um 16 % und die Zitronen um 18 % zulegen im Vergleich zum Jahr 2018. Ein wesentlicher Grund dürften unterschiedliche Erntesituationen sein, so waren beispielsweise die Lagerstände mit Bio-Äpfeln 2018 sehr tief, da die Apfelernte 2017 extrem klein ausfiel.

Auch bei den Umsätzen zeigt sich die gleiche Rangfolge, jedoch verzeichneten die Bananen einen leicht rückläufigen Umsatz (-1.3%) und bei den Zitronen schlägt sich das grosse Absatzwachstum von 18 % nur teilweise in einer Umsatzzunahme (+6.5%) nieder.

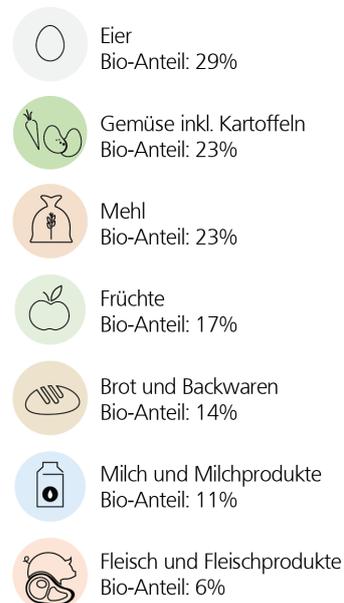
Karotten sind unbestritten das Bio-Gemüse

Beim Bio-Gemüse sind die Karotten (alle Sorten) mit Abstand das absatzstärkste Gemüse. 2019 wurden im Detailhandel 8499 Tonnen davon verkauft. Auf Platz 2 folgen die festkochenden Kartoffeln mit 4958 Tonnen und auf Platz 3 die Salatgurken mit 4049 Tonnen Absatz. Der Absatz von allen drei Gemüsen wuchs im vergangenen Jahr: Karotten +2%, Kartoffeln festkochend +5% und Salatgurken

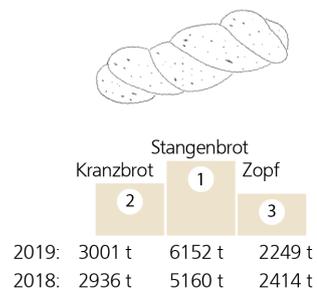
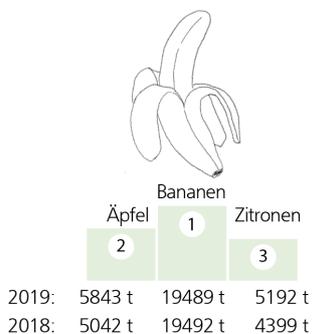
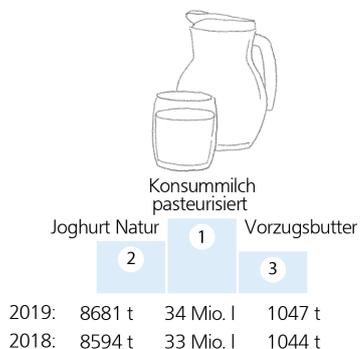
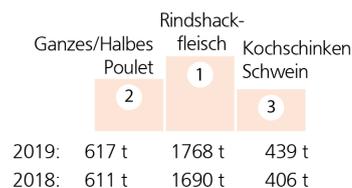
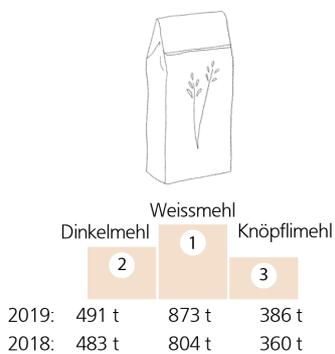
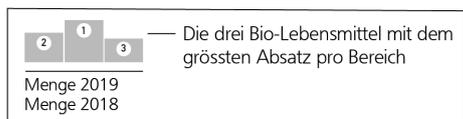
Bio Umsatz 2019



Bio-Anteil am Bereichsumsatz in %



Bio Top-Seller 2019



Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW Retail-/Konsumentenpanel

+7%. Wenn man alle Tomatenarten (Cherry-, Rispen-, Fleisch- und andere Tomaten) zusammenzählt, so kommen diese mit 5594 Tonnen auf den zweiten Platz. In der Einzelbetrachtung ist die Cherry-Tomate mit 2692 Tonnen Absatz die bedeutendste Tomatenkategorie im Bio-Segment. Betrachtet man den Umsatz, sieht die Rangfolge anders aus. Zwar sind auch hier die Karotten auf Platz 1 mit 36 Mio. CHF Umsatz im Jahr 2019, ihr Umsatz stieg sogar überproportional zur Absatzsteigerung um 7.6 %, aber danach folgen schon knapp dahinter die Cherry-Tomaten mit 30 Mio. CHF und die Peperoni mit 24 Mio. CHF Umsatz. Der Umsatz der Peperoni war im Gegensatz zu den anderen beiden Gemüsen leicht rückläufig im Vergleich zum Vorjahr.

Stangenbrot baut Vorsprung kräftig aus

Der Bestseller bei den Bio-Broten sind mit 6152 Tonnen Absatz die Stangenbrote. Mit einer Absatzsteigerung um mehr als 19 % im Vergleich zum Vorjahr bauten sie ihren Vorsprung 2019 nochmals kräftig aus. Dahinter kommen die Kranzbrote mit 3001 Tonnen und die Zöpfe mit 2249 Tonnen Absatz. Während der Absatz von Kranzbrot im vergangenen Jahr um moderate 2.2 % wuchs, war der Absatz von Zöpfen mit einem Minus von 6.8 % deutlich rückläufig.

Betrachtet man den Umsatz der Bio-Brote, ist nach den Stangen- und Kranzbrot auf dem dritten Platz mit den Gipfeli ein Kleinbrot vertreten, welche verhältnismässig teurer sind.

Weissmehl auch im Bio-Segment am beliebtesten

Auch im Bio-Segment ist das Weissmehl das absatzstärkste Mehl. Im Jahr 2019 stieg der Absatz im Detailhandel um 9 % auf 873 Tonnen. Auf Platz 2 folgt das Dinkelmehl mit 491 Tonnen und auf Platz 3 das Knöpflimehl mit 386 Tonnen Absatz. Diese steigerten den Absatz im Vergleich zum Vorjahr um 2 % bzw. 7 %. Ein Grund für den hohen

Absatz von Bio-Knöpflimehl ist, dass es bei einigen Detailhändlern nur noch in Bio-Qualität erhältlich ist.

Im Gegensatz zu den anderen beiden Mehlen führte beim Dinkelmehl die Absatzsteigerung nicht zu einer entsprechenden Umsatzsteigerung. Der Umsatz des Dinkelmehls sank im Vergleich zum Vorjahr sogar um 4.4 %.

Rindshackfleisch ist der Bio-Fleisch Top-Seller

Beim Bio-Fleisch ist das Rindshackfleisch mit 1768 Tonnen Absatz der absolute Top-Seller. Danach folgen mit deutlich weniger Absatz ganze und halbe Poulets (617 t) und Kochschinken (439 t). Im Vergleich zum Jahr 2018 war der Absatz von ganzen und halben Poulets 2019 beinahe konstant, jener von Rindshackfleisch stieg um 4.6 % und Kochschinken legte sogar um 8.2 % zu. Die Absatzentwicklung beim Schinken folgt damit jener der gesamten Bio-Schweineproduktion, welche im vergangenen Jahr um rund 5'000 auf insgesamt 47'500 geschlachtete Tiere gesteigert wurde (+11,9 %).

Bei der Umsatzbetrachtung schafft es das verhältnismässig teure Rindstrockenfleisch mit 18 Mio. Umsatz hinter dem Rindshackfleisch mit 38 Mio. Umsatz auf den zweiten Platz, gefolgt vom Kochschinken mit 15 Mio. Umsatz. Letzterer konnte den Umsatz im Vergleich zum Absatzzuwachs (+8.2 %) überproportional steigern um fast 14 %, was auf Preissteigerungen gegenüber dem Vorjahr hindeutet. Im Gegensatz dazu gab es beim Rindshackfleisch trotz Absatzsteigerung um 4.6 % praktisch kein Umsatzwachstum, was wiederum auf Preisesenkungen hindeutet.

Die Analyse zeigt, dass auch im Jahr 2019 die Absätze und Umsätze der meisten Bio-Produkte weiter gewachsen sind, wobei es bei den Produkt-Rangfolgen kaum Änderungen gab.

Warenkorb: bio und nicht-bio im Vergleich

In CHF	Bio					Nicht-Bio				
	04 2019	03 2020	04 2020	%-Δ Vorjahr	%-Δ VM	04 2019	03 2020	04 2020	%-Δ Vorjahr	%-Δ VM
Milch	37.74	37.86	38.06	+0.8	+0.5	26.90	26.99	28.07	+4.4	+4.0
Fleisch	62.47	62.77	62.72	+0.4	-0.1	43.57	43.60	43.93	+0.8	+0.8
Eier Freiland, frisch	23.06	22.96	22.86	-0.9	-0.5	16.62	16.20	16.47	-0.9	+1.6
Speisekartoffeln	7.01	7.06	7.00	-0.3	-0.9	3.85	3.57	3.61	-6.3	+1.3
Früchte	18.67	18.02	18.14	-2.8	+0.7	11.68	11.42	11.96	+2.4	+4.7
Gemüse	35.89	33.56	36.53	+1.8	+8.8	22.45	19.23	21.32	-5.0	+10.9
Mehl*	4.13	4.13	4.13	0.0	0.0	2.59	2.59	2.59	0.0	0.0
Warenkorb Total	188.97	186.37	189.43	+0.2	+1.6	127.66	123.60	127.95	+0.2	+3.5

*Aufgrund einer Änderung in der Preiskalkulation wurden die Preise für Mehl rückwirkend korrigiert. In diesen Preisen sind keine Tiefpreis- und Discounterprodukte mehr enthalten.

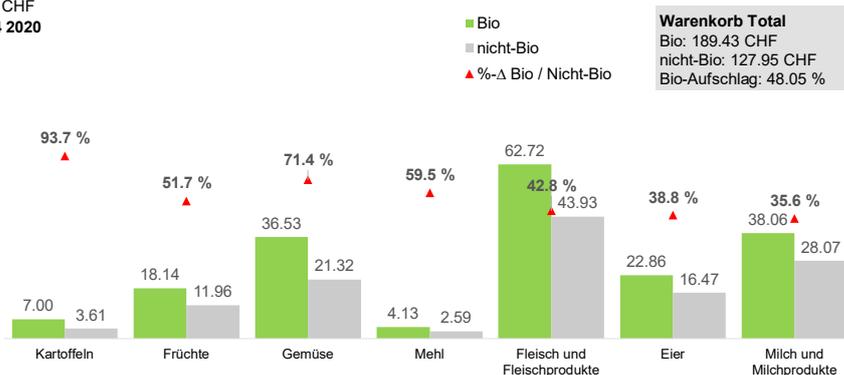
Für detaillierte Informationen zum Vergleich der Warenkörbe klicken Sie [hier](#).

Vergleich Warenkorb Bio vs nicht-Bio

Ausgaben für einen Warenkorb anhand der monatlichen Detailhandelseinkäufe eines Familienhaushalts mit 2 Kindern*

In CHF

04 2020



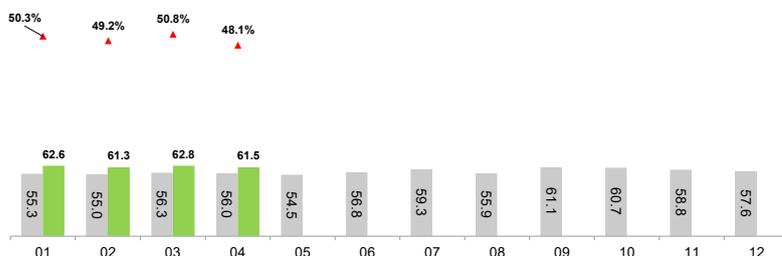
* Es wird nicht der Gesamtkonsum angeschaut, sondern eine spezifische Auswahl von (vorwiegend Frische-)Produkten, bei welchen die Marktanalysen Preiserhebungen im Detailhandel durchführt. Die Detailhandelspreiserhebungen enthalten keine Discounterpreise, ausser für Milch und Eier werden auch Discounterpreise einbezogen.

Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW Retail-/Konsumentenpanel

Vergleich Warenkorb Bio vs nicht-Bio

Ausgaben für einen Warenkorb anhand der monatlichen Detailhandelseinkäufe eines Familienhaushalts mit 2 Kindern*

Ø 14/16 2020 %-Δ Bio / Nicht-Bio



* Es wird nicht der Gesamtkonsum angeschaut, sondern eine spezifische Auswahl von (vorwiegend Frische-)Produkten, bei welchen die Marktanalysen Preiserhebungen im Detailhandel durchführt. Die Detailhandelspreiserhebungen enthalten keine Discounterpreise, ausser für Milch und Eier werden auch Discounterpreise einbezogen.

Quelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen; Nielsen Schweiz, BLW Retail-/Konsumentenpanel

Zusammensetzung des Warenkorbs*

Milch

- 8.6 l Vollmilch
- 200 g Gruyère
- 210 g Mozzarella
- 150 g Emmentaler
- 110 g Vorzugsbutter
- 4.5 dl Vollrahm
- 500 g Fruchtjoghurt, Beeren
- 350 g Joghurt nature

Fleisch

- 120 g Rindsentrecôte
- 100 g Rindsplätzli à la minute
- 60 g Kalbsnierstücksteak
- 40 g Kalbsplätzli Stotzen
- 170 g Schweinsnierensteak
- 210 g Schweinskoteletten
- 180 g Schweinsstutzenplätzli
- 80 g Salami CH
- 310 g Wienerli
- 470 g Kalbsbratwurst
- 720 g Poulet ganz
- 160 g Pouletbrust

Eier Freiland, frisch

- 28 Stk. CH gesamt

Speisekartoffeln

- 1.5 kg Festkochende
- 650 g Mehligkochende

Früchte

- 1.5 kg Äpfel, Gala, Klasse I
- 1.2 kg Bananen
- 890 g Orangen
- 2.5 Stk. Kiwi

Gemüse

- 1.2 kg Karotten
- 900 g Tomaten Rispe
- 1.5 Stk. Salatgurke
- 370 g Zucchini
- 400 g Eisbergsalat
- 240 g Zwiebeln (gelb)
- 330 g Blumenkohl
- 260 g Fenchel
- 250 g Broccoli
- 160 g Lauch grün
- 210 g Champignons
- 180 g Rinden gedämpft
- 150 g Knollensellerie
- 150 g Aubergine
- 60 g Nüsslisalat

Mehl

- 1.4 kg Weissmehl

Auf Wunsch können Sie sich den Bericht per E-Mail zustellen lassen. Bestellung unter www.blw.admin.ch

Zu Haftung, Datenschutz, Copyright und Weiterem siehe: www.disclaimer.admin.ch