



## Covid-19: Hohe Bio-Absätze und steigende Preistendenz

Die Covid-19 Pandemie und die behördlichen Massnahmen zu deren Eindämmung haben das Einkaufsverhalten der Haushalte in der Schweiz in den vergangenen Monaten geprägt. Vor allem zu Beginn der Pandemie im März stiegen die Verkäufe der meisten Nahrungsmittel im Detailhandel stark an, weil die Konsumentinnen und Konsumenten, insbesondere für länger haltbare Produkte, Vorräte anlegten (vgl. Sonderberichte des Fachbereichs Marktanalysen des BLW). Die Schliessung der Gastronomiebetriebe führte während dem Lockdown zu einer Verlagerung des Konsums in die eigenen vier Wände. Doch auch nach den ersten Lockerungen der Massnahmen im Mai waren weiterhin Veränderungen im Einkaufsverhalten feststellbar. Im vorliegenden Bericht werden die Auswirkungen der Covid-19 Pandemie auf die Nachfrage nach Bio-Produkten im Schweizer Detailhandel näher beleuchtet.

Für die Untersuchung der Entwicklung von Bio-Absätzen und Bio-Preisen wurden aus den Bereichen Fleisch, Milchprodukte, Früchte und Gemüse Leader-Produkte ausgewählt. Daneben wird in der Analyse auf Mehl, Kartoffeln und Eier eingegangen. Als Datengrundlage diente das kombinierte Panel aus Konsumenten- und Retail- bzw. Scanningdaten, welches von Nielsen Schweiz erhoben wird.

### Eier

Der Absatz von rohen Bio-Eiern im Detailhandel stieg im März, im Vergleich zum Vorjahresmonat, um fast 25 % an. In den Monaten April bis Juni lag der Absatz jeweils um ca. 20 % höher. Im März war der Absatzanstieg bei den konventionellen Eiern proportional gleich gross, deshalb blieb der Bio-Anteil stabil bei 18,3 %. Im April und Mai sank der Bio-Anteil im Vergleich zum Vorjahr deutlich, was im Wesentlichen mit der relativen Knappheit von Bio-Eiern erklärt werden kann. Diese Knappheit lässt sich neben der Zusatznachfrage der Haushalte im Lockdown, durch die hohe Eiernachfrage über Ostern begründen. Zudem ist bei Eiern eine kurzfristige Produktionsausdehnung nicht möglich, um das Angebot zu erhöhen. Im Gegensatz zu den

#### Methodik

Bei den **Preisen** handelt es sich um **Unit Values**, d.h. Durchschnittspreise von verschiedenen Artikeln einer Produktkategorie, z.B. Mozzarella. Steigt beispielsweise der Unit Value von Mozzarella, kann dies bedeuten, dass die Preise der verschiedenen Mozzarellaartikel gestiegen sind und/oder dass mehr höherpreisige bzw. weniger tieferpreisige Mozzarellasorten verkauft wurden.

#### Eier, roh

Absatzmenge bio in Mio. Stück und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/Stück im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Nicht-Bio-Eiern konnte die zusätzliche Nachfrage auch nicht über zusätzliche Importe gedeckt werden, womit sich die Marktanteilsverluste erklären.

Die Preise von rohen Bio-Eiern sind während den betrachteten Monaten zwischen 1,4 % und 2,7 % gestiegen im Vergleich zum Durchschnittspreis des entsprechenden Monats der zwei Vorjahre 2018 und 2019. Die Preise der Nicht-Bio-Eier sind weniger stark gestiegen bzw. im April und Mai sogar gesunken, dies unter anderem aufgrund von günstigen Importeieren, welche halfen, die hohe Nachfrage zu decken.

### Milch und Milchprodukte

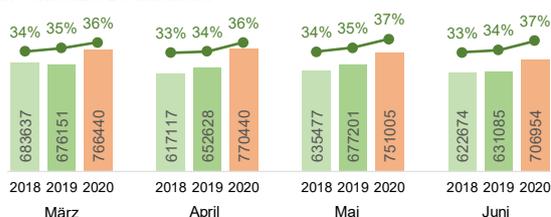
Die Detailhandelsabsätze der analysierten Bio-Milchprodukte stiegen während der Corona-

Krise beträchtlich. Die Verkäufe von Bio-Gruyère verdoppelten sich im März und April beinahe im Vergleich zum Vorjahr, Bio-Mozzarella legte um über 30 % zu und Bio-Vorzugsbutter um 40 bis 50 %. Die Verkäufe von pasteurisierter Bio-Konsummilch nahmen im März um 13 % und im April um 18 % zu. Die Nachfrage nach pasteurisierter Bio-Milch war überproportional hoch, weshalb der Bio-Anteil im Mai und Juni auf 37 % anstieg.

Der Bio-Absatz entwickelte sich auch bei den anderen drei betrachteten Milchprodukten eher überproportional, so dass der Bio-Anteil an den Gesamtverkäufen dieser Produkte höher als üblich war. Einerseits war die Verfügbarkeit der Milchprodukte in Bio-Qualität gegeben, anderer-

#### Pasteurisierte Milch

Abatzmenge bio in Liter und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



#### Vorzugsbutter

Abatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/Liter im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

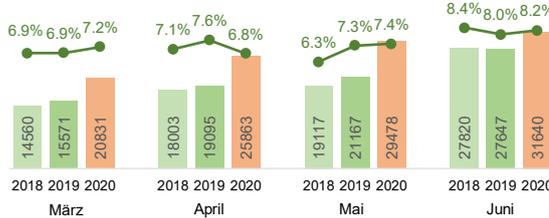
#### Gruyère

Abatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel

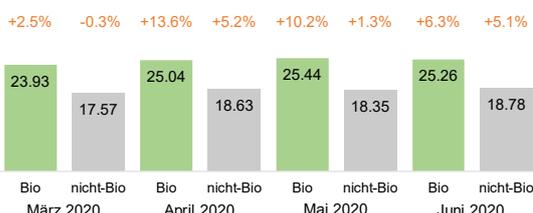


#### Mozzarella

Abatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

seits ist bei den Milchprodukten die Preisdifferenz zwischen Bio-Ware und Nicht-Bio-Ware nicht allzu hoch, was sich entsprechend auf den Kaufentscheid auswirkt. Auch nach Aufhebung des Lockdowns blieben die Bio-Absätze im Juni deutlich über denjenigen der Vorjahre.

Der Preis von pasteurisierter Bio-Milch war im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 der entsprechenden Monate stabil, Bio-Vorzugsbutter war leicht günstiger. Dagegen lagen die Bio-Preise der beiden analysierten Käsesorten Gruyère und Mozzarella höher als in den Vorjahren. Beim Bio-Mozzarella waren die Durchschnittspreise in den Monaten März bis Juni 2,5 % bis 5,7 % höher und beim Bio-Gruyère 2,5 % bis 13,6 %.

## Fleisch und Fleischprodukte

Im Fleischsegment stiegen die Detailhandelsverkäufe der analysierten Bio-Produkte während dem Lockdown nicht so deutlich an, wie in den anderen Kategorien. Im Gegenteil, bei typischen Leader-Produkten im Bio-Fleischmarkt wie Rindshackfleischprodukten (Burger, Hackfleisch etc.) war der Absatz im Mai und Juni sogar tiefer als im Vorjahr, bei der Bio-Pouletbrust mit Ausnahme von März und beim Bio-Schweinschnitzel/-steak mit Ausnahme von März und Juni ebenfalls. Der geringere Absatz führte zu kleineren Bio-Anteilen, da die konventionellen Produkte mehr Absatz verzeichneten. Nur Bio-Wienerli wurden von März bis Juni durchgehend deutlich mehr verkauft. Der Absatz nahm im Vergleich zu konventionellen Wienerli überpro-

### Pouletbrust

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel

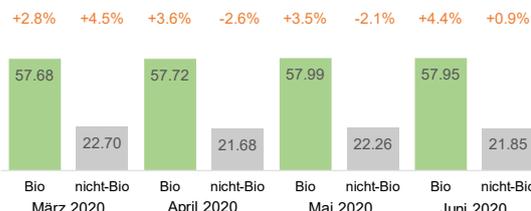


### Rindshack (Burger, Hackfleisch etc.)

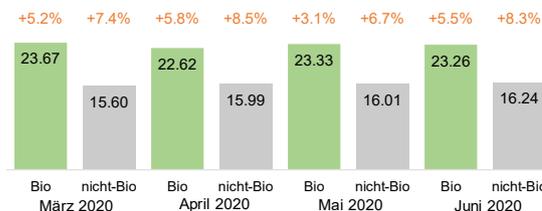
Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

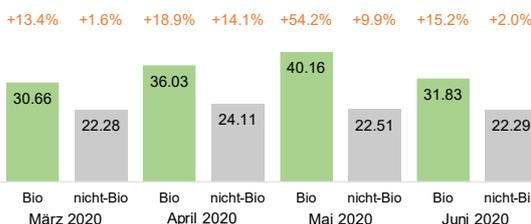
Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

### Schweinschnitzel/-steak

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



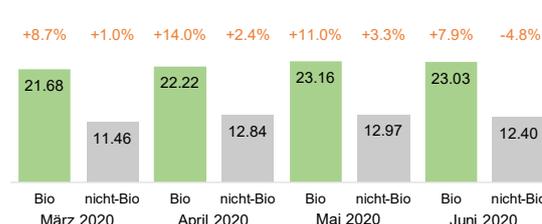
Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

### Wienerli

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

portional stark zu, so dass sich der Bio-Anteil erhöhte.

Die Absatz-Entwicklungen bei Bio-Fleisch wurden gemäss Experteneinschätzung stark durch die Angebotssituation der Bio-Rohwaren beeinflusst. Während das knappe Angebot bei Bio-Hackfleisch und Bio-Pouletbrust ein grösseres Absatzwachstum verhindert haben, waren bei Wienerli und Schweineschnitzel genügend Rohmaterialmengen an Lager.

Bei den beobachteten Fleischprodukten zeigte sich eine klare Tendenz zu höheren Bio-Preisen. Bei der Bio-Pouletbrust gab es Preissteigerungen bis zu 4,4 % (Juni 2020) im Vergleich zum Durchschnittspreis der entsprechenden Vorjahresmonate 2018 und 2019. Beim Rindshack betragen diese bis 5,8 % (April 2020). Beim Bio-Wienerli betragen die Preissteigerungen bis

zu 14 % (April 2020) und beim Bio-Schweinschnitzel/-steak sogar bis zu 54 % (Mai 2020). Die Preisschwankungen sind dabei neben effektiven Preissteigerungen insbesondere auch auf Schwankungen im Sortimentsabsatz zurückzuführen. Bei breit gefassten Produktkategorien wie etwa Schweinschnitzel/-steak sind in einer Kategorie verschiedene Qualitäten (Hals-/Stotzen-/Nierstück-Steak) mit unterschiedlichen Preisniveaus enthalten. Entsprechend stark können sich Sortimentsschwankungen in solchen Produktkategorien auf den Durchschnittspreis auswirken.

### Früchte und Gemüse

Bio-Früchte waren während der Pandemie äusserst beliebt. Beispielsweise legten bei Zitrusfrüchten die Bio-Absatzmengen im März um 38

#### Äpfel

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel

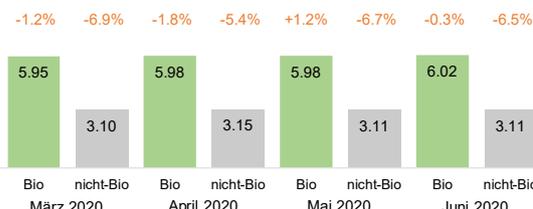


#### Zitrusfrüchte

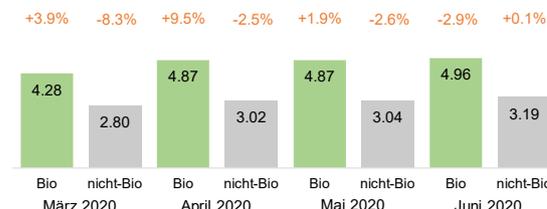
Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

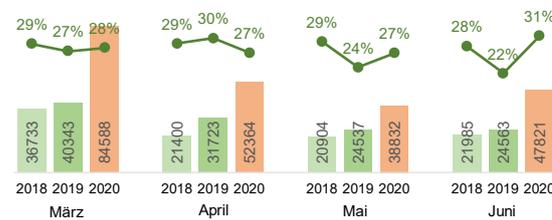
#### Karotten, frisch

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



#### Ingwer/Kurkuma

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

%, im April um 51 %, im Mai um 53 % und im Juni noch um 19 % zu im Vergleich zum Vorjahresmonat. Auch bei den Äpfeln zeigt sich ein ähnliches, wenn auch nicht ganz so ausgeprägtes Bild.

Während bei den Äpfeln die Bio-Absätze im Verhältnis zu den Absätzen von konventionellen Äpfeln während den Monaten März bis Juni 2020 immer höher als in den Vorjahren waren, lag der Bio-Anteil bei den Zitrusfrüchten im März und April tiefer als im Vorjahr. Eine Rolle könnten dabei, gerade bei Importfrüchten, kurzfristige Beschaffungsengpässe aufgrund der plötzlich viel höheren Verkaufsmengen im Detailhandel gespielt haben.

Sowohl Bio-Äpfel als auch konventionelle Äpfel waren vorwiegend günstiger als im Durchschnitt der beiden Vorjahre. Ein Grund hierfür dürfte sein, dass die hohe Nachfrage durch zusätzliche Apfelimporte gedeckt wurde, die günstiger sind, als die Inlandware. Auch konventionell produzierte Zitrusfrüchte waren während der Monate März bis Mai günstiger, wohingegen Bio-Zitrusfrüchte in dieser Zeitperiode teurer waren.

Auch die Bio-Karottenverkäufe stiegen markant an, so waren die Absätze im März und April um ca. 40 % höher als in den entsprechenden Vorjahresmonaten, und die vergleichsweise hohen Bio-Lagerbestände sind zwischen März und April deutlich zurückgegangen. Auch nach der schrittweisen Lockerung der Massnahmen im Mai und Juni blieben die Absätze hoch, wobei sie etwa im gleichen Ausmass zunahmten, wie die Nicht-Bio-Verkäufe. Karotten waren ab Mai günstiger im Vergleich zu Durchschnittspreis der zwei Vorjahre, was daran liegen könnte, dass vor allem in der zweiten Maihälfte ausländische Karotten das inländische Angebot ergänzten. So wurden während der freien Importphase erheblich mehr Karotten zum tiefen Zollansatz importiert als in den Vorjahren.

Extreme Absatzsteigerungen zeigten sich bei Produkten, denen eine Gesundheitswirkung zugeschrieben wird, wie beispielsweise dem Ingwer. Die Absätze von Bio-Ingwer/Kukuma stiegen im März um 110 % und blieben bis im Juni deutlich erhöht. Der Bio-Anteil bewegte sich im Rahmen der Vorjahre. Während konventionelle Produkte deutlich günstiger wurden, war der Preis von Bio-Ingwer/Kukuma im April und Mai über 4 % höher als der Durchschnittspreis der entsprechenden beiden Vorjahresmonate.

## Kartoffeln

Die Bio-Kartoffeln verzeichneten während dem Lockdown Spitzenabsätze. Vor allem im März kam es bei diesem lagerfähigen Produkt zu Hamsterkäufen. Im März 2020 wurden im Detailhandel ein Drittel mehr Bio-Kartoffeln verkauft als im März 2019.

Im Mai ging der Bio-Absatz dann zurück und der Bio-Anteil lag deutlich unter demjenigen der Vorjahre. Der Grund ist, dass die Bio-Kartoffellager im Mai leer waren. Ab Juni normalisierten sich die Bio-Absätze wieder.

Im Gegensatz zu den konventionellen Kartoffeln, die zwischen März und Juni 2020 günstiger waren als 2018 und 2019, waren Bio-Kartoffeln deutlich teurer. Der Preisaufschlag betrug von 7,4 % im März bis zu 29 % im Mai, als die Lager fast leer waren.

### Kartoffeln, frisch

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

## Mehl

Die Verkäufe von Bio-Mehl schossen während dem Lockdown durch die Decke. Im März verdreifachte sich der Absatz von Bio-Weissmehl und im April lag er noch 184 % über dem des entsprechenden Vorjahresmonats. Auch im Mai und Juni lag der Absatz immer noch 102 % bzw. 76 % höher.

Im März war der Bio-Anteil am Gesamtabsatz etwa gleich hoch wie in den Vorjahren. Von April bis Juni lag er dann deutlich über demjenigen der Vorjahre. Unklar ist, inwieweit kurzfristige Lieferengpässe beim konventionellen Mehl, wegen Hamsterkäufen zu Beginn des Lockdowns, die Verkäufe von Bio-Mehl beeinflusst haben. Allerdings wurden die Lieferengpässe beim Weissmehl zuerst behoben, erst danach wurden

wieder Spezialitäten nachproduziert, wozu auch das Bio-Segment gehört. Da der Bio-Anteil von April bis Juni aber deutlich höher war als im Vorjahr, deutet dies auf eine verstärkte Nachfrage nach Bio-Weissmehl hin.

Im Gegensatz zum konventionellen Weissmehl, das in den analysierten Monaten deutlich teurer war als in den zwei Vorjahren, war die Preisentwicklung beim Bio-Weissmehl nicht eindeutig. Auch die Verkäufe von Bio-Dinkelmehl waren im März mehr als doppelt so hoch wie ein Jahr davor. Im April brachen sie wegen der fehlenden Produktion von Spezialitätenmehl aufgrund der Kapazitätsengpässe ein und waren dann im Mai 35 % und im Juni 24 % höher als im Vorjahr, wobei die Bio-Dinkelvorräte im Frühjahr zu Neige gingen und keine Beschaffung mehr möglich war bis zur neuen Ernte. Weil beim konventionellen Dinkelmehl weniger Beschränkungen auftraten, stieg dessen Absatz im Verhältnis zum Bio-Dinkelmehl noch stärker. Dies erklärt den deutlich tieferen Bio-Anteil von März bis Juni verglichen mit den Vorjahren.

Die Knappheit von Bio-Dinkel widerspiegelte sich im April und Mai auch in Preissteigerungen von 17,6 % bzw. 10,7 % im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 der entsprechenden Monate. Die Preissteigerungen von konventionellem Dinkelmehl fielen deutlich geringer aus, ausser im Juni.

**Fazit**

Die Absätze aller betrachteten Bio-Produkte waren höher während den Krisenmonaten. Wenn die Verfügbarkeit gegeben war, stieg der Bio-Absatz oft sogar überproportional im Verhältnis

zum Absatz der konventionellen Produkte, so dass der Bio-Anteil zunahm. Ein Grund könnten logistische Engpässe gewesen sein, die am Anfang der Pandemie zu leeren Regalen führten und Konsumenten dazu gezwungen haben könnten, anstatt zum ausverkauften konventionellen, zum noch verfügbaren Bio-Produkt zu greifen. Umgekehrt führten Engpässe bei gewissen Bio-Produkten, wie beispielsweise Eier, Hackfleisch oder Dinkel dazu, dass die Nachfrage nach Bio nicht vollumfänglich gedeckt werden konnte. Gründe für das proportional stärkere Wachstum von Bio-Absätzen alleine aus den Zahlen abzuleiten ist schwierig. Mögliche Erklärungsansätze für diese überproportionale Zunahme könnten auch sein, dass die Konsumenten Bio mit gesunder Ernährung assoziieren und aufgrund der Gesundheitsgefährdung durch Covid-19 vermehrt zu solchen Lebensmitteln gegriffen haben. Zudem ist generell bekannt, dass Bio-Produkte im Gastronomiebereich wenig nachgefragt werden. Der Hauptabsatzkanal für Bio-Produkte ist der Detailhandel. Durch die Schliessung des Gastronomie-sektors führte dies zu einer überproportionalen Zunahme der Nachfrage nach Bio-Produkten im Detailhandel. Mit Ausnahme von Vorzugsbutter, Äpfeln, Karotten und Weissmehl zeigte sich zudem bei allen anderen analysierten Bio-Produkten eine klare Tendenz zu höheren Unit-Values oder Durchschnittspreisen im Vergleich zu den zwei Vorjahren. Ein Grund dafür ist die geringere Aktionstätigkeit, welche krisenbedingt heruntergefahren wurde. Ein anderer Grund könnten Sortimentsverschiebungen gewesen sein, wobei im Bio-

**Weissmehl**

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



**Dinkelmehl**

Absatzmenge bio in kg und Bio-Anteil in Prozent im Schweizer Detailhandel



Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Preis bio und nicht-bio in CHF/kg im Schweizer Detailhandel und Veränderung in Prozent im Vergleich zum Durchschnittspreis der Jahre 2018 und 2019 des entsprechenden Monats



Quelle: BLW Marktanalysen; Nielsen Schweiz, Retail-/Konsumentenpanel gemäss Def. BLW

Segment die Artikelvielfalt meist bedeutend kleiner ist als im konventionellen Segment mit vielen Marken- und Premiumprodukten, aber auch Billiglinienprodukten, die bei Lieferengpässen durchaus als Substitute hergehalten haben könnten.

## Warenkorb: bio und nicht-bio im Vergleich

In CHF	Bio					Nicht-Bio				
	07 2019	06 2020	07 2020	%-Δ Vorjahr	%-Δ VM	07 2019	06 2020	07 2020	%-Δ Vorjahr	%-Δ VM
Milch	37.58	38.13	<b>38.13</b>	+1.5	0.0	27.16	27.87	<b>27.61</b>	+1.7	-0.9
Fleisch	62.24	63.30	<b>63.41</b>	+1.9	+0.2	44.12	44.75	<b>43.70</b>	-0.9	-2.3
Eier Freiland, frisch	23.11	23.06	<b>22.69</b>	-1.8	-1.6	16.68	16.11	<b>16.52</b>	-1.0	+2.6
Speisekartoffeln	7.73	7.02	<b>8.02</b>	+3.8	+14.2	4.59	4.21	<b>4.41</b>	-3.9	+4.8
Früchte	18.48	18.46	<b>18.56</b>	+0.4	+0.6	12.35	12.20	<b>12.47</b>	+1.0	+2.2
Gemüse	44.19	46.40	<b>43.96</b>	-0.5	-5.3	25.33	25.29	<b>23.27</b>	-8.1	-8.0
Mehl*	4.13	4.13	<b>4.13</b>	0.0	0.0	2.59	2.59	<b>2.59</b>	0.0	0.0
<b>Warenkorb Total</b>	<b>197.46</b>	<b>200.49</b>	<b>198.91</b>	<b>+0.7</b>	<b>-0.8</b>	<b>132.82</b>	<b>133.02</b>	<b>130.58</b>	<b>-1.7</b>	<b>-1.8</b>

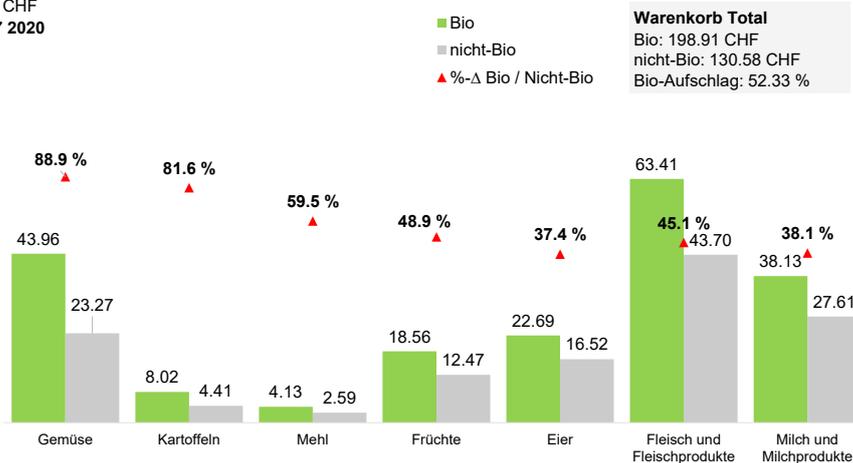
\*Aufgrund einer Änderung in der Preiskalkulation wurden die Preise für Mehl rückwirkend korrigiert. In diesen Preisen sind keine Tiefpreis- und Discounterprodukte mehr enthalten.

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\*

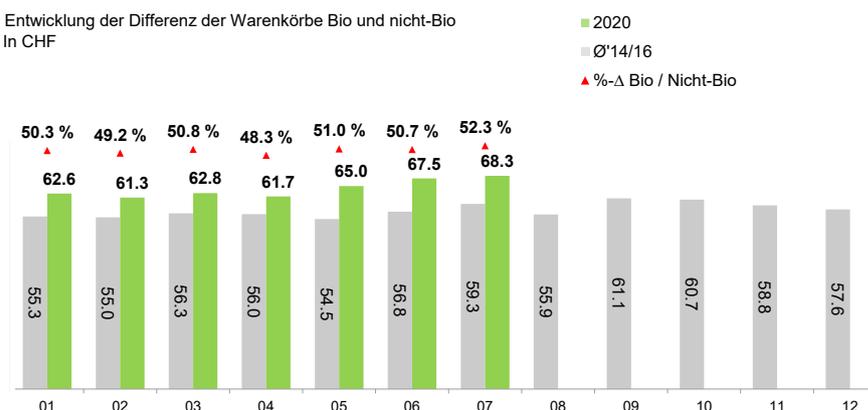
In CHF  
07 2020



### 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 Schweinsnierstücksteak
  - 210 g Schweinskoteletten
  - 180 g Schweinsstotzenplätzli
  - 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 Risphe
  - 1.5 Stk. Salatgurke
  - 370 g Zucchetti
  - 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 Randen gedämpft
  - 150 g Knollensellerie
  - 150 g Aubergine
  - 60 g Nüsslisalat
- Mehl**
  - 1.4 kg Weissmehl

Entwicklung der Differenz der Warenkörbe Bio und nicht-Bio  
In CHF



\* 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

Auf Wunsch können Sie sich den Bericht per E-Mail zustellen lassen. Bestellung unter [www.blw.admin.ch](http://www.blw.admin.ch)  
Zu Haftung, Datenschutz, Copyright und Weiterem siehe: [www.disclaimer.admin.ch](http://www.disclaimer.admin.ch)