

Medienmitteilung

Bio bleibt im Trend – Wachstumspotenzial beim auswärts Essen

Der Bio-Markt hat sich in der Schweiz während der letzten Jahre zu einem wichtigen Absatzmarkt entwickelt. Der Marktanteil liegt inzwischen bei rund elf Prozent. In einem umfassenden Bericht analysieren das Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) und das Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL unter anderem, welche Kaufmotive für den Bio-Konsum relevant sind und wie sich der Markt entwickelt. Wachstumspotenzial stellt der Bericht bei den Bio-Angeboten in Restaurants, Kantinen und Take-Aways fest.

(Frick, 01.03.2022) Wer kauft Bio-Lebensmittel ein, welche Produkte landen im Einkaufskorb und was sind die Gründe für den Bio-Konsum? Antworten auf diese und weitere Fragen liefert der gemeinsame Bericht des BLW und FiBL im Detail. Grundlage für die Analyse bilden das Haushaltspanel von Nielsen IQ Switzerland, mit dem das BLW das Einkaufsverhalten analysiert sowie die Biobarometer-Umfrage des FiBL, welche Konsumtrends aufzeigt. Die Kombination der beiden Datenquellen ermöglicht vertiefte Einblicke in das Bio-Konsumverhalten der Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten.

Wer kauft Bio-Produkte?

Insgesamt gab ein Haushalt in der Schweiz im Jahr 2020 durchschnittlich 820 Franken für Bio-Produkte aus. Haushalte mit älteren Personen (64+) kauften durchschnittlich am häufigsten biologische Lebensmittel ein. Die Daten zeigen weiter: Je jünger die haushaltsführende Person, desto weniger Geld wird für Bio-Nahrungsmittel ausgegeben. Wenig erstaunlich beeinflusst das Einkommen den Bio-Konsum. Je höher das Haushaltseinkommen, desto mehr Geld wird für Bio-Lebensmittel ausgegeben. Auch das Ausbildungsniveau beeinflusst das Einkaufsverhalten. Personen mit höherer Bildung konsumieren mehr Bio-Produkte. Ausserdem geben städtische Haushalte mehr Geld für Bio-Lebensmittel aus als ländliche Haushalte.

Warum werden biologische Lebensmittel eingekauft?

Die wichtigsten Motive für den Kauf von Bio-Lebensmitteln sind für die Befragten die «Gewährleistung einer artgerechten Tierhaltung» sowie die «Vermeidung von Pflanzenschutzmittelrückständen». Für 85 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten sind diese beiden Gründe zentral. Wichtig sind weiter eine «umweltschonende Produktion» und die «Vermeidung von vorbeugendem Antibiotikaeinsatz in der Nutztierhaltung». Auffallend ist, dass «guter Geschmack» kein gewichtiger Grund für den Bio-Einkauf darstellt. Die beiden mit Abstand

wichtigsten Hürden für den Kauf von Bio-Lebensmitteln sind die «eingeschränkte Verfügbarkeit von Bio-Lebensmitteln in Kantinen, Restaurants und Take-Aways» sowie die höheren Preise. Eine «zu starke Verpackung von Bio-Lebensmitteln» ist für viele der Befragten ebenfalls ein Grund, um keine Bio-Produkte zu kaufen.

Welche Bio-Produkte sind am meisten gefragt?

Im Jahr 2020 wurden im Schweizer Detailhandel Bio-Lebensmittel im Wert von 3242 Mio. Franken verkauft. Dies entspricht einem Marktanteil von elf Prozent. Am meisten gefragt waren frisches Gemüse und Kartoffeln (Anteil 17 Prozent). Darauf folgten Milch und Milchprodukte sowie Getreide und Backwaren mit einem Anteil von je 15 Prozent am gesamten Bio-Lebensmittelumsatz. Mit einer jährlichen Wachstumsrate von durchschnittlich 20 Prozent wuchs von 2016 bis 2020 die Warengruppe Bio-Babynahrung am deutlichsten. 2020 betrug der Bio-Anteil in dieser Warengruppe 50 %. Bio-Eier und frisches Gemüse/Kartoffeln verzeichneten ebenfalls überdurchschnittliche Bio-Marktanteile von 28 bzw. 24 Prozent.

Wie entwickelt sich der Bio-Lebensmittelmarkt weiter?

Der Bio-Markt ist ein klarer Wachstumsmarkt. Das jährliche Wachstum betrug zwischen 2016 und 2020 durchschnittlich neun Prozent. Diese Entwicklung führte bei gewissen Warengruppen zu Bio-Marktanteilen von zirka 25 Prozent, etwa bei Eiern, Gemüse und Kartoffeln. Fisch und Fleisch sind die einzigen Warengruppen, die im Bio-Segment zwischen 2016 und 2020 im Vergleich zum Vorjahr Umsatzrückgänge verzeichneten. Die Resultate der repräsentativen Umfrage deuten allerdings darauf hin, dass sich das Wachstum des Bio-Marktes in nächster Zeit verlangsamen könnte. Viele Konsumentinnen und Konsumenten beabsichtigen nicht, ihren Bio-Konsum weiter auszubauen. Aus den Befragungen wird aber deutlich, dass das Bedürfnis nach biologischen Lebensmitteln in Restaurants, Kantinen und Take-Aways gross ist.

Den Bericht «Bio-Konsum – Nachfragetrends und Hintergründe» finden Sie hier: [Bio \(admin.ch\)](#)

Hintergrundgespräch für Medienschaffende

Am Dienstag, 1. März 2022, erläutern die Studienautorinnen um 09.30 Uhr ihre Ergebnisse an einem Online-Mediengespräch. Journalistinnen und Journalisten erhalten weitere Angaben zum Bericht und haben die Möglichkeit, sich mit den Expertinnen auszutauschen. Eine Anmeldung ist nicht nötig. Den Link zur Veranstaltung finden Sie hier: https://teams.microsoft.com/l/meetup-join/19%3ameeting_NjgwMjNiN2MtM2NhZS00MjQ3LWEwZGYtMjJmZjc3YTdiYmYw%40thread.v2/0?context=%7b%22Tid%22%3a%22f21c63e2-1961-4ef6-a103-0fee2ca40686%22%2c%22Oid%22%3a%224b877ab0-9417-439e-b371-4151326efc48%22%7d

Kontakt

- Seraina Siragna, Leiterin Unternehmenskommunikation und Mediensprecherin
FiBL Schweiz, Tel +41 62 865 63 90, E-Mail seraina.siragna@fibl.org
- Florie Marion, Fachbereich Kommunikation und Sprachdienste
BLW, Tel +41 58 461 14 41, E-Mail florie.marion@blw.admin.ch
- Jonathan Fisch, Fachbereich Kommunikation und Sprachdienste
BLW, Tel + 41 58 483 92 78, E-Mail jonathan.fisch@blw.admin.ch

Diese Medienmitteilung im Internet

Sie finden diese Medienmitteilung im Internet unter
www.fibl.org/de/infothek/medien.html.

Über das FiBL

Das Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL ist eine der weltweit führenden Forschungseinrichtungen im Bereich Biolandwirtschaft. Die Stärken des FiBL sind interdisziplinäre Forschung, gemeinsame Innovationen mit Landwirt*innen und der Lebensmittelbranche sowie ein rascher Wissenstransfer. Der FiBL Gruppe gehören derzeit FiBL Schweiz (gegründet 1973), FiBL Deutschland (2001), FiBL Österreich (2004), ÖMKi (ungarisches Forschungsinstitut für biologischen Landbau, 2011), FiBL Frankreich (2017) und das gemeinsam von den fünf nationalen Instituten getragene FiBL Europe (2017) an. An den verschiedenen Standorten sind rund 300 Mitarbeitende tätig. www.fibl.org