



Bio: Klassischer Detailhandel behauptet hohen Marktanteil im Früchte- und Gemüsesegment



Zwischen 2016 und 2018 stiegen beim Obst und Gemüse die Absätze von Bio-Produkten. In diesem Wachstumsmarkt realisierte der klassische Detailhandel, allen voran Coop und Migros, einen Marktanteil von 82 % (Gemüse) bzw. 85 % (Früchte). Discounter, Fachhandel und andere Absatzkanäle haben zwischen 2016 und 2018 ihre Marktanteile nicht ausbauen können.

Der klassische Detailhandel hat 2018 im Vergleich zum Vorjahr beim Marktanteil von Bio-Gemüse 0,7 Prozentpunkte verloren und liegt damit geringfügig oberhalb des Wertes von 2016. Beim Marktanteil von Bio-Früchten verzeichnete der klassische Detailhandel in den letzten Jahren ein stetiges Wachstum und lag in der Folge Ende 2018 um fast 2 Prozentpunkte über dem Wert von 2016. In die Betrachtungsperiode fällt das 25-Jahre-Jubiläum der Bio-Marke Naturalplan von Coop, welches entsprechend beworben wurde und für einen Teil des Anstiegs verantwortlich ist.

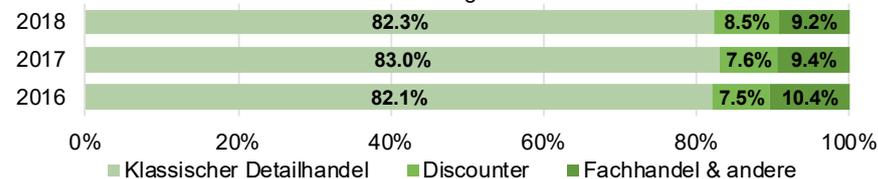
Hohe Marktanteile von Fachhandel und anderen Kanälen

Der Fachhandel und übrige Verkaufskanäle erreichten 2018 im Bio-Segment einen Marktanteil von 9,2 % bei Gemüse und 7,3 % bei Früchten. Sie sind damit im Bio-Segment deutlich stärker als im Gesamtmarkt. Eine genauere Analyse zeigt, dass sich diese Absatzkanäle auf ein bestimmtes Produkortiment spezialisiert haben. So erzielten sie 2018 beim Bio-Stein- und -Kernobst besonders hohe Marktanteile von 21 % bzw. 18 %, wohingegen der Marktanteil bei Bio-Bananen mit 2 % gering ausfiel.

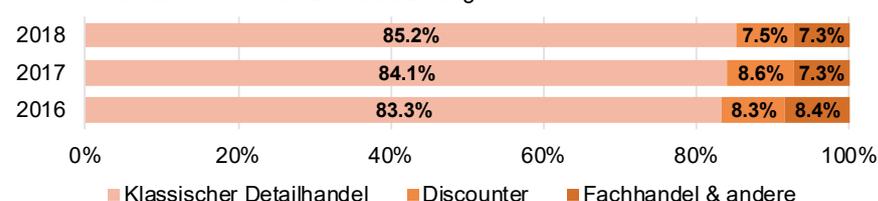
Früchte und Gemüse (inkl. Kartoffeln und Pilze), frisch
Bio-Marktanteile im Schweizer Detailhandel
in % der Absatzmengen Schweiz (ohne Tessin)
2016..2018

Bio-Absatz Gesamtschweiz		
	Gemüse	Früchte
2018	55.9 Mio. kg	47.7 Mio. kg
2017	53.0 Mio. kg	44.8 Mio. kg
2016	50.1 Mio. kg	42.5 Mio. kg

Gemüse: Marktanteile bei den Bio-Absatzmengen



Früchte: Marktanteile bei den Bio-Absatzmengen



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

Erläuterung der Kategorien

Klassischer Detailhandel:

- Coop
- Globus
- Landi
- Manor
- Migros
- Spar
- Volg

Discounter:

- Aldi
- Denner
- Lidl

Fachhandel & andere:

- Bäckereien/Konditoreien
- Frucht- und Gemüseläden
- Metzgereien
- Molkereien
- Bioläden und Reformhäuser
- Cash & Carry
- Tankstellen
- Übrige, z.B. Marktstände, Hofläden, Internet

Discounter haben unterdurchschnittliche Marktanteile

Die Discounter steigerten ihren Marktanteil bei Bio-Gemüse 2018 um 0,9 Prozentpunkte auf 8,5 %. Demgegenüber sank ihr Marktanteil bei Bio-Früchten um 0,9 Prozentpunkte auf 7,5 %. Damit ist der Marktanteil von Discountern im Bio-Segment nach wie vor deutlich tiefer als im Gesamtmarkt für Früchte und Gemüse.

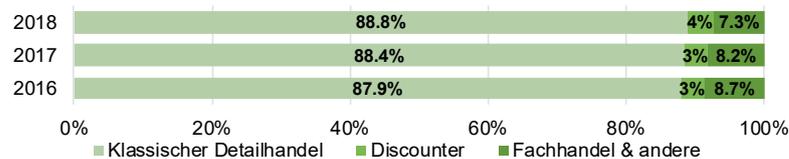
Umsatzanteil von Discountern tiefer als ihr Absatzanteil

In der zweiten Grafik sind die Anteile der drei Absatzkanäle am Umsatz mit Bio-Obst und Bio-Gemüse dargestellt. Es zeigt sich, dass die Discounter sowohl bei Früchten als auch bei Gemüse während der gesamten Betrachtungsperiode einen Umsatzanteil von 5 % oder weniger realisierten. Ihr Umsatzanteil war somit, vor allem bei Gemüse, merklich tiefer als ihr mengenbezogener Marktanteil. Dies vergegenwärtigt den Fokus von Discountern auch bei Bio-Produkten die preisgünstigsten Angebote zu haben. Auch beim Fachhandel und anderen Kanälen war der Umsatzanteil zum Teil tiefer als

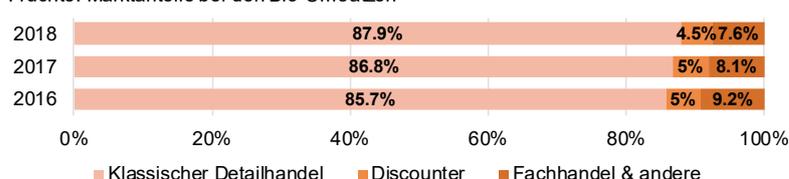
Früchte und Gemüse (inkl. Kartoffeln und Pilze), frisch
Bio-Umsatzanteile im Schweizer Detailhandel
 in % der Umsätze Schweiz (ohne Tessin)
 2016..2018

Bio-Umsatz Gesamtschweiz		
	Gemüse	Früchte
2018	433 Mio. CHF	258 Mio. CHF
2017	398 Mio. CHF	226 Mio. CHF
2016	366 Mio. CHF	210 Mio. CHF

Gemüse: Marktanteile bei den Bio-Umsätzen



Früchte: Marktanteile bei den Bio-Umsätzen



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

ihren mengenmässiger Marktanteil. Diese Verkaufsorte fokussieren oft auf ein regionales Frischsegment, welches zu einem verhältnismässig grossen Teil aus Produkten besteht, die verglichen mit den anderen Bio-Produkten tiefere Preise haben (z.B. Kernobst oder Kartoffeln). Demgegenüber sind die höherpreisigen Produktgruppen Pilze und Kräuter fast ausschliesslich im klassischen Detailhandel in Bio-Qualität zu finden, da sie wegen ihrer Verderblichkeit eine hohe Kundenfrequenz erfordern. Diese

Zahlen können ein Hinweis darauf sein, dass eine breite Produktpalette oder eine Spezialisierung auf ein Bio-affines Kundensegment von Vorteil sein können, um bei Bio-Produkten Marktanteile zu sichern.

Infobox: Warum sind die Marktanteile für die Schweiz ohne Tessin berechnet?

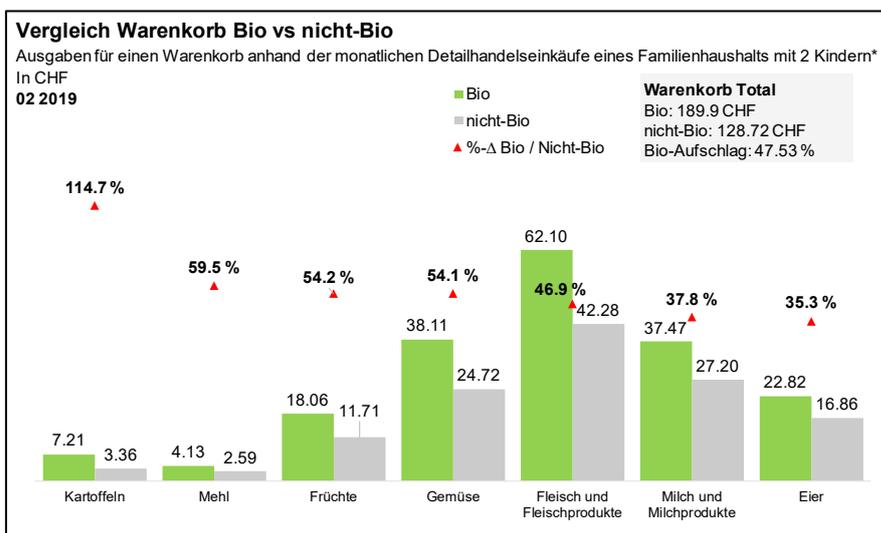
Die Auswertung der Marktanteile im Schweizer Detailhandel basiert auf zwei Erhebungen der Firma Nielsen. Dies sind zum einen das Retailpanel, in dem Detailhändler die an ihrer Kasse eingescannten Daten an Nielsen übermitteln und zum anderen das Konsumentenpanel, in welchem eine Stichprobe von etwa 4'000 Haushalten Informationen zu ihren Einkäufen erfasst (inkl. dem Einkaufsort). Die Kombination beider Erhebungen zeigt ein umfassendes Bild über die Einkäufe im Schweizer Detailhandel. Gemäss Nielsen wurde bei der Zusammensetzung der Haushaltsstichprobe auf die Repräsentativität der rund 3.7 Mio. Haushalte in der Schweiz geachtet, sodass Rückschlüsse auf die gesamte Bevölkerung gemacht werden können. Das überwiegend italienischsprachige Tessin, welches rund 4 % der Schweizer Wohnbevölkerung ausmacht, ist allerdings nicht im Konsumentenpanel vertreten. Der Grund hierfür ist, dass es gemäss Nielsen sehr aufwändig ist, eine eigene italienischsprachige Erhebung dauerhaft aufrechtzuerhalten. In der Folge sind die angegebenen Marktanteile ausschliesslich mit den Daten der Haushalte in der Deutsch- und Westschweiz berechnet.

Warenkorb: Bio und nicht-Bio im Vergleich

In CHF	Bio					Nicht-Bio				
	02 2018	01 2019	02 2019	%-Δ Vorjahr	%-Δ VM	02 2018	01 2019	02 2019	%-Δ Vorjahr	%-Δ VM
Milch	37.56	37.93	37.47	-0.2	-1.2	27.14	26.77	27.20	+0.2	+1.6
Fleisch	61.41	61.74	62.10	+1.1	+0.6	41.68	42.61	42.28	+1.4	-0.8
Eier Freiland, frisch	22.60	22.75	22.82	+1.0	+0.3	17.09	16.62	16.86	-1.4	+1.5
Speisekartoffeln	6.40	7.10	7.21	+12.6	+1.5	3.52	3.74	3.36	-4.6	-10.2
Früchte	18.80	18.73	18.06	-3.9	-3.6	12.97	11.20	11.71	-9.7	+4.5
Gemüse	37.80	36.63	38.11	+0.8	+4.0	22.84	24.11	24.72	+8.2	+2.5
Mehl*	4.13	4.13	4.13	0.0	0.0	2.59	2.59	2.59	0.0	0.0
Warenkorb Total	188.70	189.01	189.90	+0.6	+0.5	127.83	127.64	128.72	+0.7	+0.8

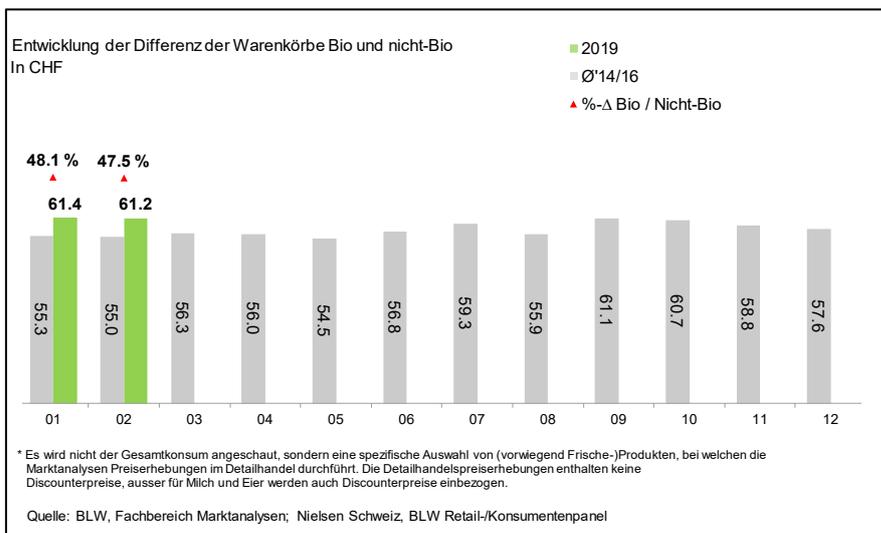
*Aufgrund einer Änderung in der Preiskalkulation wurden die Preise für Mehl rückwirkend korrigiert. In diesen Preisen sind keine Tiefpreis- und Discounterprodukte mehr enthalten.

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



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 Fruchtojoghurt, 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 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 Randen 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