

Wozu Bio Suisse Mitglied werden?

September 2019

Bio Suisse vereinigt über 90 Prozent der Schweizer Bio-Betriebe unter einem Dach. Das verleiht der Bio-Bewegung Kraft und Einflussmöglichkeit gegenüber den stark gebündelten vor- und nachgelagerten Sektoren, der Politik, den Behörden, den Verbänden, der Forschung sowie den Medien. Bio Suisse ist stolz darauf, mit der Knospe die ganze Wertschöpfungskette – vom Feld bis auf den Teller – partnerschaftlich einzubinden. Und ganz wichtig: Die Biobäuerinnen und -bauern haben bei Bio Suisse das letzte Wort.

Bio Suisse schafft, wo immer möglich, Mehrwert für die Knospe-Betriebe – sei es beim Getreide, beim Gemüse, bei der Milch oder bei den Eiern. Wenn der Eierpreis um einen Rappen höher gehalten werden kann, bleiben dem Knospe-Bauern mit 2'000 Legehennen Ende Jahr Fr. 5'000.– Mehrertrag. Deshalb überlassen wir den Markt nicht einfach den Händlern. Im heute schwierigen Marktumfeld verstärken wir unsere Leistungen. Bio Suisse übernimmt Verantwortung im Bio-Markt. Nachfolgend eine Übersicht.

Marketing für die Bio Suisse Schutzmarke «Knospe»

- Marketing: Die Knospe geniesst einen hohen Bekanntheitsgrad. Durch viel Marketingarbeit von Bio Suisse und der ganzen Branche (Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit) ist die Knospe in den Köpfen der Verbraucherinnen und Verbraucher verankert: «Ich kaufe, was ich kenne und worauf ich mich verlassen kann».
- Mehrwert: Der Nutzen von Knospe-Produkten wird den Konsumentinnen und Konsumenten kommuniziert. Sie sind bereit, einen Mehrpreis für hochwertige Bio-Lebensmittel zu bezahlen.
- Identität, Positionierung, Markenpflege: Die Marke Knospe vermittelt Identität, Assoziationen und Werte. Bio Suisse pflegt die Marke stetig mit einer wirkungsstarken Summe von Marketinggeldern aus den Händen von Produzentinnen und Produzenten sowie Verarbeitung und Handel.
- Promotion: Mit unseren Partnern betreiben wir aktive Werbung – vom Fernsehen über das Internet bis in die einzelnen Läden.
- Direktvermarktung: Bio Suisse stellt günstig oder gratis Material für Verpackung und/oder Werbung auf dem Betrieb zur Verfügung. Über die Internet-Plattform www.knospehof.ch können Betriebe ihre Produkte direkt vermarkten. Mit Kursen helfen Bio Suisse und FIBL den Bio-Betrieben, ihr Angebot besser an die Frau/den Mann zu bringen.

Markttransparenz

- Transparenz: Auf den Absatzmärkten stellt Bio Suisse die Markttransparenz sicher und organisiert Informationsplattformen.
- Partizipation: Knospe-Bäuerinnen und -Bauern arbeiten in Fachgruppen aktiv mit und beteiligen sich an Preisverhandlungen. Die Knospe-Betriebe haben dank Markttransparenz eine starke Verhandlungsposition mit grossen Abnehmern.
- Einfluss: Durch geeintes Auftreten haben wir mehr Einfluss. Bio Suisse organisiert Plattformen, wo Differenzen bereinigt und gemeinsame Anliegen formuliert werden.

Gesprächspartner auf Augenhöhe

- Absatz: Die zwei Grossverteiler Coop und Migros kaufen Bio-Produkte aus der Schweiz ausschliesslich von Knospe-Betrieben.
- Partnerschaft: Grossverteiler brauchen einen zuverlässigen Ansprechpartner, der ihnen die Bio-Qualität garantiert. Dies bietet Bio Suisse mit den über 7'100 Mitgliedern (Knospe-Landwirtschaftsbetriebe) und über 1'000 Lizenznehmern (Verarbeiter, Handelsbetriebe, Importeure).

Qualitätssicherung und Markenschutz für die Knospe

- Die Qualitätssicherung sorgt für die Gleichbehandlung aller Nutzer der Knospe und den Schutz jedes Einzelnen vor unlauterem Wettbewerb.
- Die Bio Suisse Richtlinien werden in einem demokratisch ablaufenden Prozess laufend weiterentwickelt und den aktuellen Herausforderungen aus der Praxis und den Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten angepasst. Die Qualitätssicherung überwacht die Kontrollstellen und sorgt für die einheitliche Umsetzung auf den Betrieben.
- Bio Suisse kontrolliert die Warenflüsse aus dem Ausland.
- Ohne Lizenzierung durch Bio Suisse kommt kein Verarbeitungsprodukt auf den Markt. So werden die korrekte und einheitliche Verwendung der Marke und die Einhaltung der Knospe-Verarbeitungsrichtlinien sichergestellt.
- Abweichungen und die missbräuchliche Verwendung der Knospe werden verfolgt und sanktioniert.

Verantwortungsvoller Import

- Sichtbarkeit der Knospe: Durch die Vergabe der Knospe an Importprodukte werden die Sichtbarkeit und Bekanntheit gesteigert und Bio Suisse kann Einfluss auf Importe nehmen.
- Hohe Standards, gute Preise: Bio Suisse setzt die Standards und überwacht den Import von Knospe-Produkten. Die Kunden können sich darauf verlassen, dass Knospe-Produkte überall den gleich hohen Standard aufweisen – egal, woher sie kommen. Die hohe Positionierung am Markt sorgt für gute Preise, das breite Knospe-Sortiment für zufriedene Kundschaft.
- Inlandsvorrang: Dank den Bio Suisse Importeinschränkungen werden Knospe-Inlandproduktion und -herstellung bevorzugt. Durch den hohen Organisationsgrad, Qualitätssicherung, stetige Innovation und enge Zusammenarbeit mit der Wertschöpfungskette halten wir die Inlandproduktion hoch.
- Nachhaltigkeit: Flugimporte sind untersagt. Die Gremien von Bio Suisse wachen über eine nachhaltige Umsetzung der Knospe-Richtlinien im Ausland.

Marketing – und sonst?

Ein gutes Einkommen aus nachhaltiger Bio-Produktion ist zwar zentral. Zu einer langfristig erfolgreichen und befriedigenden Tätigkeit gehört aber noch mehr.

Kommunikation

- Goodwill: Bio Suisse rückt die Knospe und die Bio-Betriebe medial in ein vorteilhaftes Licht.
- Issue Management: Je erfolgreicher «Bio» wird, desto kritischer wird es hinterfragt. Die Unternehmenskommunikation arbeitet eng mit internen und externen Profis zusammen. Sie bearbeitet die wichtigsten Themen («Issues») proaktiv und kann so kritische Fragen beantworten.
- Krisenkommunikation: Bio Suisse verfügt über ein professionelles Krisenmanagement und kann im Bedarfsfall rasch reagieren.

Politische Vernetzung und Interessensvertretung

- Partizipation: Bio Suisse organisiert die Meinungsbildung im Verband und sorgt, wo immer möglich, für einheitliches, zielgerichtetes Auftreten.
- Konzeptionelles, wissensbasiertes Vorgehen: Bio-Politik ist der Nachhaltigkeit und der Wissenschaft verpflichtet und basiert auf einem Konzept, das durch den Vorstand verabschiedet wurde.
- Einflussnahme, Vernetzung: Bio Suisse betreibt politische Lobbyarbeit, um die Weiterentwicklung des Bio-Sektors politisch zu ermöglichen und abzusichern. Bio Suisse ist mit vielen Organisationen, Unternehmen und Behörden vernetzt und nimmt aktiv Einfluss auf politische Prozesse.
- Themenentwicklung, Issue Management: Landwirtschaft und Ernährung, Pestizide, Antibiotika, Tierwohl, Klima, Biodiversität oder Nachhaltigkeit sind Themen, die stark auch politisch bestimmt werden. Bio Suisse liefert Ideen und hilft diese durchzusetzen.
- Umsetzung und Feintuning: Die einschlägigen Gesetzestexte wie die Bio-Verordnung werden stetig weiterentwickelt. Neue kommen hinzu. Bio Suisse organisiert die interne Meinungsbildung und bezieht im Interesse der Bio-Bäuerinnen und -bauern Stellung

Forschung, Bildung und Beratung, Wissenstransfer

- **Forschung:** Bio Suisse organisiert Forschungsprojekte und nimmt Einfluss auf die Forschungsprogramme des FIBL und staatlicher Institutionen wie Agroscope oder ETH. Mit dem Bioforschungsforum können die Aktivitäten im Sinn von Bio Suisse koordiniert werden.
- **Wissenstransfer:** Der Wissensaustausch zwischen den Landwirten und/oder Wissenschaft, Politik, Beratung, Wirtschaft etc. gehört zur DNA der Bio-Bewegung. Bio Suisse betreibt Plattformen wie die Zeitschrift Bioaktuell und bioaktuell.ch. An Veranstaltungen wie dem Bio-Ackerbautag oder dem Bio-Viehtag findet der direkte Austausch unter Profis statt. Im Projekt PROVIEH wird das Wissen im Tierbereich gemeinsam weiterentwickelt.
- **Beratung:** Durch regelmässigen Kontakt mit den zuständigen Stellen und Institutionen stellt Bio Suisse eine hochstehende Bio-Beratung sicher.
- **Bildung:** Bio Suisse nimmt Einfluss auf die Bildungspolitik und sorgt dafür, dass jeder Landwirt sich im Bio-Bereich optimal aus- und weiterbilden kann.

Zentrale Dienstleistungen

- **Zentrale Auskunftsstelle:** Zu allen Fragen betreffend Bio kann die Zentrale von Bio Suisse kontaktiert werden (Telefon 061 204 66 66). Sie gibt Auskunft oder stellt die Verbindung zur zuständigen Fachperson her.
- **Aktuelle Informationen:** Bio Suisse stellt Informationen auf dem Web zur Verfügung und informiert Betriebe direkt per Brief, Mail, Newsletter oder die Verbandszeitschrift Bioaktuell über wichtige Entwicklungen.
- **Digitalisierung:** Bio Suisse nutzt IT intensiv und stellt IT-Infrastrukturen für wichtige Prozesse zur Verfügung. Sie hilft mit, dass Bio-Bäuerinnen und -Bauern von der Digitalisierung profitieren können. Sie hilft den Mitgliedorganisationen bei Aufbau und Betrieb ihrer Geschäftsstellen.

Partizipation

- **Mitsprache:** Jeder Knospe-Betrieb hat über seine Bio Suisse Mitgliedorganisation ein Mitspracherecht und kann direkt Einfluss nehmen, zum Beispiel auf die Richtlinien oder das Leitbild.
- **Bio Suisse Mitgliedorganisationen:** Sie sind Ansprechpartner in der Region. Sie verfügen über eigene Budgets, führen durch Bio Suisse finanzierte Projekte durch, organisieren Veranstaltungen und profitieren via Bio Suisse von der Absatzförderung des Bundes.
- **IFOAM und IFOAM EU:** Bio Suisse ist Mitglied im weltweiten und im europäischen Dachverband und nimmt dort wesentlichen Einfluss auf die Weiterentwicklung des Biolandbaus.
- **Das letzte Wort:** Die Entscheidungsträger von Bio Suisse sind die Knospe-Bäuerinnen und -Bauern. Die Mitgliedorganisationen wählen 100 Vertreterinnen und Vertreter in das oberste Organ von Bio Suisse – die Delegiertenversammlung. Die Delegierten wählen das Leitungsorgan von Bio Suisse: den siebenköpfigen Vorstand. Die klaren und verständlichen Strukturen erlauben eine zeitgemässe Verbandsarbeit: Mitsprache der Mitglieder und Gewähr der Handlungsfähigkeit des Verbandes.