

# Demeter **entwickelt** sich mit den Menschen

## Wo **Menschen** sind, ist Entwicklung



*Der Jahresbericht 2018 rückt den Menschen und die durch ihn bewirkten Entwicklungen in den Mittelpunkt. Entwicklung kann genauso qualitativ sein wie quantitativ. Im besten Fall gehen beide Hand in Hand. Für den Schweizerischen Demeter-Verband ist das Ziel jeder quantitativen Entwicklung ein Ausbau an Qualität. Qualität hat viele Aspekte: Gemeinsam angeregte*

*Prozesse gehören genauso dazu wie die Zunahme des Bodenlebens, eine konsequent wesensgerechte Tierhaltung, die Sinnhaftigkeit der Arbeit für Produzierende, Verarbeitende und Handelnde oder die einfachere Erhältlichkeit von Demeter-Produkten für die Konsument\*innen.*

Den typischen Demeter-Konsumenten, die typische Demeter-Konsumentin gibt es nicht. Warum jemand sich dazu entschliesst, Demeter-Qualität zu kaufen, kann ganz unterschiedliche Gründe haben. Ebenso, wie und wo man dies tut. Wer Lebensmittel gerne im Hofladen beim Bauern in der Gegend holt, schätzt die persönliche Beziehung zum Bauern, zur Bäuerin, den Blick über die Felder und auf die Tiere. Anders die Online-Shopperin, die wenig Zeit zum Einkaufen hat und blitzschnell alles aufs Mal per Mausclick bestellt. Kund\*innen im Biofachgeschäft schätzen es, aus einem umfangreichen, reinen Bio-Angebot auszuwählen und eine kompetente Beratung zu bekommen. Coop- und Migros-Kund\*innen mögen den Einkauf aus einem umfassenden Gesamtangebot mit ausgewählten Demeter-Produkten. Wieder andere ziehen das Gemüseabo dem gemütlichen Marktbesuch vor. Es wird noch bunter: Wer als Student\*in von sich ein ökologisch vertretbares Konsumverhalten forderte, wird als Eltern für sein Kind Lebensmittel in bester Qualität suchen. Und Gourmets mit grünem Gewissen kau-

fen anders ein als gesundheitsorientierte Frührentner\*innen. Der Demeter-Verband setzt sich dafür ein, dass all diese Menschen die Möglichkeit bekommen, Demeter-Produkte an ihrem bevorzugten Einkaufsort zu kaufen.

Herman Lutke Schipholt, Präsident Demeter-Verband

## Gemeinsam:

### Neue Strukturen für **mehr Zusammenarbeit**

Das Jahr 2018 war geprägt von der Planung und Konkretisierung neuer Strukturen. Um die Lizenznehmer\*innen stärker einzubinden, wurde Ende Oktober die Interessengemeinschaft Demeter-Verarbeitung und -Handel (IG V & H) ge-



Frisch gegründet: Interessengemeinschaft Demeter-Verarbeitung und -Handel, IG V & H

gründet. Die hier ausgetauschten Erfahrungen und Meinungen sind für die Markenentwicklung von Bedeutung. Per 31.12.2018 trat Christian Butscher nach langjährigem Einsatz für die Demeter-Bewegung als Geschäftsstellenleiter zurück. Während vieler Monate wurde die Neuorganisation der Geschäftsstelle geplant. Es erfolgte die Gründung der Demeter Geschäftsstelle GmbH durch den Verein für biologisch-dynamische Landwirtschaft und den Schweizerischen Demeter-Verband. Diese beschäftigt die drei Co-Geschäftsführerinnen mit Verantwortung für je einen Teil-



Aline Haldemann, Susanne Huber und Bettina Holenstein.  
Foto: Markus Bär

bereich: Aline Haldemann, Marketing; Bettina Holenstein, Verarbeitung und Susanne Huber, Landwirtschaft. Damit sind alle Bereiche in der Geschäftsleitung vertreten und die direkte Kommunikation und Transparenz sind strukturell verankert.

### Mit Synergien und neuen Medien mehr Menschen erreichen

Gemeinsam mit Partner\*innen und Medien sorgt der Schweizerische Demeter-Verband für bessere Sichtbarkeit und Hintergrundwissen zu Demeter. Mit diesen vielfältigen Kommunikationsmassnahmen konnten im 2018 ca. 36 Mio. Menschen erreicht werden (2017: 27 Mio.).

- Die Zunahme an Konsument\*innenfragen zeigt das wachsende Interesse an Demeter-Qualität als Folge der besseren Verfügbarkeit und grösseren Publizität.
- Die Medien nehmen Demeter wahr und interessieren sich für Gesprächspartner\*innen aus der biodynamischen Welt und für Themen rund um Demeter-Qualität.
- PR-Beiträge in unterschiedlichen Magazinen von Handelspartner\*innen (Oliv, Bio-Partner-Newsletter, Migros-Magazin, Coopzeitung) transportieren Informationen und Hintergründe zu den Konsument\*innen.
- Der Demeter-Flyer mit dem beliebten biodynamischen Kalender wird via Läden und Höfe an Konsument\*innen verteilt.

- Mit dem Video zu «Hahn im Glück» wird in den sozialen Medien kurz und einfach über die Hähnchen-Aufzucht informiert.
- Neue Infotafeln bieten Hofbesucher\*innen direkt auf dem Hof Informationen über den biodynamischen Anbau.
- Um die Kommunikationsaktivität auch in der Westschweiz auszubauen, wurde für 2019 eine «Antenne Romande» geplant. Elvire Mathieu hat ihre Stelle am 1.1.2019 angetreten.

### Demeter als Qualitätsgarant ist ein begehrter Partner

- Demeter war Ehrengast an der Bio-Agri in Moudon und konnte 30 000 Besucher\*innen «Qualität von Anfang an» vermitteln.
- Demeter war offizieller Partner beim Wein-Preis «Bio Vino» 2018, der anlässlich der Bio-Agri vergeben wurde.
- Gemeinsam mit Slow Food gründete Demeter «Slow Wine».
- Der Fachhandel macht sich stark für Demeter-Qualität – ein Shop-Finder mit Biofachgeschäften mit grossem Demeter-Angebot wurde aufgeschaltet: [www.demeter.ch/verkaufspunkte-finden/](http://www.demeter.ch/verkaufspunkte-finden/)
- Coop und Migros bauen das Demeter-Sortiment laufend aus.

### Qualität in der Verarbeitung

Die Anzahl der Demeter-Lizenznehmer\*innen wächst kontinuierlich weiter, Ende 2018 werden 121 Lizenznehmer verzeichnet (+ 11 % gegenüber Vorjahr). Mit der zunehmenden Anzahl der Lizenznehmer steigen auch die Lizenzgesuche für neue Produkte, der Markt wird innovativer. Die erteilten Ausnahmegewilligungen bleiben mit 15 auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr. Sanktionen durch die



Markenschutzkommission (MSK) wurden 2018 keine ausgesprochen.

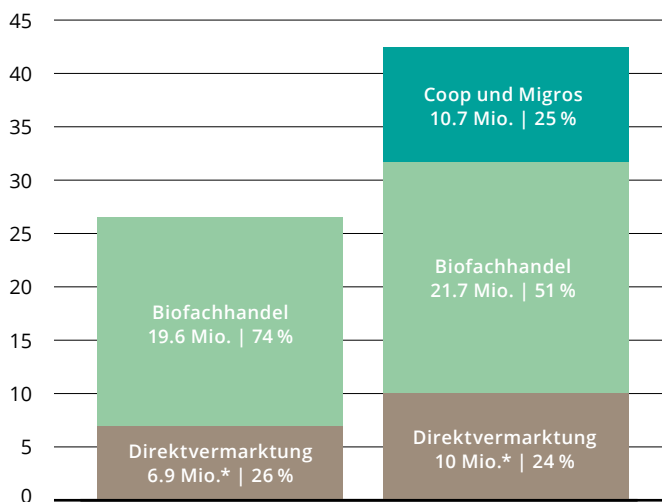
Die MSK wurde auch 2018 mit Fragen betreffend neue Technologien und Verpackungen konfrontiert. Sie prüft diese umfassend, um zu entscheiden, wo neue Verarbeitungsschritte zugelassen werden. Die Grundprinzipien der Demeter-Verarbeitungsrichtlinien sind die Basis für alle Entscheide der MSK: Die Rohstoffe sollen möglichst schonend verarbeitet werden, um die ursprüngliche Qualität weitgehend zu erhalten, und so Lebensmittel für Körper, Seele und Geist herzustellen, die den Menschen stärken.

### Sinnvoll für alle Beteiligten der Wertschöpfungskette

Bäuerinnen und Bauern auf insgesamt 303 Höfen stellten 2018 biodynamische Produkte wie Milch, Gemüse, Obst und Beeren, Getreide, Fleisch, Eier und Wein her. Gleichzeitig interessieren sich immer mehr Konsument\*innen für Demeter-Qualität und bevorzugen diese mit ihrem Kaufentscheid. Zunehmend ist es für Verarbeiter\*innen attraktiv, Demeter-Produkte zu verarbeiten. Ebenso empfinden es Verkäufer\*innen als sinnvoll, Demeter-Produkte anzubieten.

#### Demeter-Marktentwicklung

2015 – 2018



Umsatz 2015: 26.5 Mio.

Umsatz 2018: 42.4 Mio.

\* Schätzungen

Das Umsatzvolumen des Biofachhandels und der Direktverkäufe ab Hof haben auch nach dem Einstieg von Coop und Migros leicht zugenommen. Dies bedeutet, dass der Demeter-Markt als Ganzes an Volumen zugenommen hat. Diese Marktentwicklung ermöglicht es, in Tierwohlprojekte und deren Produkte zu investieren. «Hahn im Glück» zum Beispiel: Für jede biodynamisch aufgezogene Legehähne wächst ein männliches Küken auf, das als Junghahn auf den Markt kommt. Das Projekt «Milchrasserinder» sorgt bei den Jungtieren dank Aufwachsen auf dem Geburtshof für ein stärkeres Immunsystem. Neu können sie mithilfe von Partner\*innen als Demeter-Rindfleisch vermarktet werden.

### Es bleibt noch vieles zu tun

Der Absatz an **Milchprodukten** ist so gut, dass dies in gewissen Regionen zeitweise zu Engpässen führte. Für die Verwertung von anfallender Demeter-Magermilch aus der Butterproduktion sind weitere Ideen gefragt.

Der Bereich **Gemüse** befindet sich nach wie vor in der Aufbauphase: Trotz erhöhtem Angebot am Markt gibt es hier noch Potenzial.

Beim **inländischen Weizen** gibt es Absatzschwierigkeiten, obwohl mehr **Brot aus Demeter-Getreide** von Demeter-Bäckereien am Markt angeboten wird und neue Bäckereien ihr Sortiment um Demeter-Brote erweitert haben, dies jedoch oft mit ausländischem Demeter-Getreide, was eines der Hauptprobleme dieser Absatzschwierigkeit bildet. Die Nachfrage seitens Verkaufsstellen ist gross; neue Verfahren und Vertriebsformen, um die regionale Verfügbarkeit zu gewährleisten, werden geprüft.

**Fleisch:** 2018 stieg Coop mit dem Angebot der Rindfleischpakete von Milchrasserindern im Online-Shop ein. Im Biofachhandel werden neue Fleischpakete von einem Demeter-Hof mit Hofschlachtung angeboten. Eine optimale Lösung für die Vermarktung von Demeter-Mastrindern wird weiterhin gesucht. Beim Thema Hofschlachtung gibt es noch viele Hürden zu nehmen, wir bleiben aber aktiv daran, dieses Anliegen zu fördern.

Bei den **Eiern** entwickelt sich die Absatzsituation sehr erfreulich, die Nachfrage ist gross. Die Qualität der Demeter-Eierproduktion wird ausgebaut: Einerseits durch die Mast

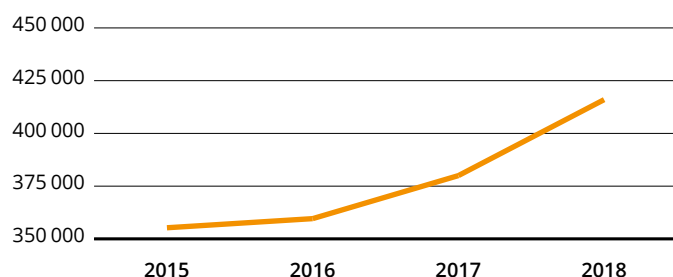
## 2018 hat **Bewegung** gebracht durch ...

- neue Partnerschaften und Strukturen
- Konkretisierung des assoziativen Wirtschaftens
- wachsende Nachfrage und grösseres Angebot
- Ausbau der Qualität in den Bereichen Verarbeitung und Landwirtschaft

Wir bleiben dran.

## Einnahmen aus Lizenzen

Verarbeitung und Handel



Verarbeiter\*innen stellen immer mehr Demeter-Produkte her.

derselben Anzahl Hähne, wie Legehennen gehalten werden; andererseits durch die Fütterung mit mindestens 20 % Hofanteil und dem Ziel, bis 2022 50 % Futteranteil aus der Schweiz füttern zu können. Der Einsatz von Zweinutzungsrasen wird weiterhin aktiv weiterentwickelt.

## Bilanz und Erfolgsrechnung

Das anhaltende Wachstum bei der Anzahl Lizenznehmer und neuer Produkte schlägt sich auch positiv in den effektiven Lizenzeinnahmen nieder, so dass auch dieses Jahr CHF 20 000.- dem Verein für biologisch-dynamische Landwirtschaft zur Verfügung gestellt werden können. Das vom Vorstand des Schweizerischen Demeter-Verbandes gesetzte Budget wurde sehr gut eingehalten. Dass die Rechnung 2018 trotzdem mit einem Verlust von CHF 30 412.- abschliesst, ist durch die richtige Verbuchung der Steuern von 2012-2017 als ausserordentlichen Aufwand sowie die Bereinigung der Debitoren zu erklären. Bei den Lizenzeinnahmen wurde ein Wert von CHF 20 000.- bereits im 2017 als Ertrag verbucht, der eigentlich 2018 angefallen wäre. Der Verlust kann mit Eigenkapital gedeckt werden. Der Vorstand ist zuversichtlich, dass das für 2019 gesetzte Budget ohne Überraschungen eingehalten werden kann.



## ERFOLGSRECHNUNG

	2018	2017
Lizenzeinnahmen	396'101	399'562
Andere Erträge	93'957	81'957
<b>Total Ertrag</b>	<b>490'058</b>	<b>481'519</b>
Markenschutz	128'642	121'898
Markenförderung	246'579	278'894
Demeter International	25'993	22'234
Vorstand	48'226	24'256
Verwaltung	51'030	13'553
Lizenzabgaben an Verein	20'000	20'000
Verlust / Gewinn	-30'412	684
<b>Total Aufwand</b>	<b>490'058</b>	<b>481'519</b>

## BILANZ

	31.12.18	31.12.17
<b>Aktiven</b>		
Postcheck	45'367	16'451
Bankguthaben	51'315	51'348
Debitoren	89'917	118'859
Delkredere	-835	-2'000
Vorsteuer		
Inventar	41'363	40'408
Beteiligungen	15'000	
<b>Total Aktiven</b>	<b>242'127</b>	<b>225'066</b>
<b>Passiven</b>		
Kreditoren	115'411	104'772
Umsatzsteuer	-5'946	-20'715
Transitorische Passiven	92'066	70'000
<b>Total Fremdkapital</b>	<b>201'531</b>	<b>154'058</b>
Vermögen	71'008	70'325
Verlust / Gewinn	-30'412	684
<b>Total Passiven</b>	<b>242'127</b>	<b>225'066</b>