

Demeter wächst und stärkt

Wertschätzung fördert fruchtbare Entwicklungen



Herman Lutke Schipholt,
Präsident Demeter-Verband

Wer Demeter-Produkte einkauft, weiss, dass dahinter eine Kultur steht, die alle Beteiligten wesensgemäss stärkt: Den Boden, die Tiere, die Pflanzen – und die Menschen. Wie kann man sich diese Stärkung beim Menschen vorstellen?

Als Konsumentinnen und Konsumenten werden wir durch verantwortungsvoll produzierte und schonend verarbeitete gesunde Lebensmittel gestärkt. Aber auch für die Bäuerin und den Winzer, die Bäckerin und den Käser, die Lebensmitteltechnologin, den Abpacker, die Händlerin und den Verkäufer im Laden soll Demeter stärkend sein: Nicht nur durch den Magen, sondern durch das Bewusstsein, Teil einer sinnvollen Wertschöpfungskette zu sein.

Die Kultur wertschätzender Kommunikation

Sich in der Demeter-Bewegung zu engagieren, bedeutet, sich auf den Dialog mit anderen Akteuren und Verantwortlichen einzulassen. Das kann auch mal herausfordernd sein, denn darüber, wie das Ideal einer gesunden Landwirtschaft und Lebensmittelherstellung verwirklicht werden soll und wie das fertige Produkt zu den Menschen zu gelangen habe, gibt es unterschiedliche Vorstellungen. Vor-Urteile erweisen sich als besonders hartnäckige Entwicklungshemmer: Wer immer schon weiss, was das Gegenüber meint, macht die Welt kleiner, als sie ist.

Unterschiedliche Lebenserfahrungen können einander befruchten

Wenn Menschen mit unterschiedlichen Ansichten eine Kultur pflegen, in der die Erfahrungen, Fragen und Anliegen des andern wertschätzend wahrgenommen werden, entsteht etwas einmalig Neues, das so niemand voraussehen konnte. Andere nennen dieses Phänomen «Quantensprung». Dass der Demeter-Impuls als Bewegung für immer mehr Boden, Pflanzen, Tiere und Menschen die gewünschte Veränderung bringt, liegt nicht im Ermessen Einzelner: Ein Organismus ist immer mehr als alle Teile zusammengezählt. Wohlwollende Kommunikation der Teile untereinander ist eine Voraussetzung für dessen gesunde Entwicklung. >>>



Viele sorgen dafür, dass immer mehr Demeter-Produkte den Weg zu den Konsumentinnen und Konsumenten finden.

Das ist einer der Gründe, warum sich der Demeter-Verband neu organisiert hat. Es ging darum, mehr Menschen einzubeziehen. Und sollte einmal viel Gewicht auf den Schultern einer einzelnen Person lasten, so ist eine gute Abstützung und ermutigende Wertschätzung der anderen umso wichtiger.

Demeter fördert das Lebendige

In der Landwirtschaft übernimmt diese Förderung unter anderem die Präparatarbeit, im Bereich Lebensmittelverarbeitung und Handel sind es die assoziativen Gespräche, die für richtige Verhältnisse sorgen. Und in der Weiterentwicklung des weltweiten Demeter-Impulses ist es die wertschätzende Beziehungskultur aller Beteiligten. In diesem Sinne wünsche ich uns allen viele Quantensprünge.

Herman Iutke Schipholt, Präsident Demeter-Verband

Breiter aufgestellt – besser abgestützt

Im Demeter-Verband sind die drei Organisationen «Verein für biologisch-dynamische Landwirtschaft» (Produzent*innen), der «Konsumenten-Verband» und die «IG Handel und Verarbeitung» über einen Poolvertrag verbunden. Dieser Vertrag wurde im 2019 überarbeitet und neu unterzeichnet von allen Poolpartnern. Neu besteht die Mitgliederversammlung aus 24 Personen, sie setzt sich aus je 8 Produzent*innen, Konsument*innen und Verarbeiter*innen/Händler*innen zusammen. Die Mitgliederversammlung wählt den 8-köpfigen Vorstand aus den eigenen Reihen. Der Vorstand setzt sich aus 4 Produzent*innen, 2 Konsument*innen und 2 Personen aus Verarbeitung und Handel zusammen.

Das neue Modell fördert den Austausch zwischen den Poolpartnern, Entscheide sind breiter abgestützt dank gleichberechtigtem Einbezug aller Poolpartner. Die jährliche Klausur und Mitgliederversammlung wird zum wichtigen Austausch- und Begegnungsort. Ziel ist die stetige Weiterentwicklung der Qualität von Demeter-Produkten.

Demeter baut auf gut informierte Konsument*innen

Um die bescheidenen Ressourcen effektiv einzusetzen, wurden 2019 die Mediendaten sorgfältig analysiert und jene Kommunikationswege gestützt, welche mit möglichst wenig Aufwand eine möglichst grosse Zielgruppe erreichen. Um die Kommunikationsaktivität auch in der Westschweiz auszubauen, wurde die «Antenne Romande» durch Elvire Mathieu eingerichtet.

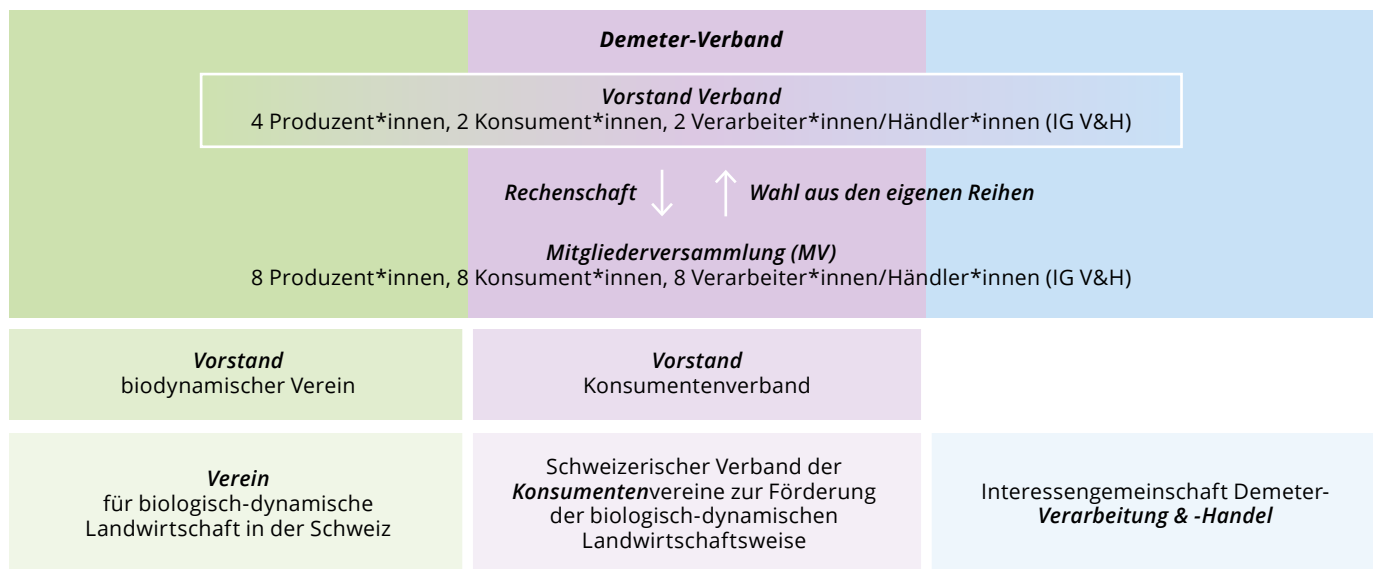
Demeter bleibt ein begehrter Medienpartner. Ob Labelvergleich, Produktneuheit oder Produzent*innenporträt: 2019 nahmen die Kontakte in Print- und Onlinemedien sowie Radio und Fernsehen um fast 50 % im Vergleich zum Vorjahr zu und trugen damit kräftig dazu bei, das Label in weiteren Kreisen bekanntzumachen. Hingegen wurde der Bereich Publiereportagen stark abgebaut.

Die Website demeter.ch verzeichnete 2019 ein Besucher*innen-Plus von 29 %. Die Sichtbarkeit via Social Media und Newsletter wurde mit dem Schritt auf Instagram – @demeter__ch – weiter ausgebaut. Dank weiterer Distributoren – auch im digitalen Bereich – konnte die Reichweite des Demeter-Flyers mit dem beliebten biodynamischen Kalender erhöht werden. Das Angebot von Werbematerial für Läden und Höfe im erneuerten Shop wird als Dienstleistung beibehalten. Für Konsumentinnen und Konsumenten wird Demeter auf Tragtaschen und Früchteschalen sichtbar.

Im Bereich Messen wurde der direkte Kontakt zwischen Produzent*innen und Konsument*innen mittels dem bewährten «Produzent*innengutschein» gefördert. Die Kampagne 2019 hatte die Hofkennzeichnung im Zentrum: Neu zertifizierte Höfe erhielten nach erfolgreicher Umstellung ein Willkommenspaket. Zudem half der Verband, die Schulungen in den Bereichen Volkostenrechnung sowie Handel und Verarbeitung zu finanzieren.

Die Anzahl Kontakte dank PR- und Marketingmassnahmen stieg von 36.5 Mio. (2018) auf 53 Mio. (2019) um 45 Prozent.

Sitzverteilung im Verband



Viele Menschen entwickeln Demeter weiter

Bei den vielen Anfragen von Konsument*innen schwingen Themen wie ökologische Verpackung, mehr Tierwohl und bessere Erhältlichkeit von Demeter-Produkten obenaus. Deutlich zeigt sich dies in der äusserst positiven Entwicklung der «Hahn im Glück»-Produkte, welche von Konsument*innen sehr geschätzt werden.

Informierte und bewusste Konsument*innen bewirken bei Demeter eine Qualitätssteigerung. So werden im Bereich Obst- und Gemüse-Verpackungen ab 2021 mineralölbasierte Kunststoffe verboten sein. Die Reinigungsmittel, die in Demeter-Verarbeitungsbetrieben eingesetzt werden dürfen, werden eingeschränkt. Zusätzlich zur Liste der verbotenen Reinigungsmittel gibt es auch solche, deren Einsatz Demeter nicht mehr empfiehlt.

Demeter wächst auch auf der Geschäftsstelle

Die Anzahl Anfragen von neuen Lizenznehmer*innen und die Anzahl Produktfreigaben ist stetig steigend. Zudem sind immer mehr Anfragen zur Hofverarbeitung, zu Lohnverarbeitung und korrekten Deklarationen zu bewältigen. Um den zusätzlichen Anforderungen und der Mehrarbeit gerecht werden zu können, die ein Marktausbau bei hoher Qualität erfordert, wurde die Erhöhung der Stellenprozente und die Schaffung einer neuen Stelle nötig. Pascale Buser verstärkte das Team seit März 2019 als Projektleiterin Marketing und Verarbeitung.

Qualitativer Ausbau – mehr Demeter-Produkte

Im 2019 wurden insgesamt 325 Höfe (+ 7 % gegenüber Vorjahr) biodynamisch bewirtschaftet. Gleichzeitig gaben immer mehr Konsument*innen mit ihrem Kaufentscheid Demeter-Qualität den Vorzug. Mehr Lizenznehmer*innen (134; + 3.1 %) entschieden sich, die hohen Demeter-Qualitätsansprüche einzuhalten.

Das Umsatzvolumen des Biofachhandels und der Direktverkäufe ab Hof nahmen weiter leicht zu. Im Detailhandels-

segment gab es 2019 einen Ausbau der Anzahl Coop-Filialen und Migros-Genossenschaften, die Demeter-Produkte in ihr Sortiment aufnahmen, was mehr Konsument*innen den Zugang zu Demeter-Produkten ermöglichte. Dies wiederum wirkte sich sehr positiv auf den Absatz derselben aus. Die Entwicklung des Demeter-Marktvolumens von CHF 42 Mio. auf CHF 51 Mio. (+ 21 %; Angaben Handel; davon 42 % über Fachhandel, 38 % über Detailhandel und 20 % über Direktverkauf) ist sehr erfreulich.

Der Ausbau des Marktes soll nicht nur Demeter-Qualität erhalten, sondern diese weiter entwickeln und steigern. Die Erstellung von Vollkostenrechnungen auf Seiten Verarbeitung und Produktion ist die Voraussetzung für gelebte assoziative Wirtschaft: Alle Beteiligten der Wertschöpfungskette begegnen sich in Marktgesprächen auf Augenhöhe und lernen, dass man als Wirtschaftspartner gegenseitig Verantwortung füreinander hat. Eine Voraussetzung für Preise, die letztlich für alle stimmen.

Aus der Schweiz – für die Schweiz: Entwicklung des Absatzes

Bei der **Milch** und den **Milchprodukten** entwickelte sich der Absatz kontinuierlich erfreulich, zeitweise bestand eine Tendenz zu Rohstoffknappheit.

Dank guter Absatzentwicklung konnten beim **Gemüse** weitere Produkte auf den Markt gebracht werden.

Eine leicht positive Absatzentwicklung gab es beim **Fleisch**; Demeter-Rinder, v. a. alte Kühe und Munis, sind sehr gesucht, für Masttiere gibt es noch zu wenig Absatz.

Bei den **Eiern** ist der Absatz stark steigend, mit der Tendenz, die Nachfrage nicht ganz decken zu können.

Gute Absatzentwicklung herrscht beim **Getreide**: Für Schweizer Getreide wurden im 2019 neue Absatzprojekte aufgebaut, die im 2020 auf dem Markt geprüft werden. Diese Massnahmen sollen eine Entspannung beim Rohstoffüberschuss bringen. Gesucht wird nach wie vor inländisches Demeter-Futtergetreide.

Aline Haldemann und Bettina Holenstein, Demeter Geschäftsstelle



Das neue Modell: Entscheide sind breiter abgestützt dank gleichberechtigtem Einbezug aller Poolpartner



Pascale Buser, Projektleiterin Marketing und Verarbeitung



Elvire Mathieu, Antenne Romande

Bilanz und Erfolgsrechnung

Das anhaltende Wachstum bei der Anzahl Lizenznehmer*innen und neulancierter Produkte sowie der steigende Absatz bewährter Produkte schlagen sich positiv in den effektiven Lizenzeinnahmen nieder. Das vom Vorstand des Schweizerischen Demeter-Verbandes gesetzte Budget wurde dank des Marktausbaues und der daraus resultierenden Lizenzeinnahmen auf der Ertragsseite übertroffen. Es konnte ein Gewinn von CHF 10'347.- erzielt werden. Mit diesem Gewinn konnte der Verlust von 30'412.- aus dem 2018 teilweise kompensiert werden. Die neu geschaffene Stelle auf der Geschäftsstelle schlägt im Bereich Markenschutz (Betreuung der Lizenznehmer*innen) sowie Marketing zu Buche. 2019 konnten dem Verein für biologisch-dynamische Landwirtschaft CHF 10'000.- überwiesen werden.

Die Demeter Geschäftsstelle geht mit den zur Verfügung stehenden Mitteln sehr haushälterisch um und leistet effiziente Arbeit.
Simon Schönholzer, Kassier Demeter-Verband

Das haben wir 2019 erreicht!

Demeter wächst und fördert Werte ...

- mehr Boden für mehr Bodenfruchtbarkeit und Bindung von CO₂
- mehr Würde für mehr Tiere und Pflanzen
- mehr Produkte werden schonend verarbeitet
- mehr Menschen lernen Demeter kennen und kaufen Demeter-Produkte
- grössere Vielfalt an Demeter-Produkten

Wir bleiben dran.

ERFOLGSRECHNUNG

	2019	2018
Lizenzeinnahmen	514'188	396'101
Andere Erträge	93'356	93'957
Total Ertrag	607'544	490'058
Markenschutz	167'708	128'642
Markenförderung	330'193	246'579
Demeter International	21'719	25'993
Vorstand	43'696	48'226
Verwaltung	23'881	51'030
Lizenzabgaben an Verein	10'000	20'000
Gewinn / Verlust	10'347	-30'412
Total Aufwand	607'544	490'058

BILANZ

	31.12.19	31.12.18
Aktiven		
Postcheck	39'986	45'367
Bankguthaben	51'398	51'315
Debitoren	14'112	16'604
Delkredere	-835	-835
Aktive Rechnungsabgrenzung	52'032	73'313
Inventar (Warenlager)	8'714	41'363
Beteiligungen	15'000	15'000
Total Aktiven	180'408	242'127
Passiven		
Kreditoren	60'727	115'411
Umsatzsteuer	-3'262	-5'946
Passive Rechnungsabgrenzung	72'000	92'066
Total Fremdkapital	129'465	201'531
Vermögen	40'596	71'008
Gewinn / Verlust	10'347	-30'412
Total Passiven	180'408	242'127