

**Zeitschrift:** Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge  
**Herausgeber:** Bioforum Schweiz  
**Band:** 60 (2005)  
**Heft:** 4

**Artikel:** Fünf Bauernfamilien eröffnen eigenen Online-Shop im Internet  
**Autor:** Hugi, Ruth  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-891544>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 31.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



*Diese fünf Biobauern aus der Grossregion Olten/Rothrist/Zofingen füllen mit ihren Familien gemeinsam die Päckli für [www.bio-direct.ch](http://www.bio-direct.ch).*

## Fünf Bauernfamilien eröffnen eigenen Online-Shop im Internet

Fünf Aargauer Bauern haben am 19. August 2005 im Internet den Online-Shop bio-direct eröffnet. Sie verkaufen dort 1000 biologische Artikel, vom Rüebli, über Milch, Salami und Müesli bis hin zu Waschmitteln und Kosmetika. Ein Projekt mit Ausbaupotenzial, hoffen sie. Ein Click genügt: [www.bio-direct.ch](http://www.bio-direct.ch)

Biobauer Dieter Scheibler aus Oftringen hat seit wenigen Wochen nicht mehr nur Hühner, Kühe und Schweine im Stall und Getreide und Früchte auf den Feldern. Er betreibt auch einen Online-Shop mit 1000 Bioartikeln. Per Internet verkauft der initiative Biobauer zusammen mit vier weiteren Bauernfamilien mehrheitlich mit eigenen Hofläden, vor allem auch Produkte der Biogrossistinnen Via Verde AG in Pfaffnau und Vanadis AG in Seon. Die fünf Bauern haben eine Aktiengesellschaft gegründet und Aktienkapital von 170 000 Franken gesammelt. Ins Geschäft investiert haben sie laut Scheibler bis dato über hunderttausend Franken. Das Meiste ging in die Einrichtung des Shops. «Wir suchen den direkten Kontakt mit den Konsumentinnen und Konsumenten», sagt der bio-direct-Chef Einkauf und Verkauf. «Mit unseren Hofläden und dem Direktmarketing von Fleisch gelingt uns dies bereits seit Jahren. Jetzt wollen wir

uns mit einem Online-Shop weitere Kundenzentren erschliessen und diese mit unserem frischen Bioobst und Biogemüse beliefern. Wir konkurrenzieren damit die bestehenden Verkaufskanäle nicht, wir ergänzen sie höchstens.»

### Rund um die Uhr

Bei bio-direct kann rund um die Uhr bestellt werden. Ausgeliefert wird allerdings nur einmal die Woche. Die Regionalkunden im Zentrum Zofingen/Aarburg/Rothrist/Safenwil erhalten die Ware bei Bedarf in Kühlboxen am Freitagabend direkt ins Haus geliefert. Die übrigen Kundinnen und Kunden in der Schweiz werden per Expresspost am Donnerstag ab 17 Uhr bedient.

Es sei im Raum Zofingen heute kaum mehr möglich, einen Einkauf zu tätigen, der Spass mache. Lange Autoschlangen und öde

Einkaufszentren böten kaum jenes Umfeld, das man sich von einem Erlebniseinkauf erhoffe. So denken die Aargauer Bauern primär an Kundschaft aus ihrer Umgebung. «Wir sind Produzenten. Der Online-Shop bietet uns die Chance, direkt zu den Konsumenten zu gelangen», sagt Dietler Scheibler.

### 100 Pakete à 100 Franken

Erste bio-direct-Kundinnen und -Kunden haben die Bauern via Inserate und das Hof-fest gesucht. Im Weiteren hofft die Gruppe auf die Mund-zu-Mund-Werbung. Erwartet wird noch in diesem Jahr ein Umsatz von wöchentlich rund 100 Paketen à rund 100 Franken. Im nächsten Jahr sieht der Businessplan eine Verdoppelung oder Verdreifachung dieses Umsatzes vor, somit könnten bereits schwarze Zahlen geschrieben werden. Allerdings sind die Bauern realistisch genug, um damit zu



rechnen, dass es auch länger dauern könnte, bis die Gewinnzone erreicht ist. Die so genannten Profis im Detailhandels-Online-Verkauf arbeiten ja schon seit Jahren daran, kostendeckend zu arbeiten. Bisher ist dies aber noch nicht gelungen.

### Lockvogel LeShop

Trotzdem sind es gerade auch die steigenden Umsatzzahlen im Online-Verkauf von LeShop (Migros) und Coop, die die Bauern zum Verkauf ab Internet bewogen haben. Coop setzte im vergangenen Jahr 25 Millionen Franken im Online-Verkauf ab, bei LeShop waren es 23,3 Millionen. Beide verzeichneten ein Umsatzwachstum von 50 Prozent. Und es soll so weitergehen, wie Rolf Zeller bei Coop und Dominique Locher bei LeShop erklären. Die Branche rechnet mittelfristig mit 300 bis 400 Millionen Detailhandels-Umsatzfranken in der Schweiz, der via Internet verkauft wird. Ein wahrer Verkaufsboom. Scheibler sieht nun die Attraktivität des bio-direct-Angebots vor allem in der exklusiven Biospezialität. Weder Migros noch Coop würden dieses Segment bisher stark besetzen, meint der Bauer. Bio-direct aber sei ein reiner Bio-Shop. Die Ware wird übrigens im luzernischen Pfaffnau gerüstet und auf der Packstrasse von Bio-Post verpackt. bio-direct hat sich bei Via Verde eingemietet.

### Zum Kühlschrank der Kollegen

Seine Kundschaft erwartet Scheibler auch in den eigenen Reihen. Biobauernfamilien in entlegenen Gebieten könnten vom breiten Angebot, speziell den Waschmitteln und Haushaltartikeln, profitieren. «Häufig ist es so, dass Biobauern zuerst biologische Landwirtschaft betreiben und erst viel später anfangen, auch biologisch zu essen und einzukaufen. Das aber sollte doch miteinander einhergehen», fordert Scheibler: «Wir wollen mit unserem Angebot aber auch eine Plattform sein für die Biobauern und werden deren Produkte gerne über unseren Online-Shop verkaufen. Umso mehr, als die Bäuerinnen und Bauern ihre individuellen Möglichkeiten des Versandhandels via Internet nicht optimal nutzen können, weil ihr Angebot heute einfach zu wenig bekannt ist.»

Dieter Scheibler beliefert als Biobauer auch den Bioladen in Zofingen direkt. Am Eröffnungstag von bio-direct habe er dort Ware abgeliefert. Die Geschäftsinhaberin und er hätten sich gegenseitig viel Glück im Geschäft gewünscht.

Ruth Hugi

## 2. Hofladen-Tag mit Produkte-Börse

Biofarm lädt aktive Hofladen-BetreiberInnen und interessierte HofvermarkterInnen für Montag, 7. November 2005, zum 2. Hofladentag nach Kleindietwil ein. Neu lanciert die Genossenschaft der Biobäuerinnen und Biobauern an diesem reich gefüllten Tag eine Bioprodukte-Börse direkt ab Hof. Die Zahl der TeilnehmerInnen ist beschränkt. Mit dabei auch Biofarm-Botschafterin Simone Niggli-Luder.

Während die Biofarm am ersten grossen Treffen der Schweizer Hofladen-Betreiberinnen und -Betreiber im letzten Jahr vor allem Basiswissen vermittelte, soll an dieser Zweitauflage vom 7. November 2005 die Erfahrung, der konkrete Austausch und eine spezielle Bioprodukte-Börse im Zentrum stehen.

Die Biofarm lädt deshalb alle Hofvermarkterinnen und Hofvermarkter herzlich zur Bioprodukte-Börse ein. An dieser Börse sollen Bioprodukte ab Hof präsentiert werden, und es wird gezeigt, weshalb sich der Kauf bzw. der Verkauf lohnt. Sei es eine Wurst, ein spezielles Mehl, ein Käse, ein Gemüse, das Jogurt oder ein Brot, Obst oder ein anderes Produkt aus der langen Reihe landwirtschaftlich hergestellter Lebensmittel, roh oder verarbeitet. Die Biofarm interessiert sich für die Erfahrungen aus dem Verkaufsalldag. Was schätzen die Kundinnen und Kunden speziell an diesen Produkten?

### Neue Kanäle

Die Biofarm ist gespannt auf Ihre Verkaufsgeschichten und freut sich, wenn sich Interessierte zur Teilnahme an der Börse anmelden und den Besucherinnen und Besuchern des Hofladentages davon erzählen.

«Gemeinsam mit den Betreibern von Hofläden wollen wir die Möglichkeiten und Grenzen der Direktvermarktung ab Hof ausloten und für alle Beteiligten neue Ideen entwickeln und Kanäle erschliessen», sagt Markus Johann, Geschäftsführer der Biofarm.

Der schweizweite Handel mit veredelten Bioprodukten ist seit bald 35 Jahren fester und wichtiger Bestandteil der Bauern-

organisation. Biofarm sucht seit je die Verbindung zwischen den Bäuerinnen und Bauern sowie den KonsumentInnen. In diesem Spannungsfeld arbeiten auch die Hofläden ganz direkt. «Gemeinsam wollen wir deshalb an unserer erfolgreichen Zukunft arbeiten, aus Erfahrungen lernen und Tipps und Tricks für den Verkaufsalldag mit nach Hause nehmen.»

### Informationen aus erster Hand

Hier ein erster Blick auf jene Persönlichkeiten und KollegInnen, die am 7. November ihre eigenen Erfahrungen in Kleindietwil praktisch ergänzen werden:

**Simone Niggli-Luder**, zehnfache OL-Weltmeisterin, Ausnahme-Sportlerin und charmante Biofarm-Botschafterin, berichtet von ihrem ganz persönlichen «Weg an die Spitze».

**Marianne Maurer** fährt wöchentlich mittwochs zu Markt im Bahnhof Zürich. Sie führt einen Hofladen in Diessbach bei Büren a/Aare und einen Bioladen in Lyss BE. Die Gemüsebauernfamilie Maurer vermarktet Gemüse ab Hof.

**Dieter Scheibler** betreibt einen Hofladen in Oftringen AG. Er hat im August gemeinsam mit vier Bauernfamilien den Online-Shop bio-direct mit 1000 Bio-Artikeln lanciert.

**Ruth Kohli Schmid** führt einen Hofladen in Granges-Paccot FR. Aus eigener Produktion verkauft die Biobauernfamilie Brot, Mehl, Käse, Fleisch und Obst.