

**Zeitschrift:** Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge  
**Herausgeber:** Bioforum Schweiz  
**Band:** 61 (2006)  
**Heft:** 3

**Artikel:** Neue Bioregionen sollen auf Eis gelegt werden  
**Autor:** Hugli, Beat  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-891617>

### **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:** 29.01.2026

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

# Neue Bioregionen sollen auf Eis gelegt werden

Im Strategiepapier «Politik 2010» hat sich die Bio Suisse verschrieben, bis spätestens 2010 «Produktion, Verarbeitung und Vermarktung stärker zu regionalisieren». Vorstand und alte Geschäftsleitung lancierten dafür Mitte 2004 das Projekt Bio Regio Plus und setzten eine Arbeitsgruppe ein. Sie hat Mitte März 2006 in Basel Bericht erstattet und erste Anträge gestellt. Jetzt hat der Vorstand eine Denkpause verordnet, die Konzepte auf Eis spedierte und die Arbeitsgruppe aufgelöst. Derweil hofft deren Präsidentin Rosmarie Eichenberger auf eine zweite Chance und sucht zusammen mit Otto Schmid vom FiBL das Gespräch mit dem neuen Bio Suisse-Geschäftsführer. In Österreich haben die über 20 Bioregionen eben erst eine neue Dynamik ausgelöst. Dazu in kultur und politik 4/06 mehr.

Fotos: Janosch Hugi

Der Brief ist vom neuen Geschäftsführer der Bio Suisse Markus Arbenz unterzeichnet. Darin teilt er den Mitgliedern der Arbeitsgruppe Bio Regio Plus den Entscheid des Vorstandes mit, ihre Arbeitsgruppe sei aufzulösen. Seine Begründung: «Es wird eine Denkpause eingelegt.»

Das Thema Bioregionen werde in der Kommunikation, im Projekt Bioberatung und in der Überarbeitung der eigenen Geschäftspolitik weitergedacht, weiter entwickelt und zu einem «geeigneten Zeitpunkt» wieder aufgenommen. Bio Suisse-Pressesprecherin Jacqueline Forster ergänzt auf Anfrage von k+p: «Geht es um die Umsetzung von Ideen, braucht es immer Ressourcen: Personal und Geld. Die Idee von der Präsenz der Bioregionen im Bahnhof beispielsweise ist gut, aber kostenintensiv und personalintensiv. Das kann weder die Arbeitsgruppe stellen noch die Bio Suisse leisten. So gesehen ist der heutige Zeitpunkt für solche Konzepte ungeeignet.»

Was aber nicht heisse, dass das Thema als solches vom Tisch ist: «Im Gegenteil. Es bleibt Teil des Strategiepapiers 2010.»

Das schreibt auch Markus Arbenz an Markus Johann, Ros-



*Die Arbeitsgruppe Bio Regio Plus setzte sich bislang erfolglos dafür ein, dass neben Coop auch andere Regioproducte gefördert werden.*

marie Eichenberger, Otto Schmid, Wendy Peter, Andi Schmid und Muriel Lehmann als Mitglieder der Arbeitsgruppe Bio Regio Plus in aktueller und akut gefährdeter Besetzung: «Einerseits wird dem

Thema eine grosse Bedeutung beigemessen, andererseits sind die Spannungen und eine gewisse Ermüdung in der Arbeitsgruppe nicht zu übersehen.» Letzteres wird vermutlich von Markus

Johann und Muriel Lehmann gerne und mit Erleichterung unterschrieben. Ebenso der Schlusssatz von Markus Arbenz: «Wir hoffen, dass mit dieser schwierigen Klärung Erleichterung statt Frust ausgelöst wird.»

Denn Markus Johann sass in den Schlussrunden als Bio Suisse-Vorstandsmitglied mit dem Ressort Marketing in der Arbeitsgruppe, Muriel Lehmann als Marketingfrau und Mitglied der Geschäftsleitung Bio Suisse.

Und Andi Schmid von Bio Grischun sah dem Vernehmen nach wenig Handlungsbedarf und Sinn im gesamtschweizerischen Konzept der Bioregionen. Er engagiert sich lieber intensiv, aber Teilzeit, in der erfreulich erfolgreichen Naturaplan-Vorzeigeregion Graubünden.

Für Biobäuerin Wendy Peter ist nicht zuletzt deshalb der offizielle Seitenhieb auf Spannungen und Ermüdungserscheinungen innerhalb der Arbeitsgruppe ein Ärgernis: «Spannungen und eine gewisse Ermüdung sind tatsächlich aufgekommen, aber erst nachdem klar wurde, dass die Geschäftsstelle der Bio Suisse nach den gemeinsam mit Coop erarbeiteten Richtlinien für regionale Bio-Spezialitäten und



deren erfolgreiche Lancierung das Interesse am Weiterbestehen der Arbeitsgruppe verloren hatte und unsere Arbeit ab dann mehr behinderte als förderte.»

## Weder Frust noch Erleichterung

Rosmarie Eichenberger mag als Präsidentin der Arbeitsgruppe nicht von Frust reden, will aber auch keine Erleichterung verspürt haben, als sie Brief und Bescheid von ihrer Mandatsgeberin aus Basel gelesen hatte.

Sie hat sich umgehend um einen Gesprächstermin mit Markus Arbenz bemüht, den sie dieser Tage zusammen mit Otto Schmid wahrnehmen will.

Die beiden sind sich genauso wie Wendy Peter hundertprozentig einig, dass die Bioregionen für Bio Suisse raschmöglichst ein Thema werden müssen. Otto Schmid zu k+p: «Wir haben dem Vorstand mitgeteilt, dass das Thema Bioregionen und damit verbunden die Konzepte einer regionalen Vermarktung weiter und rasch an Bedeutung gewinnen werden. Ob man das nun Knospe-, Bio- oder Lebensregion nennen will. Es ist am Vorstand, zu handeln. Entweder bekennt man sich in der Bio Suisse klar dazu und stellt dann auch die nötigen Ressourcen zur Verfügung, weil es zu wichtig ist. Oder man sagt in Basel, das machen wir nicht. Dann ist der Fall klar. Dann finden wir im FiBL und in den Regionen andere Wege, unsere Ideen umzusetzen.»

Wendy Peter und Rosmarie Eichenberger sind aber wie Otto Schmid davon überzeugt, dass es mit Aufgabe der Bio Suisse sei, die Bemühungen der Regionen und des FiBL zu koordinieren und aktiv mit Personal und Geld zu animieren und zu unterstützen. Rosmarie Eichenberger: «Natürlich müssen die Aktivitäten und das Engagement aus den Regionen kommen. Es geht in unseren Konzepten auch nirgends



*Heute gibt es klare Regeln für Regioproducte von Coop-Naturaplan. Aber kein Regio-Konzept der Bio Suisse für kleine ProduzentInnen.*

darum, eine zentrale Vorgabe anzusetzen, ganz im Gegenteil. Aber wir schlagen vor, dass die Bio Suisse die Regionen bewusst dazu animiert, als eigenständige Bioregion zu wachsen. Wenn dies nicht passiert, werden andere Organisationen das Thema aufgreifen.»

## Kompetent definierte Bioregionen

Es sollte nach Meinung verschiedener Mitglieder der Arbeitsgruppe auch Verkaufskanäle zusätzlich zu den regionalen Bio-Spezialitäten von Coop geben, in denen sich kleinere regionale ProduzentInnen mit ihren Produkten und damit mit einer bunten Bio-Vielfalt profilieren können. Das trage letztlich zur Stärkung der Knospe, der Bio Suisse und des Biolandbaus in der Schweiz bei. Genauso wie es im Papier «Politik 2010» visionär formuliert und vorgegeben wurde und wie es von Coop mit Hilfe der Bio Suisse längst schon am Markt umgesetzt wird: «Das Sortiment an regionalen Bioprodukten ist ausgebaut. Auch die Verarbeitung und die Vermarktung erfolgen regional. Der Abbau an regionaler Infrastruktur für die Verarbeitung ist aufgehoben. Neue Verarbeitungsbetriebe sind aufgebaut. Regional- und Agrarpolitik sind national koordiniert. In der Regional-

politik gilt weiterhin der Vorrang des nationalen Ausgleichs. Es gibt klar definierte Bioregionen.»

Am 26. Oktober 2004 hatte Coop erstmals die Lancierung regionaler Bio-Produkte Naturaplan angekündigt. Anfangs 2005 standen die ersten Produkte schon in den Regalen. Während die offizielle Arbeitsgruppe Bio Regio Plus der Bio Suisse, die erst kurz zuvor am 26. Juli vom Vorstand den Arbeitsauftrag erhielt, am 29. Oktober erst einmal über das Vorgehen und die Auswahlkriterien für Bio-Regionen und die Koordinationsmöglichkeiten mit dem Projekt der regionalen Bio-Produkte von Coop debattieren durfte.

Rosmarie Eichenberger bezweifelt denn auch, dass Bio Suisse und der Biobewegung die Zeit bleibt, das Engagement für die eigenen Bioregionen auszusetzen oder gar ganz auf Eis zu legen: «Es gibt mehr regionale Produkte, als Coop vermarktet. Wir können den Innovationsbonus nicht nur dem Grossverteiler überlassen, so wichtig sein Bio-Engagement für die Regionen auch ist. Ausserdem geht die Schaffung von Bio-Regionen weit über die Vermarktung von regionalen Spezialitäten hinaus. Es geht um die Profilierungsmöglichkeiten der Bio-Bauern in und mit ihrer Region und darum, das Label

Knospe und die Herkunft der Bio-Produkte sinnvoll in die regionalen Auftritte einzubinden. Im Bereich Landwirtschaft und Biodiversität wäre eine enge Zusammenarbeit mit dem FiBL geplant, das solche Projekte schon heute in der Pipeline hat. Wir verpassen eine Chance, wenn wir hier nicht zukunftsorientiert handeln und Bio Suisse kein Zeichen setzt.»

## Plattformen in Bahnhöfen

Rosmarie Eichenberger, von Beruf Landschaftsarchitektin und ausgewiesene Biofachfrau, zum konkreten Aktionsplan der Arbeitsgruppe, die dem Bio Suisse-Vorstand am 13. März erstmals präsentiert und jetzt schuldisiert wurde: «Wir haben sieben Kriterien aufgestellt, nach denen Schweizer Bioregionen ausgelobt werden können. Wir schlagen die Schaffung von Plattformen an verschiedenen Bahnhöfen vor, auf denen sich regionale Marktteilnehmer präsentieren können. Wir verknüpfen diese regionalen Vermarktungsplattformen mit der Landschaft und Biodiversität in den Regionen und koordinieren sie mit der Bio Suisse-Kommunikation. Wir haben so einen Rahmen skizziert, in dem sich interessierte und starke Bioregionen zusammen mit der Bio Suisse präsentieren und weiterentwickeln können.»

Wichtig dabei, dass die Bio Suisse mit den einzelnen Regionen auf deren Verlangen und Initiative hin klare Zielvereinbarungen trifft, statt neue allgemeine Verbote und Richtlinien für Bioregionen zu erlassen. Die Regionen würden ermuntert und verpflichtet, mit anderen regionalen PartnerInnen wie Verarbeitungsbetrieben, Umweltorganisationen und Gastrobetrieben zu kooperieren.

«So geht bestimmt auch ein neuer Ruck durch das Bioland Schweiz», ist Rosmarie Eichenberger überzeugt. Beat Hugi