

**Zeitschrift:** Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge

**Herausgeber:** Bioforum Schweiz

**Band:** 63 (2008)

**Heft:** 3

**Artikel:** BioRegio Zentralschweiz : gemeinsame Vermarktung

**Autor:** Probst-Helfenstein, Maya / Hofstetter, Pius / Richter, Toralf / Lieberherr, Andreas

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-891382>

#### 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:** 28.01.2026

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

# BioRegio Zentralschweiz: Gemeinsame Vermarktung

Dank mobilem Verkaufsladen können Bioprodukte gezielt auf Märkten, an Festen und schlecht versorgten Orten angeboten werden. Oder auf einem Hof wird dank einer gemieteten Schauküche mit feinem Bioessen geworben. Oder in Fachgeschäften gibt es ein Verkaufsregal für BioRegio-Produkte. Solche Ideen soll eine neue Vermarktungsplattform namens BioRegio Zentralschweiz ermöglichen.

Foto: BioRegio



Beteiligte der fünf Zentralschweizer Biovereine.

**K+P: Was wird «BioRegio Zentralschweiz» genau machen?**

**BioRegio:** BioRegio Zentralschweiz ist eine Initiative der fünf Zentralschweizer Biovereine (LU, SZ, OW/NW, UR, ZG), um zukünftig gemeinsam Projekte zu lancieren und umzusetzen. Dies soll helfen, die Wertschöpfung der Mitglieder der Biovereine stabil zu halten oder diese gezielt zu erhöhen. Viele in der Vorbereitungsphase der Initiative gesammelten Projektideen hängen von einer effizienten und professionellen Warenaufbereitung und Logistik sowie einem professionellen Marketing ab. Dies können die Bioproduzenten meist nicht allein stemmen. Zu diesem Zweck hat man mit der

Agrovision Burgrain AG eine Trägerschaft gesucht und gefunden, die für die Biobauern der Zentralschweiz eine Vermarktungsplattform aufbaut. Hierfür wird voraussichtlich Ende Jahr 2008 eine eigenständige AG gegründet, bei der sich neben der Agrovision auch ca. 100 Bioproduzenten aus der Zentralschweiz finanziell beteiligen. Das ist für den Neustart einer produktübergreifenden regionalen Vermarktungsinitiative eine außerordentlich hohe Beteiligung.

**Wie kam das Projekt zustande?**

Das Projekt BioRegio Zentralschweiz entstand in Folge eines anderen Projektes im Entlebuch mit dem Titel «Biologica». Eini-

ge Akteure hatten die Vision, für die gesamte Zentralschweiz ein gemeinsames Dach für Vermarktungsprojekte aufzubauen. Damit will man das Angebot an qualitativ guten Bioprodukten in der Region in Detailhandel und Gastronomie erhöhen. Zu den Initianten gehören Maya Probst Helfenstein (Präsidentin Bio Luzern), Pius Hofstetter (LBBZ Schüpfheim), Toralf Richter (Bio Plus AG Seon) und Josef Blum (LAWA Sursee). Nach einem Jahr stiess Andreas Lieberherr dazu, Geschäftsführer der Agrovision Burgrain AG, die das Projekt umsetzt.

**Was ist mit «Vermarktungsplattform» gemeint?**

Hauptanliegen ist das Betreiben eines zentralen Verteilzentrums, welches die Warenströme der Bioproduzenten koordiniert und bündelt. In der Region gibt es darüber hinaus zahlreiche Bauernhöfe und kleinere Bioverarbeiter, die der Plattform Verarbeitungs- und Lagerkapazitäten zu Verfügung stellen können. Diese bestehenden Ressourcen sollen in die Tätigkeiten der Vermarktungsplattform eingebunden werden, um ein Maximum an Wertschöpfung auf den Betrieben zu belassen und dezentrale Erfassungs- und Verarbeitungsstrukturen zu stärken. Beispielsweise kann ein Betrieb, der Gemüse und Früchte trocknet oder verpackt, dies im Auftrag der Plattform auch für Kollegen machen.

**Soll das Projekt die Direktvermarktung ersetzen?**

Nein, im Gegenteil, die Vermarktungsplattform soll die Direktvermarkter stärken. Über die Plattform lernen sie das Angebot von Kollegen kennen und können ihre Sortimente mit anderen regionalen Spezialitäten ergänzen und attraktiver gestalten. Ferner sollen Transporte zu Restaurants und Fachgeschäften optimiert werden: Statt dass jeder einzelne Bauer einen weiten Weg absolviert, soll er ein dezentrales Lager ansteuern, von wo dann ein Gemeinschaftstransport läuft.

### **Wie wird die Vermarktung organisiert?**

Die Vermarktungsplattform wird in der Rechtsform einer AG betrieben. Hauptaktionär ist die Agrovision Burgrain AG. Die Biobäuerinnen und Biobauern der Zentralschweiz, aber auch Verarbeiter und Händler, können sich über festverzinsten Obligationen finanziell beteiligen. Hinter der Vermarktungsplattform stehen geschlossen die Vorstände der fünf Zentralschweizer Biovereine. In Form von Arbeitsgruppen und einer Steuerungsgruppe entwickeln sie die Initiative BioRegio Zentralschweiz permanent weiter. Ebenso nehmen zwei Bäuerinnen/Bauern im Verwaltungsrat der Vermarktungsplattform Einsitz.

### **Wer ist die anvisierte Kundschaft?**

Alle Konsumentinnen und Konsumenten der Zentralschweiz, die sich immer schon gewünscht haben, mehr regionale Bioprodukte und Biospezialitäten in ihrer Region einkaufen zu können. Zudem werden jene Konsumenten angesprochen, denen eine Unterstützung der heimischen Landwirtschaft und die Erhaltung und Vitalität der biobäuerlichen Strukturen in ihrer Region ein Anliegen ist. Produkte, die über die Plattform gehandelt werden, wird man überwiegend in qualitätsorientierten Detailhandelsgeschäften, Biofachgeschäften sowie in der Gastronomie finden. Einzelne ausgesuchte Spezialitäten sollen aber auch den Sprung jenseits der Regions- und Landesgrenzen schaffen.

### **Wie gross schätzen Sie den Aufwand für die Bauern?**

Die Bauern können ihre Ware direkt an die Plattform oder ihre Kooperationspartner liefern. Sie werden über ihren Computer direkt mit dem Warenwirtschaftssystem der Vermarktungsplattform verbunden, wo sie ihre Angebote einstellen können. Je nach

Bereitschaft und verfügbarer Ressourcen werden die Bauern die Möglichkeit haben, bestimmte Dienstleistungen gegen Entlohnung für die Plattform selbst zu erbringen. Dieser landwirtschaftsnahe Nebenverdienst ist für viele Bauern sicher interessanter als ein Nebenjob ausserhalb der Landwirtschaft. Für viele kleinere Produzenten ändert sich vom Ablauf der Vermarktung her kaum etwas.

### **Wie beurteilen Sie das bisher Erreichte und die Zukunftsaussichten?**

Bisher wurde von den Biobäuerinnen und Biobauern sowie den Initianten, den kantonalen Land- und Meliorationsämtern und dem Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) eine grosse ideelle und finanzielle Unterstützung für die Vernetzung der Akteure und die Vorbereitungsarbeiten gewährt. Dank dieser breit abgestützten Hilfe und Trägerschaft ist man zufrieden, in der Zentralschweiz etwas Neues und für die Zukunft Wegweisendes aufzugleisen.

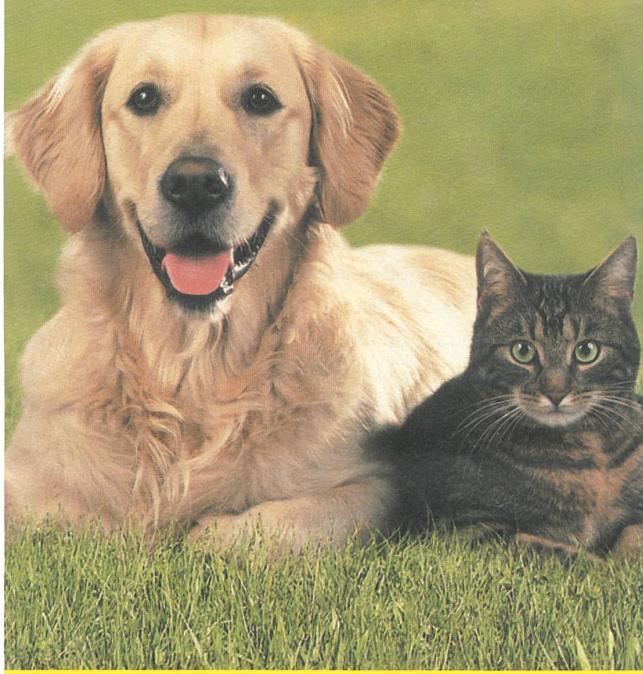
### **Was würden Sie anderen empfehlen, die etwas Ähnliches machen möchten?**

In der Vorstartphase braucht es viel Engagement, Enthusiasmus und Motivation einer Kerngruppe von Projektinitianten. Entscheidend ist, in relativ kurzer Zeit eine breite Basis an Produzenten zu erreichen und für die Projektidee zu gewinnen. Für ein grösseres produktübergreifendes Vermarktungsprojekt braucht es zudem eine professionelle und finanziell potente Trägerschaft oder eine enge Einbindung von potenziellen Marktpartnern von Beginn an.

*Auskunft gaben:*

*Maya Probst-Helfenstein  
Pius Hofstetter  
Toralf Richter  
Andreas Lieberherr*

# **Anima-Strath verleiht Ihrem Liebling natürliche Vitalität.**



**Jeder macht mal schlapp!** Das gilt auch für Tiere. Dann brauchen sie zu einem vollwertigen Basisfutter einen zusätzlichen Vitalitätsschub. Anima-Strath ist ein natürliches Aufbaumittel aus einer einmaligen Kombination von Hefe und Kräutern und sorgt für

- **gutes Wachstum**
- **bessere Vitalität**
- **schönes, glänzendes Fell**
- **besseren Appetit in der Rekonvaleszenz**

**Anima-Strath®  
Aufbaumittel**



Bio-Strath AG, 8032 Zürich • [www.anima-strath.ch](http://www.anima-strath.ch)