



Schweizer Agrarmedien GmbH  
 3000 Bern 25  
 031/ 958 33 11  
 www.diegruene.ch

Medienart: Print  
 Medientyp: Fachpresse  
 Auflage: 13'007  
 Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
 Abo-Nr.: 1008268  
 Seite: 9  
 Fläche: 129'604 mm<sup>2</sup>

# Vermarktung mit gewichtigen Wurzeln

Die Biogroupe AG in Kerzers vermarktet Biogemüse von gut 160 Produzenten zwischen dem Genfer- und dem Bodensee. Speziell daran: Die Aktiengesellschaft ist vollständig in Produzentenhand. «die grüne» hat die Biogroupe AG sowie deren Verwaltungsratspräsidenten – notabene auch ein Produzent – besucht.

«Die Ferienzeit haben wir sehr stark gespürt. Viele Leute sind weg, und der Gemüseabsatz bricht ein. Eigentlich schade: Im Sommer ist die Ware qualitativ am besten. Ab dem 1. August zieht es jeweils wieder zurück», sagt Christian Etter. Er ist bei der Biogroupe für den Verkauf an die Migros zuständig. Die Biogroupe AG ist eine Vermarktungsorganisation für Biogemüse aus der ganzen Schweiz, die vollständig in Produzentenhand ist. Die Biogroupe AG hat ihren Sitz in Kerzers, mitten im grössten Gemüseanbaugebiet der Schweiz und mit gutem Anschluss an die nahe Autobahn. Es ist also kein Zufall, dass das Unternehmen an dem Standort entstanden ist.

**Produzenten sind Aktionäre**  
 «Wir sind klar eine Produzentenorganisation. Bei uns steht

der Landwirtschaftsbetrieb im Zentrum», stellt Roland Meuter klar. Er ist Geschäftsführer von Terraviva. Die Schwester-gesellschaft der Biogroupe ist allein für den Verkauf an Coop zuständig. «Die Biogroupe ist ganz in Produzentenhand. Jeder Produzent hat im Verhältnis zu seinem Umsatz mit uns Aktien gezeichnet. Einige Betriebe stellen sehr viel Kapital zur Verfügung. Sie haben einen grossen Einfluss. Aber sie haben dadurch ein Interesse daran, dass es bei der Biogroupe gut läuft», erklärt Meuter. «Der Verwaltungsrat besteht aus neun Produzenten. An der Gesellschaft sind nur die Produzenten beteiligt. Der Gewinn wird hauptsächlich für Investitionen in neue Anlagen sowie kostendeckende Produzentenpreise verwendet. Damit wird eine langfristig gesicherte Versorgung sichergestellt.»

**Kostendeckende Preise für die Produzenten sind das Ziel**  
 «Wir versuchen natürlich, in

den Verhandlungen mit den Grossisten und Detailhändlern marktgerechte Preise für unsere Produzenten zu erreichen», erklärt Roland Meuter. «Die Tagespreise machen wir zunehmend nach einem System (marge en arrière). Dabei gehen wir von einem Verkaufspreis aus, den wir pro Kilo Ware von unserer Kundengros- erhalten. Davon ziehen wir unsere Produktionskosten ab, Kosten für Annahme, Reue, Rüsten, Abpacken, Verlagen und Liefern. Der Hauptteil geht somit an die Produzenten weiter», erklärt Meuter. «Es ist aber wie immer im Detailhandel: Der Weg zwischen einem kostendeckenden Produzentenpreis und einem interessanten Preis für den Detailhandel ist nicht immer einfach zu finden.»

Darüber hinaus existiert für gewisse Artikel ein «Pool-System», um das Risiko unter den Produzenten auszugleichen. Am Beispiel Kartoffeln erklärt Meuter: «Es gibt verschiedene



Schweizer Agrarmedien GmbH  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 13'007  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 9  
Fläche: 129'604 mm<sup>2</sup>

Phasen. In der Phase Frühkartoffeln hat man preisliche Voroder Nachteile, ob man früh oder spät liefert. Das Gleiche gilt dann auch während der Lagerperiode über den Winter. Und der Termin, wann die selber produzierten Kartoffeln verkauft werden, kann nicht gewählt werden. Also versuchen wir, die Preisunterschiede innerhalb der Phase Frühkartoffeln sowie während der ganzen Lagerperiode auszugleichen, damit keine Ungleichgewichte unter den Produzenten entstehen.»

Damit eine möglichst lückenlose Versorgung mit Gemüse sichergestellt werden kann, wird jährlich eine Anbauplanung vorgenommen. Der geschätzte Bedarf für das kommende Jahr wird in Mengen auf die Produzenten verteilt. Damit keine Lücken entstehen, ist daher die zeitliche Verschiebung des Anbaus der verschiedenen Kulturen entscheidend. «Wir wissen, wo was und in welcher Menge produziert wird. Natürlich geht die Planung nie ganz auf, das hat mit dem Markt und mit dem Wetter zu tun,» erklärt Meuter.

#### **Jede Qualität findet ihren Abnehmer**

«Wir versuchen, für jede Qualität einen Abnehmer zu finden», sagt Meuter. Konkret bedeutet das, für zu grosse Ware zum Beispiel Gastrobetriebe. «Wir sind momentan dabei, mehr Mensen und ähnliche Verpflegungsbetriebe zu finden. Einen Blumenkohl von

einem Kilo Gewicht nehmen diese gerne», macht Christian Etter ein Beispiel. Eine andere Möglichkeit ist natürlich die Industrie. Für Fertiggerichte und Tiefkühlgemüse kann sie auch nicht ideale Grössen verwerten.

«Übergrosse Karotten und Sellerieknollen werden bei uns aus der normal grossen Ware kalibriert und vollständig an die verarbeitende Industrie weiterverkauft. Die ungebrochen steigende Nachfrage nach Fertigsalaten bewirkt, dass solche Produkte

zunehmend auch in Bioqualität gefragt sind. Daher lassen wir von unseren Produzenten auch Ware speziell für die Industrie anbauen, zum Beispiel Weisskabis, diverse Blattsalate und Nüssler», erläutert Meuter. «Unverkäufliche Ware sowie Gemüseabfälle verkaufen wir paloxenweise an zwei Milchbetriebe in der Nähe.» Daraus entsteht dann würziger Mont-Vully-Käse.



Bilder: Katharina Scheuner

Gurken sind Urwaldpflanzen und mögen hohe Temperaturen und hohe Luftfeuchtigkeit. Daher sind Folien-Gewächshäuser für sie geeignet.



Schweizer Agrarmedien GmbH  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 13'007  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 9  
Fläche: 129'604 mm<sup>2</sup>

## Gurken, Gurken, Gurken, so weit das Auge reicht

Manfred Wolf von «Wolf Bio-Gemüse» in Ried ist ein Hauptlieferant der Biogruppe und deren Verwaltungsratspräsident. Diesen Frühling wurde ein neues Gewächshaus fertiggestellt. «Das Folien-Gewächshaus ist ideal für Peperoni. Diese brauchen eine hohe Luftfeuchtigkeit, und die Folie kann das besser gewährleisten als Glas. Aber das Gewächshaus ist zu spät fertig geworden, und wir konnten keine Peperoni mehr pflanzen. Daher haben wir Gurken gesetzt, für die dieses Klima auch stimmt», erklärt Manfred Wolf. Und siehe: «Wir haben dieses Jahr 24 Tage nach dem Setzen die ersten Gurken geerntet. Das habe ich noch nie erlebt. Die hohen Temperaturen momentan machen eine sehr gute Ernte möglich», spricht der Fachmann aus langjähriger Erfahrung.

Geplant sind 120 t Peperoni auf der einen Hektare im neuen Gewächshaus für nächstes Jahr. «Ich habe mit 15 t angefangen, es war zu wenig. Obwohl ich stetig gesteigert habe, werden auch die 120 t nicht reichen», erzählt Wolf. Peperoni aus biologischem Anbau sind in der Schweiz eine Rarität: «Für Peperoni gibt es keinen Grenzschutz. Ausserdem ist die Kultur nicht ganz einfach. Ich pflanze veredelte Setzlinge. Die Unterlagen bestehen aus Kürbisgewächsen. Damit sind die

Pflanzen weniger anfällig auf Fruchtfolgekrankheiten. Aber auch so muss die Hygiene im Gewächshaus stimmen: Beim Ernten werden faule Früchte entfernt, damit möglichst keine Krankheitserreger in den Boden gelangen.»

Manfred Wolf produziert auf

seinem Betrieb seit über 20 Jahren biologisches Gemüse. Heute baut er auf total 35 ha Fläche hauptsächlich Karotten, Zwiebeln, Eisbergsalat und Kartoffeln im Freiland sowie Peperoni, Nüssler



Auf der neuen «Karotten-Linie» werden die Karotten gewaschen, poliert, kalibriert und abgepackt.



Die Verpackung mache extrem viel aus, so Christian Etter. Die schön präsentierten Auriga-Tomaten haben einen guten Absatz.



Schweizer Agrarmedien GmbH  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 13'007  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 9  
Fläche: 129'604 mm<sup>2</sup>

und Gurken als Gewächshauskulturen an. Im Jahresdurchschnitt arbeiten zwölf Arbeitskräfte auf dem Betrieb. Momentan zur Hauptsaison sind 23 Personen angestellt.

#### «Vom Samen bis zum Laden arbeitet alles Hand in Hand»

Auf die Zusammenarbeit mit Biogroupe angesprochen, sagt Manfred Wolf, das sei das einzige System, in dem er sich zu produzieren vorstellen könne. «Es ist ein einzige Einheit: Vom Samen bis zum Verkauf im Laden arbeitet alles Hand in Hand. Die Vermarktungsorganisation gehört ihren eigenen Lieferanten. Das ist die Voraussetzung, unter der ich in die Zukunft gehen will», ist der Verwaltungsratspräsident überzeugt. Es habe auch wirtschaftlich gesehen wichtige Vorteile: «Anstatt dass wir Produzenten Wasch- und Abpackmaschinen anschaffen, stehen diese in Kerzers und können gut ausgelastet werden.»

Ein Beispiel dafür ist die neue Karottenlinie der Biogroupe. «Das war eine grosse Investition, und es wurde darüber diskutiert, ob es notwendig sei», erzählt Christian Etter. «Karotten sind für uns eine sehr wichtige Ware. Die Anlage ist jetzt die erste Saison in Betrieb und schon ziemlich gut ausgelastet.» Je nach Qualität der Ware kann bis zu 3 t pro Stunde gewaschen, poliert, kalibriert und abgepackt werden.

#### Dynamische und kapitalintensive Branche

«Die Gemüsebranche ist eine

spannende Branche», sind sich Wolf, Meuter und Etter einig. «Grundsätzlich ist es eine gesättigte Branche. Die Einstiegsschwelle, gerade mit Karotten oder Zwiebeln, ist aber nicht so hoch. Aber sobald es in Richtung Gewächshauskulturen geht, geht es um viel Kapital», so Meuter. Nur als Beispiel: Manfred Wolf hat für seine Hektare neues Gewächshaus 1,4 Mio investiert. «Besonders der Frischgemüsebereich ist ziemlich hektisch. Das bedeutet ein Kampf um Menge, ein Kampf um Preise. Von den Produzenten verlangt das sehr feinfühlig Entscheidungen. Dazu kommt, dass der Gemüsebau ein sehr professionalisierter Bereich der Landwirtschaft ist», erklärt Roland Meuter und weiter: «Buchhaltung und strategische Betriebsplanung sind enorm wichtig. Dazu sind Gemüsebaubetriebe ohne Angestellte nicht denkbar. Also muss man als Betriebsleiter auch Führungsqualitäten haben.» Auch der Markt unterscheidet sich von anderen landwirtschaftlichen Märkten. «Es gibt Gemüsearten, die in der Schweiz nur auf wenigen Hektaren angebaut werden. Wenn ein neuer Produzent mit einer Hektare neu einsteigt, verschiebt das die Verhältnisse auf dem Markt enorm», so der Geschäftsführer von Terraviva.

#### Schwieriger Frühling, aber wenig Sorgen mit AP 2014–17

Und wie hat der Gemüsebau den schwierigen Frühling er-

lebt? «Qualitätsprobleme haben wir wenige gehabt», erzählt Christian Etter von den vergangenen Monaten. «Aber die Verfügbarkeit war teilweise eingeschränkt. In der Regel war das, was angeliefert wurde, bereits verkauft. Daher war auch der Spielraum für Aktionen, die sehr viel Ware brauchen, weniger gross als in anderen Jahren.» Aber die schlechte Verfügbarkeit des Gemüses diesen Frühling war nicht nur ein Problem im Bio-gemüse. Auch das konventionelle war teilweise nicht vorhanden.

Ein Thema, über das sich die Gemüsebranche weniger den Kopf zerbricht, ist die kommende neue Agrarpolitik. «Grundsätzlich kommt die Strömung mit mehr Natur und mehr Biodiversität uns entgegen», beginnt Meuter die Erklärungen. «Der biologische Landbau hat sich schliesslich auch Biodiversität auf die Fahne geschrieben. Mit SAK hat der Gemüsebau auch keine Probleme. Überhaupt, der Anteil Direktzahlungen am Betriebseinkommen ist im Gemüsebau deutlich kleiner als in den Betrieben mit hauptsächlich Ackerbau oder Tierhaltung. Die meiste Wertschöpfung wird im Gemüsebau nach wie vor über das Produkt erreicht.» Dennoch, ganz sorglos schaut auch die Gemüsebranche nicht in die Zukunft. «Ein wichtiges Thema ist für uns der Grenzschutz. Die hohen Zölle schützen die inländische Gemüseproduk-

## Gemüsebau sucht Nachwuchs!

Für das neue Ausbildungsjahr fehlt es an Nachwuchs für die Ausbildung zum Gemüsegärtner oder zur Gemüsegärtnerin. In den drei Ausbildungsjahren wird neben dem Besuch der Blockkurse in Ins BE oder Châteauneuf VS grosses Gewicht auf Praxiserfahrung gelegt.

Voraussetzungen sind die Freude an Natur und Pflanzen, Maschinen und körperlicher Arbeit. Daneben ist die Zusammenarbeit im Team sehr wichtig. Gemüsegärtner und Gemüsegärtnerinnen können später schnell Positionen mit Verantwortung übernehmen.

Der Schweizer Gemüseproduzentenverband (SGKP) hat ein neues Berufsporträt lanciert, das unter [www.gemuese.ch/de/markt-politik/berufsbildung](http://www.gemuese.ch/de/markt-politik/berufsbildung) angeschaut werden kann.



Schweizer Agrarmedien GmbH  
3000 Bern 25  
031/ 958 33 11  
www.diegruene.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Fachpresse  
Auflage: 13'007  
Erscheinungsweise: 26x jährlich

Themen-Nr.: 541.3  
Abo-Nr.: 1008268  
Seite: 9  
Fläche: 129'604 mm<sup>2</sup>

tion.» Aber im Moment haben die drei Herren eine sehr spezifische Sorge: Den Markt so gut wie möglich mit Bio-gemüse versorgen.

| Katharina Scheuner  
www.biogroupe.ch  
www.terraviva.ch

Das Unternehmen «Biogroupe» besteht unter diesem Namen und in der heutigen Form erst seit 2010. Es beruht auf einem Zusammenschluss von drei in der Umgebung von Kerzers ansässigen Gemüsevermarktungsunternehmen. 1946 gründete Dr. Hans Müller, Pionier des organischen Landbaus, die Anbau- und Verwertungsgenossenschaft AVG in Galmiz. 1994 wird «Biomarkt Ried» gegründet. Nachdem die AVG im Jahr 2002 in die Aktiengesellschaft AV-AG überführt

wurde, fusionierte das Unternehmen 2009 mit der Biomarkt Ried AG. Ab 2010 heisst der Komplex «Biogroupe AG». Der Zusammenschluss von Biogroupe und Frilog fand ein Jahr später statt. Deren Gebäude in Kerzers wurden zum Hauptsitz der Biogroupe AG. Heute ist die Firma Terraviva als Schwestergesellschaft der Biogroupe für die Zulieferung von Coop zuständig. Unter dem Namen Biogroupe AG werden diverse andere Grossisten beliefert.



Manfred Wolf von Wolf Bio-Gemüse, Christian Etter von Biogroupe und Roland Meuter von Terraviva (v. l. n. r.).