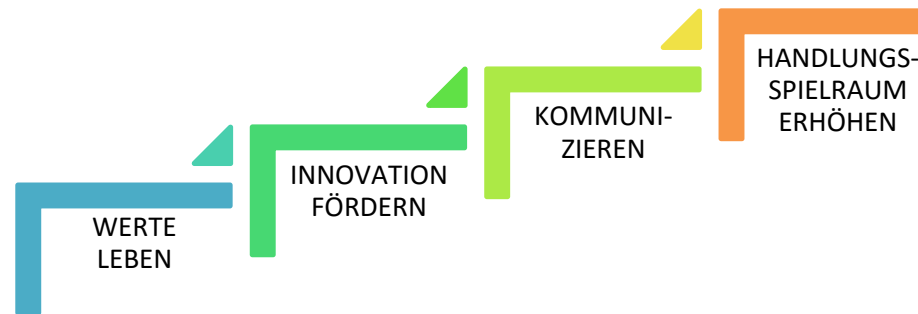


# Zielbild 2020

## für Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten



### Was wir mit dem «Zielbild 2020» erreichen werden

- Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten haben sich eine positive Marktstellung gegenüber konventionellen Betrieben erarbeitet. Sie arbeiten professionell und dienstleistungsorientiert.
- Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten überzeugen durch innovative Angebote, ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und liefern Qualitätsware
- Bioterra-Betriebe profitieren von einem starken Bioterra-Label und exklusiven zusätzlichen Vertriebsmöglichkeiten.
- Durch gezielte Kommunikationsmassnahmen, eine attraktive Onlineplattform sowie Massnahmen zu Mitgliederentwicklung schafft Bioterra Zugang zu neuen Kunden und interessanten Absatzmöglichkeiten für seine Mitgliedsbetriebe.
- Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit und Interessensvertretung fördert Bioterra die Akzeptanz und Nachfrage nach biologischen und naturnahen Gartenprodukten und Dienstleistungen. Bioterra stärkt die Marktposition Ihrer Biogärtnereien und Fachbetriebe.
- Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten sind wichtige Botschafter für Bioterra. Sie kommunizieren ein positives und zeitgemässes Bild von «Bio- und Naturgarten».
- Die Dienstleistungen von Bioterra für die Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten werden kontinuierlich weiterentwickelt und ausgebaut. Ziel ist es, das Wachstum bestehender Betriebe zu fördern und die Anzahl neuer grösserer Betriebe (Betriebsgrösse > 15 MA) zu verdoppeln.
- Die Bio- und Naturgartenidee wird in Projekten weiterentwickelt und fachlich fundiert breit bekannt gemacht. Die Bio- und Naturgartenidee wird durch Bioterra (Geschäftsstelle, Regionalgruppen, Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten) aktiv kommuniziert. Bioterra ist das Schweizer Kompetenzzentrum für «Bio- und Naturgarten» und ist der «Öffentlichkeit» als ersten Ansprechpartner für Laien und Fachbetriebe bekannt».

## Stellung innerhalb der Gesamtorganisation

Bioterra hat 2014 «strategische Geschäftsfelder 2020 (SGF)» mit folgenden übergeordneten Ziele formuliert:

- Bioterra verbindet Laien und Fachpersonen, die Gärten und Grünflächen biologisch und naturnah gestalten und pflegen. Bioterra ist das Kompetenzzentrum für Bio- und Naturgarten sowohl für den privaten als auch für den öffentlichen Raum. Überdies bietet Bioterra Orientierung und Wissen für einen nachhaltigen Gartenbau.
- Bioterra vermittelt Fachwissen und bietet seinen Mitgliedern einen umfassenden Service zum Bio- und Naturgarten. Mit einer attraktiven Zeitschrift, mit einer informativen Website, mit Kursen, mit reichhaltigen und vergünstigten Angeboten und Anlässen und mit der Vermittlung von zertifizierten Biogärtner\*innen. Bioterra vertritt zudem die fachspezifischen Interessen in der Öffentlichkeit.
- Bioterra betreibt das Bioterra-Naturgarten Label und kontrolliert und zertifiziert Biogärtner\*innen. Dieses Gütesiegel wird als Qualitätsstandard anerkannt und gilt als Referenzwert.
- Es bereitet Freude, Mitglied der Bioterra-Community zu sein. Wer sich aktiv für den Bio- und Naturgarten engagieren will, findet bei Bioterra eine reichhaltige Palette an Möglichkeiten und Projekten, um freiwillig mitzuarbeiten.

Dieses bildet die Basis für das «Zielbild 2020». Weitere Grundlagen dieses Zielbildes sind eine Analyse aus dem Jahr 2014 («Vision2020») und zwei durchgeführte Workshops (Brainwalkings), die in der ersten Jahreshälfte 2015 jeweils mit den Fachgremien Fachgruppe Biogärtner\*innen (FGB), Fachgruppe Naturgarten (FGN), Prüfungs- und Richtlinienkommission (PRK) durchgeführt wurden.

## Der Bioterra Bereich «Betriebe»

**Die Biogärtner\*innen:** 2015 sind von rund 3'000 Gärtner\*innen 75 Biogärtner\*innen Bioterra Mitglieder. Der Anteil der Biogärtner\*innen am Umsatz aller Produzenten in der Schweiz beträgt unter 1%. In den Biogärtner\*innen ist von über 200 Arbeitsplätzen und ca. 30 Ausbildungsplätzen auszugehen. Während die Gesamtzahl Gärtner\*innen in der Schweiz jährlich deutlich abnimmt, legen die Biogärtner\*innen kontinuierlich zu. Um im Schweizer Markt bestehen zu können, sind Innovationen und Wertschöpfung notwendig. Bio zählt zu einer Wertschöpfung, die ein Bestehen im Hochpreisland Schweiz unterstützt.

Rund ein Drittel der privaten Biogärtner\*innen sind Kleinbetriebe mit 1 bis 3 Mitarbeitenden, ein Sechstel der Betriebe sind mit 4 bis 9 Mitarbeitenden mittlere Gärtner\*innen. Ein Sechstel der Betriebe weist über 10 Mitarbeitende auf. Ein weiteres Sechstel der Betriebe findet sich in Institutionen wie Sozialeinrichtungen. Die Strukturen der Biogärtner\*innen sind bezüglich Grösse wie auch Betriebsausrichtungen (Produktepalette) sehr unterschiedlich.

**Die Fachbetriebe Naturgarten:** 2015 sind von über 5'000 Betrieben der Schweiz 47 zertifizierte Bioterra Fachbetriebe Naturgarten. Der Anteil der Fachbetriebe Naturgarten am Umsatz aller Betriebe in der Schweiz liegt im Promillebereich. In den Fachbetrieben Naturgarten ist von etwa 200 Arbeitsplätzen und ca. 20 Ausbildungsplätzen auszugehen.

Rund drei Viertel der Fachbetriebe Naturgarten sind Kleinbetriebe mit 1 bis 5 Mitarbeitenden, ein knappes Viertel der Betriebe haben 5 bis 20 Mitarbeitende. Ein Betrieb mit mehr als 20 Mitarbeitenden bildet die Spitze der Betriebsgrössen. Die Fachbetriebe Naturgarten bewegen sich in einem Nischenmarkt, weil der zertifizierte Naturgartenbau wenig bekannt ist. Anzahl und Strukturen der Fachbetriebe Naturgarten haben sich in den letzten 10 Jahren wenig verändert.

## Kernziele und Massnahmen

Das «Zielbild 2020» besteht aus drei Kernzielen. Jedes besteht aus Zielformulierungen, Beschreibung, Massnahmen, Priorisierung und einem Zeithorizont.

Die Ziel-erreichung und -überprüfung erfolgt jeweils bis Ende Jahr durch die Fachgruppen zuhanden der Geschäftsstelle und des Vorstandes Bioterra.

### Kernziel 1: Selbstverständnis und Profil

Ziele	Massnahmen Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten	Massnahmen Bioterra (Geschäftsstelle GS, Fachgremien FGB, FGN, PRK)	Prio	Zeit-horizont
<b>Selbstverständnis</b> <b>(1.1):</b> Die Bioterra Betriebe achten in ihren Unternehmen auf soziale, ökonomische und ökologische Aspekte.	Die Betriebe erzeugen Nachhaltigkeit, indem sie die Bedingungen als zertifizierten BioSuisse- bzw. Bioterra-Betrieb erfüllen oder übertreffen.	Die Fachgremien (FGN/PRK) überprüfen die Bedingungen an die Fachbetriebe Naturgarten, die gemäss Zertifikat gefordert sind. Die Qualitätssicherung des Labels aus Sicht der Kunden und Betriebe hat Priorität	1	Nov. 2016
	Die einzelnen Betriebe prüfen, ob sie eine Ökobilanz durchführen wollen.	Die Fachgremien erarbeiten die entsprechenden Regelungen, prüfen eine integrale Lösung in bestehende Regelungen und legen die Ergebnisse dem Vorstand vor.	2	Nov. 2016
<b>(1.2):</b> Bioterra entwickelt die Naturgartenidee weiter zu einer zeitgemässen und lebendigen Gartenform für Natur, Kultur und menschliche Nutzungsansprüche. Die Fachbetriebe Naturgarten planen, gestalten und pflegen hochwertigen Lebensraum für Menschen, Fauna und Flora nach den Bioterra Richtlinien. <b>(1.3):</b> Biogärtnereien produzieren biologisch Pflanzen nach BioSuisse Richtlinien und fördern die genetische Vielfalt.	Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten kommunizieren ein positives und zeitgemässes Bild von «Bio- und Naturgarten» Sie zeigen der Kundschaft oder Bauherrschaft naturnahe Lösungen auf, wie die Förderung einheimischer Wildpflanzen und der Artenvielfalt in unseren Gärten und Freiräumen.  Biogärtnereien bieten ein umfangreiches Angebot an kräftigen, gesunden Pflanzen. Eine Sortenvielfalt von bio-bewährten Zierpflanzen wird genauso gefördert wie fachgerecht produzierte Wildpflanzen.	Bioterra fördert aktiv die Bekanntheit wichtiger Qualitätskriterien und Vorteile der Zertifizierung aus Sicht der Kunden. Innovation und Projekte werden durch gezielte Kommunikationsmassnahmen wie z.B. Referenzprojekten, Betriebsportraits oder spezielle Angebote/Aktionen auf der Website öffentlichkeitswirksam gefördert. Die nachfolgenden Massnahmen unter «Community», «Aus- und Weiterbildung», «Projekte» und «Kommunikation» zielen ebenfalls darauf ab. Bioterra engagiert sich bei der Weiterentwicklung der BioSuisse Richtlinien für Zierpflanzen.	1	Laufend, Potenzial gross

<p><b>Profil</b> (1.4): Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten überzeugen durch innovative Angebote, ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und liefern Qualitätsware; sie fördern aktiv die Nachfrage nach biologischen und naturnahen Gartenprodukten und Dienstleistungen.</p>	<p>Die Betriebe setzen das Label / Zertifikat aktiv in ihrer Kommunikation ein. Sie überzeugen mit durchdachten Konzepten und Planungen, guter Gestaltung und Qualität in der Umsetzung im Gartenbau. Die Betriebe sind wichtige Meinungsbildner für Bioterra. Sie kommunizieren ein positives und zeitgemässes Bild von «Bio- und Naturgarten»</p>	<p>Bioterra kommuniziert das Label BioSuisse (für die Biogärtnereien) und insbesondere das Label Bioterra (für die Fachbetriebe Naturgarten) in Form von gezielter Öffentlichkeitsarbeit. Bioterra unterstützt die Profilierung der Betriebe via Medienarbeit, Broschüren, Planungshilfen, Merkblätter und attraktiven Marketingpaketen.</p>	1	Laufend, 2016ff.
<p><b>Wachstum</b> (1.5): Bioterra will eine bessere Marktdurchdringung für bestehende Betriebe. Die Akquisition von Mitgliedschaften grösserer Betrieben wird gezielt vorangetrieben</p>	<p>Potenzielle neue Betriebe werden mit Unterstützung der Geschäftsstelle konkret durch bestehende Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten angesprochen und umworben. Interessante Adressen werden regelmässig der Geschäftsstelle zur Bearbeitung weitergeleitet. Der Marktanteil von Biopflanzen (Kräuter, Stauden, Gehölze) wird ausgebaut. Zielgruppen im urbanen Räumen bieten neue Umsatzpotentiale. Biogärtnereien decken in einem ersten Schritt die vorhandene Nachfrage ab und bedienen in einem zweiten Schritt auch die Grossverteiler.</p>	<p>Die Geschäftsstelle unterstützt die Mitgliederwerbung mittels Beratungsgesprächen und Unterlagen, welche wirtschaftliche Nutzen und Vorteile der Mitgliedschaft aufzeigen. Die Gremien koordinieren ein effizientes «Göttsystem» und stehen für fachliche Beratung zur Verfügung. Mit mehr zertifizierten Naturgartenbetrieben soll die Nachfrage nach Naturgärten im privaten und öffentliche besser abgedeckt werden. Die Fachgremien suchen und prüfen Möglichkeiten nach Koordination und Kooperation der Betriebe auf verbandlicher Ebene.</p>	1	2017ff.
<p><b>Community</b> (1.6): Die Betriebe vernetzen sich untereinander, kooperieren mit weiteren Partnern und treten selbstbewusst im (konventionellem) Markt auf.</p>	<p>Die Betriebe verstehen sich als «Community», welche Wissen und Erfahrung offen austauscht und verbreitet (ERFA, Fachtagungen etc.). Sie arbeiten insbesondere bei grösseren Bauprojekten bzw. Aufträgen auch mit konventionellen Betrieben zusammen und bringen sich fachlich ein.</p>	<p>Die Geschäftsstelle intensiviert die Plattform zum fachlichen Austausch und berichtet über aktuelle Themen. Die Geschäftsstelle vermittelt Auftragsanfragen (Offertenanfragen, Ausschreibungen, Arge, etc).</p>	1	2015ff.
<p><b>Aus- und Weiterbildung</b> (1.7): Die Kernthemen der Zertifikate sind fester Bestandteil der Ausbildung in der grünen Branche. Die Betriebe setzen sich für einen überdurchschnittlichen Bildungsstand der Belegschaft ein.</p>	<p>Die Mitarbeitenden der Betriebe sind fachlich top und bilden sich regelmässig weiter. Nachweise von Weiterbildungen sind Voraussetzung für eine Zertifizierung und die Qualitätssicherung.</p>	<p>Bioterra pflegt regelmässigen Austausch mit den Ausbildungsstätten (Gartenbauschule Hünibach, zhaw, JardinSuisse, HSR, Meisterausbildung Gärtner, ...). Bioterra pflegt die Kooperation mit der zhaw und unterstützt den Lehrgang NGL inhaltlich und in der Kommunikation.</p>	1	laufend

Bioterra fördert ein attraktives Angebot in der Aus- und Weiterbildung.		Der Naturgartentag und die Bioterra-Jahrestagung sind feste Bestandteile des Weiterbildungsangebotes.		
---	--	---	--	--

## Kernziel 2: Projekte

Ziele	Massnahmen Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten	Massnahmen Bioterra (Geschäftsstelle GS, Fachgruppen und Kommission)	Prio	Zeit-horizont
<b>Projekte</b> <b>(2.1):</b> Projekte und Erfolgsgeschichten unterstreichen das Selbstverständnis und Profil von Bioterra.	Die Betriebe unterstützen die Geschäftsstelle in ihren Projekten und öffentlichkeitswirksamen Events, indem sie Initiative, Knowhow und Arbeitskraft einbringen. Oder Sie bringen Bioterra in ihre eigenen Projekte ein und fördern so den Bekanntheitsgrad der Betriebe.	Bioterra lanciert öffentlichkeitswirksame Projekte zu «Bio- und Naturgarten». Gezielt werden dazu auch Projekte in urbanen Räumen entwickelt, damit eine neue «Generation» von Mitgliedern und Gartenlaien entsteht Dies führt zur Steigerung der Nachfrage nach Dienstleistungen und Produkten der Betriebe, sowie zur Erhöhung der Mitgliedszahlen bei Familien sowie Personen im Alters-segment 30-40 Jahre.	1	Laufend
... <b>Projekte «Biodiversität im Siedlungsraum» / «Gardendivers» (2.2):</b>		Bioterra positioniert sich verstärkt als Kompetenzzentrum für die Biodiversitätsförderung im privaten Garten und in öffentlichen Freiräumen. Sie akquiriert und baut Projekte mit Partnern aus.	1	Laufend
... <b>Projekt «Gartenstadt» (2.3):</b>		Bioterra bleibt Partnerin des laufenden KTIs/ Labels «Gartenstadt Schweiz».	2	Laufend
... <b>Projekt «Gartenkind» (2.4):</b>		Bioterra erschliesst sich den Zugang zu öffentlichen Räumen wie z. Bsp. Schulhausarealen via «Gartenkind» und eröffnet ihren Betrieben dadurch weitere Aufträge.	1	2016ff.

### Kernziel 3: Kommunikation und Aussenwahrnehmung

Ziele	Massnahmen Biogärtnereien und Fachbetriebe Naturgarten	Massnahmen Bioterra (Geschäftsstelle GS, Fachgruppen und Kommission )	Prio	Zeit-horizont
<b>Kommunikation:</b> <b>(3.1):</b> Bioterra etabliert sich als das Schweizer Kompetenz-Zentrum für den «Bio- und Naturgarten und ist in der «Öffentlichkeit» als ersten Ansprechpartner für Laien, Garten-Freunde, Fachbetriebe und die Medien bekannt».	Die Betriebe kommunizieren ihr Angebot und verfolgen dabei ihre eigenen Marketingziele. Sie setzen dabei die Labels aktiv ein.	Die Kommunikationsmassnahmen werden im 2016 durch den laufenden <b>Prozess «Kommunikation und Marketing Bioterra»</b> ergänzt und verfeinert.	1	Laufend
		Bioterra informiert über Werte, Ziele und über laufende oder umgesetzte Projekte. Bioterra unterstützt die Betriebe bei Fragen rund um das Thema der Markenführung (z.B. CI, Logoverwendung, Kurse, ERFA). Für weiterreichende Aktivitäten wird die Einführung einer «Marketinggruppe Betriebe» geprüft.		
<b>... für die betrieblichen Anliegen</b> <b>(3.2):</b> Bioterra setzt neue Kommunikationsmittel ein und baut die zielgruppenorientierte Kommunikation nach Aussen und Innen aus. Neue Mitglieder und jüngere Zielgruppen werden prioritär angesprochen	Die Betriebe verbreiten an Märkten und Anlässen die Marke Bioterra und unterstützt aktiv die Positionierung als Kompetenz-Zentrum.	Die Geschäftsstelle produziert Printprodukte für die Öffentlichkeit wie z.B. das «Naturgarten-Spezial» 2015.	1	Laufend
		Neue, die «breite Community» unterstützende Kommunikationsmittel werden nach Möglichkeit eingesetzt, wie (a) ein Blog, welcher aktuelle Fachfragen aufnimmt und zur Diskussion stellt, (b) ein Jahrbuch, in welchem Fachthemen behandelt werden.	1	Offen
<b>... Onlinekommunikation</b> <b>(3.3):</b>	Die Betriebe positionieren sich auf der Website <a href="http://www.bioterra.ch">www.bioterra.ch</a> und halten die Informationen aktuell.	Der Websitebereich für Bio-und Naturgarten wird kontinuierlich ausgebaut, der Service verbessert (Stichworte: Know How, Emotionen, Community). Kommuniziert intern wird via Newsletter, Mail, Homepage. Auf der Homepage wird ein Bereich für Mitglieder mit Fachbeiträgen aktiv betrieben. In einem zugangsgeschützten Bereich sollen Marketing-Pakete für die Mitgliedsbetriebe zur Verfügung gestellt werden.	1	Laufend

<b>Vernetzung nach Aussen</b> (3.4):	Die Betriebe pflegen soweit unternehmerisch sinnvoll entsprechende Vernetzungen mit Partnern. Bioterra steht beratend zur Seite und fördert aktiv die Netzwerkpflege.	Bioterra prüft und geht Kooperationen mit verschiedenen Partnern ein (z. Bsp. zhaw, Stiftung Natur und Wirtschaft, PSR, JardinSuisse, etc.) und bringt dadurch die Betriebe mit potentiellen Auftraggebern und Wissensträgern zusammen.	2	Laufend
<b>... mit der öffentlichen Hand</b> (3.5):	Die Betriebe bieten ihr Angebot vermehrt auch der öffentlichen Hand an.	Die Geschäftsstelle sorgt dafür, dass Bioterra bezüglich öffentlicher Freiräume als Partner wahrgenommen wird.	2	2017 ff
<b>... verwandten Organisationen</b> (3.6):	Die Betriebe arbeiten in Aufträgen mit verwandten Organisationen zusammen.	Die Geschäftsstelle stellt den Kontakt zu entsprechenden Organisationen her und prüft die gegenseitige Übernahme von Know how in Form von Artikeln, Interviews, Referaten etc. Eine nähere Zusammenarbeit mit den Regionalgruppen wird gefördert.	1	Laufend

## Was ist NEU? Zusammenfassung nach Massnahmen

Das Zielbild gliedert die Ziele und Aufgaben den verschiedenen Gruppen zu. Damit soll mehr Klarheit zu den Aufgaben und Zielen erreicht werden und die Zusammenarbeit der Gremien untereinander mit der GS wird intensiviert. Neu ist im Gegensatz zu den bisherigen «Factsheets» die Formulierung einer konkreten Massnahmen- Ebene. Neu ist weiter, dass auch für die Betriebe Ziele enthalten sind. Bioterra als NPO ist auf die Mithilfe der Betriebe angewiesen, damit die Positivbotschaft von Bio- und Naturgarten verbreitet wird.

Das Label wird damit selbstbewusst mit Inhalten ausgefüllt und durchdrungen, was wiederum zum Selbstverständnis der Bioterra-Betriebe beitragen wird.

Vorliegende Version wurde genehmigt vom Vorstand am 18. Februar 2016