

Jahresbericht

2025

Ein Jahr des strategischen Wandels,
der Fokussierung und des mutigen Neubeginns.



Vorwort des Geschäftsführers

Liebe Unterstützer, liebe Partner,

Wenn ich auf das Jahr 2025 zurückblicke, sehe ich ein Jahr des Mutes – des Mutes, Altvertrautes loszulassen und neue Wege zu beschreiten. Mit der Think-Tank-Expedition im ersten Quartal haben wir eine Weichenstellung vorgenommen, die für die gesamte Initiative verwurzelt® richtungsweisend wird: weg vom Label-Denken, hin zu einer echten, eigenständigen Bewegung, die entlang der gesamten Lebensmittelkette Wirkung entfaltet.

Besonders erfüllt mich mit Freude, dass die NetPoints – unser dezentrales Netzwerkmodell für Produzenten – nun mit Leben gefüllt sind. Der erste NetPoint mit Gemüseproduzenten hat sich weitgehend positiv entwickelt. Das zeigt: Wenn man den richtigen Rahmen schafft, entsteht Eigenverantwortung von selbst. Genau so ist Providebit erlebbar.

Die Entscheidung, Food4Hope in seiner bisherigen Form im Lebensmittelbereich geordnet zurückzuziehen, war nicht leicht. Aber sie war richtig. Die gesellschaftliche Bereitschaft zur persönlichen Vorsorge ist trotz aller Krisen noch zu gering, und der logistische Aufwand zu hoch. Unsere Energie ist besser investiert, wo wir den grössten Hebel haben: in der revitalisierenden Landwirtschaft und in der Versorgungssicherheit über den Weizen im Silo.

Ein herzliches Dankeschön gilt unserem engagierten Team, das diesen Wandel mit Überzeugung und persönlichem Einsatz mitgetragen hat – oft weit über das Erwartbare hinaus. Ebenso danke ich dem Stiftungsrat für seine weitsichtige Führung und die Bereitschaft, auch unbequeme Entscheide zu treffen.

Dass wir diesen Weg gehen können, verdanken wir nicht zuletzt jenen, die uns mit Vertrauen, Spenden und Mitdenken begleiten. Für diese Unterstützung danke ich im Namen der gesamten Stiftung herzlich.

Mit Entschlossenheit, Dankbarkeit und Zuversicht blicken wir auf 2026.



Emanuel Hürlimann

Delegierter des Stiftungsrates, Stiftung Providebit



Das Jahr im Überblick

Das Jahr 2025 war für die Stiftung Providebit ein Jahr des strategischen Wandels, der Fokussierung und des mutigen Neubeginns. Im Mittelpunkt stand die konsequente Weiterentwicklung der Initiative verwurzelt®, die mit der Markteinführung erster Produkte einen entscheidenden Schritt von der Konzept- zur Wirkungsphase vollzog.

Ein besonders prägender Moment war die **Think-Tank-Expedition** mit Verarbeitern, Verkäufer und Grossisten im ersten Quartal: gemeinsam entstand eine neue strategische Klarheit. Die ursprünglich geplante Entwicklung eines verwurzelt®-Labels wurde bewusst verworfen – zugunsten einer breiteren, eigenständigen Initiative, die sich klar von bestehenden Labels im Schweizer Agrar- und Lebensmittelmarkt differenziert.

Die **NetPoints** – regionale Austauschgruppen für Produzenten – haben sich im Praxistest eindrücklich bewährt. Der erste NetPoint mit grösseren Gemüseproduzenten verlief im Jahresverlauf zunehmend positiv – das heisst, er braucht wenig Unterstützung seitens verwurzelt® – was den Grundgedanken des dezentralen Netzwerkmodells bestätigt. Ab Juni 2025 waren erste verwurzelt®-Produkte in der Deutschschweiz erhältlich – ein Meilenstein, der auch positive Auswirkungen auf die finanzielle Entwicklung hatte.

Im Bereich der Vorratslösungen wurde nach sorgfältiger Evaluation eine wichtige strategische Entscheidung getroffen: **Food4Hope** wird in seiner bisherigen Form als klassische Lebensmittel-Vorratslösung geordnet zurückgefahren. Der Fokus verlagert sich auf den Siloweizen, das bewährte **PROVIDEBIT®-Mehl** sowie das strategische Weizenlager – Bereiche mit klarer Wirtschaftlichkeit und langfristiger Relevanz.

Das Projekt **Seed4Hope** wurde weitergeführt: Aus den Ernten 2024 wurden mehrere Hektaren neu eingesät, und die Erfahrungen mit reinerbigen Weizensorten vertiefen sich stetig. Auf der Kommunikationsseite wurde die Videoreihe «Umdenken mit verwurzelt®» lanciert – ein Format, das Denkanstösse direkt aus der Praxis liefert und die gesellschaftliche Reichweite der Stiftung gezielt ausbaut. Seitens Food4Hope wurde die Videoserie «Du seisch...» lanciert.

- **verwurzelt® ab Juni in Aligro-Filialen**

- **Food4Hope strategisch neuausgerichtet**

- **Videoreihen Food4Hope «Du seisch...» und «Umdenken mit verwurzelt®» lanciert**

- **Erster NetPoint verselbstständigt**

- **Seed4Hope weitergeführt**

- **Strategisches Weizenlager beibehalten**



Die Initiative verwurzelt®

Das Jahr 2025 war für die Initiative verwurzelt® ein Jahr der strategischen Neuausrichtung, der ersten Markterfolge und des wachsenden Netzwerks. Was 2024 als strukturiertes Konzept geformt wurde, gewann 2025 konkrete Gestalt – mit realen Produkten, echten Partnerschaften und einer geschärften Identität.

NetPoints – Bewährung in der Praxis

Ein zentraler Meilenstein des Jahres war die Etablierung des ersten NetPoints. Mit einer Gruppe von grösseren Gemüseproduzenten aus der Ostschweiz wurde das Konzept erstmals vollumfänglich in der Praxis erprobt – und hat sich klar bewährt. Die Treffen finden regelmässig statt, bis zu zehnmal jährlich, und der Austausch hat sich inzwischen weitgehend verselbstständigt. Was verwurzelt® angestossen hat, trägt sich heute aus eigener Kraft.

Die Rückmeldungen der Teilnehmenden sind durchwegs sehr positiv. Der praktische Nutzen – gemeinsame Reflexion, gegenseitiges Lernen, konkrete Lösungen – bestätigt die ursprüngliche Idee eindrücklich und zeigt, dass das dezentrale Netzwerkmodell der NetPoints trägt.

Think-Tank-Expedition mit Verarbeitern und Verkäuf: Strategischer Wendepunkt

Im ersten Quartal 2025 fand eine Think-Tank-Expedition statt, die für die gesamte Initiative eine entscheidende Weichenstellung bedeutete. Zusammengebracht wurden Vertreter aus kleinen Familienbetrieben ebenso wie aus internationalen Konzernen, Händler und Grossisten, Produzenten sowie unabhängige Denker. Die Methodik des Prozesses wurde durch Esther414 (www.esther414.ch) begleitet – ein Schweizer Transformationsnetzwerk, das Unternehmer, Innovatoren und Vordenker aus unterschiedlichsten Bereichen zusammenbringt.

Das zentrale Ergebnis war ein strategischer Kurswechsel: Die ursprünglich geplante Entwicklung eines verwurzelt®-Labels wurde vollständig verworfen. Stattdessen wird verwurzelt® konsequent als umfassende Initiative positioniert – mit klarer Abgrenzung zu bestehenden Labels im Schweizer Agrar- und Lebensmittelmarkt und einem unverwechselbaren Alleinstellungsmerkmal. Dieser Entscheid wird als wegweisend für die langfristige Entwicklung beurteilt.

Aufbau eines Netzwerks mit Verarbeitern und Händlern

Aufbauend auf den Erkenntnissen des Think Tanks wurde 2025 mit dem systematischen Aufbau eines Netzwerks von Verarbeitern und Händlern begonnen. Erste Gespräche wurden geführt, und das Interesse – insbesondere seitens Grossisten – nimmt spürbar zu. Die Entwicklung verläuft schrittweise, aber mit klarer Richtung. Dieser Bereich wird als entscheidend für die weitere Skalierung der Initiative betrachtet und soll 2026 gezielt ausgebaut werden.

Markteinführung erster verwurzelt®-Produkte

Seit Juni 2025 sind erste verwurzelt®-Produkte in der Deutschschweiz (Deutschschweizer Filialen von Aligro) erhältlich. Voraussetzung für das verwurzelt®-Signet ist die Teilnahme sowohl von Produzenten als auch von Verarbeitern oder Händlern an der Initiative – ein Qualitätsmerkmal, das den ganzheitlichen Anspruch von verwurzelt® unterstreicht. Dieser Schritt markiert den Übergang von der Aufbau- in die Wirkungsphase und hatte bereits im Berichtsjahr einen positiven Einfluss auf die finanzielle Entwicklung der Stiftung.

Kommunikationsinitiative: «Umdenken mit verwurzelt®»

Im Jahr 2025 wurde die Videoreihe «Umdenken mit verwurzelt®» lanciert. Mit Emanuel Hürlimann als Protagonist werden Praxisbeobachtungen und Denkanstösse direkt von Feldern und aus Verarbeitungsbetrieben vermittelt. Das Format folgt dem Prinzip «Du sagst...» – konkrete Aussagen aus dem Alltag werden hinterfragt und in einen grösseren Zusammenhang gestellt. Parallel dazu wurde die technische Infrastruktur für eine eigene Videoproduktion aufgebaut. Der Ausbau dieses Kommunikationsbereichs ist für die kommenden Jahre vorgesehen.

Bewusste Zurückstellung digitaler Projekte

Entgegen der ursprünglichen Planung wurden zwei Digitalisierungsvorhaben – das digitale Cockpit für Produzenten sowie eine umfassende Austauschplattform – im Jahr 2025 bewusst zurückgestellt. Die Initiative befindet sich weiterhin in einer Entwicklungsphase, in der Anforderungen und Prozesse noch nicht ausreichend stabil sind, um belastbare digitale Lösungen zu entwickeln. Der Stiftungsrat beurteilt diesen Entscheid als strategisch richtig: Fehlinvestitionen in zu früh entwickelte Infrastruktur werden damit vermieden.



PROJEKT

Projekt Seed4Hope

7

HEKTAREN AUSGESÄT

24'075

KG GEERTET

Das Projekt Seed4Hope wurde 2025 weitergeführt. Aufbauend auf den Ernten des Vorjahres wurden die reinerbigen Weizensorten erneut auf mehreren Hektaren ausgesät. Der Ernteertrag der Versuche liegt derzeit deutlich unter dem Durchschnitt herkömmlicher Sorten. Betrachtet man jedoch den eingesetzten Aufwand, fällt auf, dass diese Sorten ohne Hilfsmittel wie Pflanzenschutzmittel, Herbizide oder Dünger deutlich bessere Erträge erzielen als üblicher Weizen. Unter gleichen Saatbedingungen zeigte die herkömmliche Weizensorte eine starke Verunkrautung, während der reinerbige Weizen praktisch unkrautfrei blieb.

Auf den Parzellen des Vorjahres konnte zudem eine bemerkenswerte Rekordernte von Roggen erzielt werden. Das Projekt bleibt relevant und wird fortgeführt – aktuell mengenmässig auf einer kleineren Anbaufläche. Der eingemischte Roggenanteil vermehrte sich überdurchschnittlich und führte auch zu Problemen in der Backqualität. Daher wurden dieses Jahr Versuche ohne Roggen ausgesät. Wir sind zuversichtlich, dass wir nächstes Jahr erfolgreiche Backversuche durchführen können.



Food4Hope und PROVIDEBIT®-Mehl

Food4Hope – Strategische Neuausrichtung

Zu Beginn des Jahres 2025 wurde Food4Hope einer umfassenden Evaluation unterzogen. Das Ergebnis war klar: Die erwartete Skalierung konnte nicht erreicht werden. Drei Faktoren erwiesen sich als strukturelle Hindernisse: die starke Abhängigkeit vom konjunkturellen und geopolitischen Umfeld, die nach wie vor geringe Sensibilität der Bevölkerung für das Thema persönliche Vorsorge sowie der hohe logistische Aufwand des bisherigen Modells.

Vor diesem Hintergrund hat der Stiftungsrat die Entscheidung getroffen, Food4Hope in seiner bisherigen Form als klassische Lebensmittel-Vorratslösung geordnet zurückzuziehen. Das Auslaufen erfolgt schrittweise bis Ende 2025 respektive in den Übergang ins Jahr 2026. Die bestehenden Kunden werden dabei sorgfältig begleitet. Die neue, vereinfachte Website konzentriert sich auf den Weizenvorrat als Kernprodukt – mit ersten positiven Rückmeldungen.

Food4Hope – «Du seisch...»

Parallel zur strategischen Neuausrichtung wurde 2025 die Videoreihe «Du seisch...» lanciert. Das Format greift alltägliche Aussagen und verbreitete Annahmen rund um das Thema Vorsorge auf und stellt sie in einen grösseren, sachlichen Kontext – direkt, unkompliziert und nah an den Menschen. Damit trägt Food4Hope aktiv dazu bei, das gesellschaftliche Bewusstsein für persönliche Ernährungsvorsorge zu stärken und gleichzeitig den Wert des Siloweizens als einfache, langfristig sinnvolle Lösung zu vermitteln.

Fokus auf Siloweizen und strategisches Weizenlager

Im Zuge der Neuausrichtung wurde der Siloweizen zum strategischen Kernprodukt im Bereich der Vorratslösungen. Seine hohe Lagerfähigkeit, das effiziente Rotationssystem in Zusammenarbeit mit der Mühle Fraubrunnen sowie die bessere Wirtschaftlichkeit im Vergleich zu klassischen Lebensmittelvorräten machen ihn zur tragfähigen Lösung für die Zukunft.

Das strategische Weizenlager der Stiftung wurde trotz der damit verbundenen Kosten bewusst beibehalten. Es erfüllt eine doppelte Funktion: als physische Absicherung für zukünftige Kundenkäufe und als taktische Reserve für krisenrelevante Szenarien. Die Mühle Fraubrunnen rotiert die Bestände fortlaufend und stellt sicher, dass das gelagerte Getreide jederzeit markt- und handelsfähig bleibt.

Der Stiftungsrat hält bewusst an dieser Linie fest: In einer Welt zunehmender Versorgungsrisiken ist ein krisenresilienter Zugang zu Grundnahrungsmitteln eine Frage der Verantwortung.

PROVIDEBIT®-Mehl – weiterhin vielseitig, beliebt und bewährt

Das PROVIDEBIT®-Mehl verzeichnet weiterhin einen stetigen, stabilen Absatz. Das Allrounder-Mehl mit 80% Ausmahlungsgrad, in Zusammenarbeit mit der Mühle Fraubrunnen entwickelt, ist in allen ALIGRO-Filialen erhältlich und wird von privaten wie gewerblichen Kunden gleichermaßen geschätzt. Für das Jahr 2026 sind ein gezielter Ausbau – unter anderem durch verschiedene Gebindegrössen – sowie eine verstärkte Promotion vorgesehen. In Verbindung mit unseren Weizenlagern bietet es ein überzeugendes Angebot von Qualität, Haltbarkeit und Ressourcenschonung – da keine Lebensmittel verloren gehen.



Ausblick 2026

verwurzelt®

Skalierung und Konsolidierung: Aufbau weiterer NetPoints, neue Verarbeiter und Händler gewinnen. Bodenanalysen mit SoilBalance-Laboranalyse und Living Soil Score bei Pilotbetrieben – Kosten der ersten Messung werden von der Stiftung übernommen. Ausbau der Kommunikationsinitiative «Umdenken mit verwurzelt®». Evaluation eines Demonstrations- und Schulungsstandorts als Lern- und Begegnungsort.

Food4Hope

Food4Hope wird in seiner neuen, schlanken Form weitergeführt – mit Fokus auf den Weizenvorrat als Kernprodukt. Der Übergang aus dem klassischen Vorsorgesystem wird 2026 abgeschlossen. Das PROVIDEBIT®-Mehl soll mit neuen Gebindegrößen und gezielter Promotion weiterentwickelt werden.

Seed4Hope

Die Versuche mit reinerbigen Weizensorten werden 2026 weitergeführt. Im Fokus steht die erstmalige Durchführung von Backversuchen. Erstmals konnte der Roggen durch technische Geräte aussortiert und ohne Roggenbeimischung gesät werden. Seed4Hope bleibt strategisch eng mit verwurzelt® verknüpft – gesunde Böden und standortangepasstes Saatgut gehören zusammen.

Partnerschaften und gemeinsame Verantwortung

Unsere Vision verwirklichen wir nicht im Alleingang. Wir suchen gezielt die Zusammenarbeit mit Unternehmen und Organisationen, die gesellschaftliche Verantwortung aktiv wahrnehmen möchten – durch langfristige Partnerschaften, gezieltes Sponsoring oder gemeinsame Projektentwicklung. Die bestehende Partnerschaft hat sich 2025 als tragfähig erwiesen.

Mit einem fokussierten Team, einer geschärften Strategie und einem wachsenden Netzwerk blickt die Stiftung Providebit mit Zuversicht und Tatkraft in das Jahr 2026.



Kontakt- und Firmeninformation

K o n t a k t

Emanuel Hürlimann

*Delegierter des Stiftungsrates
/ Geschäftsführer*

emanuel@providebit.org

Tel. 041 521 15 16

www.providebit.org

P o s t a d r e s s e

Stiftung Providebit

6052 Hergiswil NW

G e s c h ä f t s s t e l l e

Stiftung Providebit

Landschau 12

6276 Hohenrain LU

R e c h t l i c h e r S i t z

Stiftung Providebit

c/o Dominique Demaurex

Steinrütistrasse 6

6052 Hergiswil NW

CHE-349.099.449

