

Ist Regio das neue Bio?

Im Detailhandel sind immer mehr Produkte mit dem Prädikat «regional» ausgelotet. So haben regional ausgezeichnete Produkte bio überholt. Wir fragten nach.



Foto: zVg

Olivier Boillat ist Kommunikationsverantwortlicher des Schweizer Wettbewerbs der Regionalprodukte.

Kein Zweifel: Regionalprodukte sind im Aufwind. Sie haben Potenzial. Alle Verkaufskanäle profitieren von Regionalprodukten.

2015 lieferten regionale Produkte mit geschützter Ursprungsbezeichnung und geschützten geographischen Angaben mit dem Label AOP-IGO über 1,4 Milliarden Franken Umsatz. Andere Regionalprodukte laufen unter dem Markennamen Alpinavera, Pays romand – Pay gourmand, Culinarium und «Das Beste der Region». Auch hier wird

gegen eine Milliarde Franken Umsatz erzielt. Im Vergleich dazu betrug der Umsatz von Biosuisse 2.3 Milliarden Franken.

Die vier oben genannten Vereine haben sich zusammenschlossen und firmieren unter dem Verein «Schweizer Regionalprodukte». Mit einem gemeinsamen Gütesiegel treten sie ab Januar 2017 gestärkt am Markt auf. Die Spezialitäten mit diesem Gütesiegel sind nach strengen Vorgaben hergestellt und zertifiziert.

Regionalprodukte sind ökologisch und nachhaltig. Sie beinhalten kaum graue Energie, denn die Transportwege sind kurz. Das Geld geht direkt zu den Produzenten, weil man lokal produziert und lokal verkauft. Das sorgt für Einkommen und Arbeitsplätze in der Region. Bei unserem Wettbewerb der Regionalprodukte, der nächstes Jahr Ende September in Delémont stattfindet, sind über 1000 verschiedene Regionalprodukte zu entdecken. Die Vielfalt steigt von Jahr zu Jahr – ebenso die Qualität. Das Niveau ist hoch. Spitzenköche und kulinarische Geniesser entdecken mit Freude immer mehr lokaltypische Spezialitäten.

Mit Regionalprodukten bereichert man nicht nur seinen Speisetisch, sondern man taucht ein in eine Landschaft und eine Region. Spürt das traditionelle Handwerk und die Geschichte dahinter. Beim Tête de Moine erwachen die Mönche, die im Mittelalter mit der Käseproduktion begannen, zum Leben. Regionalprodukte sind persönlich: Sie haben ein Gesicht und sind keine Massenware. Es gibt nichts Authentischeres als Regionalprodukte. Sie sind das, was die Werbung verspricht.

Wir sind ein grosser Produzent von Biogemüse und -kartoffeln und beliefern verschiedenste Kunden unterschiedlicher Grösse.

Nebst Produkten wie Karotten und Kartoffeln, welche im Biomarkt in grossen Mengen nachgefragt sind, vermarkten auch wir Spezialitäten wie Topinambur, Petersilienwurzeln, Winterrettich und ähnliches; Produkte, welche oft bei Regiomarken im Vordergrund stehen. Die Frage, ob die Region das neue Bio sei, ist somit falsch gestellt. Denn

Schweizer Bioprodukte werden häufig auch regional vermarktet!

Damit wir auf dem Markt der Regionalität genügen können, arbeiten wir auch eng mit vielen Familienbetrieben zusammen,

welche für uns Bioprodukte anbauen. Dank unserer Grösse haben wir die Möglichkeit, nachhaltige Massnahmen wie die eigene Stromerzeugung, die Reduktion von CO₂-Emissionen bei Gewächshäusern und eine natürliche Wasseraufbereitung grosszügig umzusetzen.

Auch wir verfolgen die zunehmende Bedeutung der Regionalität von Lebensmitteln in der Schweiz mit Interesse und Engagement. Ist dies doch vermutlich das stärkste Argument, um uns von Importware differenzieren zu können. So hat der Biomarkt schon früh auf die Regionalität gesetzt. Das zeigt der Detailhandel auch mit den Labels «Aus der Region», «Miini Region» und auch in regionalen Biomärkten. Viele unserer Produkte werden dort vermarktet, wo sie gewachsen sind. Auch die Knospe-Richtlinien mit Bio Suisse sind eng mit der Regionalität verknüpft.

Zudem werden Bioprodukte nach den strengen Richtlinien des Biolandbaus angebaut. Diese garantieren zum Beispiel den konsequenten Verzicht auf synthetische Pflanzenschutz- und Düngemittel. Der Schonung der Böden und deren Gesundheit wird im Biolandbau durch einen extensiveren Anbau grosse Aufmerksamkeit geschenkt. Und es werden ökologisch besonders wertvolle Ausgleichsflächen gefordert. All dies und vieles mehr machen Bioprodukte häufig nicht nur regional, sondern auch speziell sympathisch!



Foto: zVg

Christian Rathgeb ist Inhaber und Geschäftsführer der Rathgeb-Bio Gruppe mit Sitz in Unterstammheim (ZH).

Pro

Kontra

