

Sachdokumentation:

Signatur: DS 656

Permalink: [www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/656](http://www.sachdokumentation.ch/bestand/ds/656)



### Nutzungsbestimmungen

Dieses elektronische Dokument wird vom Schweizerischen Sozialarchiv zur Verfügung gestellt. Es kann in der angebotenen Form für den Eigengebrauch reproduziert und genutzt werden (private Verwendung, inkl. Lehre und Forschung). Für das Einhalten der urheberrechtlichen Bestimmungen ist der/die Nutzer/in verantwortlich. Jede Verwendung muss mit einem Quellennachweis versehen sein.

### Zitierweise für graue Literatur

Elektronische Broschüren und Flugschriften (DS) aus den Dossiers der Sachdokumentation des Sozialarchivs werden gemäss den üblichen Zitierrichtlinien für wissenschaftliche Literatur wenn möglich einzeln zitiert. Es ist jedoch sinnvoll, die verwendeten thematischen Dossiers ebenfalls zu zitieren. Anzugeben sind demnach die Signatur des einzelnen Dokuments sowie das zugehörige Dossier.

# Was steckt hinter den Schweizer Regional-Labels?

55 Schweizer Regional-Labels unter der Lupe



Eine Untersuchung der Stiftung für Konsumentenschutz, Bern  
Fédération romande des consommateurs (FRC), Lausanne  
Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana (ACSI), Pregassona

Alleanza delle organizzazioni dei consumatori  
Alliance des organisations des consommateurs  
Allianz der Konsumentenschutz-Organisationen

acsi

frc

KONSUMENTEN  
SCHUTZ

Associazione consumatrici e consumatori della Svizzera italiana | Fédération romande des consommateurs | Stiftung für Konsumentenschutz

## Inhaltsverzeichnis

<b>Zusammenfassung</b>	3
<b>Marktsituation</b>	4
<b>Kriterien für die Bewertung</b>	5
<b>Richtlinien</b>	7
<b>Beurteilung der Labels</b>	8
Regio.garantie	9
Landschaftspärke	9
Aus der Region – Migros	9
Miini Region – Coop	10
Lokal – Manor	10
Feins vom Dorf – Volg	10
Natürlich vom Hof – Land	11
Feins aus der Nachbarschaft – Spar	11
<b>Forderungen</b>	12

## Zusammenfassung

55 Regional-Labels findet die Konsumentin, der Konsument auf dem Schweizer Markt. Die rasch wachsende Zahl dieser Labels zeigt, dass regionale Produkte einem Bedürfnis der Konsumentinnen und Konsumenten entsprechen und die Anbieter dieser Nachfrage mit einem angepassten Angebot oder sogar einem eigenen Label entgegenkommen wollen. Doch: Was bieten diese Labels für einen Mehrwert, wie ist „regional“ definiert und welche Anforderungen erfüllen diese Regio-Produkte? Die Allianz der Konsumentenschutz-Organisationen (Stiftung für Konsumentenschutz, FRC und ACSI) hat diese Labels unter die Lupe genommen.

### **Ernüchterndes Fazit**

Die gute Nachricht: Eine ganze Reihe von Labels unterstehen gemeinsamen Richtlinien, welche den Konsumentinnen und Konsumenten Klarheit und Transparenz bieten: Die Produzenten werden zertifiziert und von einer unabhängigen Stelle kontrolliert, die Region ist – wenn auch unterschiedlich – definiert und es besteht eine gewisse Transparenz auf den Produkten und in Bezug auf die öffentlich einsehbaren Richtlinien.

Jedoch erfüllen etliche Labels nicht einmal grundlegende Label-Anforderungen wie öffentliche Richtlinien, Zertifizierung und unabhängige Kontrolle. Sogar beim wichtigsten Punkt, der Begrenzung der Region, sind einige Labels äusserst vage und undefiniert.

### **Diese Labels sind auf dem Weg**

Die 43 Regional-Labels welche unter der Dachmarke regio.garantie auf den Markt kommen, die 12 Labels der Landschaftspärke Schweiz sowie das Regionallabel der Migros (Aus der Region, für die Region) wenden dieselben Richtlinien an. Diese gemeinsamen Richtlinien regeln die Zertifizierung, unabhängige Kontrolle und die Verwendung von ausserregionalen Rohstoffen.

Coop definiert die Region sehr schwammig und intransparent, so dass „Miini Region“ in diesem wichtigen Punkt abfällt. Manor hingegen ist bei den verarbeiteten Produkten bei der Angabe der Herkunft der ausserregionalen Rohstoffe sehr vage und erhält hier einen Abzug.

### **Noch weit entfernt**

Ohne Zertifizierung und unabhängige Kontrolle, ohne Transparenz und einsehbare Richtlinien und mit schwammigen Vorgaben – wer hinter die Kulissen der Regionallabels von Landi, Volg und Spar blickt, findet wenig Greifbares und Vertrauenerweckendes. Bei diesen Anbietern erhält man den Eindruck, dass sie reine Trittbrettfahrer auf dem „Regionalzug“ sind.

### **Entwicklung muss weitergehen**

Wichtig wird sein, dass nationale Richtlinien wie die bereits bestehenden von weiteren Labelinhabern übernommen werden. Denn Labels ohne sicht- und überprüfbaren Nutzen für die Konsumentinnen und Konsumenten schaden auch den relativ gut aufgestellten Labels und schwächen die Wirkung regionaler Produktion.

Die gemeinsamen Richtlinien von regio.garantie, den Schweizer Pärken und der Migros müssen sich weiterentwickeln. Die Richtlinien müssen im Bezug auf importierte Zutaten, Transportwege und nachhaltiger Produktion klarer und präziser werden, damit sie auch in Zukunft eine Berechtigung haben und die gelabelten Produkte den Konsumentinnen und Konsumenten einen Mehrwert bieten.

Eine eingehende Diskussion wird noch in Bezug auf die Definition einer Region zu führen sein. Ein Label, welches die Herkunft, bzw. eine Region auszeichnen will, aber diese Region in seinen Richtlinien nicht definiert, ist unglaubwürdig und bringt keinen Mehrnutzen. Es stellt sich jedoch auch die Frage, wie gross eine Region sein darf, um von den Konsumenten noch als Region wahrgenommen zu werden.

## Marktsituation

Je präziser die Herkunft von Lebensmitteln angegeben werden kann, umso mehr scheinen Konsumentinnen und Konsumenten ihnen zu vertrauen. Schweizer Herkunft ist wichtig, in den letzten Jahren hat zusätzlich der Trend zu regionalen Produkten immer mehr an Boden gewonnen. So tauchen seit etlichen Jahren zunehmend regionale Herkunftsmarken, Gütesiegel und Labels auf. Sie widerspiegeln das Bedürfnis nach einem überschaubar und kontrollierbaren Markt, der einen Gegenpol zur globalisierten, intransparenten Wirtschaft und dem geschmacklichen „Einheitsbrei“ zu setzen scheint.

Eine Untersuchung der Universität St. Gallen<sup>1</sup> zeigt, dass über 80 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten Regionalprodukte positiv beurteilen, durchschnittlich 70 Prozent geben an, dass sie bei gleichem Preis ein Regionalprodukt einem Produkt ohne Herkunftsangabe vorziehen. Und 65 Prozent geben an, mindestens einmal pro Woche ein Regionalprodukt zu kaufen. Einer Studie der A.T. Kearney GmbH<sup>1</sup> zufolge sind Eier, Gemüse, Obst, Fleisch und Milchprodukte die Top-Five der regionalen Produkte.

Regionalprodukte machen heute etwa 1,3 Milliarden Franken und damit gut 4 Prozent des Umsatzes an Lebensmitteln in der Schweiz aus. Erstaunlich: Die Konsumentinnen und Konsumenten scheinen den Regionalprodukten noch stärker zu vertrauen als Bioprodukten. Auch die Studie der A.T. Kearney GmbH zieht dieses Fazit: Die regionale Herkunft wird laut Befragung sogar höher bewertet als der biologische Anbau. Die Universität St. Gallen stuft das Wachstumspotenzial von Regionalprodukten als immens ein und schliesst für die nächsten fünf Jahre ein Erreichen von 2 Milliarden Franken Umsatz nicht aus. Für den Handel verspricht diese Entwicklung auch interessante Margen.

Dass Regionalprodukte im hart umkämpften Lebensmittelmarkt noch Wachstumspotenzial aufweisen, ist den Anbietern nicht entgangen. Innerhalb kurzer Zeit sind Regional-Labels wie Pilze aus dem Boden geschossen. Was können die Konsumentinnen und Konsumenten von den Regional-Labels erwarten? Denn anders als bei der biologischen Produktion, welche mit der Bio-Verordnung auf einer gesetzlichen Grundlage beruhen, gibt es bei den regionalen Labels keine einheitliche Grundlage.

### Lebensmittel-Labels in Hülle und Fülle

Die Allianz der Konsumentenschutzorganisationen führt regelmässig zusammen mit WWF, Pusch, Helvetas und anderen Organisationen eine [Bewertung der Lebensmittellabels](#) durch. 2015 wurden 31 Labels unter die Lupe genommen. Die Richtlinien wurden in Bezug auf Umwelt (Wasser, Boden, Biodiversität und Klima), Tierwohl, Sozialstandards, Management und Prozesse und Kontrolle untersucht.

Regionallabels wurden in diese Bewertung nicht mit einbezogen, weil sie in der Regel keine Auflagen bezüglich Umwelt, Tierwohl oder Sozialstandards aufweisen und – bis auf die Regionallabels der Grossverteiler – auch nicht schweizweit erhältlich sind. Zählt man zu den Lebensmittel- noch die Regional-Labels hinzu, sind es fast 90 Labels und Gütesiegel. Hinzu kommen noch zahlreiche Marken – wie etwa die Heidi- oder Pro Montagna-Linie von Migros und Coop –, welche sich nur schwer von Labels unterscheiden lassen.

Das führt dazu, dass die Konsumentinnen und Konsumenten den Überblick verlieren und damit auch das Vertrauen in solche Marken schwindet. Das eigentliche Ziel der Labels – dank einem einfachen, verständlichen Logo den Konsumenten einen Mehrwert zu vermitteln – geht durch den „Labelsalat“ ebenfalls verloren.

<sup>1</sup> Warschun, Mirko; Rucker, Matthias; Glusac, Sophie; Günther, Dorothee (2013): Lebensmittel: Regional ist gefragter als bio, Düsseldorf: A.T. Kearney GmbH.

## Die Regionallabels - ein Überblick

Unter vier Vermarktungsorganisationen - alpinavera, Trägerverein Culinarium, „Das Beste der Region“ und Pays romand – Pays gourmand – sind 43 kleine und kleinste Regionallabels organisiert. Im Frühjahr 2017 haben sich diese vier Organisationen zum Verein Schweizer Regionalprodukte zusammengeschlossen, welcher die Dachmarke „regio.garantie“ – in Anlehnung an „Suisse garantie“ – vergibt.

Auch 12 der Schweizer Pärke verkaufen unter dem Label Schweizer Pärke und ihrem jeweiligen Parknamen landwirtschaftliche Produkte. Zum Teil sind die Pärke auch anderen Organisationen noch angeschlossen und die Labels zusätzlich unter „Das Beste der Region“ oder Pays romand – Pays gourmand zu finden.

Auch die Grossverteiler haben ihre eigenen Regionallabels. Migros stieg bereits 1999 in das Geschäft mit den Regional-Labels ein und führte das Label „Aus der Region – für die Region“ in Luzern ein, seit 2006 ist das Label national eingeführt.

2008 führte Manor sein Regionallabel Lokal ein, 2013 gefolgt von Coop mit „Miini Region“, später von Volg mit „Feins vom Dorf“, Spar mit „Frisch aus der Nachbarschaft“ und Landi mit „Natürlich vom Hof“.

Daneben gibt es eine ganze Reihe von Kleinstlabels – Betriebe und Regionen, welche ihr eigenes Logo oder ihre eigene Marke herausgeben.

## Kriterien für die Bewertung

Ein (Regional-)Label muss bestimmte Kriterien erfüllen, damit die Konsumentinnen und Konsumenten sich darauf verlassen können, dass sie einen Mehrwert gegenüber ungelabelten Produkten erhalten.

### Definition der Region

Das zentrale und herausragende Merkmal eines Regionallabels ist die Definition der Region, aus der die Labelprodukte stammen dürfen. Untersuchungen haben gezeigt, dass bei den Konsumentinnen und Konsumenten sehr unterschiedliche Vorstellungen bestehen, wie gross eine Region sein soll oder wie sie definiert wird. Wird eine Region über geographische Begrenzungen (wie etwa das Emmental), politische Grenzen (Kanton oder Bezirk) oder durch willkürliche festgelegte Distanzen definiert? Nicht nur die Konsumentinnen sind hier unterschiedlicher Auffassung, auch die Labelorganisationen und –inhaber definieren dies sehr unterschiedlich.

Zentral ist deshalb, ob und wie die Region eines Labels definiert wird und ob diese Definition transparent und nachvollziehbar ist.

### Herkunft unverarbeitete Produkte

Bei unverarbeiteten Produkten muss der Konsument davon ausgehen können, dass dieses Produkt aus der vom Label definierten Region stammt. Diese Vorgabe, die eigentlich selbstverständlich ist, ist die einzige, welche von allen untersuchten Labels erfüllt wird.

### Herkunft Rohstoffe bei verarbeiteten Produkten

Heterogener sind die Vorgaben, woher die Rohstoffe für verarbeitete Produkte stammen dürfen. Hier reicht die Palette von keinen Vorschriften („Hauptsache, in der Region verarbeitet“), bis zu differenzierten Vorgaben bei konventionellen und biologischen Produkten. Ein Grossteil der Labels sieht vor, dass bei verarbeiteten Produkten ein Anteil von 20 % aus der übrigen Schweiz oder sogar aus dem Ausland stammen kann.

### **Verarbeitung (Wertschöpfung)**

Bei verarbeiteten Produkten wird ein grosser Teil der Wertschöpfung durch den Verarbeitungsprozess generiert. Wird diese Wertschöpfung nicht in der Region erzielt, wird ein wichtiges Ziel eines Regional-Labels verfehlt. Die Richtlinien müssen also eine Vorgabe enthalten, wie viel Wertschöpfung in der Region erzielt werden muss.

### **Unabhängige Kontrolle**

Die Richtlinien dürfen nicht nur auf dem Papier bestehen, sondern müssen auch umgesetzt und damit kontrolliert werden. Eine Zertifizierung der Produzenten/Produkte und eine Kontrolle durch eine unabhängige Prüfstelle sind für die Glaubwürdigkeit eines Labels unabdingbar.

### **Transparenz und Information**

Konsumentinnen und Konsumenten müssen erfahren können, was hinter den Labels steckt, welche Region/Produzenten unter dem Label produzieren und wie die Richtlinien ausgestaltet sind. Ein kurzer Werbetext auf der Website, garniert mit ein paar schönen Bildern, reicht nicht aus und wird dem Anspruch auf Transparenz und Information nicht gerecht.

### **Transportdistanzen**

Sobald Produkte verarbeitet werden, stellt sich die Frage, wo diese Verarbeitung oder Teilschritte der Verarbeitung stattfinden. Die Migros geriet vor ein paar Jahren in die Schlagzeilen, weil sie Hühner und Eier ihres „Aus der Region“-Programmes durch die halbe Schweiz in einen Schlacht- oder Verarbeitungsbetrieb transportierten. Das Bild des Huhns in der Migros-Werbung, welches in die nächste Migros-Filiale stolziert und dort sein Ei legt, ist also weit hergeholt.

Kriterien zu den Transportdistanzen hat die Allianz der Konsumentenschutz-Organisationen in den Richtlinien nur sehr wenige resp. rudimentäre gefunden.

### **Naturnahe Produktion**

Laut einer Umfrage der Universität Luzern, erwarten Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten von einheimischen Produkten in erster Linie eine naturnahe Produktion, also Natur- und Tierfreundliche Landwirtschaft und schonende, nicht industrielle Verarbeitung, mit möglichst wenig Zusatzstoffen. Leider sind diese berechtigten Erwartungen von den Richtlinien bis jetzt noch nicht abgedeckt worden.

## **Richtlinien**

Trotz der Fülle der Labels wird der Überblick dank einem nationalen Dachreglement, welches von mehr als 50 Labels übernommen wurde, vereinfacht.

Die Einhaltung dieser Richtlinien sind Voraussetzung, um von der Absatzförderung des Bundesamtes für Landwirtschaft BLW profitieren zu können. Das BLW konnte über diese Zahlungen erreichen, dass einheitliche Richtlinien geschaffen wurden.

### **Regio.garantie, Schweizer Pärke und Migros unter einer Richtlinie**

In Frühjahr 2017 wurde der Verein [Schweizer Regionalprodukte](#) gegründet, der das Gütesiegel regio.garantie vergibt - das „nationale Gütesiegel für echte Regionalprodukte“.

Der Verein ist Inhaber der nationalen Richtlinien für kontrollierte und zertifizierte Regionalprodukte. Die Mitgliederorganisationen sind die überregionalen Vermarktungsorganisationen alpinavera, Trägerverein Culinarium, Das Beste der Region und Pays romand – Pays gourmand. Diese Organisationen vereinen schweizweit 43 Regionalmarken mit über 2'000 Produzenten und Verarbeitern, die rund 10'000 zertifizierte Regionalprodukte anbieten.

An diese gemeinsamen Richtlinien halten sich ebenfalls die 12 Labels der Schweizer Pärke sowie die Migros.

### **Coop, Manor, Volg, Spar und Landi mit eigenen Vorgaben**

Sehr ähnliche, aber dennoch eigene Richtlinien hat Coop für ihr Regionallabel entwickelt.

Die weiteren Labelinhaber – Manor, Volg, Spar und Landi – haben eigene Richtlinien, bzw. interne Vorgaben oder Vorstellungen ihrer Labels. Die Richtlinien von Landi, Volg und Spar sind jedoch nicht öffentlich zugänglich und wurden trotz mehrfacher Nachfrage nicht für diese Bewertung zur Verfügung gestellt

Der Discounter Lidl reitet auch auf der Regionalwelle mit und bietet unter dem Label „Klein aber fein“ sporadisch regionale Produkte an. Dabei handelt es sich jedoch um Spezialitäten, welche aus einer bestimmten Region stammen, jedoch schweizweit vertrieben werden und nur zeitlich begrenzt verfügbar sind. Diese Linie wurde nicht in die Bewertung aufgenommen.

## Beurteilung der einzelnen Labels

# Das bieten die Regionallabels

	regio+garantie	SCHWEIZER PÄRKE	Aus der Region Für die Region MIGROS	Mini REGION	lokal	FEINS VOM DOCK	Natürlich vom Hof	LANDLICH
Labelinhaber	*	**	Migros	Coop	Manor	Volg	Landi	Spar
Region definiert	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗
Import verboten	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Herkunft Produkte	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Herkunft verarb. Produkte	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗
Wertschöpfung	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Kontrolle	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
Transparenz	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗

### Erläuterungen zu den Kriterien

- Region definiert: Die Region ist verständlich und nachvollziehbar definiert
- Import verboten: Verwendung von importierten Zutaten ist verboten
- Herkunft Produkte: Unverarbeitete Produkte stammen zu 100 % aus der Region
- Herkunft verarb. Produkte: Der regionale Rohstoffanteil in verarbeiteten Produkten ist definiert
- Wertschöpfung: Klare Vorgabe zur Wertschöpfung (Verarbeitung) in der Region
- Kontrolle: Eine Zertifizierung und unabhängige Kontrolle ist gewährleistet
- Transparenz: Die Richtlinien sind öffentlich einsehbar

**\* Labels unter dem Dach von regio.garantie**

Das Beste der Region

alpinavera

Culinarium

Pays romand – Pays gourmand

\*\* Die Schweizer Pärke umfassen die Labels von 12 Landschaftspärken

## Regio.garantie ✓✓✓✓✓✓

# regio. garantie

Die kleinen und kleinsten Labels, welche seit diesem Jahr unter der Dachmarke regio.garantie vermarktet werden, richten sich alle nach einheitlichen Richtlinien. Diese geben vor, dass die Region bestimmt werden muss, dass eine Zertifizierung sowie eine unabhängige Kontrolle stattfinden und mindestens 2/3 der Wertschöpfung in der Region erarbeitet werden muss.

Unverarbeitete Produkte müssen zwingend aus der Region stammen, bei verarbeiteten muss 80 % der Rohstoffe regionaler Herkunft sein. Schweizer Zucker wird immer als regionale Zutat berechnet, auch wenn er nicht aus der Region stammt. Sind die Zutaten in der Schweiz nicht erhältlich, darf ein Anteil von max. 20% importiert werden.

Der Produzent ist auf den regio.garantie-Produkten ersichtlich, auf der [Website](#) können die Richtlinien nachgelesen werden.

Saat- und Pflanzgut sowie Setzlinge dürfen von ausserhalb der Region kommen.

---

## Pärke ✓✓✓✓✓✓



Das Netzwerk Schweizer Pärke führt ebenfalls eine ganze Reihe von regionalen Parklabels. Die Gebiete der Regionen entsprechen denjenigen der Pärke. Die Richtlinien sind dieselben wie bei den regio.garantie Labels und auf der [Website](#) einsehbar.

---

## Aus der Region/Migros ✓✓✓✓✓✓



Die Migros definiert ihre 9 Regionen gemäss den jeweiligen Genossenschaftsgebieten der Migros: Ostschweiz, Zürich, Luzern, Aare, Basel, Neuenburg/Freiburg, Waadt, Genf und Wallis. Auffallend dabei ist, dass diese Regionen in Bezug auf die Grösse sehr unterschiedlich ausfallen: Während Genf relativ klein und überschaubar ist, ist die Genossenschaft Aare mit den Kantonen Bern, Solothurn und Aarau sehr gross.

Saat- und Pflanzgut sowie Setzlingen dürfen von ausserhalb der

Region kommen.

Falls eine Zutat in der Schweiz nicht verfügbar ist, dürfen bewilligte importierte landwirtschaftliche Produkte verwendet werden. Zutaten dürfen bis zu einem Anteil von max. 20 % von ausserhalb der Region stammen.

Migros hält fest, dass durch die bestehenden Strukturen (Standorte der Schlachtbetriebe) viele Transportwege gegeben seien.

Grundsätzliche Produktionsstandards wie ÖLN und Raus müssen bei der Migros erfüllt werden. Produzent oder Verarbeiter ist auf dem Produkt vermerkt, die Richtlinien sind online auf der [Migros-Website](#) einsehbar.

---

## Miini Region/ Coop ✓✓✓✓✓



Die Richtlinien von Coop sind zwar nicht identisch mit den gemeinsamen Richtlinien von regio.garantie, den Pärken und der Migros, aber doch nahe dran.

Der grosse Unterschied besteht darin, dass Coop die Regionalität von Produkt zu Produkt unterschiedlich definiert und diese nicht transparent macht. Für Betriebe aus dem grenznahen Ausland gilt eine maximale Distanz zur Schweizer

Grenze von 30 km. Diese Regelung ist für die Konsumentinnen und Konsumenten nicht durchschaubar.

Coop kennt bei der Herkunft der Rohstoffe für Bio-Produkte strengere Regeln: In regionalen Bio-Produkten dürfen nur 10 % nicht-regionale Zutaten enthalten sein, importierte Zutaten sind nicht erlaubt. Die Wertschöpfung muss ebenfalls zu 2/3 in der Region erfolgen.

Je nach Menge und Anzahl beliefener Filialen werden die Produkte direkt oder dann über die 9 Verteilzentren ausgeliefert.

Der Produzent ist auf dem Produkt ersichtlich, auf der [Website](#) können die Richtlinien nachgelesen werden.

---

## Lokal/Manor ✓✓✓✓✓



lokal Produkte werden gemäss Manor im Umkreis von max. 30 km Luftlinie zur jeweiligen Filiale produziert. Für die Tessiner Food Märkte gilt anstelle der 30 km Regel die Kantonsgrenze. Als Berechnungsgrundlage des Einzugsgebietes zählt bei Produzenten (Hofverarbeiter) die Adresse des Hofes und bei Verarbeitungsbetrieben der Produktionsstandort. Die

Rohstoffe stammen nach Möglichkeit aus lokaler Quelle, ansonsten aus der Region oder aus Schweizer Herkunft soweit diese ausreichend verfügbar sind. Auch Rohstoffe, die aus klimatisch-agronomischen Gründen nicht verfügbar sind (z.B. Kaffee, Kakao usw.), sind möglich. Insgesamt muss aber mindestens 60% der Wertschöpfung im Distanzrayon (max. 30 km/Tessin: Kantonsgrenze) erfolgen. Diese vage Regelung bezüglich der ausserregionalen und importierten Rohstoffe ist sehr vage ist und relativiert damit die strenge 30 km-Distanz-Vorgabe wieder stark.

Der Produzent ist im Laden ersichtlich, auf der [Website](#) können die Richtlinien nachgelesen werden.

---

## Feins vom Dorf/Volg ✓✓



Volg definiert den Radius sehr eng, aus dem die Produkte für das Label Feins vom Dorf kommen können: Die Produkte stammen direkt vom Produzenten aus dem Dorf oder aus dem Nachbardorf des jeweiligen Volg-Ladens.

Bei unverarbeiteten Produkten muss der Rohstoff lokal vom Dorf, bzw. dem Nachbardorf stammen. Bei verarbeiteten Produkten gibt es hingegen keine Vorgaben. Von daher sind auch importierte Zutaten möglich und erlaubt. Die Wertschöpfung gibt Volg mit „sehr hoch“ an, jedoch ohne Vorgaben zu machen.

Die Produzenten sind gemäss Volg auf dem Gestell oder auf dem Produkt ersichtlich. Eine Zertifizierung und eine unabhängige Kontrolle finden nicht statt. [Richtlinien](#) existieren offenbar nur für den internen Gebrauch, sind jedoch nicht öffentlich und wurden auch auf Nachfrage nicht herausgegeben. Volg

argumentiert, dass die Strukturen derart klein und überschaubar seien, dass es weder Vorschriften noch Kontrollen benötige.

---

### Natürlich vom Hof/Landi ✓



Die Produkte stammen aus den unterschiedlich grossen Wirtschaftsgebieten der Landi. Bei zusammengesetzten Produkten macht die Landi keine genauen Vorgaben, importiert werden dürfen solche, die in der Schweiz nicht erhältlich sind. Vorgaben zu Transportdistanzen gibt es keine. Zertifizierung und unabhängige Kontrolle wird keine durchgeführt. Auf den Produkten sollte wann immer möglich der Produzent ersichtlich sein. [Richtlinien](#) sind auch auf Nachfrage keine einsehbar.

---

### Frisch aus der Nachbarschaft/ Spar ✓



Spar gibt an, dass der Discounter bewusst auf eine geografische Definition verzichte. Je nach Produkt sei die geografische Distanz „kurz“ (Brot, Äpfel, Salate), bei Fleisch könne die Distanz etwas grösser sein und auch überregionale Leistungen (bei Spezialitäten) seien möglich. Spar gibt zudem an, dass sowohl unverarbeitete wie verarbeitete Produkte zu 100 % aus der Region stammen müssten, allerdings scheint diese Vorgabe ohne Gebietsdefinition, ohne Zertifizierung und Kontrolle wenig glaubwürdig. Auch die Wertschöpfung erfolgt gemäss Spar vollständig in der Region. [Richtlinien](#) sind keine vorhanden oder werden nicht öffentlich zugänglich gemacht.

## Forderungen

Dieser Überblick auf die vorhandenen Regional-Labels zeigt, dass zwar erste, gute Ansätze bestehen. Allerdings herrscht ein Wildwuchs, der sich ausbreiten wird, wenn in den nächsten Jahren weitere Regionallabels auf dem Markt auftauchen werden.

Wichtig wird es sein, dass nationale Richtlinien wie die bereits bestehenden breiter akzeptiert und von weiteren Labelinhabern übernommen werden. Denn Labels ohne sicht- und überprüfbaren Nutzen für die Konsumentinnen und Konsumenten schaden auch den relativ gut aufgestellten Labels und schwächen die Wirkung regionaler Produktion.

So ist ein Label, welches die Herkunft, bzw. eine Region auszeichnen will, aber diese Region in seinen Richtlinien nicht definiert, unglaubwürdig.

Die bestehenden Richtlinien von regio.garantie, den Pärken und der Migros, müssen jedoch auch weiterentwickelt werden.

- **Naturnahe Produktionsmethoden:** Unter regionalem Label verkaufte Produkte, welche mit Nähe, Frische und naturnaher Produktion beworben werden, sollten grundlegende Produktionsstandards erfüllen. Sie sollten die Kriterien für die staatlichen Direktzahlungen (ÖLN, BTS, RAUS) und auch regelmässigen Weidegang garantieren. Auf das Verfüttern von gentechnisch veränderten Pflanzen sollte auch eindeutig verzichtet werden, und die Richtlinien sollten eine schonende Verarbeitung mit möglichst wenigen Lebensmittelzusatzstoffen vorschreiben.
- **Kurze Transportwege:** Eine maximal mögliche Transportstrecke sollte festgelegt werden. Bei vielen Labels fehlen Vorgaben zu den Transportdistanzen, diese können zu den Verarbeitungsbetrieben oder den Schlachthöfen jedoch sehr bedeutend sein und widersprechen dem Gedanken der regionalen Produktion.
- **Weniger importierte Zutaten:** Der Umgang mit importierten Rohstoffen muss klarer werden, sie müssen auf der Verpackung eindeutig gekennzeichnet werden. Rohstoffe, die an und für sich in der Schweiz oder in der Region produziert werden, sollten nur wegen zeitlich begrenzten Engpässen importiert werden können.
- **Regionale Hauptzutat:** Namensgebenden Zutaten sollten aus der Region kommen oder aber demensprechend gekennzeichnet werden (wie etwa Früchte in einem Fruchtejoghurt).
- **Klare Herkunftsangabe:** Auf den Produkten muss die Adresse des Produzenten oder Herstellers aufgedruckt sein, eine Kennzeichnung nur am Regal reicht nicht.

Bern, Lausanne, Pregassona, Juni 2017