

## JAHRESBERICHT 2025

Ins Jahr 2025 startete der VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE (VSR) mit der finalen Aufgleisung des Stabwechsels auf Präsidentenebene. Ein weiterer wegweisender Schwerpunkt war das Seminar an dem unter dem neuen Präsidenten Urs Schneider die Grundlage zur Ausarbeitung einer VSR-Strategie gelegt und die Überprüfung der Prozesse gestartet wurde. Auch konnte die Zahl der Vertragspartner des VSR mit Manor Food und Mercanto auf sieben gesteigert und die vom Bundesamt für Landwirtschaft unterstützte nationale Basiskampagne für die Marke regio.garantie weitergeführt werden. Schliesslich nahm der Umsatz aus dem Verkauf von regio.garantie zertifizierten Regionalprodukten weiter zu und betrug rund 1.98 Mrd. CHF. Ein Wehrmutstropfen war und ist, dass die gestützte Bekanntheit der Marke regio.garantie nach wie vor tief ist. Dem steht allerdings eine beachtliche Bekanntheit einzelner Regionalmarken und der von Detailhändlern verwendeten Bezeichnung für regio.garantie zertifizierter Produkte gegenüber.

### Strategiearbeiten

---

#### Stabwechsel von Manfred Bötsch zu Urs Schneider

Die vergangenen drei Jahre (2022-2024) waren geprägt durch Manfred Bötsch, den ersten externen Präsidenten des VSR. Bötsch verstand es, die Bedeutung des Vereins und die Sichtbarkeit der Marke regio.garantie signifikant zu steigern. Der VSR profitierte während seiner Amtszeit von einer enormen Dynamik, wirtschaftlicher Weitsicht und grossem Verhandlungsgeschick, ohne dabei die Richtlinien für Regionalmarken, das national anerkannte Regelwerk zu vernachlässigen. Im Gegenteil keine Ausnahme, kein Analogieschluss oder Anpassung der Richtlinien ohne stringente Abklärungen, so das Credo von Bötsch. Dementsprechend wichtig war ihm denn auch die Regelung seiner Nachfolge. So hinterliess Manfred Bötsch mit der Wahl von Urs Schneider seine Spuren. Nicht nur sind beide im Kanton Thurgau, in der Landwirtschaft gross geworden, auch haben sie beide eine landwirtschaftliche Ausbildung genossen und waren im Agrarsektor auf hoher Ebene, mit vollem Engagement tätig. Urs Schneider hat die Marke Suisse Garantie notabene aufgebaut und war bis zu seiner Pensionierung als stellvertretender Direktor des Schweizerischen Bauernverbandes auch Präsident von Agro-Marketing Suisse AMS. Er verfügt daher über ausgezeichnete Kenntnisse des Agrarmarktes der Schweiz, ist mit den unterschiedlichen Sensibilitäten des Agrarsektors vertraut und hat ein ausgezeichnetes Netzwerk zu den Akteuren der Schweizer Land- und Ernährungswirtschaft.



Abb. 1: Stabswechsel im Präsidium des VSR von Manfred Bötsch zu Urs Schneider (links)

### Strategie- und Prozessüberprüfung

So präsentierte Urs Schneider bereits an der Mitgliederversammlung seinen weitsichtigen Plan, die Strategien und darauf aufbauend die Prozesse des VSR zu überprüfen. Hatte er rasch erkannt, dass die Geschäftsstelle des VSR mit einem konstanten Arbeitspensum der rasanten Entwicklung des Vereins – mit u.a. neu sieben Vertragspartnern und einer nationalen Kampagne für regio.garantie - nicht Stand halten konnte. Am 28. November fand denn auch ein Strategie- und Prozessüberprüfungsseminar VSR mit allen vier Mitgliederorganisationen – alpinavera, «Das Beste der Region», Culinarium und regio.garantie Romandie, deren Präsidenten, Geschäftsleitenden, Vorstandsmitgliedern – und dem Bundesamt für Landwirtschaft sowie der Geschäftsstelle VSR, unter der Leitung von Agridea statt. Alle Teilnehmenden waren sich nach dem Seminar einig, der national aufgestellte Verein zur Förderung echter Schweizer Regionalprodukte benötigt auf personeller wie finanzieller Ebene Verstärkung, um den neuen Aufgaben gerecht zu werden. Konkret, um die Position von Regionalprodukten im Markt zu stärken, um die Bekanntheit der Marke regio.garantie und damit der 30 Regionalmarken zu steigern.

### Wiederwahl Vorstand VSR

Nicht nur wurde im Jahr 2025 ein neuer Präsident gewählt, sondern wurde auch der Vorstand des VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE (VSR) bestätigt. Dieser setzt sich zusammen aus je einer Vertretung des Trägerverein alpinavera mit Jasmine Said Bucher, «Das Beste der Region» mit Hansjörg Thalman, des Trägerverein Culinarium mit Urs Bolliger und einer Vertretung von regio.garantie Romandie mit Francesca Martini in der Geschäftsleitung. Urs Bolliger, der den Trägerverein Culinarium nicht nur aufgebaut, sondern über 20 Jahre lang geleitet hat, verliess Culinarium und damit den Vorstand VSR sehr überraschend auf Ende Jahr.



Abb. 2: Mitgliederversammlung 2025 mit den Präsidenten und Geschäftsleitenden der 4 Mitgliederorganisationen regio.garantie Romandie, «Das Beste der Region», alpinavera und Culinarium sowie des VSR.

### Echte Regionalprodukte mit der Marke regio.garantie gewinnen weiter an Fahrt

Seit seinen Anfängen setzt das wohl bekannteste Regio-Label «Aus der Region. Für die Region.» der Migros auf die Richtlinien für Regionalmarken des VSR. Auch ALDI SUISSE mit der Regio-Linie Saveurs Suisses, die Firma Dallmayr mit «Enjoy Local», sowie Coop mit der Linie «Miini Region» und Lidl CH mit der Linie «Klein aber fein» halten sich an die national anerkannten Richtlinien zur Auslobung echter Regionalprodukte regio.garantie. Manor Food stärkt seit Frühjahr 2025 als neuer Vertragspartner die

schweizweite Präsenz. Das zertifizierte Nachhaltigkeitsprogramm «Lokal» von Manor ist seit mehr als 30 Jahren ein Bekenntnis zur Regionalität. Zur Stärkung der Dienstleistungen in Sachen Logistik, im Bereich B2B konnte ebenfalls im letzten Jahr eine Partnerschaft mit Mercanto AG, einer Tochterfirma von Pistor AG abgeschlossen werden.



Abb. 3: Nationale Kampagne von ALDI zur Regio-Linie Saveurs Suisses mit klarem Bezug zu regio.garantie

## Datenerhebung zum Markt von Regionalprodukten regio.garantie

**Methodik:** Die vier Mitgliederorganisationen erhoben im Frühjahr 2025 wiederum die Zahlen zu Um- und Absatz aus dem Verkauf von regio.garantie zertifizierten Produkten, aufgrund der seit 2021 einheitlichen Vorlage des VSR. Zur Erhebung der Produzentenpreisprämie Milch figurieren die gut dokumentierten und nach Produktionsmethode und Regionen differenzierten Referenzpreise Milch (Datenquelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen).

### Resultate:

- Der Umsatz aus zertifizierten Regionalprodukten regio.garantie betrug im Jahr 2024 rund CHF 1.98 Mrd. Dies entsprach im Vergleich zu 2023 mit CHF 1.95 Mrd. einer Zunahme von rund 2%.
- Die umsatzstärkste Kategorie war, wie bereits 2021 und Folgejahre, „Käse“ mit einem Anteil von 34%, gefolgt von „Gemüse & Früchte“ mit 17% (2023: 18%) und „Fleisch & Fleischprodukte“ mit 16% (2023: 17%).
- Die größten Zunahmen innerhalb der umsatzstarken Kategorien verzeichneten „nicht alkoholische Getränke“ mit 30.5%, „Milchprodukte“ mit 12.5%, „Müllerei- und Ackerbauprodukte“ mit 11.5%, „alkoholische Getränke“ mit 5%. Die Kategorie Gastronomie (HoGaKa) konnte eine Zunahme von 46% gegenüber 2023 verzeichnen.
- Mit 62% (2023: 63%; 2022: 60%) positionierte sich der Detailhandel nach wie vor als bedeutendster Absatzkanal für regio.garantie zertifizierte Produkte, gefolgt von der Direktvermarktung mit 15% (2023: 18.5%; 2022: 20%) und der Gastronomie mit 11.7% (2023: 10.5%; 2022: 11%).
- Die Produzentenpreisprämie Milch und damit die durchschnittliche Abweichung zu den Referenzpreisen lag, mit Ausnahme der Bio-Milch in der Region IV (AR, AI, SG, SH, GR, GL, TG, ZH, SZ) über den Referenzpreisen. Bei Bio-Milch zeichneten alle Regionen eine tiefe bis hohe prozentuale Abnahme der Prämie im Vergleich zu 2023 auf. (Datenquelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen).
- Die Preise für konventionelle wie für IP-Suisse Milch waren in den Regionen von Culinarium und von regio.garantie Romandie deutlich und in den Regionen von „Das Beste der Region“

leicht gestiegen. Wobei die prozentuale Prämie von konventioneller Milch in allen Regionen deutlich über jener von IP-Suisse Milch lag.

- Die höchste Durchschnittsprämie wurde in der Westschweiz mit rund 17% (2023: 6%; 2022: 20%) erzielt, wobei die konventionelle Milch mit 32% die höchste aller Prämien erlangte. Im Raum Ostschweiz-Zürich (Regionen Culinarium) betrug die durchschnittliche Prämie rund 9% (2023: 2%; 2022: 3%) und im Mittelland sowie Zentralschweiz (Regionen von „Das Beste der Region) rund 3% (2023: 4%; 2022: 6%).

## Richtlinienarbeit und Kommissionen

Im Zentrum der Richtlinienarbeiten stand wie bereits die letzten beide Jahre die Steigerung der Benutzerfreundlichkeit und damit der Klärung nicht präzise formulierter Passagen, sowie die inhaltlichen Online-Verweise auf Artikel und Anhänge. Die Richtlinien zur Gastronomie, Teile B3 Verpflegung und B4 Gemeinschaftsgastronomie wurden einer Totalrevision unterzogen. Dabei konnten das Ziel der Vereinfachung der Richtlinien in der Umsetzung zertifizierter Gerichte nach regio.garantie, mit gleichzeitig hoher Glaubwürdigkeit erreicht werden.

Dank frühzeitigen Planung und dank guter Kooperation in den Kommissionen gelang es dem VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE, die national anerkannten Richtlinien für Regionalmarken wie von diversen Organisationen gewünscht, früher als bisher in die Sommervernehmlassung zu geben. Auch konnten die verabschiedeten Richtlinien bereits auf den 1. Dezember 2025 in allen drei Sprachen den Zertifizierungsstellen zur Verfügung gestellt werden. So hatten die Akteur\*innen genügend Zeit, die Checklisten bzw. ihre Homepage und Vorlagen auf 1. Januar anzupassen.

Bei der Bereinigung der Liste der bewilligten Importzutaten (Anhang 5) musste festgestellt werden, dass die erfreuliche Entwicklung im Anbau bzw. der Produktion regionaler Zutaten (wie u.a. von Walnüssen) bzw. in der Verwendung von Alternativen der letzten Jahre nicht weitergeführt werden konnte.

Der alljährliche Austausch mit den Zertifizierungsstellen ProCert, Bio.Inspecta und OIC erlaubte die Klärung diverser offener Punkte (u.a. im Ablauf) und damit eine weitere Vereinfachung in der Anwendung der Richtlinien für Regionalmarken, zeigte aber auch, dass noch einige Punkte (wie u.a. die Definition von Halbfabrikaten oder die Berechnung der Wertschöpfung, die Interpretation von Art. 5.3 Wasser und Art. 6.2 Bier in Teil B2 Getränke) zu klären sind.

Die Richtlinien für Regionalmarken mit Inkraftsetzung per 1.1.2026 wurden von der Nationalen Richtlinienkommission am 18. September 2025 verabschiedet. Per Ende November 2025 hatten alle den überregionalen Organisationen angeschlossenen Regionalmarken diejenigen Teile der Richtlinien, die sie anwenden, formell ratifiziert. Dazu zählen folgende Anwenderorganisationen: die Migros mit den acht «Aus der Region» AdR-Genossenschaften, das Bundesamt für Umwelt (BAFU) mit den Regionalen Naturparks, die nach dem Produktlabel der Schweizer Pärke auszeichnen, Bio Suisse für Bio-Knospe zertifizierte Regionalprodukte, Aldi Suisse für das Label Saveurs Suisses, Coop in der Linie „Miini Region“ sowie Lidl Schweiz und Manor Food für regio.garantie zertifizierte Regionalprodukte.

## Basiskampagne für regio.garantie

Die 2022 erarbeitete Kommunikationsstrategie als Basis für die nationale Basiskampagne für regio.garantie konnte in ihren Grundzügen weiter konkretisiert und umgesetzt werden. Die Konkretisierung erfolgte dabei durch die «Expertengruppe Kommunikation» mit den Fachspezialist\*innen der vier Mitgliedsorganisationen (MO). Das Ziel der regio.garantie-Kampagne bestand und besteht darin, die Bekanntheit und das Bewusstsein für die Marke regio.garantie zu fördern. Im Fokus stand wie die letzten Jahre eine breit angelegte Awareness-Strategie über eine digitale Werbe- (DOOH) und eine Online-Kampagne, die nicht auf Klicks oder Webseiten-Traffic abzielte, sondern die

Sichtbarkeit und Wertschätzung für regionale Produkte mit der Marke regio.garantie in der breiten Öffentlichkeit stärken soll.

*Management Summary Distribution:* Alle Zielvorgaben wurden wie bereits 2024 erreicht oder übertroffen. Die DOOH-Kampagne erzielte insgesamt über 27 Millionen (2024: 39 Millionen) Bruttokontakte mit einem Payfaktor von 19% (2024: 14%). Die Online-Kampagne generierte rund 6 Millionen Impressions (2024: 2,6 Millionen), und die Videos wurden beeindruckende 1,6 Millionen Mal (2024: 1,4 Millionen) vollständig angesehen.

*Highlights:*

- DOOH-Kampagne: Grosse Reichweite mit kompaktem Budget und einem sensationellen TKP von CHF 2.75 (2024: CHF 1.68).
- Online-Kampagne: Der CPCV<sup>1</sup> lag wie bereits 2024 bei sehr niedrigen CHF 0.04 und unterstreicht das hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis. Die hohe hohe View-Trough-Rates bei Bumper Ads bestätigt, dass diese ideal für kurze Botschaftstransporte sind.

*Inhalt Video, Produktion:*

Im Zentrum der Kampagne von 2025 stand das 2024 neu erstellte Video. Die dafür gewählte Agentur Toast Agency unter der Leitung des erfahrenen Kamerateams von Sam Cam hatte es verstanden, die Produzentinnen und Produzenten, ihren Stolz und ihr Handwerk in den Mittelpunkt zu stellen. Somit konnte die in den letzten Jahren fehlende Botschaft von regio.garantie mit Bezug zu regionalen Qualitätsprodukten und ihren Mehrwerten mit diesem Video optimal umgesetzt werden.



Abb. 4: Basiskampagne 2025: Impressionen aus dem neuen Video mit Bezug zum Qualitätsprodukt und zu den ProduzentInnen

<sup>1</sup> CPCV = Cost Per Completed View. The formula for calculating CPCV is: advertising cost / completed video view. This means that advertisers pay each time a video has been viewed through.

## Personelles

Zusammensetzung per 31.12.2025

### Vorstand

Organisation	Vertretung
VSR Präsidium	Urs Schneider (seit 1.5.2025)
alpinavera	Jasmine Said Bucher
Culinarium	Urs Bolliger (bis 31.12.2025)
«Das Beste der Region»	Hansjörg Thalmann, Vizepräsident (ab 25.4.2024)
regio.garantie Romandie	Francesca Martini

### Nationale Richtlinienkommission

Organisation	Vertretung
VSR Leitung	Urs Schneider
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi
Culinarium	Werner Küttel
«Das Beste der Region»	Lisa La
regio.garantie Romandie	Caroline Rosat, Nadja Sylvant ad interim
Fédération romande des consommateurs	Barbara Pfenniger
Migros «Aus der Region» AdR	Erika Piller, Genossenschaft Migros Zürich, ET- AdR Alexander Baumann Genossenschaft Migros Ostschweiz, ET- AdR
Bundesamt für Umwelt BAFU	Dr. Johann Dupuis
Netzwerk Schweizer Pärke	Erica Baumann Paulo Degiorgi, Parc naturel régional Jura vaudois Dominique Weissen, Stellvertretung
Coop «Miini Region»	Nadine Moppert
Bio Suisse	Nina Bohn

### Markenkommission

Organisation	Vertretung
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi, Sitzungsleitung
Culinarium	Werner Küttel
«Das Beste der Region»	Lisa La
regio.garantie Romandie	Caroline Rosat, Nadja Sylvant ad interim
Fédération romande des consommateurs	Barbara Pfenniger
Bundesamt für Landwirtschaft	Martina De Paola
Präsidium und Vorstandsmitglieder VSR optional	

### Geschäftsstelle

Leitung Gabriela Dörig-Eschler (Pensum 70%)