

Heiligenschwendi, 31. Dezember 2024

Jahresbericht 2024

Ins Jahr 2024 startete der VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE (VSR) mit der erneut verstärkten Sichtbarmachung der Marke regio.garantie im Regal sowohl mit den bisherigen Vertragspartnern ALDI SUISSE über die Regio-Linie «Saveurs Suisses» und Dallmayr SA über «Enjoy local» als auch mit den neuen Partnern Coop mit «Miini Region» und Lidl über die Aktionswochen «Klein aber fein». Migros mit der Linie «Aus der Region – für die Region (AdR)» als langjähriger und stärkster Partner des VSR sprach sich trotz erklärter Preisleaderschaft für die Beibehaltung der Eigenmarke AdR und damit für die Einhaltung der Richtlinien für Regionalmarken, das nationale Regelwerk des VSR aus. Zudem wurden die klassischen Marketing-Kommunikationsmassnahmen auf nationaler Ebene zur Steigerung der Bekanntheit der Marke regio.garantie, als Novum in der Vereinsgeschichte, weitergeführt. Die Schwerpunkte der Arbeiten richteten sich auf allen Ebenen nach den durch die Mitgliederversammlung in Auftrag gegebenen Leitlinien zur strategischen Weiterentwicklung.



Abb. 1: Mitgliederversammlung des Verein Schweizer Regionalprodukte, 25.4.2024

Strategiearbeiten

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 das Gütesiegel regio.garantie zu fördern. Im Fokus stand 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 erreicht oder übertroffen. Die DOOH-Kampagne erzielte insgesamt über 39 Millionen Bruttokontakte mit einem Payfaktor von 14%. Die Online-Kampagne generierte 2,6 Millionen Kontakte, und die Videos wurden beeindruckende 1,4 Millionen Mal vollständig angesehen.

Highlights:

- DOOH-Kampagne: Grosse Reichweite mit kompaktem Budget und einem sensationellen TKP von CHF 1.68.
- Online-Kampagne: Der 58-sekündige Spot erzielte eine bemerkenswerte Completion Rate von 45%, was zeigt, dass fast die Hälfte der Zuschauer das Video bis zum Ende ansah. Diese hohe Completion Rate bei einem vergleichsweise langen Spot deutet darauf hin, dass die Inhalte sowohl relevant als auch ansprechend für die Zielgruppe waren. Der CPCV¹ lag bei sehr niedrigen CHF 0.04 und unterstreicht die Kosteneffizienz der Kampagne.

Inhalt Video, Produktion: Im Zentrum des 2023 erstellten Videos der Basiskampagne für regio.garantie stand der rote Punkt in «Storytelling». Wenn das Video auch gute Resultate über diesen Überraschungseffekt erzielte, so fehlte die Botschaft von regio.garantie mit Bezug zu regionalen Qualitätsprodukten und ihren Mehrwerten (als 2. Oberziel der Kampagne nebst der Steigerung der notorischen Bekanntheit). Dieser Faktor führte dazu, dass sich die Expertengruppe für eine neue Agentur und mit ihr für die Erarbeitung eines neuen Videos, mit starkem Bezug zum Regionalprodukt und zu den Produzent*innen entschied.



Abb. 2 -4: Basiskampagne 2024: Impressionen aus dem Video für 2025

ALP'24: Im Rahmen der Basiskampagne für regio.garantie trat der VSR an der ALP'24, dem International Alpine Food Contest im Culinarium Alpinum in Stans mit regio.garantie zertifizierten Produkten aus dem Alpenraum wie u.a. Gusto Ticino auf. Erfreulich, dass nebst den guten Verkäufen, die beiden regio.garantie Produkte, der Panettone traditionell der Bäckerei Konditorei Weber AG, Davos/GR und der Prosciutto crudo der Macelleria Scalino SA, Li Curt/GR den Prix d'Excellence in ihrer Kategorie im Rahmen des internationalen Wettbewerbs holten und dass beim «Cercle régional», ein vom Bundesamt für Landwirtschaft und dem Staatssekretariat für Wirtschaft SECO verliehener Preis, die Zertifizierung auf regio.garantie eine zentrale Rolle im Entscheid der externen Jury spielte. Die Lorbeeren gingen konkret an die Projekte «Ticino a Te» und «Ticino a tavola», die echte Regionalprodukte erfolgreich in der lokalen Gastronomie und Hotellerie verankern und damit eine starke regionale Wertschöpfungskette im Tessin fördern.

¹ 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.



Abb. 5: ALP'24, Medaillenverleihung



Abb. 6: ALP'24, Auftritt VSR u.a. via Gusto Ticino, Rashida Soliman, mit regio.garantie Produkten

Statutenrevision

Die 2022 aufgenommene Tätigkeit im Bereich Marketing-Kommunikation sowie insbesondere die Erweiterung der Zusammenarbeit mit nationalen Unternehmen im Detailhandel machte eine *Statutenrevision* unumgänglich. Grösste Aufmerksamkeit wurden bei der Überarbeitung den Themen Datenschutz und Vertraulichkeit geschenkt. Der VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE hat eine gesetzlich und statutarisch zu verankernde Pflicht, dass vertrauliche Informationen über Geschäfte unberechtigten Dritten nicht offengelegt und die Bestimmungen rund um den Datenschutz eingehalten werden. Die Revision der Statuten wurde an der Mitgliederversammlung 2024 verabschiedet. An der ersten Sitzung der Nationalen Richtlinienkommission lagen bereits von allen Vertretungen der Regionalmarken wie auch der partizipierenden Partnern die Datenschutz- und Vertraulichkeitserklärungen unterzeichnet vor.

Interessenvertretung

Die *Interessenvertretung* des VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE und Pflege bestehender bzw. potenzieller Partnerschaften wurde durch das grosse Engagement des Präsidenten Manfred Bötsch, über den regelmässigen Austausch mit Ämtern, den Mitglieds- und Partnerorganisationen sowie die Präsenz an externen Veranstaltungen - wie u.a. ALP'24 International Alpine Food Contest in Stans bzw. die Präsentation des VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE an Anlässen wie der Regionalen Fachtagung in Zürich oder bei den Vertreter*innen der Landwirtschaftsämtern - weiter intensiviert.

Neue Partnerschaften

Die aktive Positionierung und die intensivierte Präsenz des VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE respektive der Marke regio.garantie trugen wie bereits 2023 erfreulich Früchte, als neu mit Lidl Schweiz für die Themenwoche «Klein aber fein» sowie mit Coop in der Produktlinie «Miini Region» neue nationale Vertragspartner und Anwender der Richtlinien für Regionalmarken sowie der Marke regio.garantie gewonnen werden konnten. Diese erfreuliche Entwicklung bringt auch neue Herausforderungen. So ist dem Datenschutz und der Vertraulichkeit, der Gleichbehandlung sowie der Kommissionsarbeit erhöhte Aufmerksamkeit zu schenken. Auch erfordert der Aufbau des gegenseitigen Vertrauens eine hohe Präsenz der Geschäftsstelle, und Anpassungen der Statuten VSR waren nötig (*siehe dazu auch «Statutenrevision»*).

Nachfolgeregelung Präsidium

Da der amtierende Präsident Manfred Bötsch seine Demission auf die Mitgliederversammlung 2025 eingereicht hat, hat sich der Vorstand intensiv mit der Nachfolge für das Präsidium auseinandergesetzt. Anlässlich der letzten Vorstandssitzung im Jahr 2024 wurden zwei potenzielle Kandidaten angehört. Letztlich konnte im Konsens der vier Mitgliedsorganisationen Urs Schneider nominiert werden. Er soll anlässlich der kommenden Mitgliederversammlung formell gewählt werden.

Nachhaltigkeitsleistungen von regio.garantie Produkten

Die von der Mitgliederversammlung ursprünglich gewünschte Erarbeitung einer Positionierung bezüglich *Nachhaltigkeit* führte trotz schrittweisem Vorgehen, mit Trennung von Form und Inhalt, zu keinem gemeinsamen Nenner in der Wahl der entsprechenden Strategie. Die Mitgliederversammlung entschied stattdessen, sich auf das zu fokussieren, was regio.garantie bereits an Nachhaltigkeitsleistungen erbringt. Um diesem Wunsch der Versammlung und den stark wachsenden Anfragen von Medien und bei Anlässen zu den Aspekten der Nachhaltigkeit von echten Regionalprodukten regio.garantie gleichwohl Rechnung zu tragen, wurden «die 8 Trümpfe der regio.garantie zertifizierten Produkte» erarbeitet und bildlich dargestellt. Wobei ein quantitativer Ansatz im Bereich der sozio-ökonomischen und ein liberaler Ansatz im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit gewählt wurde.

Nachhaltigkeitsleistungen der Produkte regio.garantie:

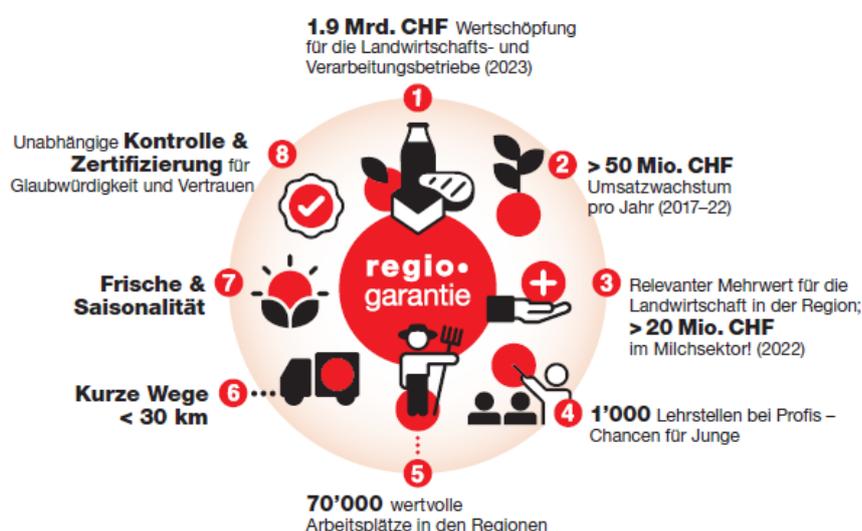


Abb. 7: Graphische Darstellung der Nachhaltigkeitsleistungen der regio.garantie zertifizierten Produkte

Organisatorische Optimierung

Erste Schritte zu einer *organisatorischen Optimierung* zur Effizienzsteigerung konnten erzielt werden. So wurden die Anzahl der Sitzungen der Markenkommission von 6 auf 5 reduziert und das Potential weiterer Optimierungen im Ablauf bzw. der Eingabe von Anträgen erkannt. Mit der verabschiedeten Statutenrevision liessen sich zudem die Abläufe und insbesondere die Rechte und Pflichten der Organe verdeutlichen und allfällige Unklarheiten bereinigen.

Nationale Erhebung von Kennzahlen zum Markt von Regionalprodukten regio.garantie

Methodik: Wie üblich, erhoben die Mitgliederorganisationen im Frühjahr 2024 die Zahlen zu Um- und Absatz der Lizenznehmer*innen. Ende Juni konnten denn auch fristgerecht die aus den Erhebungen der Mitgliederorganisationen aggregierten Absatz- und Umsatzzahlen ans Bundesamt für Landwirtschaft übermittelt werden. Wiederum wurde dabei ein massgeblich hoher Rücklauf von quantifizierten Meldungen von rund 96 Prozent (im Vergleich 2020: 63%, 2021: 89%, 2022: 97 Prozent) erzielt, inklusive nahezu vollständigen Angaben nach Absatzkanälen (Direktvermarktung, Detailhandel, HoReKa Gastronomie inkl. Gastrohandel, Weiterverarbeitung). Zur Stärkung der Glaubwürdigkeit und zur Verbesserung der Datenqualität wurde zudem, wie seit 2022 eingeführt, die Datenvalidierung nach einem einheitlichen Konzept vorgenommen. Ebenfalls im Rahmen der Datenerhebung 2023 führte der VSR das Konzept zur Erhebung der Produzentenpreisprämie Milch auf Stufe Landwirtschaft weiter.

Gründe, die für diese Wahl sprachen und sprechen: Der Milch- beziehungsweise Milchprodukte- und der Käsesektor ist umsatzmässig wichtig (über 38% des Gesamtumsatzes von regio.garantie zertifizierten Produkten), und der Sektor ist in seiner Ausdifferenzierung relativ einfach, verglichen mit beispielsweise dem Fleischwaren-Sektor. Weiter sind dazu die Referenzpreise gut dokumentiert und nach Regionen beziehungsweise den Produktionsmethoden differenziert beim BLW erhältlich (Datenquelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen).

Resultate:

- Der Umsatz aus zertifizierten Regionalprodukten regio.garantie beträgt im Jahr 2023 rund CHF 1.95 Mrd. Dies entspricht im Vergleich zu 2022 mit CHF 1.86 Mrd. einer Zunahme von rund 5%.
- Die umsatzstärkste Kategorie ist, wie bereits 2021 und 2022, „Käse“ mit einem Anteil von 34% (2022: 35%), gefolgt von „Gemüse & Früchte“ mit 18% (2022: 16%) und „Fleisch & Fleischprodukte“ mit 17% (2022: 19%).
- Beträgt die Zunahme beim Käse innerhalb der Kategorie knapp 1%, so beträgt sie bei Obst- & Gemüse über 18%.
- Die größten Zunahmen innerhalb der Kategorien verzeichnen „Back- und Teigwaren“ mit 27.6% und „Eier“ mit rund 32%.
- Bei der Kategorie „Eier“ kann die signifikante Zunahme aufgrund der Abnahme in der Kategorie „Fleisch & Fleischprodukte“, als Zunahme der Nachfrage nach tierischen Proteinalternativen gedeutet werden.
- Mit 63% (2022: 60%, 2021: 59%) positioniert sich der Detailhandel eindeutig als bedeutendster Absatzkanal für regio.garantie zertifizierte Produkte, gefolgt von der Direktvermarktung mit 18.5% (2022: 20%, 2021: 21%) und der Gastronomie mit 10.5% (2022: 11%).
- Die Produzentenpreisprämie Milch und damit die durchschnittliche Abweichung liegt mit Ausnahme der konventionellen Milch in der Region IV Ostschweiz-Zürich, deutlich über den Referenzpreisen des Bundes (Datenquelle: BLW, Fachbereich Marktanalysen).
- Die höchste Prämie wird in der Westschweiz und im Tessin (Regionen I & V) mit rund 6% (2022: 20%) erzielt, wobei die Bio-Milch eine Prämie von rund 11% (2022: 20%) erlangt. Im Raum Ostschweiz-Zürich (Region IV) beträgt die Prämie rund 2% (2022: 3%) und im Mittelland sowie Zentralschweiz (Regionen II, III, IV) rund 4% (2022: 6%).

Richtlinienarbeit und Kommissionen

Im Zentrum der Richtlinienarbeiten stand wie bereits 2023 die Steigerung der Benutzerfreundlichkeit und damit der Klärung von nicht präzise formulierten Passagen, sowie die inhaltlichen Online-Verweise auf Artikel und Anhänge oder die Vereinfachung der bewilligten Importliste in Anhang 5. Die Richtlinien zu Kosmetika wurden überarbeitet nach dem Grundsatz, nicht Listen verbotener Zutaten aufzuführen, sondern auf Online-Listen zu verweisen, die stets aktuell gehalten sind. Die Richtlinien zur Gastronomie (Teile B3 und B4) werden in einer Arbeitsgruppe überarbeitet, mit dem Ziel der Vereinfachung und der Stärkung der Kommunikation von regio.garantie. Die definitive Vorlage ist für 2026 vorgesehen. Des Weiteren wurde innerhalb der Markenkommission ein Ausschuss aus den Vertretungen der vier Mitgliedsorganisationen bestimmt, der in Dringlichkeiten wie u.a. bei Ernteausfällen regional bzw. national über allfällige Ausnahmegewilligungen zu entscheiden hat.

Wie in den revidierten Statuten festgehalten, hatten aufgrund der Erweiterung der Vertragspartnerschaften durch den VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE alle Kommissionsmitglieder eine Vertraulichkeits- und Datenschutzerklärung zu unterzeichnen. Somit erwies sich die Kooperation in der Nationalen Richtlinienkommission mit Vertretungen von Migros Expertenteam «Aus der Region» und Coop «Miini Region» als äusserst positiv und bereichernd.

Die Wünsche aus der Nationalen Richtlinienkommission, insbesondere vom Netzwerk Schweizer Pärke, die angepassten Richtlinien bereits Ende Juni (bisher im Juli) in die Sommervernehmlassung zu geben, wurde vom VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE respektiert und dank guter Kooperation in den Kommissionen auch umgesetzt. Auch war es dem VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE ein Anliegen, die Ende November von den Regionalmarken ratifizierten Richtlinien für Regionalmarken wie von den Zertifizierungsstellen gewünscht, bereits auf den 1. Dezember 2024 in allen drei Sprachen zur Verfügung stellen zu können. 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) konnte eine erfreuliche Entwicklung im Anbau bzw. der Produktion regionaler Zutaten (wie u.a. Pfefferminzaromen, Sonnenblumenkernen) bzw. Alternativen (wie u.a. Eiweisspulver, Rosenwasser) beobachtet werden. Verstärkt wurde und wird denn auch darauf hingewiesen, dass die Absprache unter den Abnehmer- und Produktionsbetrieben (Bsp. Gemüsebau) und die detaillierten Abklärungen auf nationaler Ebene in einem ersten Schritt für die Recherche von Alternativprodukten zwingend zu erfolgen haben.

Der alljährliche Austausch mit den Zertifizierungsstellen ProCert, BioInspecta 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) zu klären sind. Die Harmonisierung der Sanktionsregeln im Jahr 2023, mit Auditintervallen von neu 2 Jahren führte gemäss Aussagen der Zertifizierungsstellen zu keinen Schwierigkeiten. Davon abweichen können Kontrollen für Betriebe mit hohem Risikopotential auf 1 Jahr bzw. auf 4 Jahre, wenn der Umsatz aus eigener Produktion und Gewinnung unter CHF 10'000 liegt. Von dieser Limite kann zudem abgewichen werden, falls eine Mitgliedsorganisation einen entsprechenden Beschluss fasst. Diese Harmonisierung erfolgte basierend auf einem Entscheid der Präsident*innen der 4 Mitgliederorganisationen. Auch was das 2023 festgelegte Vorgehen bei Ausnahmegesuchen für die Verarbeitung ausserhalb der Region bei Fleisch anbelangt, erfolgten keine negativen Rückmeldungen.

Ratifikation und Anwendung der Richtlinien für Regionalmarken

Die Richtlinien für Regionalmarken mit Inkraftsetzung per 1.1.2025 wurden von der Nationalen Richtlinienkommission am 19. September 2024 verabschiedet. Per Ende Dezember 2024 haben alle den überregionalen Organisationen angeschlossenen Regionalmarken diejenigen Teile der Richtlinien, die sie anwenden, formell ratifiziert. Die Regionalmarke des Kantons Genf (Genève Région – Terre Avenir, GRTA) sichert die Gleichwertigkeit ihres Reglements mit den Richtlinien für Regionalmarken über eine Charta zu. La Marque Valais, die Regionalmarke des Kanton Wallis hat neu die Richtlinien Teile A, B1, B2 und C1 sowie C3 ratifiziert. Folgende Anwenderorganisationen haben schliesslich die Richtlinien für Regionalmarken per Ende November ratifiziert: die Migros mit den acht «Aus der Region» AdR-Genossenschaften, das Bundesamt für Umwelt (BAFU) mit den Regionalen Naturpärken, die nach dem Produktelabel der Schweizer Pärke auszeichnen, Bio Suisse für Bio-Knospe zertifizierte Regionalprodukte, Aldi Suisse für das Label Saveurs Suisses und neu Coop in der Linie „Miini Region“ sowie Lidl Schweiz für regio.garantie zertifizierte Regionalprodukte.

Personelles

Zusammensetzung per 31.12.2024

Vorstand

Organisation	Vertretung
Präsidium	Manfred Bötsch
alpinavera	Jasmine Said Bucher
Culinarium	Urs Bolliger
«Das Beste der Region»	Hansjörg Thalmann, Vizepräsident (ab 25.4.2024)
regio.garantie Romandie	Francesca Martini

Nationale Richtlinienkommission

Organisation	Vertretung
VSR	Manfred Bötsch, Präsident VSR (Leitung)
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi
Culinarium	Werner Küttel
«Das Beste der Region»	Lisa La
regio.garantie Romandie	Caroline Rosat
Fédération rom. consommateurs	Barbara Pfenniger
Migros «Aus der Region» AdR	Erika Piller, Genossenschaft Migros Zürich, ET- AdR Katrin Messerli, 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, Netzwerk Schweizer Pärke (Stellvertretung)
Coop «Miini Region»	Nadine Moppert (seit 25.4.2024)
Bio Suisse	Nina Bohn

Markenkommission

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

Geschäftsstelle

Leitung Gabriela Dörig-Eschler, 70%