

regio•garantie

Strategie VSR regio.garantie

- Präambel
- Werte und Leitsätze
- Vision und Mission
- Unternehmensziele 26+

Mit Unterstützung von Agridea entwickelt, vom Vorstand VSR validiert und von der Mitgliederversammlung am 27. April 2026 verabschiedet.

Präambel



Der Verein Schweizer Regionalprodukte (VSR) ist die nationale Dachorganisation der Regionalmarken der Schweiz. Als verbindendes Element dieser Gemeinschaft bündelt der VSR deren gemeinsame Stimme und Interessen. Er fördert den Absatz, die Entwicklung, Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit von Schweizer Regionalprodukten und setzt sich für deren einheitliche Positionierung sowie für hohe Qualitätsstandards ein. Dabei stärkt er die Zusammenarbeit zwischen den Regionen und vertritt deren Anliegen auf nationaler Ebene (siehe Statuten Art. 2 Zweck, Art. 3 Mitgliedschaft).

Die erarbeitete Strategie soll dazu dienen, dass der VSR, gemeinsam mit seinen vier überregionalen Mitgliederorganisationen alpinavera, «Das Beste der Region», Culinarium und regio.garantie Romandie den Absatz von Regionalprodukten weiter steigert und so Wertschöpfung in die Landwirtschaft bringt.

Werte & Leitsätze



- **Lebensfreude:** Freude und Lust auf echte Regionalprodukte

Wir bieten eine Vielfalt an echten Regionalprodukten, welche nachhaltigen Genuss ermöglichen.

- **Authentizität:** Echte zertifizierte Regionalprodukte aus der ganzen Schweiz

Wir geben den Produkten, den Menschen und Regionen ein Gesicht und erzählen ihre einzigartigen Geschichten.

- **Vertrauen:** unabhängiges Zertifizierungssystem für unser nationales Gütesiegel

Wir kommunizieren Herkunft und Regionalität transparent und sorgen für ein effizientes Qualitätssicherungssystem, basierend auf Kontrollen durch akkreditierte Zertifizierungsstellen.

- **Partnerschaft:** Zusammenarbeit auf Augenhöhe und faire Wertschöpfung für alle Partner entlang der Wertschöpfungsketten in den Regionen

Wir schaffen gegenseitiges Verständnis für die Partner innerhalb der Wertschöpfungskette.

- **Verbundenheit:** Vereinigung des savoir-vivre der Konsument:innen mit dem savoir-faire der Produzent:innen und ihren Produkten, ihren Partnern, Regionen und Geschichten

Wir verbinden den Stolz der Produzent:innen mit dem Genuss der Konsument:innen.

Vision VSR: Was ist unser Kompass?



regio.garantie ist die führende Dachmarke für echte Schweizer Regionalprodukte, welche höchste Wertschätzung geniessen.



Mission: Was ist unser grundlegender Daseinszweck?

Der Verein Schweizer Regionalprodukte (VSR):

- **fördert**, gemeinsam mit den Regionalmarken und Partnern, Regionalprodukte und die Dachmarke regio.garantie erfolgreich am Markt;
- **stärkt** die Schweizer Regionalprodukte in ihrer Qualität und Vielfalt;
- **ermöglicht** Wertschöpfung mit echten Schweizer Regionalprodukten;
- **sorgt** für verständliche und praxisnahe Richtlinien sowie für eine effiziente Zertifizierung des nationalen Gütesiegels regio.garantie;
- **begleitet** die Mitgliedorganisationen und Partner mit Dienstleistungen für eine erfolgreiche Vermarktung von Regionalprodukten.

Unternehmensziele 2026+



1. In 10 Jahren **kauft die Hälfte der Konsument:innen bei jedem Einkauf Regionalprodukte** ein (aktuell 38%¹).
2. Eine Vielfalt an Regionalprodukten ist in allen Regionen **am Markt verfügbar**, und die Produzent:innen können damit die Nachfrage decken.
3. Die gestützte **Bekanntheit** von regio.garantie (aktuell rund 50%²) wächst in 10 Jahren um einen Viertel.
4. Wir sind **Partner auf Augenhöhe**, sowohl für Abnehmer von Regionalprodukten als auch für alle anderen Partner.
5. Wir **entwickeln und vereinfachen** unsere nationalen **Richtlinien** laufend und **harmonisieren die Zertifizierung**.
6. Unsere **Gremien und unsere Geschäftsstelle** arbeiten **professionell, effizient und effektiv**.
7. Wir teilen Aufgaben und Prozesse des VSR **zwischen Geschäftsstelle und Mitgliederorganisationen zweckmässig auf** und nutzen Synergien.
8. Wir sichern unsere **langfristige Finanzierung**.

1) Referenzwert aus: Stephan Feige et.al., «Regionalprodukte 2024 (...)», Zürich 2024

2) Referenzwert aus: Michael Buess, AMS Markt- und Konsumentenbarometer, Bern 2025