

Heiligenschwendi, 31. Dezember 2023

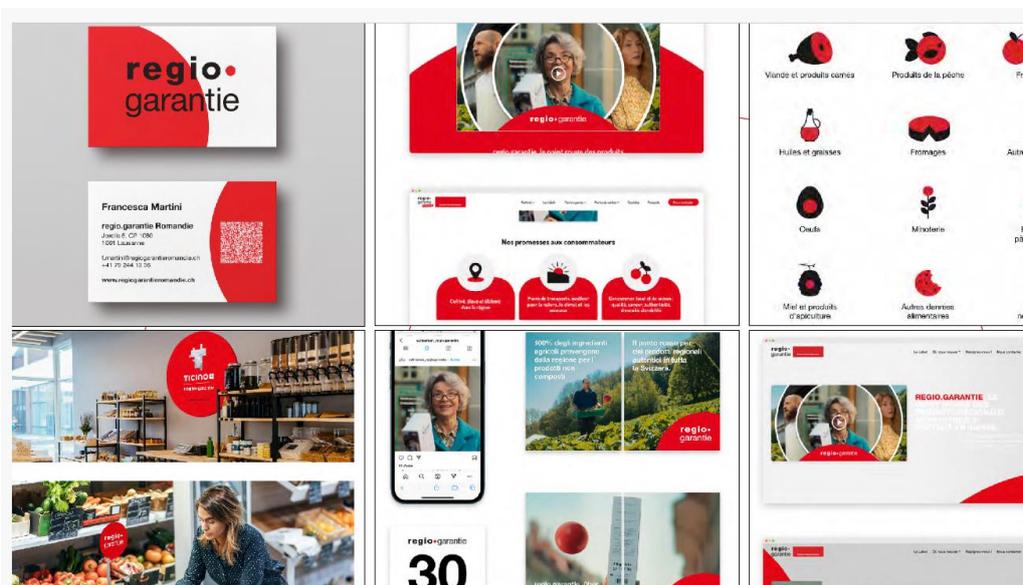
Jahresbericht 2023

Ins Jahr 2023 startete der VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE (VSR) mit der verstärkten Sichtbarmachung der Marke regio.garantie, sowohl am Verkaufspunkt mit dem neuen Vertragspartner ALDI SUISSE wie auch über klassische Marketing-Kommunikationsmassnahmen als Novum für den nationalen Verein. Dabei richteten sich die Schwerpunkte der Arbeiten wie bereits 2022 nach den durch die Mitgliederversammlung in Auftrag gegebenen Leitlinien zur strategischen Weiterentwicklung.

Vereinstätigkeit

Strategiearbeiten

Die 2022 erarbeitete *Kommunikationsstrategie* als Basis für die geplante Basiskampagne für regio.garantie konnte in ihren Grundzügen konkretisiert und mehrheitlich umgesetzt werden. Die Konkretisierung erfolgte dabei durch die «Begleitgruppe Kommunikation» mit den Fachspezialist*innen der vier Mitgliedsorganisationen (MO). Sowohl der inhaltliche Ablauf mit einer schwerpunktmässig online geführten Kampagne (Social Media, YouTube, Programmatic) sowie der zeitliche Ablauf konnten, mit Ausnahme einer digitalen Werbekampagne eingehalten werden.



Im Zentrum der Basiskampagne für regio.garantie stand der rote Punkt in «Storytelling». Im entsprechenden CD abgeleitet wurden die Landing Page, Clips, Inserate, Visitenkarten sowie POS-Massnahmen erstellt (siehe Bild).

Die Ziele der Basiskampagne, insbesondere die Stärkung der notorischen Bekanntheit der Marke regio.garantie und deren Botschaft mit Bezug zu regionalen Qualitätsprodukten und ihren Mehrwerten konnten mehrheitlich realisiert werden. Aufgrund der quantitativen Auswertungen kann denn auch von einem Erfolg des national aufgelegten Pilotprojektes 2023 und damit der Premiere für den VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE in Sachen Kommunikation der Marke regio.garantie gegen aussen gesprochen werden. Basierend auf diesen Resultaten legte die Begleitgruppe Folgearbeiten für 2024/25 fest. Das dazu parallel beim Bundesamt für Landwirtschaft eingeebte Gesuch um Unterstützung wurde bereits antragsgemäss bewilligt.

Die neu 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 zugesprochen. Hat der VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE 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 wird der Mitgliederversammlung 2024 zur Verabschiedung vorgelegt.

Die von der Mitgliederversammlung 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 wünschte, 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. Wobei ein quantitativer Ansatz im Bereich der sozio-ökonomischen und ein liberaler Ansatz im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit gewählt wurde.

Die *Interessenvertretung* und Pflege bestehender bzw. potenzieller Partnerschaften wurde dank dem grossen Engagement durch den Präsidenten Manfred Bötsch, über den regelmässigen überzeugenden Austausch mit den Ämtern, den Mitglieds- und Partnerorganisationen sowie die aktive Präsenz an externen Veranstaltungen, weiter intensiviert. Ebenfalls profitierte der Verein von neuen Netzwerken, Kontakten wie auch Haltungen durch die personellen Wechsel im Vorstand und auf der Geschäftsstelle.

Auf eine *organisatorische Optimierung* zur Effizienzsteigerung wurde aufgrund der neu aufgestellten Geschäftsstelle und der neuen Aktivitäten für 2023 verzichtet. Mit der Statutenrevision werden jedoch die Abläufe, sowie Rechte und Pflichten der Organe verdeutlicht und allfällige Unklarheiten bereinigt.

Neue Partnerschaften

Die aktive Positionierung und die stark intensivierte Präsenz des VEREIN SCHWEIZER REGIONALPRODUKTE (siehe unter Kapitel Strategiearbeiten) respektive der Marke regio.garantie trugen wie bereits 2022 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 und des Labels regio.garantie gewonnen werden konnten. Diese erfreuliche Entwicklung bringt auch neue Herausforderungen. So ist dem Datenschutz, der Gleichbehandlung sowie der Kommissionsarbeit erhöhte Aufmerksamkeit zu schenken. Auch sind Anpassungen der Statuten nötig. Die zur Kommunikation der neuen Kooperation mit Coop «Miini Region» gemeinsam publizierte Medienmitteilung fand sowohl bei Organisationen wie Produzent*innen gute Beachtung.

Nationale Erhebung von Kennzahlen zum Markt von Regionalprodukten

Methodik

Wie üblich, erhoben die Mitgliederorganisationen im Frühjahr 2023 die Zahlen zu Um- und Absatz der Lizenznehmer*innen. Mitte 2023 konnten denn auch fristgerecht die aus den Erhebungen der Mitgliederorganisationen aggregierten Absatz- und Umsatzzahlen ans BLW übermittelt werden. Wie angestrebt konnte dabei ein massgeblich höherer Rücklauf von quantifizierten Meldungen von rund 97 Prozent (im Vergleich 2020: 63%, 2021: 89%) erzielt werden, 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 bereits 2022 die Datenvalidierung nach einem einheitlichen Konzept vorgenommen. Ebenfalls im Rahmen der Datenerhebung 2023 testete der VSR das Konzept zur Erhebung einer Produzentenpreisprämie auf Stufe Landwirtschaft. Diese Testphase erfolgte konform zu den Erwartungen des BLW, aufgrund der entsprechenden regional erhobenen Referenzpreise Milch. Gründe, die für diese Wahl sprechen: Der Milch- beziehungsweise Milchprodukte- und der Käsesektor ist umsatzmässig wichtig (rund 40% 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 differenziert beim BLW erhältlich (Quelle: "BLW Fachbereich Marktanalysen").

Resultate

- Der Umsatz aus zertifizierten Regionalprodukten regio.garantie beträgt im Jahr 2022 rund CHF 1,86 Mrd. Dies entspricht im Vergleich zu 2021 einer Zunahme von gut 13%.
- Die umsatzstärkste Kategorie ist, wie bereits 2021, „Käse“ mit einem Anteil von 35%, gefolgt von „Fleisch & Fleischprodukte“ mit 19% und „Gemüse & Früchte“ mit 16%.
- Nebst diesen „klassischen“ Regionalprodukten verzeichnet die Kategorie „Müllerei-, inkl. Ackerbauprodukte“ eine Zunahme von rund 26% innerhalb der Kategorie → Was auf eine Zunahme der Nachfrage nach Proteinalternativen schliessen lässt.
- Der gemeldete Umsatz konnte von 96% (2021) auf 97% gesteigert werden.
- Mit 60% (2021 59%) positioniert sich der Detailhandel als bedeutendster Absatzkanal für regio.garantie zertifizierte Produkte, gefolgt von der Direktvermarktung mit 20% (2021 21%) und der Gastronomie mit 11%.
- Die Produzentenpreisprämie Milch und damit die durchschnittliche Abweichung liegt mit Ausnahme der Bio-Milch in der Region Ostschweiz-Graubünden-Zürich über den Referenzpreisen.
- Zu erwähnen ist schliesslich, dass die höchste Prämie in der Westschweiz und im Tessin mit rund 20% erzielt wird. Im Raum Ostschweiz-Graubünden-Zürich beträgt die Prämie rund 3% und im Mittelland sowie Zentralschweiz rund 6%.

Richtlinienarbeit und Kommissionen

Im Zentrum der Richtlinienarbeiten stand die Steigerung der Benutzerfreundlichkeit und damit der Klärung von nicht präzise formulierten Passagen – wie u.a. in Teil A, die Formulierung über die Halbfabrikate, die inhaltlichen Verweise auf Artikel oder die Vereinfachung der bewilligten Importliste in Anhang 5.

Eine Herausforderung stellte die zwingend notwendige Harmonisierung des Sanktionsreglements dar. Die Auditintervalle wurden neu auf 2 Jahre gelegt. 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 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 Vorgehen bei Ausnahmegesuchen für die Verarbeitung ausserhalb bei Fleisch anbelangt, kann eine positive Entwicklung verzeichnet werden. Insbesondere den Faktoren Tierwohl, Nachhaltigkeit aus ökologischer wie sozio-ökonomischer Sicht, Hygiene, Ablaufoptimierungen kann mit dem angepassten Entscheidungsprozess (Teil A, Annexe 7.2 und Teil B1, Art. 2 sowie Anhang 1 Entscheidungsbaum) fundiert Rechnung getragen werden.

Bei der Bereinigung der Liste der bewilligten Importzutaten (Anhang 5) konnte eine erfreuliche Entwicklung im Anbau regionaler Zutaten (wie u.a. Baumüssen, Chili, Koriander, Dörrpflaumen) 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 und damit eine weitere Vereinfachung in der Anwendung der Richtlinien für Regionalmarken.

Ratifikation und Anwendung der Richtlinien für Regionalmarken

Die Richtlinien für Regionalmarken mit Inkraftsetzung per 1.1.2024 wurden von der Nationalen Richtlinienkommission am 21. September 2023 verabschiedet.

Per Ende Dezember 2023 haben alle den überregionalen Organisationen angeschlossenen Regionalmarken diejenigen Teile der Richtlinien, die sie anwenden, formell ratifiziert. Die Regionalmarken der Kantone Genf und Wallis sichern die Gleichwertigkeit ihrer Reglemente mit den Richtlinien für Regionalmarken zu. Das Grundlagendokument des Vereins zu den Richtlinien wurde damit obsolet. Folgende Anwenderorganisationen haben die Richtlinien für Regionalmarken per Ende Dezember ratifiziert: die Migros mit den acht «Aus der Region» AdR-Genossenschaften, das Bundesamt für Umwelt (BAFU) mit den Regionalen Naturparks, 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, Kommissionen

Zusammensetzung per 31.12.2023

Vorstand

Organisation	Vertreter*in
Präsidium	Manfred Bötsch
alpinavera	Jasmine Said Bucher
Culinarium	Urs Bolliger
«Das Beste der Region»	Hansjörg Thalman (ab 1.1.2023)
regio.garantie Romandie	Francesca Martini, Vizepräsidentin

Nationale Richtlinienkommission

Organisation	Vertreter*in
VSR	Manfred Bötsch, Präsident VSR (Leitung)
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi
Culinarium	Werner Küttel
«Das Beste der Region»	Hansjörg Thalman (ab 1.1.2023), Franziska König (bis April 2023)
regio.garantie Romandie	Caroline Rosat (ab 1.1.2023)
Fédération rom. consommateurs	Barbara Pfenniger
Migros «Aus der Region» AdR	Erika Piller, Genossenschaft Migros Zürich, ET- AdR Katrin Messerli, Genossenschaft Migros Ostschweiz, ET-AdR
BAFU	Dr. Johann Dupuis
Netzwerk Schweizer Pärke	Erica Baumann François Margot (bis Juni 2023), Paulo Degiorgi, Parc naturel régional Jura vaudois (ab Juni 2023)
Bio Suisse	Dominique Weissen, Netzwerk Schweizer Pärke (Stellvertretung) Simone Hartong (bis September 2023), Nina Bohn (gewählt November 2023)

Markenkommission

Organisation	Vertreter*in
Leitung	Werner Küttel, Culinarium
alpinavera	Ann-Marie Lanfranchi
«Das Beste der Region»	Franziska König (bis April 2023), Lisa La (ab Juni 2023)
regio.garantie Romandie	Caroline Rosat (ab 1.1.2023)
Fédération romande des consommateurs	Barbara Pfenniger
Bundesamt für Landwirtschaft	Martina De Paola
Vorstandsmitglieder optional	

Geschäftsstelle

Leitung	Gabriela Dörig-Eschler, 60% (ab 1.1.2023)
---------	---