

## Fokus auf die Regionallabels

**K**ürzlich las ich in einem Artikel: «Regional ist das neue Bio.» Tatsächlich sieht man bei den regional produzierten Lebensmitteln einen ähnlichen Aufschwung, wie ihn die Bioprodukte in den letzten 20 Jahren erfahren haben. Regionale Produkte werden von den Konsumentinnen und Konsumenten geschätzt – sie wecken Vertrauen und sind sympathisch. Eine Befragung der Universität St. Gallen ergab, dass 80 Prozent der Konsumentinnen regionalen Produkten sehr positiv gegenüberstehen und 65 Prozent einmal wöchentlich zu solchen Produkten greifen. Sind die Produkte mithilfe von traditionellem Handwerk hergestellt, sind die Konsumenten bereit, deutlich mehr dafür zu bezahlen: Für Käse kommt die Studie auf etwa 20 Prozent, am tiefsten ist die Bereitschaft für unverarbeitete Früchte und Gemüse.

**D**ank diesem Trend sind längst nicht nur kleine Label und Gütezeichen aufgesprungen, auch die Grossverteiler und selbst Discounter setzen auf regionale Produkte und ebensolche Labels. Migros mit «Aus der Region – für die Region.» hat hier eine Vorreiterrolle gespielt, Coop hat mit «Miini Region» nachgezogen. Volg, Manor, Spar, Aldi und seit kurzem Landi führen neu solche Regionallabels.

**E**s stellt sich jedoch die Frage, wie glaubwürdig solche Labels sind. Sie müssen den Konsumentinnen und Konsumenten einen Mehrwert bieten, sie müssen vertrauenswürdig und transparent sein und unbedingt einer unabhängigen Kontrolle unterliegen. Wichtig ist auch, dass die Labels eine Region umfassen, welche von den Konsumenten als solche taxiert wird. Denn die regionale Herkunft ist der eigentliche Mehrwert, den

AUSSENSICHT



Prisca  
Birrer-Heimo

diese Labels bieten. Die Grösse und Definition der Region werden aber sehr unterschiedlich gehandhabt. Die Migros beispielsweise definiert ihre Regionen gemäss den Genossenschaftsgebieten. Das hat zur Folge, dass in der Migros Meiringen Produkte aus dem Oberaargau als Regionalprodukt verkauft werden können, weil die Migros Aare die Kantone Bern, Solothurn und Aargau umfasst. Coop hingegen definiert von Produkt zu Produkt unterschiedlich, wie gross die

Region ist. Für die Konsumentinnen und Konsumenten alles andere als transparent und nachvollziehbar!

**A**ber auch sonst lohnt es sich, die Richtlinien der einzelnen Gütezeichen aufmerksam zu lesen – so es denn irgendwelche handfesten Informationen gibt. Auf dem Markt existieren nämlich auch Labels, welche keine Richtlinien kennen oder diese nicht öffentlich zugänglich machen, die weder zertifiziert noch unabhängig kontrolliert werden. Die Stiftung für Konsumentenschutz hat diese Arbeit für Sie übernommen: Im Juni wird sie eine Bewertung der regionalen Labels veröffentlichen und so den Weizen von der Spreu trennen.

Prisca Birrer-Heimo (1959),  
Rothenburg ist Nationalrätin (SP)  
und Präsidentin der Stiftung für  
Konsumentenschutz.