

5. Fachtagung Regionalprodukte

Eine spannende Tagung mit vielen wertvollen Informationen für die zukünftige Ausrichtung in der Vermarktung von Regionalprodukten.

Druckfrisch ist die neuste Umfrage der HWZ in Zusammenarbeit mit LINK zum Konsumverhalten bei den Regionalprodukten. Sie wurde im Rahmen der Fachtagung vorgestellt.

Wussten Sie, dass ...

- der Konsum von Regionalprodukten stetig steigt, obwohl die wirtschaftliche Lage der Konsumenten aktuell eher schwierig ist
- die Unterscheidung zwischen «regional» und «lokal» von den Konsumentinnen und Konsumenten kaum wahrgenommen wird. Dennoch ist es erwiesen, dass die Zahlungsbereitschaft bei Regionalprodukten im Vergleich zu lokalen Produkten deutlich höher ist.
- Kundinnen und Kunden eine nachhaltige Produktionsweise von Regionalprodukten erwarten. Diese beinhalten auch ein hohes Tierwohl, faire Rohstoffpreise für die Landwirtinnen und Landwirte und oft auch eine ökologische Produktion. Oft ist das mehr, als eigentlich versprochen wird. Bsp. regio.garantie ist eine reine Herkunftsgarantie. Hier braucht es gute Kommunikationsarbeit oder allenfalls auch Anpassungen der Labels/ Zertifizierungen.
- der lokale Direktvertrieb von Regionalprodukten aus wirtschaftlicher Sicht eine anspruchsvolle Herausforderung bleibt. Die beiden Startups LocalOnly.ch (Service der Schweizer Post) und Jack Ripe konnten bisher ihre Modelle nicht nachhaltig erfolgreich etablieren und stellen per 2024 ein. Der Hauptgrund: Kunden sind häufig nicht bereit, die angemessenen Kosten für den Lieferservice zu akzeptieren. Zusätzliche Kostensensibilisierung ist hier zukünftig gefragt.
- Gemeinschaftsläden an guter Lage enormes Potential haben, vorallem dann, wenn sie als lebendiger Ort gestaltet werden. Bsp. Produktion vor Ort, Bistro oder Café integriert. [Bio26 | Coopérative des producteur.rice.s | Fribourg](#)
- Grossverteiler wie Migros, Coop, Lidl und Aldi mit regio.garantie Verträge haben und über diesen Kanal 60% der zertifizierten Regionalprodukte verkauft werden. Für Betriebe in angelegenen Regionen bietet diese Zusammenarbeit die Chance Hof-Produkte zu verkaufen.

Weitere Informationen und einen Rückblick zu der Veranstaltung finden Sie [auf der Website HWZ](#).

Mehr zu Studie finden Sie [hier](#).