



Die Lebensmittelproduzentinnen und -produzenten aus dem Gebiet des Regionalverbands Suhrental möchten ihre Produkte gerne gemeinsam regional vermarkten. Der Weg dorthin ist aber weit.

Bild: Peter Siegrist

Regionalität, Nachhaltigkeit, Versorgungssicherheit: Alles Themen, mit denen sich Bäuerinnen und Bauern und andere Lebensmittelproduzentinnen und -produzenten beschäftigen. Besonders in Zeiten von Klimawandel und politischen Unsicherheiten werden diese zunehmend wichtig.

Auch beim Regionalverband Suhrental (RVS) macht man sich seit 2023 konkrete Gedanken, wie man den Produzentinnen und Produzenten bessere Bedingungen bieten kann, ihre Waren vor der eigenen Haustür zu verkaufen. «Die regionale Vermarktung stärkt die lokale Wirtschaft und schafft Arbeitsplätze», ist Markus Bolliger, Geschäftsführer des RVS überzeugt. Ausserdem verringern kurze Transportwege den CO₂-Ausstoss. Und drittens fördere die regionale Vermarktung die Beziehung zwischen Produzenten und Verbrauchern.

Grosses Interesse bei der Landwirtschaft

So kündigt Markus Goldenberger, Präsident des Regionalverbands Suhrental, im Gespräch mit der AZ an: «Ich bin überzeugt, dass ein 24-Stunden-Selbstbedienungsladen in der Region ein Bedürfnis ist. Dieser würde den Produzenten der Region die Möglichkeit bieten, ihre Produkte zu verkaufen.» Deutlich wird aber auch, dass es bis zur Ladeneröffnung noch ein weiter Weg ist.

Das Interesse vonseiten der [Landwirtschaft und weiterer Produzenten, die eigenen Produkte regional zu vermarkten](#), sei gross, so Bolliger. Zu einem Workshop in Hirschthal im Mai 2023 seien 29 Teilnehmende aus dem RVS-Gebiet gekommen. «Wir waren erstaunt, wie viele da kamen», so Bolliger. Dabei wurden die Bedürfnisse erörtert. Und es zeigte sich, dass ein 24-Stunden-Selbstbedienungsladen ein wichtiger, aber längst nicht der einzige Aspekt dabei ist.

So ist die Schaffung einer Regionalmarke ein zentrales Anliegen, das an dem Workshop geäussert wurde. Diese würde dafür sorgen, dass sich Produzentinnen und Produzenten auf der einen sowie Verbraucherinnen und Verbraucher auf der anderen Seite mit dem Gedanken der regionalen Vermarktung stärker identifizieren könnten, lautete die Begründung. Ausserdem würde eine regionale Marke Vertrauen auf der Konsumentenseite schaffen, hiess es.

Mehr Zusammenarbeit auf verschiedenen Ebenen

Notwendig sei auch, dass die Produzierenden der Region stärker zusammenarbeiten. So wurde angeregt, die administrativen Aufgaben der Betriebe auszulagern. «Diese nehmen viel Zeit in Anspruch», weiss Markus Bolliger. Eine Vergabe an einen externen Dienstleister würde den Bäuerinnen und Bauern mehr Zeit für ihre eigentlichen Aufgaben verschaffen.

Auch eine gemeinsame Online-Präsenz könne Teil der Zusammenarbeit sein. Ebenso die Ausrichtung einer jährlichen Veranstaltung, um die regionale Marke und deren Vermarktung zu bewerben. Und der Ausbau des Wochenmarktes in Schöffland wurde ebenfalls vorgeschlagen.

An dem 24-Stunden-Selbstbedienungsladen hätten die Teilnehmenden ebenfalls viel Interesse gezeigt, so Bolliger. «Es muss allerdings zunächst eine Trägerschaft gefunden werden», ergänzt Markus Goldenberger. Diese müsse sich darum kümmern, dass der Laden immer ausreichend mit den etwa 350 angestrebten Produkten bestückt sei. Ob dies einer der Produzenten übernehme oder ein externer Akteur, sei derzeit noch völlig offen. Es könne auch eine Einzelfirma, eine Genossenschaft oder ein Verein sein.

Klar sei bislang nur, dass der Laden in Schöffland als grösstem Ort im RVS-Gebiet eröffnet werden soll. Mehr nicht. Man stehe aber mit der Gemeinde in Kontakt, erklärt Bolliger. Übrigens wolle man keine Konkurrenz zu den Geschäften der Landi aufmachen, betonen Goldenberger und Bolliger. Es gehe vielmehr darum, die Region am Rande des Kantons zu stärken. Der Vorstand werde mit dem Verabschieden der Schwerpunkte Ende August für die Jahre 2024/2025 das weitere Vorgehen in diesem Projekt festlegen, heisst es.