



Der Familienbetrieb Frei produziert wie rund 3000 weitere Bauernfamilien im Kanton Zürich Produkte für das Label «Aus der Region. Für die Region».

«Viele Leute haben keinerlei Bezug mehr zur Herkunft ihrer Lebensmittel.»

Hans Frei
Präsident des Zürcher Bauernverbands





Ferdi Hodel, Geschäftsführer des Zürcher Bauernverbands und Mattias Riedi, Verantwortlicher des Labels «Aus der Region. Für die Region.» und Leiter Marketing Fleisch bei der Migros Zürich, treffen sich zum Gespräch auf dem Hof von Hans Frei, Präsident des Zürcher Bauernverbands (v.l.n.r.).

Regionale Produzenten stärken

Um Konsumenten mit hochwertigen Produkten aus der Region zu versorgen, spannt die Genossenschaft Migros Zürich seit Jahren mit dem **Zürcher Bauernverband** zusammen. Gemeinsam suchen sie die Nähe zu den Kundinnen und Kunden.

Text und Bilder: Fabian Weidmann

Wenn sich Vertreter des Zürcher Bauernverbands und der Migros Zürich zum periodischen Austausch treffen, fallen nicht nur lobende Worte. «Wir sind nicht immer gleicher Meinung», sagt Ferdi Hodel, Geschäftsführer des Zürcher Bauernverbands, über die Zusammenarbeit. Sein Verband vertritt die Interessen von rund 3000 Bauernfamilien im Kanton Zürich. «Doch wir pflegen einen ehrlichen und partnerschaftlichen Umgang.» Dass es in einem marktwirtschaftlichen Umfeld zu Zielkonflikten komme, sei normal, so Hodel. Wichtig sei, dass man gemeinsam an den Tisch sitzen könne, um Lösungen zu finden.

Einigkeit besteht in den übergeordneten Zielen beider Organisationen: «Wir wollen die Schweizer Bevölkerung mit Qualitätsprodukten versorgen – immer mit höchsten Standards in Sachen Nachhaltigkeit und Umweltschutz», sagt Mattias Riedi, Verantwortlicher für das Label «Aus der Region. Für die Region.» bei der Migros Zürich. Riedi betrachtet das Label als Bindeglied vom regionalen Produzenten zum Konsumenten: «Es symbolisiert Qualität, Frische, lokale Wertschöpfung und Nachhaltigkeit.»

Für die Landwirtschaft sensibilisieren

Um Konsumenten die Bedeutung regionaler Produktion aufzuzeigen, hat es sich der Zürcher Bauernverband zur Aufgabe gemacht, das Verhältnis zwischen Produzenten und Konsumenten neu zu definieren. «Viele Leute haben keinerlei Bezug mehr zur Herkunft ihrer Lebensmittel», sagt Hans Frei, Präsident des Bauernverbands. Auch der Migros ist Regionalität ein wichtiges Anliegen: «Genau wie unsere Partner in der Landwirtschaft sind auch wir als Genossenschaft stark regional verwurzelt», sagt Riedi.

Deshalb unterstützt die Migros Zürich den Bauernverband als Sponsor verschiede-

ner Veranstaltungen, etwa bei «Vo puur zu puur» oder «Heimisch». Die beiden Formate teilen das Anliegen, die Landwirtschaft und deren Produkte wieder näher an den Konsumenten zu bringen – sei es, indem landwirtschaftliche Betriebe ihre Türen für die Bevölkerung öffnen, oder indem Landwirte auf einer Roadshow die Bedeutung von heimischen Produkten aufzeigen.

«Wir stärken regionale Produzenten am effektivsten, wenn wir am selben Strick ziehen», sagt Riedi. Diese Einschätzung teilt auch Geschäftsleiter Hodel: «Wir sind aufeinander angewiesen, um am Markt erfolgreich zu sein». Für die Landwirtschaft sei der Detailhandel einer der bedeutendsten Absatzkanäle. Für die Migros wiederum seien Produkte von regionalen Herstellern ein Alleinstellungsmerkmal. Präsident Frei ergänzt: «Die Migros ist nahe bei den Leuten und deshalb der optimale Partner, um möglichst viele Menschen zu erreichen.»

Mehr Transparenz in die Lieferkette bringen

Angesprochen darauf, wo man sich gemeinsam noch verbessern könne, sagt Frei: «Es muss uns gelingen, noch mehr Transparenz in die Lieferkette zu bringen.» Wer erhält für welche Arbeit wie viel Anteil am Kuchen? Diese Transparenz sei gerade bei Kundinnen und Kunden zunehmend ein Bedürfnis. Sie stärke das Vertrauen in die regionalen Produzenten und ebenso jenes in den Detailhandel.

Hodel ergänzt selbstkritisch: «Wir haben es lange verpasst, über unangenehme Aspekte der Landwirtschaft zu sprechen, etwa den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln. Auch wir müssen gegenüber dem Konsumenten transparenter werden.» Es gäbe noch viel zu tun, sind sich die Herren einig. Doch der Einsatz zahle sich aus: «Von einer starken regionalen Landwirtschaft profitiert die gesamte Bevölkerung», sagt Hodel. **MM**