

Etikett „regional“ trauen?

Regional-Experte Heiner Sindel bei Rathaus-Soiree

Glaubwürdigkeit und Verfügbarkeit regionaler Produkte im Handel sind bisher noch Hemmschuhe bei einer durchgehenden regionalen Vermarktung. Das war das Fazit, das Heiner Sindel, Vorsitzender des Bundesverbandes der Regionalbewegung, aus Feuchtwangen ziehen musste. Der Wunsch der Verbraucher ist da, aber das Bewusstsein, durch regionalen Produkteinkauf Landschaft und Landwirtschaft zu erhalten, fehlt noch.

Hanna Meid



Das Jagdhornsignal kündete es an: Höchste Zeit, mehr auf Regionalität beim Genießen zu achten, sagte Heiner Sindel bei der Rathaus-Soiree. (Foto: Hientzsch)

Schwäbisch Gmünd. Das Jagdhornsignal kündete es an: Höchste Zeit, mehr auf Regionalität beim Genießen zu achten. Heiner Sindel hüllte vor 15 Jahren ein Dorf in blaue Folie, veranstaltete spektakuläre Öffentlichkeitsaktionen und begann in Bayern das Rebhuhn zu schützen. Daraus entwickelte sich die „Grüne Allianz“, bestehend aus Politik, Jagd, Landwirtschaft und Artenschutz. Gewerbevereine kamen später dazu. Zur Regionalität zählen für den Heimat-Schützer auch Handwerk und Finanzdienstleister. Heute ist er als Vorsitzender des Bundesverbandes der Regionalbewegung in Deutschland unterwegs, um für die „Regionale Theke“ und die „Tage der Regionen“ zu werben. In Gmünd traf er auf offene Ohren, jedoch auch auf Zweifel, dass der Verbraucher beim Kauf dem Etikett „regional“ trauen dürfe, wenn er im Supermarkt überhaupt etwas bekomme. Dazu sei er gerade bemüht, ein regionales Gütesiegel auf Bundesebene, verliehen von einer regionalen Organisation, zu etablieren. Regionale Wertschöpfung, Produktqualität, Erhalt der Artenvielfalt und kurze Wege seien Argumente genug, sich dem regionalen Gedanken zu verschreiben, den er nicht in kleinliche Kilometer bemessen will. Dazu sei noch eine Menge Aufklärung notwendig. Nicht jeder werde zu überzeugen sein, ein bisschen mehr Geld für Frische und ursprünglichen Geschmack auszugeben, meint der Gastronom. Allerdings habe er auch genug „Mogelpackungen“ gesehen. Auch sei es oft für Landwirte schwierig, sich komplett auf die Breite der Abnehmer einzustellen, wegen zu strenger Verordnungen, der Preisgestaltung und daran, sich werbewirksam zu vermarkten. Mit der „Regionalen Theke“ hat er bundesweit 140 Verkaufsstellen gewinnen können und eine Vielzahl von Kooperationspartnern. Edeka, Kaufland und Marktkauf seien dabei, aber die Discounter nicht, solange diese ihre Philosophie nicht änderten. Der Tag der Regionen ist in Lorch bereits bekannt und wird erstmals am kommenden Samstag auch in

Gmünd stattfinden. Mit der in Baden-Württemberg seit vielen Jahren mit ministeriellem Gütesiegel gerade in der Gastronomie erfolgreich etablierten Marke „Schmeck den Süden“ würde er gerne als Partner arbeiten, habe aber noch nicht den Zugang gefunden.

© Schwäbische Post 20.09.2010