# "Regionalität, das sind wir“

*Bäuerinnen im Talk über Herkunft, Verantwortung und den Handel*

„Regionalität darf nicht nur ein Etikett sein – sie muss gelebt werden.“ Mit diesen Worten eröffnete Bundesbäuerin Irene Neumann-Hartberger am 25. Juni den virtuellen Bäuerinnen-Talk „Am Puls der Region – Bäuerinnen, Kund:innen und Märkte im Dialog“. Bei dem Online-Austausch kamen rund 20 interessierte Bäuerinnen zusammen, um über den Wert regionaler Lebensmittel sowie der Rolle von Landwirtschaft und Handels im Dialog mit den Konsument:innen zu sprechen.

Neumann-Hartberger betonte in ihrer Begrüßung die Bedeutung gelebter Regionalität: „Wenn wir heute über Regionalität sprechen, dann reden wir nicht nur über ein Schlagwort, das sich möglicherweise gut vermarkten lässt. Wir sprechen über unsere tägliche Arbeit auf den Betrieben.“ Regionalität ist mehr als Herkunft oder Marketingbegriff. Es ist die gelebte Realität für Bäuerinnen und Bauern. Dennoch verwies Irene Neumann-Hartberger auf das Spannungsfeld zwischen dem Wunsch der Konsument:innen nach Regionalität und dem tatsächlichen Einkaufsverhalten, das oft, u.a. aus Preisgründen, dagegen spreche. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten werde zuerst beim Lebensmitteleinkauf gespart, obwohl Ernährung essenziell sei.

In einer kurzen interaktiven Runde sammelten die teilnehmenden Bäuerinnen, was Regionalität für sie bedeutet: Eigenverantwortung, Saisonalität, österreichische Herkunft, Nähe, Bio-Qualität und vor allem Wertschätzung für heimische Produktion.

Die Referentin des Bäuerinnen Talks war Mag.a Tanja Dietrich-Hübner, Senior Adviser für Nachhaltigkeit bei der REWE Group. In ihrer Präsentation ging sie auf die Rolle des Handel bei den Themen Regionalität, Bio und Tierwohl ein. Besonders hervorgehoben hat sie die Bedeutung von ehrlichen Partnerschaften und klarer Kennzeichnung. „Regionalität hat viele Gesichter – aber sie braucht Transparenz, Storytelling und Verlässlichkeit, damit sie für Konsument:innen greifbar wird,“ so Dietrich-Hübner.

Sie verwies auf konkrete Maßnahmen wie das REWE-Programm „Da komm ich her“, das rund 24.000 österreichischen Landwirt:innen den Zugang zum Regal ermöglicht. Besonders im Fokus stehen dabei auch heimische Fische, das Bio-Sortiment und die langfristige Zusammenarbeit mit bäuerlichen Betrieben. Beispielweise verkauft BILLA seit drei Jahren 100 % Frischfleisch aus Österreich. Ziel sei es, so Dietrich-Hübner, regionale Produkte nicht nur verfügbar zu machen, sondern durch klare Kennzeichnung, Storytelling und Kommunikationsinitiativen erlebbar zu machen.

Im Anschluss an den Input von Frau Dietrich-Hübner fand eine rege Diskussion unten den Teilnehmenden statt. Dabei wurden unter anderem Fragen zur Präsentation regionaler Produkte im Handel, zur Vertragsdauer für Lieferant:innen sowie zur Unterstützung innovativer Betriebszweige angesprochen.

Zusammenfassend unterstrich dieser Bäuerinnen-Talk, dass Regionalität nur im Dialog zwischen Bäuer:innen, Handel und Konsument:innen wachsen kann. Oder um es mit den Worten von Tanja Dietrich-Hübner zu sagen: „Nur wenn wir den Wert hinter dem Produkt sichtbar machen, sind Konsument:innen auch bereit, ihn zu bezahlen.“