

**Zeitschrift:** Schweizer Revue : die Zeitschrift für Auslandschweizer  
**Herausgeber:** Auslandschweizer-Organisation  
**Band:** 45 (2018)  
**Heft:** 2

**Vorwort:** Der Bezug zum Lokalen  
**Autor:** Lehtinen, Marko

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 15.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Der Bezug zum Lokalen

- 5 Briefkasten
- 6 **Schwerpunkt**  
Boom der regionalen Bierbrauer
- 10 **Politik**  
Abstimmungen vom 10. Juni  
Schweizer Hilfe in Libyen  
Wirbel um die «Kohäsionsmillion»
- 16 **Wirtschaft**  
Der Wasserstoff-Lastwagen von Esoro
- Nachrichten aus aller Welt
- 17 **Literaturserie**  
Ein Schweizer im  
Urwald Südostasiens
- 18 **Gesellschaft**  
Fritz Osterwalder und  
die 68er – 50 Jahre danach  
Albinen sucht neue Einwohner
- 22 **ASO-Informationen**
- 25 **news.admin.ch**
- 28 **Gesehen**
- 30 **Gelesen / Gehört**
- 31 **Herausgepickt / Nachrichten**



Wein aus Australien, Früchte aus der Karibik, Fleisch aus Argentinien – es ist gar nicht so lange her, da galt: Von je weiter her ein Produkt kommt, desto besser. Die Welt wurde immer vernetzter, exotische ausländische Produkte zu konsumieren hatte etwas Mondänes. Und irgendwie wollte man sich die Möglichkeiten und Absurditäten der Globalisierung auch im Alltag nicht entgehen lassen.

Heute ist es umgekehrt: Je näher ein Produkt hergestellt worden ist, desto besser. Das Bewusstsein für «Herkunftsgerechtigkeit» und lokale Produkte hat sich in den vergangenen zehn Jahren nachhaltig verbessert. Dabei geht es nicht nur um den Umweltschutz. Wie sieht der ökologische Fussabdruck einer Flasche Wein aus, die um die halbe Welt geflogen ist? Es geht auch um ein Interesse an der unmittelbar wahrnehmbaren Umgebung – und letztlich vielleicht sogar um das vertiefte Interesse an der eigenen Herkunft.

Diese Entwicklung hat dazu geführt, dass viele Schweizer Lebensmittelproduzenten auf lokale Spezialitäten umgestellt haben. Sie stehen für Regio-Käse, Regio-Brot oder Regio-Wein. Die Nachfrage nach Apfelsorten aus der eigenen Umgebung ist riesig, und wenn das Fleisch vom Metzger aus dem Nachbardsdorf stammt, ist es dem Konsumenten seinen Aufpreis wert.

Auch das Bier hat diese Entwicklung erfasst. Anstatt ausländisches oder nationales Bier zu trinken, bevorzugen die Schweizerinnen und Schweizer zunehmend kleine regionale Marken. Die Zahl der einheimischen Brauereien ist entsprechend auf über 900 angestiegen. Zwar steht dieser Boom auch im Zusammenhang mit dem Zusammenbruch des grossen Bier-Kartells im Jahr 1991 – wie dem Schwerpunkt dieser Ausgabe zu entnehmen ist. Es ist aber ebenso erfreulich wie frappant, wie sehr die Wertschätzung für regionale Produkte in der Schweiz auch im Bereich der Brauereien zugenommen hat.

MARKO LEHTINEN, CHEFREDAKTOR

Titelbild:

Lokales Bier erfreut sich in der Schweiz zunehmender Beliebtheit. (Darstellung iStock)