



Regiofair geht eigenen Weg



Regiofair-Chef Andi Lieberherr zeigt einen Teil seiner Waren am Standort in Zell.

Bild Corinne Glanzmann

Hauptausgabe

Neue Luzerner Zeitung
6002 Luzern
041/ 429 51 51
www.luzernerzeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 71'668
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 15
Fläche: 65'885 mm²

LIVIO BRANDENBERG
livio.brandenberg@luzernerzeitung.ch

BIOMARKT Der Biomarkt in der Schweiz wächst. Doch viele Produzenten monieren, das sei nur auf den steigenden Import zurückzuführen. Für die Firma Regiofair muss Bio aber auch regional sein.

Am Anfang stand die Idee, unabhängig zu sein. Vor gut sechs Jahren taten sich die Biobetriebe aller Zentralschweizer Kantone zusammen und lancierten das Projekt Regiofair. «Wir haben uns damals überlegt, wie wir Produkte aus regionalen Biobetrieben selber vermarkten können, anstatt sie an die Grosshändler abzugeben und deren Preis- und Qualitätsvorgaben zu akzeptieren. Darum gründeten wir eine eigene Vermarktungs- und Dienstleistungsplattform», sagt Andi Lieberherr, Geschäftsführer von Regiofair und ehemaliger Käser.

Ins Leben gerufen wurde die Regiofair Agrovision Zentralschweiz AG, wie das Unternehmen offiziell heisst, im August 2009. Sie ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Agrovision Burgrain AG. Diese wiederum ist die Firma,

welche die Ziele der Stiftung Agrovision Muri unterstützt und die ihr von der Stiftung übertragenen Aufgaben ausführt. Die Stiftung wurde 2007 gegründet, ihr Zweck und ihre Aufgabe ist es laut Stiftungsurkunde, «für landwirtschaftliche Betriebe bessere wirtschaftliche und nachhaltige Perspektiven aufzuzeigen».

Von der Produktion bis zum Verkauf

Dafür stellte die Stiftung der Firma Agrovision Burgrain rund 9 Millionen als Starthilfe zur Verfügung. In der ersten Projektphase, die vier Jahre dauerte, konnten sich Biobauern, die mit Regiofair zusammenarbeiten wollten, mit Anteilscheinen (Obligationen) an der Firma beteiligen. Dafür erhielten sie einen Zins. Inzwischen sind die Obligationen von der Firma wieder zurückgekauft und getilgt worden. Zusätzlich wurde das Projekt in den ersten fünf Jahren von den sechs Zentralschweizer Kantonen sowie vom Bund unterstützt.

Das elfköpfige Regiofair-Team wickelt heute von der landwirtschaftlichen Produktion – etwa von Fleisch oder Gemüse – über die Logistik bis zum Verkauf die gesamte Wertschöpfungskette ab. Entweder liefern die angeschlossenen Bauern ihre Produkte an die Regiofair-Zentrale in Zell nahe Willisau, oder die Produzenten bringen gleich die Tiere für die Schlachtung. Verarbeitet – etwa luft-

getrocknet – wird das Fleisch dann in der Fleischverarbeitung auf dem Burgrain.

Es sei von Anfang an wichtig gewesen, die Kontrolle über die eigene Marke zu haben, also sagen zu können, «wo die Produkte verkauft werden sollen und wo nicht», sagt Andi Lieberherr. Regiofair beliefert heute von Zell aus rund 160 Verkaufsstellen (Bioläden, Hofläden, Reformhäuser oder Marktfahrer). «Die ersten zwei Jahre haben wir nur in der Zentralschweiz ausgeliefert, dann auch nach Zürich, Basel und jetzt auch nach Bern», sagt Lieberherr. Die Schwierigkeit sei, Logistik mit kleinen Mengen wirtschaftlich zu betreiben.

Jährlich halbe Million Umsatzplus

Für Regiofair geht es nun darum, profitabel zu werden. «Wir haben in den letzten fünf Jahren jedes Jahr 400 000 bis 500 000 Franken mehr Umsatz gemacht», sagt Lieberherr. Und auch in diesem Frühling läuft es gut: Laut dem Geschäftsführer ist der Umsatz im ersten Quartal, verglichen mit dem Vorjahr, um einen Viertel gestiegen. Und Regiofair will weiter wachsen, dabei jedoch ein Nischenbetrieb bleiben. Heute hat die Firma rund 500 Produkte von 100 Biobetrieben in der Zentralschweiz im Sortiment. «Weil wir nicht so gross sind, können wir schnell reagieren, wenn wir sehen, was der Markt braucht», so Lieberherr.