

## **RegioFair Agrovision Zentralschweiz AG**

### **Projekt: RegioFair Zentralschweiz**

Das Ziel des Projektes ist die Schaffung einer Vermarktungsplattform für regionale biologische Produkte als zentrales Bindeglied zwischen den marktorientierten Bioproduzenten, den Bio-Verarbeitern und dem Absatzmarkt der Zentralschweiz. Die Marke RegioFair soll das Vertrauen in regionale Bioprodukte stärken und den Absatz fördern.

Involvierte Agentur: Agentur Frontal AG, Willisau.

### **Eine Kraftquelle für den Markt regionaler Bioprodukte**

Bio verzeichnet zweistellige Zuwachsraten. Deshalb wird rund ein Drittel der schweizweit umgesetzten Bioprodukte aus dem Ausland importiert – mit steigender Tendenz. Dem gegenüber fehlt vielen kleinen Biobauern der Zentralschweiz der Marktzugang, obwohl sie an einer direkten Vermarktung in der Region interessiert sind. Andererseits beklagen sich Biofachhändler, selbstständige Detailhändler und Gastronomen über fehlende Belieferungs-Bedingungen. Das vorliegende Projekt will hier eingreifen und zentrales Bindeglied zwischen Produzenten, Verarbeitern und Absatzmarkt sein.

### **RegioFair steht für nachhaltige Bioprodukte aus der Region**

Bio RegioFair: der Name ist Programm. Biologische Produkte aus der Region brauchen keine langen Transportwege und sind somit klimaaoptimal. Ihre faire Vermarktung ist das wichtigste Differenzierungsmittel des Labels für Handel und Konsumenten. Die Preise sollen somit transparent sein, damit preissensible Konsumenten bereit sind, einen Mehrpreis zu bezahlen. Die Bauern werden in diesem Projekt nicht als Planwirtschaftler gesehen, sondern als Unternehmer, die den Markt bis hin zum Konsumenten aktiv mitgestalten.

### **Positiver Start mit Entwicklungspotenzial**

Wer einen Markt erschliessen will braucht Geld, Zeit, Infrastruktur und Logistik. Es dauerte zwei Jahre, um die 750 Biobauernfamilien und die Bio-Vereine der Zentralschweiz für die RegioFair Idee zu gewinnen. Die Finanzierung wurde aus verschiedenen Quellen sichergestellt – Produzenten, Agrovision Burgrain AG als Trägerin des Projektes, Bund und Kantone. Das Startsortiment umfasst 200 Artikel, Logistik, Marketingkonzept und Absatzformen mussten konzipiert und umgesetzt werden. RegioFair ist seit Januar 2010 auf dem Markt aktiv. Der Anfangserfolg ist beachtlich, und obwohl noch kein Nachweis der Nachhaltigkeit besteht, weil das Projekt noch zu jung ist, deuten die Starterfolge auf ein entwicklungsfähiges Potential hin.

**Fazit:** RegioFair ist das erste Unternehmen, das die Begriffe Bio, Regio und Fair vereint. Mit einem guten Konzept wird den regionalen Biobauern der Marktzugang ermöglicht und dem Handel ein attraktives Bio-Regio-Sortiment geboten. Unter der Voraussetzung überdurchschnittlicher Dienstleistungen und dem Bestreben, die Bedürfnisse aller Interessengruppen zu berücksichtigen, wird dieses Projekt am Markt erfolgreich bleiben.

[www.regiofair.ch](http://www.regiofair.ch)

[www.agenur-frontal.ch](http://www.agenur-frontal.ch)