

## **Pressemitteilung**

Weinfelden, 08. März 2013

### **Mit „Krafftutter“ erfolgreich gestärkt**

**Über 120 Personen aus der Ernährungsmittelbranche nahmen am Donnerstag, 07. März 2013, am 1. Ostschweizer Food Forum im Rathaus Weinfelden teil. Im Mittelpunkt der eintägigen Veranstaltung stand die Frage, was „Swissness“ bedeutet und wie man diesen Begriff in der Praxis anwenden sollte.**

Das 1. Ostschweizer Food Forum fand unter dem Motto „Ostschweizer Krafftutter“ statt und wurde gemeinschaftlich von der Agro Marketing Thurgau AG, dem Kompetenzwerk Ernährungswirtschaft und dem Standortmarketing Thurgau organisiert.

Ständige Innovation ist wichtig

Am Vormittag legten diverse Nahrungsmittelproduzenten wie „Biotta“, „Maestrani“ und „Maya Popcorn“ dar, dass ihr anhaltender Erfolg vor allem auf langjährig gewonnenes Konsumentenvertrauen basiert. Dieses könne jedoch nur durch hervorragende Qualität, hohe Qualitätssicherung, ein glaubwürdiges Produkt und ständiger Innovation gewonnen werden, so der Tenor.

„Trendy sind andere“

Der Nachmittag stand ganz im Zeichen der Bedeutung von „Swissness“. Für Marketingexperte Stephan Feige ist das Schweizer Kreuz „fast unschlagbar“, wenn es um die positive Ausstrahlung gehe. „Da spielt die Schweiz in der Champions League“. Zugleich haften Schweizer Produkten aber nicht nur das Image der hohen Qualität und Zuverlässigkeit, sondern auch ein wenig das der gepflegten Langeweile an. „Trendy sind in der Regel andere“, so Feige. Keinen eindeutigen Trend gab es in der Podiumsdiskussion, in der Vertreter der Landwirtschaft und der Nahrungsmittelindustrie ihre Argumente austauschten. Zwar waren sich alle darin einig, dass das Label „Swissness“ ein Vorteil sei, den es geschäftlich zu nutzen gelte. Doch konnten sich die Seiten nicht darauf einigen, ob „Swissness“ schon für Produkte gelten sollten, die nur zu 60 Prozent (Hersteller) oder mindestens zu 80 Prozent (Landwirtschaft) aus einheimischen Produkten bestünden.

Neuaufgabe garantiert

Zufrieden zeigten sich auch die Veranstalter. Frank Burose, Geschäftsführer des Kompetenznetzwerks Ernährungswirtschaft, freute sich „über die tollen Gespräche, den reibungslosen Ablauf und die gute Resonanz des Publikums.“ Mit über 120 Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurden die Erwartungen übertroffen. Geht es nach den Organisatoren, so wird das Ostschweizer Food Forum keine einmalige Veranstaltung gewesen sein. Ob es aber zukünftig im Ein- oder Zweijahres-Rhythmus durchgeführt werden wird „müssen wir noch offen lassen“, so Burose.

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

Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft  
Frank Burose (Geschäftsführer)  
Thomas-Bornhauser-Strasse 14  
CH-8570 Weinfelden  
Tel. +41 (0)71 620 30 92  
[burose@ernaehrungswirtschaft.ch](mailto:burose@ernaehrungswirtschaft.ch)

Agro Marketing Thurgau AG  
Simone May (Geschäftsführerin)  
Egelmoosstrasse 1  
CH-8580 Amriswil  
Tel. +41 (0)71 410 28 64  
[simone.may@agro-marketing.ch](mailto:simone.may@agro-marketing.ch)



Der Marketingexperte Stephan Feige von htp St. Gallen betont die positive Ausstrahlung des Schweizer Kreuz.



Wie viel „Schweiz“ muss drin sein, wenn „Schweiz“ drauf steht? Am 1. Ostschweizer Food Forum diskutieren namhafte Köpfe diese Fragen aus unterschiedlichen Perspektiven.

von links nach rechts: Markus Abt (Leiter Unternehmenskommunikation & Public Affairs Unilever Schweiz GmbH), Jürg Maurer (Stv. Leiter Direktion Wirtschaftspolitik Migros-Genossenschafts-Bund), Moderator Stefan Nägeli von TELE TOP, Dr. Thorid Klantschitsch (Präsidentin SVIAL) und Urs Schneider (Stv. Direktor Schweizerischer Bauernverband).