

Ostschweizer Food Forum: Megatrend Regionalität bietet Chancen

Lokal produzierte Lebensmittel finden immer mehr Anhänger. Am dritten Food Forum in Weinfelden diskutierten Fachleute, wie die Lebensmittelbranche dem «Megatrend» begegnen soll. (Teil 1)



Roland Kauderer von der «Öpfelfarm» will die Wertschätzung für lokale Produkte steigern.

HANS PETER SCHNEIDER. «Was heisst Regionalität». Dies fragte Stefan Nägeli von Tele Top die Teilnehmer und Teilnehmerinnen des dritten Food Forums in Weinfelden gleich zu Beginn. Und warum wurde überhaupt dieses Thema auf das Programm gesetzt? Weil dies die Teilnehmer des letzten Forums vorgeschlagen

haben, war die Antwort der Organisatoren des Anlasses vom 5. März 2015 im Weinfelder Rathaus, Simone May von Agro Marketing Thurgau AG und Frank Burose vom Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft in Weinfelden. Schliesslich hat sich das Thema in den letzten Jahren zu einem Megatrend entwickelt. Korrekt eingesetzt bietet Regionalität den Lebensmittelherstellern einige Chancen. «Regionalität ist keine kurzfristige Mode gegen die Globalisierung und auch kein Neo-Biedermeier» sagte Simone May. Der Megatrend bündelt vielmehr verschiedene Trends, wie zum Beispiel die «Landlust», «Urban Farming», do-it-yourself und ganz einfach etwas erleben, schmecken und riechen und nicht einfach nur digital zu konsumieren.

Innovationspark im «Food-Kanton»

Kaspar Schläpfer, Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Thurgau, führte aus, dass früher natür-

lich naheliegende Gründe für regionale Lebensmittel sprachen. Die Stichworte: Kühlung und Transport. Heute sei hingegen alles verfügbar; in einer maximalen Produktpalette und zu jeder Jahreszeit. Darum gibt es laut Schläpfer das starke Verlangen nach Produkten vom «Nachbar»-bauern – direkt von der Scholle. Schläpfer machte selbstverständlich auch Standortwerbung. Und zwar für den geplanten Agrofood Innovationspark auf dem ehemaligen Armeegelände in Frauenfeld. Dieses Jahr gebe es ein Umsetzungskonzept für das Projekt, das künftig den Nährboden für eine Innovationskultur bieten soll, führte Schläpfer aus. Sowieso sei die Ernährungswirtschaft im Kanton Thurgau eine zentrale Branche. Jeder fünfte Thurgauer arbeite in der Lebensmittelbranche und kantonsweit würden zwei Milliarden Umsatz jährlich gemacht.

Thurgauer «Öpfelringli»

Auch ein Thurgauer war der nächste Referent, der aus dem Apfel, dem Vorzeigeprodukt des Kantons «Mostindien», ein innovatives Nahrungsmittel machte. Roland Kauderer von der «Öpfelfarm» in Steinebrunn hat innert 20 Jahren mit getrockneten Apfelingeln ein über die Region hinaus bekanntes Unternehmen aufgebaut, das heute 350 Tonnen Apfelingel verkauft. Obwohl ihm oft geraten wurde, einen grösseren Laden zu bauen, sei es ihm wichtig, den Charakter des Hofladens zu behalten. «Man kennt sich dort», sagte Kauderer.

Konstanz ist nicht weit und der tiefe Eurokurs lockt. Doch der Landwirt, der sein Land verpachtete, um sich mit seinen acht Angestellten ganz auf das neue Geschäftsmodell «Öpfelringli» zu konzentrieren, liebt es, den Kunden und Kundinnen zu erklären, dass er auch in der Schweiz Löhne zahle. Sein Ziel ist es, die Wertschätzung einheimischer Produkte zu fördern. Seine Philosophie zur Regionalität: Wenn er Apfelingel nach Genf verkauft und dabei einen chilenischen Anbieter verdrängt, ist dies für ihn in Ordnung. Doch wenn dann ein Waadtländer Apfelproduzent seinen Platz einnehme, sagt er, habe er dies letztlich auch zu akzeptieren.

hanspeter.schneider@rubmedia.ch



Kaspar Schläpfer, Volkswirtschaftsdirektor des Kantons Thurgau, will einen «Nährboden» für Innovationskultur schaffen.

Ostschweizer Food Forum

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe von *alimenta* den zweiten Teil zum Food Forum.