

Starker Thurgauer Auftritt in Zürich – mitten in der Nacht

Nachdem die letzten Strohballenarenen in den Bereichen Milchwirtschaft, Kartoffelbau und Legehennenhaltung im Thurgau stattfanden, ging es diesmal über die Kantonsgrenze hinaus.

Der Thurgau und Zürich arbeiten auf verschiedenen Ebenen zusammen wie beispielsweise das Tannzapfenland mit dem Pro Zürcher Berggebiet. So nutzten die Thurgauer Veranstalter der Strohballenarena, das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft, Agro Marketing Thurgau, Regio Frauenfeld, BBZ Arenenberg und Pro Zürcher Berggebiet die Aktion der Stadt Zürich «Zürich isst», um für einmal die Strohballenarena ausserhalb des heimischen Kantons durchzuführen. Dies im Wissen, dass viele Thurgauer Gemüse- und Obstproduzenten den Vertriebskanal des Zürcher Engrosmarkt benutzen. Eine ideale Gelegenheit also, zu beobachten, wie die Vertriebskanäle der Thurgauer Produkte laufen.

Zürich – interessante Diskussion auf Strohballen und Gemüsekestli

So richtete das Veranstalterteam die Strohballenarena mit vom Juchhof Zürich bereitgestellten Strohballen

Die Strohballenarena

Informationen zur Strohballenarena findet man unter: www.strohballenarena.ch

Die Anlässe sind für die breite Öffentlichkeit bestimmt. Die Organisatoren wollen die Land- und Ernährungswirtschaft den Menschen öffnen und näher bringen. Die beiden eng verknüpften Wirtschaftsbranchen sind für die Regio Frauenfeld und den Kanton Thurgau wichtig und prägend. Mit dem Veranstaltungsformat der Strohballenarena wollen die Initianten diese Bedeutung hervorheben.

len und, themenbezogen ergänzt, mit Gemüsekestli von IFCO SYSTEMS Schweiz ein.

Frank Burose vom Kompetenznetzwerk, Simone May vom Agro Marketing TG, Daniel Bauer von der Regio Frauenfeld und Corina Stäheli von Pro Zürcher Berggebiet durften um 22.30 Uhr rund 100 Personen aus dem Umkreis von Zürich und Thurgau, von Produzenten, Verarbeitern bis hin zu den Endverbraucherkreisen im Zürcher Engrosmarkt begrüßen. In der Folge referierten direkt neben den Geleisen der Eisenbahn, umherfahrenden Staplern und LKWs kompetente Persönlichkeiten. So stellte Engrosmarkt-Geschäftsführer Michael Raduner, übr-



Die rund 90 Besucher lauschen interessiert den Worten der Referenten und diskutieren aktiv mit. (zVg)

gens ein ehemaliger BBZ-Arenenberg-Gemüsebauexperte, den Betrieb vor. Dabei deutete er darauf hin, dass nebst vielen Arbeitsplätzen der Engrosmarkt mit täglich 1500 Kundenbewegungen eine wichtige Drehscheibe in der schweizerischen Nahrungsmittelversorgung ist.

Sepp Egger, Gemüseproduzent aus dem Mittelthurgau, wies in seinen Ausführungen deutlich darauf hin, dass der Hauptteil der Endkunden nach wie vor schönste visuelle Qualitäten wünscht. Dies löste in der Arena eine rege Diskussion zwischen Konsumenten aus, welche bereit wären, für noch besseren Geschmack und Aromen bei der Schönheit Einschränkungen hinzunehmen. Diese angeregte Diskussion dominierte den weiteren Verlauf der Referate. So berichtete Ernst Bachmann, Gastronom, Kantonsrat und Präsident Gastro Zürich von der Zusammenarbeit zwischen Gastronomie und Landwirtschaft. Dabei deutete er auf das Spannungsfeld hin, dass die Gastronomiebetriebe gute Kunden der Landwirtschaft wie auch grosse Arbeitgeber und Ausbilder sind, aber da und dort direkt in Konkurrenz zur Paralandwirtschaft stehen. In diesem Kontext wünschte Bachmann eine koordinierte Zusammenarbeit im Bereich Gastronomie und Besenwirtschaften. Dabei sieht er durchaus Chancen für beide Seiten, wenn die Qualität hochgehalten wird. Bezüglich Steigerung der Qualität und der Abgrenzung zu Inland- und Importprodukten nahm Jimmy Mariéthoz, zurzeit noch Leiter der Beratung Obst, Gemüse und Beeren beim BBZ Arenenberg, designierter Direktor des Schweizerischen Gemüseproduzenten Verbands, Stellung. Die Diskussionsthemen Bioproduktion und Regionalität fachten sich in der Arena gegenseitig an. Aus Konsumentenkreisen kam der Wunsch nach einer noch deutlicheren Positionierung der Schweizer Produkte und Produzenten auf, das Preisgefälle entsprechend deutlicher ausweisen zu können. Dazu wird eine vermehrte Öffentlichkeitsarbeit der Regionalproduzenten erwartet, um die Produkte vermehrt sichtbar und erlebbar zu machen.

Gemüse-Mitternachtssnacks und Betriebsführung

Manuela Vogel vom BBZ Arenenberg zeigte mit der Präsentation den Gemüse-Mitternachtssnacks auf,



wie geschmackvoll und repräsentativ Gemüse angeboten werden kann.

Im Anschluss an die Strohballenarena präsentierte Michael Raduner mit seinen Mitarbeitern den Engrosmarkt. Dieser kommt werktags so richtig um 01.00 bis 10.00 Uhr zu laufen. Zuvor fahren grosse Zuliefer-LKWs an die Abladerampe, wobei darunter nicht unbedeutend viele Thurgauer Nummernschilder auszumachen sind. Ebenfalls kurz nach Mitternacht fahren die Mitarbeiter der Zürcher Gemüsevertriebsfirmen ein, bevor schon Gemüsehändler aus der ganzen Deutschschweiz mit ihren Kleinlastern eintreffen.

Bei der Betriebsbesichtigung war augenfällig, wie da und dort die (Thurgauer) Strohballenarena-Besucher und Gemüseproduzenten ihre Gemüsehändler-Kunden im Engrosmarkt trafen und herzliche Gespräche führten.

Bernhard Müller, Leiter regionale Entwicklung BBZ Arenenberg, konnte bei der Verabschiedung das Fazit ziehen: «Die Strohballenarena ist nicht nur eine interessante Diskussionsplattform, sondern unterstützt den Verkauf an der Front, ganz unter dem Thurgauer Motto «die Produktion beginnt am Markt». (zvg)