

## 4. Ostschweizer Food Forum 2016 in Weinfelden

**Unternehmerisch konkret: Renoviert – innoviert – wachgeküsst**

**Zentrales Thema des Food Forums waren Innovationen und kleine Erfolgsgeschichten von Unternehmern, die ihre Nische am Markt gefunden haben. Die Organisatoren des Ostschweizer Food Forums, Simone May, Geschäftsführerin von Agro Marketing TG und Frank Burose, Geschäftsführer des Kompetenznetzwerks Ernährungswirtschaft stellten den Anlass von Anfang März unter das Motto «Renoviert – innoviert – wachgeküsst».**

Zu Markus Bühler aus Hallau (SH), der ab 2013 von zwei pensionierten Metzgern in Hallau das Handwerk des Wurstens erlernte, passte dieses Motto gut. Mit seinem Entschluss, künftig in der stillgelegten Metzgerei Pfistner Würste herzustellen, erweckte er einen Betrieb quasi aus dem «Dornröschenschlaf». Derzeit produziert er monatlich zwischen 50 bis 100 kg Wurst. Markus Bühler, der in der heimischen Gastronomieszene als «Der Wurstmacher» bereits einen Bekanntheitsgrad erreichte, ist Quereinsteiger in der Branche. Zunächst erlernte er den Beruf des Chemielaboranten, heute ist er als Physiothera-

peut in Teilzeit tätig. Das Interesse an Fleischverarbeitung und am Erproben von Rezepturen wurde in seiner Kindheit geweckt. Er schilderte, wie gerne er sich an die Küchengerüche aus der Kindheit erinnere, insbesondere an den Sonntagsbraten am Familientisch. Als «Erfolgsrezept» für seine Spezialitätenwürste, mit regionalen und saisonalen Zutaten, nannte er die Berücksichtigung individuellster Kundenwünsche. Das Fleisch bezieht er, wenn immer möglich, von Landwirten und Jägern aus der Region. Markus Bühler arbeitet als Ein-Mann-Betrieb und tätigt sämtliche Abläufe, von der Herstellung, Vertrieb und Vermarktung, bis zur Auslieferung selbst.

**Wenn Standortnachteile zu Vorteilen werden**

Sein Erfolg in einem Nischenmarkt bereite ihm grosse Freude, sagte Markus Bühler. Mit dem bisher Erreichten gebe er sich nicht zufrieden: Er möchte weitere Gastronomiebetriebe beliefern.

Dass Standortnachteile innovativen Ehrgeiz auf besondere Art und Weise erwecken und zu Höchstleistungen motivieren, davon handelte das Referat von Marcel Heinrich vom Biohof Las Sorts aus Filisur. Sein Familienbetrieb, der sich in einer Randregion befindet, musste schon in den Generationen zuvor um seine Existenz kämpfen. Heute geniesst der Biohof Las Sorts von Marcel und Sabina Heinrich dank seiner Bergkartoffeln in der Spitzengastronomie, und bei einer treuen Privatkundschaft, aus der ganzen Schweiz einen recht hohen Bekanntheitsgrad. Zu Beginn dessen, was Marcel Heinrich als die Erfolgsgeschichte der «verrückten Bergkartoffeln» bezeichnet, stand ein Schlüsselerlebnis, Ende der 1990er-Jahre. Als er einem Restaurant seine Biokartoffeln anlieferte, und dort zur Kenntnis nahm, wie wenig achtsam mit diesen umgegangen wurde, erweckte dies bei ihm Unzufriedenheit. Er entschloss sich, sein «Projekt Bergkartoffeln» zu lancieren, um damit neue Wege der Vermarktung zu beschreiten. Ab 2001 begann Marcel Heinrich erste Sortenversuche mit Pro Specie Rara-Sorten. Bald interessierte sich der Detailhandel für seine «Parli», und zwischen 2004 bis 2007 wurde damit die Zusammenarbeit mit



Markus Bühler aus Hallau und der Biolandwirt Marcel Heinrich aus Filisur (von links) schilderten am Ostschweizer Food Forum, wie sie mit Spezialitäten ihre persönliche Marktnische gefunden haben. (is)



Sie diskutierten am Food Forum darüber, wie es mit Innovationen und oft auch unternehmerischem Risiko gelingen kann, sich in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten am Markt zu behaupten (von links): Edgar Sidamgrotzki, Amt für Wirtschaft und Arbeit, Dominic Meyerhans, Meyerhans Mühlen AG, Stefan Nägeli (Moderator), Simone Jones, Betty Bossi AG, Fritz Meier von Gebrüder Meier Gemüseulturen AG, Dällikon, Patricia Dähler, Tröpfel GmbH, und Marcel Siegwart vom Restaurant «Silo 5».

einem Grossverteiler in die Wege geleitet. Ab 2009 entschied sich Marcel Heinrich für die Abkehr vom Detailhandel. Er beschritt, gemeinsam mit dem Gastronomen Freddy Christandl, einmal mehr neue Wege der Vermarktung, diesmal über die Gastronomie.

### **Erfolgreich in Nischenmärkten**

Seit 2001, mit zunächst 5 Tonnen Kartoffeln und wenigen Sorten, steigerte der Biohof die Produktion im 2015 auf zirka 60 Tonnen und 34 Kartoffelsorten. Als Erfolgsrezept für die Bergkartoffeln bezeichnete Marcel Heinrich die engagierte Zusammenarbeit eines ganzen Teams.

Zum Ausklang des Forums thematisierte eine Podiumsdiskussion, moderiert von Stefan Nägeli von Tele Top, wie in wirtschaftlich schwierigen Zeiten unternehmerische Innovationen und Erfolge möglich sind. An der Diskussion beteiligten sich Patricia Dähler von der Tröpfel GmbH, Dominic Meyerhans von der Meyerhans Mühlen AG, Marcel Siegwart vom Restaurant «Silo 5» in der Bodenseeregion, Edgar

Sidamgrotzki vom Amt für Wirtschaft und Arbeit TG, Simone Jones, tätig bei der Betty Bossi AG, und Fritz Meier, der Salate in Hydrokulturen anbaut. Aus den verschiedenen Schilderungen resultierte im Fazit, dass für kleingewerbliche Betriebe intakte Chancen vorhanden sind, wenn sie es verstehen, andere neue Werte zu erschaffen und auf spezifische Kundenbedürfnisse rechtzeitig zu reagieren.

Und es benötige Geduld, Ausdauer und den Glauben an den eigenen Erfolg. Insbesondere dann, wenn das persönliche Umfeld den Projektideen mit Zweifel und Bedenken begegnet. Um «seine» Nische zu finden, sei es von grossem Vorteil, sich mit Trends und den ständig verändernden Konsumgewohnheiten und -vorlieben auseinanderzusetzen. Darüber hinaus sei Transparenz und Rückverfolgbarkeit ein Erfolgsfaktor für Nischenplayer.

Die Runde vertrat die Meinung, dass der Staat gefordert sei, mit strategischen Rahmenbedingungen zur Wirtschaftsförderung beizutragen.

*Isabelle Schwander*