

CARTE BLANCHE

**SIMONE
MAY**

ist Geschäftsführerin
der Agro Marketing
Thurgau AG



**FRANK
BUROSE**

ist Geschäftsführer des
Kompetenznetzwerks
Ernährungswirtschaft
in Weinfelden



Genuss im Wandel

► Unsere Vorstellungen von Genuss, was Essen angeht, verändern sich. Es ist nicht mehr sinnlose Opulenz und Dekadenz, die unsere Herzen genussvoll höher schlagen lassen. Schliesslich sitzen auch unser Gewissen und unsere Ansprüche mit am Tisch. Denen liegt so manche dubiose Zutat schwer im Magen. Natürlich möchten wir als weltoffene, weit gereiste Gäste und Konsumierende aber dennoch kulinarisch verwöhnt werden. Verlangen wir da nicht ein wenig viel? Wie passt das alles unter einen Hut bzw. auf einen Teller?

Wir haben Glück. Denn eine junge Generation von Produzenten steht in den Startlöchern. Sie teilen unsere Ansprüche und möchten mit ihrem Essen aktiv positiven Einfluss nehmen auf die Lebensbedingungen von Menschen und Tieren. Dazu überwinden sie Grenzen, verbinden die Essenskulturen verschiedener Gesellschaften und setzen auf neue Geschäftsmodelle,

« Das Einkaufs- und Genussverhalten wird sich noch stärker ausdifferenzieren.

nicht zuletzt auch bei der Zubereitung. Aber Wandel will gemeistert sein. Wir dürfen gespannt sein, wie diese neue Generation von Unternehmerinnen und Unternehmern gemeinsam mit den etablierten Marktakteuren die Werte und Ideen der Schweizer

Ernährungswirtschaft beeinflussen und nachhaltig verändern.

Zu welchen Verhaltensänderungen in unserer Einkaufs- und Esskultur sind wir überhaupt bereit? Interessant wird sein, wie sich die Marktanteile bei den verschiedenen Verkaufspunkten wie Hofladen, Dorflädeli, Supermarkt und Discounter langfristig entwickeln werden. Ich vermute, dass sich das Einkaufs- und das Genussverhalten noch stärker ausdifferenzieren werden. Regionalität wird flexibel definiert und Grenzen beim Einkaufstourismus werden ohnehin mühelos überwunden. Schliesslich erhö-

hen Vielfalt und Abwechslung den Genussfaktor und tragen dazu bei, dass Lebensmittel viel mehr sind als «nur» Essen.

Doch die Umwälzungen werden nicht alle in unserer Gesellschaft betreffen. Sicher wird es weiterhin einen Anteil Konsumierender geben, der sich nur geringfügig dafür interessiert, wie sein Essen produziert wurde. Jedoch wird der Anteil derer, die gezielt einen Blick hinter die Kulissen der Produktion und Verarbeitung werfen, steigen. Sie hinterfragen die heutige Strukturen und ebnen so neuen Produkten und neuen Geschäftsmodellen in der Ernährungsbranche den Weg.

Spannend wird sein, wie stark die aktuellen wirtschaftlichen Strukturen, wie z.B. Produkt-Marktanteile im Handel, durch unseren Genusswandel aufgebrochen werden und was dies langfristig für den Standort Schweiz bedeutet. Ich erwarte, dass die etablierten Unternehmen noch den einen oder anderen Prozentpunkt an Marktanteilen an aufstrebende Startups abgeben werden und dies sogleich durch Übernahme «der Kleinen» wettzumachen versuchen.

Diesen Transformationen auf den unterschiedlichen Stufen der Wertschöpfungskette widmet sich das 7. Ostschweizer Food Forum «Genuss im Wandel – zwischen Generationen, Grenzen, Gesellschaften und Geschäftsmodellen» am 8. Januar 2019 in Zusammenarbeit mit Culinarium. Bitte beachten Sie dazu auch die Programmübersicht in diesem Heft (S. 28).

Simone May und Frank Burose wirken bei der Organisation des 7. Ostschweizer Food Forums mit.

► In dieser Rubrik äussern Vertreter aus Lebensmittelindustrie und Branchenverbänden ihre Meinung zu aktuellen Themen.