

GUT, GIBT'S DIE SCHWEIZER BAUERN.

www.landwirtschaft.ch



Erfolgreiches erstes Ostschweizer Food Forum

11.03.2013 - (lid) – Am 7. März fand in Weinfelden TG das 1. Ostschweizer Food Forum statt. Thema war die Swissness-Vorlage. Mit 120 Teilnehmern seien die Erwartungen übertroffen worden.

Für Marketingexperte Stephan Feige ist das Schweizer Kreuz „fast unschlagbar“, wenn es um die positive Ausstrahlung geht. „Da spielt die Schweiz in der Champions League“. Zugleich hafte an Schweizer Produkten aber nicht nur das Image der hohen Qualität und Zuverlässigkeit, sondern auch ein wenig das der gepflegten Langeweile. „Trendy sind in der Regel andere“, erklärte Feige gemäss Medienmitteilung.



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.

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

Organisiert wurde das 1. Ostschweizer Food Forum von der Agro Marketing Thurgau AG, dem Kompetenzwerk Ernährungswirtschaft und dem Standortmarketing Thurgau. Mit 120 Teilnehmern seien die Erwartungen übertroffen worden, teilen die Veranstalter mit. Künftig soll das Ostschweizer Food Forum im Ein- oder Zweijahres-Rhythmus durchgeführt werden.

Links:

www.foodforum.ch

[Zurück](#)