

Hohe Markenvielfalt bei den Betrieben der Thurgauer Ernährungswirtschaft

Die leistungsstarke und vielfältige Thurgauer Ernährungswirtschaft ist über die Grenzen des Kantons hinaus bekannt. Die zusammenfassende Darstellung seiner bekanntesten Marken und Unternehmenslogos auf der Stufe der Verarbeitungsbetriebe auf einem Markenplakat jedoch ist einmalig.



Auf dem ersten Markenplakat ist die Vielfalt und Stärke der Thurgauer Ernährungswirtschaft grafisch dargestellt.

Bäuerliche Produktion und Lebensmittelindustrie

Vom Hofladen bis zur modernen Lebensmittelindustrie zeigt der Thurgau seine Leistungsfähigkeit. Die traditionelle Agrar-Produktion ist stark verwurzelt, aber auch Genuss-Produkte finden immer häufiger den Weg aus dem Thurgau in den Schweizer respektive internationalen Detailhandel. Hochwertige Lebensmittel aus Anbau und Aufzucht gehören zur Tradition der Thurgauer Ernährungswirtschaft. Ein grosser Teil des in der Schweiz verzehrten Gemüses oder Obstes stammt aus dem Kanton. Oft stecken bekannte Marken dahinter, die schweizweit einen hervorragenden Ruf geniessen. Dieser Aspekt will bekannt gemacht werden. Deshalb haben das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft, Agro Marketing Thurgau AG und Standortmarketing Thurgau im Amt für Wirtschaft und

Arbeit die erste Ausgabe des Thurgauer Markenplakats entwickelt. «Wir haben uns zum Ziel gesetzt, die Stärke und die Vielfalt der Thurgauer Ernährungswirtschaft grafisch darzustellen. Vielen sind einzelne Marken sehr wohl bekannt, doch erst in dieser Dichte dargestellt wird deutlich, wie breit der Thurgau in dieser Branche aufgestellt ist», erläutert Simone May, Geschäftsführerin der Agro Marketing Thurgau AG.

«Wussten Sie...?»

Unter diesem Motto wird die Leistungsfähigkeit der Ernährungswirtschaft im Kanton Thurgau untermauert. Wussten Sie, dass rund zwei Drittel der Schweizer Hefe aus dem Thurgau kommt, jährlich rund 6 000 Tonnen Käse aus dem Thurgau exportiert werden, rund 90 Prozent des Schweizer Trutenfleisches von hier stammt oder jeder dritte Tafelapfel, der in der Schweiz gegessen wird, an einem Thurgauer Baum wuchs?

Fokus liegt auf Verarbeitungsbetrieben

Das Plakat berücksichtigt nur Betriebe, die auf Stufe Verarbeitung tätig sind, das heisst sie produzieren aus einer Zuckerrübe Kristallzucker, aus Milch und weiteren Zutaten Eis oder Käse, aus einem Apfel machen sie Saft, aus einem Schwein wird Wurst. Eine Weiterentwicklung ist vorgesehen und könnte bei Produktionsbetrieben oder Handelsunternehmen liegen. «Hier sind wir sehr

offen für Anregungen aus den Unternehmen», betont Frank Burose, Geschäftsführer des Kompetenznetzwerks Ernährungswirtschaft.

Zweite Auflage vorgesehen

Einige Branchen der Ernährungswirtschaft konnten leider nicht berücksichtigt werden, diese sind gesamthaft dargestellt. So geschehen mit dem Wein-, Gemüse- und Obstbau sowie der Fischerei. Ähnlich verhält es sich mit Metzgereien, Bäckereien und Käsereien. Andernfalls wäre das Plakat zu unübersichtlich geworden. Auch hier gilt, dass die in der ersten Version nicht berücksichtigten Player gerne in einer Folgeversion aufgenommen werden können. Sicher gilt auch dann, dass die Unternehmen über ein eigenes Logo und eine eigene Homepage verfügen müssen. Auch soll die Marke eine gewisse Strahlkraft besitzen.

Vielfältiges Zielpublikum

Das Zielpublikum, welches mit dem Markenplakat erreicht werden soll, setzt sich in erster Linie aus Wirtschaftsfachleuten und Entscheidungsträgern aus der Ernährungsbranche zusammen. Es wurde und wird aber auch Fachzeitschriften beigelegt und an Veranstaltungen und Messen – auch im Ausland – so zuletzt an einer Regionalmesse mit Schwerpunkt Ernährung im polnischen Rzeszów, gezeigt.

Per E-Mail bestellen

Das erste Thurgauer Markenplakat «Die Thurgauer Ernährungswirtschaft. Starke Marken für die Schweiz» lag der letzten Ausgabe des TGV aktuell bei. Wenn Sie weitere Exemplare möchten, können Sie diese kostenfrei beim Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft bestellen: info@ernaehrungswirtschaft.ch.