

St.Galler Tagblatt Online, 02. August 2011 01:06:44

Immer die passende Antwort



Kennt sich aus: Der promovierte Agrarfachmann Frank Burose hat vor seinem Studium zuerst Landwirt gelernt. (Bild: Reto Martin)

In der Schweiz ist es das erste seiner Art: Das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft. Angesiedelt beim Thurgauer Gewerbeverband in Weinfelden, leitet Geschäftsführer Frank Burose dort die Geschicke. Aufbauarbeit steht an.

Herr Burose, was hat Sie bewogen, sich für diese Stelle zu bewerben?

Frank Burose: Es reizt mich, etwas komplett Neues aufzubauen. Das Stellenprofil mit seinen vielschichtigen Aufgaben hat mich sehr angesprochen.

Einfach wird das nicht.

Burose: Auch darin liegt eine Herausforderung. Grundsätzlich ist zu bedenken, dass das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft quasi bei Null gestartet ist und das Einrichten einer Geschäftsstelle und der Aufbau eines Netzwerks selbstredend nicht von heute auf morgen geschehen können. Dennoch bin überzeugt, auf die Fragen der Unternehmerinnen und Unternehmer immer eine passende Antwort zu finden. Ich kann, denke ich, meine Stärken ausspielen.

Die da wären?

Burose: Die Verantwortung tragen und Arbeit in Bereichen wie Organisation, Networking, Kommunikation und Wissenstransfer. Der Wissenstransfer von der Forschung in der Praxis ist mir stets ein grosses Anliegen. Ausserdem soll die Beratung und Innovationsförderung unter drei Aspekten geschehen: fit for the markets, fit for partners und fit for news. Es gilt die Player der Land- und Ernährungswirtschaft zu vernetzen als Antwort auf die Öffnung der Grenzen.

Der Name Thurgauer Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft ist aus Sicht des Marketings eher zu lang, oder?

Burose: (lacht) Als eine der ersten Massnahmen ist der ursprüngliche Titel: «Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft Thurgau» angepasst worden. Wir haben den Begriff Thurgau gestrichen, auch um niemanden abzuschrecken, dass das Augenmerk nicht ausschliesslich auf den Kanton Thurgau gerichtet ist. Die Land- und Ernährungswirtschaft arbeitet schliesslich auch kantons- und grenzübergreifend. Wir fokussieren uns mit der E-Mail- und Internetadresse www.ernaehrungswirtschaft.ch.

Das Kompetenznetzwerk soll bestehende Organisationen vernetzen. Wird Agro Marketing Thurgau da nicht überflüssig?

Burose: Nein, keinesfalls. Das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft ist keine Marketing-Organisation. Wir sehen uns vielmehr als Netzwerk, um die Land- und Ernährungswirtschaft vom Produzenten bis zum Konsumenten näher zusammenzuführen und besser zu vernetzen.

Wie sieht das konkret aus?

Burose: Wir wollen gerade kleinen und mittleren Unternehmen in dem Sektor helfen, den Herausforderungen der Märkte (Liberalisierung der Märkte, Grenzöffnung) erfolgreich zu begegnen und damit letztlich Wertschöpfung zu generieren. Wir möchten immer die passende Antwort auf ihre Fragen haben. Um Doppelspurigkeiten zu vermeiden, ist Agro Marketing Thurgau in der Steuerungsgruppe des Kompetenznetzwerks vertreten.

Die Aufgaben dieser Gruppe sind?

Burose: Diese Steuerungsgruppe hat die Aufgabe, die Ziele und die Strategie des Kompetenznetzwerks festzulegen. Die 14köpfige Gruppe setzt sich aus Vertretern entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft zusammen. Dazu gibt es auch noch einen Steuerungsausschuss, der die leitende Person des Kompetenznetzwerks Ernährungswirtschaft in ihrer Arbeit unterstützt.

Gibt es ähnliche Stellen wie Ihre in St. Gallen, Appenzell oder Zürich?

Burose: Nein. Wir sind das erste Kompetenznetzwerk für die Land- und Ernährungswirtschaft in der Schweiz. In Oberösterreich sowie in Norddeutschland bestehen bereits derartige Netzwerke, die deutlich grösser konzipiert sind. In der Westschweiz gibt es das Swiss-Food-Research-Netzwerk (SFR). Das ist ein Netzwerk von öffentlich finanzierten Hochschulen und Forschungsinstitutionen, das mit dem Ziel gegründet wurde, die Wettbewerbsfähigkeit der Lebensmittelindustrie und ihrer Zulieferer zu fördern.

Wenn Sie einen grenzübergreifenden Ansatz verfolgen, könnte das nicht Konkurrenz für Sie sein?

Burose: Keinesfalls. Ein Co-Präsident des SFR ist in der Steuerungsgruppe bei uns aktiv. Wir sehen uns nicht als Konkurrenznetzwerk, sondern wollen vielmehr Synergien nutzen.

Ein Beispiel aus der Praxis: Ein Käser sucht neue Absatzmärkte für neue Produkte und liegt auch noch im Clinch mit der Sortenorganisation, was raten Sie ihm?

Burose: Bei der Bewältigung des Zwiespalts können wir versuchen, schlichtend einzutreten. Bei der Suche nach neuen Absatzmärkten ist zu prüfen, inwieweit eine Ausweitung auf den europäischen Markt denkbar ist oder, ob es sich um eine nationale Ausdehnung handeln soll. Weiter kann das Einbinden einer Marketing-Organisation sehr dienlich sein.

Interview: Stefan Borkert

Diesen Artikel finden Sie auf St.Galler Tagblatt Online unter:

<http://www.tagblatt.ch/nachrichten/wirtschaft/tb-wo/art123834,2623899>

Copyright © St.Galler Tagblatt AG

Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von St.Galler Tagblatt Online ist nicht gestattet.