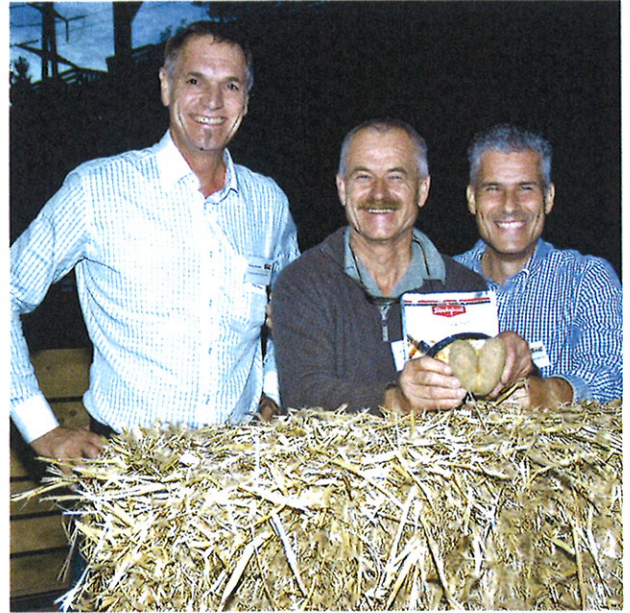


Schweizer Kartoffeln haben bei den Konsumenten ein gutes Image

Die zweite Austragung der Strohballenarena war der Kartoffel gewidmet, 120 Besucher konnten so einen Blick hinter die Kulissen werfen.

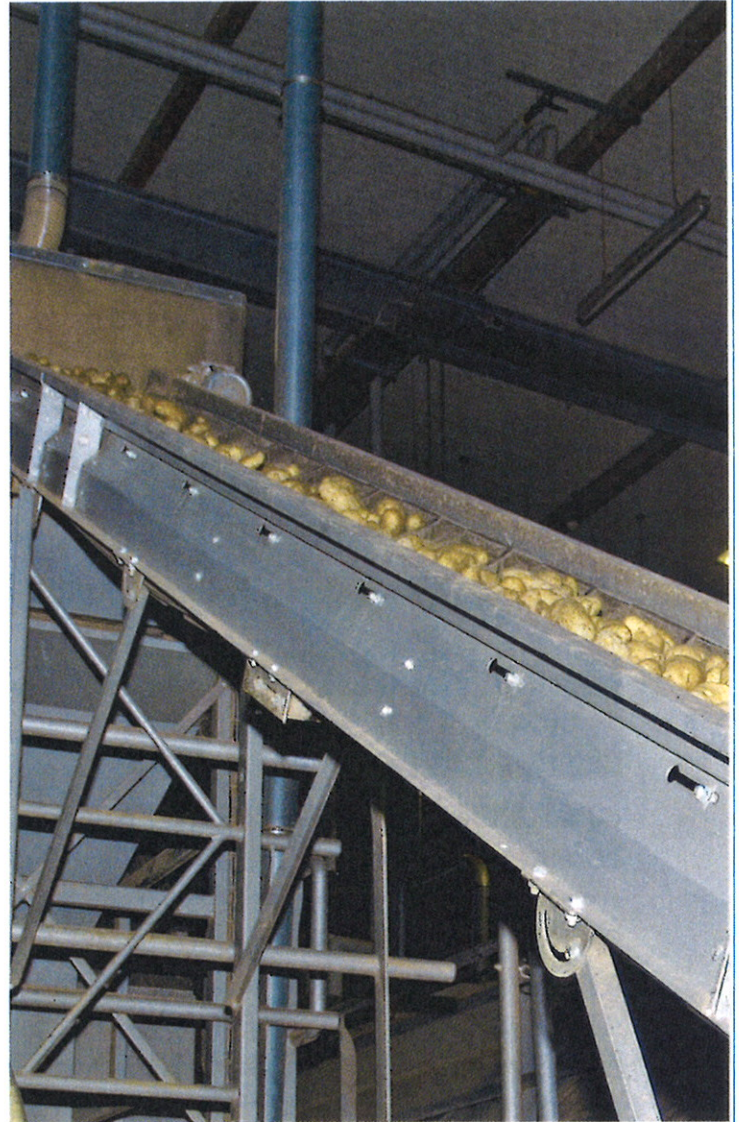
Die Regionalplanungsgruppe Frauenfeld fördert in Zusammenarbeit mit dem Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft und dem Bildungs- und Beratungszentrum (BBZ) Arenenberg, den Zugang der Bevölkerung zur Land- und Ernährungswirtschaft, stellten Frank Burose, Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft, Daniel Bauer von der Regio Frauenfeld und Bernhard Müller, BBZ Arenenberg, fest. Diesmal stand die Kartoffel im Vordergrund. 120 Personen besichtigten die Steffen-Ris AG in Frauenfeld und warfen einen Blick hinter die Kulissen von Produzenten, Verarbeitern und Vermarktern des Erdapfels. Pius Diener, Geschäftsleiter der Steffen-Ris



Von links nach rechts: Die drei Referenten fühlten sich in der Strohballenarena sichtlich wohl: Georg Mauser, Fritz Waldspurger und Manuel Herrero. (tos)



120 Personen interessierten sich für die zweite Strohballenarena. (tos)



An der zweiten Strohhallenarena stand die Kartoffel im Mittelpunkt. (tos)

AG in Frauenfeld stellte den Betrieb in Frauenfeld vor. In der modernen Anlage arbeiten 30 Personen. Verarbeitet werden jährlich 12 000 Tonnen Kartoffeln, 1700 Tonnen Rübli und 1400 Tonnen Zwiebeln.

Druck aus dem Ausland nimmt zu

Fritz Waldspurger, Kartoffelproduzent, Eschenz, stellte fest, dass auf seinem Betrieb bereits seit dem Zweiten Weltkrieg Kartoffeln angebaut werden. Dabei sei eine präzise Planung und die Auswahl der Fruchtfolge von grosser Bedeutung. Nach seinen Ausführungen verlangt der Markt eine grosse Flexibilität und eine super Qualität. Wichtig für die Konsumenten sei eine Rückverfolgbarkeit bis hin zum Kartoffelproduzenten. Der Durchschnittskonsum von Kartoffeln beträgt in der Schweiz zurzeit 44 Kilogramm pro Jahr. Wie Waldspurger erklärte, nimmt der Druck aus dem Ausland zu. Wichtig ist ihm eine

gute Zusammenarbeit zwischen den Produzenten, den Weiterverarbeitern und dem Handel.

280 Kartoffelprodukte für die Migros

Diese Aussagen bestätigte auch Manuel Herrero, Leiter Beschaffung und Mitglied der Geschäftsleitung bei der Bischofszell Nahrungsmittel AG (Bina). Er stellte gleichzeitig fest, dass die Kartoffel eine grossartige Zukunft vor sich habe. Nach seinen Aussagen werden für die Bina 16 Sorten angebaut. 50 Produzenten, davon 25 aus der Ostschweiz, bauen 60 000 Kilogramm Kartoffeln an. Laut Herrero produziert die Bina 280 Kartoffelprodukte für die Migros und für verschiedene Zielgruppen. Während für die Chips der Migros-Billiglinie «M-Budget» auch günstige Kartoffeln aus dem Ausland verwendet werden, müssen bei Produkten, welche mit dem Schweizer Kreuz und dem Vermerk «Schweizer Kartoffeln» und

dem Hinweis auf den Produzenten werben, alle aus dem Inland stammen. «Wir öffnen stets eine neue Linie, wenn die Kartoffeln eines anderen Bauern reinkommen. Das ist zwar aufwendig, doch der Aufwand lohnt sich», ist Herrero überzeugt.

Namen auf der Arbeitskleidung tragen

Georg Mauser, Kommunaldienst Weinviertel OG, Dürnkrot (A), stimmte diesen Argument zu, stellte

aber fest, dass es nicht reiche, ein Image zu schaffen. Weiter erklärte der Referent: «Wenn Sie sagen, dass Sie Kartoffelproduzenten sind, dann lebt das auch und trägt die Werbung bewusst nach draussen.» Er betonte, dass die Konsumenten wissen wollen, woher die inländischen Produkte stammen. Er empfahl den Landwirten, ihre Namen auf der Arbeitskleidung und an den Fahrzeugen anzubringen.

Mario Tosato

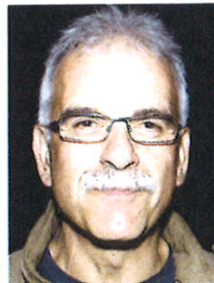
Stimmen zum Strohballen-Event



Beatrice Müller,
Bäuerin, Thayngen

«Qualitätsbewusstsein spielt wieder eine bedeutende Rolle»

«Von allen drei Referenten hatte ich einen sehr guten Eindruck. Besonders die Aussagen von Manuel Herrero, Bischofszell Nahrungsmittel AG, haben mir sehr gut gefallen, konnte ich doch feststellen, dass bei diesem Unternehmen ein Umdenken stattfindet. Ich habe den Eindruck, dass nicht nur günstige Preise im Vordergrund stehen. Heute spielt das Qualitätsbewusstsein wieder eine wichtige Rolle.» *(tos)*



Markus Frei,
Kartoffelproduzent, Uesslingen

«Mit Stolz hinter dem Produkt stehen»

«Mir haben die Aussagen gefallen, dass wir mit Stolz hinter unseren Kartoffeln stehen müssen und ein sehr gutes Produkt produzieren sollen. Wichtig ist zudem, dass wir für unsere hochwertigen Produkte an allen Fronten eintreten. Das heisst, wir müssen eine Topqualität produzieren und an der Front brauchen wir Leute, welche die Kartoffeln anpreisen und hinter diesen hochwertigen Produkten stehen.» *(tos)*



Hans Stettler,
ehemaliger Chef Thurgauer
Landwirtschaft, Stettfurt

«Neue Produkte entwickeln»

«Die Strohballenarena hat mir einmal mehr gezeigt, dass sich die Produzenten zwingend mit ihren Produkten identifizieren müssen. Wichtig ist auch eine enge Zusammenarbeit zwischen den Produzenten und den Verarbeitern. Nach meiner Meinung sollten Firmen wie Bina und Zweifel neue Produkte entwickeln, die dem Geschmack der Kunden entsprechen und in den Ladenregalen entsprechend präsentiert werden.» *(tos)*



Paul Kuhn,
Kartoffelproduzent, Mettendorf

«Produzenten müssen sich am Markt orientieren»

«Ich habe bei diesen Referaten festgestellt, dass wir Produzenten uns am Markt orientieren müssen. Wichtig ist, dass wir Kartoffelproduzenten mit der Industrie und dem Handel eng zusammenarbeiten. Was mich freut ist, dass wir spüren, dass die Konsumenten unsere Produkte schätzen und geniessen. Die Durchführung dieser Strohballenarena finde ich eine gute Sache, die man weiterführen sollte.» *(tos)*