

Supporter des KNW-E diskutieren die Zukunft der Lebensmittelherstellung

Lebensmittel-3D-Druck – kochen wir bald nur noch digital?

Das interkantonal und international tätige Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft lud erstmals zum Supportertreffen nach Weinfelden ein. Neben dem Networking stand die Frage im Mittelpunkt, ob unser Essen bald aus dem 3D-Drucker kommen wird.

Das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft (KNW-E) ist ein vor sechs Jahren von den drei Thurgauer Wirtschaftsverbänden Industrie- und Handelskammer Thurgau, Thurgauer Gewerbeverband und Verband Thurgauer Landwirtschaft initiiertes Netzwerk und stellt eine Schnittstelle zwischen den verschiedenen Akteuren der Land- und Ernährungswirtschaft dar. Dass das Netzwerk gerade vom Thurgau aus Fuss fassen konnte und im Rahmen der neuen Regionalpolitik von Bund und Partnern in mittlerweile fünf Kantonen (Thurgau, Appenzell Ausserrhoden, St.Gallen, Schaffhausen und Zürich) finanziert wird, überrascht dabei nicht, denn im

Thurgau ist der Anteil Beschäftigter in der Landwirtschaft und Nahrungsmittelbranche doppelt so hoch wie im Landesdurchschnitt.

Engmaschig und doch weit gefasst

So war es auch kein Zufall, dass das erste KNW-E-Supportertreffen bei der Meyerhans Mühlen AG in Weinfelden vonstatten ging. KNW-E-Geschäftsführer Frank Burose und der Präsident des Verbandes Thurgauer Landwirtschaft, SVP-Nationalrat Markus Hausammann, begrüßten die Gäste und stellten sowohl die Supporter untereinander als auch die Dienstleistungen und Pläne des KNW-E vor – sie machten somit genau das, was auch die Kernaufgabe des KNW-E ist. Dies betonte auch Frank Burose: «Es ist für uns ein zentrales Anliegen, dass es uns gelingt, alle Akteure noch besser untereinander zu vernetzen, indem wir Geschäftspartner vermitteln, Informationen bereitstellen und zu Fachveranstaltungen und Treffen, wie das heutige, einladen». Wer



Die Gäste des ersten Supportertreffens des Kompetenznetzwerkes Ernährungswirtschaft finden sich zum Gruppenfoto auf dem Areal der Meyerhans Mühlen AG ein. (zVg)

ein nichttropfendes Ketchup für seinen Hamburger entwickeln möchte, solle hier bei der Suche nach praktikablen Lösungen ebenso fündig werden können wie jemand, der einen breiteren Vertriebskanal für seine landwirtschaftlichen Produkte generieren möchte oder einen innovativen wissenschaftlichen Lösungsansatz für die Veredelung derselben suche. Beide Redner drückten einen herzlichen Dank an die aktuell fast 80 Supporter, die aus elf Schweizer Kantonen sowie Deutschland und Österreich stammen, aus. Dem KNW-E ist die Nähe zu den Unternehmen sehr wichtig. Denn nur so gelingt es, die richtigen Akteure entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Land- und Ernährungswirtschaft als Partner zusammenzubringen und damit einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung zu leisten.



Dr. Christoph Denkel, Dozent an der BFH-HAFL in Zollikofen, referierte zum Thema «Chancen des 3D-Druckens in der Ernährungswirtschaft». (zVg)

3D-Druck in der Ernährungswirtschaft

Christoph Denkel von der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften HAFL, Zollikofen, referierte am Supportertreffen zu den «Chancen des 3D-Druckens in der Ernährungswirtschaft». Herr Denkel forscht mit seinem Team unter anderem zur digitalen Lebensmittelproduktion und Individualisierung von Lebensmitteln. Das Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft (KNW-E) befragte Christoph Denkel (CD) im Nachgang zu seinem Referat.

KNW-E: Seit geraumer Zeit taucht das Lebensmittel-3D-Drucken kaum noch in den Medien auf,

der Hype scheint völlig vorbei. Täuscht der Eindruck?

CD: Die Wahrnehmung teile ich, allerdings lässt sich daraus nicht ableiten, dass das Thema auch in der Lebensmittelbranche aktuell nicht mehr im Fokus steht. Das Gegenteil ist der Fall – zumindest bei grossen Unternehmen. Wir befinden uns in der Post-Hype-Phase, einer Phase der Ermüchterung, von der ausgehend nun echte Mehrwerte für den Markt entwickelt werden müssen. Dahinter steckt sachliche und nüchterne Forschung, die Zeit und Geld benötigt. Der Fokus verschiebt sich langsam von rein optischen Aspekten hin zu beispielsweise Entwicklungen neuer Texturen oder Verpflegungskonzepten.

KNW-E: Überwiegen im Moment die Chancen oder die Herausforderungen beim 3D-Drucken von Lebensmitteln?

CD: Technik, materialwissenschaftliche Aspekte und Produktverständnis müssen sich parallel entwickeln und sind zudem teilweise stark voneinander abhängig. Die Lernkurve ist mittlerweile steil, ich bin fest überzeugt, dass sich mittel- und langfristig sehr grosse Chancen bieten werden – für die bisherigen Marktteilnehmer, aber auch für neue. Abhängigkeiten werden sich verändern, ebenso Eintrittsschwellen in den Markt. Die Lösung der Herausforderungen ist erst die Voraussetzung zur Entstehung der zukünftigen Chancen.

KNW-E: Wo, beziehungsweise wie wird/könnte sich diese Technologie zuerst durchsetzen?

CD: Die optische Gestaltung von Lebensmitteln einmal ausgenommen, werden sich vermutlich zuerst Konzepte durchsetzen, die auf dezentrale Produktion ausgerichtet sind. Einen der grossen Vorteile, konsumentenspezifische Produktbedürfnisse zum Beispiel hinsichtlich Zusammensetzung oder Textur berücksichtigen zu können, kann das Lebensmittel-3D-Drucken dann erst auszuspielen beginnen. Mittel- und langfristig werden sich aber auch Mehrwerte für die industrielle Produktion ergeben. Alle Beteiligten müssen erst lernen, Produkte 3D zu denken und zu verstehen.

KNW-E: Wo liegen aktuell noch «Stolpersteine»?

CD: Abgesehen von der Lösung der bereits geschilderten Herausforderungen wissen wir im Moment

zu wenig, wie der Konsument über das «digitale Kochen» denkt und welchen damit verbundenen Mehrwert er schätzen wird, beispielsweise Zeiterparnis, Convenience oder individuelle Produkte. Produktkonzepte, Marketing und nicht zuletzt auch die Infrastrukturentwicklung hängen aber davon ab, dass dem Konsument ein greifbarer Mehrwert geliefert werden kann. Darüber hinaus wird teilweise mit «3D-Drucken» ein künstliches Lebensmittel assoziiert – dabei ist das Lebensmittel-3D-Drucken lediglich eine Kopie dessen, was ein Koch oder Konditor mit dem Spritzsack macht: Lebensmittel fein dosieren. Die Technik hilft lediglich, das noch genauer und

definierter zu erledigen. Der 3D-Drucker ist also nichts anderes als eine ausdauernde ruhige Hand.

KNW-E: Was würden Sie den Unternehmen der Lebensmittelbranche raten?

CD: Warten Sie nicht ab, sondern versuchen Sie bereits jetzt zu partizipieren, seien Sie mutig und ausdauernd. Die Früchte der Arbeit wird man nicht selten erst in einigen Jahren ernten, die Zeit der Ernte wird aber kommen.

Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft
www.ernaehrungswirtschaft.ch

© Thurgauer Bauer, VTL
Nr. 7, 17. Februar 2017, S. 69-71



GenussThur
THUR – SEEBACHTAL

GenussThur-Thur-Seebachtal auf Weiterbildung

Exkursion in der Schaffhauser Genussregion

Die Genussregion Wilchingen-Osterfingen-Trasadingen im Schaffhauser Klettgau war Ziel der diesjährigen Weiterbildungsveranstaltung des Vereins GenussThur-Thur-Seebachtal.

Wie machen es andere, um ihre Produkte zu vermarkten? Was führt zum Erfolg? Welche Stolpersteine gibt es? Wie funktioniert die Zusammenarbeit innerhalb einer Region? Diese Fragen standen im Mittelpunkt der Exkursion, und die rund 25 Direktvermarkter aus den Gemeinden Hüttwilen, Herdern, Uesslingen-Buch, Neunforn und Warth-Weiningen taten ihr Bestes, um den Antworten im Schaffhauserland auf den Grund zu gehen.

Abwechslungsreiches Programm

Beim Start auf dem Lindenhof in Osterfingen stellte Geschäftsführerin Lisa Landert der Gruppe interessierter Vereinsmitglieder das Projekt der Genussregion vor und machte auf die Chancen und Risiken aufmerksam.

Neben zwei Weinkeltereien stand auch der Besuch der zwei Fasshotels der Familie Rüedi und Waldmeier auf dem Programm. Ein weiterer Höhepunkt war sicher die Besichtigung der umgebauten Bergtrotte in Wilchingen. Die verschiedenen Betriebe wurden kompetent und mit grosser Gastfreundschaft durch ihre Betreiber vorgestellt. Auch kritische Fragen wurden offen beantwortet und diskutiert.



Visionen und Horizonterweiterung

«Es war beeindruckend zu sehen, was die drei Gemeinden in den letzten 10 Jahren auf die Beine gestellt haben. Man spürt das Herzblut und grosse Engagement der Menschen, welche hinter dem ganzen Projekt stehen», erklärte Hans-Peter Wägeli, Präsident von GenussThur. Es zeige aber auch, wieviel ungenutztes Potenzial in der Region Thur-Seebachtal stecke, und es werde in Zukunft jeden Direktvermarkter motivieren, innovativ seinen Weg zu gehen. Alle Teilnehmer der Exkursion erlebten einen spannenden Tag, an dem sie viele Ideen sammelten und Möglichkeiten sahen, wie sich Direktvermarktungsbetriebe entwickeln könnten. *Hans-Peter Wägeli*