

Medienmitteilung

Salenstein / Weinfelden, 06.03.2026

Zwischen Abfall und Kunst

Food Forum «on tour» zu Gast bei der Model AG

Bei seiner 13. Ausgabe ging das Ostschweizer Food Forum wieder «on tour» und besuchte ein Weinfelder Unternehmen mit Verbindung zur Ernährungswirtschaft. In diesem Jahr war die Model AG Gastgeberin, denn was wäre die Lebensmittelbranche ohne Verpackung? Wie wichtig diese auch für die Vermarktung ist, zeigte Christoph Schlatter, von allink in seinem Inputreferat eindrücklich.

Ballen mit Abfallkarton stapeln sich bis unter das Dach, etwas weiter, ein Abfallberg bestehend aus Plastik und Metall. «Zuerst müssen wir alle Fremdstoffe aus den Ballen aussortieren, bevor wir mit der Produktion beginnen können», erklärt Ralf Boss auf dem Betriebsrundgang durch die Model AG. «Wenn sie zu Hause Zeit haben, entfernen sie doch schon mal das Plastiklemband», meint er schmunzelnd. Beim nächsten Halt ist es heiss, es dampft, die Rollen drehen sich blitzschnell - aus dem aufgelösten Karton wird zuerst Papier und dann neue Wellkarton produziert. In einer weiteren Halle sortieren Roboter Kartonplatten, legen sie auf Bänder, wo sie dann zum Stanzen und Bedrucken weitergeleitet werden - je nach Kundenwunsch entstehen regelrechte Kunstwerke. «Wir produzieren Sekundärverpackungen, dies bedeutet die Verpackung ist nicht im direkten Kontakt mit dem Lebensmittel, deshalb können wir auch recyceltes Material verwenden», erklärt Ivo Forster, Verkaufsmanager bei der Model AG.

Vom der Standardverpackung zum Töggelikasten

Nach dem Betriebsrundgang erwartet die 50 Gäste zwei Inputreferate. Am Standort in Weinfelden produziert die Model AG seit 1931 Verpackungslösungen. «Und wir sind jede Woche wieder überrascht, mit was für Ideen unsere Kundschaft zu uns kommt,» sagt Severin Kasper, Team Lead Innovation. Schlussendlich ist es eine Frage des Preises, der bei Verpackungen möglichst tief sein sollte. Deshalb hat die Model AG zahlreiche Standardverpackungen, wie beispielsweise Kartonkisten für Weinflaschen auf Lager. Ivo Forster erklärt: «Wir haben diese Swiss Wine entwickelt, lagern sie auch bei uns ein und die Winzerinnen und Winzer können sie direkt bei uns beziehen.» Solche gemeinsamen Grossbestellungen sind für die Kostenoptimierung sinnvoll. Manchmal jedoch spielen die Kosten eine untergeordnete Rolle. So hat die Model AG im Auftrag der Firma Zweifel Chips einen Töggelikasten entwickelt, welchen Zweifel als Wettbewerbsgewinn verschenkt hat. «Die Produktion war sehr aufwändig und anspruchsvoll, aber natürlich ein tolles Projekt für alle», sagt Severin Kasper.

Entscheidungsträger am Verkaufsregal

«Eine gute Verpackung ist für mich eine Art Kunst», so Christoph Schlatter von allink. Mit seiner Agentur beschäftigt er sich vor allem mit Packaging Design. Die Aufmerksamkeitsspanne der Kundschaft am Verkaufsregal ist sehr kurz und über die Verpackung müssen ganz viele Inhalte transportiert werden, damit das Produkt gekauft wird. Aber nicht nur die Kaufentscheidung wird beeinflusst, manchmal verändert ein Redesign auch die Wahrnehmung des Inhaltes. «Die Rezeptur des Produktes wurde mit dem neuen Design nicht verändert und doch hatten einige Kundinnen und Kunden das Gefühl, das Produkt schmecke nicht mehr gleich.» Deshalb ist es wichtig, die Verkaufszahlen zu verfolgen, jedoch seien die meistens besser als vorher. Und natürlich lohnt es sich, bereits beim Design ans Recycling zu denken.

Beim anschliessenden Apéro blieb noch genügend Zeit das eine oder andere Verpackungsthema zu klären, bevor sich die Gäste auf zur Schlaraffia machten.

Bilder:

Bild 1: Ivo Forster erklärt die unterschiedlichen Anforderungen an die Verpackung

Bild 2: spannender Betriebsrundgang

Bild 3: Verpackung ist mehr als eine Hülle sagt Christoph Schlatter von allink

Agro Marketing Thurgau AG

Simone May

Arenenberg 8

CH-8268 Salenstein

058 346 05 50

simone.may@agro-marketing.ch

Kompetenznetzwerk Ernährungswirtschaft AG

Frank Burose

Thomas-Bornhauser-Strasse 14

CH-8570 Weinfelden

071 626 05 15

burose@ernaehrungswirtschaft.ch