

TAGBLATT

10. Juni 2017, 05:17 Uhr

Agro Marketing Thurgau hat Radius vergrössert

Die Agro Marketing Thurgau AG hat 2016 vor allem im Bereich Beratung stark zugelegt.

Den Trend der Konsumenten zu regionalen Produkten gelte es zu nutzen, und dazu brauche es Marketing: Roland Werner, Verwaltungsratspräsident der Agro Thurgau AG, begrüsst mit diesen Worten in der Strähl Käse AG in Siegershausen zur Generalversammlung. «Ich bin überzeugt, dass Konsumenten nicht primär Nahrungsmittel kaufen, sondern Emotionen», sagte Werner. Deshalb müsse Agro Marketing Thurgau nicht das Produkt bewerben, sondern Emotionen.

Im Bericht der Geschäftsführung ging Simone May auf den stark gewachsenen Bereich Beratung ein. Ab Mai 2016 habe man im Auftrag der Zentralschweizer Milchproduzenten an der Positionierung der ersten Heumilchprodukte mitwirken können. «Der Auftrag vergrössert unseren Radius erheblich», sagte sie. Die Idee des «Gonfi-Wettbewerbs» sei am Herbst- und Erntefest in Frauenfeld erfolgreich umgesetzt worden. Die Geschäftsleitung sei aktuell mit dem Thurgauer Olma-Auftritt beschäftigt. Erfreulich sei, dass Agro Thurgau erstmals an diesem Anlass eine zartbittere Variante «unserer einzigartigen Schoggi mit Thurgauer Apfelstücken präsentieren können». In Arbeit sei zudem ein gemeinsamer Auftritt des Tannzapfenlandes. Für Roland Werner war klar: «Wir können die Ernte der Aufbauarbeit einfahren.» Nach der Zustimmung zur Rechnung 2016, die mit einem Gewinn von 2729 Franken abschloss, wählte die GV zwei neue Verwaltungsratsmitglieder. Die Kreuzlingerin Cornelia Zecchinell «kann aufgrund der beruflichen Erfahrungen viel im Bereich Kommunikation beitragen», wie sie sich bei der Vorstellung ausdrückte. Daniel Bauer aus Hüttwilen hat in Frauenfeld in der Wirtschaftsentwicklung gearbeitet, und «ich habe grosse Erfahrung in der Projektentwicklung.»

Nach der GV referierte Andreas Kilchör von der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften zum Thema «Innovation und Lebensmittel – wohin geht die Reise?». Die Trends im Foodbereich seien eindeutig: «Neue Produkte sprechen gesundheitsbewusste Konsumenten an», sagte der Lebensmitteltechnologe. Deutlich gestiegen sei die Nachfrage nach laktosefreien Produkten oder Lebensmitteln ohne Zusatz- und Konservierungsstoffe. Bei seinem Blick in die Zukunft erwähnte er die Nanotechnologie. Diese ermögliche Verpackungen, welche die Lebensmittel deutlich länger haltbar machen könnten. (kp)

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

<http://www.tagblatt.ch/ostschweiz/thurgau/kanton/agro-marketing-thurgau-hat-radius-vergroessert;art123841,5005794>

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.