

Gemüseproduzenten mit Weitblick und Visionen

Best Practice - Die Familie Grob und Lidl Schweiz verbindet eine langjährige, verlässliche Partnerschaft. Der Produzent aus der Ostschweiz gilt als Pionier in Sachen Nachhaltigkeit: Die Gewächshäuser werden mit Geothermie beheizt, und den Strom liefert eine Photovoltaikanlage.



Thurgauer Unternehmer mit Pioniergeist: Hansjörg und Stefan Grob im Gewächshaus ihres Vorzeigebetriebs.

FOTOS: PD

CHRISTINA HUBBELING

Der Weg ins thurgauische Schlattingen führt durch eine Bilderbuchschweiz. Schmucke Dörfer, hügelige Landschaften, Apfelbäume auf saftigen Wiesen, über die sich Nebelschwaden legen und für eine zauberhafte Morgenstimmung sorgen. Der Sommer ist längst vorbei. Doch kaum öffnet sich wie von Geisterhand die automatische Schleuse zu einem der Gewächshäuser, meldet sich die warme Jahreszeit schlagartig zurück. 21 Grad ist es hier drinnen, die Luft-

feuchtigkeit liegt bei fast 70 Prozent. Ein Blätterwald voller grüner Stauden. Akkurat in Reih und Glied wachsen die Pflanzen dem Licht entgegen, während sich ihre langen Stängel zum Boden hin schlängelförmig winden, um dann mit ihrem Wurzelwerk in einem quaderförmigen Block aus organischen Fasern zu verschwinden.

Zwischen dem Blattgrün leuchten knallrote Kugeln. Links die Pingpongball-grossen Cherrytomaten, rechts die etwas grösseren Rispentomaten. Ob es sich

bei den Cherrytomaten um diese besonders süsse Sorte handelt, die wir soeben im Gemeinschaftsraum der Firma Grob Gemüseanbau probieren durften? «Nein, diese Cherrytomaten sind eher säurebetont. Die ganz Süssen wachsen weiter hinten», erklärt Stefan Grob. Er führt den Familienbetrieb in dritter Generation und mit dem gleichen unternehmerischen Gespür wie sein Vater Hansjörg, der das Unternehmen gross gemacht hat.

Lieferant der ersten Stunde

Die Familie Grob verbindet eine langjährige Partnerschaft mit Lidl Schweiz: Seit der Gründung von Lidl Schweiz im Frühling 2009 beliefert die Familie Grob über die Handelsgesellschaft Stegro – zusammen mit zahlreichen anderen heimischen Produzenten – Lidl täglich mit frischen Produkten. Regionalität und Swissness geniessen bei Lidl Schweiz einen hohen Stellenwert. Die Grundlage sind langjährige, ehrliche Beziehungen mit Schweizer Produzenten wie der Familie Grob. So erzielt der Detailhändler mittlerweile über 50 Prozent des Umsatzes mit Schweizer Produkten.

Nicht nur Lidl Schweiz ist über die Jahre zu einer festen Grösse im Schweizer Detailhandel geworden. Auch Grob Gemüseanbau hat sich stetig weiterentwickelt: Als Lieferant der ersten Stunde konnte das Unternehmen in den vergangenen 15 Jahren zu einer stattlichen Grösse heranwachsen. Rund 100 Personen sind bei Grobs das ganze Jahr über fest angestellt. Im Sommer kommen nochmals etwa 160 temporäre Mitarbeitende dazu. Jährlich werden zwei Lehrlinge landwirtschaftlich, gemüsebaulich und kaufmännisch ausgebildet.

Im Einklang mit der Natur

Lidl Schweiz und die Familie Grob verbindet auch eine ganz ähnliche Werte-haltung: Wie der Detailhändler setzt sich der Gemüseproduzent mit innovativen Methoden dafür ein, dass der Betrieb stetig nachhaltiger wird. Grob Gemüseanbau nimmt in Sachen Nachhaltigkeit schweizweit eine Vorreiterrolle ein: Seine Gewächshäuser werden fast ausschliesslich mit alternativer Energie beheizt, die vor Ort produziert wird.

Schon im Jahr 2006 hatte Hansjörg Grob die Idee, die Erdwärme zu nutzen. Daraus entstand ein absolutes Leuchtturmprojekt, das von visionärem Geist zeugt und landesweit einzigartig ist. Aber es sollte noch einige Jahre dauern, bis aus der Vision Realität werden konnte. Die definitive Bewilligung vom Kanton für

den Betrieb seiner Geothermieanlage erhielt der findige Produzent schliesslich vor drei Jahren. Zwei Bohrlöcher, die bis 1100 Meter tief in die Erde reichen, waren nötig, um an das 62 Grad heisse Wasser aus dem Erdinnern zu kommen. Dieses wird hochgepumpt und die daraus gewonnene Wärme in einem grossen blauen Wärmespeicher gesammelt, um zur Beheizung der Treibhäuser genutzt zu werden. Durch die Umstellung auf Geothermie und die umfassende Nutzung der Prozesswärme des Betriebs kann Grob Gemüseanbau heute jährlich 1500 Tonnen CO₂ einsparen.

Der Thurgauer Produzent baut auf einer Gewächshausfläche von 7,5 Hektaren rund ums Jahr saisonal Tomaten, Salate, Gurken und andere Gemüsesorten an. Die aktuelle Tomatensaison ist bald vorbei. Dann wird das 200 Meter breite und 200 Meter lange Tomatenhaus komplett geräumt, gereinigt und für den nächsten Zyklus, der Ende Januar beginnt, vorbereitet. «Die ausgedienten Tomatenstauden werden geschreddert und kompostiert», erzählt Stefan Grob. Fürs Bestäuben der neuen Pflanzen sind Hummeln zuständig, für die Bekämpfung von Schädlingen wie Raupen oder Läuse setzt man auf Nützlinge.

Der kritische Moment sei jeweils am frühen Morgen bei Sonnenaufgang. «Dann muss man gut aufpassen, dass sich kein Morgentau auf den Tomaten bildet, denn Feuchtigkeit kann Krankheiten verursachen», erklärt Stefan Grob. «Aus diesem Grund beginnen wir mit der Beheizung der Gewächshäuser, sobald die Sonne aufgeht.» Ein perfekter Tomatentag sehe so aus: «Von morgens früh bis abends spät Sonnenschein, bei einer maximalen Tagestemperatur von 21 Grad und einer Tiefsttemperatur in der Nacht von 13 bis 14 Grad.» Tomaten brauchen kühle Nächte für die Regeneration.

Grobs bauen in ihren Gewächshäusern sowie im Freiland insgesamt mehr als 25 verschiedene Produkte für Lidl Schweiz an – von Gurken über eine Vielzahl von Salaten bis zu Wurzel- und Knollengemüse. Nüsslisalat, einst ein klassisches Winterprodukt, wird heute

das ganze Jahr über produziert und geerntet, so auch die einst typische Sommerfrucht Tomate. (Ja, Tomaten zählen



Constantin Waldspurger
Geschäftsführer Einkauf, Lidl Schweiz.

streng botanisch gesehen zum Obst!) Auch Gemüse erfahren Trends. Zum Beispiel der Grünkohl, auch Kale oder Federkohl genannt, der vor einigen Jahren durch den Superfood-Hype und die gesunde Lifestyle-Küche berühmt geworden ist, ist heute nicht mehr so gefragt. Frei nach dem Sprichwort «Wer nicht wagt, der nicht gewinnt» beweisen die Grobs Unternehmerteil und Kreativität, indem sie immer wieder etwas Neues ausprobieren – mal lancieren sie ein neues Produkt, ein andermal eine innovative Verpackung. «Manchmal kommen die Neuerungen bei den Kundinnen und Kunden gut an, manchmal auch nicht», erzählt der Gemüseproduzent.

Gemeinsam weiter wachsen

«Wir brauchen Partner mit Weitblick, Mut und Pioniergeist», sagt Constantin Waldspurger, Geschäftsführer Einkauf von Lidl Schweiz. «Von Anfang an waren uns Partnerschaften auf Augenhöhe, wie wir sie mit der Familie Grob pflegen, ein zentrales Anliegen. Zusammen sind wir über die Jahre gross geworden.»

Weitblick, Mut und Pioniergeist sind

denn auch Eigenschaften, die Stefan Grob mit seinem Vater teilt. Grob junior hat klare Vorstellungen und Ideen, wie der Betrieb zukünftig im Sinne des Klimaschutzes verbessert werden kann. Das Stichwort heisst alternative Energiequellen: «Jedes Dach und auch einen Teil der Fassaden haben wir mit Sonnenkollektoren ausgestattet. Den überschüssigen Photovoltaikstrom wandeln wir in Wärme um, die wir wiederum für die Beheizung der Gewächshäuser verwenden.» Ziel sei es, eine negative CO₂-Bilanz zu erreichen und sich komplett eigenständig mit Strom zu versorgen. «Aktuell läuft das Bewilligungsverfahren für eine Biomassenverwertungsanlage. So können wir im Sinne der Kreislaufwirtschaft die anfallenden Bioabfälle für die Stromproduktion weiterverwerten.»

Lidl Schweiz ist sich als Detailhändler bewusst, für den Ausstoss von Treibhausgasen mitverantwortlich zu sein. «Klimaschutz ist deshalb über alle unsere Aktivitäten hinweg relevant –

von der Herstellung unserer Produkte bis zum Betrieb unserer Filialen», bemerkt Constantin Waldspurger und ergänzt: «Bis 2030 verfolgen wir die Vision einer fossilfreien Filialbelieferung, treiben langfristige Projekte für Recycling und Plastikreduktion voran und produzieren mit Photovoltaik einen Teil des Strombedarfs unserer Filialen selbst.»

Mit grünem Strom wird auch das kleine Elektromobil betrieben, das eigenständig durch das Tomatenhaus surrt. «Als Vater macht es mich stolz, wenn ich sehe, dass mein Sohn unseren Familienbetrieb umsichtig weiterentwickelt und klare Visionen für eine nachhaltige Zukunft hat», sagt Hansjörg Grob. Sein allergrösster Stolz seien aber seine vier Enkelkinder. «Zu sehen, dass auf dem Hof eine neue Generation heranwächst, erfüllt mich mit Dankbarkeit», sagt der Senior. Um uns herum glänzen nachhaltig produzierte dunkelrote Schweizer Tomaten – bereit, geerntet und an Lidl Schweiz ausgeliefert zu werden. So schliesst sich der Kreislauf.

Nachhaltig handeln

Regionale Produkte

Lidl Schweiz startete bei Markteintritt mit 60 Schweizer Lieferanten – mittlerweile arbeitet der Detailhändler mit über 300 Schweizer Lieferanten zusammen. Von den insgesamt über 700 angebotenen Frischeprodukten, die hierzulande in den rund 185 Lidl-Filialen angeboten werden, stammen mehr als zwei Drittel aus der Schweiz. Das regionale Frischesortiment umfasst Früchte, Gemüse, Backwaren und Fleisch. Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich das Unternehmen für den Ausbau eines gesunden und klimafreundlichen Sortiments sowie für verantwortungsvolles Handeln in seinen Lieferketten ein.