

Tofu streift Chörnli-Picker-Image ab

Die Schweizer Fangemeinde von Tofu wächst. Beliebt sind vor allem verarbeitete Produkte. Die Tofurei Noppa AG profitiert mit ihren Convenience-Produkten vom Trend nach mehr Ökologie und Nachhaltigkeit.

Sanft gleiten die trockenen Soja-Körner durch die Hände von Jörg Helbling von der Tofurei Noppa AG in Rüti (ZH). Kaum zu glauben: In wenigen Stunden macht er daraus weissen Tofu. Nach dem Aufquellen in Wasser landet die Masse samt Schale in der Püriermaschine und wird aufgekocht. Aus der Presse fliesst nun die weisse Soja-Milch.

Ab jetzt erinnert vieles an die Käseherstellung: Im grossen Chromstahl-Kessel bringt Helbling die «Milch» mit Hilfe des Meersalzes Nigari zum Gerinnen. «Diese Phase entscheidet über die Tofu-Qualität», sagt er. Alles Wei-

tere bleibt Geschäftsgeheimnis. Zum richtigen Zeitpunkt schreckt er die Masse mit kaltem Wasser ab. Eine Nacht bleibt dem Tofu nun zum Reifen. So entsteht aus einem Kilogramm Soja 1,6 Kilogramm Tofu.

Weisse Masse, gummiartig und ohne Geschmack. Die erste Begegnung mit Tofu ist vielen Leuten nicht in bester Erinnerung. Die Vegetarier-Szene erhob zudem viele Jahre quasi den alleinigen Besitzanspruch auf Tofu. Deshalb konnte Tofu bis jetzt seine Rolle des reinen Fleischersatzes nicht abstreifen. Dabei wäre er eigentlich viel mehr als

das. In Asien weiss das jeder. Dort wird Tofu in der Küche als Beilage oder in Saucen verwendet und das durchaus auf dem gleichen Teller mit Fleischgerichten. Obwohl immer noch ein Nischenprodukt, hat Tofu aber in den letzten Jahren in der Schweiz Boden gutgemacht. Als Zugpferd wirkte Migros, die im Rahmen ihrer vegetarischen Linie «Cornatur» im letzten Jahr 220 Tonnen Tofu verkaufte. Mit trendigen Fertigprodukten ist es ihr gelungen, Tofu aus der etwas festgefahrenen Chörnli-Picker-Ecke herauszuholen. Mit Tofu-Kräuterpiccata beispielsweise.

Convenience Food heisst also das Zauberwort. Auf den Zug aufgesprungen ist vor ein paar Jahren auch Coop mit der Linie «Délicorn». «Sortiment und Umsatz wachsen stetig», bestätigt Coop-Sprecher Karl Weisskopf den positiven Trend. Über Zahlen gibt er keine Auskunft. Der Schweizer Markt beläuft sich aber aktuell gesamthaft auf schätzungsweise 500 Tonnen Tofu. Migros lässt ihren Tofu in der firmeneigenen Milchverarbeitungsfirma Elsa in Estavayer-le-Lac herstellen. Den Rest der Schweizer Tofu-Produktion teilt sich eine Handvoll von Schweizer Produzenten. Der grösste ist Bernatur in Mels (SG) mit dem Grossverteiler Coop als Hauptabnehmer. Die eigentlichen Pioniere Tofurei Engel in Zwillikon und Soyana in Schlieren beliefern vor allem den biologischen Fachhandel und Gastrobetriebe.

Seit diesem Jahr verwendet **Jörg Helbling** für die Produktion von Tofu neben brasilianischer auch schweizerische Bio-Soja.



Die Tofurei Noppa AG aus Rüti ist in den letzten Monaten schweizweit zur eigentlichen Nummer 3 – nach Elsa und Bernatur – aufgestiegen. Sie beliefert Gastronomiebetriebe und



Der gebürtigen Chinesin **Noppa Helbling** hilft ihr Wissen aus der Heimat bei der Kreation neuer Tofu-Produkte.

über den Bio-Grosshändler «Bio Partner AG» Bioläden und Reformhäuser in der ganzen Schweiz. Dort explodieren die Umsätze mit den kreativen Tofu-Produkten fast.

Für das Design der Produkte ist Noppa Helbling zuständig. Die Geschäftsführerin und Mitinhaberin ist gebürtige Chinesin und hat Tofu quasi im Blut. Zusammen mit ihrem Geschäftspartner und Ehemann Jörg Helbling hat sie den Trend zu «gesundem Fast Food» erkannt.

Zwei Drittel der gesamten Menge verarbeiten Helblings mit ihren vier Mitarbeitenden zu Fertiggerichten wie Tofu-Schnitzel-Mix mit Chili-Sauce, Gemüsemedaillons oder Tofu-Bällchen. Noppa Helbling hilft dabei das Wissen aus ihrer Heimat und sie trifft damit offenbar den Geschmack von immer

Die Premium-Produkte aus Tofu passen gut in den Einkaufskorb der so genannten «Lohas» (Lifestyle of Health and Sustainability), einer zunehmenden Konsumentengruppe, die durch gezielte Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern will.

mehr Gastronomen und Detaillisten. 1000 Kilogramm Tofu produziert die Tofurei Noppa AG zurzeit pro Woche

an ihrem Standort in Rüti. Tendenz stark steigend.

Die Premium-Produkte aus Tofu passen gut in den Einkaufskorb der so genannten «Lohas» (Lifestyle of Health and Sustainability), einer wachsenden Konsumentengruppe, die durch gezielte Produktauswahl Gesundheit und Nachhaltigkeit fördern will. «Soja

Die Vegetarier-Szene erhob zudem viele Jahre quasi den alleinigen Besitzanspruch auf Tofu. Deshalb konnte Tofu bis jetzt seine Rolle des reinen Fleischersatzes nicht abstreifen.

ist eine anspruchslose Pflanze, die aus wenig Boden sehr viel herausholt», sagt Noppa Helbling. Sie enthält bis zu 50 Prozent Proteine und kann es daher locker mit Fleisch aufnehmen.

Doch die Herstellung von tierischem Protein braucht viel mehr Energie. Vorteil für die Soja also, auch im Hin-

blick auf Diskussionen über Klimawandel und CO₂. In der Schweiz produzierter Tofu weist zudem fast immer Bio-Qualität auf. Die Helblings verwenden seit kurzem sogar Soja von Schweizer Biobauern. Das Interesse an Tofu mit dem Schweizer Kreuz sei gross. «Unsere Abnehmer waren sofort Feuer und Flamme, als wir sie darauf ansprachen.» Geschmackvoll, gesund, ökologisch produziert und dazu noch regional. Dass die Produkte relativ teuer sind, stört die Lohas wenig, denn sie sind kaufkräftig. Was zählt, ist die Qualität.

Zur Kundschaft der Noppa AG zählen auch die Filialen der erfolgreichen vegetarischen Gastronomie-Kette

Tibits, die im Herbst zwei Standorte in London eröffnet. Über die verwendeten Mengen schweigt sich Tibits-CEO Daniel Frei zwar aus. «Der Absatz entwickelt sich stetig nach oben, da wir immer wieder neue Tofu-Kreationen entwickeln», bestätigt er aber den positiven Trend von Tofu. «Ich denke, die Tofu-Fangemeinde wird in Zukunft weiter wachsen.» Er schätze Tofu wegen des hohen Protein- und tiefen Fettgehaltes sowie aufgrund seiner Vielseitigkeit. Tatsächlich ist Tofu irgendwie alles: ökologisch korrekt, gesund und nun sogar für bisherige Tofu-Muffel schmackhaft.

Text und Fotos: David Eppenberger