

**BRANCHE**

Bio-Lebensmittel

BESCHÄFTIGTE

240

LIFE FOOD GMBH/TAIFUN-TOFUPRODUKTE

Bebelstraße 8
79108 Freiburg
Telefon: +49 (0)761 / 1 52 10 0
info@taifun-tofu.de
www.taifun-tofu.de

ANSPRECHPARTNER

Alfons Graf
Geschäftsführer
+49 (0)761 / 1 52 10 - 61 28
a.graf@taifun-tofu.de

B.A.U.M.-MITGLIED SEIT 2012**30 JAHRE NACHHALTIGKEIT**

Eine Generation umspannt etwa 30 Jahre, heißt es. Das ist das Alter, welches die Life Food GmbH in diesem Jahr erreicht. Nach drei Jahrzehnten voller Entwicklung, Wachsen und dem Entstehen von Tradition. Als alles begann, Ende der 80er, fielen die Ideen der Firmengründer in Zeiten von Biobewegung und Makrobiotischer Ernährung auf fruchtbaren Boden. Besonders im schon damals alternativen Freiburg. Die Pioniere gehörten in Deutschland zu einer kleinen Gruppe neugieriger Idealisten, die das asiatische Eiweißprodukt den Europäern schmackhaft machen wollten. Vor allem aber hatten sie sich auf die Fahne geschrieben, mit einem ökologischen Produkt die Welt ein Stück besser zu machen. Nachhaltiger. Achtsamer. Fairer.

GELEBTE WERTE

Diese Werte sind heute bei Life Food lebendig wie eh und je. Auch wenn es inzwischen 240 Mitarbeiter sind, die täglich an Rezepturen feilen und ganz Europa mit rund 35 verschiedenen Tofuspezialitäten der Marken Taifun und Tukan beliefern. Wie am ersten Tag stellt Life Food aus voller Überzeugung ein Bio-Produkt her, das mit seinem hochwertigen pflanzlichen Eiweiß den Speiseplan bereichert. Der direkte Verzehr von Sojaprotein, ohne den Umweg über das Tier, ist ressourcenschonend und macht es möglich, ein Vielfaches mehr an Menschen zu sättigen. Diesen Gedanken will Life Food in die Welt tragen.

PIONIERARBEIT UND WEICHENSTELLEN

Ein Beitrag dafür ist das Engagement für Bio-Sojaanbau in Deutschland: Taifun-Sojabohnen wachsen heute in Deutschland, Frankreich und Österreich, weit entfernt von Regenwald und Gentechnik. Auch die

gesellschaftliche Einstellung zu einer bewussteren Ernährung hat der Bio-Hersteller erheblich mitgefördert: Tofu hat sich vom Fremdwort zum Trendprodukt gewandelt und ist heute überall erhältlich, immer mehr Menschen entscheiden sich für eine fleischarme oder -lose Ernährung. Regionale und ökologische Produkte sind gefragter denn je und es herrscht Einigkeit darüber, dass wir unsere Umwelt schützen und nachhaltig wirtschaften müssen, um den nachfolgenden Generationen eine Zukunft zu bieten.

DER BLICK NACH VORNE

Vergangenes anschauen heißt auch hinterfragen, und wer wie Life Food das Wagnis von Neuem so fest verinnerlicht hat, der macht zum 30. Geburtstag einen weiteren Schritt: Sein Jubiläumsjahr will das Unternehmen nutzen, mit einem neuen Corporate Design aufzutreten und somit die in der Firmenphilosophie festgeschriebene Wandlungsfähigkeit auch im Außen zu zeigen. Getragen wird dies zudem durch die Innovationskraft im Innen, die mit neuen Produktentwicklungen und modernen Technologien die Kompetenz in Tofu und Soja weiter stärkt.