



Newsletter Hochstamm Suisse Oktober 2013

## Wunschdenken und Realität

Simon Gisler schreibt in seinem Text von einer Diskrepanz zwischen dem hohen Interesse der Konsumenten und den «marktfremden Entscheidungen» des Produktzentrums (PZ) Mostobst des Schweizer Obstverbandes. Vorzumerken ist, dass im PZ Mostobst Hochstamm-Mostobstproduzenten und Verarbeiter vertreten sind. Das Gremium ist paritätisch zusammengesetzt, je acht Vertreter der beiden Seiten, plus einen Handelsvertreter. Bei dieser Zusammensetzung von «marktfremden Entscheidungen» zu schreiben, braucht schon etwas Mut. Es ist davon auszugehen, dass die Produzenten und die grössten Schweizer Verarbeiter das Marktgeschehen realistisch beurteilen können.

Falsch ist die Behauptung von Gisler, die Spezialmostäpfel würden 2013 «zweimal stärker» belastet als 2012. 2012 betrug das Verhältnis des definitiven Rückbehaltes Spezialmostäpfel zu gewöhnlichen Mostäpfeln 1:1,6, 2013 beträgt es 1:2 (unter der Annahme, dass die gesamte Erntemenge 90 000 t Mostäpfel nicht übersteigt).

Bei der Marktbeurteilung ist es ratsam, zwischen Wunschdenken und Realität zu unterscheiden. Wunschdenken ist beispielsweise, dass sich das Interesse der Konsumenten an Hochstammbäumen 1:1 auf die Nachfrage nach Hochstammprodukten niederschlägt. Realität ist, dass sich leider nur in etwa jeder zehnte Spezialmostapfel von Hochstammbäumen mit dem Label als Hochstamm-Süssmost vermarkten lässt; trotz dem grossen Engagement eines Detailhändlers. In nackten Zahlen für 2013 ausgedrückt:

Bedarf an Mostäpfel total: 84 000 t

Bedarf an Spezialmostäpfel: 52 400 t

Bedarf Label: 5500 t (Hochstamm Suisse 3500 t und Terra Suisse 2000 t).

Es besteht also offensichtlich nicht eine Diskrepanz zwischen Konsumenteninteresse und den Entscheiden des PZ Mostobst, sondern zwischen dem Konsumenteninteresse und der tatsächlichen Nachfrage.

Wunschdenken ist auch, dass sich das bereits erwähnte grosse Konsumenteninteresse 1:1 auf den erzielbaren Preis niederschlägt. Realität ist: Die Konsumenten schätzen zwar die schön blühenden Hochstamm-Bäume, der erzielbare Mehrwert ist jedoch relativ bescheiden. Der aktuelle Labelzuschlag von zwei Franken je 100 kg ist gemäss Stephan Durrer, Geschäftsführer von



Hochstamm Suisse, «das höchste aller Gefühle», wie er anlässlich des Medientages zum Thema «Apfelmarkt» erklärte. Mehr liege nicht drin, weil die Produkte am Ladentisch sonst zu teuer sind und nicht mehr gekauft werden. Anzumerken ist, dass die vom PZ Mostobst festgelegten Preise als «Richtpreise» zu verstehen sind. Es ist also nicht verboten, diese zu überbieten. Wenn ein Vermarkter also ein Riesenpotenzial sieht, darf er auch entsprechend mehr bezahlen.

Realität ist aber schlussendlich: Es gibt nicht mehrere Apfelmärkte; es gibt einen Apfelmarkt mit verschiedenen Segmenten (Tafeläpfel, Mostäpfel, Industrieobst, Brennobst). Deshalb bringt es den Produzenten dieser Segmente nichts, wenn die einen gegen die anderen ausgespielt werden. Betrachtet man nämlich das Marktgeschehen mit mehr Flughöhe, stellt man fest: Die Konkurrenten sind nicht innerhalb der Branche zu suchen. Für Tafeläpfel sind Orangen und Mandarinen Konkurrenten, für Mostäpfeln, respektive Apfelsaft sind es alkoholfreie Süssgetränke. Deshalb ist klar: Nur gemeinsam sind wir stark. Setzen wir unsere Anstrengungen für unsere Produkte ein, nicht für Grabenkämpfe.

**Josef Christen**, Leitung Information/PR

Telefon +41 (0)41 728 68 60, E-Mail [josef.christen@swissfruit.ch](mailto:josef.christen@swissfruit.ch)