



Referat swiss granum zum Thema Qualitätsstrategie 19. November 2019, Stade de Suisse Bern

Praxisbeispiel III – so steht es um den Schweizer Obstbau

Der Obstbau verfügt in unserem Land über eine äusserst lange Tradition der Innovation und der stetigen Mehrwertentwicklung. Nur noch die Wenigsten wissen, dass unser kleines Land zwischen den beiden Weltkriegen zu den grössten Apfelexporteuren in Europa zählte. Und ja, die Geschichte ist voller Herausforderungen. In den 1960er Jahren gehörte der Schweizer Obstbau mit der Einführung von Niederstammkulturen zu den Pionieren in der Obstproduktion. Er blieb bis heute Vorbild und Referenz für unsere Nachbarländer. Ende der 1980er Jahre führten die Obstproduzentinnen und -Produzenten den integrierten Pflanzenschutz ein, später dann die integrierte Produktion. Diese bildet bis heute die Grundlage für den ökologischen Leistungsnachweis des Bundesamts für Landwirtschafts (BLW) und die Basis von zahlreichen bekannten integrierten Produktionssystemen. Bereits 1992 verfügten rund 90 Prozent der gesamten Obstproduktion über ein Label und entsprach den Standards der integrierten Produktion. Gemeinsam mit den Gemüsegärtnerinnen und -Gärtnern initiierten die Obstproduzentinnen und -Produzenten die Marke «Suisse Garantie».

Leider hält die Vergütung der Produkte nicht Schritt mit den massiven Fortschritten, die im Bereich der Technologie und Produktion in den letzten Jahrzehnten erzielt wurden. Abgesehen vom Grenzschutz – der notabene für Produkte unabhängig ihrer Produktionsart gilt – erhalten die Produzentinnen und Produzenten keine weitere Unterstützung, um auf dem Markt bestehen zu können.

Der Obstbau ist noch immer im Wandel, die Fragen bleiben indes die gleichen: Wie erhöhen wir die Wertschöpfung unserer Produkte? Wie können wir sicherstellen, dass sich unsere Produkte gegen die in- und ausländische Konkurrenz und die Vielzahl von weiteren Produkten durchsetzen können? Als Beispiel: die Schweizer Kirsche muss ihren Platz gegenüber der ausländischen Kirsche behaupten, aber auch gegenüber den Pfirsichen unserer Nachbarn und nun sogar exotischen Früchten aus dem anderen Teil der Welt. In diesem Jahr machten die einheimischen Kirschen in der höchsten Produktionszeit nur 20 Prozent des Steinobstsortiments in den Regalen der Grosshändler aus.

Mit der Mehrwertstrategie konzentrieren wir uns nun auf die Qualitäten und Vorteile unserer wunderbaren einheimischen Produkte. Um einen Mehrwert zu generieren, arbeiten wir gemeinsam entlang der gesamten Wertschöpfungskette, vom Produzenten über den Verarbeiter, den Handel bis hin zum Konsumenten. Denn der Mehrwert muss für die gesamte Wertschöpfungskette generiert werden und für alle Beteiligten von Vorteil sein. Der Schweizer Obstverband hat fünf Schwerpunkte definiert, auf die er sich in den kommenden Jahren konzentrieren will. Es sind dies Qualität, Pflanzenschutz, Energie, Ausbildung und fairer Handel. In einem ersten Schritt analysieren wir die Märkte und Erwartungen der Konsumenten eingehend.

Die grössten Herausforderungen sehen wir in der Differenzierung unserer Produkte und in der Kommunikation. Es muss uns gelingen, Konsumenten, Produzenten, Händlern aufzuzeigen, dass Schweizer Kirschen aussergewöhnliche Produkte sind, die ihren Platz zu einem fairen Platz in der Schweiz verdient hat. Dazu braucht es die Anstrengungen aller.