



Zentralschweizer Obstbautagung 2019

Steigerung Absatz von Schweizer Tafelkernobst

10. Januar 2019

Jimmy Mariethoz, Direktor

Agenda

Schwerpunkte des Schweizer Obstverbandes

Entwicklung der Tafelkernobst Produktion in der Schweiz

Was tun wir für den Absatz von Schweizer Tafelkernobst ?

Wie können wir der Absatz von Schweizer Tafelkernobst steigern ?

Zusammenfassung und Fazit.

Schwerpunkte des Schweizer Obstverbandes

Attraktive Rahmenbedingungen

(z.B. Grenzschutz
Agrarpolitik 22+,
Raumplanung, ...)

Produktion Obstbau und Absatz von Schweizer Obst fördern

Schutz der Kulturen gewährleisten

(z.B. NAP, Initiative,
Feuerbrand)

Innovation und Entwicklung Einzigartige Dienstleistung

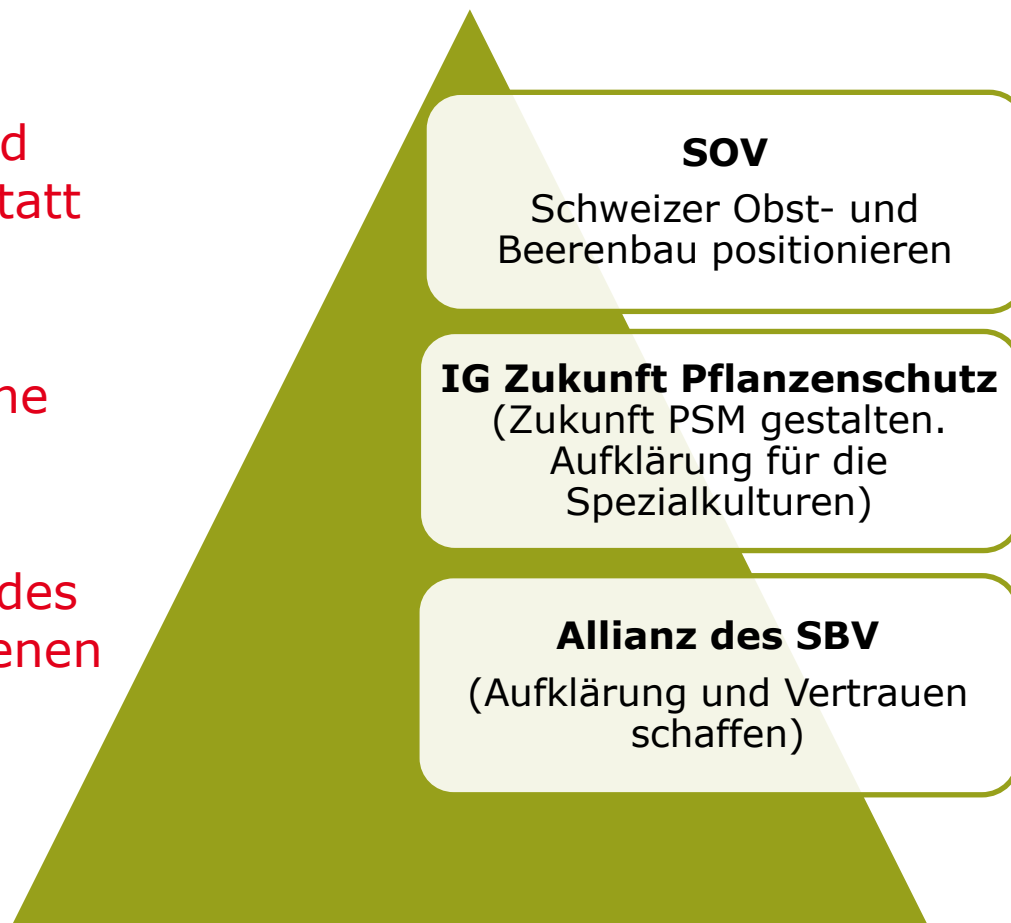
Wettbewerb um die Zukunft

3. Initiativen gegen Pflanzenschutzmittel (Aktivitäten)

Innovation und Entwicklung statt Verbote

Nein-Kampagne genügt nicht

Massnahmen des SOV auf 3 Ebenen



Obstbau

Spezialkulturen

Landwirtschaft



SOV ist Mitbegründer



IG ZUKUNFT PFLANZENSCHUTZ

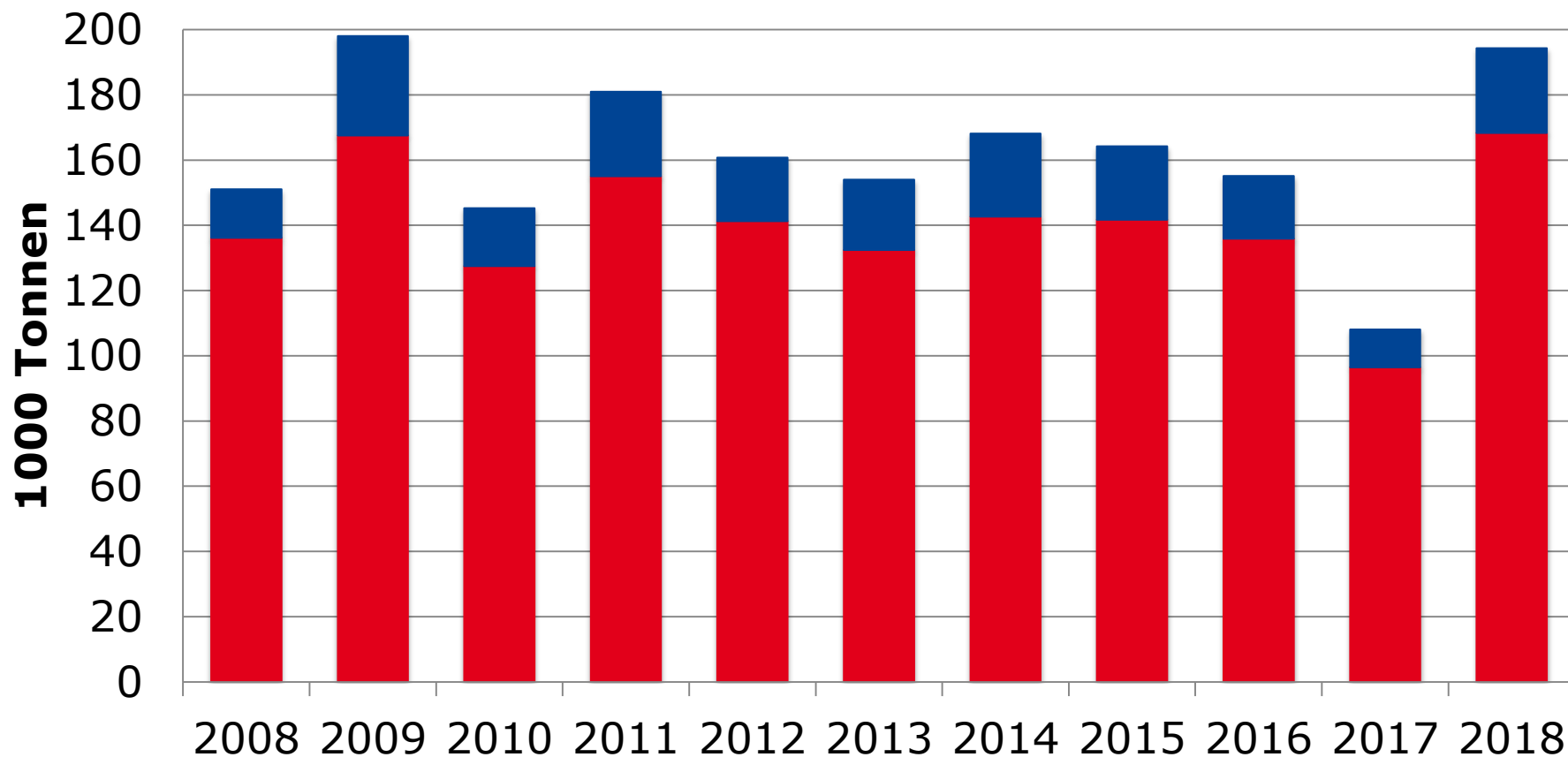
CI avenir de la protection des plantes

CI futuro della protezione delle piante

Auszug des SOV Massnahmen gegen die Initiativen PSM

- Ausführliches **Argumentarium** für die Obstproduktion
- **Task Force PSM** Obst- und Beerenbau
- Leitung des **Zielausschusses** der IG Zukunft Pflanzenschutz
- Einsitz in der **Begleitgruppe der Allianz SBV**
- **Zusammenarbeit mit** Partnern und Verbänden
- **Medienmitteilung** und **Medienanlässe auf Betrieben**
- **Konsumentenveranstaltungen**
- **Studie und Versuche** über Auswirkungen der Initiativen
- **Lobbying-Arbeit** bei Behörden und Politik
- **Vorkampagne** und **Hauptkampagne**
-

Entwicklung der Schweizer Tafelkernobstproduktion (Äpfel/Birnen)



Quellen: BLW, SOV

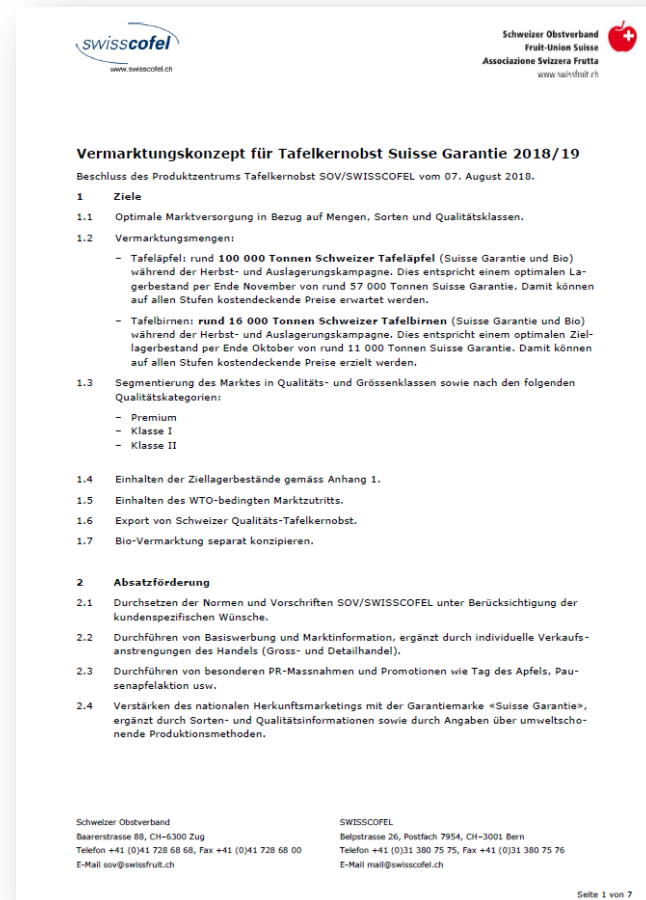


Was tun wir für den Absatz von Schweizer Tafelkernobst ?

Markt

Produktzentrum Tafelkernobst SOV und Swisscofel

- Sitzungen, Betriebsbesichtigungen und Telefonkonferenzen
- **Vermarktungskonzept** (Sorten, Kaliber, Klasse, Menge, Preise)
- Normen und Vorschriften für Qualität
- Vorernteschätzung
- **Richtpreis Bildung**
- Lagerbestände
- Nachernteschätzung
- **Importregelung und Exportförderung**
- Marktinformationen, Newsletter....



Was tun wir für den Absatz von Schweizer Tafelkernobst ?

Berufsbildung

- Aus- und Weiterbildungen für Produzenten

Absatzförderungen

Fachzentrum Absatzförderung

- On- und Offline Werbung
- Tag des Apfels
- Pausenapfelaktion
- TV-Spot
- Plakat
- Flyer
- Anzeige, Reportage, Rezepte
-



Beispiel Kampagne «Like&Share» Apfel TV, Online, Social Media, Internet, Newsletter

Like&Share.

TV



swissfruit.ch



Online



SOV Newsletter



Social Media



swissmilk Newsletter



like-share.ch



Wie können wir den Absatz von Schweizer Tafelkernobst fördern ?

Der Kunde ist König

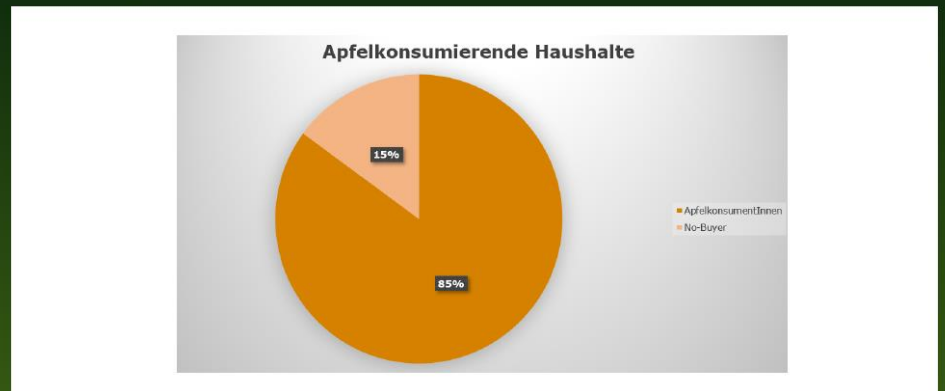
- Der Konsument im Laden entscheidet über den Kauf
- Der Konsument hat vielseitige Wünsche
- Der Konsument orientiert sich an Preis und Qualität
- Der Konsument/Kunde definiert, was Qualität ist

Schweizer Konsum

- 85% der Haushalte kaufen Äpfel
- Jungen kaufen weniger Äpfel
- 16 kg Äpfel/Jahr/Person

Studie Nielsen - Äpfel.

Wer isst Äpfel?



Wie können wir den Absatz von Schweizer Tafelkernobst fördern ?

Produktion

- Innovationen und Differenzierung
- Professionalität fördern
- Sortenspektrum fokussieren
- **Innere und äussere Qualität erhöhen**
- Produktionsmethode, Standards und Glaubwürdigkeit erhöhen (TWI, Futur3.0)
- Faire Preise

Handel

- Professionalität fördern
- **Mehr Platz am POS für Schweizer Früchte reservieren**
- Segmentierung
- Werte der Schweizer Obst am POS übermitteln
- Preisgestaltung
-

Wie können wir den Absatz von Schweizer Tafelkernobst fördern ?

Verbände

- **Transparenzen am Markt erhöhen**
- **Begeisterung**, Emotionen und Vertrauen **für Schweizer Obst** durch neue Marketing Massnahmen **wecken** (z.B Werbung am POS)
- Attraktive **Rahmenbedingungen** für die Obstproduktion (Agrarpolitik 22+, Initiativen PSM, Raumplanung, usw.)

Zusammenfassung und Fazit

Um den Absatz von Schweizer Tafelkernobst zu steigern, braucht es starke Anstrengungen und die Bereitschaft entlang der gesamten Wertschöpfungskette, um die

- **Innovation zu positionieren**
- **Professionalität zu fördern**
- **Innere und äussere Qualität zu erhöhen**
- **Frische im Laden zu verbessern**
- **Mehr Platz in den Regale für Schweizer Früchte zu reservieren**
- **Begeisterung der Kunden für Schweizer Früchte zu wecken**

Es liegt an uns, alle Konsumenten für unsere fantastischen Schweizer Früchte zu begeistern. Sind Sie auch dabei ?



Danke für Ihre
Aufmerksamkeit

Schweizer Obstverband