

# **VERMARKTUNGSKONZEPT BIO TAFELKERNOBST**

## **2016/2017**

### **Einleitung**

Das Vermarktungskonzept fasst die wichtigsten Grundlagen und Informationen für einen geordneten Marktverlauf auf dem Biotafelkernobstmarkt für die Kampagne 2016/2017 zusammen. Es wurde von den Marktpartnern an der Sitzung des Produktzentrums Biokernobst vom 10.11.2016 beschlossen.

#### **1. Ziele**

Wichtiges Ziel ist eine attraktive Marktversorgung und eine Preisgestaltung, die für alle Marktteilnehmer fair und kostendeckend ist - gemäss dem Knospe-Leitbild Mensch, Tier und Natur ins Gleichgewicht zu bringen und dort zu halten. Biokernobst ist im Premium Segment positioniert. Für die Zukunft wird weiterhin die Ausdehnung der verkauften Menge Biokernobst unter Berücksichtigung einer der Nachfrage angepassten Sortenstruktur angestrebt. Produzenten, Lagerhalter und Detailhandel handeln gemeinschaftlich, um diese Mengenausdehnung zu erreichen. Das langfristige Denken und Planen in der Produktion von Biokernobst verlangt ein ebensolches Denken und Planen in der Vermarktung.

#### **2. Nachfrageorientierte Marktversorgung**

##### **Sorten**

Biotafeläpfel werden in einem interessanten und abwechslungsreichen breiten Sortenspektrum angeboten. Als Orientierungshilfe in der Sortenvielfalt besteht für die Konsumenten das seit Jahren bewährte Geschmacksgruppenkonzept mit Farbcodierung. Die Knospe-Kernobstproduzenten orientieren sich für die zukünftige Sortenwahl an den Wünschen der Konsumenten. Die Kommunikation der besonderen Produktionsbedingungen des Bioobstbaus am Verkaufspunkt ist eine wichtige Aufgabe der Absatzpartner.

##### **Marktsegmentierung**

Zielgruppe der Knospe-Tafeläpfel ist das heterogene Segment der qualitätsbewussten und kaufkräftigen Kunden, die bereit sind, für ein qualitativ hochwertiges Produkt den entsprechenden Preis zu bezahlen. Knospe-Kernobst ist im Premiumsegment positioniert und spricht aufgrund der Preis- und Leistungsdifferenz das erwähnte Kundensegment an. Die Gewinnung von weiteren Marktanteilen ist ein Ziel, das über das Qualitätsargument erfolgt, nicht über das Preisargument.

Der Marketing Mix von Bio Suisse ist auf diese Positionierung (Mensch, Tier und Natur im Gleichgewicht) ausgerichtet. Die Knospe garantiert höchste Standards auf allen Ebenen von der Produktion bis zur Konsumation.

## Ziellagerbestände

Bei einzelnen Sorten ist die Aufnahmefähigkeit des Marktes erreicht, bei anderen besteht Potenzial zur Mengenausdehnung. Die Erfahrung der letzten Jahre erlaubt, die Grössenordnung der vermarktbareren Mengen als Richtwert festzulegen. Für 2016/2017 liegt diese Menge bei rund 3'850 t Gesamtlagerbestand für die Biotafeläpfel und 850 t für Biotafelbirnen (Siehe Tabelle 1).

## Mengenregulierung

Bio Suisse beobachtet den Marktverlauf ständig. Die Vorernteschätzung, organisiert durch Bio Suisse, wird anfangs August mit dem Ziellagerbestand und dem Lagerprogramm der Lagerhalter verglichen. Bei Bedarf finden ab September regelmässig Telefonkonferenzen mit Vertretern der wichtigsten Anbauregionen und Lagerhaltern statt, um den Ernteverlauf und die tatsächlich geernteten Mengen festzustellen (Monitoring). Auf dieser Grundlage können rechtzeitig notwendige Massnahmen zur Korrektur von sich abzeichnenden Übermengen eingeleitet werden. Zusätzlich gibt das FiBL jährlich eine [Anbauempfehlung für Biokernobst](#) heraus, welche von der Fachgruppe Obst von Bio Suisse erarbeitet wird. Als Entscheidungskriterien für die Anbauempfehlung dienen die bisherigen Erfahrungen im Markt, die Marktaussicht, die Sortimentsabdeckung sowie die Anbaueignung unter Biobedingungen (vom FiBL in der Praxis getestet).

Tabelle 1: Ziellagerbestand 2016/2017

Äpfel	Menge (in Tonnen) per 31. Oktober							Entw.- Menge
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Total	3'800	3'600	3'700	3'700	3'850	3'850	3'850	4'000
Lagerbestand effektiv								
per 31.10.	2'864	3'946	3'018	4'131*	3'095	3'499	2'004	

\*inkl. Einlagerung November

Birnen	Menge (in Tonnen) per 31. Oktober							Entw.- Menge
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Total	850	850	850	750	750	850	850	900
Lagerbestand effektiv								
per 31.10.	268	992	522	575	806	286	432	

## Obst aus Umstellbetrieben



In Jahren mit starker Ernte (Ziellagerbestand erreicht oder überschritten) kommt Obst von Umstellbetrieben erst in zweiter Linie in den Verkauf, Vollknospe-Kernobst hat Vorrang.

### **Sortenabfolge Bioäpfel und Biobirnen**

Eine situationsgerechte Sortenabfolge im Verkauf ist entscheidend. Nur so können bei der Vermarktung der Gesamternte qualitativ und quantitativ bestmögliche Ergebnisse erzielt werden. Die Marktpartner sprechen sich diesbezüglich intensiv ab. Bei Bedarf wird das Vermarktungskonzept durch eine Sortenabfolge-Tabelle ergänzt.

## **3. Absatzförderung**

### **Einhaltung der Bio Suisse Sortiervorschriften als Qualitätsstandard**

In der optischen Erscheinung unterscheidet sich Knospe-Tafelkernobst von konventionellem Obst und folgt daher besonderen Sortiervorschriften und Qualitätsstandards. Letztere beeinträchtigen die innere Qualität und Hygiene nicht. Alle Marktteilnehmer sind aufgerufen, die mit dem Handel gemeinsam erarbeiteten und von Swisscofel anerkannten Sortiervorschriften von Bio Suisse einzuhalten. Sie sind auf [www.bioaktuell.ch](http://www.bioaktuell.ch) verfügbar.

### **Basiskommunikation Knospe**

Die Abteilung Marketing von Bio Suisse betreibt Basiskommunikation für die Marke Knospe, welche eine der bekanntesten Biolabels der Schweiz ist. Die Knospe wird von KonsumentInnen als sehr vertrauenswürdige Biomarkete der Schweiz angesehen.

### **Absatzförderung durch Produzentenbeiträgen**

Knospe-Kernobstproduzenten beteiligen sich an der Finanzierung von Absatzförderung durch Produzentenbeiträge. Diese Beiträge fliessen in gezielte Aktivitäten zur Absatzförderung von Knospe-Kernobst. Die Aktivitäten werden national koordiniert und auf die nationale Kampagnenplanung von Bio Suisse abgestimmt. Synergien werden genutzt und so die Wirkung einzelner Massnahmen erhöht.

### **Events und Verkaufsförderungsanlässe**

Informations- und Verkaufsförderungsanlässe des Detailhandels werden nach Möglichkeit durch das Marketing von Bio Suisse und durch Knospe-Produzenten unterstützt. Personelle Besetzung von Promotionsständen und Bereitstellung von Werbematerialien sind mögliche Beispiele.

### **Bereitstellen von Marktinformationen**

Die Webseite [www.bioaktuell.ch](http://www.bioaktuell.ch) dient als Plattform für Marktinformationen: Neben den Richtpreisen wird dort unter anderem der monatliche Biokernobst-Lagerkommentar veröffentlicht, der auf Grundlage der Lagererhebungen von Swisscofel durch Bio Suisse verfasst wird.

## **4. Preisgestaltung 2016/2017**

Die Produzentenrichtpreise werden auf Antrag der Fachgruppe Obst von Bio Suisse unter dem Dach des Produktzentrums Bioobst festgelegt. Im Interesse aller Marktpartner werden diese gemäss untenstehendem Schema möglichst stabil gehalten.

Da die Produzentenpreise eine nachhaltige und gleichzeitig innovative Bioobstproduktion ermöglichen sollen, müssen sie zumindest die Produktionskosten decken. Die Handelsbeziehungen sowie die Preisbildung folgen auf allen Marktstufen dem Grundsatz der Fairness.

## Preisklassenschema Produzentenrichtpreise<sup>1</sup>

### Äpfel

Preisklasse	Sorten	Fr./kg
1	Goldstar, Golden Delicious, Granny Smith, Idared, Renora, Rewena, Spartan	1.90
2	Ariane, Ariwa, Arlet, Boskoop, Braeburn, Cox Orange, Cripps Pink, Dalinette, Ecolette, Elstar, Fiesta, Florina, Fuji, Gala, Galant, Galiwa, Galmac, Glockenapfel/ <i>cloche</i> , Golden Orange, Goldrush, Gravensteiner, Jonagold, Juliet, Kanada Reinette, Kidds Orange, La Flamboyante, Ladina, Maigold, Milwa, Natyra, Opal, Otava, Pinova, Rajka, Retina, Resi, Rubinette, Rubinola, Rustica, Santana, Scifresh, Topaz; alle übrigen Sorten	2.30

### Birnen

Preisklasse	Sorten	Fr./kg
1	Hardy, Williams, Präsident Heron, Harrow Sweet, Guyot, Trévoux	2.10
2	Comice, Concorde, Conférence, Elliot, Gute Luise, Kaiser Alexander, Uta, Xenia/Novembra; alle übrigen Sorten	2.30

<sup>1</sup> Lose, baumfallend, in Grosskisten oder Harassen abgeholt.

## Weitere Handelsstufen und zeitliche Anpassungen

### Äpfel

#### Richtpreise Fr./kg franko Grossverteiler

Preisklasse	Foodtainer/Tragtasche 1,5 kg	gelegt mit Knospe-Kleber
Bis KW 45		
1	3.55	3.65
2	3.95	4.05
Ab KW 46		
1	3.75	3.85
2	4.15	4.25

### Birnen

#### Richtpreise Fr./kg franko Grossverteiler

Preisklasse	Foodtainer/Tragtasche 1,5 kg	gelegt mit Knospe-Kleber
bis KW 39		
1	3.75	3.85
2	3.95	4.05
Ab KW 40		
1	3.95	4.05
2	4.15	4.25

### Aktionsbeiträge Produktion

Aktionen mit gut verfügbaren Sorten sind willkommen. Mit der Produktion können Aktionsrabatte ausgehandelt werden.

Äpfel: Bis zu 20 Rappen  
 Birnen: keine Aktionsbeiträge

ARO/10.11.2016