Medienwanderung Hochstamm vom 14.4.2014:

**Hochstamm Suisse: ein erfolgreiches Label für Hochstammprodukte**

**Referat Maya Graf, Nationalrätin, Co-Präsidentin Hochstamm Suisse**

**(Es gilt das gesprochene Wort)**

**Unsere Philosophie: Schützen durch Nützen**

Ernte und Pflege von Hochstammbäumen auf hohen Leitern ist zeitaufwendig und mühsam. Auch heute braucht es noch viel Handarbeit. Der Ertrag pro Hektare ist geringer als in Niederstammanlagen. Wetterereignisse wie Hagel und Starkregen machen die Ernte unvorhersehbar. Da braucht es viel Herzblut und Freude für die Hochstammbäume, um diesen Mehraufwand auf sich zu nehmen. Doch jedes Engagement hat seine Grenzen. Die Erhaltung der Hochstammbäume und deren Pflege kann langfristig nur gelingen, wenn für die Bewirtschafter und Bewirtschafterinnen auch die wirtschaftliche Seite stimmt.

Das grosse Plus des Hochstammanbaus sind die Direktzahlungen durch Bund und Kantone, die ökologischen Leistungen abgelten. Doch auch die Direktzahlungen reichen nicht aus, um die anfallenden Kosten zu decken. Es braucht auch eine höhere Wertschöpfung über den Obstpreis. Hier setzt Hochstamm Suisse ein.

**Wer ist Hochstamm Suisse?**

Die 1990 gegründete Organisation Hochstamm Suisse setzt sich für die Erhaltung und Förderung der Hochstamm-Obstgärten in der Schweiz ein. Grundidee von Hochstamm Suisse ist die sogenannte Aufpreisvermarktung: die Abnehmer von Hochstammfrüchten zahlen Preise, für die sich die aufwendige Pflege und Ernte der Hochstammbäume lohnt. Unsere Partner in der Verarbeitung verpflichten sich vertraglich, den Produzenten einen fairen, gegenüber der herkömmlichen Produktion erhöhten Preis für Hochstammobst zu zahlen. Als Gegenleistung können sie ihre Produkte mit dem Label Hochstamm Suisse auszeichnen und damit den Mehrwert der Erhaltung einer traditionellen Kulturlandschaft und der Biodiversität gegenüber den Konsumentinnen und Konsumenten ausloben.

**Wie behauptet sich Hochstamm Suisse auf dem Markt?**

* Das Label Hochstamm Suisse hat Erfolg. Immer mehr Produkte mit dem Logo von Hochstamm Suisse sind im Laden erhältlich. Alleine der Grossverteiler Coop führt mittlerweile fast 60 Hochstammprodukte im Sortiment (darüber wird Ihnen Philipp Schenker später noch mehr erzählen). Hochstamm Suisse Produkte gibt es aber auch bei Landi, Spar und im Fachhandel zu kaufen.
* Der Umsatz mit Hochstamm Suisse Produkten hat sich innerhalb von drei Jahren verdreifacht und liegt heute bei fast 7 Mio. Fr. 2014 erwarten wir gar 10 Mio. Fr.
* Der Marktanteil vom Hochstamm Suisse zertifiziertem Obst steigt. 2013 wurde beim Spezialmostobst ein Marktanteil von 13% erreicht, bei den Industriekirschen gar von 27%.
* Hochstamm Suisse wächst: Unsere Produzentenbasis hat sich innerhalb weniger Jahren verdreifacht und liegt heute bei 750 Landwirte, die zusammen rund 100‘000 Hochstammbäume bewirtschaften.

**Weshalb ist Hochstamm Suisse erfolgreich?**

* Ein wichtiger Meilenstein war der Einstieg des Grossverteilers Coop. Mit Coop führen wir umsatzstarke Produkte im Normalsegment. Damit haben wir den Sprung aus der Nische geschafft und können Mengen absetzen, die auch eine Wirkung in der Landschaft erzielen.
* Bei der Umstellung bestehender Produkte bei Coop auf Hochstamm Obst konnte oft auch Importware durch Schweizer Obst ersetzt werden (z.B. beim Zwetschgenjogurt). Damit konnte der Absatz von Schweizer Obst erhöht werden.
* Wir verstehen uns als Koordinator innerhalb der Wertschöpfungskette. Wir werden mit Produktideen bei Verarbeiter und dem Handel vorstellig und organisieren den Rohstoff mit unseren Produzentenfamilien.
* Bekannte Marken wie Ramseier, Emmi, Schlör oder Felchlin sehen im Hochstamm ein Potenzial und arbeiten mit uns zusammen.
* Wir sind regional verankert. Regionale Organisationen wie die Hochstamm Seetal AG haben den Produktionsstand Hochstamm Suisse übernommen und zeichnen ihre Regio-produkte mit dem Label Hochstamm Suisse aus.
* Wir sind innovativ: z.B. haben wir es geschafft, das Produktionssystem Industriezwetschgen wieder aufzubauen. Schweizer Zwetschgen für die Verarbeitung wurden seit 2005 nicht mehr gehandelt. Zwetschgen fanden keine Abnehmer mehr, die Bäume wurden nicht mehr gepflegt. Mit neuen Produkten bei Coop besteht jetzt wieder eine Nachfrage nach Schweizer Zwetschgen. Zusammen mit den Produzenten baut Hochstamm Suisse jetzt die Produktion langsam wieder auf und modernisiert das Produktionssystem.

**Es ist noch viel zu tun**

Bei allen Erfolgen bleibt Hochstamm Suisse aber auch selbstkritisch:

* Unser Label ist noch relativ jung und unbekannt. Noch müssen wir bei den Konsumenten zuerst landen und das Label einer breiten Öffentlichkeit bekannt machen. Z.B. mit dem Nationalen Tag der Hochstammbäume, der am 26. April mit vielen Exkursionen und Obstblütenfesten begangen wird.
* Unser Marktanteil vor allem beim Mostobst ist noch bescheiden. Wir streben in den nächsten drei Jahren einen Anteil von mind. 20% an.
* Lediglich 5% aller Hochstammbäume in der Schweiz sind bei Hochstamm Suisse unter Vertrag. Damit wird nur ein kleiner Teil des Hochstammobstes explizit mit einem Mehrpreis vermarktet. Um Hochstammbäume wirklich nachhaltig auf dem heutigen Niveau zu halten, braucht es noch eine gewaltige Steigerung in der Vermarktung.
* Der Hochstammanbau muss rentabler werden. Deshalb initiiert Hochstamm Suisse innovative Projekte mit rentablen Sorten, Neupflanzungen, Pflege- und Ernteequipen und Mechanisierung.

Es ist also noch viel zu tun. Die Zeiten aber, als man den Hochstammanbau als Auslaufmodell angesehen hat, der nur noch der Ökologie dient, sind definitiv vorbei. Zum Glück für die Biodiversität und für die Wertschöpfungskette. Und Dank auch der Hochstamm Suisse.