

Die Gemüsebranche hat einige Herausforderungen zu meistern

Themen von Kostensteigerungen bis zur drohenden Energieknappheit waren im Herbst in Diskussion. Wie hat die Gemüsebranche den Winter nun erlebt? Eine Zwischenbilanz.

Der letzte Herbst fiel mild aus – ein Vorteil für die Gemüseproduzenten: «Im Winter dominiert das Geschäft mit den Lagergemüsen. Und wegen der guten Witterung im Herbst 2022 sind die Lager gut gefüllt», sagt Matija Nuic, Direktor des Verbandes Schweizer Gemüseproduzenten VSGP, befragt nach einer ersten Zwischenbilanz zum Winter 2022/23. Einzig bei den grossen Zwiebeln (70 Millimeter und mehr) für die Verarbeitung müsse die Versorgung «seit mehreren Wochen» mit Import ergänzt werden. Auch bei saisonalen Produkten wie zum Beispiel Nüsslisalat führte der warme Oktober zu höheren Mengen im November. «Diese», sagt Nuic, «sind nun aber wieder auf dem Niveau der Vorjahre.»

Schwierig war indes die Preissituation: «Höhere Mengen bedeuten in der Regel auch tiefere Preise», so Nuic weiter. Gerade mit Blick auf die steigenden Produktions- und Lagerkosten sei es daher «wichtig, dass diese Mehrkosten auch weitergegeben werden können.» Wie gut dies gelungen ist, «wird sich erst Ende Winter zeigen.»

Für jene Betriebe, die normalerweise früh im Jahr mit Gewächshauskulturen – also Tomaten oder ersten Salaten – beginnen, stellt sich dieses Jahr zudem «die Frage der Energieversorgung», so Nuic. Der Verband VSGP hat den Betrieben daher Sparmassnahmen wie tiefere Temperaturen oder eine spätere Pflanzung empfohlen.

Höhere Preise: Von Energie...

Und wie fällt die erste Zwischenbilanz im Gemüsehandel aus? Der Winter verlief «bisher zum Glück ohne grössere Zwischenfälle, da es ja nicht zur befürchteten Energieknappheit kam», antwortet Christian Sohm, Direktor des Verbandes des Schweizerischen Früchte-, Gemüse- und Kartoffel-

handels Swisscofel. Doch auch wenn die Gefahr einer Energieknappheit «zumindest kurzfristig gebannt scheint»: Längerfristig, betont er, «werden wir Lösungen finden müssen, damit es möglichst nie zu einer Knappheit kommt.» Generell stark von der Thematik Energie betroffen, so bilanziert auch er, ist «im Bereich Gemüse vor allem die Lagerhaltung: Hier «ist die Temperaturführung eines der wichtigsten Kriterien.»

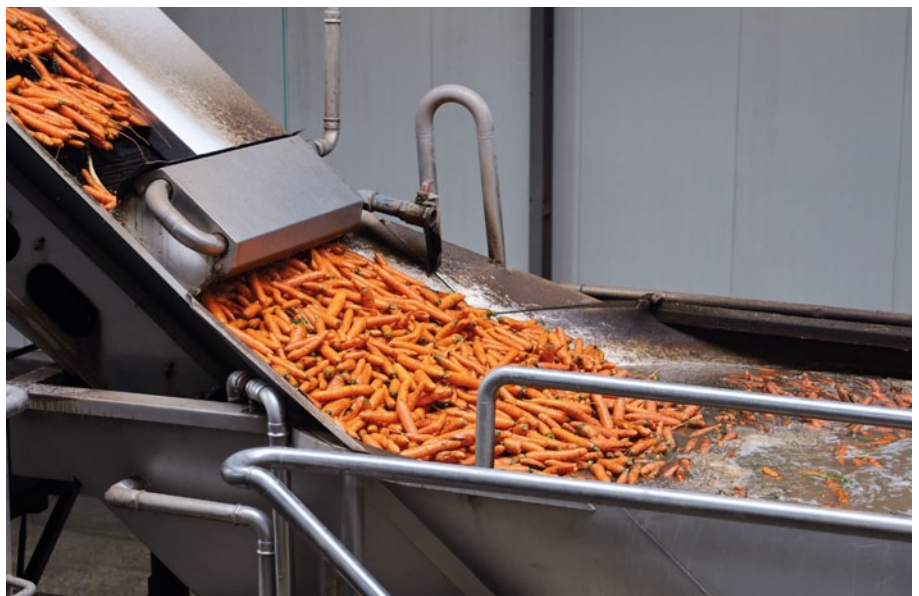
Schwierig war auch aus seiner Sicht die Preisentwicklung. Denn zwar «scheinen die grossen Haussen auf dem Spotmarkt im Moment vom Tisch, aber viele Mitglieder haben, weil die Verträge ausgelaufen sind, neue Verträge zu wesentlich höheren Tarifen abgeschlossen. Dies drückt gerade bei Lagerbetrieben deutlich auf die Kostenrechnung.»

... über Logistik bis zur Verpackung

Die Migros verzeichnet, befragt nach einer Zwischenbilanz zum Winter 2022/23,

im Bereich Frische-Gemüse «keine grösseren Engpässe, weder punkto Qualität noch punkto Verfügbarkeit». Das Verkaufspreisniveau sei im Januar 2023 leicht höher gewesen als 2022, sei jedoch «noch immer über 10 Prozent tiefer als in der Phase vor der Pandemie.»

Auch beim industriell weiterverarbeiteten Tiefkühlgemüse konnten – Stand Mitte Februar – «alle laufenden Kontrakte mengenmässig erfüllt werden.» Bei Gemüse mit Herkunft Schweiz hat die Migros hierbei in Bezug auf die Energieknappheit bis dahin «keine negativen Informationen» von den Lieferanten erhalten «und wir erwarten auch keine in den folgenden Monaten.» Bei den Import-Lieferanten wiederum sei es so, dass diese die Migros «bereits im letzten Sommer/Herbst punkto Energieknappheit und den damit verbundenen höheren Kosten informiert» hätten. «Bestehende Kontrakte», so heisst es weiter, «wurden bisher zu den vereinbarten Preisen erfüllt.»



Der Weg der Karotten vom Feld bis zum Kunden ist weit. (Bild: VSGP)



Die Migros geht im Bereich Frische von einem steigenden Gemüsekonsum aus. (Bild: Migros)

Befragt nach Faktoren, die schwierig waren oder werden, nennt die Migros im Bereich Tiefkühlgemüse die steigenden Preise, dies bei Rohwaren, Energie, Logistik und Verpackung sowie den Fachkräftemangel, der dem Unternehmen auf allen Stufen zu schaffen mache.

Bleibende Unsicherheiten

Aus Sicht von Swisscofel bleiben ebenfalls die steigenden Kosten im gesamten Jahr ein zentrales Thema: «Primär ist aktuell, dass die Inflation eigentlich keine Preiserhöhungen auf die Produkte zulässt, aber unsere Mitglieder mit stark steigenden Kosten von Energie, Verpackungsmaterial bis Personal konfrontiert sind», sagt Sohm von Swisscofel: «Hier sind gute Lösungen und Verhandlungen auf Augenhöhe gefragt.»

Und auch «auf dem politischen Parkett und im rechtlichen Rahmen gibt und gab es viele Entscheide, die sich vielfältig auf unsere Branche auswirken werden», führt er weiter aus: «Viele Massnahmen, die zu Gunsten der Nachhaltigkeit gefällt wurden – so die Reduktion von Pflanzenschutzmitteln und Nährstoffverlusten oder die Reduktion von

Foodwaste – werden sich auf uns und unsere Konsumgewohnheiten auswirken», sagt er. «Dies möglichst einfach und doch korrekt zu transportieren, dürfte eine grosse Herausforderung werden.»

Massnahmen

Der Verband Swisscofel fokussiert sich 2023 denn auch «vor allem auf die Themen der Marktversorgung», so Sohm. «Als Branche», sagt er, «müssen wir uns zudem überlegen, wie wir die politischen und gesetzlichen Anforderungen umsetzen und gleichzeitig den Konsum und die Nachfrage nach unseren gesunden Naturprodukten weiter steigern können.» Dabei komme dem Branchenstandard SwissGAP, «den wir in diesem Jahr weiterentwickeln wollen», eine «entscheidende Bedeutung» zu.

Auch Nuic vom VSGP verweist bei der Frage nach anstehenden Herausforderungen auf die Kostensteigerungen sowie auf die Massnahmen des Ökologischen Leistungsnachweises ÖLN, die von den Gemüseproduzenten 2023 erstmals umgesetzt werden müssen. «Das betrifft den Gemüsebau vor allem im Bereich Pflanzenschutz»,

sagt er. «Noch fehlen uns hier wirkungsvolle Alternativen. Darum gehen wir mit einigen Unsicherheiten bezüglich Qualität und Verfügbarkeit in die neue Saison». Gerade auch, weil «wir nicht mehr überall die gleiche Qualität sicherstellen können», kommt für Nuic denn auch der Überarbeitung der «Schweizerischen Qualitätsbestimmungen für Gemüse» eine zentrale Bedeutung zu: «Wir hoffen, die letzten Arbeiten noch vor Saisonstart abschliessen zu können.»

Thema Klima

Die Migros geht im Bereich Frische für 2023 von einem steigenden Gemüsekonsum generell und insbesondere in der Schweiz aus, ebenfalls von einem weiterhin stattfindenden Wachstum im «Bio»-Bereich. «Unsicherheiten in der Lieferkette von Verbrauchsgütern» werden im Bereich der Frische-Gemüse allerdings «zum Standard», heisst es weiter, «Investitionen in resilientere Wertschöpfungsketten gewinnen an Bedeutung, ebenso Investitionen in die Nachhaltigkeit.»

Im Bereich der Tiefkühl-Gemüse gehören für die Migros die steigenden Kosten, die Wettbewerbsfähigkeit im Markt und die Sicherstellung der Anbauflächen für Bio-Gemüse mit den Lieferanten sowie das Thema «integrierte Produktion» zu den Fokusthemen für 2023. Wie die Situation sich im Tiefkühl-Bereich im Gesamtjahr entwickelt, könne man allerdings hier erst ab Sommer/Herbst 2023 beurteilen. Grund sei, dass hier die Produkte erst ab Mitte Jahr geerntet werden. «Erst dann wissen wir, wie die Vegetation, die klimatischen Bedingungen und die restlichen Einflüsse sich auf Qualität, Verfügbarkeit und Preis niederschlagen.»

Dass nicht zuletzt auch das Wetter eine der Herausforderungen bleiben wird, darauf verweist auch Sohm von Swisscofel: «Die letzten beiden Jahren haben es uns deutlich gezeigt», so sein Fazit: «Wir werden vermehrt auch mit Wetterkapriolen und daraus folgenden Schwierigkeiten für die Produktion und den Handel rechnen müssen.» ■

Selina Mathis

Verband Schweizer Gemüseproduzenten

www.gemuese.ch

Verband Schweizerischer Früchte-, Gemüse- und Kartoffelhandel

www.swisscofel.ch

Migros

www.migros.ch