

Mit CHAMPIDOR Mehrwert für die Schweizer Pilzproduktion geschaffen

VSP | Innovation ► „Mit CHAMPIDOR hat der Verband Schweizer Pilzproduzenten VSP ein Vitamin D Champignon lanciert, um einen Gesundheitsbeitrag für die Schweizer Bevölkerung zu leisten und gleichzeitig einen Mehrwert für das gesamte Sortiment 'Champignons Suisses' zu generieren“, erklärte Fritz Burkhalter, Sekretär VSP gegenüber dem Fruchthandel Magazin.

So werde dieses innovative Produkt mit einer speziellen Karton-Verpackung auch entsprechend hoch positioniert. Mit drei Schweizer Champignons den Tagesbedarf an Vitamin D zu decken, nun wo die Tage kürzer würden, sei doch ein tolles Angebot für die Konsumenten. CHAMPIDOR sei ein Lizenzprodukt des Verband Schweizer Pilzproduzenten VSP, so Burkhalter weiter. „Das positive Image suchen wir bewusst für die Schweizer Pilzproduktion, denn sie muss sich gegenüber den günstigen Importen differenzieren und am Markt behaupten. Und das gelingt dank der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit unseren Abnehmern gut. In diesem Zusammenhang darf die 100 %-Strategie für Schweizer Kulturpilze mit Coop hervorgehoben werden, in der auch CHAMPIDOR gemeinsam lanciert wurde.“ Mit Migros hat der Verband im vergangenen Jahr auf die Herkunft Schweiz gesetzt und den Tag der offenen Pilztür lanciert. Der VSP führte im Juni 2018 erstmals einen Wettbewerb mit einem aufgeklebten Leporello auf den Champignons weiss und braun Schalen 250g durch. Mit dem Handelspartner Migros, in der Genossenschaft Aare (inkl. den Partner-Filialen VOI), konnte das Thema „Grill & Spass mit Schweizer Pilzen“ saisongerecht am Verkaufspunkt auf den umgesetzt werden.

Coop: Weiterer Impuls für das künftige Wachstum des Pilzmarktes

„Echte Produktneuheiten sind eine Seltenheit in der Früchte- und Gemüsebranche geworden – Innovationen



Fritz Burkhalter,
Sekretär VSP

beschränken sich heute grösstenteils auf Verpackungsmaterial und -design oder auf neue Verkaufskonzepte. Umso mehr freuen wir uns, gemeinsam mit dem Verband die CHAMPIDOR in KW 37 lanciert zu haben“, hob Malte Stackebrandt, Marketing Planer, Coop hervor. Die Rahmenbedingungen für eine solche Lancierung seien dabei ide-

al gewesen. Erstens lasse sich aktuell ganz allgemein ein neu entfachtetes Interesse an Pilzen wahrnehmen. Schweizer Kulturpilze würden eine Renaissance erleben, sei es als kulinarische Zutat in der Küche oder schlicht als faszinierendes Lebewesen, für das sich auch immer mehr Kinder und Schulklassen begeistern ließen. „Zweitens sehen wir in der Lancierung der CHAMPIDOR – nach der im Winter 17/18 erfolgten Umstellung des gesamten Zuchtpilzsortiments auf Schweizer Produktion – einen weiteren Impuls für das künftige Wachstum des Pilzmarktes und somit ein weiteres Bekenntnis von Coop zur heimischen Agrarindustrie“, sagte Stackebrandt.

Der erhöhte Vitamin D-Gehalt der CHAMPIDOR-Pilze wird durch eine intensive, kurzzeitige UV-Beleuchtung

hervorgehoben. „Vor dem Hintergrund des zunehmenden Vitamin-D-Mangels in der zentral-europäischen Gesellschaft, betrachten

wir die CHAMPIDOR deshalb als sinnvolle und schmackhafte Ergänzung unseres Pilzsortiments“, führte der Marketing Planer aus.

Mit dem neuen Pilzprodukt spreche Coop also einen überaus wichtigen aktuellen Gesellschaftstrend an: Eine gesunde Lebensweise und eine bewusste Ernährung lösten „Fast Food“ zunehmend ab. Die größte Herausforderung bei der Vermarktung habe deshalb in der Gratwanderung zwischen der Betonung des ernährungsphysiologischen Mehrwerts der CHAMPIDOR auf der einen Seite, ohne allerdings gleichzeitig den Eindruck von Genmodifikation zu erwecken, bestanden. „Es ist zu früh, um bereits jetzt ein Zwischenfazit zu zie-

Der erhöhte Vitamin D-Gehalt der CHAMPIDOR-Pilze wird durch eine intensive, kurzzeitige UV-Beleuchtung hervorgerufen. Der Mehrwert wird auch durch die aufwendige Verpackung unterstrichen.





Eine typische Pilzpräsentation bei Coop Schweiz.

hen, allerdings stimmt uns die breite mediale Resonanz optimistisch, dass uns diese Gratwanderung erfolgreich gelungen ist.“

Wieder Herbstaktionen

Auch dieses Jahr wird der VSP zusammen mit Coop wieder die beliebte Herbstpromotion in KW41 bis KW 45 durchführen. Alle Pilze-Sorten werden lose und in Schalen mit 30% Rabatt, der direkt an der Kasse abgezogen wird, angeboten. Die Frische und hohe Qualität der Schweizer Pilze, beides ausschlaggebende Faktoren beim Kaufentscheid und damit ein Bekenntnis zur Schweizer Herkunft, werden am PoS präsentiert. Die Herbstpromotion ist Bestandteil der Strategie: Coop – Kulturpilzsoriment 100 % aus der Schweiz.

Schweizer Bio Pioppino – ein neuer Edelpilz

Fine Funghi AG, Mitglied des Verband Schweizer Pilzproduzenten VSP, hat den Schweizer Bio-Edelpilz Pioppino als Neuheit lanciert. Der Pioppino (Cyclocybe aegerita), auch Südlicher Ackerling genannt, ist ausgesprochen aromatisch. Der samtig dunkelbraune Pilz, wächst in Trauben und kann bis auf das Stielende vollständig verarbeitet werden. Der Bio-Pioppino ist bei Coop erhältlich. Alle Schweizer Edelpilze, die durch VSP-Mitglieder in der Schweiz produziert werden, sind Bio-Qualität.

Schweizer Pilze bei Marché Restaurants

Der Verband Schweizer Pilzproduzenten VSP präsentierte zusammen mit Marché Restaurants Schweiz AG und Prodega/Growa/Transgourmet – Transgourmet Schweiz AG die gesamte Schweizer Pilze-Produktepalette in den Marché Restaurants. Das Ziel war die Präsenz und den Konsum von Schweizer Pilzen in der Gastronomie zu festigen. Während der Promotion in der D-CH und W-CH wurde das umfangreiche Angebot an Schweizer Pilzen gezeigt und an den Restaurant-Theken wurden frisch zubereitete Schweizer Pilz-Gerichte angeboten. Auch in der Gastronomie werden Schweizer Pilze immer wichtiger, denn die Herkunft Schweiz wird geschätzt. ●

Keine Absenkung von Importzöllen für die EU

HANDEL Die Regierung der Schweiz hat nicht die Absicht, mit der Europäischen Union ein Handelsabkommen zu vereinbaren, das eine Absenkung der bislang geltenden Zölle vorsieht. Das stellt die eidgenössische Regierung in einem Zusatzbericht zu ihrer Gesamtschau zur mittelfristigen Weiterentwicklung der Agrarpolitik ab 2022 fest, berichtet Agra Europe. Der Bundesrat stellt darin klar, dass es sich bei den bisherigen Überlegungen um rein fiktive Szenarien handele, ebenso bei den Ausführungen zu einem Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten. Mit diesen Szenarien sollte allein illustriert werden, welche Auswirkungen verschiedene Grade der Öffnung auf die Schweizer Land- und Ernährungswirtschaften haben könnten. Allerdings hätten die in der Gesamtschau dargestellten hypothetischen Grenzöffnungsszenarien zu Fehlinterpretationen und Missverständnissen geführt. Die Regierung wollte mit ihrer Herangehensweise nach eigenen Angaben die Wirkung des Schweizer Außenschutzes aufzeigen, die bei einem Abkommen mit den Mercosur-Staaten größer sei als bei einem Abkommen mit der EU. Berechnungen hätten ergeben, dass eine Marktöffnung gegenüber der EU die Inlandpreise für Agrargüter deutlich stärker unter Druck setzen würde als ein Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Staaten.



Foto: VRD_ArchieStock



Alte Sorten wie z.B. der Marmorapfel erfreuen sich großer Beliebtheit. Die robuste, anspruchslose und lagerbare Sorte stammt ursprünglich aus Belgien und ist seit 1844 bekannt.

Alte Apfelsorten liegen im Trend

COOP Die alten Apfelsorten finden bei den Konsumenten in der Schweiz Anklang. Die Nachfrage sei in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen, sagt Coop-Sprecherin Alena Kress gegenüber dem Landwirtschaftlichen Informationsdienst. Der Einzelhändler hat erstmals 2005 testweise traditionelle Apfelsorten verkauft, seit 2008 sind sie fixer Bestandteil des Sortiments. Dieses umfasst aktuell – abhängig vom Angebot – rund 15 Sorten. Coop rechnet in Zukunft mit weiterem Wachstum. „Wir wollen die bestehenden Sorten in der Deutschschweiz weiter ausbauen. Zudem planen wir, lokale Pro-Specie-Rara-Äpfel aus der Westschweiz anzubieten“, erklärt Kress. Alte Apfelsorten fänden bei Leuten Anklang, erklärt Gertrud Burger, die gerne Neues ausprobiert und denen es nicht egal sei, was sie essen würden. Personen, die alte Sorten vor dem Aussterben bewahren wollten. Und Leute, welche diese Äpfel noch von früher kennen würden.