



Vermarktungskonzept für Nüsse 2021

Vom Produktzentrum (PZ) Nüsse SOV am 08.07.2021 beschlossen.

1 Ziele

- 1.1 Optimale Marktversorgung in Bezug auf Mengen und Qualitätsklassen.
- 1.2 Segmentierung des Marktes nach Klasse mit folgenden besonderen Bestimmungen der Qualitätsanforderungen.

2 Qualitätsanforderungen

- 2.1 Die Normen und Vorschriften für Nüsse (Haselnüsse, verarbeitete Produkte) gelten als Grundlage und sind umfassend umzusetzen.
- 2.2 Die Walnüsse werden bei optimaler Reife geerntet und dürfen nicht länger als fünf Tagen auf dem Boden bleiben, da sich die Qualität schnell verschlechtert. Die Ernte erfolgt in drei bis fünf Durchgängen. Pro Ernte wird ein bis zwei Schütteln empfohlen, eines davon am Ende der Ernte.
- 2.3 Die geernteten Walnüsse werden in belüfteten Containern und in einem belüfteten Raum gelagert. Bei neu geernteten Walnüssen, die zum Trocknen bestimmt sind, beginnt die Trocknung so bald wie möglich, spätestens jedoch 18 Stunden nach der Ernte.
- 2.4 Frische Walnüsse müssen bei einer Temperatur unter 8 Grad Celsius aufbewahrt werden.

Klassen:

Walnüsse in der Schale werden in drei Klassen eingeteilt.

Die Grösse wird durch ein Intervall definiert, das durch den minimalen Durchmesser und den maximalen Durchmesser bestimmt wird (+/- 2mm).

Klasse	Qualitätsklassen
Extra	32mm+
Klasse I	28-32mm
Klasse II	24 bis 28 mm

Die Klassen sollen homogen sein und sich bezüglich Kaliber nicht überschneiden.



Klasse Extra:

Walnüsse in der Schale in dieser Klasse müssen von überragender Qualität und Grösse sein. Sie müssen die Merkmale der Sorte oder gegebenenfalls der Mischung bestimmter Sorten aufweisen, die vom PZ Nüsse festgelegt und in der Kennzeichnung angegeben sind. Sie müssen praktisch frei von Mängeln sein, mit Ausnahme von sehr leichten oberflächlichen Mängeln, sofern diese das allgemeine Aussehen des Erzeugnisses, die Qualität, die Haltbarkeit oder die Aufmachung in der Verpackung nicht beeinträchtigen.

Klasse I:

Walnüsse in der Schale dieser Klasse müssen von guter Qualität sein. Sie müssen die Merkmale der Sorte oder einer Mischung bestimmter Sorten aufweisen, die vom PZ Nüsse festgelegt und in der Kennzeichnung angegeben sind. Sie können geringfügige Mängel aufweisen, sofern diese das allgemeine Erscheinungsbild des Erzeugnisses, die Qualität, die Haltbarkeit oder die Aufmachung in der Verpackung nicht beeinträchtigen.

Klasse II:

Zu dieser Klasse gehören Walnüsse in Schalen, die nicht in die höheren Klassen eingestuft werden können, aber die oben genannten Mindestanforderungen erfüllen.

Sie können Mängel aufweisen, sofern sie ihre wesentlichen Merkmale wie allgemeines Aussehen, Qualität, Haltbarkeit und Aufmachung beibehalten.

3 Vermarktungsmengen

Nüsse:

Rund eine Erntemenge vom ungefähr 30 Tonnen Schweizer Nüsse (Suisse Garantie und Bio) während der Herbst- und Auslagerungskampagne. Dies entspricht nicht der Vollversorgung des Schweizer Marktes und damit können auf allen Stufen kostendeckende Preise erwartet werden.

Die für die Verpackung der Nüsse verwendeten Materialien sind neu und sauber und von einer Qualität, die keine äusseren oder inneren Schäden am Produkt verursachen kann.

Trockene Walnüsse werden in Verpackungen von maximal 25 kg verpackt.

Frische Walnüsse sind in Verpackungen von höchstens 10 kg zu verpacken.

Frische Walnüsse dürfen nur in einem belüfteten Beutel und/oder offenen Schalen verpackt werden.

4 Marktchancen

4.1 Marktchancen haben jene Posten, die den im vorliegenden Konzept aufgeführten Klassen und Bestimmungen genügen.

4.2 Die regionalen Früchtezentren/Organisation unterstützen das Produktzentrum bei der Durchsetzung des nationalen Vermarktungskonzeptes und bei den Massnahmen in den Regionen.

5 Absatzförderung

5.1 Absatzförderung beinhaltet Basiswerbung und Marktinformation, ergänzt durch individuelle Verkaufsanstrengungen des Handels (Gross- und Detailhandel).

5.2 PR-Massnahmen werden gemäss PZ Nüsse beschlossen, abhängig von der Marktlage.

Schweizer Obstverband

Baarerstrasse 88, 6300 Zug, Telefon +41 41 728 68 68, sov@swissfruit.ch



5.3 Das nationale Herkunftsmarketing wird durch die Garantiemarke «Suisse Garantie»; «Hochstamm Suisse» und das Label Bio Suisse verstärkt, ergänzt mit Sorten- und Qualitätsinformationen.

6 Besondere Massnahmen und Empfehlungen für die kommende Kampagne

6.1 Die Branche erfasst die für die Marktbegleitung benötigten Grundlagen wie Vorernteschätzung, effektive Erntemenge pro Region und Lagerbestandserhebungen. Die dafür erforderlichen Daten meldet ausschliesslich der erstübernehmende Handel, und zwar vollständig, genau und rechtzeitig.

6.2 In Ausnahmefällen kann das Produktzentrum Nüsse Abweichungen von den Toleranzen beschliessen, sofern die Früchte den lebensmittelrechtlichen Vorschriften entsprechen und der vorgesehene Verwendungszweck erfüllt werden kann. Solche Abweichungen müssen vorgängig zwischen Lieferanten und Abnehmer vereinbart werden.

7 Richtpreisgestaltung durch das nationale Produktzentrum Nüsse

7.1 Abgangs-Richtpreise werden vorwärtsgerichtet ab Erntebeginn bis Ende Kampagne festgelegt. Rückwirkende Richtpreiskorrekturen sind zu vermeiden.

7.2 Das Produktzentrum legt für Nüsse SGA und pro Klasse (Extra, I und II), gestützt auf die Faktoren Ernteschätzung, Produktionskostenberechnung und Marktchance, folgende Klassebezogene Richtpreise fest:

- Produzenten-Richtpreise (exklusiv Gebinde, Abgang Betrieb)
- Richtpreisempfehlung in CHF/kg Abgangspreise franko Verteilhandel inkl. Marge und Gebinde
- Richtpreisempfehlung in CHF/kg für verarbeitete Nüsse, Abgangspreis verarbeitende Firma inkl. Marge und Gebinde