

Obwaldner Zeitung

WIRTSCHAFT

Schweizer Pilzproduzenten suchen Hilfe: Im Wettkampf mit ausländischen Herstellern schwindet ihr Marktanteil

Von Pilzen kommen viele good News: sei es als delikater Fleischersatz, als nachhaltiger Baustoff oder als Forschungsfeld über ihre «Intelligenz». Doch der Verkauf Schweizer Pilze läuft nicht gut. Nun traf sich der Verband mit dem Obwaldner Ständerat Erich Ettlin.

Luise Dambly

13.12.2024, 05.00 Uhr



Hippe Rezeptideen für Pilzgerichte sind immer öfter zu finden.

Symbolbild: Vladimir Mironov/zvg

Die Schweizer Pilzproduzenten haben ein Problem: Der Absatz schießt nicht aus dem Boden. Denn obwohl der Pilzkonsum in der Schweiz in den letzten Jahren stetig

zunahm, profitierten davon vor allem ausländische und nicht Schweizer Firmen: Zwischen 2015 und 2023 stieg der Verkauf von Champignons um rund 30 Prozent auf insgesamt 12'400 Tonnen pro Jahr an. Dieser Zuwachs war allerdings nur zu einem Drittel durch Schweizer Pilze getragen, wie aus dem Geschäftsbericht des Schweizer Pilzverbandes hervorgeht.

Damit sank der schweizerische Champignon-Marktanteil von 2015 auf 2023 um rund 10 Prozent auf 63 Prozent. Nicole Badertscher, Geschäftsführerin des Verbandes Schweizer Pilzproduzenten (VSP), erklärt die Entwicklung damit, dass die Pilze aus dem Ausland billiger seien. Ein Blick in die Regale der Grossverteiler zeigt: Champignons aus der Schweiz kosten je nach Qualität zwischen 82 Rappen und 1,80 Franken pro 100 Gramm. Man kann dieselbe Menge Pilze aber auch aus Polen für 40 Rappen kaufen.



Champignons machen mit rund 95 Prozent den Löwenanteil der verkauften Pilze in der Schweiz aus. Bei Coop kann man Pilze aus Polen kaufen, die weniger als die Hälfte von Schweizer Bio-Ware kosten.

Bilder: Luise Dambly

Christian Fanger, Geschäftsführer der Kernser Edelpilze GmbH, betont jedoch: «Viele Schweizer sind bereit, etwas mehr zu zahlen, aber in der Gastronomie beeinflusst der Preisunterschied Kaufentscheidungen.»

Ständerat Ettlin soll helfen

Deshalb haben nun Badertscher und Fanger mit weiteren Vorstandsmitgliedern des VSP die Initiative ergriffen und sich letzte Woche mit dem Obwaldner Ständerat Erich Ettlin getroffen. «Uns geht es vorrangig einmal darum, die Politik für die Herausforderungen unserer Branche zu sensibilisieren», beschreibt Badertscher ihre Motivation.

Von links: Christian Fanger, Erich Ettlin (Ständerat), Cédric Stadler (Präsident VSP), Nicole Badertscher (Geschäftsführerin VSP), Roland Vonarburg, Thomas Suter und Alex Lussi.

Bild: zvg

Denn Pilzproduzenten erhalten im Gegensatz zur restlichen Landwirtschaft gar keine Direktzahlungen oder anderweitige Hilfe, wie Importschutz oder Exportunterstützung. Und ungleiche Spiesse hätten Schweizer Produzenten im Vergleich zu Pilzproduzenten

in der EU, weil dort Investitionen in Anlagen und Maschinen mit bis zu 40 Prozent subventioniert werden würden, wie Christian Fanger erklärt.

Das Problem betrifft nicht nur die im Vergleich eher einfach zu züchtenden Champignons, die den Löwenanteil des Pilzkonsums ausmachen, sondern auch Edelpilze wie Kräuterseitlinge, Shiitake oder Austernpilze. Fanger berichtet zwar: «Wir sind dankbar, dass die Migros in diesem Segment nur auf Schweizer Bio-Produkte setzt.» Doch auch bei Edelpilzen lag der Schweizer Marktanteil 2023 laut Geschäftsbericht nur noch bei 68 Prozent. Und der Konsumzuwachs verteilt sich hier hälftig auf Schweizer und Importprodukte.

Alex Lussi, der die Gotthard-Pilze AG in Stansstad leitet und wie Fanger auf Edelpilze spezialisiert ist, bereitet das Sorgen: «Bisher konnten wir seit 1993 gut bestehen, weil wir den Preisdruck mit Leistung, also einer höheren Produktion, kompensieren konnten – ewig wird das aber nicht gehen.» Einer der grössten Posten im Vergleich zur EU seien für ihn die Lohnkosten, denn Pilze züchten ist noch immer reine Handarbeit.

Investitionspotenzial: 1 Prozent

Die kleine Schweizer Pilzbranche – der Pro-Kopf-Konsum liegt bei 1,5 Kilogramm – hat im aktuellen Absatzförderprogramm von Lebensmitteln keinen Stich beim Bund: Er bewertet die Investitionsattraktivität mit 1 Prozent (Gemüse: 8 Prozent) und gibt für Pilze am wenigsten Geld aus (230'000-260'000 Franken pro Jahr;

Gemüse: 900'000-990'000 Franken) . Deshalb betont Lussi: «Um den Konsum von Schweizer Pilzen zu steigern, benötigt es Unterstützung für Marketing.»

Doch braucht es überhaupt ein Marketing? Denn Rezeptideen für Pilz-Shawarma, oder wie Alex Lussi empfiehlt – Piccata aus Austernpilz – sind bereits heute für viele nicht mehr exotisch.

Nicole Badertscher betont jedoch, dass der Schein trügt: «Pilze werden immer noch hauptsächlich als Herbstspeise und Beilage genossen. Die Chance auf Wachstum im Bereich Fleischersatz ist da, aber Kampagnen mit Reichweite sind mit dem knappen Budget nicht realisierbar.»

Christian Fanger hat für seine Kernser Edelpilz GmbH ein eigenes Rezept gefunden, um dem Marktdruck standzuhalten. Er setzt in seinem Betrieb auf mehrere Standbeine: Pilze, Substrate – also Nährboden – und ab nächstem Jahr auch ein verarbeitetes Produkt: Edelpilzbolognese. Er betont aber auch: «Für die Zukunftsplanung ist es für uns Produzenten sehr wichtig, ein Zeichen zu erhalten, ob die Schweiz auf ihre eigenen Pilze setzen will oder nicht.»

Der Druck in der Branche kommt aber nicht immer nur vom Ausland: Zwischen 2018 und 2021 sank der Preis für 100 Gramm Champignons von 1,24 Franken auf rund 94 Rappen – rund 30 Prozent. Das Angebot stieg in dieser Zeit allerdings nur um rund 17 Prozent. Fanger erklärt das so: «Es war ein landesinterner Preiskampf.» 2022 schloss

die Kuhn Champignon AG, und der grösste Schweizer Pilzproduzent, die Wauwiler Champignons AG, übernahm deren ehemaligen Produktionsstandort und die Mitarbeitenden.

Mehr zum Thema

KANTON NIDWALDEN

Ein Grossprojekt – und vieles wäre heute auf Maria-Rickenbach anders

30.11.2024

abo+ NACHHALTIGKEIT

Too Good To Go: In Uri werden besonders wenige Lebensmittel mit der App gerettet

01.10.2024

Für Sie empfohlen

GISWIL

Kohlenmonoxidvergiftung beim Nachtessen: Jetzt ist die Ursache geklärt
