



Jahresrapport ZM Knospe-Mostobstbeiträge 2025

Januar 2026

Der Einzug der Mostobstbeiträge wurde von der Delegiertenversammlung von Bio Suisse in den [Statuten](#) verankert. Die Beiträge werden jährlich eingezogen und beruhen auf einer Allgemeinverbindlichkeit der Branche. Der Schweizer Obstverband (SOV) übernimmt das Inkassoverfahren gemäss Vereinbarung SOV und Bio Suisse.

Folgende Abzüge werden von den Biomostobst-Produzenten entrichtet:

- Abzüge für Gemeinschaftswerbung & Produktionsförderung: CHF 1.00 / 100 kg

Die Abzüge werden vom SOV an Bio Suisse transferiert für spezifische Werbung für Bio-Süssmost (Absatzförderung) sowie für die Unterstützung entsprechender Organisationen oder Projekte. Ein Teilbetrag vom Mostobstbeitrag geht an den SOV für den treuhänderischen Einzug der Mostobst- und Ernteausgleichsbeiträge sowie für die Sekretariatsarbeiten, Sitzungsvorbereitungen und die Ausführung der Beschlüsse.

2025 – Rechnung

	Zweckgebundene Mittel Mostobst	
	Aufwand in CHF	Ertrag in CHF
Saldo 31.12.2024		<u>161'139</u>
Hochstammtagung /-Erfahrungsaustausch	536	
FiBL Mostobst-Projekt	12'500	
Promotion zu Birnel mit Biofarm	20'000	
Promotion mit Ramseier	20'000	
Produktübergreifende Promotion Roadshow Detailhandel	12'000	
Sitzungsgelder Bio-Vertreter PZ Mostobst / Arbeitsgruppe Betriebswirtschaft Mostobst	2'812	
Verwaltungskosten- und Ernteausgleichsbeitrag SOV	5'356	
Gutschrift SOV Mostobst (abzgl. Verwaltungskostenbeitrag)		95'412
Saldo per 31.12.2025		<u>183'347</u>

2025 – Mittelverwendung

Verwaltungskostenbeitrag SOV

Der SOV erhebt jeweils jährlich einen Anteil an den Mostobst-Mitteln für seinen administrativen Aufwand für Einzug und Verwaltung der Beiträge. Dieser Betrag wird aus den Mostobstbeiträgen finanziert.

Der Verwaltungskostenbeitrag im 2025 betrug 3'356.-

Ernteausgleichsbeitrag:

Ein Teilbetrag von den Mostobstbeiträgen geht an den SOV für den treuhänderischen Einzug der Ernteausgleichsbeiträge und die Verwaltung deren, sowie für die Sekretariatsarbeiten und Ausführung der Beschlüsse. Dieser betrug für das Jahr 2025 CHF 2'000.-.

Der Erfahrungsaustausch des FiBL zum Biohochstammanbau fand am 21. August im Kanton Baselland statt. Die Teilnehmenden besuchten zwei engagierte Betriebe: Familie Schäfer Tobler in Liestal, bekannt für ihren ProSpecieRara-Schauobstgarten mit über 50 Apfelsorten und 40 sortenreinen Säften, sowie Familie Hostettler in Sissach, die traditionelle Hochstammkirschen für Konserven produziert und deren fairer Absatz durch die Biofarm Genossenschaft gesichert ist. Neben der Vorstellung aktueller Forschungsergebnisse, wie einem Tastversuch mit Pyroligninsäure gegen die Kirschessigfliege und der Präsentation neuer robuster Mehrfachnutzungssorten von Agroscope (Wisper, Witta, Wally), wurde auch die Marktsituation für Mostäpfel beleuchtet.

Trotz der widrigen Witterung war die Begeisterung für den Hochstammanbau und alte Obstsorten bei allen Anwesenden spürbar. (Fotos: Thierry Suard, FiBL)

**Projektbeitrag «Bio-Mostobst 2024 - 2027»**

Im Jahr 2024 startete ein neues Projekt, das auf dem Forschungsprojekt zur Förderung der Mostobstproduktion aufbaut, welches 2023 abgeschlossen wurde. Dieses dreijährige Projekt hat das Ziel, die Beratungsaktivitäten auszubauen und das erworbene Wissen direkt in die Praxis zu übertragen. Darüber hinaus werden weiterhin Versuche zur Eignung verschiedener Obstsorten durchgeführt, um deren Tauglichkeit für die Herstellung von Most, Apfelmus und Apfelringen zu untersuchen. Das Projekt wurde im Jahr 2025 aus den Mostobstbeiträgen mit CHF 12'500 unterstützt.

Mostobst-Promotion mit Ramseier

Während der KW 31 und 32 wurde mit der Firma Ramseier Suisse AG eine Absatzförderungsaktivität für Ramseier Zisch und Schorle am POS in diversen Coop Filialen durchgeführt. Ein Inserat in der Coop Zeitung mit einem digitalen

Bon (50% Rabatt) diente der Verkaufsförderung. Der Abverkauf sowie die Präsenz des Produktes bei Coop konnte durch die Promotion stark gesteigert werden.

Es wurden 11'410 Bons eingelöst und 19'200 Flaschen inkl. Rabattierung verkauft. Die Regalbroschüre mit gleichzeitigem Aktionsrabatt sorgte für eine erhöhte Visibilität der Artikel am POS, eine Aktivierung der betreffenden Produkte sowie eine bessere Verankerung im umkämpften Coop-Sortiment.



Birnel-Promotion mit Biofarm

Erstmals wurde 2025 eine Promotion mit Birnel im Rahmen der Mostobstbeiträge unterstützt. Die Firma Biofarm führte dazu im Herbst 2025 eine Bio-Birnel-Werbeaktion im Fachhandel durch. Ziel der Promotion war es, Bio-Birnel am Markt zu stärken, den Absatz zu steigern und nach zwei Jahren ohne Produktion – bedingt durch geringe Mostobst-Ernten – dem Produkt wieder zu mehr Präsenz zu verhelfen. Gleichzeitig sollten die besonderen Qualitäten sowie die Hintergründe und Geschichte von Birnel stärker ins Bewusstsein der Konsumentinnen und Konsumenten gerückt werden.

Die Aktivitäten im Detailhandel umfassten Kundenstopper, Mini-Testportionen, Newsletter, einen Wettbewerb, Verkaufsschulungen sowie eine Plakatserie und eine Informationsbroschüre. Leider blieb der gewünschte Erfolg bislang aus. Ein wesentlicher Grund dürfte sein, dass das Weihnachtsgeschäft immer früher einsetzt und der Herbst daher keinen geeigneten Zeitpunkt für die Durchführung darstellte. Die Promotion wurde deshalb vorzeitig beendet und auf das Frühjahr 2026 verschoben





Roadshow Coop

Während 92 Promotionstagen wurde im 2025 erneut die nationale In-Store Promo in 23 Shopping Centern in Zusammenarbeit mit Coop durchgeführt. Dabei wurden diverse Bio-Produkte an einem Stand, einer sogenannten Roadshow, in den Läden beworben. Der Mehrwert von Knospe-Produkten, insbesondere die 3 Fokus Themen, Tierwohl, keine chemisch-synthetische Pestizide, wurden vermittelt. Knospe-Mostobst konnte dabei gut sichtbar platziert werden. Unter anderem wurde Bio-Apfelschorle als Gewinn beim Glücksrad abgegeben. Die Raodshow war mit diversen flankierenden Massnahmen gekoppelt. Darunter Wettbewerbe und Rabatte. Es wurden über 32'150 Knospe-Produkte abgegeben.

Der Promostand zog viele Passanten an und wurde gut aufgenommen: An den im 2025 durchgeföhrten Promotagen fanden 123'512 Kontakte statt. Über 47'880 Engaged visitors (Teilnehmer:innen Glücksrad, Abgabe Bons, Gespräche am Stand) wurden registriert, 28'979 Rabattbons wurden eingelöst und 14'854 Personen nahmen am Wettbewerb teil.





SHA/Januar 2025

