

INTERVIEW: Unternehmer Ernst Möhl spricht über die wichtigsten Innovationen der vergangenen Jahrzehnte

«Für Möhl-Säfte ist Obstqualität ganz wichtig»

Die Brüder Ernst und Markus Möhl führen seit über 40 Jahren mit grossem Erfolg die Mosterei Möhl AG in Arbon TG. Nun wurden sie an der Messe Tier&Technik mit dem Preis «Agro-Star Suisse» geehrt.

INTERVIEW:
DANIEL SALZMANN

«Schweizer Bauer»: Was bedeutet Ihnen und Ihrem Bruder Markus die Auszeichnung Agro-Star Suisse?

Ernst Möhl: Das ist eine Ehre und eine Anerkennung für unsere Leistungen in den vergangenen 40 Jahren. Wir haben Freude.

Woher bezieht Ihre Mosterei das Obst?

Es stammt alles aus dem oberen Thurgau und dem angrenzenden St.Galler Land. Somit kommt alles Obst aus einem Umkreis von 40 Kilometern.

Wie viel davon stammt von Hochstammäbäumen, wie viel aus Tafelkernobst-Anlagen?

Das ist von Ernte zu Ernte unterschiedlich. Das können 95% von Hochstämmern sein oder 75%, je nachdem, ob es Überschüsse oder Hagelschäden gibt.

Wie arbeiten Sie mit den Obstlieferanten zusammen?

Innerhalb eines Radius von 10 km rund um unsere Mosterei fahren die Bauern mit dem Obst direkt zu uns. Mit diesen kommunizieren und rechnen wir direkt ab. So tun wir es auch mit den Bauern, welche die zwei Verladestellen Lömmenschwil und Waldkirch beliefern. So stehen wir mit rund 700 Bauern in direktem Kontakt. Dazu kommen ein halbes Dutzend Verladestellen, denen wir das Obst abkaufen.

Diese Verladestellen liefern dann auch an die Konkurrenz?



Die Brüder Markus (links) und Ernst Möhl bei der Preisübergabe. (Bild: Daniela Ebinger)

Ja. Die meisten davon sind Landis, die zum Mitbewerberkonzern gehören.

Beziehen Sie auch Birnen?

Ja. 6 bis 7% der Menge, die wir pressen, sind Birnen. Diese verwenden wir für verschiedene Apfelsäfte, z. B. für den naturtrüben

Mit dem «Shorley» konnten wir ab 1999 diese Gattung auf Trab bringen.

Apfelsaft oder den Bio-Süssmost. Zum Stichwort Bio: Wir waren die Ersten in der Schweiz, die Bioapfelsaft abfüllten. 1962 begannen wir, Demeter-Saft herzustellen. Später erhielten wir das Knospe-Label von Bio Suisse. Für das Knospe-Label muss Direktsaft verwendet werden.

Mit dem Shorley hat die Mosterei Möhl AG ja grossen Erfolg. Wie kam es zu dessen Lancierung?

Wir bewegen uns ja an der Grenze zu Deutschland. Im Graubünden hat es viele Feriengäste aus Deutschland. In den Skigebieten war das Wort «Schorle» vor fünfzehn Jahren schon in aller Munde. Wir haben 1999 die Marke «Shorley» geschützt, diesen erfrischen Apfelsaft lanciert und intensiv auf allen Kanälen beworben. So konnten wir diese Gattung auf Trab bringen. Es folgten dann Mitbewerberprodukte und Eigenmarken der Grossverteiler. Unser Shorley stammt zu 60% aus Apfelsaft und zu 40% aus Wasser.

Woher stammt das Wasser für den Shorley?

Aus der Mineralquelle Passugg. Es hat einen sehr guten Namen

und ist ein sehr hochwertiges Wasser.

Mitte 2015 übernahmen Sie das Obstgeschäft der Thurella. Was hat sich damit verändert?

Wir haben die Geschäftstätigkeit der Thurella bereits per 1. Januar 2014 übernommen.

Beim Apfelwein sind wir ganz klar Marktführer in der Schweiz.

Aber bis Mitte 2015 mussten wir noch in deren Liegenschaft in Egnach TG arbeiten. Seitdem sind all unsere Aktivitäten bei uns in Arbon TG konzentriert. Seit der Übernahme verarbeiten wir etwa 80% mehr Obst als vorher. Deshalb haben wir in den letzten zwei Jahren rund

16 Millionen Franken investiert. Wir bauten mehrere zusätzliche Tanklager, eine gedeckte Verladehalle für Tanklastwagen, eine neue Kühlanlage, und wir erhöhten die Presskapazität. Personalmässig kamen mit Thurella netto 5 Stellen plus 1 Lehrling dazu.

Haben sich mit der Übernahme auch neue Absatzkanäle eröffnet?

Ja. Thurella war der Hauptlieferant der Migros, und zwar in Form von Apfelsaft und Konzentraten, die von der Bina AG in Bischofszell und von der Aproz SA in Aproz VS abgefüllt werden. Wir konnten diesen Kanal übernehmen und zu den Verantwortlichen in der Migros-Industrie eine gute Beziehung aufbauen.

Vergorener Apfelsaft bzw. Apfelwein ist ja ein traditionelles Produkt. Wie gelingt es Ihnen, die junge Generation dafür zu begeistern?

Das ist eine grosse Herausforderung für uns. Der Apfelwein ist für uns ein sehr wichtiges Produkt, rund 30% der verarbeiteten Äpfel werden damit verwertet. Beim Apfelwein sind wir auch ganz klar Marktführer in der Schweiz. Wir achten darauf, in der Werbung nicht versalzen zu erscheinen. Wir versuchen in allen Bündner Skistationen die Jungen anzusprechen. Und seit Kurzem gibt es den Saft vom Fass nicht nur in der Bügelflasche, sondern auch in der Einwegflasche aus Glas mit Deckel. So können wir auch den Detailhandel und Tankstellenshops beliefern, die keine Retourflaschen wollen. So kann der Saft sehr gut mitgenommen werden, zum Beispiel auch von jungen Erwachsenen.

Den Saft vom Fass gibt es ja auch alkoholfrei, aber mit immer noch sehr viel Geschmack. Wann haben Sie das entwickelt?

Das war 2005, als die Alkohollimite im Strassenverkehr von 0,8 auf 0,5 Promille herabgesetzt wurde. Zum intensiven Ge-

schmack, den Sie ansprechen, tragen sicher unsere sorgfältige Verarbeitung und unsere Lagerung in Holzfässern bei. Ganz wichtig ist aber das Rohmaterial. Unsere Lieferanten sind angefordert, nur bestes, reifes, nicht angefaultes und sauberes Obst anzuliefern. Für die Vermarktung aller Landwirtschaftsprodukte ist übrigens das Image der Landwirte zentral. Dafür wiederum ist der Umgang mit den Tieren entscheidend.

Kann man Ihren Betrieb auch besuchen?

Wir empfangen in Arbon TG vor allem Gruppen. Hostessen führen durch unseren Betrieb. Im Sommer 2016 beginnen wir mit dem Bau eines zusätzlichen Holzfasskellers im Untergrund. Darüber entsteht ein neues Besucherzentrum, das im Frühling 2018 fertig wird. Als Leihgabe kommt dann auch das Schweizerische Mostereimuseum zu uns. Selbstverständlich kann man in unserem Getränkemarkt Möhl-Produkte kaufen.

MOSTEREI MÖHL AG

Die Mosterei Möhl AG wurde 1895 von Hans Georg Möhl-Schär gegründet. Ernst Möhl übernahm 1975 im Alter von 23 Jahren in vierter Generation die Firma. 1978 stieg sein Bruder Markus ein. Ernst und Markus Möhl sind daran, die Geschichte der Firma mit Sitz in Arbon TG an die fünfte Generation zu übergeben. Ernst Möhls Sohn Christoph sowie Markus Möhls Söhne Georges und Lukas teilen sich bereits verschiedene Aufgaben im Familienbetrieb. Die Mosterei setzt im Jahr rund 40 Millionen Franken um und beschäftigt rund 70 Angestellte, davon fünf Lernende und acht Aussendienstmitarbeiter. Im Jahr werden rund 30000 Tonnen Äpfel und Birnen zu rund 24 Mio. Litern Obstsaft-Getränken verarbeitet. Pro Tag können 900 Tonnen Äpfel verarbeitet werden. *sa!*

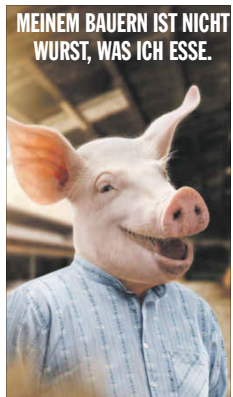
LESERBRIEFE

«Die Hoftierplakate kommen an»

Reaktion auf den Leserbrief «Ich schäme mich als Bauer für diese Werbung» von Guido Schildknecht im «Schweizer Bauer» vom 17. Februar.

Kleine Erklärung zur aktuellen Hoftierkampagne von «Gut, gibt's die Schweizer Bauern.» Diese zeigt keine Bauern mit Tierköpfen. Vielmehr handelt es sich um ein Edelweisshemd tragende Tiere. Die menschliche Darstellung der Tiere erlaubt es ihnen, als glaubwürdige Augenzeugen der Bevölkerung über die Leistungen der Bauernfamilien zu berichten. Zielgruppe sind jüngere Menschen in der Stadt, die der Landwirtschaft am kritischsten gegenüberstehen. Unsere bereits zweimal durchgeführten und aktuell wieder laufenden Werbewirkungskontrollen zeigen, dass die Sujets dort sehr gut ankommen.

Hier ein aktuelles Mail einer Konsumentin: «Ihre neueste Plakatkampagne: Einfach die ultimative Wucht! Ich schaue mir, meist auf den Bus wartend, echt begeistert minuutenlang Ihre Plakate an, freue mich so! Die Katze, das Schaf, das



Eines der neuen Werbesujets des SBV. (Bild: SBV)

Schwein etc., etc. sooo witzig, intelligent und genial umsetzt! Kompliment!» Was wollen wir mehr? Nicht Schämen ist angesagt, sondern Freude über die Beachtung!

Sandra Helfenstein
Leiterin Kommunikation
Schweizer Bauernverband

«Nagra-Vorgehen ist unverstündlich»

Zur Lagerung radioaktiver Abfälle.

Am 8. Februar 2016 startete die Nagra die Bodenerkundungskampagne, um die Planung und den Bau des Endlagers für hochradioaktive Abfallstoffe auf dem Zürcher Kantonsgebiet nahe Trüllikon, Marthalen, Rheinau, Benken, Dachsen vorzubereiten. Der Inhalt von ca. 1460 Castor-Behältern (1385 m³) soll in nur 500 Metern Tiefe in einer nur 7 km² grossen Tonstein-Linse im Weinland eingelagert werden! In einem dicht besiedelten Bereich der Schweiz! Wo es doch im Kan-

ton Uri und Glarus steinige Täler gibt, in denen kaum jemand lebt. Als Dipl.-Ing. und Endlager-Fachplaner ist mir das alles völlig unverstündlich!

Volker Goebel
Brunnen SZ

Leserbriefe werden im «Schweizer Bauer» gerne veröffentlicht. Kurze Leserbrieftexte (max. 1500 Zeichen) werden bei der Auswahl bevorzugt behandelt. Die Redaktion behält sich Kürzungen vor. Über nicht veröffentlichte Beiträge wird keine Korrespondenz geführt.

Redaktion «Schweizer Bauer»
Leserbriefe, Pf 8135, 3001 Bern
Fax: 051 330 95 32
Mail: leserbriefe@schweizerbauer.ch

PRESSESCHAU

«Monsanto fürchtet China»

Die Übernahme von Syngenta durch ChemChina wecke eine völlig neue und ungewohnte Zuschauerrolle versetzt sehe, widerspiegeln. Die Kritik von Vilsack komme überraschend.

TagesAnzeiger

«Anzeiger». Der Verkauf sei Anlass zu «höchster Besorgnis». Vilsack behauptete, dass die Volksrepublik China die Gentechnologie «nicht unter wissenschaftlichen, sondern politischen Gesichtspunkten» beurteile und die amerikanische Hegemonie infrage stellen wolle. Vilsacks Einwände würden den Widerstand der Marktführerin Monsanto, die sich durch den

Syngenta-Deal in eine völlig neue und ungewohnte Zuschauerrolle versetzt sehe, widerspiegeln. Die Kritik von Vilsack komme überraschend.

Noch bevor Syngenta das Dossier der Kommission in Washington überhaupt vorgelegt habe, habe der Agrarminister schon sein Sperrfeuer eröffnet. China sei der grösste und für westliche Agrokonzerne weitgehend verschlossene Markt. Komme ChemChina zum Zuge, so würden für Syngenta diese Türen sofort aufgehen, während die Hauptkonkurrentin Monsanto um den gleichen Zugang weiter bangen müsse. Noch sei der grosse Deal nicht vollständig über den Tisch gegangen. *ats*

REKLAME

REKLAME

Kuh Start Aktion
Messerabbat 11 für 10 Stück an der Tier & Technik und Agrimesse
www.kuenzle-farma.ch
Tel. 071 414 0 414
Schweizer Qualität seit 1962

Bauern aufgepasst: Vom BLW geplantes Importsystem für Kartoffeln führt zu grösseren Einfuhrmengen!
Lagerhaus Lohn
Maison Virchaux 032 677 50 10
www.lagerlohn.ch