

● Red Boy®: Promo-Fruit AG stellt neue Apfelsorte vor

Red Boy® heisst die neue Apfelsorte aus der Kreuzung von Redwinter × Rubinette, 90-2, ausgeführt 1990 vom verstorbenen Apfelmzüchter Peter Hauenstein. Diese Sorte wurde als Höhepunkt der Neuheiten-Tagung der Promo-Fruit AG am Donnerstag, 26. September 2002, in Rafz vorgestellt. In Vorträgen, Verkostungen und Besichtigungen ging es um Neuheiten beim Apfel und um den gesundheitlichen Wert von Früchten und Gemüse. An der Tagung vertreten waren namhafte Repräsentanten aus Forschung, Versuchswesen, Handel und Baumschulwesen aus Deutschland, Frankreich, Österreich, Luxemburg, Belgien, den Niederlanden, dem Südtirol und der Schweiz. Organisiert wurde der Anlass von Hans Wicki, dem Geschäftsführer der Promo-Fruit AG.

Steigender Apfelkonsum: Wie kann der Traum verwirklicht werden?

Raymond Dahm aus Luxemburg ist Geschäftsführer der Cifruta AG, die sich mit dem Obsthandel befasst und der Lebensmittelkette Cactus mit siebzehn Verkaufsstellen, darunter zwei Hypermarchés.

Ihm gelang das, wovon viele in der Obstbranche träumen: Eine markante Steigerung des Obstabsatzes und ein positives Marketing für das Obst. Früher herrschte in Luxemburg auch das «Drei-Farben-Prinzip»: rot (Red Delicious), gelb (Golden Delicious) und grün (Granny Smith). Bereits mit Jonagold entstand eine Wende. Doch Schokoriegel und mit Obst angereicherte Produkte bewirkten einen Rückgang des Apfelkonsums. Als bei Cactus das Sortenspektrum ausgeweitet wurde, stellte sich mehr Erfolg ein. Dahm stellt fest, dass besonders junge Menschen offen für Neuheiten sind. Heute bietet er fünfzehn Sorten in total vierzig Aufmachungen an und kann den Umsatz laufend steigern. Folgende Bedingungen ermöglichen eine Steigerung des Apfelkonsums:

- Sortenvielfalt
- Qualität
- Apfel-Marketing

Zum Marketing gehört eine gezielte Produkteinformation, umweltschonender Anbau in Konsumentennähe, eine optimale Logistik, Merchandising (Absatzförderung; Anm. d. Red.), gut geschultes Verkaufspersonal, Degustationen und Animationen und immer eine Sorte im Sonderangebot. Die Rückverfolgbarkeit zum Produzenten ist ebenfalls sehr wichtig. Dahm sieht gute Ausbauperspektiven für Äpfel. Die Zeit der Massenproduktion zu

Niedrigpreisen sei vorbei. Mit Videos führte er die TV-Werbekampagne für Äpfel in Luxemburg vor.

Sorten an das Verkaufsegment anpassen

Josef Leicht von der privaten Obstbauberater Bodensee (POB), Deutschland, ist privater Obstbauberater im Raum Bodensee, Rheinschiene und Heilbronn. Er präsentierte das Interessendreieck Obstbauer, Vermarkter, Züchter:

- Obstbauer: wenig Arbeit, wenig Risiko, hoher Erlös.
- Obsthandel: hoher Absatz, keine Probleme, wenig Reklamationen.
- Züchter: Amortisation, Planungssicherheit, Sicherung des Baumabsatzes.

Leicht bewertete auch die Eignung von Sortenneuheiten für den Lebensmitteleinzelhandel (entspricht unseren Grossverteilern), den Fachgrosshandel (entspricht den Obstfachgeschäften) und den Direktverkauf (s. Tab.).

Streifzug durch die Neuheiten

Gerhard Baab von der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt Ahrweiler in Deutschland und Henk Kemp von der holländischen Versuchsstation Randwijk führten durch das ausgestellte Sortiment an Neuheiten, das die Teilnehmer mitbrachten. So entstand ein schöner Vergleich der Muster

Sorte	Lebensmittel-einzelhandel	Fachgross-handel	Direkt-verkauf
Gala Galaxy	++	+	+
Gala Schniga, Brookfield	+++	+	-
Braeburn Redfield	++	-	--
Cameo (Clubsorte)	+	-	--
Rubens (Clubsorte)	+	++	++
Red Prince (dunkelroter Jonagold, Clubsorte)	++	-	--
Pinova	++	+	+
Fuji Kiku 8®	++	++	++
Rubinette®, Var. «Rafzubin»	-	+	+++
Rubinette® ROSSO, Var. «Rafzubex»	+	++	++
Topaz (schorfresistent)	-	++	++
Santana (schorfresistent)	+	+	++



Ein Red-Boy®-Bäumchen.

von verschiedenen Standorten. Rubinette® ROSSO ist eine rote Rubinette-Mutante. Gemäss Kemp könne sie an gewissen Standorten etwas dunkel werden. Von Beni Shogun®, Variante Heisei Fuji, einer früh reifen, verwaschen gefärbten Mutante von Fuji, zeigte die Eidgenössische Forschungsanstalt Wädenswil (FAW) erstmals Früchte von virusfreien Bäumen. Sie weisen ebenfalls die frühe Reifezeit auf. Bei Fuji steht ansonsten Kiku8 mit intensiv gestreifter Färbung im Vordergrund. Kemp betrachtet Rubens als interessant, doch seien mehrere Ernten nötig. Mairac ist sehr fest und mit gutem Geschmack, aber etwas bräunlichrot. Svatava, eine schorfresistente Sorte aus Tschechien (Prof. Tupy) bringt gute Qualität, der Baum ist aber schwierig. Pirouette (= Rubinstar) aus Tschechien ist eine teilresistente, attraktive Sorte, die in Belgien propagiert wird. Kanzi und Greenstar stammen aus Belgien, die Anbauerfahrungen sind aber noch gering. Dies gilt auch für die neuseeländische Sorte Sonya, die in der Schweiz forciert wird (Perroy). Bei Initial, einer schorfresistenten Sorte aus Frankreich, sei gemäss Kemp der Geschmack nicht gut genug. Diwa ist für Baab eine interessante Neuheit mit Ähnlichkeit zu Elstar, aber besseren inneren Werten, vor allem einem besseren Shelf-life.



Hans Wicki, Geschäftsführer der Promo-Fruit AG.

Red Boy®, das neue Kind von Promo-Fruit

Red Boy® mit Sortenname «Frureru» ist eine Züchtung von Peter Hauenstein aus der Kreuzung Red Winter × Rubinette. Die Früchte sind mittelgross bis gross und leicht flachkugelig. Die Bäume haben guten Wuchscharakter, können aber etwas verkahlen. Im Jahr 2003 sollen 30'000 bis 40'000 Veredlungen gemacht werden, vor allem für die Direktvermarktung in Deutschland. Allerdings ist die Sorte noch nicht virusfrei erhältlich. Ebenfalls in Virusfreimachung befinden sich die weiteren Hauenstein-Züchtungen Delbard Jubilé®, Variante Delgolune × Redwinter, 90-1 und Rubinette®, Variante «Rafzubin» × Yataka, 93-3.

Der Apfel ist Gesundheit

Helga Buchter präsentierte in einem engagierten Vortrag die gesundheitlichen Werte des Apfels und von Obst und Gemüse allgemein. Neben Vitaminen und Ballaststoffen sind vor allem sekundäre Inhaltsstoffe wichtig. Dazu gehören zehn Stoffgruppen, darunter Carotinoide, Flavonoide, Sulfide und Terpene. Sie sind wichtige Schutzfaktoren gegen Stress und wirken gegen Krebs, Mikroorganismen und Thrombosen. Sie wirken ferner antioxidativ, stärken das Immunsystem, regulieren den Blutdruck und fördern die Verdauung. Tierische

Fette belasten hingegen den Körper. Die Kampagne «5-mal am Tag Obst und Gemüse» weist demzufolge in die richtige Richtung. Buchter attestiert der Züchtung, dass sie bezüglich Geschmack viel erreicht hat, dass aber der Gehalt an wertgebenden Inhaltsstoffen (z.B. Bitterstoffe) abgenommen habe.

Mit einer Besichtigung von Sorten in den Anlagen der Baumschule Hauenstein und im Obstbaubetrieb Buchter in Lottstetten (D) wurde die interessante Veranstaltung der Promo-Fruit AG abgeschlossen.

MARKUS KELLERHALS, FAW