

● Diwa®-Milwa und Mairac®-La Flamboyante im Test

An der BEA 2007 wurde vom Obstverband Besofrisch und der Forschungsanstalt Agroscope Changins-Wädenswil ACW ein Konsumententest mit den neuen Apfelsorten Diwa®-Milwa und Mairac®-La Flamboyante im Vergleich mit Royal Gala und Braeburn Standard durchgeführt. Fragen nach Beliebtheit (Essqualität) und Aussehen dieser Sorten standen im Vordergrund.

Zusätzlich wurden Alter und Geschlecht der befragten Personen sowie ihre Vorlieben bezüglich der Geschmackskomponenten sauer respektive süss und hinsichtlich der Grösse der Äpfel erhoben. Die Früchte stammten aus CA-Lagerung. Zum Zeitpunkt der Degustation waren die Festigkeit von Braeburn Standard und Diwa®-Milwa eher tief. Hohe Zuckergehalte (°Brix) wiesen Diwa®-Milwa und Mairac®-La Flamboyante auf (siehe Tab. 1).

Die Beurteilung der Beliebtheit und des Aussehens erfolgte auf einer Neun-Punkte-Skala von 1 = ausserordentlich schlecht bis 9 = ausserordentlich gut.

Unter den Teilnehmenden waren 59% Frauen und 41% Männer. Mit 22% der Konsumenten war die Altersgruppe bis 25 Jahre vertreten, 64% waren zwischen 25 und 65 Jahre alt und 14% über 65 Jahre.

Mairac®-La Flamboyante schmeckte am besten

Bezüglich Essqualität wurde Mairac®-La Flamboyante am besten beurteilt. Auf den Rängen zwei und drei folgen Braeburn Standard und Diwa®-Milwa, die sich statistisch nicht voneinander unterscheiden. Am Schluss folgt signifikant schlechter bewertet die Sorte Royal Gala.

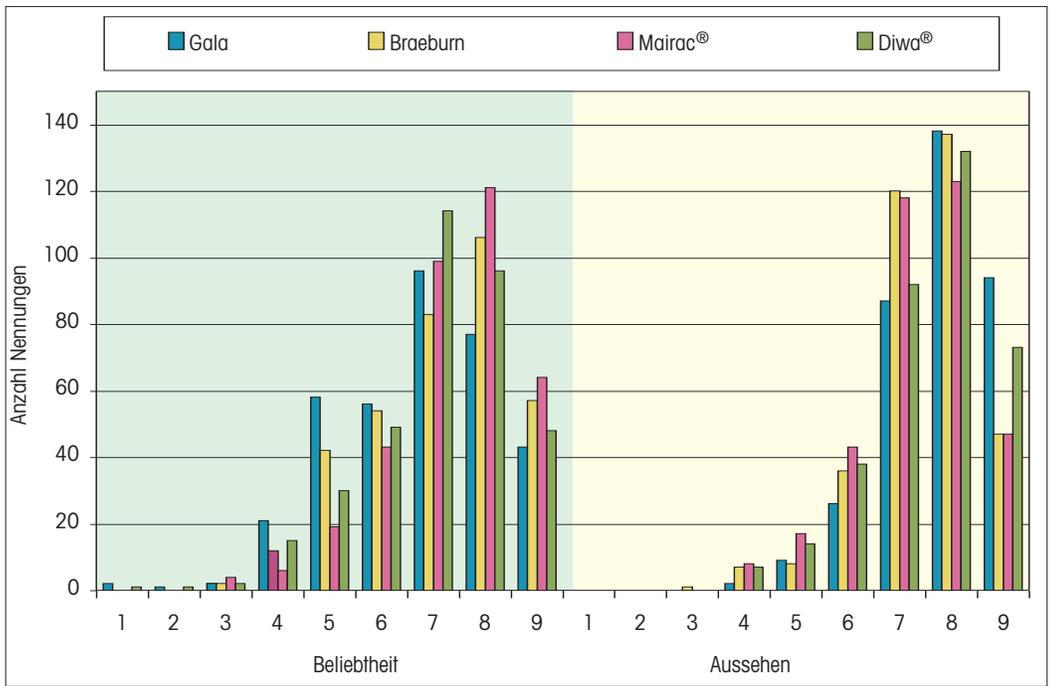
Generell wurden für die Bewertung der Beliebtheit die Noten 7 (gut) und 8 (sehr gut) am meisten vergeben. Die Note 8 (sehr gut) dominiert bei Mairac®-La Flamboyante, gefolgt von Braeburn Standard.



Ein BEA-Besucher testet Äpfel.

Tab. 1: Analytische Daten (Mittelwerte) der für die Degustation verwendeten Früchte.

Sorte	Royal Gala	Braeburn Standard	Mairac®-La Flamboyante	Diwa®-Milwa
Gewicht (g)	161.0	178.0	193.0	179.0
Zucker (°Brix)	14.8	14.6	15.7	16.1
Festigkeit (kg)	7.6	5.1	6.6	5.7
Apfelsäure (g/L)	-	5.8	6.9	5.7



Verteilung, Beliebtheit und Aussehen auf der Notenskala 1 (ausserordentlich schlecht) bis 9 (ausserordentlich gut).

Tab. 2: Konsumentenbeurteilung. (Punkteskala 1 – 9; 1 = ausserordentlich schlecht, 9 = ausserordentlich gut.

Beliebtheit			Aussehen		
Sorte	Mittelwert	Gruppen	Sorte	Mittelwert	Gruppen
Mairac®-La Flamboyante	7.4	A	Royal Gala	7.8	A
Braeburn Standard	7.1	B	Diwa®-Milwa	7.5	B
Diwa®-Milwa	7.1	B	Braeburn Standard	7.4	BC
Royal Gala	6.7	C	Mairac®-La Flamboyante	7.3	C

N= 356; Gruppen: unterschiedliche Buchstaben = signifikant unterscheidbar (p = 5%, Duncan Test).

Diwa®-Milwa wurde besonders oft mit der Note 7 (gut) beurteilt. Im Vergleich zu den anderen Sorten wurde bei Royal Gala relativ oft die Note 4 (eher schlecht) und 5 (weder gut noch schlecht) vergeben.

Royal Gala optisch überzeugend

Bezüglich Aussehen wurde Royal Gala am besten beurteilt, gefolgt von Diwa®-Milwa, Braeburn Standard und Mairac®-La Flamboyante. Generell wurden alle vier Sorten optisch sehr positiv eingestuft. Bei Royal Gala dominiert die Note 9 für das Aussehen (ausserordentlich gut) vor Diwa®-Milwa. Royal Gala wurde von der zahlenmässig grössten Gruppe, Frauen zwischen 25 bis 65 Jahren, am besten beurteilt.

Das Auge ist bekanntlich beim Kaufentscheid für den ersten Eindruck verantwortlich. Für die Vermarktung stellt sich die Frage, wie eine Sorte, die geschmacklich sehr gut abschneidet, sich aber optisch weniger gut «von selbst verkauft», effektiv beworben und verkauft werden kann.

Unterschiede zwischen Konsumentengruppen

45% der Konsumenten gaben an, eher saure Äpfel zu bevorzugen; 47% würden süsse vorziehen, während 8% der Befragten keine klare Präferenzangaben. Junge Konsumenten und Männer gaben an, süsse Äpfel zu bevorzugen; Frauen ab 25 hingegen eher saure.

44% der Befragten bevorzugen eher kleine Äpfel, 23% ziehen grosse vor. Für 33% spielt

die Grösse keine Rolle. Junge Konsumenten, speziell Männer, gaben an, grossen Äpfeln den Vorzug zu geben, während Frauen ab 25 und Männer zwischen 25 und 65 eher kleine bevorzugen.

ALOIS BÜHLER UND
SIMON EGGER, ACW,
JÜRIG MAURER, INFORAMA OESCHBERG