



Diwa® – Apfelmарke mit Wachstumspotenzial

Was muss eine neue Apfelsorte heute mitbringen, um in naher Zukunft erfolgreich am Markt zu bestehen? Spätestens seit Pink Lady®, Jazz® und weiteren «Clubsorten» ist das Interesse für Apfelmарken bei der Konsumentenschaft international deutlich gestiegen. Ausgestattet mit einem Mehrwert an Geschmack, Lagerfähigkeit oder Möglichkeit für reduzierten Pflanzenschutz wird die neue Sorte mit einer Marke emotional «aufgeladen», inszeniert und ist in den Köpfen präsent. Um als Marke wahrgenommen zu werden, ist eine spezielle Positionierung im Detailhandel essentiell. Die aktuelle Produktion an Diwa®-Äpfeln, verbunden mit einer sehr guten Lagerfähigkeit der Früchte, erlaubt eine zehntonatige Verfügbarkeit am Verkaufspunkt im Schweizer Detailhandel.

MICHAEL WEBER, VARIСOM GMBH, WÄDENSWIL
 MARKUS KELLERHALS UND SIMONE SCHÜTZ, AGROSCOPE,
 WÄDENSWIL
mweber@varicom.ch

Die von Agroscope in Wädenswil stammende Apfelsorte Milwa, eine Kreuzung aus (Idared × Maigold) × Elstar, verbindet auf einzigartige und ausgewogene Weise die Fruchteigenschaften Geschmack, Saftigkeit, Textur, Lagerfähigkeit und Attraktivität ihrer Elternsorten (Kellerhals et al. 2002). Das Lagerungs- und

Vermarktungspotenzial reicht in manchen Jahren bis zur neuen Ernte.

Produktion und Erfahrungen in der Schweiz

Milwa wurde im Jahr 2002 im Rahmen der Expo.02 in Murten der Bevölkerung als Sortenneuheit vorgestellt. Die ersten grösseren Anlagen sind in der Schweiz und in den Niederlanden praktisch zur gleichen Zeit entstanden. Die Apfelsorte Milwa ist heute mit 125 ha in



der Schweiz nach Scifresh (Jazz®) mit 133 ha die meistgepflanzte neue Apfelsorte der letzten zehn Jahre. Die Clubsorten Cripps Pink (Pink Lady®) und Nicoter (Kanzi®) liegen auf etwas tieferem Niveau (BLW 2017, Abb. 1). Vorteile der Sorte Milwa sind der gesunde Baum, speziell eine vergleichsweise geringe Krebsanfälligkeit und die sehr attraktive Frucht mit harmonischem Zucker/Säureverhältnis (Kellerhals 2015).

Die Herausforderung in der Kulturführung ist das relativ schwache vegetative Wachstum des Baums in den ersten Jahren und eine Neigung zu Alternanz, wenn nicht frühzeitig und konsequent ausgedünnt wird. Bei der Ernte verursacht der kurze Stiel einen etwas höheren Zeitaufwand. Milwa bringt leuchtend rote, früh färbende und mittelgrosse Früchte (Abb. 2). Der Unterschied zu einer «klassischen» Clubsorte ist

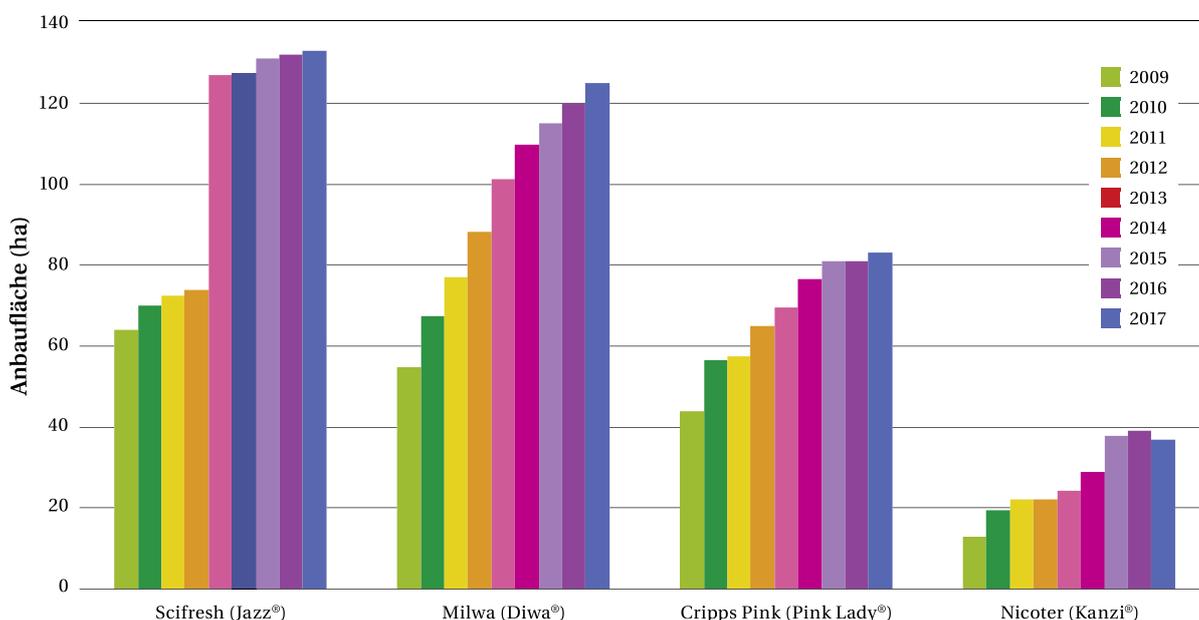


Abb. 1: Flächenentwicklung von Sortenneuheiten in der Schweiz.

jedoch, dass die Markennutzung von Diwa® in der Schweiz ausschliesslich den Lagerhaltern Tobi See-obst AG, GEISER agro.com ag und Steffen-Ris fenaco Genossenschaft vorbehalten ist. Direktvermarkter, die gerne die lange Lagerfähigkeit der Apfelsorte Milwa nutzen, sind verpflichtet, die Sorte unter dem geschützten und eingetragenen Sortennamen Milwa anzubieten.

Der Lagerbestand der Apfelsorte Milwa für die Saison 2017/18 wies per 30. November 2017 nur 558 t aus, im Gegensatz zu 1741 t im Vorjahr. Das ist ein markanter Rückgang, der dem Frühjahrsfrost 2017 geschuldet ist. Es gilt eine schwierige Saison 2018 zu überbrücken, da die ständige Präsenz und Verfügbarkeit einer Apfelmарke im Detailhandel für Verkaufserfolg und Nachfrage elementar sind. Mit Blick auf die bevorstehende Produktionsaison 2018 liegt die Herausforderung auf Seiten der Produzenten, die Bäume durch einen regulierten Behang (Schnitt, Ausdünnung) in das physiologische Gleichgewicht zurückzuholen.

Entwicklung der Apfelsorte Milwa in Europa

Seit 2006 zeigen die Anbauregionen in den Niederlanden, Deutschland, Dänemark, England, der Schweiz sowie in Pilotanlagen in der Steiermark und in Slowenien sehr gute Anbaueigenschaften dieser Sorte. Die Apfelanlagen sind auch nach zehn und mehr Jahren gesund und zeigen kaum Baumausfälle durch den europaweit verstärkt auftretenden Obstbaumkrebs. Im Vergleich zur Apfelsorte Elstar ist die Neigung zur Alternanz geringer, das Produktionsniveau höher und



Abb. 2: Apfelsorte Milwa im Versuchsbetrieb Güttingen, drei Tage vor Erntebeginn im Herbst 2017.

die Lagerfähigkeit besser. Durch die Initiative von «Inova Fruit» sind seit 2006 in den Niederlanden, Belgien, Dänemark, England und Deutschland mehr als zwei Millionen Bäume von Milwa kontrolliert als Clubsorte gepflanzt worden. «Inova Fruit» hat um die Jahrtausendwende Sortenneuheiten für die Anbaueignung in den Niederlanden und im nördlicheren Teil Europas umfassend evaluiert und vier Sorten bzw. Marken favorisiert: Milwa unter der Marke Junami®, CPRO-47 (Wellant®), CIVNI (Rubens®) und Delcoros (Autento®). Davon hat sich Milwa am stärksten und nachhaltigsten positioniert. Die heutigen Neupflanzungen von Milwa von jährlich ca. 70'000 Bäumen finden verstärkt in Dänemark, Deutschland und England statt. Über die «Marktgemeinschaft Altes Land» werden bis 2019 insgesamt ca. 550'000 Bäume gepflanzt sein. Die kürzlich zu Ende gegangene Saison 2016/17 zeigt, dass die Nachfrage nach Junami®-Äpfeln in Deutschland grösser ist als das Angebot mit aktuell 3600 Tonnen. Die Absatzmenge wächst jährlich um ca. 15%. Ziel der «Marktgemeinschaft Altes Land» ist eine zehnmönatige Versorgung mit regionaler Ware in Deutschland. «Die Erzeuger haben erstmals wieder Vertrauen in eine neue Sorte, die ihnen Preissicherheit gibt», beschreibt Malte Wegener von der Gustav Wegener & Sohn GmbH & Co KG die Marktsituation. Saisonal gibt es von Mai bis August in Deutschland kaum eine Sorte, die so viel Frische ausstrahlt und sich so attraktiv im Warenregal präsentiert (Abb. 3). Eine Ergänzung des Angebots mit regionaler süddeutscher Ware ist wünschenswert. Bis auf einige Pilotanlagen, die in Mittelbaden und am Bodensee 2007 gepflanzt wurden, sind die Sorte und das Konzept der Marke Junami® am deutschen Bodenseeufer noch nicht in Anbau und Vermarktung aufgenommen worden.



Abb. 3: Junami® – im Juni im deutschen Detailhandel neben Früchten aus Übersee.

Markenkonzept Junami® in Europa

Ausserhalb der Schweiz ist die Apfelsorte Milwa unter dem Markennamen Junami® bekannt. «Inova Fruit» mit Sitz in den Niederlanden koordiniert und gestaltet die Markenpositionierung von Junami® in der gesamten Europäischen Union (www.junami-apple.com/de/). Aufgrund der Fröste im Frühjahr 2017 wurden für die Saison 2017/18 brutto nur 9000 t erwartet. In der Saison 2016/17 waren es brutto 18'000 t, wovon 13'000 t als Junami®-Markenqualität verkauft wurden. Sie präsentiert sich als junge, dynamische und sportliche Marke mit dem Ziel, die junge Bevölkerung für Junami® zu begeistern (s. Abb. S. 8/9). Der Fantasie-name Junami®, eine Wortschöpfung aus dem Französischen «Jeunesse» und «Ami», steht für «Jugend» und «Freundschaft». Der zweifarbige Apfel ist sehr attraktiv. Die mittelgrossen Früchte entsprechen den modernen Konsum- und Snackgewohnheiten als «Zwischendurch-Durstlöscher», was der Slogan «have a Junami® break» unterstreicht.

Herausforderungen und Zukunft

Die jungen Marken Diwa® bzw. Junami® passen perfekt in die Handelslandschaft, die ganzjährig auf Regionalität setzt. Die besten Eigenschaften der Elternsorten Elstar (Geschmack), Maigold (Textur) und Idared (Lagerfähigkeit) machen die Marke sowohl für Produzenten als auch Konsumenten interessant. Die Erfahrung zeigt, dass der Baum gesund ist. Einzig die mittlere Fruchtgrösse stellt in der Produktion eine Herausforderung dar, ist aber bei frühzeitiger Ausdünnung und sortenspezifischem Schnitt in der Regel zu meistern. Der Erntebeginn zwischen Gala und Golden Delicious passt perfekt in die Ernteplanung der meisten Betriebe. ■

Literatur

Kellerhals M., Höhn E. und Sauer C.: Diwa – die neue Schweizer Apfelsorte. Schweiz. Z. Obst-Weinbau, 138, 571–573, 2002.

Kellerhals M.: Milwa – die Wädenswiler «Diwa». Schweizer Z. Obst-Weinbau 151 (12), 27–28, 2015.



Junami®-Anlage in den Niederlanden.

Diwa® – une marque de pomme avec un potentiel de croissance

125 ha sont aujourd'hui plantés de pommes de la variété Milwa (vendues sous la marque Diwa®) dans les vergers suisses, ce qui en fait la nouvelle variété de pomme la plus répandue des dix dernières années derrière Scifresh (vendue sous la marque Jazz®). Pour conférer une identité de marque à une variété, il importe de déployer un dispositif de positionnement spécial dans le commerce de détail. Les avantages de Milwa résident dans la santé robuste de

R É S U M É

ce pommier qui se distingue en particulier par une relative insensibilité au chancre et qui séduit par un fruit très attractif, juteux, aromatique, bien équilibré en sucre et en acidité, et d'une bonne conservation. Le volume de pommes Diwa® actuellement produit, conjugué avec leurs excellentes propriétés de stockage, en assure la présence aux points de vente du commerce de détail suisse pendant dix mois sur douze.