

Züchtung von neuen Sorten und deren Marktpositionierung



Themen:

- Vorstellung
 - Züchtung
 - Neue Züchtungsmethoden
 - Tendenzen auf dem Fruchtemarkt
 - Einführung von neuen Sorten/Marken
 - Persönliche Gedanken und Lösungsansätze
- ➔ Diskussion

Unser Betrieb:

Früchteproduktion, Baumschule und Züchtung:



Züchtung zusammen mit Lubera

- Apfel, Kirsche, Himbeeren, Brombeeren, Heidelbeeren
- Klassische Züchtung, 100% privat finanziert
- Über Lubera für Gartenobstbau
- Gemeinsame Firma Fruture → Lizenzierung prof. Anbau

25 Jahre private klassische Züchtung:



1. Selektion von Mutter und Vatersorte + künstliche Bestäubung
 2. Gewinnung der Samen mit dem Erbgut der Elternsorten (15-20000/Jahr)
 3. Aussaat und Schorfscreening/Mehltau/Feuerbrand
 4. Einsatz von molekularen Markern
 5. Abveredlung auf M9
 6. Nach 3 Jahren erste Äpfel
 7. 3 Jahre Selektion der Äpfel am Mutterbaum
 8. 2. Teststufe mit Apfeltests, Lagertest, Produktionstest, Konsumtest
- 15-20 Jahre bis eine Sorte entwickelt ist!!!
- **Wichtig und wünschenswert: einfache, unkomplizierte Zusammenarbeit zwischen privater und staatlicher Züchtung**

Neue Züchtungsmethoden und deren Anwendungsmöglichkeiten im Früchtesektor

- Neue Züchtungsmethoden können klassische Züchtung nicht ersetzen, nur verbessern

Kernobst:

- Krankheitstoleranzen/Resistenzen
 - Apfelschorf
 - Mehltau
 - Feuerbrand
 - Marssonina usw.
- Verbesserung der Lagerfähigkeiten

- **Kirschen und Zwetschgenanbau:**

- Botrytis und Monilia
- Platzanfälligkeit
- Lager- und Transportfähigkeit

- **Beerenanbau:**

- Botrytis und Monilia
- Mehltau
- Lager- und Transportfähigkeit
- pH-Toleranz

Herausforderungen bei der Einführung neuer Sorten
welche mit Hilfe neuer Züchtungstechnologien gezüchtet
werden:

- Gesetzliche Grundlagen
- Es muss auch in der kleinräumigen Schweiz
anwendbar sein
- **Konsumentenakzeptanz**
- Zugang zu Saatgut und Pflanzmaterial, Patente nur auf
«Werkzeugen» nicht auf Resultat

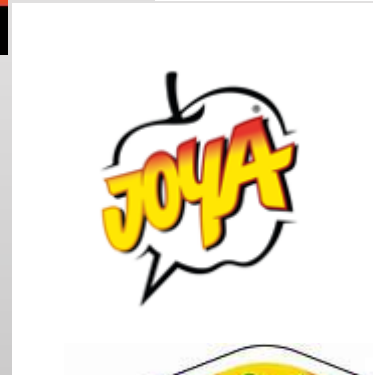
Einige weltweite Tendenzen im Fruchtemarkt:

- Europa ist uninteressant (tiefer Preis, hohe Anforderungen)
 - ➔ Einflüsse von Exportregionen auf unser Sortiment (NZ, SA...) wird geringer
- Aufstrebende Märkte (China, Asien, Indien...) haben ein anderes Sortiment (sehr süß)
- USA ist sehr markenorientiert, Honeycrunch-Kreuzungen bestimmen das Geschehen (Cosmic Crisp[®], Snap Dragon[®] ...)

Wie werden neue Sorten auf den Markt gebracht:

- Es gibt enorm viel Züchtungsprogramme
- Sehr viele neue Sorten
- Viele neue Clubsorten und Linienkonzepte werden lanciert (Sekoya, Driscoll, Pink Lady.....)
- Auch «freie» Sorten
- Sorten nur für Direktvermarkter (Deichperle....)
- Supermarktketten kaufen eigene Sorten (Magic Star[®], Aldiamo[®]...)

Südtirol:



DOSK (Deutsches Obstsortenkonsortium)

1. Elbe Obst
2. M.AL Marktgemeinschaft Altes Land
3. ELO Langenförden-Oldenburg
4. VEOS
5. Landgard
6. OGM Mittelbaden
7. WOG
8. MABO



Fairdi natürlich vom Bodensee

- Regionales Projekt
- Nachhaltigkeit
- Faire Preise auf allen Stufen
- Sorten-Dachmarkenkonzept



Persönliche Gedanken zu den Sorten

- Beim Kernobst werden Sorten unter Sortenname verkauft
 - Bekannte Sorten/Marken sind schwierig zu ersetzen, bekannte Marken werden zur Zeit remontiert (Jazz[®], Pink Lady[®], Kanzi[®]).
 - Züchtungsfortschritt fließt nur sehr zögerlich ein
 - Subventionen lösen falsche Anreize aus, sie verzerren und stören den Markt.
 - Es gibt ein «Sortendurcheinander»
 - Einige (viele!) werden auf der «Strecke» bleiben
 - Ist es sinnvoll neue, nicht resistente Sorten einzuführen?
- brauchen ein klares Konzept und ein Dachmarkensystem?**

Dachmarkenkonzept

- Marke ist wichtig, nicht die Sorte
 - Resistenz als Linie
 - Maximal 2 Sorten gleichzeitig (1 süss, 1 säuerlich)
 - Zeitliche Abfolge von Sorten
 - Nur Top-Sorten, kein Auffangbecken für falsche Investitionen
 - Züchtungsfortschritt kann direkt einfließen
 - Braucht breite Abstützung und Akzeptanz
- ➔ **Diskussion!**

Besten Dank für ihre
Aufmerksamkeit!

