



www.operalapera.it

Lesen Sie mehr dazu ab S. 12



100%
Italienisch

FRÖSTE UND ALTERNANZ SORGEN FÜR KLEINERE EU-APFELEERTE – MEHR BIRNEN ERWARTET

Deutschland: Absatz von Pflanzenschutzmitteln ist
weiterhin rückläufig – niedrigster Stand seit 20 Jahren

DOGK 2020

Ab in die App! –
Download jetzt möglich **S. 6**

MACFRUT

Mehrwert durch digitale
Lösungen und Angebote **S. 32**



NEW

ALL DIGITAL for 2020

18–20 November 2020

**ASIA FRUIT
LOGISTICA ON:**

**Where Asia's fresh produce
business meets online.**



**ASIA
FRUIT
LOGISTICA**

Official Partner Country



together with

**ASIAFRUIT
CONGRESS**
亚洲水果国际果蔬大会

www.asiafruitlogistica.com

21. AUGUST 2020

06 AUFTAKT

- 06 Argentinien: Nach EU-Importverbot für Citrus beginnt die Suche nach neuen Märkten
- 06 DOGK: Ab in die App!

08 BRANCHEN-INFOS

- 08 Marktüberblick Kernobst: Wiederholt kleinere EU-Apfelernte
- 48 Pflanzenschutzmittel: Absatz ist weiter gesunken
- 53 UTP-Richtlinien: Verbände sind gegen Ausnahmen

10 BIRNEN

- 10 Prognose: Abate Fetel erholt sich
- 10 Jan Oskam: Start in die Saison mit großen Erwartungen
- 11 Italien: Auf der Suche nach Lösungen
- 12 Opera: Hohes Innovationsniveau auf allen Ebenen
- 14 Salvi Unacoa: Größere Kaliber und höhere Mengen
- 15 Anbau in Frankreich erholt sich leicht

16 ÄPFEL

- 16 Prognose: Jonagold-Gruppe weiter rückläufig
- 17 Obst vom Bodensee: Start in die Apfelernte 2020 geglückt
- 17 Obstgroßmarkt Mittelbaden: Apfelsaison mit Unsicherheiten
- 18 Krings/Morgana®: Positives Feedback nach erster Vermarktungssaison
- 20 NRW: Qualitativ hochwertige Ernte erwartet
- 21 Elbe-Obst: Blitzmatic und neue Markensorten im Fokus
- 22 DOSK: Markteinführung von Fräulein startet in Berlin
- 22 Belgien: Birnen legen zu – Apfelernte wird deutlich kleiner ausfallen
- 23 Frankreich: Hexagon erwartet kleinere Apfelernte als im Vorjahr
- 24 Interpoma: Neues Format mit digitalen Inhalten
- 25 VIP: Gute Qualitätsaussichten für den Vinschgau
- 26 Rivoira Zero: Äpfel ohne Rückstände als Zielsetzung
- 28 VOG: Leicht rückläufige Ernte, aber Anstieg bei neuen Sorten & Bio

32 MACFRUT DIGITAL

- 32 Mehrwert durch digitale Angebote und Lösungen
- 38 Valore aggiunto attraverso offerte e soluzioni digitali
- 42 Brio: Bio-Kampagne ist in vollem Gange
- 43 Brio: Campagna delle mele bio a pieno ritmo
- 44 Carton Pack: Weniger Plastik bei besserer Sicht
- 45 Carton Pack: Meno plastica con una migliore visibilità

50 PRODUKTE AM POS

- 50 Nektarinen: Starke Konkurrenz im Steinobstsortiment

54 SCHLUSSPUNKT

- 54 Forschung: Besser sehen, besser lernen und besser erinnern

RUBRIKEN

- 53 Verbraucherpreise
- 54 Themenvorschau / Impressum



Titelfoto: Opera

FRUITNET
 MEDIA INTERNATIONAL



Knapp vorbei ist auch daneben

MICHAEL SCHOTTEN

„Wer einen verantwortungsvollen Umgang mit Pflanzenschutzmitteln fordert, der muss es sich auch gefallen lassen, wenn ein verantwortungsvoller Umgang mit Äußerungen zu dem Thema verlangt wird.“

Es ist noch eine ganze Weile bis zur Bundestagswahl hin, aber Wahlkampf und Kandidatenkür sind so frühzeitig wie selten eröffnet worden. Nicht nur wegen Corona sind es besondere Zeiten, auch das Ende der Ära Merkel kommt einer Epochenwende gleich. Söder, Laschet und Scholz sind schon losgespurtet, Lindners Truppe befindet sich noch in der Selbstfindungs-Phase, Haack und die Grünen bleiben erst einmal noch in Lauerstellung. Doch nicht ganz: Mit dem Wahlplakat zum Thema „Kartoffeln und Glyphosat“ für die anstehenden Kommunalwahlen in Nordrhein-Westfalen hat die Partei – eher unfreiwillig – die Deckung verlassen und für einen Mega-Aufreger gesorgt. „Grün ist, auch ohne Glyphosat die dicksten Kartoffeln zu haben“, war darauf zu lesen. Nun ist nichts daran auszusetzen, wenn Plakate auch mit plakativen Aussagen versehen werden. Doch in diesem Fall ist einiges durcheinandergeraten, hat man entweder den Werbetexten zu viel freie Hand gelassen, oder offenbart schlicht mangelnden Sachverstand. Denn die Verwendung von Glyphosat ist im Kartoffelanbau nicht erlaubt, es würde nur dazu führen, dass der Kartoffelbestand binnen kürzester Zeit abstirbt. Worauf die Grünen Bezug nahmen, sind so genannte Durchwuchskartoffeln z.B. in Getreidekulturen. Ein gefundenes Fressen also für Vertreter anderer Parteien und Anlass zu manch spitzer Bemerkung und Polemik. Zu Recht reagierte auch der Deutsche Kartoffelhandelsverband DKHV verärgert und übte in einem offenen Brief Kritik an dem Werbeplakat, das eine ganze Branche in Misskredit bringe. Seit langem wird ein verantwortungsvoller Umgang mit Pflanzenschutzmitteln gefordert. Zurecht, wie ich finde. Aber dadurch sind die Spielräume für die Produzenten – trotz Klimawandel, zunehmenden Wetterextremen, vermehrtem Schädlingsbefall und strukturellen Niedrigpreisen – bereits extrem eingeschränkt worden. So sehr, dass bei einigen Produkten, speziell auch Obst und Gemüse, gar die Versorgungssicherheit gefährdet ist, ganz zu schweigen von den zahlreichen Existenzen, die auf dem Spiel stehen. Die Pflanzenschutzbilanz, die fast zeitgleich zum Plakat-Slogan von Agrarministerin Klöckner vorgestellt wurde, mag zunächst positiv und beruhigend klingen. Doch sie täuscht über einiges hinweg. Der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln ist zwar im Jahr 2019 um 7 % zurückgegangen, was aus Sicht des ZVG deutlich für einen verantwortungsvollen Umgang der Branche mit Wirkstoffen spricht. Aber kleiner geworden ist auch die Möglichkeit der Produktion, adäquat und flexibel auf die verschärften Bedingungen zu reagieren, auf die die Produzenten so gut wie keinen Einfluss, an denen wir aber alle großen Anteil haben. „Normalität“ ist immer häufiger nur noch über Notfallzulassungen einigermaßen wiederherzustellen. Und man sollte es auch einmal im internationalen Zusammenhang sehen. Noch immer gibt es keine Harmonisierung der europäischen Pflanzenschutzmittel-Zulassung, noch immer existieren unterschiedliche Bewertungsmaßstäbe. Diese Beispiele zeigen, dass Äußerungen zum Pflanzenschutz unbedingt differenziert erfolgen müssen. Wer einen verantwortungsvollen Umgang mit Pflanzenschutzmitteln fordert, wie dies auch die in Rede stehende Partei stets getan hat, der muss es sich auch gefallen lassen, wenn von anderer Seite ein verantwortungsvoller Umgang mit Äußerungen zu dem Thema verlangt wird. Es ist ein Leichtes, publikumswirksame Aussagen zu verbreiten, aber es ist alles andere als leicht, entstandenen Imageschaden wiedergutzumachen.

DEUTSCHER OBST & GEMÜSE KONGRESS



10 JAHRE DOGK

21. | 22.09.2020 DÜSSELDORF

Begrenzte Teilnehmerzahl aufgrund der erhöhten Sicherheitsmaßnahmen.
Live-Streaming ermöglicht die Teilnahme vom Büro oder Homeoffice aus.

FRISCHE IM FOKUS

DIE HIGHLIGHTS

- Megatrends – Macht und Einfluss auf Ernährung und Handel
- O&G geht auch sexy – mit Social Video
- Start-ups: voll innovativ – voll durchstarten
- Krisen mit Bravour meistern – sicher durch die Krise
- Zahlen, Trends und Fakten – präsentiert von der GfK



Weitere Informationen zu Sponsoring und Anmeldung: www.dogkongress.de

VERANSTALTER

FRUCHTHANDEL
MAGAZIN



IN KOOPERATION MIT



Nach EU-Importverbot beginnt die Suche nach neuen Märkten

ARGENTINIEN/EU

CITRUS Im Mai, Juni, Juli sowie in der ersten Augustwoche 2020 hatte es in mehreren EU-Mitgliedstaaten im Rahmen von Einfuhrkontrollen Beanstandungen zu *Phyllosticta citricarpa* (McAlpine) Van der Aa (Citrus Black Spot, CBS) bei Citrusfrüchten aus Argentinien gegeben. Dies geht aus einer aktuellen Mitteilung im Amtsblatt der Europäischen Kommission hervor, die Regelung tritt wenig später in Kraft. Wie es darin heißt, soll das Einfuhrverbot bis zum 30. April 2021 gelten, um dem anhal-

tenden Risiko der Einschleppung und Ausbreitung des genannten Schädlings in die EU entgegenzuwirken. Die wiederkehrenden Inspektionen hätten gezeigt, dass die derzeit in Argentinien geltenden phytosanitären Schutzmaßnahmen nicht ausreichen, um die Einschleppung des Schadorganismus zu verhindern, so die EU-Kommission. Infolgedessen soll die Einfuhr von Zitronen und Orangen in die EU vorübergehend verboten werden. Dies gelte auch für Ware, die der industriellen Verarbei-



Die Verluste durch das Importverbot von Citrusfrüchten könnten 40 Mio US-Dollar erreichen.

tung zugeführt werden soll. Das Importverbot wird nach Schätzungen von Federcitrus Verluste in Höhe von 40 Mio US-Dollar nach sich ziehen. Wie reefer-trends berichtet, will der Verband mit dem britischen Ministerium für Umwelt, Ernährung und ländliche Angelegenheiten über leichtere alternative Marktzugänge für die Citrusfrüchte verhandeln. Rund 50 % der argentinischen Citrusexporte gehen in die EU. Im vergangenen Jahr waren es 130.000 t Zitronen und 30.000 t Orangen. Die meisten für Europa bestimmten Zitronen haben den Markt bereits erreicht. Dagegen müssen für 20.000 t Orangen neue Abnehmer gefunden werden – das wären dann zum Beispiel UK und Russland.

ZAHL DER WOCHE No

Rund 3,5 Millionen Euro Schaden durch Unwetter in Österreich befürchtet

Hagel, Sturm und Starkregen haben die Landwirtschaft Österreichs schwer getroffen. Neben den Bezirken Gmunden, Freistadt, Kirchdorf an der Krems, Wels-Land und Vöcklabruck in Oberösterreich sind auch das Burgenland, Kärnten und die Steiermark von massiven Schäden betroffen, so die österreichische Hagelversicherung. Auf einer Fläche von insgesamt rund 12.000 ha wurden Obst-, Gemüse- und Weinkulturen sowie Acker- und Grünlandflächen verwüstet. Insgesamt könnte der Gesamtschaden in der Landwirtschaft damit bei rund 3,5 Mio Euro liegen. „Unsere Landwirte haben es aufgrund der zunehmenden Wetterextreme, bedingt durch den Klimawandel, immer schwerer. Erst Ende Juli wurde die Landwirtschaft in Oberösterreich von schweren Unwettern heimgesucht. Nun trifft es sie erneut“, so Ing. Wolfgang Winkler, Landesleiter der österreichischen Hagelversicherung in Oberösterreich.

DOGK 2020

Ab in die App!

Verpassen Sie keine wichtige Info: Laden Sie sich die App zum DOGK am 21./22. September im CCD Düsseldorf runter. Unter dem Stichwort DOGK 2020 ist die App – powered by KÖLLA – im App-Store, bei Google Play sowie über www.dogk.plazz.net ab sofort verfügbar. In der App gibt es alle Informationen zu Programm, Referenten und Sponsoren. Was 2020 auf keinen Fall fehlen darf ist das Hygiene- und Sicherheitskonzept zum DOGK. „Nach der persönlichen Anmeldung (Passwort wird zugeschickt) steht wieder die Chat-Funktion zur Verfügung, der in Corona-Zeiten für Kommunikation und Networking eine neue Bedeutung zukommt. Die Digitalisierung hat einen gehörigen Schub erfahren. So gewinnt die App für den DOGK und das Miteinander eine zentrale Bedeutung, auch für das Streaming der Veranstaltung am 22. September. Selbstverständlich kann das Programm auch am Desktop-Monitor verfolgt werden, aber die App ist neben der Präsenz vor Ort ein zentraler Baustein des diesjährigen DOGK“, so die Veranstalter. www.dogkongress.de





Einfach, frisch, köstlich!



Ob zu Hause, am Arbeitsplatz oder in der Schule: Kleine Mahlzeiten zwischendurch spielen in unserem Alltag eine immer größere Rolle. Wer dabei zu Gemüse und Obst greift, snackt besser und ernährt sich ausgewogener.

Für diese Botschaft macht sich der 5 am Tag e.V. in seiner Kampagne „Snack5 – Europa genießt Obst & Gemüse“ stark. Wenn auch Sie die Ziele von „Snack5“ und „5 am Tag – Obst und Gemüse“ unterstützen und von einem unabhängigen Netzwerk aus Wissenschaft, Wirtschaft und dem Gesundheitsbereich profitieren wollen, sprechen Sie uns an.

Servicebüro 5 am Tag/Snack5, Carl-Reuther-Str. 1, 68305 Mannheim
Tel. +49 621 33840-114 | E-Mail: info@5amtag.de



KAMPAGNE FINANZIERT
MIT FÖRDERMITTELN DER
EUROPÄISCHEN UNION

DIE EUROPÄISCHE UNION UNTERSTÜTZT
KAMPAGNEN ZUR FÖRDERUNG EINES
GESUNDEN LEBENSSTILS.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE





Foto: wumie - AdobeStock

Wiederholt kleinere EU-Apfelernte

Marktüberblick ► Weniger EU-Äpfel als im Vorjahr und eine durchschnittliche Birnenernte. Die Frühjahrsfröste haben wieder zugeschlagen, darüber hinaus alternieren marktrelevante Apfelsorten. Vermarkter und Produzenten erwarten eine erfolgreiche Kernobstsaison 2020/21, dennoch ist kein überzogener Optimismus angebracht. Warum? Die Kernobsternte fällt mit 10,7 Mio t Äpfel und 2,2 Mio t Birnen zwar kleiner als üblich aus, der Einfluss der Corona-Pandemie auf das Konsumverhalten und die globalen Warenströme ist aber schwer greifbar und verunsichert die Marktbeteiligten.

Helwig Schwartau, AMI Bonn

Frühjahrsfröste und Alternanz dezimierten die Apfelernte.

Corona wird den Markt sicherlich beeinflussen und stellt die Beteiligten vor eine große Herausforderung. Profitiert die Branche insgesamt, oder wird es nur einzelne Gewinner geben? Beim Prognos-Fruit-Meeting, auf dem traditionell die EU-Ernterwartung und die Analyse der bevorstehenden Kernobstsaison präsentiert wird, nahmen in diesem Jahr zahlreiche Vertreter aus 26 Ländern teil. Die von der World Apple & Pear Association (WAPA) organisierte Veranstaltung sollte ursprünglich in Serbien stattfinden, durch Corona musste man auf eine Videokonferenz ausweichen.

Mit 10,7 Mio t ist eine der kleinsten EU-Apfelernten der letzten 20 Jahre zu erwarten. Alle europäischen Anbauregionen melden mehr oder weniger Ertragsausfälle, die überwiegend aus Frühjahrsfrösten resultieren. Besonders betroffen sind Polen, Ungarn und Österreich, die bis zu 30 % ihrer möglichen Produk-

tionsmenge verfehlen. Italien und Deutschland melden lediglich Vorjahresmengen, aber auch hier gibt es Ausfälle durch Fröste und einen kaum nachvollziehbaren schwachen Fruchtansatz bei den Hauptsorten. Im Benelux-Raum alterniert Elstar, die Jonagold-Gruppe zeigt einen wiederholt schwachen Behang. Frankreich und Spanien, die im Jahr 2019 eine Spitzenernte einbrachten, alternieren in der Menge und drücken als marktrelevante Regionen die Apfelernte in Westeuropa unter das Niveau des Vorjahres.

Weniger Tafeläpfel

Nach der AMI-Schätzung dürfte der Anteil Tafelware in Westeuropa (alte EU-15) lediglich bei 4,9 Mio. t Äpfel (Vorjahr 5,1 Mio. t) liegen. Dies ist nach der Saison 2017/18 der schwächste Wert der letzten Jahre. Im Gegensatz dazu dürften die osteuropäischen Länder mit Schwerpunkt Polen über 2,2 Mio t Tafeläpfel verfügen. Dies sind zwar 100.000 t mehr als im Vorjahr, von den bisherigen Spitzenwerten 2,6-2,7 Mio t ist Polen aber weit entfernt. Polen klagt nicht nur über quantitative Ertragsausfälle, die Fröste haben auch die Qualität der Äpfel in Mitleidenschaft gezogen. Durch umfangreiche Fruchtdeformierungen steigt der Anteil Industrieäpfel auf 55-60 %, üblich sind rund 50 % der Erntemenge. Damit dürften für den Export maximal 800.000 t Tafeläpfel zur Verfügung stehen und wiederholt keinen Belas-

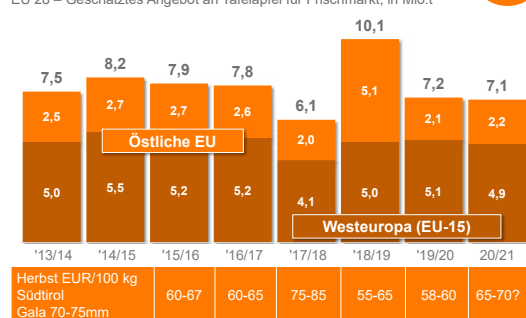
tungsfaktor für die übrigen Exportländer, wie Italien oder Frankreich, darstellen.

Deutsche Apfelernte auf Vorjahreskurs

Nach einer ersten Prognose weicht die deutsche Apfelernte 2020 nur unwesentlich vom Vorjahr ab. Neben alternierenden Erträgen wirken auch hier Frühjahrsfröste und drücken die Ernterwartung auf 951.000 t, während für das Jahr 2019 = 991.000 t zu Buche stehen. Von den Frösten ist besonders die Region Sachsen/Sachsen-Anhalt betroffen, wiederholt wird ein Ernteverlust von bis zu 30 % beklagt. Die Region Neckar weist ebenfalls starke Schäden auf. Dagegen kann die Region Bodensee nahezu an die Erntemenge 2019 anknüpfen, registriert aber bei der Jonagold-Gruppe einen hohen Anteil Fruchtdeformierungen (Frostzungen). Die Niederelbe hat im Zeitraum März bis Mitte Mai in 20-25 Nächten ihre Frostschutzanlagen eingesetzt und prognostiziert nahezu das Erntevolumen aus 2019. Es ist offensichtlich, dass das Risiko ertragsmindernder Frosträchte von Jahr zu Jahr zunimmt. Im Grundsatz haben aber nicht nur die Frosträchte die Erntemenge beeinflusst, bei der Jonagold-Gruppe und Elstar gibt es eine starke Alternanz bzw. schwachen Fruchtansatz. Stand heute gibt es wenig Hagelschäden, so dass trotz etwas kleinerer Ernte für die Saison 2020/21 mehr Ware für den Frischmarkt zur Verfügung

Weniger Äpfel für den Frischmarkt?

EU 28 – Geschätztes Angebot an Tafeläpfel für Frischmarkt, in Mio.t



© AMI 2020 | AMI-informiert.de

Quelle: AMI, WAPA, South Tyrol Traders

stehen dürfte.

Einen wichtigen marktbeeinflussenden Faktor stellt der Umfang der Ernte im Streuobstanbau bzw. in den Hausgärten dar. Der Deutsche Fruchtsaftverband erwartet hier eine Apfelenernte von 850.000 t, die nach den Extremen in den beiden Vorjahren mit 200.000 t bis 1,1 Mio t eine gute Marktversorgung mit Mostäpfeln signalisiert. Außerdem dürften die Konsumenten ihre Apfeleinkäufe (Stichwort Eigenversorgung) bis zum Jahreswechsel einschränken.

Offener Frischmarkt

Äpfel aus der Ernte 2019 stehen kaum noch zur Verfügung. Die Jonagold-Gruppe ist geräumt! Lediglich Italien und Frankreich sind wie üblich bei Golden Delicious bis Mitte September lieferfähig. Auch bei Überseeäpfeln ist der Markt entspannt und neuseeländische Braeburn sind sogar knapp.

Damit ist der Markt ungewohnt offen für die neue Ernte. Schon jetzt ist erkennbar, dass besonders Italien das vorübergehende Vakuum für die Rekordmenge an Royal Gala nutzen wird. Bis zum 10. August war die Preisbildung bei den zweifarbigen Sorten durch den Engpass bei alterntigen Jonagold geprägt. Dies ist mittlerweile Vergangenheit, wobei Südtirol mit „angebotsgerechten“ und konsumfördernden Preisen neue Akzente setzt. Es ist wichtig, den Markt bzw. den Konsum nicht mit überzogenen Forderungen zu verdrängen. Nach Einschätzung der AMI werden die Startpreise für zweifarbige Äpfel aber über dem Niveau des Vorjahres liegen und dann besteht die Herausforderung darin, diese auch in einem etwas schwierigeren Herbstmarkt zu behaupten. Aus deutscher Sicht dürfte die umfangreiche Ernte im Streuobstanbau die Einkäufe der Haushalte im Herbst bremsen. Bei der Spitzenernte im Jahr 2018 verlangsamte sich das Absatztempo um 15 % bis 20 %. Man hofft aber auf einen Corona-Effekt und dass die Konsumenten trotz Wirtschaftsflaute und eingeschränkter Kaufkraft weiterhin

Deutschland: Apfelproduktion nach Sorten

in 1.000 t	2016	2017	2018	2019	2020	vs '19
					Prognose	%
Insgesamt	1.033	597	1.093	991	951	-4
Boskoop	35	16	33	27	20	-26
Braeburn	103	58	118	109	110	1
Cox Orange	6	3	3	2	1	-50
Elstar	197	136	210	220	190	-14
Fuji	17	9	23	21	21	0
Gala	72	53	82	78	83	6
Gloster	14	3	6	3	2	-33
Golden Delicious	37	16	27	19	19	0
Holsteiner Cox	18	9	15	11	12	9
Idared	35	18	27	17	17	0
Jonagold	122	40	99	69	58	-16
Jonagored	117	45	98	76	67	-12
Red Jonaprince	82	63	110	106	107	1
Pinova	39	27	42	37	39	5
Shampion	14	10	11	7	7	0

Quelle: AMI

zu Äpfeln greifen. Auch nach dem Corona-Höhepunkt im März lag die Käuferreichweite der Haushalte bei Äpfeln signifikant über den Vorjahreswerten. Im Übrigen dürfte Corona nicht nur in Deutschland den Kauf regionaler Produkte stärken. Dies erschwert die Marktposition traditioneller Exportländer, auch im Hinblick auf die Märkte außerhalb von Europa. Die deutschen Anbauregionen verfügen hier über eine günstige Ausgangslage und könnten langfristig sogar gestärkt aus der Corona-Pandemie hervorgehen. Man muss auch abwarten, ob der Konsument preisbewusster einkaufen wird und dann mehr zu der 2-kg-Tasche greift.

Mehr Birnen erwartet

Bei EU-Birnen deutet sich mit 2,2 Mio t wieder eine „normale“ Ernte an. Nach dem massiven Ernteausschlag im Vorjahr ist auch Italien mit ihrer Hauptsorte Abate Fetel wieder präsent. Man darf gespannt

sein, inwieweit Italien den im letzten Jahr verlorenen Marktanteil zugunsten der Sorte Conference aus dem Benelux-Raum zurückerobert. Im härteren Wettbewerb dürften die Preise leiden und Birnen wieder zu konsumgünstigeren Preisen in den Läden verfügbar sein. Der Anbau von Birnen mit Schwerpunkt Conference wird im Benelux-Raum weiter ausgedehnt. Dies zeigt sich auch in der belgischen Ernteschätzung, die im Vergleich zum Vorjahr um 30.000 t zulegt. Die letzten Jahre haben gezeigt, dass der Birnenkonsum in Europa stagniert und die Exporte an Bedeutung gewinnen. Die Märkte in Asien wachsen kaum, der Osten bleibt für die Niederlande und Belgien mit einem Exportanteil von 30 % eine treibende Kraft. ●



Foto: wamue - AdobeStock

Abate Fetel erholt sich

Prognose ► Laut der aktuellen Prognosfruit-Schätzung bleibt im Segment Birnen größtenteils alles beim Alten. Seit Jahren ist die Sorte Conference unangefochten auf Platz eins der europäischen Ernten, daran wird sich auch in diesem Jahr nichts ändern. Aber auf den weiteren Plätzen tut sich einiges.

Mit einer voraussichtlichen Menge von 0,92 Mio t soll Conference sogar noch um 4 % gegenüber 2019 (0,892 Mio t) zulegen. Seit dem Jahr 2017 wird damit also in etwa gleich viel von dieser Sorte geerntet (+1 %). Der Silberrang wird in dieser Saison allerdings von einer Birne bekleidet, die 2019 noch mit herben Verlusten auf Platz vier zurückgefallen war: Abate Fetel kommt mit einer Erntemenge von 0,28 Mio t zurück und steigert ihre Ernte somit um mehr als das Doppelte (105 %) gegenüber dem Vorjahr (2019: 0,14 Mio t). Damit erreicht sie zwar nicht den Wert von 2017 (0,32 Mio t), kann aber im Verlauf einen Zugewinn von 9 % verbuchen. Und auch auf dem dritten Platz gibt es einen Wechsel: Die Ernte der Varietät Williams BC (0,24 Mio t) soll laut Prognose um 21 % höher ausfallen, als 2019

(0,20 Mio t). Trotz dieses großen Zuwachses ergibt sich seit 2017 eine nahezu gleichbleibende Ernte dieser Sorte (-1 %).

Deutliche Verluste bei Rocha-Birnen

Große Verliererin der Prognose ist die Sorte Rocha. Die Portugiesin verliert in dieser Saison (0,15 Mio t) voraussichtlich 22 % ihrer Erntemenge gegenüber 2019 (0,20 Mio t). Auch im Vier-Jahresverlauf ergibt sich ein Ernterückgang um 10 %. Der gesamten europäischen Birnenernte wird mit einer Menge von knapp 2,2 Mio t ein gutes Jahr vorausgesagt: Im Vergleich zum Vorjahr (rund 1,96 Mio t) geht die WAPA von einer Erntesteigerung um 12 % aus. Im Verlauf seit 2017 bleibt die Ernte relativ konstant (+1 %). ●



Jan Oskam BV ist einer der führenden niederländischen Vermarkter von Conference-Birnen.

Start in die Saison mit großen Erwartungen

JAN OSKAM BV Nach der erfolgreichen Saison 2019/2020 steht jetzt bei dem niederländischen Kernobstvermarkter Jan Oskam BV die neue Kampagne vor der Tür. Wie immer, so sei es auch diesmal nicht einfach, den richtigen Schwung in den Handel zurück zu bekommen, sagt Geschäftsführer Kees Oskam. „Die Ergebnisse des Vorjahres geben keine Garantie für die Zukunft. Der Markt wurde in der vergangenen Saison ohne besonders große Erwartungen aufgebaut, doch jetzt sind sie hoch. Die Qualität ist aufgrund von Nachtfrösten, Trockenheit, Hitze und Hagel diesmal nicht hundertprozentig“, sagt Kees Oskam. Die Mengen seien bei Äpfeln in den Niederlanden etwas geringer, obwohl die durchschnittlichen Kaliber größer ausfielen. „Polen hat wieder eine normale Ernte und wird daher wohl erneut die Richtung im Markt vorgeben. Bei Birnen sind die Mengen in den Niederlanden im Großen und Ganzen gleich, aber in Italien erwartet man eine fast doppelt so große Ernte im Vergleich zu der Fehlernte des Jahres 2019. Damit wird Italien wieder den Ton angeben und wird man sich wieder stark auf den Export konzentrieren.“

Das Verkaufsteam bei Jan Oskam BV wird derweil verstärkt. Dazu wurden die beiden Spezialisten Wybo Goes und Patrick de Rooi angestellt, die langjährige Erfahrung in der Export-Branche haben. Die Kapazität beim Sortieren und Verpacken wurde auch erhöht. „Wir hoffen, dass wir dadurch den positiven Trend festhalten können“, so Kees Oskam.



Foto: Tizynclub - AdobeStock

Handelsmaatschappij JAN OSKAM BV		
Europaweg 2 3451 HG Vleuten, Holland	tel. +(31) 30 23 20 420 fax +(31) 30 23 20 422	www.janoskam.nl info@janoskam.nl
Import Groenten / Fruit Fruits / Vegetables Obst / Gemüse		Export Fruits / Légumes Frutas / Verduras Овощи / Фрукты

Auf der Suche nach Lösungen

Italien ► Nach der katastrophalen Ernte von 2019 – verursacht durch Blütenfrostschäden, Birnenschorf und vor allem durch die marmorierte Baumwanze – wird auch die diesjährige Birnenproduktion in Italien zu einer der schwächsten dieses Jahrzehnts gehören. Das verkündete unlängst der italienische Koordinierungsausschuss des Branchenverbands Birnen (Organizzazione Interprofessionale Pera, OI Pera).

Ncx Drahorad/Raffaella Quadretti

Der landesweite Ertrag beläuft sich auf rund 642.000 t und liegt damit 12 % unter dem Durchschnitt des Vierjahreszeitraums 2015 bis 2018. Gianni Amidei, Obmann von OI Pera, führt dazu aus: „Neben der ersehnten Rückkehr zu einer normalen Erntesituation, ist besonders das weit unter der Norm liegende Produktionsvolumen bemerkenswert, das u.a. auf einen zunehmenden Rückgang der Ertragsflächen zurückzuführen ist. Dieser Aspekt ist vor allem im Hinblick auf den Allgemeinzustand des italienischen Birnenanbaus besorgniserregend. Hier treten momentan viele Probleme zutage. Es werden nachhaltige Projekte und Initiativen benötigt, um die Branche wieder anzukurbeln.“

Zahlen aus der Hauptanbauregion

In der Emilia-Romagna (Hauptregion der italienischen Birnenproduktion) geht man von Produktionszahlen um 424.000 t aus, was 14 % unter dem Durchschnitt des Vierjahreszeitraums 2015 bis 2018 liegt. Die Spätfröste Ende März und Anfang April scheinen sehr frühen Sorten wie Carmen und Santa Maria einige Probleme bereitet zu haben. Für William BC wird ein Minus von 15 % im Vergleich zum Durchschnitt 2015 bis 2018 erwartet. Abate Fétel erreicht in dieser Saison rund 221.000 t, also 11 % weniger als der Durchschnitt im betreffenden Vierjahres-



zeitraum. Zudem wird für Conference, Decana und Kaiser ein erheblicher Rückgang der Anbauflächen verzeichnet. Die Sorte Conference setzt ihre rückläufige Tendenz aus den Vorjahren fort und verbucht Volumen mit einer Einbuße von 30 % unter dem Durchschnitt 2015 bis 2018. Decana verliert hingegen 25 % der Anbauflächen, Kaiser 18 %.

„Das Jahr 2019 war besonders problematisch in Bezug auf Pflanzenkrankheiten,“ bemerkt Amidei. „Marmorierete Baumwanze und Birnenschorf setzten den Pflanzen stark zu, so dass wir die Prognosen auf einen Mindeststand nach unten korrigieren mussten. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt scheint die Lage besser unter Kontrolle zu sein, insbesondere die Baumwanze betreffend. Die Spätfröste hingegen werden sich zweifellos negativ auf den Anteil der ersten Güteklasse auswirken, die nach heutigen Schätzungen bei Abate Fétel um 15 % zurückgeht.“

Emilia-Romagna-Birnen g.g.A.

Paolo Bruni, Präsident von CSO Italy (Centro Servizi Ortofrutticoli), wendete sich an die Institutionen der Emilia-Romagna, das Genossenschaftswesen des Obst- und Gemüseanbaus und große Privatunternehmen, um konkret über die Krise der Branche zu beraten. Im Zuge dieser Gespräche einigte man sich auf das allgemeine Ziel, die Birnen der Region Emilia-Romagna unter geschützte geografische Angabe zu stellen. Die Emilia-Romagna-Birne g.g.A. soll der Branche neuen Schwung verleihen, so die Hoffnung. Diese teilen auch Davide Vernocchi, Präsident der Apo Conerpo-Gruppe, Marco Salvi, Präsident des Branchenverbands Fruitimprese, Luigi Mazzoni von der Mazzoni-Gruppe aus Ferrara und Ilenio Bastoni, Generaldirektor der Agrargenossenschaft Apofruit. Alessio Mammi, Regionalrat für Landwirtschaft, sicherte die Unterstützung der Region Emilia-Romagna bei der Erlangung der geschützten geografischen Angabe für die Birne zu. ●

Die italienischen Birnenerzeuger bangen um ihr Produkt.



Foto: Gavial-Adobe Stock



Hohes Innovationsniveau auf allen Ebenen

Opera | Italien ► Das Fruchthandel Magazin nahm die neue Birnenkampagne zum Anlass, um mit Luca Granata, Geschäftsführer von Opera, zu sprechen. Im Interview äußert er sich u.a. zum Konsortium, zu seinen Erwartungen für die italienische Birnen-Kampagne 2020/21 sowie zu Sorten und den Folgen, die die Corona-Krise mit sich bringt.

Ncx Drahorad

Ein Birnensalat mit z.B. der Sorte Carmen ist vor allem an warmen Sommerabenden ein ideales Abendessen.

Herr Granata, können Sie uns das Konsortium Opera vorstellen?

Luca Granata: Das Konsortium Opera ist mit seinen 1.000 Erzeugermitgliedern, die allesamt in der Region Emilia Romagna ihren Sitz haben, das einzige italienische Konsortium, das sich ausschließlich auf Birnen spezialisiert hat. Der Anbau erstreckt sich über 5.000 ha mit hochmodernen Birnenanlagen und erreicht ein jährliches Produktionsvolumen von durchschnittlich 150.000 t Birnen.

Die Produktion von Opera besteht aus den Sorten Abate Fetel (50 %), Williams (25 %), Conference (5 %), Santa Maria und Max Red Bartlett (3 %). Darüber hinaus verfügen wir über die Sorten Kaiser, Decana, Carmen, Falstaff, Guyot, Morettini, Packham's und andere. Das Konsortium legt sehr viel Wert auf die Forschung und Entwicklung neuer Birnensorten. Zurzeit befinden sich sechs Sorten in einer fortgeschrittenen Testphase und stehen kurz vor der Markteinführung.

Außerdem kümmern wir uns direkt um die gesamten Aspekte der Produktionskette, angefangen beim Anbau, über die Lagerung, Selektion, Verpackung, Werbung, Logistik und Vermarktung des Pro-



Die Version Ecopack des Cestino di Bontà besteht aus nur zwei voneinander trennbaren und zu 100 % recyclebaren Materialien.

duktes. Opera kann sich zweifellos zu den bedeutenden Anbietern in der italienischen Birnenlieferkette zählen.

Wie zeichnet sich die Birnenproduktion 2020 in Italien ab?

Deutlich besser als im Vorjahr!

Die Mengen sind in diesem Jahr nicht außergewöhnlich hoch. Es sind zwischen 10 % bis 15 % weniger als der Durchschnitt der Jahre 2016 bis 2018 zu erwarten. Immerhin ist das Volumen fast doppelt so hoch wie im Vorjahr. 2019 war sehr schwierig und verzeichnete die niedrigsten Mengen überhaupt.

In dieser Saison werden wir unsere besten Kunden ausreichend bis zum Saisonende bedienen können. Trotz der Frostschäden im Frühjahr werden Qualität und Kaliber deutlich besser sein als im vergangenen Jahr. Wir haben

festgestellt, dass die Schäden durch *Haliomorpha halys* (Asiatische Wanze), braune Flecken und Hagel spürbar geringer sind.

Welche Sorten sind Ihrer Meinung nach für den deutschen und österreichischen Markt am interessantesten?

Alle, natürlich! Spaß bei Seite, es gibt drei Sorten, die auf dem deutschen und österreichischen Markt am erfolgreichsten sind:

Carmen: fest, angemessen süß, saftig. Für uns ist es die echte Sommerbirne. Dank der regelmäßigen Form, der ausgewogenen Größe und der gelb-roten Färbung (bei Verzehrrife) ist sie auch sehr attraktiv. Haben Sie schon einmal den Carmen-Birnensalat probiert? Es ist eine ausgezeichnete Idee für das Abendessen an warmen Sommerabenden.

Falstaff: An diese Sorte knüpfen wir hohe Erwartungen. Es handelt sich um eine Kreuzung zwischen Abate und Cascade und hat die besten Eigenschaften dieser beiden traditi-

Abate Fetel wird in Italien fast ausschließlich in der Emilia-Romagna angebaut.

Fotos: Opera





onellen Sorten geerbt. Zum Beispiel verfügt Falstaff über eine längliche Form, eine rote Färbung auf mindestens 50 % der Oberfläche, sehr weißes Fruchtfleisch, das im Mund schmilzt, aber gleichzeitig einen einzigartigen Geschmack aufweist, der fast würzig ist. Dank dieses besonderen Geschmacks können Konsumenten mit Falstaff einen erstaunlichen Smoothie zubereiten. In wenigen Wochen wird Falstaff auch in einigen der besten deutschen Supermärkte erhältlich sein.

Abate Fétel: Diese Varietät war schon immer „die Birne“ in Deutschland und Österreich. Es handelt sich um eine Sorte, die fast ausschließlich in der Emilia-Romagna angebaut wird und von deutschen und österreichischen Verbrauchern – ebenso wie in Italien – sehr geschätzt wird. Einige bevorzugen sie, wenn sie noch grün und fest ist, und

andere, so wie ich, warten, bis sie gelb und weich ist. Andere Länder, andere Geschmäcker. Abate mag wirklich jeder, frisch sowie gekocht. Wir haben auf unserer Webseite unsere Birnensorten aufgeführt und wer einzigartige Rezepte zum Birnenverzehr sucht, kann sie auf der Homepage in der Rubrik Rezepte finden.

In Zeiten von Corona hat sich der Konsum verändert. Profitieren Birnen davon?

Die Auswirkungen des Coronavirus auf das Konsumverhalten während des Lockdowns waren ganz deutlich schon ab Mitte März 2020 in ganz Europa zu spüren. Zu diesem Zeitpunkt lief die Verkaufssaison 2019/20 für die italienischen Birnen, aufgrund der begrenzten Erntemenge 2019, schon fast aus. Deshalb wurden die italienischen Birnen von der ab Mitte März 2020 stark gestiegenen Nachfrage nach Winterobst kaum berührt.

Nachhaltigkeit in der Verpackung ist ein sehr aktuelles Thema. Gibt es hierzu Neuigkeiten bei den Opera-Birnen?

Opera legt seit jeher großen Wert auf eine angemessene Verpackungsentwicklung, mit der den verschiedenen Anforderungen, wie z.B. hinsichtlich Kundendienst, leichte Handhabung am PoS, usw. genüge getan werden kann. Für uns ist die Verpackung außerordentlich wichtig, denn wir sind davon überzeugt, dass Obst für einen genussgerechten Verzehr stets so nahe wie möglich am optimalen Reifegrad verkauft werden sollte. Das



Auch bei der Verpackungslösung „Minis“ wurde großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt.

Bei Falstaff handelt es sich um eine Kreuzung zwischen Abate und Cascade.

ist aber nur möglich, wenn es gut verpackt ist, ansonsten werden die Früchte schon allein bei der Präsentation im Geschäft durch Anfassen beschädigt. An sich ist eine gut gereifte Frucht wie ein gutes Dessert: Hat man jemals gesehen, dass in der Konditorei ausgestellte Desserts von den Leuten vor dem Kauf angefasst werden? Es ist jedoch wichtig, dass die Verpackungen der Früchte nachhaltig sind. Opera verfügt hierbei über die besten Lösungen. Unsere Minis zum Beispiel, oder auch unser Cestino di Bontà (Warenkorb des Geschmacks) in der Version Eco-pack, die mit nur zwei, perfekt voneinander trennbaren und 100 %ig recyclebaren Materialien gefertigt ist, erlauben eine Plastikvermeidung von 70 % gegenüber einer normalen gleichgroßen Schale. Auch zum Thema Verpackung informieren wir auf unserer Webseite unter dem Titel Packaging.“ ●



Carmen ist laut Opera eine echte Sommerbirne.

Hintergrundinfos

OPERA S.c.a. - Hauptdaten	
Mitgliedsunternehmen	14
Birnenproduzenten	> 1.000
Anbaufläche Birnen	> 5.000 ha
Jahresernte (Durchschnitt 2016/2018)	> 150.000 t
Packstationen	7
Tägliche Verpackungskapazität	> 1.000 t
Lagerungskapazität (CA + DCA)	> 120.000 t
Agronom Techniker	> 50
Mitglieder Verkaufsteam	> 20
Exportländer	> 40
Mengen Export/Binnenmarkt	40/60
Jahresumsatz (Durchschnitt 2016/2018)	> 150 MM€



Oliver Stein
stellt eine höhere Nachfrage nach Birnen fest.

Größere Kaliber und höhere Mengen für die neue Saison

Italien | Salvi Unacoa ► Der norditalienische Fruchtanbieter mit Hauptsitz in Ferrara hat die ersten Sommerbirnen bereits erfolgreich vermarktet. Das Fruchthandel Magazin sprach mit Verkaufsleiter Oliver Stein über den weiteren Kampagnenverlauf.

Gabriele Bastian

Wie ist die Saison für Sommerbirnen bisher für Salvi Unacoa gelaufen? Welche Sorten sind jetzt aktuell? Gibt es Unterschiede bei den verfügbaren Mengen und auch Qualitäten zu 2019?

Oliver Stein: Die Ernte von Santa Maria und Carmen wurde in der KW 32 beendet und wir haben mit der Ernte von William begonnen. Letztes Jahr waren die Mengen auf dem niedrigsten Stand, ähnlich wie vor acht Jahren. In dieser Saison sind die Mengen zum Vorjahr um 15 % bis 30 % höher, jedoch immer noch geringer als in einem normalen Jahr. Die Qualitäten und Kaliber stimmen. Natürlich ist die Nachfrage nach frischen Birnen sehr gut. Preislich können wir ebenfalls zufrieden sein.

Wie beurteilen Sie Mengen und Qualitäten von Abate Fetel?

Wann beginnt hier die Saison?

Der Erntebeginn ist am 25. August. Dies ist eine Woche früher als im vergangenen Jahr. Unser Unternehmen rechnet mit ca. 16.000 t, was 100 % mehr Früchte sind als wir 2019 zur Verfügung hatten. Aber das Volumen ist immer noch um 15 % geringer im Verhältnis zu den Vorjahren. Durch die starken Regenfälle in der KW 32 gehen wir von größeren Kalibern aus.

In Corona-Zeiten bleiben viele Urlauber im eigenen Land. Glauben Sie, dass dies Auswirkungen auf die Nachfrage haben wird?

Am Anfang der Krise haben alle Anbieter sicherlich ein großes Umsatzplus gesehen. Dies hat sich aber nach kurzer Zeit wieder normalisiert.

Die italienischen Birnen haben keine leichten Jahre hinter sich. Witterungsprobleme und Schädlinge haben das Geschäft erschwert. Was sind nach Ihrer Meinung die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Renaissance der Früchte?

Die Witterung in diesem Jahr war eher positiv. Es gab weniger Krankheiten und vor allem weniger Befall durch die Asiatische Baumwanze. Den genauen Grund kennen wir noch nicht, aber wir gehen davon aus, dass sowohl der starke Frost als auch eine Verlagerung des Schädlings auf die südlichen Regionen Italiens eine große Rolle gespielt hat.

Sollte es bei Birnen auch mehr Clubsorten geben, für die gezielte Marketingprojekte entwickelt werden? Bei Äpfeln ist das insgesamt gesehen ja erfolgreich.

Ich bin der Meinung, dass Clubsorten sicherlich der richtige Weg sind. Es wird bei den Clubs viel in Qualität und Marketing investiert. Was sicherlich auch wichtig dafür ist, den Verbrauchern die Produkte näher zu bringen und den Wiedererkennungswert zu erhöhen. Clubsorten heben sich vom allgemeinen Angebot immer etwas ab.

Was gibt es Neues bei Verpackungen? Durch Corona ist das Thema Nachhaltigkeit beim LEH etwas in den Hintergrund gerückt und es wurde verstärkt verpackte Ware nachgefragt.

Ich denke, dass es zurzeit ein großes Durcheinander bei Verpackungen gibt. Erst will keiner mehr Plastik haben und nun wollen alle wieder in Kunststoff verpackte Ware handeln. Als Grund dafür können wir wohl die Coronakrise sehen, da viele Verbraucher verpackte Waren bevorzugen. ●



In den norditalienischen Anbaugebieten gab es in diesem Jahr weniger Befall durch die gefürchtete Asiatische Baumwanze.

Anbau in Frankreich erholt sich leicht

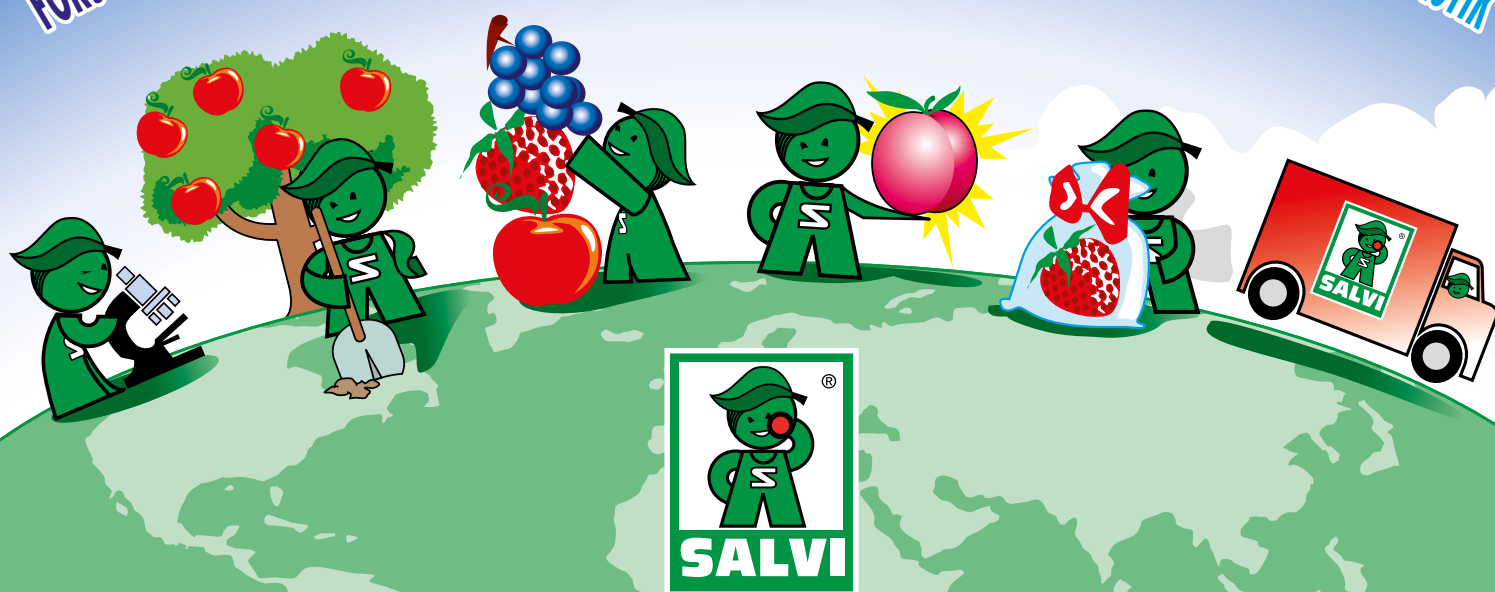
BIRNEN Die Birnen-Erzeuger im Hexagon sehen nach den schlechten Ergebnissen des Vorjahres wieder einen kleinen Silberstreif am Horizont. Mit einem aktuell auf 124.000 t geschätzten Volumen kündigt sich gegenüber der Saison 2019/2020, als lediglich 121.000 t Birnen erzeugt wurden, eine zwei-prozentige Zunahme der Erntemengen an. Wenn auch die Sommerbirnen der Sorten Williams Christ mit 37.000 t und Guyot mit 31.000 t im Durchschnitt um -6 % unter den Vorjahresergebnissen liegen, dürften die Saison- und Wintersorten mit deutlich höheren Mengen zur Verfügung stehen. Angeführt wird die Angebotspalette von der Conférence-Birne mit einem Volumen von 26.000 t (+8 %). Äußerst zufrieden zeigen sich auch die Produzenten der Varietät Comice, deren Ernte im Vergleich zum vergangenen Jahr nach derzeitigen Schätzungen um 20 % zulegen und auf 12.000 t ansteigen dürfte. Die Mengen bei der Sorte Passe Crassane bleiben mit 3.000 t dagegen stabil. Absolutes Highlight in dieser Saison ist die exklusive Wintersorte Angély's®, die ihr Volumen gegenüber der Vorjahreskampagne um 67 % steigern kann und die 5.000 t-Marke erreicht. Sie kommt erst im Dezember in die Regale und wird bis in den Juni hinein angeboten. i.e.



Foto: Slowmotionji - AdobeStock

Die französischen Erzeuger sind in diesem Jahr mit der Varietät Comice äußerst zufrieden.

FORSCHUNG • LANDWIRTSCHAFTLICHE PRODUKTION • LAGERUNG • SORTIERUNG • VERARBEITUNG • LOGISTIK



Fruit terminal

Via Bologna, 714 - 44100 Ferrara (Italy) - tel. +39.0532.785511 - fax +39.0532.785512 - marketing@salvi.it - www.salvi.it

BIRNEN • KIWI • PFIRSICHE • NEKTARINEN • TAFELTRAUBEN • ÄPFEL • CLEMENTINEN • ERDBEEREN

Jonagold-Gruppe weiter rückläufig

Prognose ► Gemäß der offiziellen Prognosfruit-Voraussage bleibt Golden Delicious Spitzenreiter unter den geernteten Sorten, obwohl die Menge von 2,26 Mio t im Jahr 2019 auf 1,96 Mio t zurückgehen soll (-13 %). Auch im Vier-Jahresverlauf verliert der Sortenprimus um 10 %. Ein Zuwachs um 4 % wird für den zweitplatzierten Gala mit 1,49 Mio t 2020 erwartet (2019: 1,43 Mio t).

Betrachtet man den Verlauf der letzten vier Jahre, kann Gala sogar um 7 % zulegen. Weit dahinter liegt nach wie vor die Sorte Red Delicious mit 0,66 Mio t auf Platz drei, was laut der Ernteprognose einen Rückgang um 3 % bedeuten wird. Die beiden Sortenklassiker Braeburn und Elstar verlieren laut der Schätzung sowohl im direkten Jahresvergleich 2019 als auch im Verlauf seit 2017. Elstar soll auf eine Erntemenge von 0,31 Mio t kommen, die somit um 14 % geringer ausfiel als 2019 und im Jahresverlauf um 5 %. Um 10 % auf 0,25 Mio t soll die Ernte des Braeburn im Jahresvergleich zurückgehen. Seit 2017 würde dies ein Minus von 6 % bedeuten. Auch die Sorten Cripps Pink und Fuji verlieren gegenüber dem Vorjahr: Cripps Pink



(0,27 Mio t) um 4 % (bei gleichzeitigem Plus im Vier-Jahresverlauf um 1 %) und Fuji (0,29 Mio t) um 7 %, was seit 2017 einen Verlust von 6 % bedeutet.

Red Jonaprince weiter im Aufwind

Die großen Verlierer werden laut der Vorhersage die Sorten Idared, Jonagold und Jonagored sein. Zwar wird Idared 2020 (0,59 Mio t) einen Prozentpunkt im Vergleich zu 2019 gutmachen können, seit 2017 verliert der Apfel allerdings ein Viertel

seiner Erntemenge. Noch schlechter läuft es für Jonagold: Seit 2017 ist die Sorte um 27 % zurückgegangen, im Vergleich zum Vorjahr um 21 % auf 0,31 Mio t. Um nur 6 % geringer soll die Ernte bei Jonagored ausfallen. Mit einer prognostizierten Menge von 0,23 Mio t ergibt sich seit 2017 allerdings ein deutlicher Ernterückgang um 39 %.

Red Jonaprince setzt hingegen sein kontinuierliches Wachstum fort: Mit 0,43 Mio t kann diese Varietät gegenüber 2019 um 7 % zulegen. Seit 2017 ist die Erntemenge sogar fast um die Hälfte (47 %) gestiegen. ●



Start in die Apfelernte 2020 geglückt

Obst vom Bodensee | Friedrichshafen ► Man erwartet dieses Jahr am Bodensee eine sehr gute Qualität mit einer schönen Ausfärbung. In der gesamten Bodenseeregion sollen rund 250.000 t Äpfel geerntet werden, was einer durchschnittlichen Menge entspricht.

Dr. Inga Mohr, Leitung Marketing der OvB

Damit zählt die Bodensee-Region zu den wichtigsten Apfelanbauregionen Deutschlands. Dieses Jahr gibt es zum Saisonstart noch weitere Herausforderungen. Um unsere Erntehelfer bei der Apfel- und Birnenernte zu schützen, pflücken wir dieses Jahr hochkonzentriert und im Abstand zueinander. Wir freuen uns darauf, dass wir neben unseren Klassikern im Standardsortiment wie Elstar, Gala, Braeburn und Jonagold auch bei unseren großen Clubsorten wie Kanzi, Cameo und Xenia nun höhere Mengen zu vermarkten haben. Und auch unsere neuen Clubsorten bieten für uns tolle Vermarktungspotentiale. So ist zum Beispiel die neue Premium-Sorte SweeTango ab der KW 35 in den Läden zu finden. Für Kissabel mit seinem rotfleischigen

Innenleben haben wir für Halloween Aktionen geplant. Unser Snackapfel Rockit hat sich seinen Platz in den Regalen und den Herzen der Verbraucher sichern können und wird von seinen Fans sehnlichst erwartet. Und ganz besonders gespannt sind wir auf die Markteinführung der deutschen Apfelernte Fräulein. Zudem arbeiten wir intensiv an Nachhaltigkeitsthemen. Das Thema Biodiversität und der Wildbienen-schutz ist am Bodensee ja ein Dauerbrenner. Die Umstellung von Kunststoff auf plastikfreie Verpackungen läuft auf Hochtouren. Wir gehen dieses Jahr mit mehreren neuen Verpackungslinien an den Start und stellen zum Anfang der Saison bereits zahlreiche Foodtainer auf plastikfreie Gebinde um. Ganz besonders freuen wir uns auf den Start



Neu im Sortiment ist die Clubsorte SweeTango.

unseres neuen Geschäftsführers Michael Büser, der mit dem Team der Obst vom Bodensee Vertriebsgesellschaft die Zukunft des Obsthandels am Bodensee gestalten wird.“ ●

OBSTGROSSMARKT MITTELBADEN

Apfelsaison mit Unsicherheiten

Frühjahrs- und Spätröste, später zu warmes Wetter und nicht zuletzt die Corona-Pandemie sorgen in der diesjährigen Apfelsaison für Ungewissheiten. Das Fruchthandel Magazin sprach mit Marcelino Expósito, Geschäftsführer der Obstgroßmarkt Mittelbaden eG, über seine Prognose zur Apfelernte 2020. Expósito erwartet eine 85 prozentige Ernte an Lageräpfeln und verweist darüber hinaus auf zwei Neuheiten im Apfelsortiment: „Die Sorte SweeTango, die ihren Reifebereich Anfang August erreicht, ist bereits im Handel. Als späte Sorte bieten wir ab Anfang Oktober die Sorte Fräulein an.“ Leider hätten den mittelbadischen Erzeugern Frühjahrs- und Spätröste zugesetzt. In Anlagen ohne Frostberegnung und schwacher Blüte (z.B. Jonagold) verzeichneten sie in tiefen Lagen Ausfälle. Teilweise sei auch mit etwas mehr an Berostung zu rechnen (z.B. Elstar). Die Kaliber der Äpfel seien zwar passend, doch aufgrund der warmen Nächte sei die Ausfärbung momentan noch nicht ganz optimal. Über Schwierigkeiten Saisonarbeitskräfte zu bekommen müssen die Erzeuger Mittelbadens nicht mehr klagen, so Expósito: „Durch die geschaffene Möglichkeit der Einreise eines Kontingents von insgesamt 80.000 Arbeitskräften hat sich die Lage bei unseren Erzeugern deutlich entspannt.“ Trotz Corona-Krise verliert man beim Obstgroßmarkt Mittelbaden die langfristigen Bestrebungen zur Plastikvermeidung bei den Verpackungen nicht aus den Augen: „Wir stimmen vor allem in den Saisonvorbereitungen immer wieder mit unseren Partnern ab, wie wir die Verpackungen reduzieren bzw. optimieren können, z.B. durch den Einsatz von Mehrwegverpackungen, Holzschliffschalen oder Plastikreduktion über Topsealverpackungen.“



Marcelino Expósito, Geschäftsführer der Obstgroßmarkt Mittelbaden eG

Positives Feedback nach der ersten Morgana®-Vermarktungssaison

Krings ► Nachdem die erste Vermarktungssaison des Apfels Morgana® (Sorte: Kizuri) mit erstmals größeren Volumen an verschiedene Kunden abgeschlossen ist, gilt es aus Sicht der Unternehmensgruppe Krings nun, die für den Vertrieb der Marke in Deutschland zuständig ist, diese zu evaluieren. In Deutschland und Italien sei das Feedback von Kunden und Verbrauchern von Beginn an positiv gewesen. Sie seien von Qualität und Geschmack der Sorte überzeugt. Durch seine lange Haltbarkeit könne der Apfel bis zu zwölf Monate vermarktet werden.

Die Zustimmung zu Morgana® wächst dem Unternehmen zufolge von Jahr zu Jahr, beginnend auf dem deutschen Markt, wo der Apfel bereits seit drei Jahren vermarktet wird und nun auch in Italien, wo die neue Sorte vor einigen Wochen ihr Debüt feierte. Große Zufriedenheit herrsche auch unter den bereits angeschlossenen Morgana®-Erzeugern aufgrund der Ertragsfreudigkeit des Baumes und der Gesamtqualität der Ernte. In den vergangenen Monaten hätten sich immer mehr Produzenten dazu entschlossen, die Sorte als eines ihrer zukünftigen Geschäftsfelder zu wählen.

Hohe Erträge und lange Haltbarkeit

Alexander Krings, Geschäftsführer des gleichnamigen Familienunternehmens, bestätigt den Erfolg dieser ersten kommerziellen Saison in Deutschland: „Partner und Kunden haben gezeigt, dass sie sowohl das Konzept hinter Morgana® als auch das Produkt selbst schätzen, das von unseren Obstbauern im Rheinland



Das Ergebnis der Verkostung in der Kategorie „Würde ich kaufen“

und im Süden Deutschlands angebaut wird. Die Sorte ist bekannt für ihre positiven Eigenschaften wie hohe und gleichmäßige Erträge, Festigkeit, sowie eine lange Lagerfähigkeit. Das hat zu einer hohen Nachfrage seitens der Erzeuger geführt und es wurden viele Anlagen aufgepflanzt.

Wir arbeiten seit Jahren eng mit den Anbauberatern, Erzeugern und verschiedenen Partnern zusammen, um den Anbau von Morgana® weiter zu optimieren und zu begleiten. Umso spannender war für uns die Resonanz der ersten größeren Vermarktungssaison. Durch das enorme Shelf-life dieser Sorte sind wir von einer guten, stetig wachsenden Vermarktung ausgegangen, das Ergebnis jedoch übertraf unsere Erwartungen. Angefangen bei den durchgeführten Verkostungsaktionen, wo wir begeisterte Rückmeldungen der Endkunden zur Saftigkeit und Festigkeit bis hin zum nicht erwarteten überproportionalen Abverkauf in unserem neuen Verpackungsdesign erhalten haben. An dieser Stelle gilt unser absoluter Dank unseren

Die Marke Morgana® stellt Saftigkeit in den Vordergrund.



Fotos: Krings

starken Partnern im Lebensmitteleinzelhandel.“

Saftigkeit als Markenzeichen

Eine Besonderheit von Morgana® sei die Saftigkeit, die im Vergleich zu anderen Sorten sehr hoch ausfalle. Darüber hinaus sei der Gesamtgeschmack sehr ausgewogen, wobei die zuckerhaltige Komponente perfekt zum Säuregehalt passe. Bei einer Verkostung am Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Rheinpfalz im Oktober 2019 wurde dieser Eindruck von den Verkostern bestätigt. In den Kategorien Aussehen, Saftigkeit, Knackigkeit Geschmack und „Würde ich kaufen“ landete Morgana® laut Alexander Krings durchweg auf den vorderen Plätzen. Die sensorischen Eigenschaften der Frucht hätten ein hohes Maß an beständiger Homoge-

nität und Konstanz zwischen den verschiedenen Früchten gezeigt. Darüber hinaus weise der Apfel eine besonders hohe Haltbarkeit auf, die bei voller Produktion künftig eine Verkaufssaison von zwölf Monaten ermögliche und damit eine konstante Versorgung mit Ware aus der europäischen Produktion gewährleiste. Das Image spielt laut Alexander Krings eine wichtige Rolle. „Der Club hat mit Morgana® eine Marke entwickelt, die das charakteristischste Merkmal des Apfels, nämlich die Saftigkeit, als klare Aussage gegenüber dem Verbraucher hervorhebt.“ Die Clubsorte Morgana® wird von ABCz (Belgien), dem Lizenzinhaber der Sorte, verwaltet und von den Mitgliedern der MAG-Morgana Apple Group vermarktet, die aus vier europäischen Partnern besteht: BFV (Belgien), Krings (Deutschland), Melinda (Italien) und Mergelland Fruitland (Niederlande). ●



Der Morgana®-Baum zeigt sich laut Krings ertragsfreudig.

MORGANA®



Der neue, super saftige
Apfel vom Kernobst-
spezialisten Krings ist da!

eXtremely
juicy

KRINGS 

www.w-krings.de

Qualitativ hochwertige Ernte erwartet

Nordrhein-Westfalen ► Am 17. August verkostete NRW-Landwirtschaftsministerin Ursula Heinen-Esser gemeinsam mit Christoph Nagelschmitz, Präsident des Provinzialverbandes Rheinischer Obst- und Gemüsebau, zum offiziellen Saisonstart die ersten Äpfel des Jahres auf dem Feld von Philip Wißkirchen in Meckenheim-Ersdorf.

Birgit Scheel, Gartenbau-Profi

Die Apfelanbauer gehen optimistisch in die Saison – auch wenn das Jahr 2020 die Obsterzeuger in Nordrhein-Westfalen vor große Herausforderungen gestellt hat. Ungeachtet schwieriger Voraussetzungen durch extreme Witterungsbedingungen und massiven Einschränkungen in der Corona-Pandemie rechnen die Apfelerzeuger in NRW mit einer qualitativ hochwertigen Ernte. „Die Apfelernte im Rheinland wird mit rund 42.400 t um etwa 20 % kleiner als 2019 ausfallen“, betonte Georg Boekels, Vorsitzender der Landesfachgruppe Obstbau im Provinzialverband. Für die geringere Menge machen die Obstbauer nicht die Corona-Auswirkungen verantwortlich, sondern diverse Frostnächte im April. Dabei zeige sich, wie wichtig ein Frostschutz für die immer früher beginnende Obstblüte sei, so Boekels. Landwirtschaftsministerin Heinen-Esser erklärte, dass sie jeden Tag mindestens einen Apfel esse und liege damit im Trend: „Der Apfel ist

seit langem das unbestrittene Lieblingsobst der Deutschen und einzigartig in seiner Sortenvielfalt“, so die Ministerin. „Außerdem punktet er mit Regionalität: Die Verbraucher fragen frische Erzeugnisse ohne lange Transportwege verstärkt nach und verbinden mit Regionalität Heimat, Nähe, Vertrauen, Transparenz und Sicherheit.“ Große Vorteile der regionalen Erzeugung seien für die Verbraucher die kurzen Transportwege, die damit verbundene Frische und die Möglichkeit, sich vor Ort selbst ein Bild über den Betrieb zu machen, so Heinen-Esser.

Boekels wies darauf hin, dass Lohnkosten, Pachtpreise und Betriebsmittelkosten in den zurückliegenden Jahren deutlich gestiegen sind und Auflagen teils höher sind als bei ausländischen Mitbewerbern. Daher appellierte er an die Verbraucher, den hohen Aufwand wertzuschätzen. „Der Verbraucher hat es in der Hand, in welcher Form und wo der Obstbau stattfinden soll“, so Boekels. Regionalität sei der richtige Weg.



Christoph Nagelschmitz, Präsident des Provinzialverbandes Rheinischer Obst- und Gemüsebau, und Georg Boekels, Vorsitzender der Landesfachgruppe Obstbau im Provinzialverband, eröffnen mit der NRW-Landwirtschaftsministerin Ursula Heinen-Esser und dem Gastgeber Philip Wißkirchen die diesjährige Apfelsaison in Nordrhein-Westfalen.

„Der regionale Anbau ist ressourcen- und somit klimaschonend“, betonte auch Gastgeber Philip Wißkirchen und unterstrich, dass er sogar aktiven Klimaschutz betriebe. „Unsere ca. 100.000 Bäume filtern ungefähr 520 t CO₂ aus Luft“, so der Obstbauer. Das sei vergleichbar mit einem Verbrauch von 200.000 l Diesel/Jahr. Gleichzeitig setzen die Bäume in seinem Betrieb 330 t O₂ frei. Diese Zahlen stehen nur für einen Betrieb und lassen sich mit den anderen Anbauern aus der Region multiplizieren. „Wir stellen uns nicht nur den Fragen bezüglich Klimaschutz, sondern haben uns auch den Umwelt- und Artenschutz auf die Fahne geschrieben“, so Wißkirchen. Dabei produziere er nicht nur nach den Mindestanforderungen, sondern gehe noch viel weiter. ●

Die Apfelernte im Rheinland wird mit 42.400 t um etwa 20 % kleiner als 2019 ausfallen.

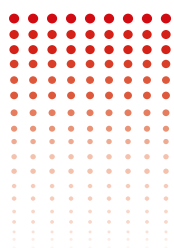


Blitzmatic und neue Markensorten im Fokus

Elbe-Obst ► Die Wasserverfügbarkeit durch die Elbe und deren Seitenflüsse hat sich nicht nur in der Blütezeit mit außergewöhnlich vielen Frostnächten, sondern auch in der aktuellen Hitzeperiode als sehr wichtiger Standortfaktor erwiesen. Durch die Frostschuttberegnung und die klimatisierende Beregnung zum Schutz vor Sonnenbrand auf der Frucht wird das Vorjahresniveau mit rund 165.000 t auch in der bevorstehenden Ernte erreicht.

Nicht nur deshalb werde der Maschinenpark für SB-Gebinde angepasst von sechs auf acht Blitzmatic-Maschinen. Darüber hinaus komme das Blitzmatic-Konzept bei den Kunden der Elbe-Obst sehr gut an und passe optimal in die aktuelle Nachhaltigkeitsdiskussion, teilt das Unternehmen mit. Dieses Jahr wird es auch Sweetango und Kissabel in der 4er Blitzmaticschale geben. „Sweetango leitet erstmals die neue Ernte bei Elbe-Obst ein. Zukünftig wird Sweetango im Zeitfenster des Übergangs zwischen alter und neuer Ernte eine entscheidende strategische Bedeutung zukommen. Positioniert ist Sweetango als geschmackliches Top-Produkt“, so Elbe-Obst.

Bereits im zweiten Vermarktungsjahr befindet sich Kissabel. Der Apfel ist innen überraschend rot durch die natürliche Kreuzung mit rotfleischigen Wildäpfeln. Unter mehreren getesteten Varianten hat Elbe-Obst sich für die rotschalige Variante Kissabel Rouge entschieden, deren



Das Blitzmatic-Konzept kommt laut Elbe-Obst bei den Kunden sehr gut an. Es passe optimal in die aktuelle Nachhaltigkeitsdiskussion.

Fruchtfleisch zuverlässig umfärbt. „Kissabel Rouge hat als Alleinstellungsmerkmal außerdem einen einzigartigen Beerengeschmack. Die Vermarktung wird zwischen Oktober und Dezember erfolgen. Kissabel wird gemeinsam mit anderen Erzeugergemeinschaften und deren Vertrieben über die Red Apple Germany GmbH vermarktet, ebenso wie Rockit.“

Bei Rockit steht die vierte Vermarktungssaison bevor. Das Markenkonzept für den ersten Miniaturapfel der EU-Verordnung, der als Snack-Apple positioniert ist, wurde in der vergangenen Saison durch Verpackungsinnovationen (6er, 8er und 9er-Schale) und Marketingaktionen weiter nach vorne gebracht, parallel zu steigenden Erntemengen. Auch in der kommenden Saison wird mit rund 2.000 t eine weitere Steigerung der Menge in Deutschland erwartet. Die Red Apple Germany GmbH hat hierzu ein umfangreiches Marketingpaket mit Fokus auf Kinder/Familie aufgelegt.

Kanzi® weiter im Aufwind

ZueinersehrwichtigenSortebeiElbe-Obst hat sich Kanzi® entwickelt. Kanzi® hat eine starke Distribution in allen Bundesländern und liegt durch das internationale Konzept mittlerweile fast 365 Tage im Regal. Bereits seit vielen Jahren wird sowohl ein umfangreiches Endverbraucher-Marketing als auch PoS-Marketing umgesetzt. Dabei steht der Claim „The Power of great taste“ im Mittelpunkt. So wird dieses Jahr über die Verpackungen ein E-Mini verlost unter dem Motto „Stay charged with Kanzi“.



Red Prince ist national bei Elbe-Obst seit langer Zeit der 365-Tage-Apfel aufgrund seiner Produkteigenschaften. Genau diese Eigenschaften machen ihn auch zum gefragten Exportapfel.

Red Prince ist national bei Elbe-Obst seit langer Zeit der 365-Tage-Apfel aufgrund seiner Produkteigenschaften. „Eben diese Eigenschaften machen ihn auch zum Exportapfel Nummer Eins. Vor allem im Nahen und Fernen Osten versucht Elbe-Obst, neue Absatzmärkte zu erarbeiten und mit Taiwan sind erste Erfolge gelungen.“ Die neue deutsche Apfelentdeckung Fräulein wird dem Unternehmen zufolge im Herbst gemeinsam mit den an der Deutschen Obstsorten Konsortium GmbH beteiligten Erzeugerorganisationen am Markt eingeführt. Bereits seit mehreren Jahren wird das Markenkonzept aufgebaut. Zur Fräulein-Ernte 2019 erfolgte die Markenbekanntgabe und auf der FRUIT LOGISTICA 2020 war Fräulein das Gesprächsthema im Apfel-Business. „Die Elbe-Obst hat ein hohes Baumvolumen gepflanzt, so dass Fräulein bereits in wenigen Jahren eine der Hauptsorten im Sortiment sein wird.“ ●



Fotos Elbe-Obst

Markteinführung von Fräulein startet in Berlin

DOSK Nach der Markenbekanntgabe im Herbst 2019 und dem ersten Auftritt auf der FRUIT LOGISTICA 2020 startet im November die Vermarktung des Konzeptapfels. Dabei handelt es sich um die erste eigene Sorte der Deutschen Obstsorten Konsortium GmbH. Somit ist Fräulein in Sachsen und Mittelbaden sowie am Bodensee und an der Elbe im Alten Land im Anbau. Fräulein ist eine natürliche Züchtung, die von einem Obstbauern in der Hildesheimer Börde gefunden wurde. Die Positionierung des Apfels geht auf die deutsche Apfelernte und die Natürlichkeit intensiv ein, so auch bei der Markteinführung. „Bei zwei Events in Berlin werden die Kommunikationsmaßnahmen in einem begrenzten Raum getestet, zum einen in Schöneberg und zum anderen in Prenzlauer Berg. Denn in Berlin ist das Trendsetting ausgeprägt und die Kulisse für Content-Produktion ideal“, so Jens Anderson, Marketingleiter für Fräulein beim DOSK. Die großen Handelsketten sind vor Ort und es gibt kultige Wochenmärkte. Fräulein soll in Berlin in vielen Outlets vertreten sein und die Vermarktung wird von Aktionen begleitet, die unter dem Motto „Interaktion, Dialog und Content“ stehen. Daneben wird Fräulein nicht nur in Berlin, sondern in allen Regionen Deutschlands angeboten, wenngleich die erste Ernte noch gering ausfällt. In den nächsten Jahren wird die Vermarktungsmenge schnell auf über 15.000 t anwachsen.



Fräulein ist eine natürliche Züchtung, die von einem Obstbauern in der Hildesheimer Börde gefunden wurde.

Elstar bleibt die Nummer Eins

NIEDERLANDE Elstar ist mit einem Anteil von 40 % unverändert der mit Abstand am meisten angebaute Apfel in den Niederlanden. In diesem Jahr werden voraussichtlich 90.000 t der Sorte geerntet, im Vergleich zu 109.000 t im letzten Jahr. Die zweitwichtigste Sorte ist Jonagold, für die eine Erntemenge von 52.000 t (2019: 67.000 t) prognostiziert wird. Insgesamt werden in den Niederlanden in dieser Saison voraussichtlich weniger Äpfel gepflückt als 2019, während die gesamte Birnenernte mit der von 2019 vergleichbar ist. Das niederländische Gesamtvolumen wird auf 234.000 t Äpfel und 373.000 t Birnen geschätzt. Äpfel werden in den Niederlanden in diesem Jahr auf einer Fläche von 6.200 ha angebaut, das Anbauareal ist somit um 3 % zurückgegangen. In den vergangenen Jahren ist allerdings die Produktion von Bio-Äpfeln kontinuierlich gestiegen, im Jahr 2019 wurden laut dem Statistikamt CBS 7.800 t geerntet. Nach einem kurzzeitigen Einbruch im Jahr 2017 aufgrund von Frostschäden lag die Produktion damit wieder über dem Niveau von 2015, als 7.200 t Bio-Äpfel geerntet wurden. Birnen werden in den Niederlanden auf einem Areal von 10.100 ha gezüchtet, mit geschätzten 281.000 t entfällt der weitaus größte Teil auf die Varietät Conférence. Für die Sorten Doyenné du Comice und Beurré Alexander Lucas wird mit Erntemengen von 27.000 t bzw. 26.000 t gerechnet.

BELGIEN

Birnen legen zu – Apfelernte wird aber deutlich kleiner ausfallen

Für die um 31 % kleinere belgische Apfelernte, die der VBT und andere Branchenverbände in der aktuellen Saison erwarten, gibt es verschiedene Gründe. So sind die Anbauflächen für Äpfel um 313 ha auf nur noch 5.475 ha zurückgegangen. Zudem wirken sich die aufgrund von Trockenheit und Hitze ausgesprochen schwierigen Bedingungen des vergangenen Jahres aus. Als Folge hiervon wird die diesjährige Apfelernte bei lediglich 167.000 t liegen. Im Gegensatz dazu wird die belgische Birnenernte voraussichtlich 362.000 t betragen, das sind 9 % mehr als im Vorjahr. Bei Birnen sind die Anbaumengen in Belgien um 293 ha auf insgesamt 10.658 ha angewachsen.

Sowohl bei Äpfeln als auch bei Birnen könnten die Mengen aber noch weiter zurückgehen. Mit der zuletzt großen Hitze und den vielen Sonnenstunden wächst auch die Sorge vor Schäden durch Sonnenbrand. Auch der Geschmack der Früchte wird beeinträchtigt. Die Situation sei so ernst, dass befürchtet wird, dass ein großer Teil der Früchte noch nicht einmal für die Verarbeitungsindustrie taugt, hieß es kürzlich in einem Bericht von Ring TV und vlt.be. Der Allgemeine Bauernverband bat Landwirtschaftsministerin Hilde Crevits daraufhin, wie im vorigen Jahr ein Verfahren zur Anerkennung als Katastrophenfall einzuleiten. Schäden, die durch Sonnenbrand verursacht werden, sind nämlich nicht von der Allgemeinen Wetterversicherung abgedeckt, was ebenfalls kritisiert wurde. Eine genaue Inventarisierung der Schäden steht noch aus.



Die diesjährige belgische Apfelernte wird bei voraussichtlich 167.000 t liegen.

Hexagon erwartet kleinere Apfelernte als im Vorjahr

Frankreich ► Mit einem derzeit auf 1,431 Mio t geschätzten Volumen stellt sich die französische Apfelbranche in dieser Saison auf eine um -13 % kleinere Ernte im Vergleich zum Vorjahr (1,651 Mio t) ein. Gegenüber dem fünfjährigen Mittelwert dürfte sie jedoch nur um -6 % abnehmen. Allerdings muss in diesem Zusammenhang noch einmal daran erinnert werden, dass Frankreich in der vergangenen Saison deutlich höhere Mengen einfahren konnte als die übrigen europäischen Erzeugerländer.

Irmelin Egelhoff

Vincent Guérin, Wirtschaftsexperte bei der Nationalen Vereinigung der Erzeugerorganisationen von Äpfeln und Birnen, der Association Nationale Pommes Paires, ANPP, führt den Ernterückgang in erster Linie auf das Phänomen der Alternanz zurück. „Aber auch der Mangel an Kältestunden im Winter und eine unzureichende Blüte haben sich nachteilig auf die Vegetation und damit auf den Behang ausgewirkt“, erklärte er dem Fruchthandel Magazin im Gespräch. Durch die geringere Anzahl der Früchte pro Baum hätten sich die Kaliber allerdings sehr gut entwickelt und seien im Durchschnitt deutlich größer als in der letzten Kampagne. Ein Mengendefizit würden vor allem die sogenannten internationalen Sorten aufweisen, wie die außergewöhnlich stark betroffenen Golden Delicious, Fuji, Granny Smith, Braeburn oder auch Jonagold. „Im Durchschnitt liegt die Ernte bei diesen Varietäten um rund -19 % unter dem Vorjahresergebnis“, so Vincent Guérin. Nach seinen Aussagen erwartet die Branche im Einzelnen betrachtet 350.000 t Golden Delicious (-26 %), 316.000 t Gala (-4 %), 135.000 t Granny Smith (-15 %), 52.000 t Fuji (-25 %) und 48.000 t Braeburn (-28 %).

Nur geringes Defizit bei Exklusivsorten

Deutlich besser geschlagen hätten sich die Exklusiv- und die typischen Terroir-Sorten, zu denen Belchard,

Canada Grise und Reine des Reinettes zählten, die um durchschnittlich nur -5 % zurückgegangen seien. „Der junge Baumbestand bei den Club-Va-

Apfelbranche befürchtet einen Covid-19 bedingten Verlust an Kaufkraft

rietäten erklärt ihr insgesamt besseres Abschneiden“, unterstrich Vincent Guérin. Pink Lady® rangiere dabei mit 158.000 t (-11 %) auf Platz eins, gefolgt von Jazz® mit einem stabilen Volumen von 26.000 t. Bei den Sorten Joya® (15.000 t) und dem Bio-Apfel Juliet® (15.000 t) sei sogar eine Zunahme von 15 %, bzw. 36 % zu beobachten. Überraschend hoch fiel dagegen die Abnahme bei den Honeycrunch®-Äpfeln aus, die in dieser Saison mit nur 12.000 t (-29 %) zur Verfügung ständen.

Beim Exklusivapfel Joya® kündigt sich eine 15-prozentige Steigerung der Mengen an.

Insgesamt zeichnet sich die Ernte im Hexagon durch eine ausgesprochen gute Fruchtqualität aus, mit hohem Zuckergehalt, einer homogenen Ausfärbung und dem Fehlen jeglicher Art von Schalenfehlern. In allen Anbaugebieten kündigt sich eine Verfrühung von rund zehn Tagen an. Im Südosten des Landes fiel der Startschuss für die Ernte bereits in der letzten Juliwoche.

Branche besorgt über Zukunft

Trotz dieser guten Aussichten sieht die Branche nach Aussagen der ANPP mit gemischten Gefühlen in die Zukunft: Wird es aufgrund von Covid-19 zu einer Wirtschaftskrise und einem Verlust an Kaufkraft kommen? Wie wird sich der Brexit auf das Apfelgeschäft auswirken? Dies sind die Fragen, die viele beunruhigen. ●



Aufgrund der starken Unterschiede zwischen den Tages- und Nachttemperaturen weisen die Äpfel eine ausgezeichnete Ausfärbung auf.



Neues Format mit digitalen Inhalten

Interpoma ► Die diesjährige Auflage von Interpoma, der Fachmesse der Apfelwirtschaft, präsentiert sich in einem neuen hybriden Format, das digitale Events und Veranstaltungen mit physischer Anwesenheit vereint. Die „traditionelle“ Messe findet kommendes Jahr, vom 4. bis zum 6. November 2021, statt.

Das Format „Interpoma Connects 2020: Digital Days for the Apple Economy“ setzt auf bekannte Inhalte wie den zweitägigen „Interpoma Congress“, der für Besucher vor Ort und für internationale Gäste online verfügbar ist. „Interpoma Future Hub“ ist der digitale Treffpunkt zur Förderung von internationalen Start- und Scaleups. Formate wie „Interpoma Business Match“ bieten eine virtuelle Matchmaking-Plattform für Unternehmen und Kunden in Zusammenarbeit mit EEN (European Enterprise Network) und der Handelskammer Bozen.

In den vergangenen Jahren hat die Messe Bozen nach eigenen Angaben viel in die Internationalisierung der zweijährlichen Veranstaltung investiert und konnte 2018 insgesamt 20.000 Besucher aus 74 Ländern und 460 Aussteller aus 24 Nationen in Bozen begrüßen. Darin liegt laut den Organisatoren auch der Grund 2020 das neue Format einzuführen und die „klassische“ Messe auf 2021 zu verlegen. Die Internationalität der Messe soll trotz des Fortbestehens der zahlreichen und weit verbreiteten Beschränkungen im internationalen Reiseverkehr zu bestehen bleiben.

„Wir haben in den vergangenen Jahren alles darangesetzt, Interpoma international auszurichten – zusammen mit unseren Partnern



Das Format „Interpoma Connects 2020: Digital Days for the Apple Economy“ setzt auf bekannte Inhalte wie auch auf virtuelle Events.

und Kunden. Dieser Punkt war am Ende ausschlaggebend. Aber auch für die Apfelwirtschaft, ein Sektor, in dem Südtirol auf globaler Ebene eine führende Kompetenz innehat, ist der internationale Aspekt von Interpoma unabdingbar. Daher die Entscheidung für ein neues, international zugängliches digitales Format“, erklärt Messepräsident Armin Hilpold. „Die Krise hat ge-

zeigt, dass persönliche Kontakte in der Geschäftswelt durch nichts ersetzt werden können. Aber gerade in solchen Momenten sind wir mit unseren neu entwickelten hybriden Event-Formaten in der Lage, weiterhin ein Treffpunkt für die internationale Wirtschaft zu sein und unsere Aussteller mit ihren Kunden zu vernetzen.“ ●

NÜSSE & TROCKENFRÜCHTE

Das ist ein Thema in Ausgabe 37/2020. Wenn Sie eine Anzeige in diesem redaktionellen Umfeld platzieren möchten, dann rufen Sie uns an unter +49/211/99104-40 oder schicken Sie eine Mail an anzeigen@fruchthandel.de. Deadline 01.09.2020.

Fruchthandel-Mediateam

Gute Qualitätsaussichten für den Vinschgau

VIP Gute Qualität bei den Äpfeln aus der IP-Produktion und eine steigende Erntemenge bei der Bio-Ware, so lauten die Prognosen aus dem Apfelparadies Vinschgau für die anstehende Ernte. Wie der Verband der Vinschgauer Produzenten für Obst und Gemüse betont (VIP), können sich Kunden und Händler der VIP darauf verlassen, dass Äpfel aus dem Vinschgau 365 Tage im Jahr erhältlich sind.

Aufgrund einer schwachen Blüte in einigen Lagen des Anbaugebietes wird für die Saison 2020 ein Ernterückgang von rund 15 % im Vergleich zum Vorjahr prognostiziert. Demnach beträgt die erwartete Erntemenge rund 240.000 t Vinschger Äpfel aus dem IP-Anbau. Die Qualität lässt sich laut VIP als gut beschreiben, die Kaliber liegen im mittelgroßen Bereich von 75 mm bis 90 mm. „Kunden und Händler können sich trotz leichter Mengeneinbußen jedoch darauf verlassen, dass VIP als erstklassiger Servicepartner die Vinschger Äpfel über zwölf Monate im Jahr liefern kann. Die Vermarktungssaison für die Sorte Gala beginnt dabei Ende August 2020, die Sorte Golden Delicious befindet sich kontinuierlich im Sortiment“, so der Verband.

Wie VIP weiter erklärt, steigt die Bio-Produktion im Vinschgau deutlich. Bis zum Jahr 2022 wird sich die Anbaufläche auf 1.060 ha erweitern. Diese Zunahme an biologisch bewirtschafteten Apfelmärgärten macht sich bereits in diesem Jahr bemerkbar: VIP erwartet eine Erntemenge von rund 35.000 t Bio-Äpfeln. Die Ernte beginnt aufgrund der Witterung im Frühjahr bereits eine Woche früher als in anderen Jahren. Bereits in der letzten Augustwoche wird VIP Gala als erste Bio-Sorte vermarkten.



Für die Saison 2020 wird im Vergleich zum Vorjahr ein Ernterückgang von rund 15 % auf rund 240.000 t Vinschgauer Äpfel aus dem IP-Anbau erwartet.



Interpoma Connects

**Jetzt
anmelden**

Digital Days for the Apple Economy 19-20/11/2020

Interpoma wird digital: Aktuelle Themen aus dem Sektor, die innovativsten Start- und Scaleups und ein virtuelles Matchmaking für die weltweite Apfel-Community.

+ Interpoma Congress 19-20/11/2020

Jetzt auch digital!
Fokus 2020: Bauer vs. Bürger & Klimawandel als Herausforderung und Chance

Äpfel ohne Rückstände als Zielsetzung

Rivoira Zero | Italien ► Die Rivoira-Gruppe aus dem Piemont startet das Projekt „Frei von Pflanzenschutzmittel-Rückständen“, das dem Verbraucher die Verwendung von Produktionstechniken garantiert, die Rückstände ausschließen. „Rivoira Zero“, so der eingetragene Handelsname, ist das Resultat einer aufwändigen und komplexen Forschungs- und Entwicklungsarbeit, die die hundertprozentige Eliminierung der Rückstände zum Ziel hat.

Ncx Drahorad/Raffaella Quadretti



Die neuen Rivoira Zero-Äpfel im Viererpack.

Marco Rivoira, CEO der Gruppe, erklärte gegenüber dem Fruchthandel Magazin: „Wir wollten den klassischen Apfelsorten wieder mehr Geltung verleihen, indem wir dem Verbraucher einen Mehrwert bieten. Es ist unsere Überzeugung, dass der integrierte Pflanzenschutz für den Obstbau und für den Verbraucher ein Segen gewesen ist. Denn er ermöglicht ein optimales Produkt, das de facto bereits beim Pflücken keine Rückstände aufweist. Nach fünfzehn Jahren, in denen wir zuerst den Restriktionen der deutschen Einzelhandelsketten unterlagen, zu denen sich später die noch strengeren Vorgaben der EU gesellten, und nachdem wir Millionensummen in die Analyse und Erforschung des Abbaus der Wirkstoffe investiert haben, ist es uns endlich gelungen, auch die hartnäckigsten Rückstände zu beseitigen. Im vergangenen Jahr konnten wir daher mit unserem technischen Team die Produktion ohne Pflanzenschutzmittel-Rückstände starten. In der Saftindustrie ist Rückstandsfreiheit schon lange Standard. Doch nicht für Frischware, unter anderem aufgrund von Problemen im Zusammenhang mit äußeren Mängeln der Früchte.“ Um ein rückstandsfreies Produkt zu gewährleisten (mit einem Analyse-Grenzwert von unter 0,01 ppm), wurden die Produktions- und Vertriebstechniken verbessert. „Wir haben den Erzeugern eine Wahlmöglichkeit gegeben“, fährt Rivoira fort. „Das

heißt, sie beginnen mit dem Lastenheft für die Produktion ohne Pflanzenschutzmittel-Rückstände. Sollten dann Probleme auftreten, die die Erzeugungsmenge pro Hektar drosseln, können sie zur integrierten Produktion zurückwechseln.“

Vermarktung

Das Projekt „Frei von Pflanzenschutzmittel-Rückständen“ beginnt mit der Vermarktungskampagne für rund 3.500 t Äpfel der Sorte Gala. Einbezogen sind italienische Supermarktketten sowie in der Testphase auch der LEH in Deutschland und Spanien. „Ein groß angelegter Test: Betrachten wir einmal unser Warenaufkommen, handelt es sich schließlich um ganze 150 Lkw von insgesamt 1.200 Lkw“, fügt der piemontesische Unternehmer hinzu. „Die preisliche Positionierung, ganz wichtig zu Covid-19-Zeiten, liegt zwischen den Erzeugnissen aus dem biologischen und dem herkömmlichen Anbau. Damit soll dem Verbraucher der Wert eines zertifizierten Qualitätsprodukts vermittelt werden, das die gesetzlich vorgeschriebenen Grenzwerte für die Messanalysen nicht überschreitet.“

In diesem Sinne könnte man sogar von einem neuen Marktsegment sprechen. „Ein neuer Teilbereich, der



dem Bio-Erzeugnis Konkurrenz macht“, so Rivoira. „Ein Premium-Segment, das die klassischen Sorten aufwertet, die aufgrund des Überangebots bei den großen Ketten des Einzelhandels einen immer schlechteren Stand haben. Es ist kein Zufall, dass nach dem Gala auch der Red Delicious in das Projekt aufgenommen wird. Eine Sorte, die von den Marktakteuren ebenfalls stiefmütterlich behandelt und häufig mit ungeeigneten organoleptischen Eigenschaften auf den Markt gebracht wird.“

Tests in verschiedenen Stadien

Die Rivoira-Äpfel ohne Rückstände müssen drei Analysephasen durchlaufen, um als rückstandsfrei freigegeben zu werden: eine Voranalyse (ca. zwei Wochen vor dem Pflückzeitpunkt), eine Analyse zum Pflückzeitpunkt und eine Analyse unmittelbar im Anschluss an die Verarbeitung. „Nach der Freigabe des Analyselabors beginnen wir um den 24. August herum mit der Vermarktung“, schließt Marco Rivoira.

Die Verpackungs-Range wurde eigens für dieses Produkt entwickelt. Zum Einsatz kommen Schalen für vier, sechs oder acht Früchte unterschiedlichen Kalibers und umweltfreundliche Packmittel aus Karton und Nature Fresh-Folie, die aus 100 % kompostierbarem Bio-Kunststoff besteht. ●

Marco Rivoira:
„Wir wollten
den klassischen
Apfelsorten
wieder mehr
Geltung
verleihen.“



Foto: Claudio Massarone



Ein Produkt, das keine Spuren hinterlässt

Rivoira Zero ist ein Projekt, das das Ergebnis von Hingabe, positiver Einstellung und Entschlossenheit ist. Es ist eine Möglichkeit, die Landwirtschaft zu verbessern und das gesamte erworbene Wissen zu Nachhaltigkeit, Forschung und Entwicklung auf ein Produkt zu übertragen, was dem Verbraucher zugute kommt.

www.rivoira.it





Leicht rückläufige Ernte, aber Anstieg bei neuen Sorten und Bio

VOG | Südtirol ► Beim VOG, der in diesem Jahr sein 75-jähriges Bestehen feiert, herrscht Optimismus in Hinblick auf die neue Apfelsaison, auch dank größerer Kaliber. Die Erntemengen der neuen Sorten und Bio-Äpfel steigen weiter an, während sie bei Golden Delicious sinken. Die Saison 2019/2020 wird aufgrund des starken Rückgangs der Erntemengen auf europäischer und italienischer Ebene, vor allem aber wegen der außergewöhnlichen und unüblichen Marktsituation durch die weltweite Corona-Pandemie in Erinnerung bleiben.

Durch die strategische Sortenplanung sieht VOG-Direktor Walter Pardatscher das Unternehmen noch besser im Stande, ganzjährig den richtigen Apfel zu liefern.

Die Anzeichen der kürzlich angelaufenen Saison weisen nun auf eine Stabilisierung hin – mit einem weiteren europäischen Rückgang der Erntemengen, mit guten Aussichten und normalen Kalibern. „Das Vermarktungsjahr 2020-2021 startet für unseren Verband im Jubiläumsjahr unter positiven Vorzeichen. Dieses Jubiläum unterstreicht unsere langjährige Erfahrung, gleichzeitig aber auch die Fähigkeit zu Innovation und Erneuerung“, betont Walter Pardatscher, Direktor des VOG. „Wir haben eine in dieser Hinsicht sinnbildliche Saison hinter uns: Der Ausbruch von Covid-19 erforderte schnelles Reaktionsvermögen, um die damit einhergehenden Veränderungen – anfangs auf organisatorischer Ebene und später in puncto Konsumverhalten – zu bewältigen. Unsere Genossenschaften sowie der Verband waren in der Lage, schnell und effizient zu reagieren: Es ist uns gelungen, die Saison trotz einiger Änderungen und Anpassungen an die neuen Gegebenheiten gut zu planen. Dies stimmt uns zuversichtlich.“

Laut der Europäischen Kernobstschätzung wird für 2020 ein leichter Mengenrückgang von ca. 1 % erwartet. Dieser folgt auf ein deutliches Minus von 2019. „Auf europäischer Ebene dürfte das Angebot auch dieses Jahr mit dem Konsumpotential übereinstimmen, was sicherlich positiv bewertet werden kann“, fährt Pardatscher fort. „In Südtirol erwartet man ein Minus

von ca. 7 % bei einer Produktion von rund 825.000 t, wobei ein Plus im Bereich der Bio-Produktion zu erwarten ist. Voraussichtlich geringer wird der Anteil an Industrieware ausfallen.“ Für die zwölf Mitglieds-genossenschaften erwartet der VOG eine Ernte von rund 510.000 t Tafeläpfel. Das bedeutet eine um eine -3 % geringere Ernte als im Vorjahr und eine deutlich kleinere Ernte im Vergleich zum Rekordjahr 2016, als über 600.000 t eingefahren wurden.

Früher Start für Royal Gala

Auch dieses Jahr begann die Ernte mit Royal Gala, die Pflücke startete im VOG-Gebiet einige Tage früher als im Vorjahr. Bereits Mitte August wurden die ersten Paletten verladen. Die Früchte zeigen eine

gute Reife und Ausfärbung, die auch dem guten Wetter im Juli zu verdanken sind, das ideale Temperaturen und einen optimalen Temperaturunterschied zwischen Tag und Nacht mit sich brachte. Die Kaliber sind im Vergleich zu 2019 größer und entsprechen dem Durchschnitt eines normalen Erntejahres, was für Märkte wie Italien und Spanien ein maßgeblicher Faktor ist.

Was die Schätzungen für die einzelnen Sorten betrifft, verzeichnet der Verband auch dieses Jahr geringere Mengen bei der Sorte Golden Delicious. „Wie erwartet und gemäß unserer Sortenerneuerungsstrategie wird die Erntemenge für Golden Delicious dieses Jahr auf 87.500 t sinken, 14,5 % weniger als im Jahr 2019. Bereits im Vorjahr wurde für diese Sorte ein Produktionsrückgang von 15 % verzeichnet



Dank der frühen Gala-Ernte wurden bereits Mitte August die ersten Paletten verladen.

“, so der Direktor des VOG. „Der Royal Gala ist für unseren Verband wie schon in den letzten Jahren der Spitzenreiter in puncto Erntevolumen, was für dieses Jahr eine Menge von rund 125.000 t (+8 %) bedeutet. Ein Anstieg wird auch bei Red Delicious und Granny Smith erwartet, die bis jetzt im Vergleich zum Vorjahr weniger durch Schäden der Marmorierten Baumwanze betroffen sind.“

Situation bei Clubäpfeln

Was die Clubäpfel betrifft, so verzeichnen Pink Lady® und Kanzi® sowie zunehmend beliebte Sorten wie envy™ und yello® ein Mengenplus. Diese Mengensteigerungen sind

auf die Neupflanzungen der letzten Jahre zurückzuführen, die der VOG im Rahmen des Sortenerneuerungsplans vorgenommen hat.

Auch in der Bio-Produktion zeigt sich 2020 bei einer Ernte von fast 30.000 t ein Plus von 40 % im Vergleich zu 2019. „Bis 2022 werden wir voraussichtlich auf insgesamt 1.000 ha biologischen Apfelanbau betreiben. Dass wir verstärkt in diese Richtung gehen, unterstreicht das Interesse des Verbands für die biologische und biodynamische Produktion“, erklärt Walter Pardatscher. Der Verband blickt zuversichtlich in die neue Vermarktungssaison. „Der Markt ist frei von Restbeständen, die sich mit der Ernte frischer Äpfel überschneiden.“



Trotz der Herausforderungen durch Corona und Anpassungen an die neuen Gegebenheiten konnte die Saison gut geplant werden.

Die Bedingungen für einen lebhaften und reibungslosen Start in den ersten Saisonabschnitt sind also gegeben“, schließt Pardatscher ab, „Dank unserer Sortenplanung sind wir in Zukunft noch besser im Stande unseren Kunden und Konsumenten das ganze Jahr über den richtigen Apfel zu liefern.“ ●

Früherkennung von Krankheitssymptomen im Kernobstanbau

Krankheitsbefall | Technologie ► Forscher des Fraunhofer-Instituts für Fabrikbetrieb und -automatisierung (IFF) in Magdeburg suchen nach Wegen, die Krankheitssymptome der Apfeltriebsucht und des Birnenverfalls frühzeitig zu erkennen. Mit aufwändiger Technik untersuchen sie den Krankheitsbefall aus der Luft, mit dem Ziel, aufwändige Feldbonituren und Laboranalysen künftig zu ersetzen. Methoden des maschinellen Lernens sind dabei eine Schlüsseltechnologie zur Analyse der Krankheitssymptome.

Die Apfeltriebsucht und der Birnenverfall sind im europäischen Obstanbau weit verbreitet und können zu kompletten Ernteausfällen befallener Bäume führen. Der wirtschaftliche Schaden ist immens. Übertragen werden die Krankheiten durch Insekten. Sie infizieren die Pflanze mit Phytoplasmen, also zellwandlosen Bakterien, die als Parasiten im Baum heranwachsen. Dort besiedeln sie vor allem die Siebröhren der Pflanzen. Symptome der Apfeltriebsucht sind

Hexenbesen, vergrößerte Nebenblätter und eine vorzeitige Rotfärbung im Herbst, die durch einen Chlorophyllabbau hervorgerufen wird. Zu diesem Zeitpunkt ist die Erkrankung aber bereits weit fortgeschritten. Beim Birnenverfall gibt es, außer einer Rotfärbung, keine typischen Symptome.

Analyse aus der Luft ...

Um die Ausbreitung der Erkrankungen zu verhindern, müssten gegen

STRAUSS
TECHNOLOGY FOR YOUR PROFIT

Apfelverarbeitung
zählen • verwiegen • verpacken

Einzelfrucht-Verwiegeanlage EW20
- Ein Name steht für Zuverlässigkeit -

Vierbahniger Fruchtaufleger -
Automatisches Auflegen von Äpfeln

www.strauss-pack.com
Telefon: +49 (0)4161 74020
Email: info@strauss-pack.com



Foto: © Wolfgang Jarausch/AlPlanta

Mit einer Drohne verschaffen sich die Wissenschaftler einen Überblick über die Plantage.

die Insekten prophylaktisch Insektizide eingesetzt werden. Die Phytoplasmen selber können bisher nicht direkt bekämpft werden. Der Krankheitsbefall lässt sich nur durch eine teure molekulare Analyse, eine sogenannte PCR, feststellen. Alternativ – aber ebenso teuer und zeitaufwändig – nimmt geschultes Personal eine visuelle Bonitur vor, bei der jeder Baum einzeln untersucht wird. Das Fraunhofer Institut arbeitet nun, gemeinsam mit dem Institut für Pflanzenforschung AlPlanta und der Firma Spatial Business Integration an einer technischen Methode, um den Abbau des Chlorophylls bereits im Sommer zu erkennen und so die Ausbreitung von Apfeltriebsucht und Birnenverfall zu verhindern. Dabei setzen sie auf die Fernerkundung aus der Luft: die Hyperspektralanalyse. „Bei diesem Verfahren wird Licht in Wellenlängen zerlegt. Weist eine Pflanze bei einer Blattprobe im Labor Symptome auf, so zeigt sich dies in bestimmten Wellenlängenbereichen deutlicher und früher als allein im sichtbaren Bereich. Bei einer kranken Pflanze wird mehr rotes als grünes oder blaues Licht reflektiert“, erläutert Dr. Uwe Knauer, Wissenschaftler am Fraunhofer IFF und Experte für maschinelles Lernen sowie die Analyse von Spektraldaten. Dies konnte in der ersten Projektphase durch Tests im Labor bereits erfolgreich nachgewiesen werden, so das Fraunhofer Institut.

... und aus dem All

Ergänzt wird die Methode durch satellitengestützte Multispektralaufnahmen. Mit den Satellitenbildern lassen sich große Obstanbauflächen erfassen. „Wir wollen die Hyperspektralaufnahmen und die Satellitenbilder kombinieren, um ein Früherkennungssystem aus der Luft zu etablieren. Mit der an einer Drohne befestigten Hyperspektalkamera erkunden wir eher kleinere Flächen, wie z.B. einzelne Plantagen“, erklärt Knauer. Auch mit den Satellitenaufnahmen konnten die Forscherteams kranke und gesunde Bäume bereits voneinander unterscheiden. An der Drohne ist neben der Hyperspektalkamera ein Rechner montiert, der die Messdaten aufzeichnet und auf die Server überträgt. Die Aufnahmen werden mit geographischen Informationen verknüpft und kartiert. Das Ergebnis ist eine hyperspektrale Karte mit geographischen Koordinaten. Zu jedem Bildpunkt wird ein Spektrum geliefert, das im Anschluss analysiert wird.

Maschinelles Lernen

Um die krankhaften Veränderungen der Pflanze anhand der digitalen multi- und hyperspektralen Signatu-

ren zu erkennen, nutzen die Projektpartner Verfahren des maschinellen Lernens. Sie trainieren und kombinieren verschiedene statistische Modelle und neuronale Netze mit Hilfe der Ergebnisdaten aus der visuellen Bonitur und der molekularen Analyse. Die so entwickelten Algorithmen sollen eine spezifische Detektion von Apfeltriebsucht und Birnenverfall ermöglichen. Im Herbst dieses Jahres stehen Feldmessungen und Testflüge mit der Hyperspektal-drohne an, um im Anschluss sowohl Sensorik als auch Modellierungsverfahren optimieren zu können.

Ausbreitung von Apfeltriebsucht und Birnenverfall verhindern

Das Forschungsvorhaben wird von der Landwirtschaftlichen Rentenbank gefördert. Zum Projektende im Jahr 2022, so die Hoffnung der Forscher, soll die Fernerkundungsmethode mittels Erfassung und Auswertung spektraler Daten Pflanzenschutzdiensten, Anbauern und Genossenschaften als Dienstleistung zur Verfügung stehen. ●



Foto: © Wolfgang Jarausch/AlPlanta

Ein mit Apfeltriebsucht infizierter Baum, der die Symptome Rotlaubigkeit und Kleinfruchtigkeit zeigt.

Das Gen für den gesunden Winterschlaf

Forschung ► Wissenschaftler des Julius Kühn-Instituts (JKI) haben gemeinsam mit italienischen Kollegen ein Gen identifiziert, das für die Winterruhe bei Äpfeln von zentraler Bedeutung ist. Mit diesem Wissen könnten künftig neue Sorten gezüchtet werden, die besser vor den Auswirkungen des Klimawandels geschützt sind.

Den Mechanismus der Knospenruhe zu verstehen ist wichtig, um den Obstbau an den Klimawandel anzupassen“, sagt Prof. Dr. Henryk Flachowsky, Leiter des JKI-Instituts für Züchtungsforschung an Obst. „In vielen Regionen Deutschlands beobachten wir derzeit, dass Apfelbäume infolge der Klimaerwärmung bis zu zwei Wochen früher ihre Winterruhe beenden und blühen.“ In dieser Zeit treten vielerorts aber auch noch Nachtfröste mit Temperaturen weit unter dem Gefrierpunkt auf. Die Folge sind Frostschäden an den Blüten, die zu Ertragseinbußen führen.

Bei Apfel-Sorten mit einem geringeren Kältebedürfnis ist die Aktivität von MdDAM1 bereits im Februar sehr niedrig.



Unterschiede im zeitlichen Verlauf der Knospenruhe

Der Ruhezustand, in dem nahezu kein Stoffwechsel in der Knospe mehr stattfindet, wird als Endodormanz bezeichnet. Sie macht die Knospe unempfindlich für äußere Reize wie Temperatur und Licht. Erst wenn die Knospe einer ausreichenden Anzahl an Kältestunden

JKI-Wissenschaftler zusammen mit dem Forschungs- und Innovationszentrum der Edmund Mach-Stiftung in San Michele all'Adige (Italien) die genetischen Mechanismen, welche die Endodormanz bei Apfelbäumen regulieren.

Mit MdDAM1 haben sie nun ein Gen identifiziert, das bei Äpfeln und anderen Baumobstarten sowohl beim Eintritt in die Dormanz als auch beim Austritt eine zentrale Rolle spielt. Das Gen sorgt im

Herbst dafür, dass der Baum das vegetative Wachstum nach und nach einstellt und in die Winterruhe übergeht. Mit zunehmender Zahl der Kältestunden im Winter verliert MdDAM1 an Aktivität, bis diese Anfang März nahezu vollständig zum Erliegen kommt. Kurz darauf erfolgt der Knospenaufbruch. Bei Sorten mit einem geringeren Kältebedürfnis ist die Aktivität von MdDAM1 bereits im Februar sehr niedrig. Bei diesen Sorten brechen die Knospen

auch wesentlich früher auf. „Bäume, bei denen das Gen nahezu inaktiv ist, waren hingegen gar nicht mehr in der Lage, die Knospenruhe einzuleiten. Sie blieben das ganze Jahr grün und bildeten fortwährend neue Blätter und Blüten“, erklärt Prof. Flachowsky.

Kältebedürfnis und Blütezeitpunkt

Ausgehend von diesen Erkenntnissen werden die Forscher jetzt in den genetischen Ressourcen des Apfels, etwa bei den Sorten und Wildarten in der Obstgenbank des JKI in Dresden-Pillnitz, nach Varianten (Allelen) des MdDAM1-Gens suchen und diese auf ihre Verbindung mit Kältebedürfnis und Blütezeitpunkt untersuchen. Dadurch ließe sich das Blühverhalten von Apfelsorten besser vorhersagen – eine wichtige Voraussetzung, um neue, an den Klimawandel angepasste Sorten zu züchten. ●

Die Phase der Endodormanz endet erst, wenn die Knospe einer ausreichenden Anzahl an Kältestunden ausgesetzt war.

(Kältebedürfnis) ausgesetzt war, endet diese Phase der Dormanz. Sobald die Temperaturen wieder ansteigen, bricht die Knospe auf. Dieser Prozess läuft nicht bei allen Apfelsorten gleich ab. Unterschiede im zeitlichen Verlauf der Knospenruhe bieten manchen Sorten einen besseren Schutz vor Frühjahrsfrösten. Seit etwa zehn Jahren erforschen



Mehrwert durch digitale Angebote und Lösungen

Digitale Messe ► Weltweit bewegt sich die Messe-Branche wegen der fortdauernden Pandemie auf unsicherem Terrain. Davon ist leider auch der Obst- und Gemüsebereich nicht ausgenommen. In vielen Ländern gelten noch bzw. wieder einschränkende Sicherheitsmaßnahmen, die u.a. die Reisemöglichkeiten reglementieren. In Italien hat die internationale O+G-Fachmesse Macfrut daher beschlossen, einen komplett digitalen Auftritt anzubieten. Damit soll der Branche die Möglichkeit gegeben werden, sich auch in dieser Zeit der allgemeinen Unsicherheiten zu „treffen“. Macfrut Digital ist laut den Organisatoren die erste digitale Messe der Obst- und Gemüsebranche und wird vom 8. bis zum 10. September 2020 stattfinden. Organisiert wird die Veranstaltung von Cesena Fiera in Zusammenarbeit mit der ICE für Außenhandel, Cassa Depositi e Prestiti, Crédit Agricole, Ismea, Natlive und der Region Emilia-Romagna.

Ncx Drahorad



Foto: Jingold

Jingold – Den deutschen Markt im Blick

Auch das auf Kiwis spezialisierte italienische Unternehmen Jingold nimmt an der diesjährigen digitalen Macfrut teil. „Unsere Präsenz auf der Messe ist in jedem Jahr eine gute Gelegenheit, Kunden zu treffen und über die bevorstehende italienische Kiwi-Saison zu informieren“, erklärt Moreno Armuzzi von Jingold. „Das digitale Messeformat und auch der sehr günstig vor der neuen Saison gelegene Zeitpunkt, geben uns eine ausgezeichnete Möglichkeit, unsere Kundenkontakte auf der ganzen Welt zu erweitern und zudem über die bevorstehende und unserer Meinung nach sehr positive Kiwi-Saison 2020/21 Auskunft zu geben. Wir stehen stets für B2B-Treffen während der drei Messetage zur Verfügung.“

In der vergangenen Saison konnte Jingold eine Produktionsmenge von 20.000 t erreichen. Eine ständige Weiterentwicklung und Optimierung gehört zur Unternehmensphilosophie. Dies bezieht sich u.a. auf die Sorten (Kiwi grün/gelb/rotes Fruchtfleisch mit hohem Vitamin Gehalt), aber auch auf Qualitätsgarantien bezüglich des Angebots und der Nachhaltigkeit. „Wir zielen dieses Jahr ganz besonders auf den deutschen Markt. Es ist uns gelungen, hier schrittweise unsere Marke zu etablieren. Deutschland ist für Jingold einer der wichtigsten Absatzmärkte Europas“, so Armuzzi.

Die digitale Teilnahme wird Ausstellern und Besuchern recht einfach gemacht. Bereits seit dem 1. Juli ist die Messe-Vorschau online. Hier werden die Inhalte der Veranstaltung innerhalb des Netzwerks Natlive sichtbar gemacht. Die registrierten Besucher können somit im Voraus die verschiedenen Abteilungen der Macfrut auskundschaften. Ab dem 8. September ist dann die Messe offiziell geöffnet. Besuche können in den nach Warengruppen unterteilten Hallen und auf den virtuellen internationalen Ausstellern stattfinden. Dank des live B2B-Service, der täglich während der drei Messetage von 9 Uhr bis 19 Uhr aktiv ist, können Messegäste die Aussteller direkt kontaktieren und im Streaming mit ihnen sprechen, ganz einfach vom eigenen PC aus. Online

Jingold konzentriert sich in diesem Jahr besonders auf den deutschen Markt.

stehen auch die verschiedenen Tagungen zur Verfügung, technische Foren und Videos der einzelnen Aussteller können abgespielt werden. Unter der Rubrik News&Press können sich Interessierte über sämtliche Neuigkeiten informieren. Renzo Piraccini, Präsident der Messe Macfrut erklärt: „Macfrut Digital ist schon ausgebucht. Wir haben 500 Ausstellungsmodule erreicht, statt der zuerst vorgesehenen 200. Die Messe fügt zudem auch eine neue virtuelle Halle hinzu: Zu den neun in der Lancierungsphase vorgesehenen Hallen kommt eine zehnte mit dem Namen „Country Pavillion“ hinzu. Sie ist den internationalen Ausstellern gewidmet. Zu den zahlreichen Ausstellern aller fünf Kontinente zählt nämlich auch eine massive Teilnahme aus China.“



Obst und Gemüse "Made in Italy"

INNOVATIONEN
UND
STRATEGISCHE
PRODUKTE



"SOLARELLI"
UNSERE
SPITZEN-
PRODUKTE



SOLEMIO DIE
TOP-QUALITÄTS-
MARKE
FÜR DEN
FERNEN OSTEN



Seit über 50 Jahren
auf dem italienischen
und europäischen Markt.

15 Verarbeitungsbetriebe
und 16 Lager- und
Logistikzentren.

Spezialisierung
auf die wichtigsten
italienischen Obst- und
Gemüsesorten.

Produktion von über
276.000 Tonnen
Obst und Gemüse jährlich.

70 % der Produktion
aus integriertem
Anbau.

**Führend
im biologischen
Anbau.**

„Wir werden noch weitere Entwicklungsstrategien zur Brand Awareness einsetzen, damit auch die Verlässlichkeit und die hohe Qualität der Jingold-Kiwis zunehmend bekannt und geschätzt werden.“

Apofruit – Hochwertige Produkte Italiens

Die Genossenschaft Apofruit Italia arbeitet mit über 3.700 Erzeugern vom Norden bis zum Süden Italiens zusammen und verfügt außerdem über eigene Produktionsanlagen. Hinzu kommen auf nationaler Ebene über 15 Verarbeitungsbetriebe und 16 Anlagen für die Rücknahme und Lagerung der Produkte. Das Unternehmen wird mit vier digitalen Ständen, sogenannten Modulen, auf der Macfrut Digital vertreten sein. Ein Modul ist ausschließlich italienischen Produktionen gewidmet, eins dem Handel mit dem In- und Ausland und die anderen beiden jeweils den Marken Solarelli und Violi. Die Marke Solarelli umfasst ein breites Sortiment, das ausschließlich in den für die jeweiligen Produkte geeigneten Regionen Italiens angebaut wird. Das Projekt Violi steht für ein hochwertiges italienisches Produkt: die Artischocke, mit ihren traditionellen Sorten Violetto, Morello und Romanesco. Die Gruppe Apofruit wird auf der Messe auch mit einem Modul der Mediterraneo Group vertreten sein. Hierbei handelt es sich um ein Firmennetzwerk,



das mit dem Ziel gegründet wurde, auf die Erzeugnisse der Partner von Apofruit Italia aufmerksam zu machen und dabei ein breites Sortiment ohne Lieferengpässe zu garantieren. Mehrere Module stellen die Bio-Marken der Gruppe vor: Canova, Isole Almaverde Bio, Verdèa.

Besana – Innovation, Nachhaltigkeit & Qualität

Für Besana ist die Macfrut Digital ein wichtiges internationales Schaufenster. „Und wir sind dabei! Wir sind überzeugt, dass dieses intelligente Messeformat die gegenwärtigen Schwierigkeiten in reale Chancen verwandelt und die Möglichkeiten der Aussteller, für die Besucher sichtbar zu werden, sogar vervielfachen kann“, so Riccardo Calcagni, CEO von Besana. Besana sei schon immer ein Unternehmen mit großer internationaler Präsenz gewesen. „Wir exportieren unsere Nüsse und Trockenfrüchte auf alle Kontinente: Wir sind auf Private Label spezialisiert und Lieferanten der wichtigsten Vertriebsketten in Europa und weltweit. Unsere Industrieabteilung liefert

Apofruit wird mit vier digitalen Ständen, sogenannten Modulen, auf der Macfrut Digital vertreten sein.

Rohstoffe und Halbfertigprodukte an die bedeutendsten internationalen Lebensmittelunternehmen und an den Horeca-Sektor. Außerdem bieten wir eine breite Produkt-Palette unter unserer eigenen Marke an“, erklärt Calcagni.

„Unser Horizont ist die Welt, auch was die Rohstoffe betrifft. Wir verfügen über ein internationales Produzenten-Netzwerk, welches uns eine direkte Produktbeschaffung aus den Herkunftsländern ermöglicht. So können wir die wachsende Marktnachfrage sowohl in Bezug auf Qualität als auch hinsichtlich der Quantität befriedigen. Dieses integrierte Businessmodell hat es uns ermöglicht, eine Produktionskette From field to fork, vom Landwirt bis zum Endverbraucher, zu schaffen und somit Qualität, Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit zu bieten. Es stellt auch einen hohen sozialen Wert dar, da es die wirtschaftliche Entwicklung potenzieller Anbaugelände in vielen Regionen weltweit fördert. Wir laden die Macfrut-Besucher ein, unseren virtuellen Stand zu besuchen. Hier können wir zeigen, was uns besonders macht: Innovation, Nachhaltigkeit und hohe Qualität.“

Sorma – Weniger ist mehr

Auch die Sorma Group wird beim digitalen Event vom 8. bis zum 10. September ganz vorne mit dabei sein. Der internationale Konzern, der hinsichtlich der Lieferung von automatisierten Maschinen für die Obst- und Gemüseverarbeitung und von technischem Material für die Verpackung von Obst und Gemüse eine Referenz darstellt, wird mit vier verschiedenen Schwerpunkten an der Macfrut Digital teilnehmen. Das erste, institutionelle Modul verfolgt das Ziel, die grundlegenden Werte zu vermitteln, auf denen das Unternehmen seinen Ruf aufbauen konnte, den es seit fast 50 Jahren genießt: Zuverlässigkeit, Partnerschaft und Innovation.

Das zweite und dritte Modul konzentrieren sich auf die beiden Unternehmensbereiche der Sorma Group,



Besana-CEO Riccardo Calcagni ist überzeugt, dass die Macfrut Digital eine gute Gelegenheit zur Präsentation bietet.

NACHHALTIGE & FLEXIBLE VERPACKUNG - DIE NEUE ZIPPSOLUTION

FÜR VERSCHIEDENE OBST- UND GEMÜSESORTEN, IN VERSCHIEDENEN FORMEN UND GRÖSSEN



also auf das weit gefächerte Angebot an Maschinen zum Wiegen, Sortieren und Kalibrieren von Obst und Gemüse sowie auf das ebenso breite und vielfältige Sortiment an Verpackungen, die ständig weiterentwickelt werden. Das vierte Modul ist vollständig der neuen revolutionären und nachhaltigen Produktlinie Sorma Peel gewidmet, die die Gruppe dieses Jahr auf den Markt gebracht hat. Diese Verpackungen bestehen aus 50 % weniger Kunststoff als eine herkömmliche Verpackung und aus einem Papierstreifen, sind leicht trennbar und recycelbar. „Wir glauben, dass dieses Format von Macfrut ‚ohne Grenzen‘ eine interessante Gelegenheit für ein globales Unternehmen wie das unsere darstellt. Macfrut Digital wird auch den perfekten Rahmen bieten, um unsere neue Sorma Peel-Verpackung detailliert vorzustellen, auch nach den durchgeführten technischen und kommerziellen Tests“, erläutert der Large Scale Manager Mario Mercadini.



Verzicht auf Plastik steht bei der Sorma Group im Vordergrund.

Frutmac – Einfache Lösung für ein komplexes System

Im Zeitalter zunehmend personalisierter Verpackungen sollen diese einerseits das Produkt schützen und vorteilhaft präsentieren, andererseits aber auch recycelbar, nachhaltig und starke Werbeträger sein. Sie sollen praktisch für die großen Handelsketten sein und nicht zuletzt die Aufmerksamkeit des Verbrauchers auf sich ziehen. Hier kommen die Lösungen von Frutmac ins Spiel. Eine einfache Lösung für ein komplexes Problem, nämlich für das Verpacken von Obst. Genau hierfür ist Zippmatic von Frutmac gedacht: eine halbautomatische Verpackungsmaschine für Foodtainer aus Karton und Graspapier. Die Stärke dieser Technologie liegt in ihrer Schnelligkeit (bis zu 70 Verpackungen/Minute) und Benutzerfreundlichkeit: „Wir nennen sie unseren Bulldozer“, beginnt Stephan Christoph, CEO von Frutmac, „weil sie so robust, effizient und vielseitig ist.“ Sie kann in einer Verpackungslinie oder allein verwendet werden und Foodtainer unterschiedlicher Größen herstellen (mindestens 70 x 70 x 40, höchstens 300 x 210 x 200). Zippmatic ist Teil eines größeren Projekts von Frutmac, genannt Zipsolution. Einer Lösung, die sowohl die Maschine – also Zippmatic – als auch die Art der Verpackung – die sich nach der Form des zu verpackenden Produkts richtet – und den Kundendienst im Blick hat. „Der Verpacker hat einen festen Ansprechpartner“, erklärt Christoph. „Unsere Zuverlässigkeit zeichnet uns aus.“ Mit Zipsolution lassen sich nachhaltige und flexible Verpackungen herstellen, die alle erdenklichen Anforderungen erfüllen: „Mit unserer Lösung sind dem Ecodesign fast keine Grenzen gesetzt“, bringt der CEO es auf den Punkt.



ZIPP YOUR OWN SOLUTION

+ VERSCHLUSS „WRAP“



+ VERSCHLUSS „FLAT“



- + DER NAGELNEUE „ECO ZIPPER“ – ÖKOLOGISCHER, UNGEKLEBTER VERSCHLUSS**
- + HOHE PRODUKT-SICHTBARKEIT DES VERPACKTEN PRODUKTS TROTZ KARTONDECKEL**
- + ANPASSBAR AN VERSCHIEDENE FRÜCHTE, GEMÜSE-SORTEN & MEHR**
- + VERSCHIEDENE GRÖSSEN IM GLEICHEN BEHÄLTER? KEIN PROBLEM!**
- + VERPACKUNG AUS EINEM TEIL – MONOMATERIAL MIT EINFACHER HANDHABUNG**
- + PERFEKTES KOMMUNIKATIONSMITTEL – DRUCKEN SIE IHR EIGENES DESIGN UND FINDEN SIE IHRE PERFEKTE FORM**
- + WELLPAPPE ODER KOMPOSTIERBARES GRASPAPIER (40%)**

DIE LÖSUNG! ZIPPMATIC



Link zum Video:





Zippmatic ist Teil eines größeren Projekts von Frutmac, genannt Zippsolution.

dessen umweltfreundliche Verzahnungstechnik Klebstoff überflüssig macht. „Der Traum jedes Verpackers“, fasst Christoph zusammen.

TSI – Geschmacksintensive Früchte garantiert

TSI Italia ist ein Unternehmen für Gemüsesaatgut, das auf die Erforschung und Vermarktung von innovativen und hochwertigen Hybridsorten spezialisiert ist. Es handelt sich um die italienische Tochtergesellschaft von Top Seeds International, einer 2003 gegründeten israelischen Gesellschaft, die zur Gruppe Mitsui & Co Ltd. gehört und über Niederlassungen in Spanien, Italien und Mexiko weltweit vertreten ist. TSI Italia erforscht und entwickelt seit ihrer Gründung 2012 neue Sorten von Tomaten, Paprika, Gurken und Auberginen sowie Unterlagen. Ihr Hauptziel ist eine Auswahl von genetisch mehrfach resistenten Sorten, die hohe Erträge und geschmacksintensive Früchte garantieren. Das Unternehmen wird bei der Macfrut Digital vertreten sein und auf der Messe seine Spitzenprodukte präsentieren, darunter Enea, Zeta, Eletta und Durillo, Tomatensorten mit einzigartigen Eigenschaften, die sich in Bezug auf Form, Größe, Konsistenz und Farbe voneinander unterscheiden, sodass für jeden Geschmack etwas dabei ist. ●

Das Unternehmen TSI Italia ist auf Gemüsesaatgut spezialisiert.

Es gibt zwei Verschlusssysteme: ein gewölbtes für rundes Obst und ein flaches für Einzelprodukte. Im ersten Fall umschließen die Seitenflügel aus Karton das Obst und fixieren es durch die X-Form, wobei das Produkt sichtbar bleibt. Im zweiten Fall schließen die Seitenflügel die Verpackung waagerecht, die dann frei befüllt wird. Auch in diesem Falle ist das Produkt sehr gut zu sehen. „Diese Verpackungen“, erklärt Christoph, „sind auch ein sehr effizientes Kommunikationsmittel: Der Kunde findet selbst die beste Form für seine Produkte und kreiert sein eigenes Ecodesign.“

Hervorzuheben ist außerdem die Einwerkstoff-Technologie, die Behandlung und Recycling erleichtert, sowie der Verschluss Eco Zipper,



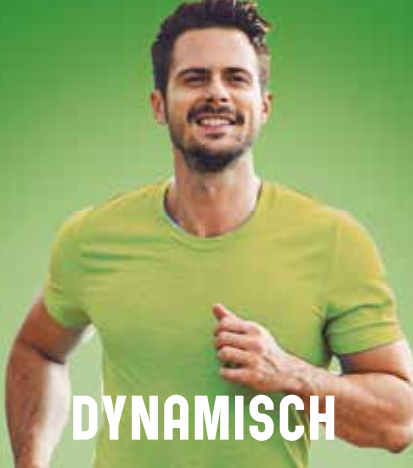
Kartonaufrichter-Kartonaufsteller-Stapler-Aufrichter für Trays aus Kunststoff
Tray erectors-Case erectors-Stackers-Plastic crate erectors- Lid applicators.



TECO s.r.l. • via Bisce 1/c • 48017 Conselice • Tel. +39054585511 • Fax +39054585535 • www.tecoitaly.com • info@tecoitaly.com



FOKUSSIERT



DYNAMISCH



SÜSS UND SAFTIG



EINZIGARTIG



ANSPRUCHSVOLL



GENIESSERISCH



NEUGIERIG



SPASSIG



EFRFRISCHEND

EINE KIWI FÜR JEDEN GESCHMACK

 **Jingold**TM
kiwifruit passion

Jingold ist in Italien führend beim Anbau gelber, roter und grüner Kiwifrüchte. Wir bieten eine Auswahl an Kiwis höchster Güte, die von unseren Pflückern sorgfältig ausgewählt und auf dem Weg von den Plantagen in die Geschäfte gewissenhaft geprüft werden.

jingold.it



Valore aggiunto attraverso offerte e soluzioni digitali

Fiera digitale ► A livello internazionale la situazione delle fiere si sta muovendo in ambito di incertezza per via della situazione pandemica e delle restrizioni sanitarie che vigono ancora (di nuovo) in molti paesi e che limitano anche le possibilità di spostamento, e il settore ortofrutticolo non ne è escluso. In Italia la fiera di settore Macfrut ha quindi deciso di manifestarsi in modo completamente digitale per dare la possibilità agli operatori di „incontrarsi” nonostante le varie restrizioni. Macfrut Digital, prima fiera digitale della filiera ortofrutticola, si svolgerà dall'8 al 10 settembre 2020. La fiera è organizzata da Cesena Fiera, in collaborazione con Ice-Agenzia, Cassa Depositi e Prestiti, Crédit Agricole, Ismea, Natlive, Regione Emilia-Romagna.

Ncx Drahorad



La partecipazione digitale è resa abbastanza facile, sia agli espositori che ai visitatori. Dal 1 luglio è on line il “pre-fiera” che rende visibili in piattaforma i contenuti della kermesse all'interno del network Natlive. Una volta entrati dentro la fiera virtuale, in questa fase è possibile visionare le diverse sezioni che compongono l'evento. La fiera ha inizio ufficialmente l'8 settembre e i visitatori potranno visitare gli stand virtuali suddivisi nei padiglioni merceologici. Grazie al servizio di live B2B attivo nei giorni di fiera dalle ore 9 alle 19 è possibile contattare direttamente gli espositori e dialogare con loro in diretta streaming comodamente dal proprio PC. Saranno a disposizione online anche gli eventi, i Forum Tecnici, la possibilità di visionare video di alcuni espositori, notizie e aggiornamenti. “Macfrut Digital è già sold out”, spiega Renzo Piraccini, Presidente di Macfrut. “Sono 500 i moduli es-

Quest'anno Jingold si concentra in particolare sul mercato tedesco.

positivi occupati in rappresentanza dell'intera filiera ortofrutticola. “La risposta è stata al di là di ogni più rosea previsione – prosegue Piraccini – Quando tre mesi fa abbiamo presentato il progetto di Macfrut Digital ci eravamo dati l'obiettivo di 200 moduli.” E la fiera aggiunge un nuovo padiglione virtuale. Ai nove previsti nella fase di lancio, ne arriva un decimo dedicato agli espositori internazionali, “Country Pavilion”. Alle numerose presenze dai cinque Continenti, infatti, si aggiunge una adesione massiccia dalla Cina.

Jingold – Guardando il mercato tedesco

Jingold è una realtà italiana sempre più rappresentativa della produzione e commercializzazione del kiwi a livello mondiale. Con una produzione che ha raggiunto le 20.000 tonnellate nella scorsa campagna, Jingold è in continua evoluzione sia sul fronte degli standard varietali (kiwi a polpa verde, gialla, rossa e super vitaminici) sia su quello delle garanzie qualitative dell'offerta, anche nell'ottica della sostenibilità ambientale. La presenza a Macfrut Digital è una occasione, come ogni anno, per incontrare i clienti e presentare la stagione del kiwi italiano alle porte. Quest'anno, nella versione digital della fiera Macfrut e, grazie al calendario favorevole, (8-10 settembre 2020), molto vicino all'avvio della nuova campagna produttiva, ci saranno ampie oppor-

tunità di allargare il ventaglio dei clienti, in tutto il mondo e di fornire importanti anticipazioni sulla campagna 2020-2021 che, per Jingold, si prospetta molto positiva.

Il mercato tedesco sarà quest'anno particolarmente seguito da Jingold che ha progressivamente sviluppato la sua presenza in Germania, il paese rappresenta oggi, uno degli sbocchi prioritari dell'azienda in Europa.

Saranno messe in campo ulteriori strategie di sviluppo per aumentare la notorietà del brand e far conoscere ed apprezzare le caratteristiche di affidabilità ed elevata qualità che contraddistinguono i kiwi a marchio Jingold. Per incontri b2b e contatti in fiera www.macfrutdigital.com.

Apofruit – Prodotti di alta qualità dell'Italia

Apofruit Italia, impresa cooperativa che opera con proprie strutture e oltre 3.700 soci produttori dal Nord al Sud dell'Italia, vanta una organizzazione produttiva sul territorio nazionale con 15 stabilimenti di lavorazione e 16 strutture per il ritiro e lo stoccaggio dei prodotti. L'azienda parteciperà a Macfrut Digital con 4 moduli: uno dedicato alla produzione interamente italiana, uno dedicato al trade italiano ed estero e gli altri due dedicati ai brand Solarelli e Violi.

Solarelli rappresenta già da anni una garanzia di Alta Qualità ed è il marchio che racchiude una gamma

Foto: Apofruit



estesa di frutta e verdura coltivata esclusivamente in Italia, nelle aree più vocate per specie e stagionalità. Violi è un progetto nato per valorizzare e promuovere un prodotto dell'eccellenza italiana, il carciofo nelle varietà che identificano la tradizione italiana: violetto, morello e romanesco.

Il Gruppo Apofruit sarà presente in fiera anche con un modulo dedicato a Mediterraneo Group, un network di imprese nato con l'obiettivo di valorizzare le produzioni dei partner di Apofruit Italia garantendo completezza di gamma e continuità nelle forniture e un multi-modulo a rappresentare il mondo del biologico del Gruppo: Canova, Isole Alma-verdeBio, Verdèa.

Besana – Innovazione, sostenibilità e alta qualità

"Besana sarà presente al Macfrut Digital perché si tratta per noi di una importante vetrina internazionale. Crediamo che questa formula smart possa trasformare le difficoltà di questo periodo in opportunità, moltiplicando le occasioni di visibilità per gli espositori", conferma Riccardo Calcagni, AD della Besana V. Spa con sede in San Gennaro Vesuviano (Napoli).

Besana infatti è da sempre un'azienda con una forte impronta internazionale. "Esportiamo la nostra

frutta secca ed essiccata in tutti i 5 continenti: siamo specializzati nel Private Label come fornitori delle principali catene di distribuzione in Europa e nel mondo. La divisione industria fornisce materie prime e semilavorati alle principali aziende alimentari internazionali e all'Ho. Re.Ca. Offriamo inoltre un'ampia gamma di prodotti a nostro marchio", sottolinea Riccardo Calcagni. "Il mondo è il nostro orizzonte, anche per quanto riguarda le materie prime. Abbiamo creato una rete internazionale di produttori, che ci consente un approvvigionamento diretto per soddisfare la crescente domanda del mercato in termini sia qualitativi che quantitativi. Questo modello di business fortemente integrato ci ha permesso di creare una filiera virtuosa From field to fork, dall'agricoltore al consumatore finale, per offrire qualità, sicurezza alimentare e tracciabilità. Riveste inoltre un alto valore sociale perché favorisce lo sviluppo economico rurale in molte zone del mondo a forte vocazione agricola. Invitiamo il pubblico di Macfrut a visitare il nostro stand virtuale per scoprire tutto questo, insieme ai nostri valori distintivi: innovazione, sostenibilità e alta qualità."



Il marchio Solarelli comprende una vasta gamma di prodotti coltivati esclusivamente nelle regioni italiane più vocate per i prodotti in questione.



Sormapeel, la nuova linea di pack sostenibili con il 50% in meno di plastica.

Besana-CEO Riccardo Calcagni

Sorma – Meno è più

Sorma Group sarà presente in prima fila alla rassegna digitale che avrà luogo dall'8 al 10 settembre 2020. Il gruppo internazionale, riferimento per la fornitura di macchinari automatizzati per il post-raccolta e di materiali tecnici per il packaging del settore ortofrutta, parteciperà in 4 "vesti" diverse. Il primo modulo, istituzionale, ha l'obiettivo di trasmettere i valori fondamentali che hanno costruito attorno all'azienda la reputazione di cui gode da quasi 50 anni: affidabilità, partnership e innovazione. Il secondo e il terzo

modulo sono poi focalizzati sulle due divisioni di Sorma Group, ovvero la vasta offerta di macchine per la pesatura, selezione e calibratura di prodotti ortofrutticoli, e l'altrettanto ampia e differenziata proposta di confezioni, in continua evoluzione. Il quarto modulo è invece interamente dedicato alla rivoluzionaria Sormapeel, la nuova linea di pack sostenibili lanciata dal Gruppo quest'anno, costituita dal 50% in meno di plastica rispetto ad un imballaggio tradizionale e da una banda in carta, componenti facilmente separabili e riciclabili. "Crediamo che questo format di Macfrut, "senza confini", possa essere una opportunità interessante per una realtà globale come la nostra. Sarà inoltre l'occasione giusta per approfondire la nostra nuova Sormapeel, anche dopo i test tecnici e commerciali effettuati", commenta il Large-Scale Manager Mario Mercadini.

Frutmac – Soluzione semplice per un sistema complesso

Nell'era della personalizzazione degli imballaggi, le confezioni devono tutelare e valorizzare il prodotto, ma al tempo stesso devono essere riciclabili, sostenibili, nonché potenti strumenti di marketing. Devono essere comode per la grande distribuzione, e, non ultimo, attrarre l'attenzione del consumatore: la soluzione di Frutmac.

Una soluzione semplice a un problema complesso, quello del confezionamento della frutta. E' questo, in sintesi, Zippmatic di Frutmac, la macchina confezionatrice semi-automatica per vassoi in cartone e carta erba. Punti di forza della tecnologia sono la rapidità (fino a 70 confezioni/minuto) e la facilità di utilizzo: "L'abbiamo definita il nostro caterpillar – ha esordito Stephan Christoph, Ceo di Frutmac – proprio per la sua robustezza, efficacia e versatilità." Utilizzabile in linea o come macchina autonoma, può confezionare svariate dimensioni di vassoi (minimo 70 x 70 x 40, massimo di 300 x 210 x 200).

Zippmatic fa parte di un progetto più ampio di Frutmac, ossia di Zippsolution, la soluzione che contempla la macchina – appunto la Zippmatic – ma anche il tipo di confezione – che sarà diverso a seconda della forma del prodotto oggetto del confezionamento – nonché l'assistenza tecnica: "Il confezionatore ha un solo interlocutore – ha spiegato Christoph – L'affidabilità è un nostro tratto distintivo."

Con Zippsolution si possono mettere a punto imballi sostenibili e flessibili, capaci di soddisfare le più disparate esigenze: "Con la nostra soluzione si possono creare ecodesign praticamente senza limiti", ha puntualizzato il Ceo. Due i sistemi di chiusura: il sistema avvolto per la frutta rotonda, e quello flat per i prodotti individuali: nel primo caso le ali laterali di cartone avvolgono la frutta e la fissano grazie alla forma a x senza pregiudicare la visibilità del prodotto. Nel secondo caso, le ali

La soluzione di confezionamento Zippsolution dipende dalla forma del prodotto da confezionare.



Foto: Frutmac

lateralali chiudono orizzontalmente il contenitore e il riempimento avviene in forma libera. Anche in questo caso, il prodotto è perfettamente visibile: "Queste confezioni – ha spiegato Christoph – sono anche un mezzo di comunicazione molto efficace: spetta al cliente trovare la forma perfetta per i suoi prodotti e stampare il suo ecodesign."

Tra le altre caratteristiche da rilevare, il monomateriale, che ne agevola la gestione e il riciclo e la chiusura Eco Zipper, che permette il confezionamento ecologico senza colla, grazie a un sistema di congiunzione per perforazione. "E' il sogno di ogni confezionatore", ha concluso Christoph.

TSI – Frutta gustosa garantita

L'azienda TSI Italia è specializzata in sementi di ortaggi.

TSI Italia è una società di sementi di orticole specializzata nella ricerca e commercializzazione di innovative

varietà ibride di alta qualità. È la filiale italiana di Top Seeds International, società israeliana fondata nel 2003, appartenente al gruppo Mitsui & Co. Ltd, che opera a livello globale attraverso società controllate in Spagna, Italia e Messico.

TSI Italia sin dal 2012, anno della sua fondazione, ricerca e sviluppa nuove varietà di pomodoro, portainnesti, peperone, cetriolo e melanzana, ponendo come obiettivo principale la selezione di varietà ad ampia gamma di resistenze genetiche, in grado di produrre rese elevate e frutti ad elevato gusto.

L'azienda parteciperà a Macfrut Digital e presenterà in fiera i suoi prodotti di punta, tra questi Enea, Zeta, Eletta e Durillo, varietà di pomodoro con caratteristiche uniche e differenti tra loro per forma, pezzatura, consistenza e colore, per soddisfare le diverse esigenze dei clienti. ●



Foto: TSI

Mele senza residui di pesticidi

Rivoira Zero | Italia ► Il gruppo piemontese Rivoira lancia il progetto “residuo zero” per garantire al consumatore frutta fresca ottenuta secondo precise tecniche produttive che assicurano l'assenza di residui di fitofarmaci. Rivoira Zero, così si chiama il progetto – una vera e propria linea commerciale registrata – è il risultato di un lungo e complesso lavoro di ricerca per abbattere del 100% i residui di prodotti fitosanitari.

Ncx Drahorad/Raffaella Quadretti

Volevamo valorizzare le classiche varietà di mele offrendo qualcosa in più al consumatore – spiega a Fruchthandel l'Ad del Gruppo, Marco Rivoira – „Per merito dei gruppi tedeschi abbiamo sempre pensato che la lotta integrata sia stata un grandissimo successo per la frutticoltura e per il consumatore. Perché fornisce un prodotto ottimale e, già al momento della raccolta, praticamente privo di residui. Dopo 15 anni di restrizioni da parte prima delle catene tedesche e poi delle altre, con protocolli più restrittivi della normativa comunitaria, e dopo investimenti per milioni di euro in analisi e studi sulla degradazione dei principi attivi abbiamo finalmente eliminato i principi attivi più resistenti. L'anno scorso abbiamo così avviato con il nostro staff tecnico la produzione a residuo zero. Residuo zero che sul prodotto industriale da succo si faceva da anni, mentre sul prodotto fresco non si era mai fatto per le problematiche legate, ad esempio, ai difetti esteriori. Per arrivare al residuo zero (per la precisione inferiori al limite di quantificazione analitica di 0,01 ppm) sono state migliorate le tecniche produttive e commerciali.

Abbiamo messo i produttori in condizioni di scegliere – continua Rivoira – Nel senso che partono con il capitolato residuo zero ma, di fronte a criticità che riducano la produzione per ettaro, posso-

no tornare al processo integrato”.

Marketing

Il progetto “residuo zero” parte da questa campagna commerciale, con circa 3.500 tonnellate di mele della varietà Gala, e coinvolgerà la gdo italiana ma, in fase di test, anche quella tedesca e spagnola. “Un test significativo visto che parliamo di 150 autotreni di merce sui nostri 1.200 totali – aggiunge l'imprenditore piemontese – Il posizionamento di prezzo, fondamentale in epoca Covid, sarà intermedio tra il prodotto biologico e quello convenzionale per comunicare al consumatore il valore di un frutto di elevata qualità che non presenta limiti superiori alla rilevanza di legge e certificato”. In questo senso si potrebbe parlare di un nuovo segmento. “Un nuovo segmento competitivo con il bio – conferma Rivoira – ma premium, per valorizzare le varietà classiche, sempre più sottotiro delle grandi

catene per eccesso di offerta. Non a caso, dopo la Gala entrerà nel progetto la Red Delicious, cultivar altrettanto maltrattata dagli operatori e immessa spesso sul mercato con caratteristiche organolettiche non adeguate”.

Test in diverse fasi

Le mele Rivoira Zero sono garantite da tre analisi di sblocco: una preventiva (circa 15 giorni prima della raccolta), una alla raccolta e una subito dopo la lavorazione. “Ottenuto il via libera dal laboratorio inizieremo la commercializzazione attorno al 24 di agosto”, conclude Marco Rivoira. Il packaging è studiato ad hoc, con vassoi da quattro-sei-otto frutti, di differente calibro e imballaggi ecologici in cartone e film Nature Fresh in bioplastica 100%, compostabile in natura. ●



Foto: Rivoira Zero



Bio-Kampagne ist in vollem Gange

Brio | Italien ► Die Kampagne 2020 für biologische Äpfel von Brio, einem auf Produktion und Vertrieb von frischem Bio-Obst und Bio-Gemüse spezialisierten Unternehmen, läuft auf vollen Touren. Nachdem Anfang August die Produktion in den Ebenen der Romagna und der Region Verona anlief, geht es weiter mit den Sorten der Genossenschaft Mezzacorona im Raum Trient. Dank einer Vermarktungsvereinbarung mit der bedeutenden Genossenschaft Lagnasco Group stehen erstmals auch piemontesische Äpfel zur Verfügung.

Ncx Drahorad/Raffaella Quadretti

Laut dem Vertriebsleiter von Brio, Mauro Laghi, ist es das Ziel des Unternehmens, für die Partner eine feste Anlaufstelle zu sein. „Die Saison hat mit unseren ersten Gala-Äpfeln begonnen, der Sommersorte, die von unseren Gesellschaftern in den Ebenen der Romagna und der Region Verona geerntet wird. Diese Gegenden sind für diese Varietät besonders geeignet.“

Abschluss einer wichtigen Vereinbarung

Die Sorten der Genossenschaft Mezzacorona, deren Äpfel dieses Jahr stolz das geschützte Herkunftssiegel g.g.A. Mele del Trentino vorweisen können, sind auch hinzugekommen. Mitte Oktober beginnt dann die Ernte der Sorte Story Inored, entstanden durch Kreuzung verschiedener Sorten, die resistent gegenüber dem Klimawandel und den häufigsten Pflanzenkrankheiten sind. Daher ist sie besonders gut für den biologischen Anbau geeignet.“

Brio bietet Bio-Äpfel in einer plastikfreien Verpackung an.

Die ganz besondere Neuheit der Saison 2020 sind aber die unter der Marke Brio vertriebenen piemontesischen Äpfel der Lagnasco Group, einer Genossenschaft aus Cuneo mit einer langen und erfolgreichen Geschichte: „Wir haben eine wichtige Vermarktungsvereinbarung für die Bio-Produkte der Lagnasco Group abgeschlossen“, sagt Laghi. „Dies ist ein entscheidendes Steinchen im Mosaik unserer Strategie, dem Kunden während der gesamten Apfelsaison ein umfassendes Sortiment bieten zu können.“

Auf die Herausforderungen des Marktes reagieren

Das Knüpfen von Netzwerken, um auf die Herausforderungen eines sich permanent weiterentwickelnden Markts einzugehen, ist für Brio nichts Neues. Dies zeigt auch die Vereinbarung zwischen Agrintesa (der wichtigsten Genossenschaft für Brio) und der Genossenschaft Mezzacorona: „Diese Partnerschaft ruht auf einem festen Fundament“, erklärt Cristian Moretti, Generaldirektor von Agrintesa. „Das Unternehmen aus Trient hat uns die Verwaltung seiner Bio-Produktion anvertraut und sich für die Verarbeitung und Verpackung der Bio-Sorten für unsere spezialisierten Anlagen entschieden. Die Arbeit wird in der zum Teil mit erneuerbaren Energien betriebenen Anlage in Zevio erledigt, für den Vertrieb ist Brio zuständig.“

Es sei eine Vereinbarung, die dem hohen Stellenwert des Bio-Anbaus gerecht werde, eine Produktion in

bester Qualität garantiere und eine große Vielfalt von den Frühsorten der Ebene bis hin zu Äpfeln aus dem Raum Trient abdecke. Zu dieser Produktion kommt eine im Wachstum begriffene weitere hinzu: Äpfel aus biologisch-dynamischer Landwirtschaft mit dem Demeter-Siegel.

„Unsere Kunden wissen, dass sie bei Brio während der gesamten Saison für alle Sorten ein umfassendes Sortiment, ausreichende Mengen für jede Art von Bestellung und wettbewerbsfähige Preise vorfinden“, führt Laghi aus. Dabei sei selbstverständlich auch höchste Qualität garantiert. „Unser Ziel ist es wie gesagt, für den Kunden die einzige, zuverlässige Anlaufstelle zu sein und ihm die Mühe zu ersparen, bei mehreren Lieferanten zu bestellen, was unnötig Zeit in Anspruch nimmt und die Kosten in die Höhe treibt.“ Eine weitere Neuheit gebe es in Sachen Verpackung zu vermelden: „Seit diesem Jahr nutzen wir die Anlage Blitzmatic+ von der Firma Frutmac. Unsere Schalen bestehen zu 100 % aus Pappe und sind frei von Plastik. Diese Entscheidung passt konsequent zu unserer Philosophie einer Produktion, die Wert auf ökologische Nachhaltigkeit legt.“ ●



Foto: Brio

Campagna delle mele bio a pieno ritmo

Brio | Italia ► La campagna 2020 delle mele biologiche di Brio, realtà italiana specializzata nella produzione e commercializzazione di ortofrutta fresca bio, è in pieno svolgimento. Dopo l'avvio ai primi di agosto delle produzioni di pianura della Romagna e del Veronese, si prosegue con le varietà trentine della Cooperativa Mezzacorona e, per la prima volta grazie a un importante accordo di commercializzazione, con le mele piemontesi prodotte da Lagnasco Group, cooperativa strategica per il territorio.

Ncx Drahorad/Raffaella Quadretti

Secondo Mauro Laghi, Brio attribuisce grande importanza alla sostenibilità ecologica



nasco Group, cooperativa cuneese con una lunga storia di eccellenza: "Abbiamo stretto un importante accordo di commercializzazione per le produzioni biologiche di Lagnasco Group – commenta Laghi – Si tratta di un tassello essenziale per la nostra strategia che punta a garantire al cliente un'offerta completa lungo l'intera finestra commerciale delle mele."

Reagire al mercato

La creazione di network virtuosi, per rispondere alle sfide di un mercato in costante evoluzione, non è una novità per Brio. Lo dimostra anche l'accordo tra Agrintesa (cooperativa di riferimento per Brio) e la Cooperativa Mezzacorona: "Si tratta di una partnership consolidata – spiega Cristian Moretti, direttore generale di Agrintesa – La realtà trentina ci ha affidato la gestione della propria produzione biologica, scegliendo di avvalersi delle nostre strutture specializzate per la lavorazione e il confezionamento delle referenze bio, che avvengono nella struttura di Zevio alimentata anche mediante energie rinnovabili, e affidando il lato commerciale a Brio."

Un accordo che premia la grande attenzione rivolta alle produzioni biologiche, che permette di contare su una produzione eccellente in termini qualitativi e che copre dalle varietà precoci di pianura a quelle prevenienti dagli areali trentini. A questa produzione se ne affianca anche una, in crescita, di mele coltivate con metodi di agricoltura biodinamica certificate Demeter. "I

Abbiamo stretto un importante accordo di commercializzazione per le produzioni di mele biologiche di Lagnasco Group. Si tratta di un tassello essenziale per la nostra strategia che punta a garantire al cliente un'offerta completa lungo l'intera finestra commerciale delle mele."

Mauro Laghi

Nuova partnership con Lagnasco Group per le varietà piemontesi

I nostro obiettivo – spiega Mauro Laghi, responsabile commerciale di Brio – è essere un punto di riferimento costante per chi si rivolge a noi. "La stagione si è aperta con le nostre prime Gala, la varietà estiva raccolta dai nostri soci nella pianura romagnola e nel Veronese, zone particolarmente vocate per queste varietà. Alle Gala si sono poi aggiunte le varietà della Cooperativa Mezzacorona, le cui mele da quest'anno possono fregiarsi dell'Igp Mele del Trentino. A metà ottobre, infine, comincerà la raccolta della varietà Story Inored, una mela nata dall'incrocio multiplo di varietà resistenti alle variazioni climatiche e alle principali fitopatie e che la rendono particolarmente adatta alla coltivazione bio."

La novità per la stagione 2020 è rappresentata dalla presenza, tra le referenze a marchio Brio, delle mele piemontesi prodotte da Lag-

nostri clienti – osserva Laghi – sanno di poter trovare in Brio una gamma completa di prodotto lungo l'intera finestra commerciale delle varietà, volumi sufficienti a soddisfare qualunque tipo di ordine e prezzi competitivi sul mercato. Il tutto, naturalmente, mantenendo ai massimi livelli gli standard qualitativi. L'obiettivo, come sottolineato, è essere per il cliente un punto di riferimento unico e affidabile, sollevandolo dal disagio di dovere ricorrere a più fornitori, sprecando così tempo e moltiplicando i costi."

Un'altra novità, infine, arriva dal packaging: "Da quest'anno utilizziamo un impianto Blitzmatic+ dell'azienda Frutmac. I nostri pack – conclude Laghi – saranno costituiti da un vassoio di carta 100% plastic free. Si tratta di una scelta in linea con l'attenzione alla sostenibilità ambientale che caratterizza tutte le nostre produzioni." ●

Weniger Plastik bei besserer Sicht

Carton Pack | Italien ► Topseal-Verpackungen für Obst und Gemüse finden in ganz Europa aufgrund ihrer Nachhaltigkeit immer mehr Anklang. Die Topseal-Lösung erlaube es, so der Hersteller, Verpackungsmüll und die Menge an Plastik, bei gleichzeitig guter Sicht auf das Produkt, um 30 % bis 40 % zu reduzieren.

Ncx Drahorad

Die Topseal-Technologie kann für Beerenobst und für alle Arten von verzehrfertigem Gemüse oder Salat verwendet werden. Die Firma Carton Pack S.p.A. hat diesem Thema in der vergangenen Zeit viel Aufmerksamkeit gewidmet und neue Topseal-Verpackungen sowie einige Siegelmaschinen – nicht nur für die Heißsiegelung – für die O+G-Branche eingeführt, um der steigenden Nachfrage und den Bedürfnissen des Marktes gerecht zu werden.

Durch die Verpackungslösungen von Carton Pack sollen u.a. die Produkte besser zur Geltung kommen (v.l. C250 KTS; D2, BK, T, H in der Mitte).



Verschiedene Modelle für verschiedene Ansprüche

Die Modelle C250 KTS und H, geeignet für Beerenfrüchte und kleine Tomaten, können sowohl für Lösungen mit Deckel als auch mit Siegelfolie eingesetzt werden. Sie werden in vielen verschiedenen Höhen angeboten, erfüllen die Europool- und IFCO-Standards und eignen sich für Pappkisten, in denen beim Format 30 x 40 8 bzw. 6 Stück und beim Format 40 x 60 16 bzw. 12 Stück untergebracht werden können (einlagig).

Mit der Siegelschale D2 aus rPet möchte Carton Pack neue Maßstäbe auf dem Gebiet der thermoformierten Verpackungen setzen: Das Profil des oberen Rands wurde überarbeitet, um während des Siegelvorgangs für höhere Festigkeit zu sorgen. Die Eckprofile wurden durch stabile Rippen mit abgerundeten Linien verstärkt. Die beiden Längsseiten sind glatt ausgeführt, damit der Inhalt gut sichtbar ist. Die größte Innovation ist nach Angaben des Unternehmens der Boden, der zur Verbesserung der Gewichtsverteilung und der Tragfähigkeit des Aufbaus einige Verstärkungselemente

aufweist. Die Atmung wird durch spezielle Belüftungsöffnungen verbessert, die konzipiert wurden, um die Außenluft über den Boden der Schale einzuführen. Dieser Luftstrom sorgt für eine gute Belüftung von unten nach oben.

Ein höheres Fassungsvermögen bietet das Modell t mit seinen mehr als 800 g bei der Höhe 45 mm. Dank seiner rechteckigen Form und seines breiten Rands lässt es sich leicht entstapeln. Die glatten Wände und die Versiegelung verleihen dem Inhalt gute Sichtbarkeit.

Der Griff des Modells BK wurde als integraler Bestandteil des Bechers entwickelt, um keine unterschiedlichen Materialien zu verwenden und die Lagerung zu erleichtern. Es handelt sich um einen Stand-up-Griff, der nach dem Hochklappen aufgerichtet bleibt und als Teaser dient, da er den Verbraucher dazu einlädt, danach zu greifen. Das Modell wird in den drei Höhen 95 mm, 120 mm und 130 mm angeboten, erfüllt die Europool- und IFCO-Standards und erlaubt die Unterbringung von 15 Stück in 40 x 60 Pappkisten (einlagig). Das Produkt ist aus rPET und

besteht im Unterschied zu ähnlichen Erzeugnissen auf dem Markt aus einem einzigen Material, sodass es sich bequem und vollständig recyceln lässt.

Zukunftspläne

Die Firma Carton Pack liefert Siegelfolien für jedes Produkt und jedes Bedürfnis, von makroperforierten Folien bis hin zu mit dem Laser mikroperforierten Folien, die eine lange Aufrechterhaltung der Produktqualität gewährleisten. Durch Nutzung der unterschiedlichen Einsatzmöglichkeiten von recyclebaren Materialien setzt das Unternehmen sein Streben nach innovativen Lösungen fort, um dem Wandel des Markts gerecht zu werden und dazu beizutragen, die Umweltbelastung durch Verpackungen zu reduzieren. Aus diesem Grund sollen für zukünftige Lösungen und Projekte von Carton Pack immer mehr Materialien zum Einsatz kommen, die angemessene Wiederverwertungs- und Recyclingverfahren erlauben. ●

Meno plastica con una migliore visibilità

Carton Pack | Italia ► Gli imballaggi per ortofrutta top seal si stanno diffondendo rapidamente in tutta Europa in favore della sostenibilità. Il top seal consente la diminuzione dei rifiuti da imballaggio e la quantità di plastica utilizzata, dal 30 al 40% in meno e garantisce una maggiore visibilità del prodotto.

Ncx Drahorad



Foto: Carton Pack

Modello BK top seal in tre occasioni d'uso, con variante con manico integrato (al centro).

Un prodotto sigillato è più facilmente trasportabile, riduce il rischio che si possa rovesciare il contenuto, oltre a permettere una maggiore efficienza nella grande distribuzione, dove il risultato è un migliore posizionamento sullo scaffale. La tecnologia top seal può essere utilizzata per frutti di bosco e per tutti i tipi di verdure o insalate di IV gamma. Perfetta soluzione per chi non dispone di molta manodopera, è anche un ottimo strumento per il marketing grazie al film stampato che consente ai produttori di apporre le informazioni commerciali dell'azienda e la comunicazione del prodotto, riducendo le spese per l'etichettatura.

Di recente la Carton Pack S.p.A. ha lavorato molto su questo fronte, introducendo nuovi imballaggi top seal e alcuni macchinari per la saldatura, non solo a caldo, per il settore ortofrutticolo, puntando a soddisfare il maggior numero di richieste ed esigenze.

Adatti per frutti di bosco e pomodorini, il modello C250 KTS e il modello H, possono essere utilizzati sia

per soluzioni con coperchio che termosaldabili, sono disponibili in una vasta gamma di misure in altezze, e si adattano agli standard Europool, IFCO e alle cassette in cartone per 8/6 pezzi in 30 x 40 e 16/12 pezzi nel formato 40 x 60 (monostrato).

Modelli diversi per esigenze diverse

Il contenitore termosaldabile D2 in rPet è il nuovo punto di riferimento nell'ingegneria degli imballaggi termoformati. Il profilo del bordo superiore è stato ridisegnato per garantire la massima resistenza durante il processo di termosaldatura. I profili angolari sono stati rinforzati da nervature solide con linee arrotondate. Entrambi i lati sono stati resi più lineari per consentire una perfetta visibilità del contenuto. Il valore più grande sta nella struttura del fondo che presenta alcune placche per migliorare la distribuzione del peso e l'innalzamento dell'intera struttura. La respirazione è rafforzata da speciali bocche di aerazione studiate per raccogliere l'aria esterna e introdurla dal fondo del vaso, un flusso d'aria che consente una perfetta ventilazione dal basso verso l'alto.

Con una capacità più importante, c'è il modello T, oltre 800g nell'altezza 45, la sua forma rettangolare e il suo bordo ben sviluppato in larghezza è perfettamente disimpiabile, inoltre le pareti specchiate e la termosaldatura lo rendono il prodotto ideale per dare la giusta visibilità al contenuto.

Il manico del modello BK è stato studiato per essere parte integrante del bicchiere, in modo da non utilizzare materiali differenti e ren-

derlo più gestibile nello stoccaggio. Parliamo di un manico stand-Up che resta aperto da solo una volta tirato su e svolge la funzione di teaser, invitando il consumatore all'azione di presa. È disponibile in tre altezze 95, 120, 130 e si adatta anche agli standard Europool, IFCO e alle cassette in cartone per 15 pezzi in 40 x 60 (monostrato). È un prodotto in rPET, e a differenza di altri prodotti simili sul mercato è mono materiale e quindi comodamente e completamente riciclabile.

Piani futuri

Carton Pack, con la sua esperienza nei film, è in grado di fornire film saldanti per ogni prodotto ed esigenza, dai film macro-forati ai film microforati al laser che permettono di preservare le caratteristiche del prodotto il più a lungo possibile. Sfruttando la diversificazione di utilizzo di materiali ad alto livello di riciclabilità, Carton Pack continua a proporre al mercato innovative soluzioni per rispondere ai processi di trasformazione del mercato con lo scopo di ridurre l'impatto ambientale del packaging. Ecco allora che le proposte e i progetti che Carton Pack porterà avanti in futuro, vedranno coinvolto sempre più l'utilizzo di materiale adeguatamente gestito nel processo di recupero e riciclo. ●

L'industria è alla ricerca di soluzioni

Italia ► Dopo il disastro produttivo del 2019 – causato da una bassa fioritura, ma soprattutto dalle problematiche legate alla cimice asiatica e alla maculatura bruna – la produzione di pere di quest'anno in Italia, risulta la più contenuta degli ultimi 10 anni, esclusa appunto quella dell'anno scorso. Lo ha fatto recentemente sapere il Comitato di coordinamento dell'Organizzazione interprofessionale (Oi) Pera.

Ncx Drahorad/Raffaella Quadretti

Il dato nazionale si attesta su circa 642mila tonnellate, inferiore del 12 % rispetto alla media del quadriennio 2015-18, raggiungendo il minimo degli ultimi 10 anni (sempre escludendo il 2019). "Il dato significativo – osserva il presidente dell'Oi Pera, Gianni Amidei – oltre naturalmente all'auspicato ritorno a una maggiore normalità rispetto all'anno scorso, è il volume produttivo nettamente sotto la norma, dovuto anche a un calo progressivo delle superfici in produzione, che si è registrato anche quest'anno. Questo è un indicatore importante e purtroppo preoccupante sullo stato di salute della pericoltura italiana, che in questo momento mette in luce molte criticità e che necessita di un forte progetto di rilancio."

Dati in Emilia Romagna

In Emilia-Romagna (prima regione produttrice di pere in Italia) bisogna ritornare al 2012 per ritrovare volumi simili a quelli previsti quest'anno: la produzione stimata è attorno alle 424mila tonnellate, quindi del 14 % inferiori alla media del quadriennio 2015-18.

Il gelo di fine marzo e inizio aprile sembra aver creato qualche problema nelle varietà precocissime, quali la Carmen e la Santa Maria, nonostante le varietà siano interessate da un incremento delle superfici. Per William BC si parla del 15 % in meno sulla produzione media 2015-18, con volumi sui livelli minimi (ad esclusione sempre del 2019).

Abate Fetel, dopo la scarsissima produzione dell'anno scorso, si porta quest'anno a circa 221 mila tonnellate, l'11 % in meno rispetto alla me-

dia del quadriennio considerato.

In più, per Conference, Decana e Kaiser si registra anche quest'anno una importante perdita di superfici. In particolare, la contrazione riguarda la Conference, in linea con gli andamenti degli anni precedenti e che porta la produzione decisamente al di sotto alla media 2015-18: si va oltre il 30 % in meno. Decana invece perde il 25 % della superficie e Kaiser il 18 %.

Pere Igp, un progetto di rilancio

"Lo scorso anno – osserva Amidei – la situazione è stata particolarmente problematica dal punto di vista fitosanitario, con forti attacchi di cimice asiatica e di maculatura bruna che hanno finito per ridimensionare ai minimi livelli le stime produttive fatte in precedenza. Allo stato attuale, a parità di periodo, la situazione sembra maggiormente sotto controllo, soprattutto per quanto riguarda la ci-

mice. Il gelo, invece, avrà sicuramente effetti negativi sulla percentuale di prima qualità: si stima oggi che la prima categoria di Abate Fetel possa risultare diminuita del 15 %."

Intanto, il presidente del Cso Italy, Paolo Bruni, ha coinvolto le istituzioni dell'Emilia-Romagna, il mondo della cooperazione ortofrutticola e le grandi aziende private in un concreto confronto sulla crisi dell'ortofrutta, che si è concluso con una indicazione di massima: il rilancio partirà dalle pere Igp. E a un "grande progetto pera" – in grado di controllare una massa importante di prodotto lavorato – si sono detti favorevoli, seppure con approcci differenti, Davide Vernocchi, presidente di Apo Conerpo, Marco Salvi, presidente di Fruitimprese, Luigi Mazzoni, dell'omonimo gruppo ferrarese e Ilenio Bastoni, direttore generale di Apofruit. Dal canto suo, l'assessore regionale all'Agricoltura Alessio Mammi ha assicurato che sull'Igp Pera la Regione ci sarà. ●



Paolo Bruni: "Il rilancio parte dalle pere IGP."

Nach langen Verhandlungen: Erste chilenische Orangen nach China exportiert

Handel ► Der chilenische Citrusfrüchte-Verband Comité de Cítricos de Chile meldet den ersten Export chilenischer Navelorangen nach China. Die Lieferung traf auf dem Obst- und Gemüsegroßmarkt von Jiangnan in Guangzhou ein.

Die Orangen der Sorte japanischen Sorte Fukumoto wurden von Shenzhen Yi Guo Agriculture Products Co. Ltd. importiert. Die erste Lieferung chilenischer Zitronen und Clementinen traf bereits Ende Juni in Shanghai ein. Der Eintritt chilenischer Navelorangen in den chinesischen Markt sei das Ergebnis von mehr als 20 Jahren Verhandlungen zwischen den chinesischen Behörden und dem chilenischen Landwirtschaftsministerium, so der Verband. Im Mai 2020 trafen die beiden Länder eine Vereinbarung, die den Import von chilenischen Citrusfrüchten nach China ermöglicht. Zuvor hatten chinesische Quarantäne-Experten Obstplantagen innerhalb Chiles inspiziert. Zu den nun für den Export zugelassenen Citrusfrüchten gehören Mandarinen (*Citrus reticulata*



Foto: Comité de Cítricos de Chile

und Hybride), Grapefruits (*Citrus paradisi*), Orangen (*Citrus sinensis*) und Zitronen (*Citrus limon*).

Antonio Walker, Landwirtschaftsminister des südamerikanischen Landes, ist überzeugt, dass die Exporte nach China für die Diversifizierung des chilenischen Obstsektors von Vorteil sein werden, insbesondere für die Großstadtregionen Coquimbo, Valparaíso und Santiago, die gemeinsam 83,8 % der chilenischen Export-Citrusfrüchte produzieren. Chile ist der zweitgrößte Exporteur von Citrusfrüchten der Südhalbkugel, wobei der Absatz in diesem Jahr weiter gestiegen sei, berichtet das Comité de Cítricos de Chile. Der mit Abstand größte Abnehmer von chilenischen Citrusfrüchten sind die Vereinigten Staaten von Amerika. ●

Chile exportiert erste Fukumoto-Orangen nach China.

MEXIKO

Deutliches Wachstum bei Mango-Exporten erwartet

Die mexikanischen Mango-Exporte verzeichnen mit einem Wert von 201,4 Mio US-Dollar im ersten Halbjahr 2020 gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Zuwachs um 7,1 %. Die Mengen stiegen um 2,4 % auf 238.200 t. Dies entspricht einem Trend, der sich seit zehn Jahren abzeichnet, berichtet Reefertrends unter Berufung auf das mexikanische Landwirtschaftsministerium. Zwischen 2009 und 2019 stieg der Exportwert mexikanischer Mangos von 128 Mio US-Dollar auf 422 Mio US-Dollar. Für die kommenden Jahre wird ein jährliches Wachstum von 4 % erwartet, wodurch die Exportmengen im Jahr 2029 einen Anteil von 25,7 % erreichen könnten.

Südafrika: Normalisierung der Apfelexporte in Sicht

KAPSTADT Der Hafen Kapstadt soll in Kürze wieder von Schiffen angefahren werden. Damit können südafrikanische Apfelexporteure ihre Produkte noch im August und Anfang September auf den europäischen Markt versenden. Um in diesem späten Vermarktungsfenster liefern zu können, bedarf es sorgfältiger Planung und Zusammenarbeit zwischen Exporteuren und Empfängern, schreibt Eurofruit unter Berufung auf Stefan Beukes von Dennegeur. „Normalerweise stellen die Empfänger ab September und Oktober auf das europäische Obst der neuen Saison um, und ein zu spätes Eintreffen könnte katastrophale Folgen haben.“ Um dies zu vermeiden, haben die Hafenbetreiber ein „Just in Time“-System entwickelt, durch das die Lieferungen zwischen Versendern und Empfängern akribisch geplant werden sollen. Trotz eines unruhigen Exportjahres rechnet die südafrikanische Apfelbranche immer noch mit einer Exportmenge von über 35,2 Mio Kartons. Dies entspricht einem Anstieg um 4 % gegenüber dem Vorjahr und übertrifft auch die bisherige Rekordmenge von knapp über 34 Mio Kartons im Jahr 2016.

Der Hafen Kapstadt soll noch im August wieder angefahren werden.



Foto: Anthony Allen

Absatz von Pflanzenschutzmitteln weiter gesunken

BMEL | Jahresbericht ► Der Absatz von Pflanzenschutzmitteln ist in Deutschland weiterhin rückläufig. Das gibt Landwirtschaftsministerin Klöckner im Bericht zum Absatz von Pflanzenschutzmitteln im Jahr 2019 bekannt. Mit einer Menge von 27.009 t Wirkstoff liegt der Wert im Jahr 2019 auf dem niedrigsten Stand seit 20 Jahren.

Mara Mechmann

Julia Klöckner, Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft hat in einer Pressekonferenz am 12. August gemeinsam mit Friedel Cramer, Präsident des Bundesamts für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL), den Jahresbericht zum Absatz von Pflanzenschutzmitteln

Bewusstsein in der Bevölkerung, resistenter Züchtungen sowie Forschungsfortschritte bei den Alternativen zum chemischen Pflanzenschutz zurück. BVL-Präsident Friedel Cramer erläutert: „Der Rückgang beim Absatz von Pflanzenschutzmitteln in den vergangenen Jahren ist sehr erfreulich. Die Schwankungen zwischen einzelnen Jahren deuten darauf hin, dass die Notwendigkeit des chemischen Pflanzenschutzes auch von der Witterung abhängt und die Landwirte dem Rechnung tragen.“ Dieser Meinung ist grundsätzlich auch Dr. Henning Ehlers, Hauptgeschäftsführer des Deutschen Raiffeisenverbandes (DRV). Allerdings gebe es wegen extrem hoher Anforderungen und schlepender Zulassungsverfahren immer weniger unterschiedliche Wirkmechanismen gegen Schädlinge. „Es drohen Resistenzen. Insbesondere bei anspruchsvollen Kulturpflanzen wird es zunehmend schwieriger, Schädlinge und Krankheiten wirksam zu bekämpfen. Die Anbauvielfalt ist in Gefahr.“

Pflanzenschutz mit Augenmaß

Klöckner unterstreicht die Unabdingbarkeit des Pflanzenschutzes: Wo weniger Fleisch und mehr Obst und Gemüse gegessen werden soll, welches regional angebaut und nicht aus Übersee importiert sein soll, braucht es wirksame Pflanzenschutzmittel. Die landwirtschaftliche Selbstversorgungsquote Deutschlands lag 2018/19 bei 40 % (Gemüse 36 %, Obst 22 %). Oh-

ne Pflanzenschutzmittel wird diese Quote nicht gehalten und schon gar nicht erhöht werden können, so die Ministerin. Dabei käme auch der ökologische Anbau nicht ohne entsprechende Mittel aus.

IVA-Hauptgeschäftsführer Frank Gemmer wertet die BVL-Statistik als Beweis dafür, dass die deutschen Agrarökonomien das Thema Pflanzenschutzmittel seit Jahren mit dem geforderten Augenmaß handhaben: „Wenn die vergangenen Jahre eines widerlegt haben, dann das Vorurteil, Landwirte spritzen Pflanzenschutzmittel ohne Maß und Verstand. Im Gegenteil: Wir sehen, dass das Prinzip des Integrierten Pflanzenschutzes – so viel wie nötig, so wenig wie möglich – in der Praxis funktioniert. Wenn, etwa bedingt durch die Trockenheit der vergangenen Jahre, weniger Krankheits- oder Schädlingsdruck herrscht, unterbleiben viele Behandlungen; Landwirte sind rationale ökonomische Entscheider.“

Ministerin Klöckner zeigt sich ambitioniert: „Unser Ziel ist, den Einsatz von Pflanzenschutzmitteln immer weiter zu reduzieren und gleichzeitig Ernten zu sichern. Das tun wir, indem wir etwa die Forschung im Bereich nicht-chemischer Alternativen massiv fördern.“ Um den Landwirten wirksame Alternativen zum chemischen Pflanzenschutz bieten zu können, stelle ihr Ministerium 23 Mio Euro zur Förderung von Forschungsprojekten zur Verfügung. ●



Julia Klöckner,
Bundesministerin für Ernährung und Landwirtschaft

2019 vorgestellt. Demzufolge ist die Menge an verkauften Pflanzenschutzmitteln im Inland im Vergleich zu 2018 um etwa 6,7 % gesunken. Hervorzuheben sei laut Klöckner insbesondere der Rückgang bei Pflanzenschutzmitteln mit dem Wirkstoff Glyphosat: Der Verkauf habe sich im Vergleich zum Vorjahr um 11,3 % verringert.

Der Faktor Witterung

Damit sinke der Absatz an Pflanzenschutzmitteln auf den niedrigsten Wert seit 20 Jahren. Die Ministerin führt dies unter anderem auf das trockene Wetter, ein verändertes

Bundesregierung erteilt freiem Nachbau eine Absage

Pflanzenzüchtung ► Die Bundesregierung unterstützt die Forderung nach einem uneingeschränkten Recht auf freien Nachbau von Saatgut nicht, berichtet die AgE. Ein solches Recht würde die Wettbewerbsfähigkeit der mittelständischen Pflanzenzüchtungswirtschaft schwächen, so die Begründung.

Die Züchtung einer neuen Pflanzensorte dauere je nach Kulturart mindestens zehn bis 15 Jahre. Während dieser Zeit investiere der Züchter enorme Summen. Die einzige Möglichkeit zur Refinanzierung bestehe im Verkauf von Saatgut. Laut der Bundesregierung würde ein uneingeschränktes Recht auf freien Nachbau auf lange Sicht die Wettbewerbsfähigkeit der mittelständischen Pflanzenzüchtungswirtschaft schwächen. In der Folge wäre es für internationale Saatgutkonzerne leichter, die entstehenden Marktlücken zu besetzen. Um den Herausforderungen an eine nachhaltige Landwirtschaft unter sich ändernden Klimabedingungen begegnen zu können, müsse dafür Sorge getragen werden, dass die mittelständischen Pflanzenzüchter auch weiter in der Lage seien, widerstandsfähige, innovative und klimaangepasste Sorten zu entwickeln.

Grundlage der Ernährungssouveränität

Laut AgE-Information stellte die Bundesregierung dies in einer Antwort auf eine Kleine Anfrage der Linksfraktion im Bundestag klar. Die agrarpolitische Sprecherin der Linken im Bundestag, Dr. Kirsten Tackmann, zeigte sich damit unzufrieden. Sie warnte vor einem Verlust der genetischen Vielfalt von Nutzpflanzen. Die Ursache dafür sieht sie in der „Fokussierung des Regelwerks auf Hochleistungssorten“. Nach ihrer Ansicht liegt die Verfügbarkeit von vielfältigem Saatgut im Gemeinwohlinteresse, da die genetische Vielfalt die Grundlage der Ernährungssouveränität sei. Da-

Die Bundesregierung spricht sich gegen den freien Nachbau von Pflanzenzüchtungen aus.



mit sei zumindest der Erhalt oder die Verbesserung der Saatgutvielfalt Teil der Daseinsvorsorge. Die Finanzierung der Zucht gewerblich genutzter Pflanzensorten müsse auf solide, solidarische Füße gestellt und auf Gemeinwohlinteressen ausgerichtet werden. Mit den von Tackmann aufgeworfenen Fragen beschäftigt sich nach Angaben der Bundesregierung die vom Bildungsministerium geförderte Nachwuchsforschungsgruppe „RightSeeds“, ein Verbundprojekt der Universitäten Oldenburg und Göttingen sowie des Instituts für ökologische Wirtschaftsförderung. Untersucht werde, ob eine Gemeingüterorientierung in der Sortenzüchtung und im Saatgutsektor „in bestimmten Fällen die bessere Lösung sein kann“. Unter Gemeingüterorientierung versteht die Bundesregierung in diesem Zusammenhang, dass die Sorten für die Weiterzüchtung und Vermehrung offen gehalten und nicht geschützt werden. Ferner soll das Verbundprojekt untersuchen, wie gemein-

güterbasierte Sortenzüchtung und Saatgutproduktion den Pflanzenbau sozial und ökologisch verändern können. Zu klären sei auch die Frage nach der Finanzierung. In Deutschland wird die Pflanzenzüchtungsforschung der Bundesregierung zufolge im Interesse der Allgemeinheit durch eine begleitende öffentliche Grundlagenforschung unterstützt. Auch die Kooperation von öffentlicher und privatwirtschaftlicher Förderung leiste einen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit. Zudem wird laut Bundesregierung die züchterische Bearbeitung von derzeit wirtschaftlich unbedeutenden Kulturarten für eine mögliche zukünftige Nutzung gesichert. Allerdings hätten Wirtschaftssysteme mit rein staatlicher Pflanzenzüchtungsstruktur gezeigt, dass auf längere Sicht und je nach Wirtschaftslage und Prioritätensetzung mangels ausreichender staatlicher Unterstützung die Vielfalt und Ertragsleistung gezüchteten Pflanzenarten rückläufig sei. ●



Foto: Pixbank – AdobeStock

Starke Konkurrenz im Steinobstsortiment

Marktentwicklung ► Nektarinen zählen im Sommer neben Melonen und Beerenobst zu den Klassikern im Obstsortiment. Beim Endkunden sind sie gefragt – sie zählen seit Jahren zu den TOP 10 der meistgekauften Obstarten. Allerdings schläft die Konkurrenz nicht. Paraguayos punkten seit Jahren beim Endkunden. Das Nachsehen haben eindeutig die Nektarinen.

Eva Würtenberger, AMI Bonn

Zwischen Juli 2019 und Juni 2020 haben die deutschen Privathaushalte 5 % mehr Nektarinen eingekauft als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auch der Preis dürfte hier einen Einfluss gehabt haben. Denn ein Kilo Nektarinen kostete im Beobachtungszeitraum 1,86 Euro, das sind 4 % weniger als 2018/19. Daneben griffen etwas mehr Haushalte zu: Die Käuferreichweite stieg auf knapp 58 %, erreicht damit aber nicht das Niveau von 62 % das im Jahr 2015 erzielt wurde.

Jedes Jahr sind im Juli und August die Einkaufsmengen am stärksten. Rund 50 % der Nektarinen gingen im Beobachtungszeitraum in diesen beiden Monaten über die Ladentheke. Jedes Jahr entwickelt sich die Nachfrage jedoch parallel zur Ernte in Südeuropa. Die starke Ernte 2019 fließt hier besonders stark ein. Die schwache Ernte in diesem Jahr ist anhand der niedrigen Käufe im Mai und Juni 2020 abzulesen. Dies schlug sich gleichzeitig in höheren Verbraucherpreisen im Mai und Juni 2020 nieder.



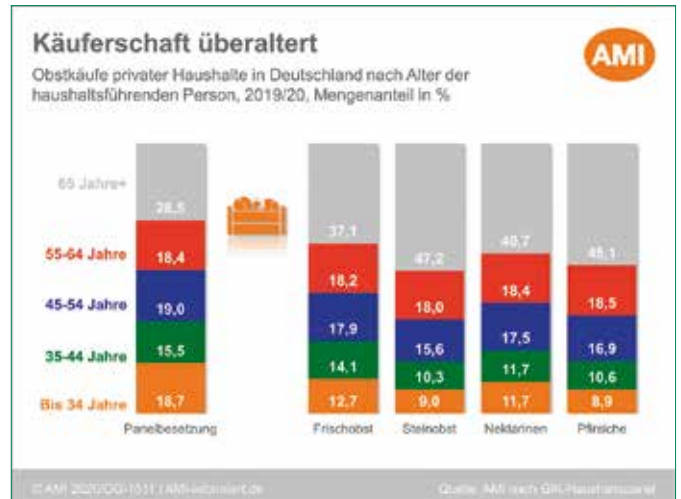
Nicht in jeder Region Deutschlands werden gleich viele Nektarinen eingekauft. (Anm. d. Redaktion: Die Preise entsprechen nicht dem aktuellen Stand.)

Bei der Konkurrenz tut sich was

Auf lange Sicht haben Nektarinen innerhalb des Steinobstsortiments das Nachsehen. Beim direkten Konkurrenten den Pfirsichen tut sich etwas. Nicht nur erholten sich die Einkäufe nach dem erntebedingten Einbruch 2018/19 in der Folgesaison weitgehend. Gleichzeitig blieb der Endverbraucher den Pfirsichen treu: Die Käuferreichweite hielt sich in den zurückliegenden drei Jahren bei rund 51 %. Gestützt wurde diese Entwicklung durch die stärkere Präsenz der Paraguayos. Mittlerweile unterscheidet das GfK Haushaltspanel zwischen runden und platten Pfirsichen. Demnach machen Paraguayos mittlerweile rund 47 % der gesamten Pfirsichkäufe aus.



Foto: bergamont – AdobeStock



Während rund 90 % des Frischobstes im LEH eingekauft werden, ist der LEH-Anteil bei den Nektarinen mit 96 % noch höher. Das heißt gleichzeitig, dass die Verbraucher nur 4 % der Nektarinen im Fachhandel oder auf dem Wochenmarkt erstehen. Nektarinen sind seit jeher preisbedingt ein typisches Produkt für den Discounter. Rund 58 % aller Nektarinen wurden im Zeitraum 2019/20 bei Aldi, Lidl, Netto & Co gekauft. Zum Vergleich beim Frischobst liegt der Discountanteil bei 51 %. Die zweitwichtigste Einkaufsstätte sind die Vollsortimenter mit einem Anteil von rund 38 %.

Käuferschaft ist überaltert

Die Käuferschaft der Nektarinen ist überaltert. Rund 41 % der Nektarinen landen in den Einkaufskörben von Haushalten mit einer haushaltsführenden Person über 65 Jahre. Dabei stellt diese Altersgruppe nur 29 % der Haushalte in Deutschland. Zwar ist der Anteil der Haushalte 65+ bei den Pfirsichen mit 45 % noch stärker, bei den gesamten Frischobsteinkäufen liegt deren Anteil jedoch bei 37 %. Unterdurchschnittliche Mengen an Nektarinen kaufen Haushalte mit einer haushaltsführenden Person bis 54 Jahre ein. Obwohl Singlehaushalte mit einem Anteil von 40 % das Gros aller Haushalte in Deutschland stellen, kauften diese 2019/20 nur 30 % der Nektarinen ein. Überproportional stark sind die Käufe der Zweipersonenhaushalte, während Familien

Nur 4 % der Nektarinen werden im Fachhandel oder auf dem Wochenmarkt gekauft.

Einkaufskennziffern Nektarinen (Jul - Jun)

	2017/18	2018/19	2019/20	Veränderung in % 2019/20 gg. 2018/19
Ausgaben (Mio. Euro)	197,6	187,3	196,7	+5,0
Preis (Euro/kg)	1,71	1,95	1,86	-4,3
Menge (1.000 t)	115,4	96,3	105,6	+9,7
Käuferreichweite (%)*	60,1	56,8	57,7	+1,7
Menge je Käuferhaushalt (kg)	4,77	4,19	4,49	+7,3
Einkaufshäufigkeit**	5,0	4,7	4,9	+5,6
Menge je Einkauf (kg)	0,95	0,89	0,91	+1,7

* Wie viele von 100 Haushalten kaufen mindestens einmal Nektarinen im untersuchten Zeitraum?

** Wie oft kauft ein Käuferhaushalt im Schnitt Nektarinen im untersuchten Zeitraum?

Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

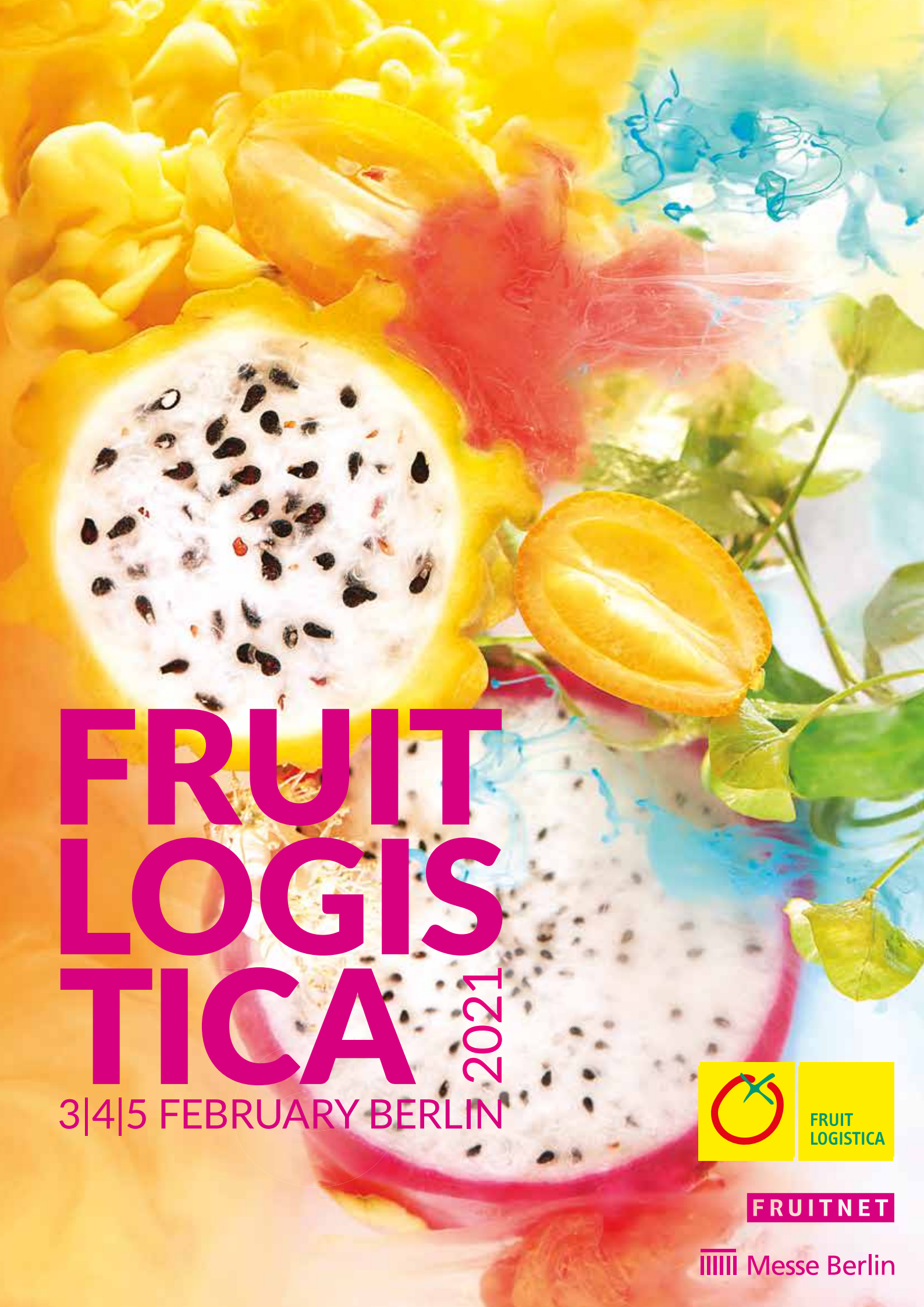
© AMI 2020

mit drei Personen durchschnittliche Mengen einkaufen. Sobald die Familie größer wird, scheint der Preis wieder bei der Kaufentscheidung ins Spiel zu kommen. Denn diese Haushaltsgruppe kaufte überdurchschnittliche Mengen an Nektarinen. Nicht in jeder Region Deutschlands werden gleich viele Nektarinen

eingekauft. Während in der Mitte Deutschlands wie auch in Baden-Württemberg die Einkäufe leicht über dem Schnitt lagen, landeten im Norden unterdurchschnittliche Mengen in den Einkaufskörben. Im Rest der Republik deckt sich die Einkaufsmenge mit der Panelbelegung. ●



Foto: la_vanda - AdobeStock



FRUIT LOGIS TICA

2021

3|4|5 FEBRUARY BERLIN



FRUITNET

||||| Messe Berlin

UTP-Richtlinien: Verbände sind gegen Ausnahmen

Agrarmarktstrukturgesetz ► Am 12. August fand eine Verbändeanhörung zur nationalen Umsetzung der EU-Richtlinie über unlautere Handelspraktiken statt. Diskutiert wurde der vorliegende Gesetzesentwurf zur Änderung des Agrarmarktstrukturgesetzes.



Der Deutsche Bauernverband (DBV) und die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) begrüßen den Entwurf grundsätzlich und hoffen auf eine zügige Gesetzesänderung noch in diesem Jahr. Allerdings üben beide Verbände auch Kritik: Anstatt die UTP-Richtlinie der EU eins-zu-eins ins in die deutsche Gesetzgebung zu übernehmen, bedürfe es Anpassungen.

David gegen Goliath

Der BVE fordert in seiner Stellungnahme: „Das Gesetz muss gewährleisten, dass alle Lebensmittel sowie alle Lebensmittelhersteller, unabhängig von der Höhe ihrer Umsätze, in den Anwendungsbereich dieses Gesetzes einbezogen werden. Das tut es momentan noch nicht“, teilt Peter Feller, stellvertretender Hauptgeschäftsführer der BVE, mit. Der BVE fordert alle Handelspraktiken, die von der EU-Richtlinie als unlauter qualifiziert werden, zu verbieten und zwar unabhängig davon, ob sie vereinbart worden sind. Dazu Feller: „Aufgrund der Marktmacht der führenden Lebensmittelhändler werden die Lieferanten im Zweifel immer zu entsprechenden vertraglichen Zugeständnissen bereit sein, um ihre Lieferungen sicherstellen zu können. Aus diesem Grund muss der Gesetzgeber hier einen entsprechenden Schutz gewährleisten. Der DBV ist ebenfalls dieser Auffassung und führt dazu das Beispiel der

Metro-Gruppe an, die ihre erhöhten Kosten durch die Corona-Auflagen über nachträgliche Rabatte auf seine Lieferanten abwälzen wollte. Der Verband fordert die Vertragspartner in der Lieferkette dazu auf, auch über den nach Unternehmensumsätzen begrenzten Anwendungsbe- reich hinaus künftig unlautere Han-

Die Verbände fordern unlautere Handelspraktiken grundsätzlich zu verbieten.

delspraktiken in ihren vertraglichen Lieferbeziehungen auszuschließen. Die Richtlinie mit der Liste der unlauteren Handelspraktiken sei allen Marktpartnern bereits seit Mai 2019 bekannt. ●

Durchschnittliche Verbraucherpreise in Deutschland (in Euro) in der 33. KW

Artikel	Ø Einheit	Ø Wo	Ø Vwo	Ø VjWo	Ø Wo vs. VjWo
OBST					
Äpfel	1 kg	2,52	2,57	2,10	19,9
Tafeltrauben, helle Sorten	1 kg	2,30	2,55	2,53	-9,2
Heidelbeeren	1 kg	7,51	9,02	6,96	7,9
Nektarinen inkl. Plattnektarinen	1 kg	2,48	2,44	1,66	49,4
Pfirsiche inkl. Paraguayos	1 kg	2,09	2,39	1,70	22,9
Bananen	1 kg	1,15	1,13	1,15	0,4
Zitronen	500 g	1,49	1,29	1,54	-3,1
Wassermelone	1 kg	0,84	0,86	0,84	-0,6
GEMÜSE					
Eissalat	Stück	0,62	0,61	0,90	-31,7
Salatgurken	Stück	0,53	0,43	0,86	-38,6
Strauchtomaten	1 kg	1,62	1,51	2,05	-21,0
Mini-Strauchtomaten	1 kg	4,34	4,47	4,55	-4,8
Paprika	1 kg	2,65	2,68	2,78	-4,4
Möhren, ohne Laub	1 kg	1,06	1,19	0,99	7,2
Radieschen, rot, mit Laub	Bund	0,44	0,46	0,48	-8,5
Zwiebeln	1 kg	1,23	1,22	1,50	-17,6

Mittelwerte für Deutschland insgesamt: mit Umsatzanteilen gewichtet.

WO vs. VjWo in %: Prozentuale Veränderung des vorläufigen Wochenmittelwertes gegenüber der Vorjahreswoche.

Quelle: AMI-Verbraucherpreisspiegel © AMI. Alle

Rechte vorbehalten. Abdruck, Auswertung und Weitergabe nur mit schriftlicher Genehmigung.



Foto: Wilhelm Osterman

Besser sehen, besser lernen und besser erinnern

FORSCHUNG Es kommt nicht auf die Größe an? In Bezug auf Hummeln, die in der Stadt leben, trifft das nicht ganz zu, wie eine neue Studie der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU) und des Deutschen Zentrums für integrative Biodiversitätsforschung (iDiv) Halle-Jena-Leipzig zeigt. In den vergangenen 200 Jahren hat sich der Lebensraum von Hummeln und anderen Insekten stark verändert: Sie leben seltener in ländlichen Regionen und auf Wiesen, sondern häufig umringt von Straßen und Betonwänden. Die Forscher wollten deshalb herausfinden, ob Städte die Evolution von Hummeln vorantreiben. Demnach sind die Insekten in Städten größer und dadurch sogar produktiver als Vertreterinnen derselben Art auf dem Land. Die Unterschiede in der Körpergröße könnten eine Folge der zunehmend zerstückelten Lebensräume in Städten sein, so das Forschungsteam. Das Team von Biologen der MLU sammelte mehr als 1.800 Hummeln in neun Großstädten und deren ländlicher Umgebung. Die Arbeit konzentrierte sich auf drei in Deutschland häufig vorkommende Arten: die Steinhummel, die Ackerhummel und die Dunkle Erdhummel. Jede gefangene Hummel wurde vermessen. Außerdem beobachteten die Forscher an jedem der insgesamt 18 Standorte, wie oft Hummeln eigens gezüchtete und vor Ort ausgesetzte Rotkleepflanzen besuchten. „Tatsächlich waren die Hummeln aus urbanen, stärker fragmentierten Gebieten im Durchschnitt deutlich größer als ihre Artgenossinnen auf dem Land, um etwa 4 %“, sagt die Biologin Dr. Antonella Soro von der MLU. Die Ergebnisse waren für alle drei Hummelarten gleich. „Größere Hummeln können besser sehen, besser lernen und haben ein größeres Erinnerungsvermögen. Sie werden auch seltener von Fressfeinden attackiert und können weitere Distanzen zurücklegen. Das bedeutet, dass sie pro Flug mehr Blumen anfliegen können, mehr Pollen transportieren und so bessere Bestäuber sind“, sagt Soro. Die Studie gebe einen ersten Hinweis darauf, dass vor allem der Grad der Fragmentierung des Lebensraums einen Einfluss auf die Körpergröße und damit auch indirekt auf die Bestäubungsleistung von Hummeln haben könnte.

THEMENVORSCHAU

Ausgabe	ET	AS	Themenschwerpunkte
35	28.08.2020	18.08.2020	- Frischepartner Niederlande, Sommersaison - Bio- und Fairtrade-Produkte - Nachhaltigkeit und Sozialstandards
36	04.09.2020	25.08.2020	FH-SPECIAL: DEUTSCHER OBST UND GEMÜSE KONGRESS
Weitere Termine siehe www.fruchthandel.de/magazin/themenplan			

FRUCHTHANDEL MAGAZIN

104. Jahrgang (gegründet 1916)

VERLAG

Fruitnet Media International GmbH
Lindemannstraße 12 | 40237 Düsseldorf
Tel.+49-(0)211-99104-0 | info@fruchthandel.de
www.fruchthandel.de

HERAUSGEBER

H. Günter Schweinsberg

GESCHÄFTSFÜHRUNG

Ulrike Niggemann | Chris White

REDAKTION

Tel. +49-(0)211-9 91 04-35 | redaktion@fruchthandel.de
Gabriele Bastian (gb, Chefredakteurin) | Michael Schotten (ms, Stellv. Chefredakteur) | Nadine Schotten (nsc, Chefin vom Dienst) | Mara Mechmann (mm) | Christine Weiser (cw) | Stephanie Zaar (sz)

ANZEIGEN

Tel.+49-(0)211-99104-40, anzeigen@fruchthandel.de
Hans Fuhrmann (Anzeigenleiter) | Helmut Peskes (Stellvertretung) | Panagiotis Chrissovergis | Christian Hollenbeck | Gabi Höhle | Tünde Horvath

LAYOUT/DESIGN

Anna K. Schweinsberg, akschweinsberg@libero.it

ABONNEMENTS | VERTRIEB

Tel. +49-(0)211-9 91 04-12 | abos@fruchthandel.de
Ingrid Bergmeister

EVENTS | AWARDS

Tel. +49-(0)211-9 91 04-10 | events@fruchthandel.de
Kaasten Reh (Leitung), Sabine Reh

KORRESPONDENTEN

- Niederlande: Jochem Wolthuis (jw), info@nldcommunicatie.nl
- Spanien: Agronoticias: Daphne Schmidt (ds), Christine Schmidt (cs), frutero@agronoticias.es
- Frankreich: Irmelin Egelhoff (ie), irmelin.egelhoff@t-online.de
- Italien: NCX: Christine Drahorad (cd), Carla Buono (cb), media@ncx.it

STÄNDIGE FREIE MITARBEITER

Marlis Heinz (mhz) | Dr. Henriette Ullmann (hu) | Betina Ernst (be) | Louise Brodie (lb) | Ralf Petrov (rp) | Ernő Bajai (eb) | Vera Belaya (vb)

Jahresabonnement Deutschland 255 Euro | Europa 304 Euro (alle Preise inklusive Versandkosten, zuzüglich Mehrwertsteuer)
Erscheinungsweise wöchentlich, ISSN 0429-7830
Druck: D+L Reichenberg GmbH, Bocholt



Offizieller Kooperationspartner



Mitglied

Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und Vervielfältigung auf Datenträger nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung durch den Verlag.
Keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte

FRUITNET
MEDIA INTERNATIONAL



GLOBAL TOMATO CONGRESS

**16 MARCH 2021
ROTTERDAM**

The annual meeting point for leading players
in the global tomato business

**SAVE
THE DATE**

globaltomatocongress.com

Organised by
FRUITNET



In cooperation with
AMI
Association of Marketing Institutions



EUROPEAN PACKAGING FORUM

3. November 2020 – Düsseldorf

Networking.
Information.
Erfolgsstrategien.

**DAS Event
für die deutsche
und europäische
Obst & Gemüse-Branche.**

- ▶ Marketing
- ▶ Nachhaltigkeit
- ▶ Handel, PoS und Verbraucher
- ▶ Innovative Lösungen
- ▶ Logistik • Rückverfolgbarkeit
- ▶ Schutz • Hygiene • Recht

Forum+Get-together am 3. November 2020

Frühbucher-Tarif bis 4. September 2020

595 € inkl. Get-together

Teilnahmegebühr ab dem 5. September 2020

695 € inkl. Get-together

Alle Preise zzgl. 19% MwSt.



**SAVE
THE
DATE**

www.ami-akademie.de/epf

www.fruchthandel.de/packagingforum

Veranstalter

FRUCHTHANDEL
MAGAZIN

AMI
natürlich informiert.