

Ausgangslage

- Der ökologische Obstbau produziert hauptsächlich mit konventionellen Sorten
- Das konventionelle Sortenspektrum ist auf Optik und Sensorik gezüchtet worden
- Empfindlichkeiten gegenüber ,Krankheiten und Schädlingen wurde nicht beachtet
- Sorten sind den Verbrauchern bekannt und auf den Betrieben vorhanden, sie belegen über 90% der Gesamtmenge

Möglichkeiten kurzfristiger Maßnahmen

- Durch die Betriebe
- Nicht direkt
- Durch Forschung
- Entwicklung wirkungssicherer und umweltverträglich und ressourcenschonender PSM

Möglichkeiten Langfristiger Maßnahmen

- Dauerkulturen stehen meist für ca. 15 Jahre
- Aus diesem Grund müssen langfristige und auch mit großem finanziellen Risiko behaftete Entscheidungen getroffen werden

Unsere Betriebe starteten schon früh mit Versuchen von weniger empfindlichen Sorten, jedoch kamen durch die Vielzahl der Betriebe viele unterschiedliche Meinungen/Sorten zusammen

Mit Topaz kam im Jahr 2000 die erste Sorte die von vielen Betrieben mit einem gewissen Volumen gepflanzt wurde

- Die Probleme kamen dann mit Regenflecken, Gloesporium, Kragenfäule,
- Betriebe haben darauf reagiert, Zwischenstamm, Hygienemaßnahmen bis zur Rodung von Bäumen, aber auch PSM
- Topaz ist z.B. am Bodensee mittlerweile die stärkste Bio-Sorte, hat aber im Anbau immer große Probleme

Die Suche ging weiter

- 2000 +
- Jeder sucht nach Möglichkeiten
- Ab 2003 Santana wird aufgepflanzt, zuerst von einigen wenigen, dann immer stärker
- Santana beträgt aktuell am Gesamt-Bio-Markt rund 2,5% des Tafelmarktes
- **Jedoch**
- **Sorte hat noch starken Forschungsbedarf zu Lagerfähigkeit, dadurch kurze Vermarktungszeit**

Die Suche ging weiter

- 2010
- Einigung auf ein gemeinsames Vorgehen,
- Festlegung auf die Sorte CPRO 159 für eine zukunftsgerichtete Weiterentwicklung
- Planung von Befugnissen, Rechten...
- Erste Kontakt mit Züchter
- Erste konkrete Absprachen

Die Suche ging weiter

- 2011
- Erste gemeinsame Versuchspflanzungen
- Planung der Baumschulaktivitäten
- Gründung eines Projektes, mit Ziel einer eigenen neuen „Bio“-Sorte die Deutschlandweit angebaut wird



The image shows a promotional card for the 'NATYRA' apple variety. The card features a blue and yellow background with a large 'NATYRA' logo at the top. Below the logo is a single red apple with a small 'NATYRA' sticker. To the right, there is a photograph of two red apples hanging from a tree. The card includes a short description of the apple's quality and a detailed table of characteristics.

NATYRA®

Natya ist ein Apfel mit einer ausgezeichneten Verzehrrqualität.
Natya ist süß, aromatisch und knackig.

| | |
|-----------------|--|
| Markenname | Natya® |
| Sortenname | SQ159 |
| Kreuzungseltern | Elise x schorfresistente Selektion |
| Fruchtgröße | 70 - 80 mm |
| Fruchtfarbe | rote bis dunkelrote Ausfärbung |
| Ausfärbung | durchschnittlich 70-90 % Aäsfärbung |
| Biss | knackig |
| Aussehen | geradlinig und ansprechend |
| Form | konisches, einheitliches Aussehen |
| Berostung | wenig bis leicht; wenn Berostung vorkommt, dann fast ausschließlich rund um die Stielgrube |

Situation für 2012/13:

- Es stehen rund **62 000** Bäume zur Verfügung. > Bestellungen über **120 000** Bäume gegenüber.
- Qualitäten augenscheinlich besser als 2011/12
- unterschiedliche Qualitäten werden auf alle umgelegt
- D.h. entsprechend Qualitätsschlüssels muss jeder von allen Qualitäten (AA, A, B) nehmen.
- Bäume in folgende Qualitäten:
58% AA; 31% A; 11% B
(die Angaben können noch um wenige % schwanken)



Baumbestellungen 2013/14

| | |
|-----------------|---------------|
| Ost | 300 |
| Nord | 44210 |
| West | 9500 |
| Neckar | 4221 |
| Baden | 9050 |
| Bodensee | 46650 |
| Bayern | 3000 |
| | |
| Gesamt | 116931 |



Stand Sommer 2014

- Es sind ca. 200 000 Bäume gepflanzt von einer weniger schorfempfindlichen Sorte(u.a. red. Cu)
- Erste Mengen werden an die Vermarkter ausgeliefert(Akzeptanz Verbraucher)
- **Was können wir nicht leisten ? ?**
- Zeitgleich nach weiteren Sorten mit noch größerer Unempfindlichkeit suchen(**Züchtung**)
- Neue Sorten müssen auf Ihre Schwachstellen hin untersucht werden(**Forschung**)



Vorteile

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Verbraucher • Wenn die Sorte seinen Erwartungen entspricht • Er kauft Sie | <ul style="list-style-type: none"> • Erzeuger • Er hat mit seiner Entscheidung eine wegweisende und für andere vorbildliche Entscheidung getroffen. |
|---|---|

Probleme ?

- Erzeuger
- Hat viel Geld, Zeit und Persönlichen Einsatz vergebens investiert,
- Muss Glück haben wenn er die Kosten mit anderen Aktivitäten auffangen kann
- Was macht der Verbraucher, wenn die Sorte nicht seinen Erwartungen entspricht?
- **Er kauft Sie nicht**



Wege zum Glück

- Sie muß hervorragende Eigenschaften von Geschmack und Festigkeit haben
- Sie muß optisch gut aussehen
- Sie muß ein gutes Lagerverhalten und Shelf-life haben
- Damit eine Sorte am Markt überhaupt beachtet wird, muß Sie mindestens 1-2% der Menge besitzen.





| Land/Region | Endgültige Ernte 2012 | | | | | | Prognose 2012 (Juni) | | |
|-------------------------|-----------------------|--------|---------------|--------|--------------|--------|----------------------|---------------|--------------|
| | Total. | % 2011 | davon A-Ware | % 2011 | davon U-Ware | % 2011 | Total | davon A-Ware | U-Ware |
| Äpfel insgesamt | 92.608 | - 25 | 86.629 | - 25 | 5.813 | - 26 | 95.740 | 89.652 | 6.088 |
| Belgien | 1.753 | - 28 | 1.596 | - 23 | 157 | - 56 | 1.825 | 1.760 | 65 |
| Deutschland | 38.446 | - 18 | 33.456 | - 19 | 4.823 | - 10 | 37.383 | 32.277 | 5.106 |
| Frankreich | 2.175 | - 42 | 2.175 | - 31 | - x | x | 2.175 | 2.175 | - |
| Niederlande | 3.843 | - 39 | 3.187 | - 39 | 655 | - 37 | 3.484 | 2.972 | 512 |
| Österreich | 7.827 | - 44 | 7.650 | - 43 | 177 | - 61 | 7.896 | 7.491 | 405 |
| Südtirol | 38.565 | - 23 | 38.565 | - 23 | - x | x | 42.977 | 42.977 | - |
| Birnen insgesamt | 3.075 | - 39 | 2.730 | - 38 | 345 | - 46 | 3.532 | 3.259 | 274 |
| Belgien | 570 | - 12 | 520 | + 5 | 50 | - 68 | 644 | 581 | 63 |
| Deutschland | 451 | - 48 | 363 | - 53 | 88 | - 3 | 612 | 524 | 88 |
| Frankreich | 282 | - 41 | 282 | - 24 | - x | x | 282 | 282 | - |
| Niederlande | 1.159 | - 51 | 952 | - 54 | 207 | - 28 | 1.306 | 1.183 | 123 |
| Österreich | 612 | - 14 | 612 | - 14 | - x | x | 685 | 685 | - |

Europäisches Bioobst-Forum (November 2012)



| Sorte | Endgültige Ernte 2012 | | | | | | Prognose 2012 (Juni) | | |
|------------------------|-----------------------|--------|---------------|--------|--------------|--------|----------------------|---------------|--------------|
| | Total | % 2011 | dav. A-Ware | % 2011 | dav. U-Ware | % 2011 | Total | davon A-Ware | U-Ware |
| Äpfel insgesamt | 92.608 | - 25 | 86.629 | - 25 | 5.813 | - 26 | 95.740 | 89.652 | 6.088 |
| Verarbeitung | 11.799 | - 27 | 11.434 | - 28 | 365 | + 11 | 10.100 | 9.917 | 183 |
| Tafelware | 80.809 | - 25 | 75.195 | - 25 | 5.447 | - 27 | 85.640 | 79.735 | 5.905 |
| Boskoop | 1.618 | + 1 | 1.396 | - 5 | 222 | + 70 | 1.434 | 1.184 | 249 |
| Braeburn | 7.280 | - 27 | 6.850 | - 27 | 430 | - 18 | 8.556 | 8.099 | 457 |
| Cox/Holst. Cox | 1.203 | - 48 | 1.107 | - 46 | 96 | - 64 | 1.588 | 1.430 | 158 |
| Elstar | 7.861 | - 34 | 6.016 | - 39 | 1.845 | - 16 | 8.633 | 6.368 | 2.266 |
| Fuji | 1.706 | - 21 | 1.697 | - 21 | 9 | - 68 | 1.853 | 1.825 | 28 |
| Gala | 12.476 | - 22 | 12.312 | - 21 | 164 | - 57 | 13.620 | 13.359 | 261 |
| Golden Del. | 10.226 | - 26 | 10.168 | - 26 | 58 | - 69 | 11.291 | 11.185 | 106 |
| Idared | 1.576 | - 33 | 1.495 | - 31 | 81 | - 59 | 1.925 | 1.730 | 195 |
| Jonagold | 5.465 | - 36 | 4.869 | - 33 | 597 | - 53 | 5.975 | 5.280 | 694 |
| Jonagored | 4.565 | - 14 | 3.601 | - 9 | 965 | - 28 | 4.169 | 3.510 | 659 |
| Pink Lady | 1.524 | - 25 | 1.524 | - 24 | - x | x | 1.915 | 1.915 | - |
| Pinova | 3.256 | - 31 | 3.025 | - 33 | 231 | + 6 | 3.544 | 3.403 | 141 |
| Red Jonaprince | 943 | + 115 | 507 | + 139 | 436 | + 92 | 819 | 448 | 371 |
| Santana | 2.039 | - 2 | 2.039 | - 1 | - x | x | 1.825 | 1.788 | 37 |
| Topaz | 8.070 | - 32 | 8.032 | - 31 | 38 | - 38 | 8.341 | 8.307 | 34 |

Europäisches Bioobst-Forum (November 2012)