

Tal Amit vom Israelischen Pflanzenproduktions- und Wirtschaftsverband: „Jaffa Orri ist die beste Mandarine der Welt“

„In meinen 30 Jahren Erfahrung in der Zitrusindustrie und mit meinem Wissen der vielen Sorten, gab es nie eine bessere Mandarinenart“, sagt Tal Amit des israelischen Pflanzenproduktions- und Wirtschaftsverbands über die Jaffa Orri Mandarine. „Sogar unsere Konkurrenten geben das zu.“ Trotzdem gibt es noch ein paar Probleme mit dieser Sorte, wie z.B. die Alternation.

Dieser beliebte, späte Leichtschäler wurde jahrelang entwickelt, nun wird die Sorte seit zehn Jahren kommerziell angebaut. „Wir begannen mit der Züchtung dieser neuen Sorte Ende der Siebziger“, sagt Amit. „Anfang der Neunziger pflanzten wir experimentelle Parzellen für die Observation. Diese Feldtests dauerten noch mal zehn bis zwölf Jahre. Also sahen wir erst in der ersten Hälfte von 2000 Ergebnisse bei einer der Sorten. Erst dann stellten wir sie den Erzeugern vor.“

Tal sagt, dass die Erzeuger Zweifel hatten. „Am Anfang gab es ein paar Probleme mit der niedrigen Produktivität, weil die Sorte noch unreif war, deshalb haben die Bäume noch nicht gut Früchte getragen“, erklärt er. „Es braucht seine Zeit, bis die Bäume ihre Reife erreichen. Nicht, weil der einzelne Baum noch zu jung ist, sondern weil die ganze Generation des Hybriden zu jung ist. Es braucht mehrere Fortpflanzungsgenerationen, damit die Bäume eine konstante Produktion erreichen.“

„Allerdings haben wir einen Weg gefunden, die Probleme zu überwinden, indem wir alle möglichen agrotechnischen Methoden nutzen. Erst als die Erzeuger sahen, dass man 30 bis 40 Tonnen pro Hektar bekommen kann, sogar bis zu 50 Tonnen, waren sie überzeugt.“ Die flächigen Pflanzungen begannen erst 2006/07 und die ersten kommerziellen Quantitäten der Jaffa Orri wurden 2008 produziert.“



Gesucht: Eine spezifische Mandarinenart

„Wir suchten nach einer späten, leicht schälbaren, kernlosen Frucht mit einer vollorangenen Farbe, guter interner Qualität und einer guten Haltbarkeit“, sagt Amit. Ein zusätzlicher, unerwarteter, Bonus ist, dass die Jaffa Orri dem Alternaria-Pilz gegenüber resistent ist. Diese Krankheit ist ein großes Problem bei den meisten Leichtschälern und hat bereits mehrere Sorten vom Markt genommen. Sogar Nova und Fortune sind für den Pilz anfällig, erklärt Amit. Heutzutage wird jede Sorte, die in der Züchtungspipeline ist, erstmal getestet, um zu sehen, ob sie gegen diesen Pilz resistent ist, bevor andere Eigenschaften gecheckt werden und bevor man zur zweiten Stufe weitergeht. Wenn nicht, ist es ein No-Go.“

Der Einfluss des Pilzes ist riesig. Israel hatte eine große Mineola-Produktion, aber diese Produktion hat sich wegen Alternaria verringert. „Weil Mineola eine Kreuzung zwischen Grapefruit und Mandarine ist, wird die Mineola in den gleichen Regionen wie die Grapefruit angebaut“, erklärt Amit. „Als Alternaria in die Gegend kam, mussten wir die Bäume ausreißen.“ Es gibt noch manche Erzeuger der Mineola in Israel und im Allgemeinen ist es ein guter Markt mit guten Profiten für die Erzeuger. „Aber man muss in den Sommermonaten eine Menge spritzen und das braucht den ganzen Profit auf.“

Momentan gibt es 5.000 Hektar Orri-Plantagen in Israel. Amit sagt, dass sich das nicht steigern wird. „Wir haben auch Restriktionen, was Orri Klasse I genannt werden darf. Das ist seit vielen Jahren so.“

Laut Tal wurde die Entwicklung dieser Sorte von den israelischen Erzeugern finanziert. „Sie war nur für die israelischen Erzeuger gedacht. Heute ist die Sorte so beliebt, dass wir Druck aus allen möglichen Ländern erfahren. Jeder möchte ein Stück des Kuchens.“ Er fügt hinzu, dass es mehr als sechs Jahre dauert, um die europäischen Plant Breed Rights (PBR) zu bekommen.

„Während man darauf wartet, kann alles passieren. Man kann nicht einklagen, dass die Sorte während dieser Periode gestohlen wurde. Wir bekamen die europäischen PBRs 2013. Erst ab da waren wir in der Lage, juristisch gegen die Länder vorzugehen, die die Sorte illegal bezogen haben und sie jetzt kommerziell anbauen.“

„Jetzt gibt es Maßnahmen“, sagt er. „Es gibt Gerichtsurteile und Geldstrafen. Illegale Pflanzungen werden auch zerstört.“ Laut Amit ist Spanien eins der Länder, dass diese Mandarinenart illegal bezogen hat und inzwischen zu Lizenzgebühren von EUR 60 Millionen verdonnert wurde.



Suche nach neuen Produkten

Das Zuchtprogramm läuft weiter. „Wir suchen nach neuen Produkten“, sagt Amit. „Eine dieser ‚Blut‘-Mandarinen. Wir sehen uns auch eine neue Sorte Grapefruits an, die nicht mit bestimmten Statin-Medikamenten wechselwirkt, die für einen niedrigeren Blutdruck genommen werden.“ Es gibt auch andere Mandarinensorten in der Pipeline. „Diese neuen Sorten sind komplett anders. Sie haben eine ganz andere Form als Orri und manche sagen, dass sie sogar besser schmecken. Die Saisons sind auch anders; kürzer als Orri. Sie wird anders genannt werden, um die Erzeuger und Kunden nicht zu verwirren.“

Auf die Frage, wo sie die Orri-Marke in der Zukunft sehen, antwortet Orna Inbar, Jaffas internationale Marketingspezialistin: „Der ursprüngliche Markenplan war ein Fünf-Jahres-Plan. Wir sind im dritten Jahr. Das erste Jahr galt dem Aufbau der Infrastruktur. Das zweite fokussierte sich auf digitales und B2B-Marketing. Eins der Prinzipien des Plans ist, dass, wenn es kein B2B-Marketing gibt, dann ist das B2B-Marketing nicht gerechtfertigt und die Marke sollte ihren Fokus auf die Kunden und das Bewusstsein dem Produkt gegenüber legen.“

„Dieses Jahr, gegen Ende der Saison, werden wir den Plan analysieren“, sagt sie. „Wenn es ein Problem mit dem Marketing gibt, werden wir es dann aufgreifen. Die Entscheidung wurde nach einer kleinen Saison, die an alle Märkte mit niedrigen Quantitäten und guten Preisen für eine namhafte Sorte vertrieben wurde, getroffen. Die T-Reputationswerte von Orri Jaffa zeigen, dass circa 70% der Früchte exportiert werden; französische Märkte tragen einen Anteil von 45% der Gesamtexportquantitäten.“

Höhere Erträge bedeuten kleinere Früchte

„Dieses Jahr wird ein moderat-bis-großes Jahr. Normalerweise wird bei einem Jahr mit großem Volumen erwartet, dass die Größe der Frucht kleiner ist. Kleinere Früchte benötigen andere Verkaufsmethoden, andere Märkte und ein Augenmerk auf den Preis. Dann wären wir vielleicht in der Lage, zu argumentieren, dass die andauernden Marketinganstrengungen andere Situationen ergeben hätten“, fährt Orna fort.

„Man kann die Marketingkosten für die momentane Situation nie messen. Wir müssen weiterhin darin investieren. Wenn wir das nicht tun, werden die Menschen die Marke vergessen. Um eine bekannte Marke zu bleiben, muss man kontinuierlich in sie investieren. Man muss nicht nur viel Geld für die Promotion ausgeben. Die Qualität und den Brixspiegel hochhalten; das ist essentiell“, sagt sie.

Und die israelische Zitrusindustrie in 10 Jahren? Amit denkt, dass sie genauso sein wird wie heute: „Wir kämpfen mit einem Mangel an Land und Wasser im ganzen Land. Wir haben auch alte Landwirte ohne Nachfolger.“ Die Produktionskosten sind in Israel auch hoch. „Wasser, Arbeit, Land – diese drei Elemente sind hier viel teurer. Wenn in zehn Jahren alles so ist wie jetzt, werde ich sehr glücklich sein“, sagt er abschließend.

Für mehr Informationen:

www.orrjaffa.com/ (<http://www.orrjaffa.com/>)

Erscheinungsdatum : 20.12.2018

© FreshPlaza.de
