

Fräulein

Markteinführung einer Apfelsorte

Rheinischer Obstbautag - 4. Februar 2020 - Dernau

Dirk Zabel
Leiter Sorteninnovation

Vorbemerkungen

- Der Marktanteil der Markensorten wird mittelfristig **deutlich** steigen. (2023 > 1 Mio t Markenäpfel in der EU)
- Die Herausforderung liegt zukünftig darin, vom Konsumenten **wahrgenommen zu werden** und **relevant zu sein**.
- Das hierzu erforderliche Budget kann einzelne Erzeugerorganisationen schnell überfordern.





Die deutsche Apfelentdeckung



Agenda

1.
Das Fräulein

2.
Anwendungen

3.
Daten und Fakten

4.
Ausblick

Agenda



1. Das Fräulein



”

Das deutsche Fräulein.

Tradition erlebt eine
Renaissance.

“



Von Mutter Natur

- Eine ganz natürliche Kreuzung
- Von einem Obstbauern in der Hildesheimer Börde gefunden.
- Mit dem regionalen und natürlichen Entdeckungsprozess wird die Tradition alter Sorten mit einem neuen Apfelerlebnis verbunden.





Aus gutem Elternhaus

- Etablierte Elternsorten sind die Basis für Konstanz in Geschmack, Lagerungsfähigkeit und Konsistenz
- Die besonders knackig-krispe Textur etabliert ein neuartiges Geschmackserlebnis und einen Biss, den es so noch nie gab



Agenda




3. Daten und Fakten

Fräulein – Eine Marke des DOSK

- Beteiligung von 6 Erzeugerorganisationen, die den überwiegenden Teil des deutschen Erwerbsobstbaus repräsentieren
- Integration der jeweiligen Vertriebsorganisationen
- Aufbau eines Lizenzsystems von Erzeugerorganisationen für Erzeuger
- Einheitlichkeit beim Marketing und bei Vorgaben zur Qualität



1. Elbe-Obst
2. MAL
3. VEOS
4. OGM
5. WOG
6. MaBo



**Verkauf ab Hof
und auf dem
Wochenmarkt**



”

**Ab 2021 stehen mehr als
1 Mio. Fräulein-Bäume in
Deutschland in der Erde.**

“

Agenda



4. Ausblick



Warum sind wir von Fräulein überzeugt?

Der Deutschlandapfel

Regionalität ist das Trendthema der letzten Jahre in der Lebensmittelbranche, aktuell verlängert durch die Klimadiskussion. Das Markenkonzept Fräulein geht genau darauf ein.

Die Erzeugerorganisationen

Fast der gesamte organisierte Erwerbsobstbau unterstützt das Konzept. Sowohl die Anzahl Bäume als auch die Mengenentwicklung sprechen für sich.

Das Produkt

Die neuartige Frische und die knackig-krispe Konsistenz kommen dem breiten Geschmackstrend entgegen. Die Zielgruppe ist breit gefächert: ein Apfel für jedermann – aber nicht für irgendwen.

Das Marketing

Das Marketing wird aus Deutschland gesteuert und auf die Anforderungen des Heimatmarktes abgestimmt.





Vielen Dank

Deutsches Obstsortenkonsortium GmbH

Bassenflether Chaussee 4b

21723 Hollern-Twielenfleth

Tel. +49 (0) 4141 9531-0

Fax. +49 (0) 4141 9531-10

info@fraeulein.de

www.fraeulein.de

