

Ringier Zeitschriften
8008 Zürich
044/ 259 61 11
www.schweizer-illustrierte.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 186'197
Erscheinungsweise: 4x jährlich



Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 28
Fläche: 87'492 mm²



Andi Häseli ist
am FiBL Berater
für Obst- und
Weinbau und
zeigt hier einen
Hochstamm mit
einer alten Sorte.

Forschen für die Zukunft von Bio

Für das Forschungsinstitut für biologischen Landbau in Frick, kurz **FiBL**, ist Coop ein wichtiger Partner. Gemeinsam werden Bioprojekte für die Zukunft erarbeitet.

INTERVIEW **ZENO VAN ESEL**
FOTOS **GERHARD BORN**

Herr Häseli, wir sehen Sie vor einem Hochstamm-Apfelbaum. Coop fördert die Hochstammkultur, indem neue Produkte mit Hochstammfrüchten entwickelt werden und bestehende Produkte auf Hochstammobst umgestellt wer-

den. Warum ist das sinnvoll?

Andi Häseli: Der Hochstammanbau stellt eine bedeutende Bereicherung des Landschaftsbilds dar. Zudem fördert er die biologische Vielfalt, indem er Sortenreichtum und Lebensräume für Brutvogel- und Insektenarten ermög-

Zu den Personen

Andi Häseli ist beim Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) im Departement Beratung, Bildung und Kommunikation für den Bereich Obst- und Weinbau zuständig.

Ignazio Giordano ist beim FiBL im Departement für Nutzpflanzenwissenschaften als Versuchstechniker im Obstbau in der Gruppe Anbautechnik tätig.

Ringier Zeitschriften
8008 Zürich
044/ 259 61 11
www.schweizer-illustrierte.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 186'197
Erscheinungsweise: 4x jährlich



Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 28
Fläche: 87'492 mm²

licht. Da der Aufwand, insbesondere für die Ernte, aber hoch ist, werden Tafelfrüchte heute überwiegend in Niederstammkulturen produziert.

Eignet sich auch die Niederstammanlage für mehr als nur die Apfelproduktion?

Ignazio Giordano: Auf jeden Fall. Wir haben dazu am FiBL ein sehr spannendes Projekt für eine ökologisch optimierte Apfelproduktion realisiert. Dabei haben wir in einer gewöhnlichen Obstplantage verschiedenste Biodiversitätselemente eingebaut wie Hecken, Blumenstreifen, Vogelhäuser, Steinhäfen für Eidechsen, Fledermausnischen und Wildbienenhotels. Wir waren überrascht, wie viele Tiere und besonders Vogelarten sich in kurzer Zeit dort angesiedelt haben. Es wurde zu einem Paradies für Ornithologen.

Sie entwickeln am FiBL Obstsorten, die auf dem Biomarkt eine Zukunft haben sollen. Welche Kriterien muss die Sorte dabei erfüllen?

Häseli: Da der Obstbauer sein Geld über den Verkauf der Früchte verdient, muss eine Sorte gute und regelmässige Erträge hervorbringen. Sehr wichtig für den Bioanbau mit den stark eingeschränkten Möglichkeiten im Pflanzenschutz ist eine hohe Robustheit gegenüber Krankheiten und Schädlingen. Zudem brauchen wir ein vielseitiges Sortiment, welches ein Ganzjahresangebot ermöglicht. Entscheidend ist aber, dass die Frucht dem Konsumenten gut schmeckt und gekauft wird.

Wie profitieren Sie bei Ihrer Tätigkeit von der Zusammenarbeit mit Coop?

Häseli: Zur Verbesserung des Bio-Apfelsortimentes mit krankheitsresistenten Sorten hat das FiBL zusammen mit Coop ein Sortenteam gegründet. In diesem diskutieren Sortenzüchter und -prüfer zusammen mit Bioproduzenten, Obsthändlern und Coop, welche neuen Sorten sich für einen Testanbau in ausgewählten Praxisbetrieben eignen. Aus den Testverkäufen der Früchte liefert uns Coop die für uns sehr wichtigen Rückmeldungen der Endkonsumenten. Sorten, welche sowohl den Obstbauern wie auch die Konsumenten überzeugen, können dann für den Praxisanbau weiterempfohlen werden.

Wie lange dauert es, bis eine Sorte marktreif ist?

Giordano: Bis zu 15 oder sogar 20 Jahre. Denn wir müssen über lange Zeit die Entwicklung der Sorte unter verschiedenen Bedingungen beobachten. Beispielsweise eine der neueren Sorten ist die von Agroscope Wädenswil gezüchtete Galiwa. Dabei handelt es sich um einen krankheitsresistenten, vom Handel geforderten süßen Bioapfel als Ersatz oder Ergänzung zum beliebten Gala-Apfel. Nach einer mehrjährigen Vorselektionsphase haben wir Galiwa nun seit etwa acht Jahren im Test unter biologischen Anbaubedingungen. Aus den umfangreichen Erfahrungen in Exaktversuchen und im Testanbau bei Produzenten sowie durch Degustationen wissen wir nun, dass er sowohl bei den Produzenten wie auch bei den Konsumenten gut ankommt.

Wie sieht die Welt in 20 Jahren aus?

Giordano: Die Konsumentenwünsche

Ringier Zeitschriften
8008 Zürich
044/ 259 61 11
www.schweizer-illustrierte.ch

Medienart: Print
Medientyp: Publikumszeitschriften
Auflage: 186'197
Erscheinungsweise: 4x jährlich



Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 28
Fläche: 87'492 mm²

können sich verändern. Auch das Klima kann sich weiter verändern. Mit zunehmend wärmeren Temperaturen und mehr Feuchtigkeit haben sich jetzt schon neue Schädlinge wie die Kirsch-

ziert wird. In einem gemeinsamen Projekt von Coop, FiBL und der Stiftung ProSpecieRara wird dieses Konzept sehr erfolgreich umgesetzt, sodass auch alte, sehr schmackhafte, aber zum Teil vergessene Sorten wie Berner Rosen, Goldparmäne oder Wilerrot die Gaumen der Konsumenten erfreuen. ●

„Es dauert 15 bis 20 Jahre, bis eine neue Apfelsorte marktreif ist. Die Entwicklung muss lange beobachtet werden.“

essigfliege oder bisher unbekannte Krankheiten eingeschlichen.

Grossen Herausforderungen! Lohnt es sich da, ein Spartenprodukt wie die Hochstammkultur zu bewirtschaften?

Häseli: Für die Landschaft und Biodiversität auf jeden Fall. Zudem kann damit beim Konsumenten auch die Sensibilität für die Erhaltung eines wichtigen Kulturguts gesteigert werden.

Gilt das auch für ein weiteres Spartenprodukt wie Biowein?

Häseli: Sehr! Vor 30 Jahren hatten wir in der Schweiz vielleicht drei bis vier Biowinzer. Heute sind es über 200. Coop hat mit der Aufnahme von Bioweinen in das Weinsortiment dazu einen wesentlichen Beitrag geleistet.

Der Weinkenner liebt Spezialitäten. Ein Vermarktungsansatz für Bioobst?

Giordano: Auf jeden Fall. Es gibt ja «Apfelspezialitäten» wie den würzigen, leicht säuerlichen Topaz, welcher fast ausschliesslich im Bioobstbau produ-

