



rockitTM
DER SNACK-APFEL



PRESSEMITTEILUNG

ROCKIT SETZT AUF ERWEITERUNG DER ANBAUMENGE

Der Snack-Apfel Rockit® hat sich am Absatzmarkt etabliert und geht den nächsten Schritt. Durch eine Verdopplung der Baumzahl soll die Anbaumenge in den nächsten Jahren deutlich erhöht werden.

Hollern-Twielenfleth, 31.1.2025. Rockit® wird zwischen 37 und 65 mm groß und ist der einzige von der EU anerkannte Miniaturapfel, der unter 60 mm als Klasse 1 vermarktet werden kann. Rockit wurde in Neuseeland gezüchtet und ist heute ein globales Markenkonzept mit Anbau in mehreren Kontinenten und einer klaren Snack-Positionierung. In Deutschland wird Rockit® im Alten Land und am Bodensee angebaut. Darüber hinaus in Europa außerdem in Österreich, Belgien, Frankreich, Spanien und Italien.

KLARE POSITIONIERUNG ALS SNACK-APFEL

Der Verkauf von Rockit® erfolgt über die Red Apple Germany GmbH, einer gemeinsamen Verkaufsorganisation der deutschen Apfel-Anbauggebiete im Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH (DOSK). Rockit® ist sowohl international als auch in Deutschland der einzige authentische Snack-Apfel am Markt, der nicht nur mit seinem kleinen Kaliber punktet, sondern auch über ein kleineres, recht gut essbares Kerngehäuse und einen süßlichen Geschmack verfügt.

Mit der Rockit® Kinderaktion unter www.rockitapple.de/kinderaktion haben Kitas die Möglichkeit, 1 von 365 Kita-Paketen zu erhalten. In dem Kita-Paket sind Äpfel und süße Werbemittel für Kinder, wie z. B. ein Minibuch mit der Geschichte von Rockit®, sowie ein Malbuch enthalten. Mit dieser Aktion haben Kitas die Möglichkeit, den Rockit® Apfel zu testen und kennenzulernen. Zudem erfahren die Kinder spielerisch die Geschichte von Rockit® und haben Freude mit den Beilageartikeln.

MARKTFORSCHUNG FÜR IDEALE SNACK-VERPACKUNG

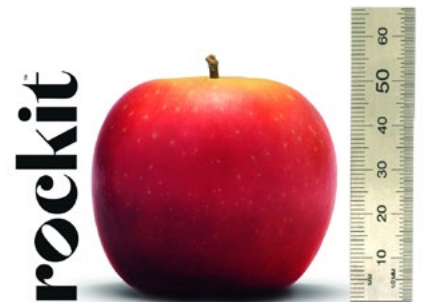
Um Erkenntnisse über Erfolgsaussichten verschiedener vorhandener und neuer innovativer Verpackungen oder Verpackungsmaterialien zu gewinnen, startete Red Apple Germany GmbH gemeinsam mit dem neuseeländischen Lizenzgeber eine zweistufige Shopper-Befragung, bestehend aus Käufer-Interviews am Point-of-Sale (POS) und Abver-

Red Apple Germany GmbH (RAG)

Jens Anderson
Leitung Marketing für Rockit®,
Tel. +49 (0) 170 / 9218953
janderson@elbe-obst.de
Bassenflether Chaussee 4b
21723 Hollern-Twielenfleth
www.rockitapple.com/de



© Red Apple Germany GmbH (RAG)



© Red Apple Germany GmbH (RAG)



© Red Apple Germany GmbH (RAG)



rockit™

DER SNACK-APFEL



PRESSEMITTEILUNG

kauf Tests. Vor dem Hintergrund der neuen EU-Verpackungsverordnung und der besonderen Anforderungen eines Miniaturapfels sowie der Snackpositionierung ist das Packaging ein sehr wichtiges Thema für Rockit®. Die Ergebnisse der Umfrage werden im Sommer 2025 veröffentlicht.

Aufgrund der überragenden Lagereigenschaften ist Rockit® für eine 365-Tage Vermarktung vorgesehen. Derzeit liegt der Vollertrag bei deutlich oberhalb von 2.000 Tonnen. Eine Erweiterung der Mengenbasis für den deutschen Markt ist kurzfristig durch Zukauf in Italien, Belgien und Österreich in begrenztem Umfang möglich. Derzeit wird eine Verdopplung der Baumzahl in Deutschland vorbereitet mit einer Mengenperspektive bei 5.000 Tonnen.

Kontakt

Red Apple Germany GmbH (RAG)
Jens Anderson
Leitung Marketing für Rockit®,
Tel. +49 (0) 170 / 9218953
janderson@elbe-obst.de
Bassenflether Chaussee 4b
21723 Hollern-Twielenfleth



© Red Apple Germany GmbH (RAG)



© Red Apple Germany GmbH (RAG)

Über Red Apple Germany GmbH (RAG)

Die Red Apple Germany GmbH ist eine gemeinsame Vertriebsorganisation von deutschen Erzeugerorganisationen mit ihren Obstbauern. Die Gesellschaft wurde 2013 gegründet. Sie ist die Leistungsgesellschaft für den deutschen Lebensmitteleinzelhandel und nach IFS-Broker zertifiziert. Muttergesellschaft ist die Deutsches Obst-Sorten Konsortium GmbH (DOSK). Mit dem Snack-Apfel Rockit® und dem rotfleischigen Apfel Kissabel® etabliert RAG zwei Markenkonzepte in Deutschland.

Über das Deutsche Obst-Sorten Konsortium (DOSK)

Das Deutsche Obst-Sorten Konsortium GmbH (DOSK) ist ein Zusammenschluss von acht deutschen Erzeugerorganisationen mit einem gemeinsamen Absatzvolumen von ca. 500.000 Tonnen Obst. Das DOSK wurde im Jahr 2003 gegründet. Ziel des DOSK ist, Produktinnovationen in den deutschen Obstmarkt einzuführen und zu etablieren. Das DOSK erhält dazu Anbau- und Vertriebsrechte an neuen oder vielversprechenden Obstsorten. Die Sorten werden von den Erzeuger:innen der an dem DOSK beteiligten Erzeugerorganisationen produziert. Über ein gemeinsames Marketingkonzept erfolgt die Einführung auf dem deutschen Absatzmarkt. Bislang betreut das DOSK die Apfel-Clubsorten Fräulein®, SweeTango™, Rockit™ und Kissabel®. Xenia® ist damit die erste Birnen-Clubmarke unter dem Dach des DOSK.

