PRESSEINFORMATION

Heimischer Gemüseanbau: Faire Erzeugerpreise werden zur Existenzfrage

Jahresbilanz: Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG stellt Weichen für mehr Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit

Ein schwieriges Marktumfeld, hoher Preis- und Wettbewerbsdruck, der auch politisch verursacht wurde und eine weitere Verschlechterung der Wettbewerbssituation gegenüber ausländischen Wettbewerbern zur Folge hat, haben das Geschäftsjahr 2025 von Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG geprägt. Deutlich rückläufige Warenmengen und nicht kostendeckende Durchschnittspreise machen 2025 zu einem desaströsen Jahr für den heimischen Gemüseanbau in der Pfalz. Gleichzeitig richtet Pfalzmarkt eG den Blick nach vorne: Der Start in das Geschäftsjahr 2026 verlief positiv. Die ersten Wochen und der Saisonstart entwickelten sich gut, sodass Pfalzmarkt aktuell auf einem etwas höheren Niveau als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum liegt. Die Erzeugerpreise erreichen allerdings weiterhin nicht das Niveau, um die rasant gestiegenen Kosten zu decken. Angesichts weiterhin stark steigender Produktionskosten – vor allem für Diesel und beim Mindestlohn – und Erzeugerpreisen, die zwar über denen von 2025 liegen, aber weiterhin nicht mit der Kostenexplosion im Anbau Schritt halten, stellt Pfalzmarkt eG sich mittlerweile die Frage: „Ist der heimische Obst- und Gemüseanbau überhaupt noch gewollt?“

Mutterstadt, 2. Oktober 2026 – Ein schwieriges Marktumfeld, hoher Preis- und Wettbewerbsdruck sowie eine politisch verursachte, weitere Verschlechterung der Wettbewerbssituation gegenüber ausländischen Wettbewerbern haben das Geschäftsjahr 2025 von Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG geprägt. In 2026 setzt sich der massive Kostendruck im heimischen Anbau fort. Trotz eines guten Saisonstarts und einer aktuell leicht verbesserten Geschäftsentwicklung bleibt die Lage für viele Erzeugerbetriebe schwierig. Die zentrale Frage für Pfalzmarkt eG lautet deswegen, wie sich die wirtschaftliche Erzeugung von frischem Obst und Gemüse mit kurzen Wegen zum Handel und den bundesweiten Verbrauchern unter diesen Rahmenbedingungen dauerhaft sichern lässt.

Umsatzerlöse des Konzerns liegen bei 274,4 Mio. Euro

Die Umsatzerlöse des Konzerns beliefen sich im Geschäftsjahr 2025 auf insgesamt 274,4 Mio. Euro. Im Vergleich zu 322 Mio. Euro im Vorjahr 2024 entspricht dies einem Rückgang von 14,8 Prozent. Der reine Warenumsatz verringerte sich von 264 Mio. Euro im Jahr 2024 auf 232 Mio. Euro im Jahr 2025. Dies entspricht einem Minus von 12,1 Prozent. Ursächlich hierfür waren insbesondere die um 11,8 Prozent geringere Warenmenge sowie ein über alle Produkte hinweg um 3,4 Prozent niedrigerer Durchschnittspreis als in 2024.

Warenmenge sinkt um 11,8 Prozent auf rund 203.000 Tonnen

Insgesamt verringerte sich die über Pfalzmarkt vermarktete Warenmenge 2025 gegenüber dem Vorjahr um 11,8 Prozent. Nach 230.000 Tonnen im Geschäftsjahr 2024 wurden 2025 nur rund 203.000 Tonnen vermarktet.

PRESSEINFORMATION

Das Jahr 2025 war für den Obst- und Gemüseanbau in der Pfalz trotz insgesamt günstiger Anbaubedingungen wirtschaftlich anspruchsvoll. Bereits der Markteinstieg zum Saisonstart erwies sich als herausfordernd. Stabile und für die Erzeugung günstige Wetterbedingungen sorgten in Südeuropa für ein hohes Warenangebot. Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) stellte seine Sortimente deshalb erst verzögert auf deutsche Produkte um.





Bildunterschriften: Faire Erzeugerpreise werden für Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG zur Existenzfrage für den heimischen Anbau. Ein schwieriges Marktumfeld, hoher Preis- und Wettbewerbsdruck haben das vergangene Geschäftsjahr geprägt. Deutlich rückläufige Warenmengen und nicht kostendeckende Durchschnittspreise machen 2025 zu einem desaströsen Jahr für den heimischen Gemüseanbau in der Pfalz. Gleichzeitig richtet Pfalzmarkt eG den Blick nach vorne: Der Start in das Geschäftsjahr 2026 verlief positiv im Anbau. Doch die Erzeugerpreise erreichen weiterhin nicht das Niveau, um die rasant gestiegenen Kosten zu decken. Im Bild von links: Christian Deyerling Pfalzmarkt-Aufsichtsratsvorsitzender zusammen mit Reinhard Oerther (Vorstand Vertrieb) und Hans-Jörg Friedrich (Vorstand Organisation). Bildnachweise: Pfalzmarkt eG

Als die Vermarktung heimischer Ware an Fahrt aufnahm, hatten auch andere deutsche Obst- und Gemüseanbauregionen ihre produktive Phase erreicht. Der natürliche klimatische Vorsprung der Pfalz konnte deshalb nicht im gewohnten Umfang genutzt werden. Die erhofften frühsaisonalen Erlöse blieben aus und konnten im weiteren Jahresverlauf weder im Sommer noch im Spätjahr aufgeholt werden.

Schwierige Witterung führt zu Qualitäts- und Vermarktungsproblemen

Nach einer sommerlichen Phase mit erhöhtem Wettbewerbs- und Preisdruck war der frühe Herbst durch feuchte Witterungsbedingungen geprägt. Diese begünstigten insbesondere pilzliche Erreger und führten bei verschiedenen Kulturen im weiteren Saisonverlauf zu erheblichen qualitativen Beeinträchtigungen und entsprechenden Vermarktungsproblemen.

Hohe Reklamationsquoten und damit verbundene Erlösausfälle belasteten die wirtschaftliche Entwicklung zusätzlich. Verschärft wurde die Situation dadurch, dass für verschiedene Kulturen geeignete Pflanzenschutzmittel nicht in ausreichendem Umfang zur Verfügung standen. Bei einzelnen Kulturen musste die Saison deshalb früher als ursprünglich geplant beendet werden.

Auch bei den Erzeugerbetrieben treffen steigende Kosten auf rückläufige Erlöse

Die Entwicklung ist für die Erzeugerbetriebe besonders problematisch, weil den rückläufigen Erlösen weiterhin steigende Produktions- und Personalkosten gegenüberstehen. Während Warenmenge und Durchschnittspreise 2025 nachgaben,

erhöht sich insbesondere der Kostendruck durch steigende Löhne und weitere betriebliche Aufwendungen.

Christian Deyerling, Aufsichtsratsvorsitzender von Pfalzmarkt eG: „Wenn Warenmengen und Erlöse zurückgehen, gleichzeitig aber die Kosten für unsere Erzeuger weiter steigen, geraten die Betriebe von zwei Seiten unter Druck. Unsere zentrale Aufgabe muss deshalb sein, die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Erzeugung zu sichern. Denn am Ende geht es um die wirtschaftliche Existenz unserer Mitgliedsbetriebe und damit auch um die Frage, ob wir langfristig noch frisches Obst und Gemüse aus heimischem Anbau haben werden."

„Ist deutsche Landwirtschaft überhaupt noch gewollt?"

Da die Politik die ungleichen Wettbewerbsbedingungen durch die aktuelle Mindestlohn- und Energiepolitik verschärft, gleichzeitig eine frische und krisensichere Frischeversorgung fordert, stellt sich für Reinhard Oerther, Vorstand Vertrieb bei Pfalzmarkt eG, zunehmend die Grundsatzfrage: „Wir fragen uns, ob die Erzeugung von Obst und Gemüse in Deutschland unter den derzeitigen Rahmenbedingungen überhaupt noch gewollt ist. Unsere Betriebe produzieren frische Lebensmittel direkt vor der Haustür, erfüllen hohe Qualitäts-, Umwelt- und Sozialstandards und stehen gleichzeitig im Wettbewerb mit Importware, die teilweise unter völlig anderen Kostenstrukturen erzeugt wird."

Die zentrale Herausforderung bestehe darin, angemessene Erzeugerpreise am Markt durchzusetzen. Oerther: „Wie bekommen wir faire Preise für unsere Waren, die den tatsächlichen Aufwand unserer Erzeuger widerspiegeln? Wenn unsere Kosten dauerhaft steigen, die Erzeugerpreise diese Entwicklung aber nicht nachvollziehen, geht es irgendwann nicht mehr um einzelne Kulturen, sondern um die wirtschaftliche Existenz unserer Mitgliedsbetriebe. Und damit schlussendlich um die Zukunft des heimischen Obst- und Gemüseanbaus in der Pfalz und ganz Deutschland."

Mindestlohnerhöhungen in 2025, 2026 und 2027 verschärfen Kostendruck weiter

Ein wesentlicher Kostenfaktor bleibt die Entwicklung der Lohnkosten. Der gesetzliche Mindestlohn stieg von 12,41 Euro im Jahr 2024 auf 12,82 Euro im Jahr 2025. Seit dem 1. Januar 2026 beträgt er 13,90 Euro und zum 1. Januar 2027 steigt er auf 14,60 Euro brutto je Zeitstunde. Gerade für den arbeitsintensiven Obst- und Gemüsebau und insbesondere für Bündelkulturen bedeutet dies erhebliche zusätzliche Kosten. Zwischen 2024 und 2027 erhöht sich der gesetzliche Mindestlohn damit insgesamt um rund 17,6 Prozent. Bezieht man sich auf die vergangenen fünf Jahre, ist der gesetzliche Mindestlohn um mehr als 40 Prozent gestiegen – von 9,82 Euro Anfang 2022 auf aktuell 13,90 Euro.

Pfalzmarkt reagiert mit Kostensenkungsprogramm

Pfalzmarkt eG will auf die veränderten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mit einem konsequenten Kostensenkungsprogramm reagieren. Strukturen und Geschäftsprozesse sollen überprüft und weiter optimiert werden, um die Wettbewerbsfähigkeit der Genossenschaft und damit mittelbar auch ihrer Mitgliedsbetriebe langfristig zu stärken. Pfalzmarkt-Vorstand Hans-Jörg Friedrich erklärt: „Wir können nicht darauf warten, dass die Politik unsere Probleme für uns löst. Wir müssen uns selbst helfen. Dazu gehört, dass wir unsere eigenen Kostenstrukturen

konsequent überprüfen und effizienter werden. Gleichzeitig müssen wir gemeinsam mit unseren Partnern im Handel Lösungen finden, mit denen eine wirtschaftlich tragfähige heimische Produktion weiterhin möglich bleibt."

Dienstleistungsgeschäft wird als wichtiges Standbein weiter ausgebaut

Parallel zur Kostenoptimierung soll das Dienstleistungsgeschäft auch in den kommenden Jahren als ergänzendes Standbein konsequent weiterentwickelt werden. Damit verfolgt Pfalzmarkt eG zwei strategische Stoßrichtungen: die Optimierung der eigenen Kosten und Prozesse auf der einen sowie die Erschließung zusätzlicher Erlös- und Geschäftspotenziale auf der anderen Seite.

Neues Warenwirtschaftssystem schafft Grundlage für effizientere Prozesse

Mit der Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems hat Pfalzmarkt eG im Geschäftsjahr 2025 einen weiteren wichtigen Schritt zur Modernisierung und Digitalisierung zentraler Geschäftsprozesse vollzogen.

Genossenschaftsstrukturen gestrafft – Mitgliederbestand bereinigt

Auch innerhalb der Genossenschaft wurden die Strukturen im Geschäftsjahr 2025 weiterentwickelt, verbunden mit dem Ziel, den Verwaltungsaufwand innerhalb der Genossenschaft zu straffen. Die Generalversammlung von Pfalzmarkt eG hatte im Frühjahr 2025 beschlossen, den Beirat als eigenständiges Genossenschaftsgremium künftig nicht weiter zu bestellen. Dessen Aufgaben übernahm im Laufe des Jahres der Aufsichtsrat, der um einen Ausschuss ergänzt und auf elf Mitglieder erweitert wurde. Im Zuge einer Bereinigung des Mitgliederbestands reduzierte sich die Zahl der Mitglieder auf aktuell 370 Mitglieder. Davon sind 90 aktive Erzeugerbetriebe.

Vielfalt aus dem Gemüsegarten Pfalz

Von A wie Apfel bis Z wie Zwiebel bietet Pfalzmarkt eG seinen Handelspartnern ein breites Sortiment an frischem Obst und Gemüse aus der Pfalz. Insgesamt umfasst das Angebot aktuell rund 120 verschiedene Frischeprodukte mit 15.000 Artikelvarianten.

Zu den mengenstärksten Produkten im Geschäftsjahr 2025 zählten Radieschen

Die besondere klimatische Lage sowie die Möglichkeiten zur bedarfsgerechten Bewässerung bleiben wesentliche Standortvorteile des Gemüsegartens Pfalz. Gleichzeitig hat das Geschäftsjahr 2025 gezeigt, dass natürliche Standortvorteile allein die zunehmenden wirtschaftlichen Wettbewerbsnachteile gegenüber internationalen Anbietern nicht kompensieren können. Zu den TOP 3 der meistverkauften Gemüsesorten zählten 2025 bei Pfalzmarkt eG: Radieschen, Suppengrün und Bundzwiebeln.

2026 gut gestartet – Erzeugerpreise bleiben zentrale Herausforderung

Nach dem schwierigen Geschäftsjahr 2025 ist Pfalzmarkt eG gut in die Saison 2026 gestartet. Die ersten drei Wochen nach dem Saisonstart verliefen positiv. Die aktuelle Geschäftsentwicklung liegt damit auf einem etwas höheren Niveau als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum. Obwohl Anbieter aus Südeuropa und anderen Teilen Deutschlands die Produktion – aufgrund einer langanhaltenden Hitzeperiode im Sommer – teilweise aussetzen beziehungsweise einstellen mussten, konnte die Pfalz weiterhin den Versorgungsauftrag erfüllen und frisches Obst und Gemüse liefern!

PRESSEINFORMATION

Dennoch bleibt die wirtschaftliche Situation für die Erzeuger angespannt, weil die Erzeugerpreise weiterhin nicht die Kostensteigerungen decken. Infolge der Hitze ist der Aufwand für Personal, Wasser und Energie nochmals deutlich gestiegen. Ein Großteil dieser Kosten wird sich erst am Ende des Jahres vollständig erfassen lassen.

Hans-Jörg Friedrich, Vorstand Organisation bei Pfalzmarkt eG: „Ein guter Saisonstart ist wichtig und gibt uns Rückenwind. Er darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für unsere Erzeuger grundlegend verändert haben. Entscheidend wird sein, dass wir für heimische Qualität auch Preise erzielen, die eine wirtschaftlich nachhaltige Produktion ermöglichen."

Ausblick: Faire Erzeugerpreise werden immer stärker zur Existenzfrage

Für Pfalzmarkt eG stehen 2026 und 2027 deshalb im Zeichen von Effizienz, Kostenkontrolle und der Sicherung wirtschaftlich tragfähiger Erzeugerpreise. Reinhard Oerther: „Wir stehen vor enormen Herausforderungen. Wir können nicht davon ausgehen, dass die Politik diese Probleme für uns lösen wird. Wir müssen uns selbst helfen – indem wir effizienter werden, neue Geschäftsmöglichkeiten erschließen und gemeinsam mit unseren Partnern im Handel Lösungen finden, die eine wirtschaftliche heimische Produktion weiterhin möglich machen."

Dabei gehe es nicht allein um Pfalzmarkt oder einzelne landwirtschaftliche Betriebe. Oerther: „Am Ende geht es um die Frage, welchen Wert regional erzeugte, frische Lebensmittel für uns haben. Wenn wir auch in Zukunft Obst und Gemüse aus heimischem Anbau haben wollen, müssen unsere Erzeuger wirtschaftlich existieren können. Dafür brauchen wir faire Wettbewerbsbedingungen und vor allem für unser nicht mit Auslandsware vergleichbares Frischeplus bei Obst und Gemüse auch auskömmliche Erzeugerpreise."

Weitere Informationen über Pfalzmarkt eG

Vor fast 40 Jahren begann eine besondere Erfolgsgeschichte: Mehr als 4.200 Genossenschaftsmitglieder schlossen sich zur „Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG" zusammen. Im April 1988 wurde in Mutterstadt die aktuell größte Handelsplattform für selbst erzeugtes Obst und Gemüse offiziell eröffnet. Heute hat die „Pfalzmarkt eG" 370 Mitglieder und konzentriert – als Vertriebs-, Vermarktungs- und Qualitätsgemeinschaft – die Kräfte seiner derzeit 90 aktiven Erzeuger.

Den Pfalzmarkt in Mutterstadt verlassen täglich bis zu 250 LKW mit insgesamt 8.000 Paletten Obst und Gemüse. Geliefert wird in alle Regionen Deutschlands und Europas. Ein wichtiger Erfolgsbaustein ist die intelligente Arbeitsteilung. Die Pfalzmarkt-Erzeuger können sich vollständig auf die Obst- und Gemüseproduktion konzentrieren. „Ihre" Pfalzmarkt eG kümmert sich um die Qualitätssicherung, die komplette Frischelogistik und Lagerung sowie den Verkauf und Vertrieb der erntefrischen Waren. Dies reduziert den organisatorischen, zeitlichen und finanziellen Aufwand und ermöglicht eine hohe Umschlagsgeschwindigkeit bei den Frischerzeugnissen.

Aufgrund der intelligenten Arbeitsteilung in der Gemeinschaft ist es möglich, dass die Ware bereits wenige Stunden nach der Ernte vom „Pfälzer Acker" bundesweit auf dem Weg in den Handel zu finden ist. Das gilt für aktuell 120 verschiedene Artikel im Saisonkalender. Die Genossenschaft sowie all ihre Mitgliedsbetriebe setzen seit jeher auf unabhängige, national und international bewährte und anerkannte Anbau- und Lebensmittelsicherheitsstandards, wie zum Beispiel IFS, QS, Regionalfenster und diverse Regionalsiegel der Länder Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und Hessen. Jährliche Betriebskontrollen und Audits, eine ununterbrochene Rückstandsüberwachung und die fortlaufenden Warenkontrollen garantieren die Sicherheit von Produkten. Klimatisch profitiert die Pfalz, als das größte Gemüseanbaugebiet Deutschlands, von wichtigen Standortvorteilen: Im Vergleich zu anderen

PRESSEINFORMATION

Regionen beginnt die Ernte der Frischgemüse und Salate rund vier Wochen früher. Eine geschickte Bewässerung durch Regenanlagen sorgt selbst in Trockenzeiten für die ständige Verfügbarkeit der Ware und verlängert zudem die Saison im Herbst um etwa weitere drei Wochen.

Bei der Gründung von Pfalzmarkt eG lag die Anbaufläche für Gemüse in Rheinland-Pfalz bei knapp 7.000 Hektar. Die bewirtschaftete Gesamtanbaufläche für frisches Obst und Gemüse liegt im Gemüsegarten Pfalz in der Saison 2023 mit rund 18.000 Hektar weitgehend auf dem Niveau des Vorjahres. Neben den guten Böden und dem milden Klima, als natürliche Standortvorteile der Pfalz, bieten das Beregnungskonzept und die Bündelung der Vermarktungskapazitäten durch „Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG“ beste Voraussetzungen für die weitere positive Entwicklung in Deutschlands Gemüsegarten Nummer 1, der Pfalz.

Pressekontakt

Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG, Neustadter Straße 100, 67112 Mutterstadt

Björn Wojtaszewski, Telefon 06321 491298, E-Mail bw@prpluscom.de