

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 1/2014

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt

Eine Region wächst zusammen!

FUSIONSURKUNDE

Auf Beschluss der Mitgliederversammlung am 19. und 20. November 2013 wurde der Obst- und Gemüsegroßmarkt Maxdorf-Lamsheim eG und der Pfalzmarkt für Obst- und Gemüse eG zusammengeschlossen.



Die Fusion tritt mit sofortiger Wirkung in Kraft.

Dannstadt, den 28. März 2014

Happy End und starker Auftakt

Fusion mit OGM Maxdorf

Obst braucht neue Impulse!

Konsumforscher Helmut Hübsch über Snacks, Äpfel und Lippenbekenntnisse

Gemüse mit Terroir-Charakter

Wie der Pfalzmarkt von den Pfälzer Böden profitiert

PfalzMarkt



04

TITELTHEMA:

Happy End und starker Auftakt

Die Fusion mit OGM Maxdorf, Kurz-Interview mit Ingo Kärcher, die neuen Maxdorfer Räte **04**

Achtung Kontrolle! **08**
Die Regelungen zu Arbeitszeit und Arbeitsschutz

SERVICE

Ihre Ansprechpartner im Vertrieb **10**
Unsere Einkäufer und Produktberater

Was Hänchen lernt, kauft Hans gern ein **12**
Chancen des Schulobst-Programms

Raus aufs Land! **13**
Neue Kampagne von „Deutschland – mein Garten“

Gemüse mit Terroir-Charakter **14**
Wie der Pfalzmarkt von den Pfälzer Böden profitiert

Pfalzmarkt News **16**

Obst braucht neue Impulse! **18**
Konsumforscher Helmut Hübsch über Snacks, Äpfel und Lippenbekenntnisse



08



18

DAS PFALZMARKT GEWINNSPIEL
Gewinnen & Genießen
Auf der Rückseite des Heftes!

SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE

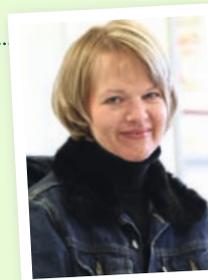
Frühlingsbote aus dem Garten: Rhabarber **20**
Das Rezept von „Casino im Pfalzmarkt“-Chef Jürgen Schleicher

IMPRESSUM

Herausgeber:
Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG · Neustadter Straße 100 · 67112 Mutterstadt
Telefon: 06231/408-0 · Fax 06231/408-222 · www.pfalzmarkt.de

Konzept, Text und Gestaltung:
srg werbeagentur ag, Mannheim

Druck: Printart GmbH, Dannstadt



Angelika Isaac
☎ 06231/408-202
✉ a.isaac@pfalzmarkt.de

Vorstandssekretariat
und Koordination des
PFALZMARKT Journals

„Aus gutem Grund - eine Region wächst zusammen“

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

warum essen die Deutschen nicht mehr Obst und Gemüse, obwohl sie es sich regelmäßig vornehmen und wissen, dass es ihnen gut täte? Unter anderem, weil sich die Verzehrgeohnheiten in unserer Gesellschaft generell ändern, sagt Helmut Hübsch von der GfK in Nürnberg – hin zu Convenience-Produkten. Ob und wie sich am Konsumverhalten der Verbraucher etwas zugunsten einer gesunden Ernährung ändern lässt, lesen Sie ab Seite 18.

Um erreichte Ziele geht es bei unserer Titelgeschichte über unsere gelungene Fusion mit der OGM Maxdorf. Schön, dass wir nach gar nicht so langer Verlobungszeit nun Hochzeit feiern durften, um es im übertragenen Sinne zu formulieren. Bereits die vergangenen zwei Jahre der Kooperation haben gezeigt, was wir aneinander haben und dass wir einander starker Halt sind. Wir freuen uns auf die Jahre, die vor uns liegen – und auf vorzeigbare Ergebnisse dieser fruchtbaren Verbindung.

Fruchtbar sind die Böden der Vorderpfalz – unser großartiges Klima und



die Beregnung tun alles Weitere, um unser Gebiet zu einem der besten Gemüseanbaugebiete Deutschlands zu machen. Heraus kommt Gemüse mit „Terroir-Charakter“, wie Sie ab Seite 14 lesen können. „Die Böden sind noch die größte Konstante“, sagt Pfalzmarkt-Erzeuger Martin Steig, viel größere Unwägbarkeiten drohten unter anderem vom Wetter. War der Saisonbeginn vergangenes Jahr äußerst spät, ist es dieses Jahr sehr früh so weit. 2013 führten die geringeren Erträge zu guten Preisen und damit zu einem besseren Umsatz für uns. Auf die Preisentwicklung 2014 darf man gespannt sein.

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

Trauth

Johannes Trauth,
Geschäftsführung

Dr. Markus Nöthen

Dr. Markus Nöthen,
Geschäftsführung



FUSION MIT OGM MAXDORF

Happy End und starker Auftakt



NEU in den Gremien

Die neuen Aufsichtsräte und Beiräte aus Maxdorf in Steckbriefen auf dieser und den nächsten Seiten kurz vorgestellt:

„Warum Pfalzmarkt? Nur in der Gemeinschaft können wir eine starke Position gegen den Handel beziehen.“



NAME: Joachim Knoll
ORT: Lamsheim (Betrieb in der 4. Generation in Familienbesitz)
AUSBILDUNG: Gärtnermeister
FUNKTION IM PFALZMARKT: Aufsichtsrat
ANBAUFLÄCHE: 32 Hektar
(HAUPT-/)PRODUKTE: Blumenkohl, Bunte Salate, Romana, Endivie, Kohlrabi, Kartoffeln, Zwiebeln
ANZAHL MITARBEITER: 20 Saisonarbeitskräfte pro Jahr

Im Februar 2011 hatten Pfalzmarkt und OGM Maxdorf beschlossen, eine Kooperation einzugehen und das operative Geschäft zusammenzulegen. Das angepeilte Ziel über kurz oder lang: die Fusion. Am 28. März 2014 fand der feierliche Akt statt, bei dem die Vorstände und die Aufsichtsratsvorsitzenden der beiden Erzeugergemeinschaften die Fusionsverträge noch einmal öffentlich besiegelten.

Die Idee, gemeinsam Stärke zu zeigen, bestand allerdings schon deutlich länger: Bereits bei der Gründung der Pfalzmarkt eG 1987 in Mutterstadt stimmten die Erzeuger der OGM Maxdorf-Lamsheim eG darüber ab, ob sie wie die OGM Schifferstadt eG und die OGM Landau-Hatzenbühl eG zur neuen Pfalzmarkt eG fusionieren wollten. Damals konnten sich die Maxdorfer Erzeuger nicht dazu durchringen, die Zwänge des Marktes waren auch noch nicht so groß wie heute. In den vergangenen 25 Jahren jedoch hat sich die Macht des Lebensmitteleinzelhandels immer mehr konzentriert – um dagegenzuhalten, müssen sich auch die Erzeuger neu aufstellen. Vor diesem Hintergrund und nach intensiven Bemühungen von beiden Seiten war der Kooperationsvertrag zwischen OGM Maxdorf und Pfalzmarkt 2011 zustande gekommen.



Reges Interesse: Zahlreiche Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Presse sowie die Pfalzmarkt Aufsichtsräte, Beiräte und viele Erzeuger kamen zur Unterzeichnung der Fusionsverträge.

„Als Pfalzmarkt-Mitglied profitiere ich von der Bündelung des Warenangebotes. Außerdem kann ich mich auf die Betriebsabläufe in Sachen Produktion und Qualität konzentrieren, weil mir Verkauf, Leergutvorhaltung und Rechnungsstellung vom Pfalzmarkt abgenommen werden.“

NAME: Torsten Stähler
ORT: Lamsheim (Betriebsgründung 1976 durch Eltern)
AUSBILDUNG: Gärtnermeister
FUNKTION IM PFALZMARKT: Beirat
ANBAUFLÄCHE: ca. 55 Hektar
(HAUPT-)PRODUKTE: Salate, Blumenkohl, Romanesco, Kohlrabi, Kartoffeln
ANZAHL MITARBEITER: 2 aus der Familie, 12 Saisonarbeitskräfte



Nicht nur die Braut hat sich getraut

Die positiven Auswirkungen zeigten sich bald nachdem mit dem 1. Januar 2012 das operative Vermarktungsgeschäft (die Kontrolle blieb in Maxdorf), das Rechnungswesen und die bestehenden Verträge der OGM Maxdorf an den Pfalzmarkt übergegangen waren: Ein gemeinsames Betriebssystem, Synergieeffekte bei der Anlieferung und Abholung der Waren sowie bei der Bestellung von Verpackungsmaterial erwiesen sich wie erwartet als kosten- und zeitsparend. Die Strukturen der beiden Genossenschaften sind also schon eng verwoben, die Unterzeichnung des Fusionsvertrages ist wie eine Hochzeit nach längerer Verlobung.

Das Abstimmungsergebnis zur Fusion bei der Generalversammlung der OGM Maxdorf am 19. November 2013 war mit 95 Prozent Zustimmung denn auch eindeutig. Die Generalversammlung der Pfalzmarkt eG stimmte der Fusion am folgenden Tag einstimmig zu. Pfalzmarkt-Vorstand Johannes Trauth erklärt: „Wir versprechen uns zwar in einem vom Wettbewerb um den besten Preis geprägten Markt keine blühenden Landschaften, aber die umfassendere Bündelung der Ware wird dazu führen, das Angebot zu stabilisieren und die Verfügbarkeit gegenüber den Kunden zu verbessern.“



Pfalzmarkt in Zahlen

Maxdorf

110 Erzeuger

13 bis 14 Millionen Euro Umsatz/Jahr

18.000 Tonnen Obst und Gemüse Volumen

Pfalzmarkt

rund 200 Erzeuger

158 Millionen Euro Umsatz 2012

200.000 Tonnen Volumen



„Wir sind schon ineinander verwoben.“

Ingo Kärcher war seit 1. April 2010 Geschäftsführer der OGM Maxdorf, hat die Kooperation mit dem Pfalzmarkt begleitet und die Fusion mit vorbereitet. Seit der Fusion ist er Niederlassungsleiter der Pfalzmarkt-Außenstelle Maxdorf.

Herr Kärcher, was bedeutet die Fusion für die Maxdorfer Erzeuger?

Mit der Zustimmung der Vorstände und der Generalversammlung ist die Verschmelzung zweier ehemals konkurrierender Unternehmen Realität geworden. Natürlich haben wir uns in den zwei Jahren der Kooperationsphase bereits einander genähert, spätestens seit Einführung der gemeinsamen Buchhaltung waren wir ja faktisch das gleiche Unternehmen. Aber natürlich ist dieser letzte Schritt, die rechtlich abgesicherte Fusion, noch mal ein starkes Signal.

Gibt es neue Strukturen innerhalb der alten Zentrale und neuen Außenstelle?

Nicht wirklich. Unsere 21 Mitarbeiter haben die gleichen Aufgaben wie zuvor, sei es bei der Warenannahme, der Kommissionierung, im Leergut oder im Lager. Unsere Logistik hat sich durch die Fusion nicht verändert.

Welche neuen Aufgaben stellen sich?

Die Maxdorfer Erzeuger sind nun vollständig in den Pfalzmarkt-Kreislauf integriert, das bedeutet, dass sie neue Erzeugernummern erhalten, die sie für die Warenlieferung und die Geschäftsabschlüsse benötigen. Ansonsten haben wir unsere Geschäfte in den vergangenen zwei Jahren schon so ineinander erworben, dass die Fusion keine weiteren Neuerungen bedeutet. Als Niederlassungsleiter sehe ich mich als Bindeglied zwischen Maxdorf und Mutterstadt. In enger Zusammenarbeit mit den Vorständen möchten wir den Markt weiterentwickeln. Nun geht es darum, unsere Stärke als Team, unsere gute Kooperation, den respektvollen Umgang miteinander weiter umzusetzen. Mit der Abstimmung ist es nicht getan, wir müssen unser lösungsorientiertes Arbeiten in der Praxis unter Beweis stellen und weiter vorantreiben. Die Stellung der Pfalz ist im Gemüsebau einzigartig – diese starke Positionierung müssen wir alle gemeinsam ausfüllen!



„Der Pfalzmarkt ist ein zuverlässiger Partner für den Verkauf unserer Waren.“

NAME: Werner Steuer
 ORT: Lamsheim
 AUSBILDUNG: Gemüsegärtner
 FUNKTION IM PFALZMARKT: Aufsichtsrat
 ANBAUFLÄCHE: 35 Hektar
 (HAUPT-/)PRODUKTE: Kohlrabi, Blumenkohl, Stangenbohnen
 ANZAHL MITARBEITER: 25 Saisonkräfte pro Jahr

„Gerade kleine und mittlere Betriebe sind auf einen starken Partner bei der Vermarktung ihrer Produkte angewiesen.“



NAME: Andreas Kempf
 ORT: Lamsheim (Betrieb seit mehreren Generationen in Familienbesitz)
 AUSBILDUNG: Gärtnermeister
 FUNKTION IM PFALZMARKT: Im Beirat des Pfalzmarkts
 ANBAUFLÄCHE: 35 Hektar
 (HAUPT-/)PRODUKTE: Blumenkohl, Stangenbohnen
 ANZAHL MITARBEITER: 80 Saisonkräfte pro Jahr

ARBEITSZEITREGELUNG/ARBEITSSCHUTZ

Achtung

In der nächsten Zeit müssen Erzeuger vermehrt mit Besuchen der Gewerbeaufsicht rechnen, die überprüft, ob die gesetzlichen Bestimmungen zu Arbeitszeit und Arbeitsschutz eingehalten werden.

Auf einer Informationsveranstaltung zum Thema „Arbeitsschutz in der Landwirtschaft“ Anfang des Jahres in Alzey betonte Thomas Schott von der Struktur- und Genehmigungsdirektion Süd die Bedeutung der Arbeitsschutz-Regelungen und erläuterte diese. Besondere Aufmerksamkeit widmete er dabei dem Arbeitszeitgesetz, das auch in der Landwirtschaft mit ihren besonderen Anforderungen nicht ignoriert werden dürfe.

Die tägliche Arbeitszeit (montags bis samstags) etwa darf nur dann von acht auf zehn Stunden verlängert werden, wenn innerhalb von 24 Wochen ein Zeitausgleich erfolgt, sodass sich in der Summe für den gesamten Zeitraum ein Acht-Stunden-Tag bzw. eine 48-Stunden-Woche ergibt. Eine Verlängerung auf zwölf Stunden können Saisonbetriebe bei der Gewerbeaufsicht beantragen – wenn die Arbeitszeit im folgenden halben Jahr so reduziert wird, dass im Durchschnitt acht Stunden täglich herauskommen. Als Beispiele nannte Schott die Spargelerte oder Weinlese. Nur in Notfällen, die „unabhängig vom Willen der Betroffenen“ eintreten, darf von diesen Bestimmungen abgewichen werden.

Der Durchschnitt zählt

Und auch wenn die ununterbrochene Ruhezeit in der Landwirtschaft von elf auf zehn Stunden gesenkt werden darf, so doch nur, wenn danach innerhalb von vier Wochen auf zwölf erhöht wird. Durchgearbeitete Sonn- oder Feiertage sind erlaubt – wenn binnen zwei Wochen bei Sonntagen und acht Wochen bei Feiertagen Ersatztage eingehalten werden. Das Arbeitszeitgesetz gilt außer für Selbstständige, Jugendliche und werdende Mütter ausnahmslos für alle – auch für Saisonkräfte. Und hier zeigen sich am deutlichsten die Reibungspunkte zwischen Gesetzgebung und Realität. Sowohl die Erzeuger als auch die Saisonkräfte schütteln den Kopf über die Bestimmungen und kämpfen mit ihrer Einhaltung. Befürchten die Erntehelfer Einbußen im Einkommen, müssen Erzeuger mit mehr Personal kalkulieren, um die Hochphasen – also fast die ganze Saison – zu bedienen.

Die Gesetzgebung soll die Gesundheit der Beschäftigten schützen, ein wichtiges Ziel. Aber ist es für den Gemüsebau in der jetzigen



Kontrolle!

Form anwendbar? Hermann Reber, Vorsitzender der Fachgruppe Gemüsebau beim Bauernverband Rheinland-Pfalz Süd, fordert mehr Flexibilität beim Thema Arbeitszeit. Deswegen dringt die Gruppe aktuell im Bund auf Sonderregelungen für Saisonarbeiter. Solange jedoch keine Änderungen der Gesetze in Sicht sind, müssen sich die Erzeuger unbedingt an diese halten, wollen sie keine satten Bußgelder zahlen. Pro Fall kann das Bußgeld bis zu 15.000 Euro betragen.

Dokumentieren bitte!

Thomas Schott wies am Informationsabend in Alzey darauf hin, dass es regelmäßig unangekündigte Inspektionen geben werde und unterrichtete über die Erwartungen der Gewerbeaufsicht an die Erzeuger: So sollen beispielsweise die Betriebe noch in diesem Frühjahr Gefährdungsbeurteilungen und Betriebsanweisungen erstellen – letztere in der Sprache der Beschäftigten. Detaillierte Infos zum Arbeitsschutz allgemein und zum Arbeitszeitgesetz im Speziellen finden Sie auf der Internetseite des Pfalzmarktes oder direkt bei der Gewerbeaufsicht.



Ruhepausen einhalten!

Ab dem 1. September 2014 müssen Berufskraftfahrer fünf Schulungen absolvieren, in denen sie Themen wie Frachtsicherung oder die sozialen Vorschriften – etwa die Regelung von Ruhepausen – erlernen. Alle fünf Jahre müssen sie diese Schulungen zudem wiederholen. Warum das für den Pfalzmarkt relevant ist? „Für die unsachgemäße Sicherung von Frachten und das Einhalten der Transportvorschriften wird eben nicht nur der Fahrer, sondern auch der Halter und vor allem der Verloader und Disponent haftbar gemacht“, erklärt Franz Josef Mayer, Pfalzmarkt-Chef-Logistiker. Ist der LKW sauber, ist er verkehrstauglich und hält der Fahrer seine Ruhezeiten ein? All das geht auch den Pfalzmarkt als verantwortlichen Verloader mehr als nur ein bisschen an – drohen doch sonst hohe Bußgelder. Kontrollen werden auf der Straße vom Bundesaufsichtsamt für Güterkraftverkehr, an den Verladestationen durch die Gewerbeaufsicht durchgeführt. Und Mayer rechnet vermehrt mit solchen, denn: „Ab Einführung der Schulungen ab September kann kein Fahrer mehr behaupten, er habe von nichts gewusst.“

BEISPIEL:

8 Wochen an 6 Arbeitstagen (von Mo bis Sa je 10 h/Tag)
 = 60 h/Woche
 = 12 h Mehrarbeit/Woche = 96 h Mehrarbeit

anschließend:

12 Wochen lang 8 h/Tag an 5 Werktagen
 = 40 h/Woche = 8 h Zeitausgleich/Woche
 12 h x 8 h/Woche = 96 h Zeitausgleich

FAZIT: Mehrarbeit wurde ausgeglichen!



SERVICE

Ihre Ansprechpartner

Telefoniert haben Sie sicher schon mit einigen unserer Produktberater. Und sich vielleicht auch mal gefragt, wie eigentlich das Gesicht zu der Stimme aussieht, die gerade 15 Paletten Brokkoli bei Ihnen bestellt hat. We proudly present: unsere Damen und Herren in Einkauf und Verkauf.

HATZENBÜHL



Wolfgang Ditsch
☎ 06231/408-355
☎ 0176/10 408-357

Lauch, Kernobst, Obst, Bio-Produkte*, Karotten*, Pastinaken*, Steinobst*, Beerenobst*, Rot-/Weißkohl*, Wirsing*, Rettich schwarz*



Sebastian Dorsch
☎ 06231/408-117
☎ 0176/10 408-117

Mini-Romana, Bio-Produkte, Pastinaken, Wurzelpetersilie, Rettich schwarz*, HZB* (Weiß-/Rotkohl, Wirsing)



Karl-Heinz Jäger
☎ 06231/408-352
☎ 0176/10 408-352

Karotten, Rettich schwarz, Steinobst, Beerenobst, Bio-Produkte*, Pastinaken*, Lauch*, Kernobst*, Rot-/Weißkohl*, Wurzelpetersilie*, Portulak*, Wirsing*, Hatzenbühl*, Zuckerhut*



Eva-Maria Tiator
☎ 06231/408-357
Obst



**DIE PRAKTISCHE
DOPPELSEITE ZUR
SCHNELLEN
ORIENTIERUNG!**

MAXDORF



Bilent Kanbur
☎ 06231/408-104
☎ 06237/4009-220
☎ 0176/10 408-104
Knoblauch



Bettina Hublitz
☎ 06231/408-378
☎ 0176/10 408-378
Kartoffeln, Zwiebeln, Buschbohnen*, Einleggurken*, Stangenbohnen*, Dicke Bohnen*, Erbsen*, Landgurken*, Petersilie*, Rote Beete*, Spinat*, Wachbohnen*

ZEISKAM



Bärbel Gamber-Mees
☎ 0176/10 408-392
Rüben, Meerrettich, Mairüben, Zeiskam

EXPORT > Pfalz Fresh



Ulrike Malisch
☎ 06231/408-123
☎ 0176/10 408-123



Holger Schmitt
☎ 06231/408-119
☎ 0176/10 408-119



Jonathan Schmitt
☎ 06231/408-120
☎ 0176/10 408-120

im Vertrieb

MUTTERSTADT

VERTRIEBSLEITUNGSTEAM



Jürgen Kratochwill
 ☎ 06231/408-106
 ☎ 0176/10 408-106
 Blumenkohl, Schwarzwurzeln*



Carlos Novo
 ☎ 06231/408-114
 ☎ 0176/10 408-114
 Kohlrabi, Blumenkohl*, Salanova*, Pflücksalat*



Yvonne Britsch
 ☎ 06231/408-107
 Dill, Grünkohl, Kräuter, Mangold, Roote Beete, Fenchel*, Petersilie*, Minigurken*, Schlangengurken*



Susi Külbs
 ☎ 06231/408-103
 Rot-/Weiß-/Spitzkohl, Wirsing, Zuckerhut, Salate*, Grünkohl*, Eissalat*, Endivien*, Erbsen*, Mangold*, Sellerie*



Heiko Risse
 ☎ 06231/408-105
 ☎ 0176/10 408-105
 Rhabarber, Kohlrabi, Romanesco, Zuckermais, Radicchio*, Mini-Romana*



Öznuur Catak
 ☎ 06231/408-108
 ☎ 0176/10 408-108
 Kürbis, Spargel, Tomaten, Dill*, Kräuter*



Joachim Leonhardt
 ☎ 06231/408-205
 ☎ 0176/10 408-205
 Buschbohnen, Feldsalat, Stangenbohnen, Wachsbohnen, Erdbeeren, Landgurken, Tomaten*, Zuckermais*



Annika Schaffrath
 ☎ 06231/408-109
 ☎ 0176/10 408-109
 Salate komplett, Eissalat, Grünkohl*



Inna Görzen
 ☎ 06231/408-113
 Salat komplett, Eissalat, Bärlauch*



Karlheinz Mayer
 ☎ 06231/408-126
 ☎ 0176/10 408-126
 Zucchini, Chinakohl, Romanesco, Sellerie, Zuckermais*



Harald Steck
 ☎ 06231/408-112
 ☎ 0176/10 408-112
 Pflücksalat, Mairüben, Salanova



Michael Henning
 ☎ 06231/408-101
 ☎ 0176/10 408-101
 Brokkoli, Bundzwiebeln, Bundkarotten, Radies, Staudensellerie, Chinakohl*, Zucchini*, Rucola*



Ricardo Novo
 ☎ 06231/408-145
 Fenchel, Sellerie, Chicoree, Rettich weiß/rot*, Paprika*, Eiszapfen*, Romanesco*, Bunter Blumenkohl*



Christel Stuck
 ☎ 06231/408-372
 ☎ 0176/10 408-372
 Landgurken, Erbsen, Petersilie, Dicke Bohnen, Einlegegurken, Schlangen-/Minigurken, Busch-/Stangenbohnen*, Rote Beete*, Mangold*, Kartoffel*, Pastinaken*, Wurzelpetersilie*



Bernd Klar
 ☎ 06231/408-100
 ☎ 0176/10 408-100
 Auberginen, Paprika, Schwarzwurzeln, Erdbeeren, Rhabarber*, Rettich weiß/rot*



Marcel Pfleiderer
 ☎ 06231/408-102
 ☎ 0176/10 408-102
 Blumenkohl bunt, Radicchio, Rettich weiß, Rhabarber*, Sellerie*, Eiszapfen*, Paprika*, Chicoree*, Romanesco*



Bernd Weiller
 ☎ 06231/408-371
 ☎ 0176/10 408-371
 Chinakohl, Zucchini, Rucola, Bundkarotten*, Feldsalat*, Staudensellerie*, Busch-/Stangenbohnen*, Radies*, Bundzwiebeln*

* = Vertretung

SCHULOBST-PROGRAMM

Was Hänschen lernt, kauft Hans gern

Rund 180.000 Schüler und in Kindertagesstätten betreute Kinder in Rheinland-Pfalz freuen sich seit dem Schuljahr 2010/2011 über eine kostenlose Extraportion frisches Obst und Gemüse. Das Bundesland nimmt damit eine absolute Vorreiterstellung im Schulobst-Programm ein. Das Ziel: Gesunde Kinder, aus denen ernährungsbewusste Erwachsene werden.

Kein anderes Bundesland unterstützt das von der EU initiierte und dem Verein „5 am Tag“ sowie der BVEO beworbene Projekt so umfassend. In Rheinland-Pfalz ist die Teilnahme am Schulobst-Programm für die 950 Grund- und Förderschulen verpflichtend, 750 Kitas nehmen seit dem Schuljahr 2013/2014 zudem freiwillig teil. Ab dem kommenden Jahr dürfen sich nach aktuellen Planungen auch weiterführende Schulen anmelden.

Das verteilte Obst und Gemüse stammt zu mindestens 50 Prozent aus der Region – das schreibt die EU vor. Dass es sich in Rheinland-Pfalz zudem bei 20 Prozent um Bioprodukte handelt, ist der Firma Frischgemüse Theis zu verdanken. Der Großhändler aus Hochstadt hatte bei der öffentlichen Ausschreibung zur Verteilung des Schulobstes für 70 Prozent der Waren den Zuschlag bekommen und hält ihn seitdem



ein

auch. Einen Großteil des Obstes und Gemüses bezieht Theis dabei vom Pfalzmarkt.

Schmeckt von der Hand wie auch im Müsli

Die Schulen haben die Wahl zwischen einem Standardprogramm mit aus der Hand Verzehrbares wie Bananen, Äpfeln, Birnen oder Clementinen sowie Karotten oder kleineren Tomaten oder aber dem Sonderobstprogramm, das mehr Abwechslung bietet, dafür jedoch die Zubereitung der Produkte verlangt. Melonen etwa, die portioniert werden müssen, oder Gurken, die zu Sticks geschnitten werden. Das Sonderobstprogramm wird besonders gerne für den didaktischen Umgang mit dem Thema Ernährung gewählt und ist in den Kindertageseinrichtungen üblich.

Denn letztlich geht es nicht nur darum, den Kindern eine Extraportion Vitamine zukommen zu lassen, sondern ihr Bewusstsein für eine gesunde Ernährung zu schulen und sie zu kompetenten und qualitätsbewussten Verbrauchern heranwachsen zu lassen. Schließlich sind Kindheit und Jugend prägend für die spätere Ernährung und die Wertschätzung für frisches Obst und Gemüse setzt in dieser Zeit am sinnvollsten an.

Derzeit übernimmt das Land Rheinland-Pfalz 50 Prozent der Kosten für das Programm, die andere Hälfte kommt von der EU. Ab dem Schuljahr 2014/2015 stockt die EU diese Mittel sogar noch mal um 25 Prozent auf, sodass für ganz Deutschland voraussichtlich etwa 19,71 Millionen Euro zur Verfügung stehen – statt bisher 12,33 Millionen Euro. 



DEUTSCHLAND – MEIN GARTEN



So lautet das diesjährige Thema von „Deutschland - mein Garten“, der Verbraucherkampagne der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO).

Welcher Jugendliche weiß, worum es sich bei einer Pastinake handelt? Oder wie Kürbisse wachsen? Um solche und andere Wissenslücken zu schließen, soll es mit der aktuellen Kampagne „raus aufs Land“ gehen – dorthin, wo Obst und Gemüse herkommen. Das Maßnahmenpaket „Raus aufs Land“ will den Aufklärungsaspekt von „Deutschland - mein Garten“ vertiefen und Berührungspunkte zu Obst und Gemüse herstellen. „Gerade Jugendliche und junge Erwachsene müssen teilweise erst noch lernen, sich gesund und ausgewogen zu ernähren“, so Dr. Christian Weseloh, Geschäftsführer der BVEO, zu dem aktuellen Ansatz. Darüber hinaus solle natürlich generell deutsches Obst und Gemüse im Bewusstsein der Verbraucher noch stärker verankert und eine größere Wertschätzung für die heimischen Erzeugnisse geschaffen werden. Dazu gehört auch das Bewusstsein, dass Obst und Gemüse aus Deutschland nicht nur frisch und gesund ist, sondern durch kurze Transportwege zudem die Umwelt schont. 



PRODUKTQUALITÄT

Gemüse mit Charakter

Kein anderes Gemüseanbaugesamt in Deutschland verfügt über eine so ausgeprägte Vielfalt an Gemüsekulturen wie die Vorderpfalz. Mehr als 70 sind es derzeit. Möglich wird diese Fülle durch die Vielzahl an Böden - und ihre optimale Nutzung. Stellt sich die Frage: Warum eigentlich sollen nur Weine Terroirprodukte sein?

Mag der Begriff „Terroir“ als Qualitätsmerkmal für Weine prominent geworden sein, ursprünglich wurde er auch für andere französische Agrarprodukte verwendet, um deren regionale Alleinstellung zu betonen. Er bezeichnet das Zusammenspiel von Lage, Klima, Wasserversorgung und Boden. Das Pfälzer Gemüse profitiert zunächst wie der Wein vom Pfälzer Klima: Die 1800 Sonnenstunden im Jahr, vor allem aber das zeitige Frühjahr verschaffen den Erzeugern hier den entscheidenden Vorsprung zum Rest Deutschlands. Hinzu kommen unterschiedliche Bodenarten: Vom lehmigen Sand über sandigen Lehm bis hin zu ton- und vor allem sehr schluffhaltigen Böden. „Schluff ist besonders wertvoll“, erklärt Joachim Ziegler, Leiter der Beratung Gemüsebau beim Dienstleistungszentrum ländlicher Raum (DLR) in Neustadt, „weil dieses eiszeitliche Windsediment sehr kalkhaltig und nährstoffreich ist.“ Für viele Gemüsebaustandorte in der Vorderpfalz sind hohe Schluffanteile im Ober- und Unterboden typisch. Davon profitieren unterirdisch wachsende Gemüsearten wie Radies, Möhren und Spargel, ihre empfindlichen Schalen bleiben unverletzt, glatt, farbintensiv und glänzend. Entlang der zahlreichen Flüsse und Bäche, die von der Haardt Richtung Rhein fließen, finden sich außerdem sandige Böden bei teilweise hohem, von

tiefwurzelnden Gemüsearten gut erreichbarem Grundwasserspiegel. „Perfekt für Spargel oder langen Hybridrettich“, schwärmt Ziegler.

Pfälzer Bodenschätze

Als Bewertungssystem der Anbauflächen dienen die Boden- oder Ackerwertzahlen. Diese kommen in ihrer Definition der des Terroirs recht nahe, geht es doch neben der Bodenzusammensetzung und Tiefgründigkeit auch um die Kombination aus Klima und anderen Merkmalen wie Hanglage und natürlich der Wasserversorgung. Mit der Bodenwertzahl 100 gilt die Magdeburger Börde als Nonplusultra. „Bei mir wechseln auf ein- und demselben Acker Bodenzahlen von 30 bis 70“, sagt Pfalzmarkt-Erzeuger Martin Steig. Wie ihm geht es einigen Pfalzmarkt-Erzeugern. Die Vorderpfalz weist starke Schwankungen auf zwischen reinen Sandböden mit Bodenpunktzahlen von 30 bis hin zu den Haardt-nahen Flächen mit Zahlen bis zu 95. „Eine Stunde vom Rhein, eine Stunde von der Haardt, lässt sich am besten leben“, zitiert Steig ein altes Sprichwort. „Zu Fuß wohlgemerkt.“

Was nicht passt, wird passend gemacht

Heute lassen sich die Böden der Vorderpfalz fast überall optimal nutzen – dank der hervorragenden Wasserversorgung durch den Beregnungsverband Vorderpfalz. „In den 1930er Jahren war auf den sandig-trockenen Böden außer Roggen nichts zu holen“, sagt Steig. Seit der Bereg-



Terroir-



„Bei mir wechseln auf demselben Acker Bodenzahlen von 30 bis 70.“



Martin Steig

„Schluff ist besonders wertvoll.“

Joachim Ziegler



nung hat sich das geändert – nun bieten die sandigen Böden sogar einen ganz großen Vorteil: Sie sind besonders früh im Jahr trocken und zu bestellen. Zum Beispiel mit Lauch. „Lauch ist marktragend! Sommers wie winters anbaubar, selbst auf schlechtem Boden, allein durch Klima und Bewässerung mit gutem Ergebnis!“, betont Steig. Die Vorderpfalz: perfektes Terroir für Lauch – und viele andere Gemüsesorten. Dank der Mischung aus leichten, mittelschweren und schweren Böden können die Erzeuger eine ungeheure Anzahl an Kulturen anbieten; Vielfalt, Wärme und moderne Anbautechnik erlauben sogar untypischen Anbau, wie Spargel auf Schwarzerde statt auf Sand. Und die Konsequenzen dieses Terroirs fürs Aroma? „70 Prozent des Aromas entspringen der Sorte“, sagt Ziegler, „die übrigen 30 Prozent teilen sich Terroir – und ein ganz klein wenig die Düngung.“

Boden gut machen? Meist nicht nötig.

„Nur an wenigen Stellen muss in der Vorderpfalz mit Kalk nachgeholfen werden“, sagt Joachim Ziegler, „in der Regel reicht die Fruchtfolge mit tiefwurzelnden Kulturen wie Rüben oder Getreide oder aber eine Gründüngung mit Sudangras.“ Sudangras leert die Böden vom Stickstoff und erzeugt einen ansehnlichen Humusersatz. „Insgesamt sind die Standortbedingungen in der Vorderpfalz recht gut, um ganzjährig und bodenschonend zu ernten“, sagt Ziegler. „Jeder Erzeuger ist grundsätzlich am Erhalt der Bodenfruchtbarkeit interessiert, denn bei unsachgemäßer Handhabung gehen die Erträge

sukzessive zurück.“ An vielen Stellen weist die Pfalz erstaunlich hohe natürliche Reserven an Kalk und Magnesium auf, die auch für hohe pH-Werte sorgen – ideal für den Anbau von Kohl, da bei pH-Werten ab 7,3 die Kohlhernie keine Chance hat. „Vielfalt und Tausch der Durchwurzelungsintensitäten und Kulturfamilien sind das A und O, um die Bodenfruchtbarkeit dauerhaft zu erhalten“, sagt Ziegler. Und Martin Steig ergänzt: „Früher gab es viele Erzeuger mit wenig Masse und großer Produktvielfalt. Heute gibt es wenige Erzeuger mit hohen Erträgen, die auf wenige Produkte spezialisiert sind. Ein Flächentausch im Dienste der Bodenqualität ist für uns selbstverständlich.“

Das Klima? Passt. Die Bewässerung? Wurde passend gemacht. Die Böden? „Die sind noch die sicherste Konstante in unserem Geschäft, die haben wir im Griff“, lacht Steig. Auf andere Faktoren, die seine Arbeit beeinflussen, hat er deutlich weniger Einfluss. „Das Schlimmste, was uns beim Pfalzmarkt passieren kann?“, fragt Steig: „Gutes Wetter ab 1. März in ganz Deutschland.“



PFALZMARKT NEWS

FACHGRUPPE GEMÜSEBAU

Dicke Bretter erfolgreich bohren



Wie finden unsere regionalen Interessen Gehör auf Landes-, Bundes- oder sogar Europaebene? Hermann Reber ist Vorsitzender der Fachgruppe Gemüsebau beim Bauernverband Rheinland-Pfalz Süd und bringt unsere Themen auf die Agenda.

Lange Zeit dominierten Lückenindikationen beim Pflanzenschutz die Bemühungen der Fachgruppe Gemüsebau beim Bauernverband RLP Süd. Nachdem dieses Thema vom Tisch ist, geht es nun ganz wesentlich um die neue Düngemittelverordnung, die noch dieses Jahr verabschiedet werden soll. Dafür, dass hier nicht über die Köpfe der Erzeuger hinweg entschieden wird, arbeitet Hermann Reber, als Vorstandsmitglied der Fachgruppe Gemüsebau im Bundesausschuss Obst und Gemüse übrigens auch auf Bundesebene. „Wir setzen uns bei Bund und Land dafür ein, dass die Rahmenbedingungen für den Gemüsebau in Deutschland stimmen“, sagt er. Hochaktuell ist außerdem der Streit um das Arbeitszeitgesetz. Hier dringen Reber und die Fachgruppe Gemüsebau auf Sonderregelungen für Saisonarbeiter. Der Pfalzmarkt-Erzeuger hat sich außerdem maßgeblich für die Entschädigungen nach dem Hochwasser im Frühsommer 2013 eingesetzt – auch hier mit vorzeigbaren Ergebnissen.



FRUIT LOGISTICA

Leistungsschau des internationalen Fruchthandels

Vom 5. bis 7. Februar fand in Berlin die Fruit Logistica statt – natürlich war auch der Pfalzmarkt wieder mit einem Stand auf der internationalen Leitmesse der Obst- und Gemüsebranche vertreten.

Immer mehr an Bedeutung gewinnt die „German Fruit Traders Night“ am ersten Messeabend, bei der die BVEO in- und ausländische Geschäftspartner sowie zahlreiche Politiker einlädt. Zu dem Begegnungsabend hatten sich dieses Jahr 500 Teilnehmer angemeldet, darunter auch der Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft. Insgesamt haben 62.000 Fachbesucher aus 141 Ländern die Messe besucht.

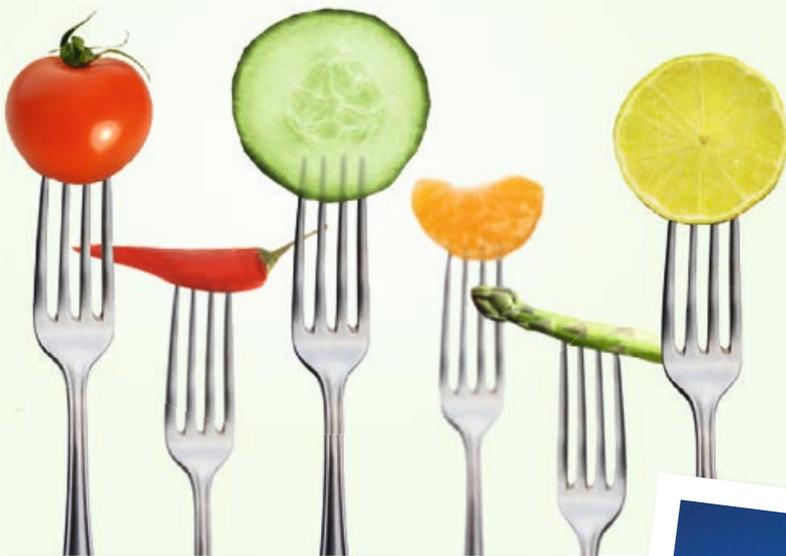


Dr. Markus Nöthen im Gespräch mit Messebesuchern.

PFALZMARKT NEWS

GUTE VORSÄTZE

Deutsche wollen mehr Obst und Gemüse essen



Für das Jahr 2014 haben sich 47 Prozent der Deutschen vorgenommen, öfter zu Obst und Gemüse zu greifen.

Das geht aus einer Forsa-Studie im Auftrag der DAK-Gesundheit hervor. Die Hälfte der Befragten will außerdem mehr Sport treiben, elf Prozent wollen mit dem Rauchen aufhören. Die Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung mit viel Obst und Gemüse für die Gesundheit scheint also zumindest in den Köpfen der Menschen angekommen zu sein.

47%

BEISPIELLOSER EINSATZ

Pfalzmarkt ist top

Der Pfalzmarkt tut alles, um auf den Gipfel zu kommen: In diesem Falle war Christian Deyerling aus Haßloch, stellvertretender Pfalzmarkt Aufsichtsratsvorsitzender, kurz vor Weihnachten noch schnell auf dem Kilimandscharo und hat mit der Pfalzmarkt-Fahne erste territoriale Ansprüche geltend gemacht.



KONSUMTRENDS

Obst braucht

Es ist ein langsamer, aber stetiger Prozess: In den vergangenen zehn Jahren ist der Konsum von Obst in deutschen Haushalten um zehn Prozent zurückgegangen. Und das, obwohl Umfragen zufolge die Bedeutung von Obst und Gemüse für die Gesundheit bekannt zu sein scheint. Warum also kommt so wenig davon in den Warenkorb?



neue Impulse!

Im Jahr 2013 kaufte ein deutscher Haushalt im Schnitt 86,7 Kilogramm Frischobst ein – das sind 1,3 Prozent weniger als im Jahr 2012. Noch im Jahr 2008 kauften die Haushalte fast zehn Kilogramm mehr ein als aktuell. Zwar waren 2013 wegen des langen Winters die Preise hoch: Als Erklärung für den Trend nach unten reicht diese Tatsache nicht.

„Die Verzehrsgewohnheiten der Deutschen ändern sich“, erklärt Helmut Hübsch von der GfK in Nürnberg. „Wir sprechen von einer Entstrukturierung der Mahlzeiten.“ Vor allem Frühstück und Mittagessen werden immer seltener zuhause zubereitet. Jeder fünfte Haushalt

gibt an, dass er statt einer Hauptmahlzeit eher einen „Snack“ zwischendurch esse. Bei den Jüngeren ist es bereits jeder dritte Haushalt. Das bedeutet auch, dass weniger geplant wird, was man einkauft. „Das Was und Wo ist dann stark von der Situation geprägt, in der man sich gerade befindet“, sagt Hübsch. Angebote „to go“ und der boomende Markt für Convenience-Produkte zeugen von dieser Entwicklung – und befördern sie gleichzeitig. Auffallend bei dieser Entwicklung: Der Apfel profitiert kein bisschen.

Die komfortable Zwischenmahlzeit

„Eigentlich sind ja ein Apfel oder eine Banane ein typischer Snack, dennoch sind sie langfristig deutlich rückläufig“, konstatiert Hübsch. Es könnten so vermeintlich nebensächliche Kriterien sein wie die Frage: „Ist der Apfel schon gewaschen?“, die den Verbraucher andere Produkte wählen lasse. Der müsse da abgeholt werden, wo er sei, sagt Hübsch und sieht das Marketing am Zug: „Wie konsumiere ich unterwegs, wie könnte eine gute Verpackung aussehen, lege ich vielleicht ein Tuch zum Säubern bei oder eine unterhaltsame Story zur Frage: Wohin mit der Schale? Es geht darum, das Produkt wieder interessant zu machen.“ Im Bereich Gemüse geht die Rechnung auf: Snack-Tomaten, Snack-Karotten, ver-

zehrfertige Salatportionen – und die Wiederentdeckung alter Sorten sorgen hier für vorzeigbare Zahlen.

Dass Obst gesund ist und Krankheiten vorbeugen kann, weiß die Mehrheit der Bevölkerung laut Umfragen. „Lippenbekenntnisse“, sagt Helmut Hübsch. „Am Ver-

Angebote „to go“ und der Markt für Convenience-Produkte boomen.

halten ändert das nicht unbedingt etwas.“ Erschwerend hinzu kommt die demografische Entwicklung in Deutschland. Die Deutschen werden immer weniger und immer älter. Und die weniger werdenden Kinder bekommen zudem immer seltener einen Apfel zugesteckt, dafür häufiger eine Milchschnitte, einen Fruchtzwerg oder Nussriegel.

Von der Tomate lernen

Dafür, dass sich zumindest das Ernährungsverhalten von Kindern und Jugendlichen – und damit der zukünftigen Verbraucher – ändert, arbeitet die Kampagne „5 am Tag“. „Das Schulobstprogramm ist zugegebenermaßen nicht in unseren Zahlen enthalten“, sagt Hübsch. An der Wirksamkeit der Kampagne zugunsten des Obst-Konsums der deutschen Haushalte jedoch zweifelt er. Und wie kommt das Obst dann wieder in den Warenkorb? „Sicher nicht durch 2-kg-Packungen“, meint Hübsch und nennt die Tomate als gelungenes Beispiel einer gewinnbringenden Vermarktung: „Tomaten werden als Snack-Gemüse und in viel kleineren Einheiten verkauft – mit Kilopreisen bis zu 15 Euro. Und damit teurer als Fleisch.“



Im Jahr 2008 kaufte ein deutscher Haushalt im Schnitt fast zehn Kilogramm mehr frisches Obst ein als 2013.



Konsumforscher
Helmut Hübsch von der
GfK in Nürnberg



Frühlingsbote aus dem Garten: Rhabarber

Obst oder Gemüse? Letzteres: Rhabarber ist ein Knöterichgewächs und mit dem Sauerampfer verwandt. Seine Fruchtsäuren wie Apfel-, Zitronen- und Oxalsäure geben dem Rhabarber jedoch die süßsaure Frische, die ihn uns als Obst einordnen lässt. Und für uns immer mit der klaren Botschaft verbunden ist: Jetzt ist wirklich Frühling!

Den Rhabarber waschen, schälen und in kleine Stücke schneiden. Mit dem Läuterzucker einige Minuten weich kochen. Dann den Rieslingsekt hinzugeben, pürieren und im Eisfach gut abkühlen.

Für die Croûtons den Ricotta mit dem Eigelb und dem Ahornsirup verrühren und auf die getoastete Scheibe Toastbrot streichen. Diese diagonal halbieren und kurz im Backofen gratinieren.

Die Kaltschale mit dem Zitronensaft abschmecken und in einem tiefen Teller anrichten. Die beiden Croûtons oben auf legen und mit der Minze garnieren.

Jürgen Schleicher wünscht: Guten Appetit!



Ein Rezept von „Casino im Pfalzmarkt“-Chef Jürgen Schleicher

Kaltes Süppchen vom Rhabarber mit Ahornsirup- Ricotta-Croûtons

Zutaten für vier Personen:

320 g Rhabarber
0,4 l Rieslingsekt
12 cl Läuterzucker*
Saft einer Zitrone
Frische Minze

4 EL Ricotta
2 Eigelb
4 TL Ahornsirup
4 Scheiben Toastbrot

*Zucker und Wasser (1:1) einige Minuten klar kochen

Gewinnen
Sie einen Abend
für zwei Personen im
Restaurant „Krone“ in
Herxheim-Hayna!



DAS PFALZMARKT GEWINNSPIEL

GEWINNEN & GENIESSEN

Das Restaurant „Krone“ in Herxheim-Hayna hat mit seinem Chefkoch Karl-Emil Kuntz scheinbar mühelos zahlreiche Auszeichnungen, darunter einen der begehrten Michelin-Sterne, erköcht. Seine Küche setzt auf regionale und saisonale Frische – mit Gemüse auch vom Pfalzmarkt.

BEANTWORTEN SIE EINFACH FOLGENDE FRAGE:

Welche drei Säuren machen den Rhabarber so fruchtig-frisch?

Einsendungen an Pfalzmarkt eG, Stichwort „Gewinnen und genießen“, Neustadter Straße 100, 67112 Mutterstadt. Oder eine Mail mit dem gleichen Stichwort an a.isaac@pfalzmarkt.de

Einsendeschluss ist der 3. Mai 2014. Der Gewinner wird unter allen Einsendungen ausgelost. Rechtsweg ausgeschlossen.