

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 1/2016

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



Erfolgsfaktor Hightech

Julian und Eugen Geil
im Erzeugerporträt

Vertrauen durch Kontrolle

Bolap im Porträt

Ups & Downs beim Pfalzmarkt

Statistik mal anders

PfalzMarkt



08

TITELTHEMA

Erfolgsfaktor Hightech

Eugen und Julian Geil im Erzeugerporträt **08**

INTERVIEW

„Alla hopp“ heißt „Los geht's“! **04**

Der neue Vorstand Johannes Eiken

QUALITÄTSSICHERUNG

Vertrauen durch Kontrolle **06**

Bolap im Porträt

SERVICE

Ihre Ansprechpartner im Vertrieb **10**

Unsere Einkäufer und Produktberater

Ups & Downs beim Pfalzmarkt **12**

Statistik mal anders

Bio: vom Umbau im Anbau **14**

Erzeuger Bernd Kugelman berichtet

News **17**

FOTOWETTBEWERB

Das Gewinnerfoto **19**

von Stephan Andrae

SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE

Von der Zichorie zum Chicorée **20**

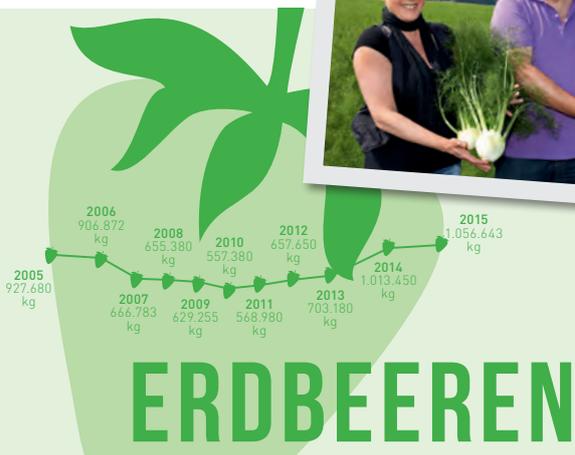
Das Rezept von „Casino im Pfalzmarkt“-Chef Jürgen Schleicher



06



14



ERDBEEREN

12

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 Elbert
 ☎ 06231/408-202
 ✉ a.elbert@pfalzmarkt.de

Vorstandssekretariat

„Ein Neustart bietet die tolle Möglichkeit, die Dinge auch mal anders anzugehen.“

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

im vergangenen Jahr hat der Pfalzmarkt 230.000 Tonnen Obst und Gemüse verkauft. Damit haben Sie, die Erzeuger vier Prozent mehr Ware produziert als 2014. Der Umsatz unserer Genossenschaft wuchs auf 191 Millionen Euro.

Wir haben mehr Ware denn je verkauft und die Preise waren, insbesondere im Herbst, sehr gut. Allerdings sagen Mengen und Umsätze vor allem etwas über die Bedeutung unserer Genossenschaft in der Region und in Deutschland aus. Und nicht unbedingt etwas über die Zufriedenheit der einzelnen Erzeugerbetriebe. Drei unserer größeren Erzeuger haben ihre Betriebe – früher als geplant – Ende 2015 geschlossen. Viele Gründe spielten hierfür eine Rolle, die Einführung des Mindestlohns hat diese Entwicklung beschleunigt. Für die Zukunft sind hier neue Ideen und Lösungen gefragt.



Hektische Betriebsamkeit bringt an dieser Stelle nichts. Im neuen Team werden wir im Gespräch mit den Erzeugern und unseren Gremien für unsere Zukunft arbeiten.

Über Hochs und Tiefs erfahren Sie in dieser Ausgabe unseres Journals auch in ganz anderer Hinsicht Spannendes: Schauen Sie mal, wie unterhaltsam man Statistiken darstellen kann!

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

Johannes Trauth,
Vorstand Vertrieb

Johannes Eiken
Vorstand Verwaltung

INTERVIEW JOHANNES EIKEN

„Alla hopp“ heißt „Los geht's“!

Johannes Eiken ist die norddeutsche Herkunft durchaus anzusehen und anzuhören. Wie ein Pfälzer Frühling aussieht, erlebt er in diesem Jahr zum ersten Mal. So unterschiedlich das Oldenburger Land und die Vorderpfalz auch sein mögen – die Voraussetzungen, die Eiken für seine Arbeit beim Pfalzmarkt mitbringt, passen.



Herr Eiken, was sind Ihre Pläne für den Pfalzmarkt?

Ich bin nicht mit einer To-do-Liste voller Zielvorgaben hierhergekommen. Der Pfalzmarkt ist in vielerlei Hinsicht ein gut aufgestelltes Unternehmen mit hervorragenden Mitarbeitern. Dennoch könnte manches strukturierter laufen. Meine Aufgabe sehe ich zunächst darin, zu beobachten und Prozesse zu analysieren. Wie kann ich etwas in Frage stellen, bevor ich verstanden habe, warum es sich so organisiert hat, wie es das hat? Erst dann lassen sich sinnvolle Akzente setzen. Nun bin ich seit fünf Monaten an Bord und ein paar Dinge kristallisieren sich heraus. Zukünftig werden wir unsere Mitarbeiter stärker fördern, aber auch mehr fordern. Unseren Abteilungsleitern werden wir mehr Verantwortung übertragen, was erforderlich macht, dass diese auch in einer anderen Art und Weise in Informationsflüsse und Entscheidungsprozesse einbezogen werden. Wir haben viele gute Leute. Deren Engagement für den Pfalzmarkt gilt es zu stärken und zu fördern.

Welche Veränderungen erwarten die Erzeuger mit Ihnen als Vorstand?

Nun, die Erzeuger sind die Gesellschafter des Pfalzmarkts. Ihre Erwartungen sind in erster Linie an mich als Kaufmann und Zahlenmensch gerichtet, der die Dinge ordnen soll. Ich nutze mein erstes Jahr beim Pfalzmarkt auch, um möglichst viele Erzeuger in ihren Betrieben kennenzulernen. Dabei sprechen wir natürlich auch über ihre Vorstellungen und Erwartungen an den Pfalzmarkt.

Wo möchten Sie den Markt hinführen?

Wie stehen vor einer Zeitenwende. Der Pfalzmarkt, wie wir ihn kennen, wurde Mitte der 1980er Jahre für die Versteigerung gebaut. Seit mittlerweile acht Jahren ist das Geschichte und wir verkaufen mehr oder weniger „per Telefon“. Die hierdurch veränderten logistischen Prozesse sind auf unserem beengten Kerngelände nicht optimal umzusetzen. Auf unserer unmittelbar angrenzenden Erweiterungsfläche von 19 Hektar planen wir für unsere Zukunft. Der neue Pfalzmarkt soll von 2018 bis 2019 gebaut werden. Und wird dann lange die Grundlage unserer täglichen Arbeit bilden – mindestens bis 2050.

Auch viele Erzeugerbetriebe stehen vor einem Generationenwechsel. Einige junge Landwirte haben bereits die elterlichen Betriebe übernommen, andere stehen in den Startlöchern. Was auch immer die neue Erzeugergeneration für Ideen mitbringt: Der Pfalzmarkt wird sich hierdurch verändern.

Wir alle hatten nach der Einführung des Mindestlohns große Sorgen, welche Konsequenzen dieser für die Erzeuger und den Pfalzmarkt haben könnte – wie steht es um die Problematik heute?

Mit dem Mindestlohn müssen wir umgehen. Jeder Erzeuger muss nun noch genauer als bereits in der Vergangenheit kalkulieren. Mathematisch ist es einfach: Der Erzeuger lebt von der Differenz von Verkaufserlösen und Kosten. Um den Lohnkostenanstieg



auszugleichen, muss der Erzeuger entweder bessere Verkaufspreise bekommen, die Produktionsmenge erhöhen oder durch Rationalisierungen Kosten einsparen. Eine schwierige Aufgabenstellung für unsere Erzeuger und für uns. Für die Zukunft sollte dies die Politik stärker im Blick haben und bei der Mindestlohnentwicklung maßvoll vorgehen.

Sie waren zuvor Geschäftsführer eines Geflügel-Produktionsbetriebs. Durch was unterscheidet sich Ihre neue Tätigkeit von der alten?

Produkte und Betriebe sind natürlich verschieden, aber beides ist letztlich Teil der Lebensmittelwirtschaft. Die Anforderungen des LEH, das Kaufverhalten der Verbraucher oder der Mindestlohn betreffen beide. Ich be-



trachte es sogar als meinen großen Vorteil, dass ich aus einer anderen Richtung auf den Gemüsebau schauen kann.

Was hat Sie an der Stelle beim Pfalzmarkt gereizt?

Nun, es war klar, das wird das, was man neudeutsch eine „Challenge“ nennt – und Herausforderungen nehme ich gerne an. Hier lässt sich in einem tollen Unternehmen viel gestalten.

Kannten Sie die Pfalz schon?

Nein, gar nicht. Dementsprechend offen und neugierig bin ich auch hergekommen. Aber ich weiß mittlerweile: Hier wohnt ein Menschenschlag, mit dem sich umgehen lässt. Und nachdem ich „Alla hopp“ häufiger gehört habe und nun auch weiß, was er bedeutet, gefällt mir dieser Ausspruch sehr gut!



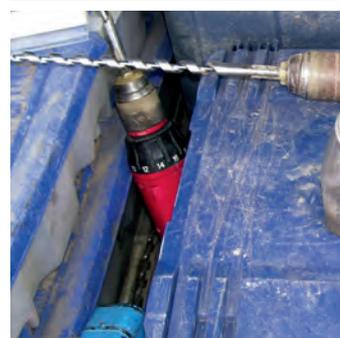
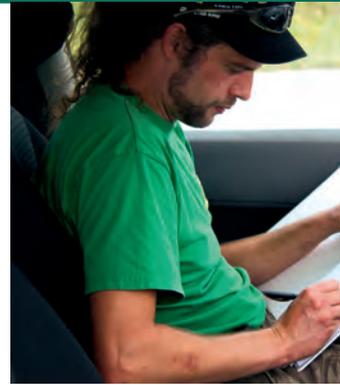
Johannes Eiken Vorstand Verwaltung

Seit 1. November 2015 ist Johannes Eiken Vorstand beim Pfalzmarkt und für die kaufmännischen Belange zuständig. Zweiter Mann der Doppelspitze ist Johannes Trauth, der dem Vertrieb vorsteht.

Eiken ist ausgebildeter Diplom-Kaufmann, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater. Zuletzt war er als Generalbevollmächtigter einer Unternehmerfamilie tätig, die mit ihren Aktivitäten von der Landwirtschaft bis zur Geflügelschlachtung und -verarbeitung einen Umsatz von 750 Millionen Euro erwirtschaftet. Er ist verheiratet und hat zwei Kinder, die vier und neun Jahre alt sind.



QUALITÄTSSICHERUNG



Vertrauen dur

Seit 2002 arbeitet die Gesellschaft für Bodenberatung, Laboruntersuchung und Qualitätsprüfung mbH (Bolap) in Speyer für den Pfalzmarkt. Zigtausend Boden- und Produktproben hat das Beratungsunternehmen seitdem genommen und ausgewertet – Tendenz stark steigend. Das enorme Wachstum der Bolap zeugt nicht zuletzt von der steigenden Kontrollpflicht der Erzeuger.

Mit fünf Mitarbeitern hatte die Bolap 1988 ihren Betrieb aufgenommen. 2013 waren es schon 14, aktuell arbeiten 21 Angestellte für den Betrieb. Hatte die Bolap 2007 für den Pfalzmarkt 500 Produktproben genommen, waren es 2012 schon 2.500 und 2015 erstaunliche 3.680 – letztere allein Nmin-Messungen! Nach der Rückstandsanalytik in den Zehnerjahren sind es aktuell diese Kontrollen des Nitratstickstoffgehalts im Boden, die die Beratungsfirma zur Expansion geradezu zwingen.

Die Bolap bietet eine Rundumversorgung von der Bodenanalyse, über Anbau- und Pflanzenschutzberatung, bis zur Rückstandsanalytik. Alle Aspekte, die ein Erzeuger heutzutage kontrollieren muss – oder sollte. Denn während die Rückstandsanalytik vom Markt vorgegeben wird – der LEH nimmt die Ware sonst nicht ab –, war die Bodenanalyse hinsichtlich Stickstoff- und Nitratwerten bisher zum großen Teil freiwillig. Das wird sich 2016 ändern.

Ein enges Korsett an Vorgaben

Klaus Strohmeyer, seit 1993 Geschäftsführer der Bolap, rechnet für den Herbst 2016 mit der seit zwei Jah-

ren angekündigten Düngeverordnung. „Die neue Verordnung wird den Betrieben die Arbeit deutlich erschweren“, schätzt er. Erzeuger sind dann ab der zweiten Nutzung einer Fläche im Jahr verpflichtet, eine Nmin-Messung für diese durchzuführen. Außerdem müssen sie ganzjährig nachweisen, wann sie wie-so wie viel gedüngt haben. Auch sind sie angewiesen, zu dokumentieren und zu rechtfertigen, wie sie auf ihren Düngebedarf kommen. Dazu gehört auch die

Berechnung, wie viel Stickstoff durch Ernterückstände der Vorkulturen noch auf dem Feld zu erwarten ist.

„Mit der neuen Verordnung ist Düngen keine Privatsache mehr“, fasst Strohmeyer zusammen: „Transparenz ist Pflicht“. Das

ist insofern mehr als gerechtfertigt, als von den Konsequenzen der Überdüngung die Öffentlichkeit betroffen ist: Nitrat im Grundwasser will keiner. Der juristische und gesetzgebende Hintergrund der Neuregelung ist die europäische Wasserrahmenrichtlinie – hält sich Deutschland nicht an deren Vorgaben, drohen Strafzahlungen an Brüssel. Dementsprechend erhalten die Bundesländer mehr Möglichkeiten, Einfluss auf die Landwirtschaft zu nehmen. Sie können Obergrenzen

„Mit der neuen Verordnung ist Düngen keine Privatsache mehr. Transparenz ist Pflicht.“



Klaus Strohmeyer



ch Kontrolle

für Stickstoff anordnen und in letzter Instanz sei sogar denkbar, dass Landwirte die Düngung an Dritte abgeben müssen, erklärt Strohmeyer. Weitere mögliche Sanktion für die Erzeuger bei Verstößen sei die Streichung von Fördermitteln durch die Cross Compliance-Vereinbarungen. Schwierigkeiten könnten auch entstehen, falls die QS-GmbH ihr Anforderungsprofil in Sachen Bodenschutz der aktuellen Verordnungslage anpasst und die Düngung damit zum K.-o.-Kriterium würde.

Prämien mitnehmen lohnt sich

Seit 2012 führt die Bolap Nmin-Messungen für den Pfalzmarkt durch. Dieser hatte die Beprobung beschlossen, nachdem Messungen des Landes eine starke Nitratbelastung des oberflächennahen Grundwassers in der Vorderpfalz gezeigt hatte. Als größter Vermarkter der Region möchte sich der Pfalzmarkt nicht angreifbar machen und dementsprechend zeigen, dass er sich seiner Verantwortung für den Grundwasserschutz bewusst ist. Also führte der Markt ein Prämiensystem für seine Erzeuger ein, das gute Bodenanalyse-Ergebnisse belohnt: Je mehr ein Betrieb für den Grundwasserschutz tut, desto höher der Zuschuss zu den Beprobungskosten. „Alle Erzeuger, die dieses Angebot angenommen haben, sind den anderen jetzt ein gutes Stück voraus“, sagt Strohmeyer. Er selber nennt die Umsetzung der Düngeverordnung durch die Erzeuger „gut bis befriedigend“. Nach wie vor bereiten ihm jene Großbetriebe Sorgen, „die beratungsresistent sind und gleichzeitig einen hohen Anteil an flachwurzelnenden Gemüsearten anbauen“ – hinsichtlich des Nitratstickstoffabbaus besonders problematische Kulturen.

„Die Industrie arbeitet unter Hochdruck an neuen Düngemethoden“, sagt Strohmeyer; einstweilen jedoch müssen die Erzeuger mit den Möglichkeiten arbeiten, die es gibt. So bietet der Pfalzmarkt neben den Zuschüssen zu den Bodenproben umfassende Informationen über neue Düngemitteltechniken. Digital gesteuerte Maschinen etwa können bis zu 20 Prozent Dünger einsparen. So oder so ist eines sicher: Die nächste Nmin-Messung durch die Bolap wird zeigen, wie effizient und vorausschauend gedüngt wurde.

i Hintergrund: Nitrat und Verbraucherschutz

Seit Jahrzehnten beschäftigt Nitrat in Grundwasser und Nahrungsmitteln die Öffentlichkeit. Nitrat dient Pflanzen als Nährstoff und wird deswegen in Düngemitteln eingesetzt. Für den menschlichen Organismus ist eine zu hohe Nitratkonzentration ungesund – vor allem wegen der möglichen Umbildung zu krebserregendem und die Durchblutung störendem Nitrit. Deshalb sollte Nitrat nicht ins Grundwasser gelangen. Bereits 1996 wurde in Rheinland-Pfalz eine Düngeverordnung auf den Weg gebracht. Messungen des Landes Rheinland-Pfalz haben jedoch gezeigt, dass sich die Problematik seitdem eher noch verschärft hat.

ERZEUGER - PORTRÄT

„Wir technisieren, was zu technisieren geht“

Feldsalat ist das Hauptprodukt des Betriebes von Pfalzmarkt-Erzeuger Eugen Geil. Damit der winterharte Salat in bester Qualität beim Endkunden ankommt, hat der Landwirtschaftsmeister in drei fotooptische Sortiermaschinen investiert. Doch diese sind nicht die einzigen technischen Highlights des Betriebes in Harthausen.

Eugen Geil leitet den Hof seit 1976 in dritter Generation. Als klar war, dass sein Sohn Julian in seine Fußstapfen treten wird, übernahm Eugen Geil 2007 einen weiteren Betrieb in Hochdorf-Assenheim. Maßgeblich für den Erfolg von Vater und Sohn sind die kontinuierlichen Investitionen in Gebäude, Maschinen und Qualität. „Wie technisieren, was zu technisieren geht“, sagt Julian Geil. So ist der gesamte Gemüseanbau GPS-vernetzt. Was, wann, wo geerntet oder verpackt wurde, lässt sich lückenlos zurückverfolgen. Für die Eissalat-Ernte schaffte Geil eine vollautomatische Maschine an, die den Salat auf dem Feld kalibriert, foliert und etikettiert. Außerdem wird der Boden vor der Aussaat analysiert und nach Feststellung des Nährstoffgehaltes kann dieser dann an den jeweiligen Nährstoffbedarf der auszubringenden Kulturpflanze angepasst werden.

Abgesehen von den Vermarktungsvorteilen ist die Technisierung ein weiterer Grund, warum sich Eugen Geil dem Pfalzmarkt angeschlossen hat. „Wir finden es gut, dass der Pfalzmarkt die Initiative

ergreift und in neue Maschinen investiert, die dann von allen Pfalzmarkt-Erzeugern genutzt werden können“, sagt Eugen Geil und ergänzt: „Wir selbst besuchen Messen und tauschen uns intensiv mit dem Pfalzmarkt über Neuerungen aus.“ So auch über die jüngste Errungenschaft des Pfalzmarktes, den Robovator. Der Betrieb hat die Selektivhackmaschine bereits getestet. „Ein tolles Gerät. Bei unserer Betriebsgröße ist jedoch unsere eigene Hackmaschine flächeneffizienter“, erklärt Julian Geil. Vater und Sohn halten sich auch in puncto Konsumentenwünsche auf dem Laufenden. Letz-

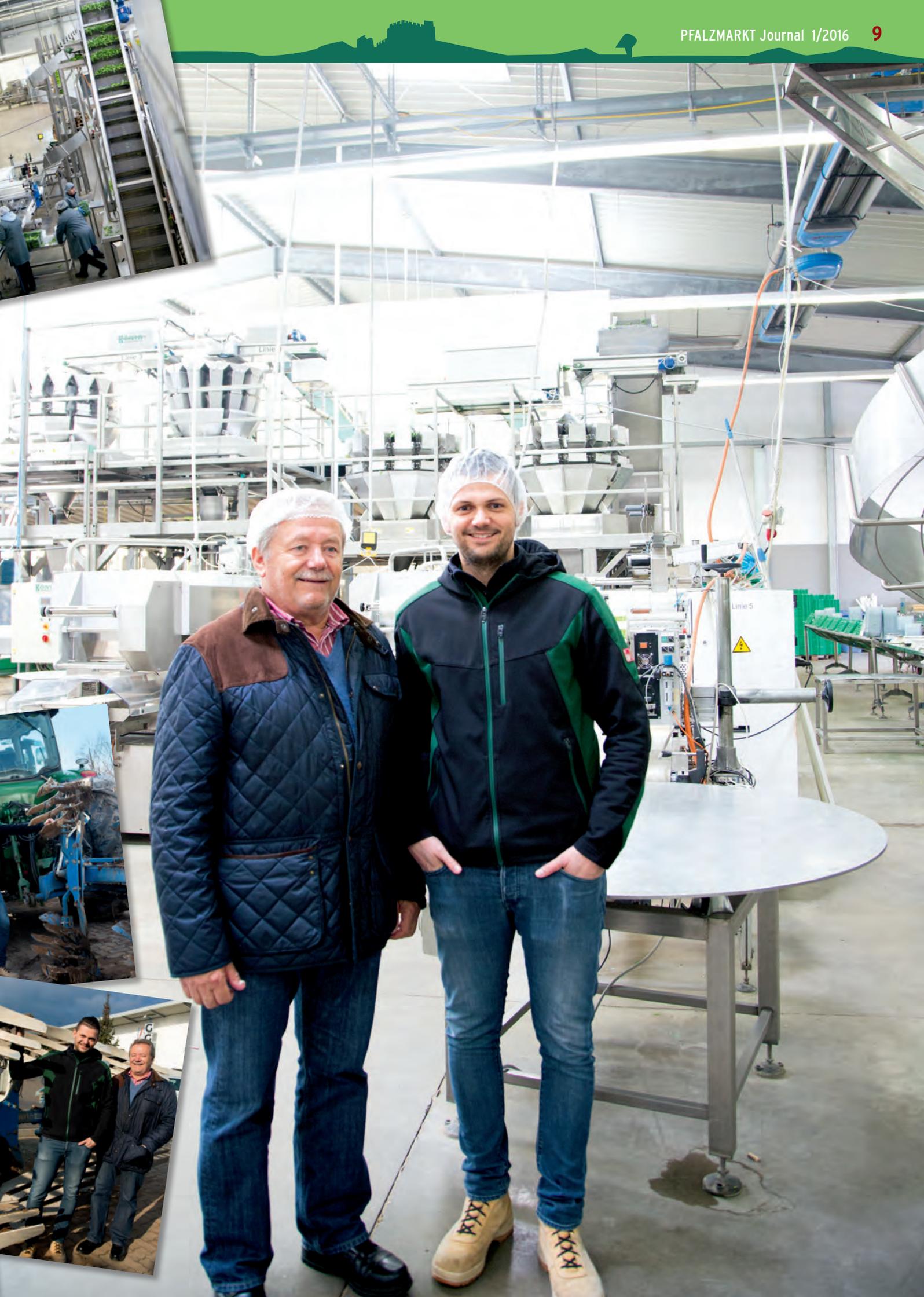
tes Jahr haben sie deshalb zum ersten Mal Melonen angebaut. „Diese kleine, auch Eisboxmelone genannte Sorte passt zu den kleinen Haushalten junger Leute“, so Julian Geil.

„Wir tauschen uns intensiv mit dem Pfalzmarkt aus.“

Eugen Geil Die Aufgaben haben die Geils klar verteilt: Der Senior ist für die Produktion, der Junior für den Vertrieb zuständig. Seit 2012 verstärkt Tochter Christine das Team. Die promovierte Biologin unterstützt ihre Mutter Sieglinde in der Verwaltung. Der jüngste Zuwachs ist jedoch – wie sollte es anders sein – technischer Natur: Die fotooptischen Sortiermaschinen für den Feldsalat zogen 2013 in die Produktionshallen ein. „Die Maschinen entsprechen dem neuesten Stand der Technik, sie erfassen besser als der Mensch jeden Fremdkörper zwischen den Salatblättern“, schließt Eugen Geil stolz.

NAME:..... Eugen Geil, 64 Jahre und Julian Geil, 29 Jahre
 ORT:..... Weidenseehof, 67376 Harthausen
 ANBAUPRODUKTE:..... Feldsalat, Frühlingszwiebeln und Radieschen. Außerdem werden Kopfsalat, Zucchini, Eisbergsalat, Römernessalat, Lauch, Rucola und Erbsen angebaut.
 KONTAKT:..... info@gemuese-anbau-geil.de





SERVICE

Ihre Ansprechpartner

MUTTERSTADT



Gerhard Braun

☎ 06231/408-129
☎ 0176/10 408 129
✉ g.braun@pfalzmarkt.de



Yvonne Britsch

☎ 06231/408-107
✉ y.britsch@pfalzmarkt.de



Anna-Marie Caspar

☎ 06231/408-108
☎ 0176/10 408 108
✉ a.caspar@pfalzmarkt.de



Wolfgang Ditsch

☎ 06231/408-126
☎ 0176/10 408 357
✉ w.ditsch@pfalzmarkt.de



Inna Görzen

☎ 06231/408-132
☎ 0176/10 408 132
✉ i.görzen@pfalzmarkt.de



Michael Henning

☎ 06231/408-101
☎ 0176/10 408 101
✉ m.henning@pfalzmarkt.de

VERTRIEBSLEITUNGSTEAM



Jürgen Kratochwill

☎ 06231/408-106
☎ 0176/10 408 106
✉ j.kratochwill@pfalzmarkt.de



Bilent Kanbur

☎ 06231/408-104
☎ 0176/10 408 104
✉ b.kanbur@pfalzmarkt.de



Susi Külbs

☎ 06231/408-103
✉ s.külbs@pfalzmarkt.de



Joachim Leonhardt

☎ 06231/408-205
☎ 0176/10 408 205
✉ j.leonhardt@pfalzmarkt.de



Ricardo Novo

☎ 06231/408-145
☎ 0176/10 408 145
✉ r.novo@pfalzmarkt.de



Marcel Pfeleiderer

☎ 06231/408-102
☎ 0176/10 408 102
✉ m.pfleiderer@pfalzmarkt.de



Carlos Novo

☎ 06231/408-114
☎ 0176/10 408 114
✉ c.novo@pfalzmarkt.de



Heiko Risse

☎ 06231/408-105
☎ 0176/10 408 105
✉ h.risse@pfalzmarkt.de



Annika Schaffrath

☎ 06231/408-109
☎ 0176/10 408 109
✉ a.schaffrath@pfalzmarkt.de



Harald Steck

☎ 06231/408-112
☎ 0176/10 408 112
✉ h.steck@pfalzmarkt.de



Christel Stuck

☎ 06231/408-372
☎ 0176/10 408 372
✉ c.stuck@pfalzmarkt.de



Kornelia Vogel

☎ 06231/408-140
☎ 0176/10 408 140
✉ k.vogel@pfalzmarkt.de

im Vertrieb

Hier finden Sie die Kontaktdaten unserer Produktberater in Mutterstadt, Maxdorf, Hatzenbühl und Zeiskam sowie der für den Export zuständigen Pfalz Fresh-Mitarbeiter.



Die Doppelseite für den schnellen Überblick!

HATZENBÜHL



Sebastian Dorsch

☎ 07275/9594-11
 ☎ 0176/10 408 117
 ✉ s.dorsch@pfalzmarkt.de



Eva-Maria Tiator

☎ 07275/9594-17
 ☎ 0176/10 408 113
 ✉ e.tiator@pfalzmarkt.de



Karl-Heinz Jäger

☎ 07275/9594-12
 ☎ 0176/10 408 352
 ✉ k.jaeger@pfalzmarkt.de



Frieda Schmitt

☎ 07275/9594-14
 ☎ 0176/10 408 391
 ✉ f.schmitt@pfalzmarkt.de



Bärbel Gamber-Mees

Standort Zeiskam
 ☎ 0176/10 408 392
 ✉ b.gamber-mees@pfalzmarkt.de

EXPORT > Pfalz Fresh



Ulrike Malisch

☎ 06231/408-123
 ☎ 0176/10 408 123
 ✉ u.malisch@pfalzmarkt.de



Holger Schmitt

☎ 06231/408-119
 ☎ 0176/10 408 119
 ✉ h.schmitt@pfalzmarkt.de



Jonathan Schmitt

☎ 06231/408-120
 ☎ 0176/10 408 120
 ✉ j.schmitt@pfalzmarkt.de

MUTTERSTADT



Bernd Weiller

☎ 06231/408-371
 ☎ 0176/10 408 371
 ✉ b.weiller@pfalzmarkt.de



Ingo Kärcher

☎ 06231/408-380
 ☎ 0176/10 408 380
 ✉ i.kärcher@pfalzmarkt.de



Stefan Volkmer

☎ 06231/408-374
 ☎ 0176/10 408 374
 ✉ s.volkmer@pfalzmarkt.de

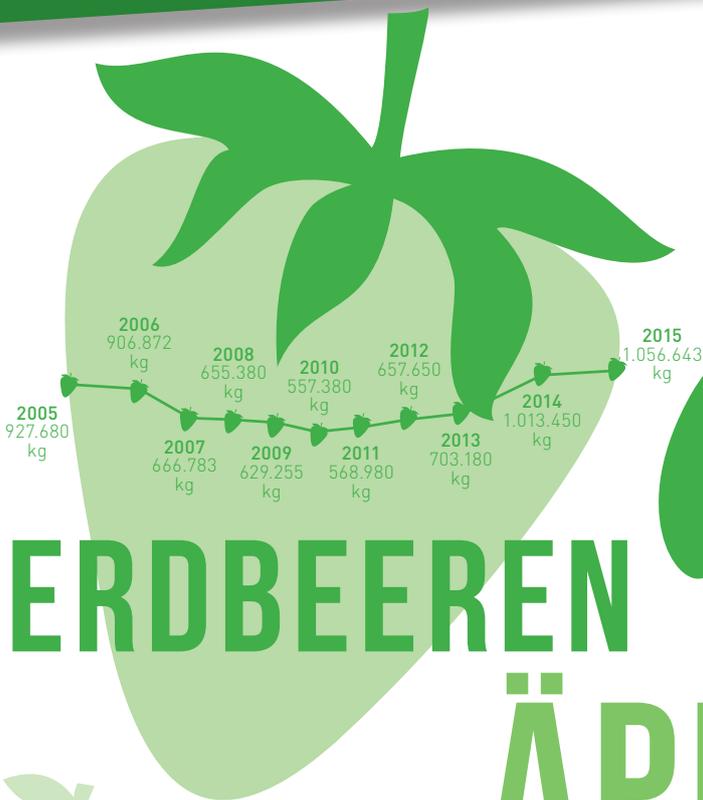
MAXDORF

PASTINAKEN

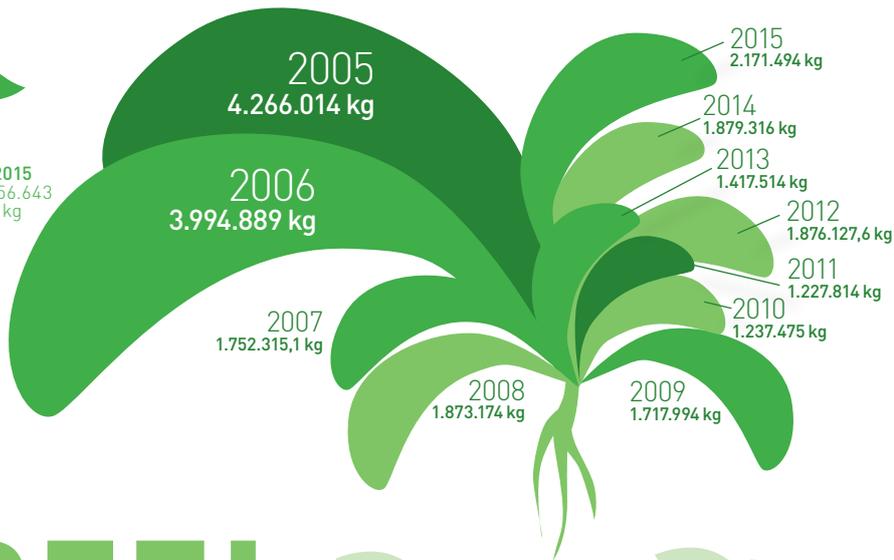


Ups & Downs beim Pfalzmarkt

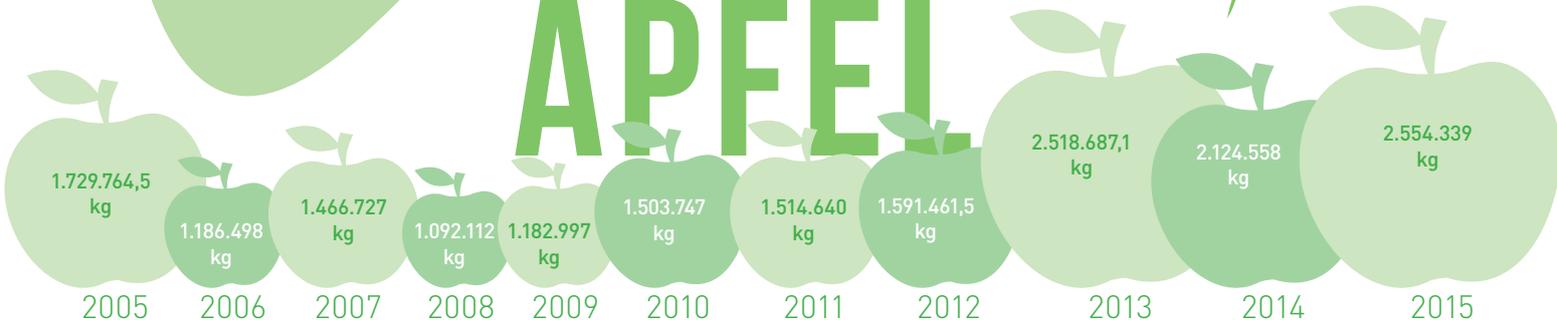
FELDSALAT



ERDBEEREN



ÄPFEL



APRIKOSEN



2015
64.284 kg

2014
83.615 kg

2013
3.380 kg

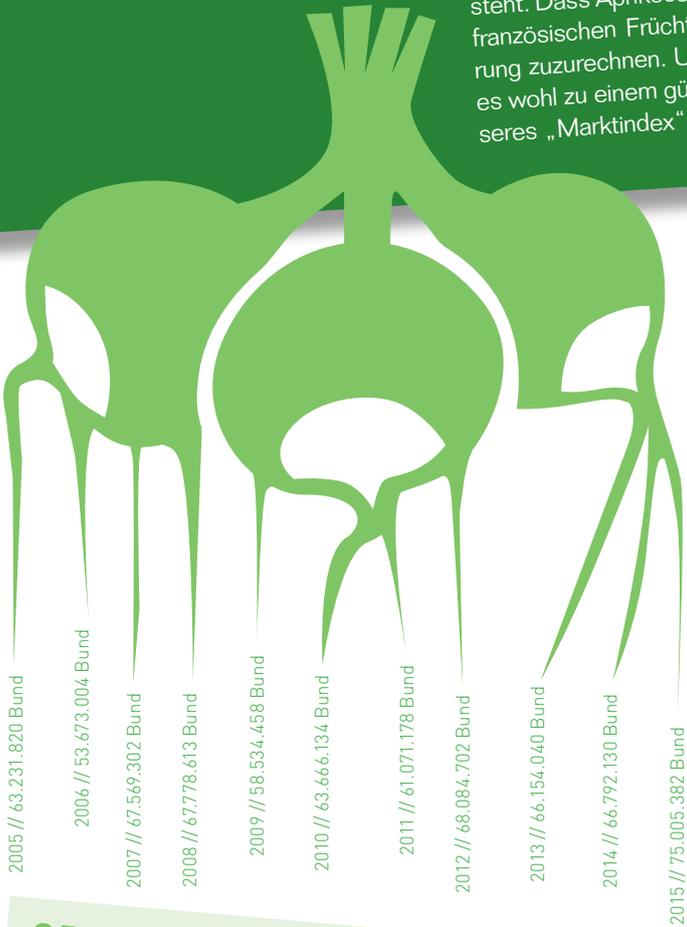
2012
0 kg

2011
310 kg

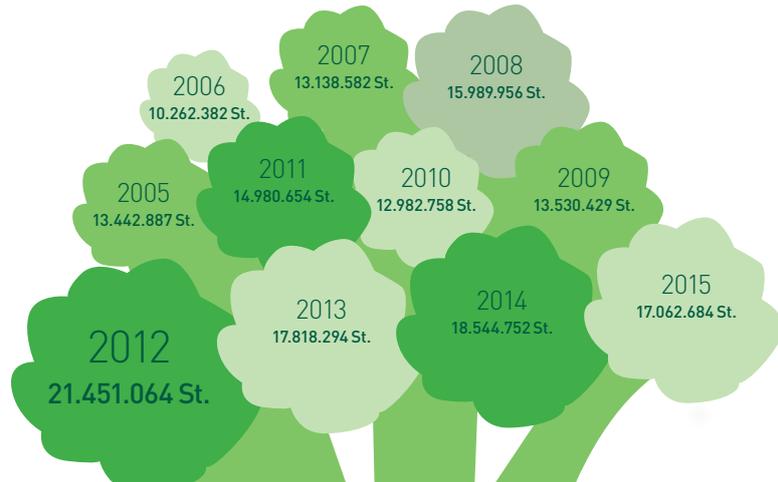
2010
210 kg

Unsere Produktkurven belegen so einiges. Zum Beispiel, dass das Wetter nicht planbar ist. Oder dass Kundenwünsche manchmal überraschen. Und dass wir vor allem eins bleiben müssen: flexibel.

Die wohl signifikanteste Veränderung in unserer Statistik ist die enorme Nachfrage nach Pastinaken, die stellvertretend für die „Wiederentdeckung“ alter Gemüsesorten in Deutschland steht. Dass Aprikosen in der Pfalz nicht nur überleben, sondern so gut gedeihen, dass sie den französischen Früchten Konkurrenz machen können, ist wahrscheinlich der Klimaveränderung zuzurechnen. Und wenn es in manchem Jahr besonders viele Erdbeeren gibt, dann ist es wohl zu einem günstigen Zeitpunkt schön warm geworden. Insgesamt zeigt der Trend unseres „Marktindex“ ganz klar: Es geht nach oben!



RADIESCHEN



BLUMEN-KOHL

OBST/GEMÜSE (GESAMT)

■ Obst ■ Gemüse



ÖKOLOGISCHE LANDWIRTSCHAFT

Bio: vom Umbau im Anbau

Bernd Kugelmann ist einer der beiden Pioniere, die 2006 beim Pfalzmarkt ihren Betrieb auf ökologische Landwirtschaft umstellten. 17,5 Hektar groß bzw. klein war die Fläche, auf der die Erzeuger damals Bio-Produkte anbauten. Heute bewirtschaften sieben Betriebe 160 Hektar – mit Potenzial nach oben.



Für Bernd Kugelmann war der Auslöser für die Umstellung sein Wunsch, der „Wachstumsfalle“ zu entkommen. „Ich wollte nicht immer noch mehr produzieren und wachsen, um auf dem Markt bestehen zu können“, sagt der Landwirtschaftsmeister aus Kandel. „Nun erzeuge ich Mehrwert über meine Produkte.“

So wie ihm geht es in Deutschland vielen Landwirten. Laut Bundesamt für Ernährung und Landwirtschaft stieg der Anteil an Agrarfläche, die ökologisch betrieben wird, von 2,1 Prozent im Jahr 1996 auf 6,3 Prozent im Jahr 2014. 1996 waren das 1,3 Prozent der Betriebe, 2014 schon 8,2 Prozent, 2015 etwa 12 Prozent. Der Satz beim Pfalzmarkt läge allerdings deutlich darunter. „Bio-Produkte machen circa vier Prozent unseres Gesamtumsatzes aus“, sagt Sebastian Dorsch. Mit seiner Kollegin Frieda Schmitt ist der Produktbetreuer beim Pfalzmarkt für den Bio-Bereich verantwortlich. Er kann aktuell 20 Gemüsesorten in Bioqualität vermarkten und insgesamt etwa 85 Prozent der Nachfrage durch den Handel bedienen. Am meisten gefragt sind Fenchel, Zucchini, Karotten und Hokkaido-Kürbis – außer Karotten alle samt Produkte, die auch Kugelmann auf seinen 60 Hektar, 12 davon in Umstellung, anbaut.

Unbelastet in mehr als einer Hinsicht

Kugelmann ist froh, dass er die Umstellung auf die ökologische Landwirtschaft gewagt hat. So genießt er das Gefühl, sich mit der Diskussion um den Einsatz von Chemikalien nicht mehr belasten zu müssen. „Wenn ich jetzt wieder das Hin und Her ums Glyphosat mitbekomme, bin ich erleichtert, dass ich damit nichts zu tun habe“, sagt er. Natürlich gibt es andere Hürden im Bio-Bereich,

etwa die engmaschige Kontrolle durch die Verbände: „Mittlerweile beschäftige ich eine Mitarbeiterin ausschließlich für die Bio-Dokumentation“, berichtet er. Fairerweise muss hinzugefügt werden, dass die Dokumentationspflicht im konventionellen Anbau kaum weniger arbeitsintensiv ausfällt.

Vor allem die Südpfalz ist kleinparzelliert – das Thema Abdrift von Pflanzenschutzmitteln ist für alle Erzeuger relevant, für die „Öko“-Landwirte allerdings noch mehr.



Bernd Kugelmann

„Wir erfahren im Bio-Bereich deutlich mehr Wertschätzung für unsere Arbeit.“

Ein Hindernis? „Nein“, sagt Kugelmann. Hoch wachsende Pflanzen um den Acker böten Schutz, „und wir haben Nachbarn, mit denen wir uns über den Pflanzenschutz abstimmen.“ Und natürlich ist

Größe von Vorteil: „Wir besitzen nur noch zehn Äcker“, sagt Kugelmann, „die aber sind so groß, dass wir nur wenige angrenzende Felder haben.“

Wohllollende Verbraucher - hier gibt es sie

Eines ist ganz wesentlich für den Erzeuger aus Kandel: „Wir erfahren im Bio-Bereich deutlich mehr Wertschätzung für unsere Arbeit.“ Kunden und Endverbraucher rufen an, kommentieren und fragen weitere oder mehr Produkte an. Bio-Konsumenten scheinen deutlich interessierter an der Herkunft ihrer Nahrung zu sein als andere. „An Weihnachten rief sogar eine Dame aus Berlin an, die unseren Feldsalat so klasse fand, dass sie wissen wollte, wo sie den wie lange noch beziehen kann.“ Dass der Feldsalat von Kugelmann kam, konnte die Frau nur wissen, weil der Betrieb seine Paletten mit eigenem Etikett versieht. „Bio mit Gesicht“ und Regionalität lauten die Schlagwörter dazu.



Förderungen mitnehmen!

Es mag am wachsenden Verbraucherinteresse liegen, dass es in Deutschland nach einer Phase der Stagnation wieder mehr Bio-Bauern gibt. Insgesamt gibt es damit 24.343 Bio-Erzeuger, vier Prozent mehr als 2014. Diese beackern 1.077.950 Hektar Fläche. Ein Grund für den Zuwachs könnten aber auch die höheren Fördersätze sein, die seit 2015 gelten. So erhalten Erzeuger für die Einführung von ökologischem Gemüsebau im Entwicklungsprogramm „EULLe“ durch das Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft, Ernährung, Weinbau und Forsten Rheinland-Pfalz 700 Euro Beihilfe je Hektar im ersten und zweiten Jahr, sowie 300 Euro für das Beibehalten der Grundsätze im dritten bis fünften Jahr. Für Kern- und Steinobst liegen die Sätze bei 930 bzw. 720 Euro. Daneben gewährt das Land einen Zuschuss zu den Kontrollkosten in Höhe von 50 Euro je Hektar (maximal 600 Euro je Betrieb und Jahr). Im Wirtschaftsjahr 2014/15 war das Einkommen eines Bio-Erzeugers um fünf Prozent höher als das eines konventionell wirtschaftenden Kollegen, ergab eine Studie des Thünen-Instituts in Braunschweig.

„Einige Bio-Bauern wollen größer werden“, erklärt Dorsch. „Deshalb ist der Pfalzmarkt immer auf der

„Bio-Produkte machen ca. 4 % unseres Gesamtumsatzes aus. Aktuell vermarkten wir 20 Gemüsesorten in Bioqualität.“



Sebastian Dorsch

Suche nach neuen Absatzkanälen und hat für diese Saison drei neue Naturkosthändler im Kundenstamm.“ Auch aus Bio sei ein Verdrängungsmarkt geworden, meint der Produktbetreuer: „Und der ist ziemlich gedeckelt.“ Umso mehr zählt für die Kunden die Dienstleistung um das Produkt herum – und hier kann der Pfalzmarkt punkten. Die hervorragende Spedition, Pack-

maschinen bei einigen Erzeugern und insgesamt lang gewachsene Strukturen machen den Pfalzmarkt auch für die Biobranche attraktiv. Erzeugern, die auf Bio umsteigen wollen, rät Dorsch, unbedingt den ganzen Betrieb umzustellen sowie ein-

em Verband beizutreten. Denn Bio nur nach EG-Norm reicht den Ketten nicht mehr, auch sie wollen mit Verbandsware in die Werbung gehen.

Die Ware wird zu 100 Prozent abgesetzt

Kugelmann rät Kollegen zu, auf Bio umzustellen – allerdings mit klaren Vorstellungen vom Markt. „Nur auf die Chemie verzichten reicht nicht, um erfolgreich Bio zu machen“, weiß er aus Erfahrung. Jeder benötigt seine Nische und muss im Blick behalten, was der Markt braucht und womit er ihn beliefern kann. „Aber auch der Pfalzmarkt muss bereit sein, mehr Bio anzubieten“, findet Kugelmann. „Wenn ein Kunde anfragt, ob er ein Produkt bei uns komplett in Bioqualität beziehen könne, und wir können nicht liefern, weil wir zu wenig davon haben, dann kauft der Kunde eben woanders“, mahnt Kugelmann. „Hier ist dringend eine Zukunftsstrategie nötig, es müssen mehr Betriebe gewonnen werden, die bereit sind, auf Bio umzustellen!“

Kugelmann hat seinen Betrieb durch den Verband Bio-kreis zertifizieren lassen – daneben hat er seine ganz eigenen Marketingideen. So war er bis vor Kurzem Deutschlands erster und einziger patentiert vegan produzierender Erzeuger. Das kommt beim Verbraucher an. Das letzte Argument für Bio liefert der Konsument: Bio-Verbraucher sind bereit, das zu zahlen, was ihr Essen wert ist.



Bio: Infos und Fördermöglichkeiten

Alles Wissenswerte, auch Infos zu den Fördermöglichkeiten unter: www.oekolandbau.rlp.de, unter „Fachinformationen“ und bei den einzelnen Bio-Verbänden.

Ansprechpartner des DLR für Fragen zu Umstellung/Recht/Förderung:
Christian Cypzirsch, Telefon 0671 820419, christian.cypzirsch@dlr.de

Ansprechpartner des DLR für Ökologischen Gemüsebau:
Dr. Karin Postweiler, Telefon 06235926372, karin.postweiler@dlr.rlp.de

PFALZMARKT NEWS

AUSBILDUNG



Von links nach rechts: Jonas Hill, Kim Barasinski, Kai Fischer, Tobias Klemm, Marc Lauzait und André Waack

Keine Nachwuchs-Sorgen

Sechs Auszubildende erlernen beim Pfalzmarkt im Augenblick ihren ersten Beruf. Die beiden „Senioren“ der Truppe sind Jonas Hill aus Bockenheim an der Weinstraße und Kai Fischer aus Schifferstadt, die bereits das dritte Lehrjahr zum Groß- und Außenhandelskaufmann absolvieren. Kim Barasinski und Tobias Klemm haben ihre Ausbildungszeit in diesem Beruf im August 2015 begonnen. Barasinski ist 26 Jahre alt und kommt aus Mannheim, Klemm ist 21 Jahre alt und stammt aus Schifferstadt. Ebenfalls im August 2015 startete unser erster Jahrgang für die Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik: Marc Lauzait und André Waack heißen die beiden Neuzugänge. Beide sind 18 Jahre alt, Lauzait kommt aus Mutterstadt, Waack aus Ludwigshafen. Ausbilderin für den Bereich Groß- und Außenhandelskaufmann ist nach wie vor Ulrike Malisch, für den Bereich Lagerlogistik heißt der Ausbilder Thorsten Ullrich.

Am 30. März fanden die Auswahltests für das kommende Ausbildungsjahr statt. Nachdem der Pfalzmarkt die beiden Lehrstellen – eine in jedem Ausbildungsbereich – in der „Rheinpfalz“ ausgeschrieben hatte, erreichten den Markt so viele Bewerbungen wie noch nie zuvor: 23 Anwärter durften sich Ende März präsentieren. Die Entscheidungen stehen noch aus.

UMSATZ

Deutliche Umsatzsteigerung 2015

Der Pfalzmarkt konnte seinen Erzeugerumsatz im Jahr 2015 um 26 Millionen Euro auf insgesamt 150 Millionen Euro steigern. 230.000 Tonnen Obst und Gemüse wurden abgesetzt, rund 10 Prozent mehr als im Vorjahr. Auch der Umsatz mit Bio-Obst und -Gemüse erhöhte sich auf über 5,6 Millionen Euro. Der Gesamtumsatz der Pfalzmarkt-Gruppe betrug 191 Millionen Euro – ein satter Umsatzzuwachs im Vergleich zum Vorjahr. 2014 waren 188 Millionen Euro umgesetzt worden.





FRUIT LOGISTICA 2016

Erfolgreiche Präsentation in Berlin

Der Besucherandrang schlug erneut alle Rekorde: Rund 70.000 Fachbesucher aus 130 Ländern trafen sich anlässlich der diesjährigen Fruit Logistica in Berlin. Die Messe der Obst- und Gemüsebranche ist international die größte ihrer Art. 2.891 Aussteller aus 84 Ländern stellten sich vom 3. bis 5. Februar vor. Natürlich war auch der Pfalzmarkt wieder mit einem Stand vertreten.

Vor allem die Mitarbeiter der Pfalzmarkt-Exporttochter Pfalz Fresh GmbH führten zahlreiche Gespräche – das Interesse der Kunden aus dem europäischen Ausland erwies sich als enorm. Auf der Fruit Logistica werden traditionell wichtige neue Kontakte ins In- und Ausland geknüpft. Im Inland sind es oft neue Kunden von den Großmärkten, die die Möglichkeit wahrnehmen, das Potenzial des Pfalzmarkts persönlich kennenzulernen.

Während der Pfalzmarkt im Inland immer seine ganze Produktpalette anbieten kann, liegt das Interesse aus dem Ausland vor allem auf den Umsatzrennern Bundzwiebeln, Radieschen und Blumenkohl. Trotzdem hat der Pfalzmarkt 2015 mehr als 130 verschiedene Produkte exportiert: Die sichere Qualität unserer Ware ist gefragt. Über-

haupt war das Thema Qualität auf der Messe von zentraler Bedeutung; die Sicherheit der Rückstandsfreiheit in den geforderten engen Grenzen ist eine Selbstverständlichkeit geworden – selbst bei niedrigem Preisniveau. Daneben ist für den Handel vor allem die sichere Warenverfügbarkeit bei einheitlicher Qualität in einer großen Produktpalette entscheidend. Gleichzeitig muss die Liefergeschwindigkeit unbedingt den Frischekriterien entsprechen.

Der Pfalzmarkt war mit den Ergebnissen der Fruit Logistica sehr zufrieden. Der Andrang auf der Ausstellungsfläche zeugte davon, dass unsere Produkte gefragt sind – wegen ihrer Qualität und wegen ihrer gesicherten Verfügbarkeit. 🍏

Bild: Christian Weseloh, Geschäftsführer der Bundesvereinigung der Erzeugervereinigungen, Manfred Nüssel, Präsident des Deutschen Raiffeisenverbandes, sowie Johannes Trauth und Johannes Eiken, beide Pfalzmarkt-Vorstand (v.l.n.r)



FOTOWETTBEWERB

**Pfalzmarkt-
Fotowettbewerb
Gewinnerfoto**
von Stephan Andrae
aus Schifferstadt

Meine Heimat: Pfalzmarkt-Land

In der letzten Ausgabe des Pfalzmarkt Journals hatten wir Sie gebeten, uns die schönsten Seiten der Pfalz zu zeigen. Und tatsächlich haben Ihre Einsendungen gezeigt, wie vielfältig und attraktiv unsere Region ist.

Gewinner des Fotowettbewerbs ist Stephan Andrae aus Schifferstadt. Er hat gleich mehrere sehr gute Bilder geschickt, unser Siegerfoto jedoch ist der „Blick von der kleinen Kalmit bei Sonnenuntergang“. Das Foto sei bei einem abendlichen Picknick mit seiner Freundin entstanden, sagt Andrae. Inklusiv rosa Wölkchen zum Davonschweben sind hier ja nun wirklich alle Zutaten für das entsprechende romantische Flair vorhanden. Wir bedanken uns für das tolle Foto!



„Winterzwiebel“ – auch ein Bild von Stephan Andrae

Wenn Sie auch Lust haben, uns Ihre besten Pfalz-Momente zu schicken, senden Sie einfach eine Mail mit dem Foto an info@pfalzmarkt.de. Schreiben Sie noch Ihren Namen dazu sowie das Stichwort „Fotowettbewerb“ – und vielleicht erscheint an dieser Stelle demnächst ja Ihr Bild?

Von der Zichorie zum Chicorée



Lange Zeit interessierte die Menschen am Chicorée nur die Wurzel: Aus der Zichorie wurde - und wird - Ersatz-Kaffee hergestellt. Laut Überlieferung hatten belgische Bauern im 19. Jahrhundert ihre Wurzel-Ernte erstmals dunkel gelagert, die daraufhin helle Knospen trieb: den Chicorée, wie wir ihn heute kennen - aber noch lange nicht genug lieben. Im internationalen Vergleich essen die Deutschen bisher nur wenig von dem zarten Wintergemüse. Dabei ist Chicorée überaus gesund: Er ist vitaminreich und regt dank seiner Bitterstoffe Gallen- und Bauchspeicheldrüse an. Wer Chicorée zu bitter findet, entfernt einfach den Strunk - die gesunde Wirkung bleibt dennoch erhalten.

DAS REZEPT:
**Chicorée im Speckmantel
mit Schnittlauch-Hollandaise und
gebratenen Riesengarnelen**

Zubereitung:

Den Chicorée waschen, putzen, halbieren und die Strünke keilförmig herausschneiden. 2 bis 3 Minuten in kochendes Salzwasser geben (blanchieren). Kalt abschrecken und gut abtropfen lassen.

Für die Hollandaise die Eigelbe mit dem Riesling über dem Wasserbad aufschlagen, bis eine leichte Bindung entsteht. Jetzt die zerlassene Butter langsam unterziehen, mit Salz, Pfeffer und Worcestersauce abschmecken. Den geschnittenen Schnittlauch unter die Hollandaise geben.

Den blanchierten Chicorée mit dem Speck umwickeln und bei mittlerer Oberhitze knusprig backen.

Die Riesengarnelen mit dem Olivenöl anbraten. Zusammen mit dem überbackenen Chicorée und der Schnittlauch-Hollandaise anrichten. Dazu können Sie gerne ofenfrisches Baguette reichen.

Guten Appetit!

Ihr Jürgen Schleicher



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

Zutaten für vier Personen:

- 4 Stück Chicorée
- 8 Scheiben Speck
- 4 Eigelb
- 60 ml trockener Riesling
- 50 g Butter
- 1 kleiner Bund Schnittlauch
- Salz, Pfeffer, Worcestersauce
- 8 Stück geschälte Riesengarnelen
- 3 EL Olivenöl