

# Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 1/2017

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



## Über Neuseeland zurück in die Pfalz

Peter Magin aus Frankenthal im Erzeugerporträt

### Gut Ding will Planung haben

Zwischenstand  
Pfalzmarkt Erweiterungsbau

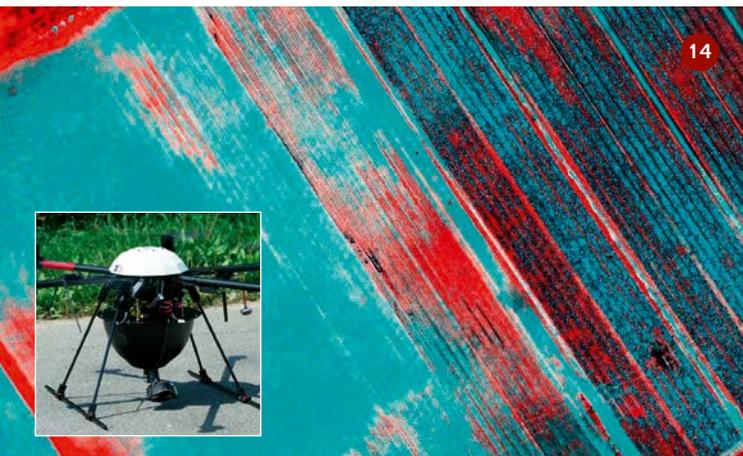


### Unterstützung von oben

Wie Drohnen dem  
Pfalzmarkt helfen können

PfalzMarkt





# INHALT

## FRUIT LOGISTICA

**Pfalzmarkt zeigt Größe** 04

## PFALZMARKT ERWEITERUNGSBAU

**Gut Ding will Planung haben** 06

## ERZEUGERPORTRÄT

**Über Neuseeland zurück in die Pfalz: Peter Magin** 08

## SERVICE

**Ihre Ansprechpartner im Vertrieb** 10

## INTERVIEW

**Vorstandsmitglied Wolfgang Wenzel im Gespräch** 12

## TECHNISCHE ENTWICKLUNG

**Unterstützung von oben - Drohnen** 14

## PFALZMARKT NEWS

16

## GENUSSLANDSCHAFT PFALZ

**Fleissige Erzeuger - die Bienen** 18

## SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE

**Haddu Möhrchen** 20

### 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



Dieses Vorhaben wurde von der Europäischen Gemeinschaft kofinanziert  
(Gemeinsame Marktorganisation für Obst und Gemüse)



**Angelika Elbert**

☎ 06231/408-202

✉ a.elbert@pfalzmarkt.de

Vorstandssekretariat

# „Am Wetter können wir wenig drehen – an anderen Aspekten dafür mehr“

**Liebe Leserinnen, liebe Leser,**

was für ein Frühling! Als er kam, kam er gewaltig – und brachte derartig warme Temperaturen mit sich, dass unsere Erzeuger sich um Wochen nach vorne katapultiert glaubten, so viel war in kürzester Zeit zu ernten. Unsere Freilandsalate kamen in der Folge gleichzeitig mit den Gewächshausprodukten aus den Niederlanden und Belgien auf den Markt. Die Preise sind dementsprechend. Kurz darauf wurde es so kalt, dass die Obstblüte durch Beregnung vor Frost geschützt werden musste. Aber wir sind Turbulenzen gewohnt – wann machen Wetter und Markt je, was man sich als Erzeuger wünscht? Auch die vergangene Saison war nicht einfach, dennoch konnten wir unseren Umsatz halten, und das trotz geringerer Warenmenge. Wir sind gespannt, wie sich der Sommer 2017 entwickelt.

Am Wetter können wir wenig drehen; an anderen Aspekten dafür mehr. Zum Beispiel im Bereich technische Innovationen, die unsere Arbeit er-



leichtern. Eine solche Neuerung könnte eine Agrardrohne sein, über deren Anschaffung wir uns aktuell beraten. Genauere Infos zu den Möglichkeiten dieser Geräte finden Sie in diesem Heft. Auch über den Stand unserer Planungen zum Hallenneubau erfahren Sie auf den folgenden Seiten mehr. „Wir müssen immer nach Möglichkeiten suchen, wie wir effektiver sein können“, sagt Beirats-Mitglied Peter Magin im Erzeugerporträt. Eine Devise, die für uns alle interessant sein könnte.

**Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen**

Johannes Eiken  
Vorstand Verwaltung

Johannes Trauth,  
Vorstand Vertrieb

Wolfgang Wenzel,  
Vorstand Vertrieb

Wir ernten das Obst, We reap the harvest -  
Sie den Erfolg. and you the success.



ERWARTEN  
SIE GROSSES  
VON UNS.

EXPECT  
SOMETHING GREAT  
FROM US.

FRUIT LOGISTICA

# Pfalzmarkt zeigt Größe

Der Pfalzmarkt präsentierte sich auf der diesjährigen Fruit Logistica mit einem brandneuen Messeauftritt - und machte damit ganz nebenbei der Tatsache alle Ehre, dass die Messe ihr 25. Jubiläum feierte. Mit dem Standmotto „Größe zeigen“ veranschaulichte die Erzeugergemeinschaft die eigenen Qualitäten ebenso wie die des führenden internationalen Branchentreffens der Fruchthandelswelt.

Von den Messewänden lächeln reale Mitarbeiter des Pfalzmarkts auf die Besucher hinab – und auf sich selbst, denn einige der „Fotomodels“ stammen aus dem Vertriebsteam und waren mit nach Berlin gereist, um Kontakte zu bekannten Kunden zu pflegen oder neue zu knüpfen. Ihre Doppelgänger auf den Standwänden werden von riesigem Obst und Gemüse flankiert, das die Dimensionen unserer Erzeugergemeinschaft – mit einem Augenzwinkern – klar macht.

„Größe zeigen“: Mit 250.000 Tonnen Obst und Gemüse im Jahr, dem größten deutschen Anbaubereich und einer ausgefeilten Logistik gehört der Pfalzmarkt zu den leistungsfähigsten Erzeugergemeinschaften der Branche. Diese Qualität soll der Messestand transportieren. Die Einkäufer werden ins Visier genommen, indem der Kundennutzen betont wird: „Wir ernten das Gemüse. Sie den Erfolg“. Die Besucher des Pfalzmarkt-Standes zeigten sich angetan vom neuen Messeauftritt: Bemerkungen wie „Klare Linie!“, „Tolle Bilder!“, „Sieht ja klasse aus!“, „Das fällt ja mal auf!“ oder „Größe zeigen habt ihr ja mal wörtlich genommen, was?“ bewiesen, dass mit den Motiven eine gute Wahl getroffen worden ist.

Naturgemäß kreisten die Gespräche am Stand in erster Linie um die Produkte des Pfalzmarkts. 17 Mit-

arbeiter waren mit nach Berlin gekommen, vom Vertrieb über die Qualitätssicherung und das Leergut bis zur Geschäftsführung. Das Team der Pfalzmarkt-Exporttochter Pfalz Fresh GmbH führte den Löwenanteil der Gespräche. Ihre Kunden sind typisch für die Fachbesuchergruppen der Fruit Logistica, die in diesem Jahr zu 82 Prozent aus dem Ausland kamen. Die Kunden der Pfalz Fresh GmbH fragen am meisten Bundzwiebeln, Radieschen und Blumenkohl nach. Insgesamt hat der Pfalzmarkt 2016 genau 140 verschiedene Produkte ins europäische Ausland exportiert.

### Mitten in Deutschlands Garten

Das Partnerland der diesjährigen Fruit Logistica war Deutschland, „Germany – your garden“ das Motto. Ausrichter des Partnerland-Projekts war die Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse (BVEO), die seit 2014 mit dem Slogan und der Website „Deutschland – mein Garten“ für deutsches Obst und Gemüse wirbt. So war Halle 20 mit dem Stand der BVEO, des Pfalzmarktes und 29 weiterer Erzeugerorganisationen das heimliche Zentrum der Messe.

Insgesamt kamen mehr als 75.000 Fachbesucher aus 130 Ländern zur Jubiläumsausgabe der Fruit Logistica. Über 3.100 Aussteller aus 84 Ländern zeigten die breite Palette der Fruchtbranche und konnten sich einen Eindruck von der herausragenden Qualität deutschen Obst und Gemüses verschaffen. Mittendrin und – Größe zeigend – nicht zu übersehen: der Pfalzmarkt.



PFALZMARKT ERWEITERUNGSBAU

# Gut Ding will Planung haben

Die Vergrößerung des Pfalzmarkts durch neue Gebäude steht bereits seit zehn Jahren auf der Agenda. Doch die Erzeugergemeinschaft wächst und verändert sich und die bisherige Planung für die Erweiterungsbauten erweist sich als überholt. Zeit für eine Bestandsaufnahme, frische Ideen – und einen Blick auf gute Beispiele aus der Praxis anderer Erzeugergemeinschaften.

Längst hing eine Bauzeichnung im Vorstandszimmer des Pfalzmarkts, auf der die neue Halle auf dem Nachbargrundstück des Pfalzmarkts eingezeichnet war. Eine Bauzeichnung, in die sich Johannes Eiken, frisch zum Vorstand des Pfalzmarkts gestoßen, vertiefte und die er mit dem Blick von außen neu analysierte. „Mir fielen zahlreiche Widrigkeiten auf“, sagt Eiken, „es wurde schnell deutlich, dass wir auf die bisher geplante Art und Weise unsere logistischen Prozesse nicht optimal abbilden“. Die Pläne waren mit Hindernissen auf dem Erweiterungsgelände – eine Hochspannungsleitung, eine Gasleitung und der Floßbach – äußerst kompromissfreudig umgegangen; so kompromissfreudig, dass im Fall einer Realisierung viel kostbarer

Platz verschenkt würde. „Wir müssen aber mit dem, was wir bauen, bis 2050 arbeiten können“, betont Johannes Eiken: „Das muss unser Anspruch sein!“ Vor diesem Hintergrund galt und gilt es, das Projekt Neubau noch mal völlig neu zu denken.

## Zu Gast bei den Nachbarn

Nachdenken ist immer gut – sich zudem gut gemachte Beispiele anzuschauen kann zumindest nicht schaden. Also machten sich im November 2016 Mitglieder aus Aufsichtsrat und Beirat, der Pfalzmarkt-Vorstand sowie Controllingleiter Hans-Jörg Friedrich, Hallenmeister Franz-Josef Mayer und Architekt Markus Maier auf eine „Entdeckungsreise“ in Sachen Hallen-Bau. Sie besuchten Erzeugermärkte in Belgien, in den Niederlanden und in Norddeutschland,



Grundsätzlich sind die Hallen alle ähnlich aufgebaut, interessant sind aber die Details in der Technik und im Ablauf des Warenflusses.



um sich anzuschauen, wie diese unter verschiedenen Voraussetzungen arbeiten. In den Niederlanden waren sie zu Gast beim Fresh Park Venlo, eine Erzeugergemeinschaft (EG) wie der Pfalzmarkt, die jedoch zudem einen gewaltigen Gewerbepark verwaltet. Mehr als 100 Hektar Hallen vermietet die EG an branchenverwandte Unternehmen, inklusive spezialisierter Logistik und Dienstleistung. In Belgien besichtigte der Pfalzmarkt die EG BelOrta, deren Hallenkapazitäten die des Pfalzmarkts viermal übersteigt. In Deutschland schließlich waren die Ziele die ELO in Langförden-Oldenburg und Landgard in Straelen. Die Halle der ELO ist mit einer zweistöckigen Kühlung sowie einer Vakuumkühlung versehen, auf die der Pfalzmarkt besonderes Augenmerk legte. Die Halle bei Landgard war vor allem wegen ihrer Multifunktionalität spannend, blitz-

schnell kann sie von Obst auf Blumen umorganisiert werden.

#### Halle ist nicht gleich Halle

„Wir haben uns angeschaut, wie die Hallen gebaut und eingerichtet sind, vor allem aber haben wir beobachtet, wie die Abläufe darin organisiert werden können“, erklärt Hans-Jörg Friedrich. Warenfluss, Verladung, Lagerung, Kühltechnik unterscheiden sich voneinander. So ist etwa aufgefallen, dass die neueren Hallen grundsätzlich komplett gekühlt werden. Auch gibt es oft Schleusen, in denen ein Unterdruck evtl. vorhandene Abgase abzieht. Interessanterweise war von einer Automatisierung nicht viel zu sehen: „Außer bei Blumen und Pflanzen waren die Abläufe nicht automatisiert“, berichtet Friedrich.

So hat die Reise viele Impulse erzeugt, die in die Neuplanung der

„Es geht um verschiedene Bausteine, die wir nun zu einem nachhaltigen und flexiblen Konzept formieren.“

Johannes Eiken, Vorstand Verwaltung



Pfalzmarkt-Erweiterung einfließen können. „Die wichtigste Erkenntnis ist aber, dass wir nicht einfach Copy und Paste drücken können und dann ein fertiges Konzept für uns in der Tasche haben“, sagt Johannes Eiken. „Wir müssen uns ganz an unseren eigenen Bedürfnissen orientieren.“ Diese gilt es nun schrittweise herauszufiltern: durch Analyse des Warenflusses, Berechnungen über Platzbedarf, Zeitabläufe und sogar Pro und Contra verschiedener Baumaterialien. „Es geht um viele verschiedene Bausteine“, so Eiken, „die wir nun neu zu einem nachhaltigen und flexiblen Konzept formieren. Das war das Drücken der Reset-Taste wert.“





# Über Neuseeland zurück in die Pfalz

**Der Betrieb von Peter Magin in Frankenthal Eppstein ist einer der großen Blumenkohl-Lieferanten für den Pfalzmarkt. Daneben baut Magin Rhabarber, Petersilie und Kartoffeln an. Der 36-Jährige leitet seit 2015 seinen Betrieb, den er eigentlich noch eine ganze Weile gemeinsam mit dem Vater führen wollte.**

Georg Magin hatte den Betrieb 1971 von seinem Vater übernommen und brachte ihn auf technisch höchstes Niveau. „Mein Vater war immer sehr fortschrittlich eingestellt“, sagt sein Sohn, „ich kann behaupten, dass unser Betrieb auf dem neusten Stand ist, und diese Entwicklung hat mit ihm begonnen.“

Peter Magin absolvierte zunächst eine Ausbildung zum Bankkaufmann und setzte dann noch ein BWL-Studium drauf. Seine berufliche Laufbahn

führte ihn bis nach Neuseeland, wo er in der Bilanzierung eines großen Agrarkonzerns arbeitete. 2008 aber entschied er sich für die Rückkehr in die Pfalz und dafür, in den elterlichen Betrieb einzusteigen. Während der Vater die Arbeit auf dem Acker weiterführte, übernahm der Sohn das Büro; seine beruflichen Kenntnisse brachten – und bringen – ihm hier erheblichen Vorteil.

Im Mai 2015 dann der Schock: Der Vater stirbt unerwartet nach kurzer schwerer Krankheit. Mutter und Sohn bleiben mitten in der Saison mit ihrer Trauer und einem weiterzuführenden Betrieb zurück. „Ich habe vom Pfalzmarkt, vor allem in Person von Hans Trauth, ganz tolle Unterstützung erfahren“, erinnert

sich Magin. „Sowohl auf persönlicher Ebene als auch bei Fragen der Organisation wurde mir unter die Arme gegriffen, dafür bin ich extrem dankbar.“ Zwar hatte der Vater zu Lebzeiten den Betrieb sehr gut geregelt, „aber Rat und Tat von ihm fehlen natürlich immer noch“, sagt Magin. Er weiß jedoch, dass er den Betrieb im Sinne seines Vaters weiterführt; über die grundlegende Richtung waren sich Vater und Sohn immer einig.

Blumenkohl ist eine lohnintensive Kultur, weil sie nicht ohne Handarbeit auskommt. „Der Mindestlohn ist ein Thema bei uns“, sagt Magin, „wir müssen schauen, wie wir die Arbeitskosten dämpfen können.“

Dafür nutzt der Erzeuger so viele technische Hilfsmittel, wie es nur geht, etwa einen GPS-gesteuerten Düngerstreuer. „Es werden immer neue Herausforderungen auf uns zu kommen. Wir müssen deswegen nach Möglich-

keiten suchen, wie wir effektiver sein können.“

Aktuell hat Magin mit den Folgen der Überschwemmungen des Vorjahrs zu kämpfen: Ein großer Teil seiner Rhabarberbestände sind zerstört. Er setzt sich für eine Neuorganisation der Bewässerungsgräben auf der sogenannten Frankenthaler Terrasse ein – „denn sonst können wir alle Jahre wieder solche Überflutungen erwarten“. Auch hier lobt Magin den Pfalzmarkt, der sich dafür einsetzt, dass die Politik aktiv wird. Nicht umsonst ist er im Beirat der Erzeugergenossenschaft: „Ich möchte dafür sorgen, dass der Pfalzmarkt weiter so hilfreich für uns Erzeuger bleibt.“

**„Wir müssen immer nach Möglichkeiten suchen, wie wir effektiver sein können.“**

Peter Magin

NAME: Peter Magin, 36  
 ORT: Leiningerstraße 19, 67227 Frankenthal Eppstein  
 BETRIEBSGRÖSSE: ein mittelständischer Betrieb  
 MITARBEITER: 1 Festangestellter, zur Erntezeit bis zu 15 Saisonarbeitskräfte  
 PRODUKTE: Kartoffeln, Blumenkohl, Rhabarber und Petersilie  
 KONTAKT: Telefon: 06233 53458, E-Mail: magin-1981@web.de





Erntefrisch  
aus der Pfalz

SERVICE

# Ihre Ansprechpartner

## MUTTERSTADT



**Yvonne Britsch**  
 ☎ 06231/408-107  
 ✉ y.britsch@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



**Jonas Hill**  
 ☎ 06231/408-100  
 ☎ 0176/10 408 100  
 ✉ j.hill@pfalzmarkt.de



**Benjamin Killet**  
 ☎ 06231/408-104  
 ☎ 0176/10 408 104  
 ✉ b.killet@pfalzmarkt.de

## VERTRIEBSLEITUNGSTEAM



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



**Marcel Wefers**  
 ☎ 06231/408-139  
 ☎ 0176/10 408 139  
 ✉ m.wefers@pfalzmarkt.de

\* = Vertretung

# 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

## MAXDORF



**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



INTERVIEW WOLFGANG WENZEL

# Der Pfalzmarkt als Moderator zwischen Handel und Erzeuger

**Seit dem 1. September 2016 verstärkt Wolfgang Wenzel den Pfalzmarkt-Vorstand. Wenzel ist für die Aufgabenbereiche Verkauf, Qualitätssicherung und Marketing verantwortlich. Der ausgebildete Kaufmann und Agraringenieur bringt aus seiner vorherigen Tätigkeit umfassende Kenntnisse aus dem Bereich Handel mit. Wie er diese für die Erzeuger und den Pfalzmarkt anwenden will, erklärt er im Gespräch.**

**Herr Wenzel, hatten Sie eigentlich vor Ihrer Tätigkeit für den Pfalzmarkt schon einen Bezug zur Pfalz?**

Ja, ich kenne die Region beruflich und auch privat, durch meine Familie. In den vergangenen Jahren ist mir die Pfalz – und der Pfalzmarkt – durch meine Arbeit noch bekannter geworden: Regelmäßige Erzeugerbesuche und der Kontakt zur Ware machten einen festen Bestandteil meiner vorigen Tätigkeit aus.

**Sie waren bei Edeka Südwest – und haben nun mit der Veränderung vom Handel in die Erzeugung die Seiten gewechselt. Was ist hier anders, was ähnlich?**

Aus meiner Sicht sollte die Trennung nicht so strikt gesehen werden. Natürlich gibt es eine starke Abgrenzung zwischen Handel und Erzeugung. Fakt ist aber auch, dass zunehmend beide Seiten beispielsweise gemeinsam Artikel entwickeln. Der Handel erwartet von uns verstärkt Vorschläge für neue Artikel. So kann ein aktiver Austausch entstehen, dessen Ergebnis das bestmögliche Produkt ist. Und das bringt beide Seiten weiter.

**Was hat Sie für die Stelle beim Pfalzmarkt eingenommen?**

Ich finde den Pfalzmarkt spannend, weil hier leistungsfähige Betriebe in allen Größenklassen für die Vermarktung zur Verfügung stehen. Die Vorteile unserer

Erzeugerbetriebe möchte ich in Zukunft noch mehr hervorheben. Das Miteinander von kleineren, mittleren und größeren Betrieben ermöglicht dem Handel ein enorm vielfältiges Spektrum an Ware. Natürlich hat mich zudem die Tätigkeit selber angesprochen – und die Lage in der Pfalz!

„Die Vorteile unserer Erzeugerbetriebe möchte ich in Zukunft noch mehr hervorheben.“

..... Wolfgang Wenzel, Vorstand Vertrieb

**Was möchten Sie beim Pfalzmarkt gerne anpacken, welche Themen verdienen Ihrer Meinung nach besondere Aufmerksamkeit?**

Grundsätzlich möchte ich die Bindung zwischen Erzeuger und Pfalzmarkt weiter stärken. Der Pfalzmarkt soll auch in Zukunft ein moderner Dienstleister für die Betriebe sein. Die Voraussetzungen dafür sind gut. Jetzt geht es darum, dies weiter auszubauen. Aktuell ist mir wichtig, dass wir in der Erzeugung einheitlichere Partien haben. Das betrifft auch das Thema Sorten. Es sollte nicht jeder Erzeuger seine eigenen Sorten nach eigenem Ermessen anbauen. Sondern wir als Pfalzmarkt sollten dem Erzeuger kompetent und selbstbewusst

Rückmeldung zum Qualitätsanspruch und zum Marktbedarf geben. Wir haben im Winter Produktgruppensitzungen dazu abgehalten, in denen wir verschiedene Ziele gemeinsam entwickelt haben.

**Was ist der Hintergrund dieser Zielsetzung?**

Der Markt dreht sich immer schneller – und wir als Erzeugergemeinschaft müssen uns dementsprechend reaktionsfähig aufstellen. Der Handel wünscht neben Qualität und absoluter Frische auch die Differenzierung, sei es hinsichtlich der Artikelvielfalt, sei es beim Thema Anbauverfahren. Auch im Biobereich geht es darum, dem Handel in Zukunft neue Projekte anzubieten. Die Gesamtfläche für den Gemüseanbau ist in Deutschland im vergangenen Jahr erneut gewachsen – aber die reine Menge und der Preis bringen uns nicht immer weiter. Wir müssen noch stärker weitere Eigenschaften aufzeigen. Klar ist aber auch, dass unsere Betriebe jetzt schon unter hohem Druck stehen – sehr vieles auf hohem Niveau umsetzen – und wir den Ausgleich zwischen Anforderung und Möglichem finden müssen. Da gibt es definitiv Grenzbereiche, die heute schon erreicht werden.

**Wie binden Sie die Erzeuger ein?**

Es geht darum, die jeweils für die Betriebsgröße passenden Projekte und Aufträge entsprechend zu verteilen. Ich sehe den Pfalzmarkt unter anderem als Moderator im Zusammenspiel zwischen Erzeuger und Handel. Ziel ist eine enge Zusammenarbeit, um beispielsweise die Ergebnisse aus den winterlichen Produktgruppensitzungen umzusetzen. Wenn ich dazu auf den Acker kommen muss – komme ich gerne, auch wenn es mal regnen sollte.



TECHNISCHE ENTWICKLUNG

# Unterstützung von oben

Die Digitalisierung in der Landwirtschaft schreitet unablässig voran. Vor kurzem noch fremd klingende Begriffe wie Precision- oder Smart Farming sind nun in aller Munde und im Zuge der Automatisierung erscheinen immer weitere Technologien auf den Äckern. Auch beim Pfalzmarkt: Neuster nützlicher Helfer könnte eine Drohne werden.

Als im vergangenen Frühsommer extreme Regenfälle die Pfälzer Äcker überschwemmten, setzte der Pfalzmarkt erstmals eine Kamera-Drohne ein, um die Verheerungen zu dokumentieren. Spätestens hier wurde klar: Die Fluggeräte bergen jede Menge Potenzial für den Ackerbau. Sie sind klein, sie brauchen nicht viel Platz und vor allem: Sie liefern einen Überblick, der sich den Erzeugern sonst nicht bietet. Aus der Luft lassen sich Erkenntnisse über Böden und Pflanzen erschließen, die vom Boden aus kaum möglich wären.

## Fliegender Agrarhelfer

Drohnen können technisch bereits so ausgestattet werden, dass sie Düngbedarf ausmachen oder Unkraut in einer Kultur erkennen. Unter diesem Gesichtspunkt überlegt der Pfalzmarkt aktuell, eine ei-

gene Drohne in den „Fuhrpark“ aufzunehmen. Mit der präzisen Ortung von Unkraut ließen sich Unkrautvernichtungsmittel und/ oder Arbeitskräfte einsparen. Besonders günstig für die Bildgebung per Drohne: Viele Unkrautarten kommen in Nestern vor. Sie lassen sich dementsprechend visuell gut erkennen. Erzeuger könnten vermeiden, ein ganzes Feld zu bespritzen und stattdessen gezielt die Nester angehen.

Zahlreiche Forschungsprojekte beschäftigen sich mit den Möglichkeiten von Drohnentechnik in der Landwirtschaft, so etwa die Hochschule für Technik und die Universität Hohenheim oder auch das Julius-Kühn-Institut in Braunschweig. Ihr – noch fernes – Ziel ist ein unabhängiges Online-Beratungssystem für Erzeuger, das auf der Basis der Drohneninformationen Spritzkarten für die entsprechenden Flächen erstellt. Dass die Forschung im Bereich Agrardrohnen auf Hochtouren läuft,

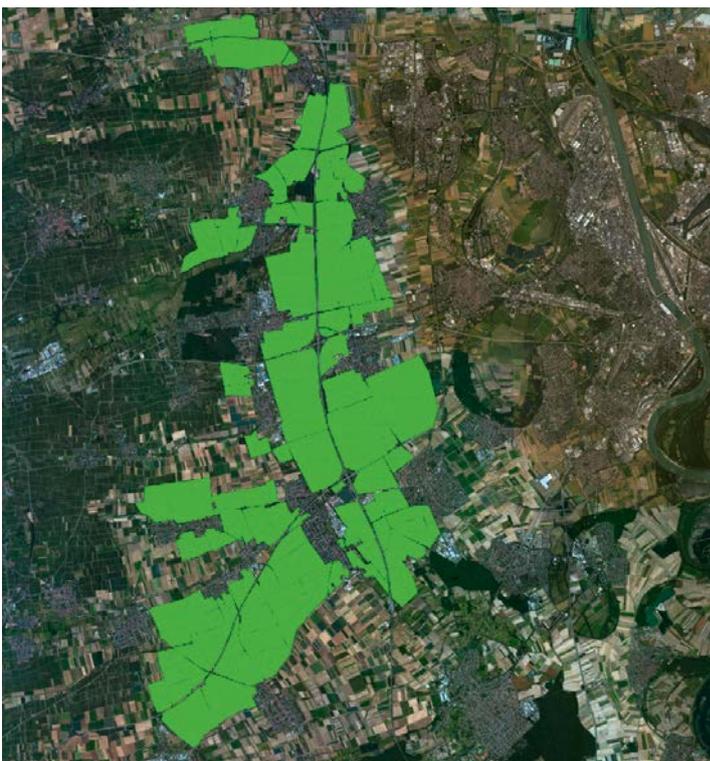
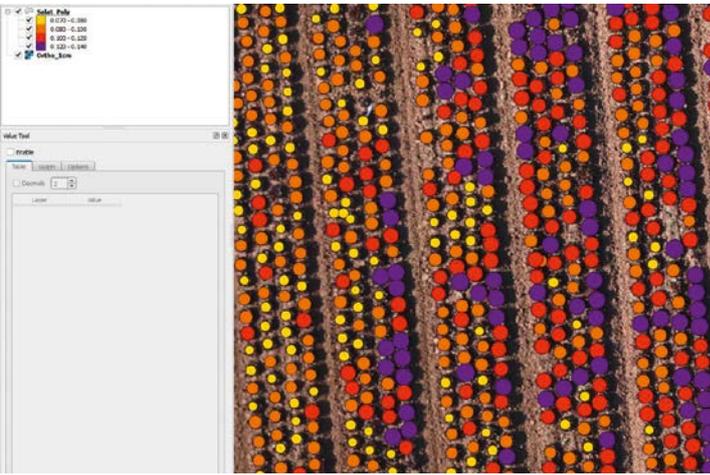


Bild linke Seite: Regenschäden auf Pfalzmarkt-Land: Das Foto wurde so eingefärbt, dass man das Wasser (türkis) gegenüber den Pflanzen (rot) gut erkennt.  
 li.o.: Klassifikation per Drohne: Die Bilder der Drohnenkamera zeigen die Größe der Salatköpfe.  
 re. o.: Unkrautererkennung von oben: Die Magenta-farbenen Punkte sind Unkrautnester im Salat.  
 ii. u.: Alle grün markierten Flächen auf diesem Satellitenfoto wurden 2016 von einer Drohne erfasst.  
 re. u.: Die Drohne der Firma Daniel Racsits, die der Pfalzmarkt zur Dokumentation nutzte.

liegt nicht zuletzt daran, dass das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) diese unterstützt. Für den Zeitraum von 2015 bis einschließlich 2017 stellte das BMEL 29 Millionen Euro für Förderprojekte unter dem Motto „Big Data in der Landwirtschaft“ zur Verfügung.

### Klare Zielsetzung beim Pfalzmarkt

Testflüge im Auftrag des Pfalzmarkts haben gute Ergebnisse sowohl bei der Ortung von Unkräutern in Pflücksalat als auch des Durchmessers von Salaten gebracht. „Wir würden die Drohne für die Ernteprognose und für die Quotenermittlung der Abernte einsetzen“, erklärt Hans-Jörg Friedrich, Marketing- und Controllingleiter des Pfalzmarkts. „Außerdem wollen wir mit den Fluggeräten Spritz- oder Unwetterschäden auf dem Acker erkennen – und natürlich

Unkrautbesatz aufspüren.“ Die Drohne könnte außerdem Bodenstrukturen ermitteln, Bonituren durchführen, den Bedarf nach Dünger, Pflanzenschutzmittel oder Wasser feststellen – und sogar Nützlinge ausbringen. Die Möglichkeiten des Arbeitsgeräts Drohne sind extrem vielfältig.

Der Beirat des Pfalzmarkts traf sich zuletzt am 15. März, um über die Anschaffung der Drohne zu beraten. Aktuell werden die Angebote mehrerer Anbieter verglichen. „In jedem Fall verlangt der Einsatz einer Drohne sehr spezielle Fachkenntnisse und eine Ausbildung zum Bedienen und Fliegen, deswegen könnten wir sie nicht einfach verleihen“, erklärt Friedrich. Die Erzeugergemeinschaft würde vier Mitarbeiter ausbilden, das Fluggerät zu bedienen. Voraussichtlich bis Ende Mai wird eine Entscheidung fallen.



# PFALZMARKT NEWS



## SPARGELANSTICH 2017

# Früh und gut

Die Pfälzer Spargelsaison 2017 ist seit dem 6. April offiziell eröffnet: Gastgeber des diesjährigen Spargelanstichs war der Spargel- und Erdbeerhof Dirk Schreiber in Gerolsheim bei Grünstadt. Nach einem Sektempfang wurde der aus dem Fernsehen bekannte Koch Frank Buchholz als Spargel-Botschafter geehrt. Er erhielt symbolisch das „Erste Pfund“ frisch gestochenen Spargels und ein Preisgeld von 2.500 Euro zur Verwendung für einen guten Zweck. Zuvor durfte er auf dem Acker zeigen, dass er das Spargelstechen beherrscht. Das anschließende Festmenü kochte Stefan Klinck vom „Felschbachhof“ in Ulmet im Kreis Kusel. Organisiert wurde der Pfälzer Spargelanstich auch in diesem Jahr wieder von der Initiative Pfalz.Marketing e.V.

Der Spargel- und Erdbeerhof Schreiber liegt im Landkreis Bad Dürkheim, wo der größte Teil der 820 Hektar Spargelanbaufläche der Pfalz angesiedelt ist. Die Saison begann in diesem Jahr wegen des milden Klimas besonders früh und mit sehr guten Ergebnissen. Anfang April wurden beim Pfalzmarkt täglich bereits 20 Tonnen Spargel angeliefert. In den vergangenen Jahren vermarktete die Erzeugergemeinschaft im Schnitt 1.500 bis 1.600 Tonnen.

## FÖRDERGELDER

# Mehr Geld für ökologischen Landbau

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat im Februar sein neues Programm für die Förderung ökologischen Landbaus vorgestellt. Demnach werden die Fördergelder für entsprechend wirtschaftende Betriebe auf 30 Millionen Euro verdoppelt. Das BMEL will erreichen, dass der Anteil von Bio-Flächen auf 20 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Flächen anwächst. Hintergrund ist die steigende Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln bei stagnierendem Produktionswachstum in Deutschland.



# PFALZMARKT NEWS

## Wachstum ohne Pestizide?

Französische Agrarökologen schreiben im Fachblatt „Nature Plants“, ein teilweiser Verzicht auf Unkraut-, Pilz- und Insektenvernichter habe nur selten negative Folgen für die Ernte. Die Studie der Forscher basiert auf Daten von 1000 französischen Bauernhöfen aus den Jahren 2009 bis 2011. Laut ihrer Analyse könnten 60 Prozent der Betriebe ihren Pestizidverbrauch um durchschnittlich 42 Prozent senken, ohne deswegen Ertragsverluste befürchten zu müssen. Erfolgreicher sei das Einhalten der Fruchtfolge, welche die Böden schone und die Produkte robuster mache. Deutsche Pestizidforscher vom staatlichen Julius-Kühn-Institut sind skeptisch, u.a. weil die Studie in einem Zeitraum entstand, in dem Probleme wie Gelbrost ausgeblieben waren.

## UMSATZ

## Guter Abschluss 2016

Eine Umsatzsteigerung verzeichnete der Pfalzmarkt für das Jahr 2016 zwar nicht, insgesamt kann die Erzeugergemeinschaft aber mit der Bilanz zufrieden sein. Schließlich hatten das Wetter und die Marktsituation stellenweise für echte Probleme gesorgt. Mit einem Erzeugerumsatz von rund 150 Millionen Euro (gleiches Niveau wie im Vorjahr) und einer vermarkteten Menge von mehr als 220.000 Tonnen (10.000 Tonnen weniger als 2015) hat der Pfalzmarkt trotz der schwierigen Rahmenbedingungen das vergangene Jahr gut abgeschlossen. Der Umsatz mit Bio-Obst und -Gemüse konnte auf 5,3 Millionen Euro gefestigt werden.



NACHRUF

## Gerhard Zapf

Der Pfalzmarkt trauert um seinen ehemaligen Aufsichtsratsvorsitzenden, der am 6. Februar 2017 im Alter von 62 Jahren gestorben ist.

Gerhard Zapf war von 2010 bis 2015 Aufsichtsratsvorsitzender des Pfalzmarkts. Zuvor war der Obst- und Spargelerzeuger aus Kandel bereits 16 Jahre lang als Mitglied im Aufsichtsrat tätig gewesen. In dieser Zeit trieb er, der Neuerungen stets offen gegenüber stand, die Fusion mit der OGM Maxdorf-Lamsheim voran und setzte sich mit Weitblick für die Erzeuger und ihre Belange ein.

Er nahm seine Aufgaben mit großem Pflichtbewusstsein, Verantwortungsgefühl und Herzblut wahr. Mit seinem Engagement trug er wesentlich zur Entwicklung und zum Erfolg des Pfalzmarktes bei. Sein Tod bedeutet für den bäuerlichen Berufsstand den Verlust eines in Gesellschaft, Politik und Wirtschaft geschätzten Vertreters. Unser Mitgefühl gilt seiner ganzen Familie.

Wir werden uns an Gerhard Zapf mit Dank, Respekt und Anerkennung erinnern.



GENUSSLANDSCHAFT PFALZ

# Fleißige Erzeu

**Es summt und brummt rund um den Bienenstock. Unablässig tragen die gelb-braun gestreiften Insekten ihre Fracht in den Bau: Pollen und Nektar der Blüten in ihrem Umkreis. Im Stock verwandeln die puscheligen Arbeiterinnen den Nektar in eines der – neben Obst und Gemüse natürlich – köstlichsten Erzeugnisse der Pfalz: in Honig.**

Eine regionale Besonderheit der Pfalz ist Edelkastanienhonig vom südlichen Haardtrand. Kräftig und leicht nussig, zerfließt er auf der Zunge. Er ist eine seltene Delikatesse, denn nur in der Pfalz finden die Bienen genug Esskastanienblüten, um einen sortenreinen Honig zu erzeugen. „Tracht“ nennen Imker das Gebiet, in das sie ihre Bienenstöcke bringen, damit die Insekten dort den Nektar bestimmter Pflanzen ernten. Honigbienen fliegen in einem Radius von etwa drei Kilometern um ihren Stock. Da sie ratio-

nal arbeiten, sammeln sie als erstes das, was sie vor ihrem Flugloch finden. Je nach Jahreszeit bringt der Imker deshalb seine Stöcke dorthin, wo es kräftig blüht: für den Blütenhonig im Frühjahr auf ein Obstbaumstück, danach auf die knallgelben Rapsfelder, im Mai und Juni zu den duftenden Akazienwäldern im Bellheimer Wald und im Juli dann zu den Edelkastanienhainen am Haardtrand.

### Woran sterben die Bienen?

Aber natürlich sind die Bienen dem Menschen nicht nur lieb, weil sie leckeren Honig herstellen, sondern auch, weil sie elementar wichtig für die Bestäubung von Obst und Gemüse sind: ohne Bestäubung keine Früchte. Im Mai 2013 stellte Pfalzmarkt-Erzeuger Bernd Kugelmann fest, dass mit seinen Zucchini-Kulturen etwas nicht stimmte. „Es gab viele Blüten, aber es wuchsen keine Früchte“, erinnert sich Kugelmann. Ihm fiel auf, dass kaum

Bienen unterwegs waren, und fand durch Recherchen heraus, dass es Kollegen so ging wie ihm. Seine Lösung: Er bestellte 6.000 Hummeln bei einem Insektenversand und konnte so seine Ernte retten. In den Jahren da-



### Bienen-Rat

124 Länder gehören dem 2012 gegründeten Rat für biologische Vielfalt an. In seiner „Bestandsaufnahme der Bestäuber“ konstatiert der Rat, im Jahr entstündenen Nahrungsmittel im Wert von bis zu 523 Milliarden Euro nur aufgrund bestäubender Tiere. In einigen Regionen der Welt seien mehr als 40 Prozent der Bienen- oder Schmetterlingsarten gefährdet; unter den Wirbeltier-Bestäubern seien es weltweit 16 Prozent.

## Emsige Bienen

Eine Honigbiene ist in der Regel in einem Umkreis von 1,5 bis 3 Kilometern um ihren Stock herum unterwegs. Sie macht etwa 40 Ausflüge pro Tag und besucht dabei circa 4.000 Blüten. Für Honig wird der Nektar der Blüte benötigt, den die Pflanzen jedoch erst ab 17° Celsius abgeben. Ist es kälter, sammeln die Bienen nur den Pollen – die Waben füllen sie nicht. Für Honig am ergiebigsten ist die Ernte in der Mittagszeit. Drei Kilogramm Nektar ergeben nach Durchlauf der „Arbeitsprozesse“ im Bienenstock ein Kilogramm Honig. Für die drei Kilogramm Nektar wiederum müssen die Bienen drei bis fünf Millionen Blüten besuchen.



# ger

nach trat das Problem nicht noch einmal so extrem auf – doch er ist hellhörig geworden.

Bienenschutz ist wichtig; wie auch der Schutz anderer bestäubender Insekten. Den Bienen ging es schon besser. Die Gründe für ihr Sterben sind vielfältig: Viruskrankheiten, die Ausbreitung der Varroa-Milbe, der geringe Nährwert bestimmter Nutzpflanzen, die Verwendung von Antibiotika und nicht zuletzt Pestizide stehen im Verdacht, den Bienen zu schaden.

### Mögliche Gründe ausschließen

Um zumindest den letztgenannten Punkt anzugehen, verlangt einer der großen deutschen Lebensmitteleinzelhändler von seinen Lieferanten, dass Obst, Gemüse und Kartoffeln nachweislich nicht bienentoxisch behandelt wurde. Acht Wirkstoffe hat der Händler auf eine Rote Liste gesetzt: Chlorpyrifos, Clothianidin,

Cypermethrin, Deltamethrin, Fipronil, Imidacloprid, Sulfoxaflor und Thiamethoxam. „Wir haben unsere Erzeuger im November 2015 von der Novelle informiert“, erklärt Beate Speth, Leiterin der Qualitätssicherung beim Pfalzmarkt. Für die meisten Obst- und Gemüsekulturen ist der Ausschluss der genannten acht Wirkstoffe problematisch. „Ein Verbot könnte manchen Kulturen langfristig schaden“, sagt Speth: „Je weniger Stoffe wir einsetzen dürfen, desto weniger Möglichkeiten haben wir im Fall einer Resistenzbildung.“ Nicht nur Speth ist skeptisch, dass sich die Bienenbestände allein durch das Verbot der acht Pestizide erholen. Denn viele Imker berichten, dass ihre Bienen schlicht verhungern.

### Wo kein Kraut mehr wächst...

Noch mehr als die Honigbienen leiden die Wildbienen unter dem schwindenden Blütenreichtum in der Natur. Wäh-

rend die Honigbiene drei, manchmal sogar bis zu sieben Kilometer ausschwärmen kann, bewegen sich ihre wilden Genossinnen nur maximal 500 Meter von ihrem Nistplatz weg. Finden sie innerhalb dieses Radius' keine Nahrung, verhungern sie. Das Blütenangebot auf Feldern und in Gärten jedoch ist extrem eingeschränkt. Nicht umsonst sind 300 von 560 Wildbienenarten in Deutschland vom Aussterben bedroht.

Was also können Erzeuger tun, um Bienen, Schmetterlinge oder andere bestäubende Insekten zu schützen? Gegen den Klimawandel oder die Varroa-Milbe kann der Einzelne nur begrenzt aktiv werden. Zum bewussten Umgang mit Pestiziden jedoch lässt sich beitragen. Und ganz bestimmt hilfreich ist es, Wildblumen zwischen die Äcker zu säen. Damit die Tafel für die Genossen Honigerzeuger reich gedeckt bleibt.



# Haddu Möhrchen?



Nicht nur Häschen lieben die süßen Rüben, auch Karotten, Mohrrüben, gelbe Rüben, Rübli oder Gelleriwe genannt. Sogar gemüsescheue Kinder sind Möhren gegenüber meist nicht abgeneigt – und das ist gut so. Denn das Betacarotin bzw. Provitamin A in den orangenen Wurzeln ist sowohl für die Augen wichtig als auch fürs Knochenwachstum. Im Dünndarm wird der Stoff zum lebenswichtigen Vitamin A umgewandelt; am besten, wenn die Möhre mit etwas Fett zubereitet wurde. Das ist übrigens auch beim Kohlrabi so. Allerdings findet sich das Provitamin hier weniger in der Knolle als in den Blättern. Scheuen Sie sich also nicht, auch das zarte Grün des Kohlrabi zu genießen. Millionen Häschen können nicht irren!



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

## DAS REZEP T: Auf dem Grill gebackene Bundmöhren-Muffins mit Kohlrabi-Parmesan-Ragout

### Zutaten für fünf Personen (15 kleine Muffins):

- 80 g Mehl
- 1 TL Backpulver
- ca. 250g Bundmöhren, geraspelt
- 40g Butter
- 1 Ei
- 70 ml Milch
- Muffin-Backform
- 250 g Kohlrabi
- 1 Zwiebel
- 300 ml Rinderbrühe
- 50 ml Sahne
- 50 g Butter
- Olivenöl
- Salz/Pfeffer

### Zubereitung:

Den Grill (Kugelgrill) auf 200° C vorheizen. Mehl und Backpulver in eine Schüssel sieben, in die Mitte eine Vertiefung drücken. In diese die zerlassene Butter, das Ei, die Milch und die geraspelten Bundmöhren geben und alles gut vermengen. Die Masse in die Muffin-Backform füllen und 15 Minuten bei 200° C im geschlossenen Grill backen.

Jetzt die Zwiebel schälen und fein würfeln, den Kohlrabi ebenfalls schälen und in Streifen schneiden. Die Zwiebeln im Olivenöl anschwitzen, die Kohlrabistreifen dazugeben und mit dem Parmesan bestäuben. Dann mit der Brühe und der Sahne ablöschen, leicht köcheln lassen bis der Kohlrabi gar ist. Mit Salz und Pfeffer abschmecken. Zuletzt die Butter dazugeben, damit eine leichte Bindung entsteht.

Die Muffins aus der Form lösen und mit dem Kohlrabi-Parmesan-Ragout anrichten.

**Die Grillsaison kann beginnen!**

**Guten Appetit!**

**Ihr Jürgen Schleicher**