

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 2/2018

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt

Obstbau mit Leidenschaft

Landwirt in dritter Generation:
Manuel Gensheimer aus
Steinweiler im Erzeugerporträt



Dürre in Deutschland

Warum der Pfalzmarkt trotz
Jahrhundertsommer Frische liefert

Die verschärfte Düngeverordnung

Ein Gewinn für Umwelt und Erzeuger?

PfalzMarkt



INHALT

DÜRRE IN DEUTSCHLAND
Frisch und knackig trotz Jahrhundertsommer 04

PFÄLZER TOPSELLER
Der ganzjährig schmackhafte Lauch 07

INTERVIEW
Produktmanagerin Judith Beicht 08

SERVICE
Ihre Ansprechpartner im Vertrieb 10

PFALZMARKT-NIEDERLASSUNG HATZENBÜHL
Starker Standort 12

ERZEUGERPORTRÄT
Obstbau mit Leidenschaft 14

PFALZMARKT NEWS 16

DIE VERSCHÄRFTE DÜNGEVERORDNUNG
Ein Gewinn für Erzeuger & Umwelt? 18

SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE
Herbst-Klassiker mal anders! 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



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

Vorstandssekretariat

„Dass wir auch Leistung unter Extrembedingungen liefern können, ist hervorragend angekommen“

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ein besonders heißer Sommer liegt hinter uns: Temperaturen bis zu 40° Celsius, die Sorge um Wasser und hohe Produktionskosten – das Wetter hat in diesem Jahr auch dem Pfalzmarkt zugesetzt. Trotz Hitze und verzögertem Saisonstart haben wir unsere Felder beackert und verlässlich Frischware geliefert. Dass wir das Beste aus einem so schwierigen Jahr gemacht haben, zeichnet uns als Erzeugergenossenschaft und Vermarkter aus. Wie uns das genau gelungen ist, lesen Sie in unserem Titelthema.

Im Angesicht der Hitze hat der Pfalzmarkt nicht nur in zwei neue Kühl-Trailer investiert, die seit Herbst 2018 mit Pfalzmarkt-Logo im XXL-Format in ganz Deutschland auf die Erzeugergemeinschaft aufmerksam machen, sondern auch in eine neue Kühlanlage am Standort Hatzenbühl.



Aber auch innerhalb der Strukturen des Pfalzmarktes verlief die Saison spannend: Seit dem 1. August vermarktet Judith Beicht als Produktmanagerin neue Gemüsesorten und frischen Salate. Wie sie den Pfalzmarkt in Zukunft noch besser präsentieren will, verrät sie im Interview in dieser Ausgabe unseres Journals.

Außerdem stellen wir Ihnen im Erzeugerporträt den Betrieb der Gensheimer in Steinweiler vor und ziehen eine erste Zwischenbilanz nach der Einführung der verschärften Düngvorschriften.

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

Hans-Jörg Friedrich
Vorstand Verwaltung

Reinhard Oerther
Vorstand Vertrieb



*Frisch
und
knackig ...*

... TROTZ

JAHRHUNDERT- SOMMER

DÜRRE IN DEUTSCHLAND

Temperaturen bis zu 40° Celsius, die Sorge um Wasser und hohe Produktionskosten – das Wetter hat in diesem Jahr auch dem Pfalzmarkt zugesetzt. Dass der Gemüsegarten Deutschlands trotz Dürre gedeiht, ist nicht nur dem Wohlwollen der Natur geschuldet, sondern auch dem ausgeklügelten Bewässerungssystems des Beregnungsverbands Vorderpfalz.



Der Jahrhundertsommer – eine Trockenheit, die 2018 die deutsche Landwirtschaft hart getroffen hat. So groß waren die Ernteauffälle vor allem im Norden Deutschlands, dass die Agrarbauern Subventionen vom Bund erhalten haben. Beim Verbraucher allerdings kommt die Dürre auf den Feldern kaum an: Nicht einmal die deutschen Pommes werden kürzer, schließlich wird alles, was fehlt, billig aus dem Ausland zugekauft. Und in Deutschlands Gemüsegarten, der Pfalz? Wie hat der Pfalzmarkt die Dürre verkraftet, welche Trockenschäden hat der Sommer gebracht?

„Wir sind mit einem blauen Auge davon gekommen“, sagt Klaus Selinger. Als Fieldmanager ist er täglich auf den Feldern der 200 Erzeuger unterwegs. Er prüft das Wachstum der Kulturen, überwacht die Qualität auf dem Feld und ist gleichzeitig Vertrauter der Anbauer. Große Schäden, sagt Selinger, habe er bislang nur bei Rhabarber gesehen, denn der muss selbst nach der Ernte weiterhin bewässert werden. Denn tatsächlich vertraut der Gemüsegarten Deutschlands dabei aber nicht nur auf das Wohlwollen der Natur, sondern auf Regensegen aus der Pipeline: Ob Feldsalat, Kürbis oder Kohlrabi – mittlerweile sind fast 90 Prozent der Erzeugergenossenschaft an das ausgeklügelte Bewässerungs-



system des Beregnungsverbands angeschlossen. Schließlich weiß hier jeder: Obwohl in der Pfalz ein extrem gutes Klima herrscht, ist Gemüse- oder Obstanbau in Deutschland ohne künstliche Bewässerung kaum mehr machbar.

Nur so ist es möglich, dass sich der Pfalzmarkt trotz der bundesweiten Hitzewelle im Sommer optimistisch geben konnte, was die gesteckten Ziele für das laufende Geschäftsjahr betreffen: Mit einem Warenumsatz von 96,7 Millionen Euro lag die Erzeugergenossenschaft zum Stichtag, dem 31. August, im Vergleich zur Halbjahresbilanz nur knapp eine Million Euro unter Plan. Gerechnet wird im laufenden Geschäftsjahr mit einer Produktionsmenge von 230.000 Tonnen Obst und Gemüse und einem Warenumsatz von 150 Millionen Euro. „Die Leistung, dass unsere 200 aktiven Pfalzmarkt-Erzeuger auch unter Extrembedingungen verlässlich liefern, und so zur Versorgungssicherheit mit erntefrischem Obst und Gemüse in Deutschland beitragen, ist hervorragend im Markt angekommen“, bilanziert Vorstand Hans-Jörg Friedrich.

„Wir sind mit einem blauen Auge davon gekommen.“

..... Klaus Selinger, Fieldmanager



Trotzdem ist auch in der Vorderpfalz die Hitze nicht spurlos an den Erzeugern vorbeigegangen: Groß war die Sorge, das Wasser – bereitgestellt vom Beregnungsverband Vorderpfalz – reiche nicht aus für alle.

Dabei ist diese Angst vollkommen unbegründet: „Wasser ist und war ausreichend vorhanden und nicht der begrenzende Faktor in diesem Sommer, sondern die Leistungsfähigkeit unserer Pumpanlagen“, erklärt Vorstand Wolfgang Renner. Denn die Dürre hatten auch die Regenmacher zu spüren bekommen. Wie viel Wassermengen die Anlagen durch die Leitungen transportieren können, hängt nämlich auch von der nachgelagerten Pumpkraft ab, die technisch durch die installierten Pumpenleistungen und Rohrdurchmesser begrenzt ist.

Erst wenn die Grenze der Kapazität schon in Sicht ist – unabhängig von Witterung oder hohem Anbauumfang – sind Einteilungen nötig. Um also eine Überlastung während der Hitzewelle zu verhindern, folgten für die Erzeuger genaue Haushaltungspläne für die Bewässerungszeit und die Wassermenge. „Jeder hat seine benötigte Wassermenge bekommen und keiner musste über Mangel klagen“, bestätigt auch Field-

manager Klaus Selinger. Wie viel Kubikmeter in diesem heißen Sommer von den Erzeugern eingesetzt wurden, kann man beim Beregnungsverband aber erst am Ende des Jahres abschätzen, wenn die Wasseruhren abgelesen werden.

Klar ist aber: Durch das Leitungsnetz des Beregnungsverbandes können aktuell rund 13.500 Hektar Anbaufläche in der Pfalz mit sauberem Wasser aus dem Otterstadter Altrhein versorgt und gleichzeitig die Grundwasserreserven geschont werden. Diesem Regensegen aus der Pipeline ist es zu verdanken, dass man überhaupt vom Obst- und Gemüseparadies Pfalz sprechen kann. Auch der Beregnungsplan, der schon 1961 für eine Fläche von 22.000 Hektar aufgestellt wurde, hat sich bislang bestätigt: Gemäß den Richtlinien für die Wasserentnahme fließen damals wie heute genau 25 Milliliter pro Hektar und Woche ab. Das damals beschlossene Prinzip der bäuerlichen Selbstverwaltung funktioniert nach wie vor einwandfrei.

Bald soll die bewässerte Fläche bis auf 22.000 Hektar wachsen, damit auch die Landwirte und Obstbauern in den bisherigen Randgebieten den künstlichen Regensegen nutzen können. „Wir wollen dauerhaften Regen sicherstellen und

sind auf einem klaren Weg mit guter Zukunft“, gibt sich Renner zuversichtlich.

Und die Qualität? Wie gut konnten Gemüse und Obst bei 40° Celsius gedeihen? Während im Obstbau die Erträge im Vergleich 2017 wesentlich höher waren, konnte im Gemüsebau vieles nicht geerntet werden. Der Grund: Die Qualität gemäß den Vorgaben des LEH konnte nicht erfüllt werden. „Die Qualität hat so zu sein, wie der Kunde das möchte“, weiß Qualitätsmanagerin Beate Speth. Einschränkungen hatte es deshalb besonders in der Verfügbarkeit der Mengen geben. Besonders im Gemüsebau hat die Dürre mehr Aufwand und höhere Produktionskosten mit sich gebracht, was die Gemüsebauern nicht mit höheren Erzeugerpreisen kompensieren konnten.

„Bei 40° Celsius kann ich eben keine Jungpflanzen rausbringen“, erklärt Speth. Auch sie klagt über die ausbleibende Reaktion des Einzelhandels: Der Ausfall wurde nicht abgedeckt durch höhere Preise. Obwohl die Qualitätsmanagerin von einem sehr schwierigem Jahr spricht, zieht sie eine positive Bilanz: „Wenn man die Einbußen und Extrembedingungen berücksichtigt, bin ich sehr zufrieden mit der Qualität.“

Die Folgen des Sommers

In diesem Frühjahr hat sich der Erntestart in der Pfalz wetterbedingt um circa vier Wochen verspätet.

Das hat sich auf die Produktionsmengen für die Frühjahrsboten Bundzwiebeln sowie bei einigen Salatsorten ausgewirkt. Außerdem werden nach Investitionen von insgesamt 5,8 Millionen Euro im Jahr 2017 dieses Jahr weitere 6,5 Millionen Euro in den Standort Pfalz investiert.

Pfalzmarkt

Pfälzer Topseller:

Ab sofort stellt der Pfalzmarkt hier seine beliebtesten Produkte vor.
Diesmal: **der ganzjährig schmackhafte**

Lauch.

Verkaufsmengen/Jahr:

12 Mio. Kilo

Saison:

GANZJÄHRIG

Anbau:

500 Auf Hektar

Besonderheit: Kann mit am längsten geerntet werden, auch im Winter und ist immer stark verfügbar. Hält sich seit Jahren auf der Top-10-Liste der beliebtesten Pfalzmarktprodukte.

Verwendung: Von der Wurzel bis zur grünen Spitze - alles ist essbar. Der untere weiße Teil der Pflanze schmeckt als Beilage zu Fleisch- oder Fischgerichten und Aufläufen. Mit seinem Aroma, das wie eine milde Mischung aus Zwiebeln und Knoblauch schmeckt, verleiht Lauch den Speisen den gewissen Pfiff. Die außenliegenden Blätter passen hervorragend in Suppen und Eintöpfe.





INTERVIEW MIT PRODUKTMANAGERIN JUDITH BEICHT

„Wir müssen dem Verbraucher **saisonale Ware** schmackhaft machen“

Von saisonalen Suppenmischungen über neue Obst- und Gemüsevarianten bis hin zu nachhaltigen Verpackungen: Seit dem 1. August 2018 vermarktet Judith Beicht den Pfalzmarkt und seine Erzeuger. Im Interview verrät die Betriebswirtin, was sich hinter dem sperrigen Begriff Produktentwicklung verbirgt und wie sich beliebte Produkte, die schwer zu vertreiben sind, besser an den Mann bringen lassen.



Frau Beicht, warum ist Produktentwicklung so wichtig?

Weil wir dadurch neue Obst- und Gemüsesorten etablieren und für den deutschen Markt eher untypische Arten anbieten können, wie etwa den Pfälzer Ingwer. Deshalb ist es toll, wenn ein Erzeuger auf mich zukommt und von seinem Versuchsanbau berichtet. Aufgrund des einzigartigen Pfälzer Klimas könnten wir sogar noch mehr exotische Obstsorten anbauen. Dass so etwas gut funktioniert, beweisen zum Beispiel die Melonen aus der Pfalz. Wir wollen unsere Standortvorteile mehr nutzen und die Pfalz als „Toskana Deutschlands“ gemeinsam mit den Erzeugern etablieren. Die hervorragende Anbauqualität bietet sehr viel Potential!

Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein liegen im Trend. Was kann das Produktmanagement dazu beitragen?

Hinter dem Begriff Produktmanagement steckt auch das Neu- und Umgestalten von Verpackungen. Ich suche also gemeinsam mit dem Qualitätsmanagement nach Lösungen für Probleme, die sich bei der Verpackung ergeben. Dabei fragen wir uns zum Beispiel, wie der Pfalzmarkt umweltbewusstere Wege gehen kann. Das sogenannte Green Packaging, also nachhaltige Produktverpackung, ist nicht nur in der ganzen Branche Thema, sondern auch beim Pfalzmarkt. Wir nehmen also verschiedene Alternativen unter die Lupe und testen sie: Möglich sind neue Verpackungen aus Grasfaser und anderen Naturprodukten, einfache Papierbänderolen zur Produktkennzeichnung sowie das Natural Branding, bei dem Logo und Kennnummer in die oberen Schichten der Schale tätowiert werden, ohne die Frucht oder das Gemüse zu beschädigen.

Welche Produkte sind besonders beliebt, aber zu bestimmten Jahreszeiten schwer zu vertreiben?

Beliebt sind Salate aller Art, Zwiebelgewächse ebenso wie Radieschen, Lauchzwiebeln, Lauch und

Kohl. Diese Gemüsesorten will der Einzelhandel aber ganzjährig verkaufen. Das bringt Probleme mit sich, etwa für den Feldsalat, der eigentlich ein Wintergemüse ist. Denn der Verbraucher liebt den Feldsalat – und will ihn deshalb auch im Sommer kaufen. Wir können im Sommer aber mengenmäßig eher weniger Feldsalat anbieten als im Winter, da dieser Salat im Winter geschmackvoller ist – die Kälte verstärkt das Aroma.

Warum vertreiben Sie den Feldsalat nicht einfach als reines Wintergemüse?

Als Erzeugergemeinschaft können wir das zwar an den Einzelhandel weitergeben, aber nur gemeinsam lässt sich ein saisonales Bewusstsein bei den Menschen schaffen. Wir müssen dem Verbraucher die saisonale und regionale Ware schmackhaft machen und nachdrücklicher erklären: Freut euch lieber auf den Winter, dann gibt es den Feldsalat massig und in bester Qualität.

Wie genau wollen Sie beim Verbraucher die Lust auf Saison Gemüse oder Obst wecken?

Zum Beispiel mit sogenannten Food- oder Gemüseboxen: Solche saisonalen Mixe sind eine tolle Gelegenheit für die Erzeuger, unterschiedliche Gemüse oder Obstsorten auf einen Schlag zu verkaufen. Wir haben schon Salatmixe mit Mangold, Spinat und anderen Blattsalatsorten, das klassische Suppengemüse ist bei uns längst Standard. Ich würde gerne noch einen Schritt weitergehen und auch gesunde Saftmischungen oder fertige Suppenmixe anbieten, gerade weil sie praktisch und schnell sind – die saisonale Spargelsuppe sozusagen, frisch vom Feld statt aus der Tüte, gutes Gewissen inklusive. Wer im Supermarkt einkauft, muss sich dann nicht erst mühsam die unterschiedlichen Zutaten suchen und dabei noch drauf achten, ob das Gemüse saisonal und regional ist.



Ob Karton, Plastikschaale oder Obstnetz: Gemeinsam mit der Qualitätssicherung sucht Produktmanagerin Judith Beicht nach neuen Verpackungsarten und nimmt Alternativen kritisch unter die Lupe.



Mit dem Trend gehen: Im Test beeindruckt das sogenannte Natural Branding, bei dem per Laser Logo sowie Kennnummer in die obere Schicht der Schale tätowiert werden. Funktioniert sogar mit Gurken!

SERVICE

Ihre Ansprechpartner

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



VERTRIEBSLEITUNGSTEAM

Jürgen Kratochwill

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



VERTRIEBSLEITUNGSTEAM

Carlos Novo

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

HATZENBÜHL



Karl-Heinz Jäger

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



Sebastian Dorsch

☎ 06231/408-117
📠 0176/10 408 117
✉ s.dorsch@pfalzmarkt.de



Bärbel Gamber-Mees

📠 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



Aneta-Maria Slawska

☎ 06231/408-153
✉ a.slawska@pfalzmarkt.de



Jonathan Schmitt

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



Josiane Rolland

☎ 06231/408-128
📠 0176/10408102
✉ j.rolland@pfalzmarkt.de

im Vertrieb

INFOS FÜR DIE PINNWAND

Die Doppelseite
für den schnellen
Überblick!



MUTTERSTADT



Tobias Laux

☎ 06231/408-139
☎ 0176/10 408 139
✉ t.laux@pfalzmarkt.de



Michael Henning

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



Ricardo Novo

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



Yvonne Britsch

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



Jonas Hill

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



Heiko Risse

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



Inna Görzen

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



Benjamin Killet

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



Susi Külbs

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



Joachim Leonhardt

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



Annika Andreykowitsch

☎ 06231/408-109
✉ a.andreykowitsch@pfalzmarkt.de



Bernd Weiller

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



Frieda Schmitt

☎ 06231/408-112
☎ 0176/10 408 391
✉ f.schmitt@pfalzmarkt.de

MAXDORF



Tanja Keck

☎ 06237/4009-270
☎ 0176/10 408 374
✉ t.keck@pfalzmarkt.de

PFALZMARKT-NIEDERLASSUNG HATZENBÜHL

STARKER STANDORT

Investitionen in neue Technik für Kälteanlage und Kühlhaus, eine neue Verpackungsanlage für Äpfel im Test, wieder mehr Mitarbeiter und ein neuer „alter“ Niederlassungsleiter: Am Standort Hatzenbühl hat sich in den letzten Monaten einiges getan.



Untere Reihe, v.l.n.r.: Konrad Grünholz, Karl-Heinz Jäger, Sebastian Dorsch (Niederlassungsleiter). Obere Reihe, v.l.n.r.: Ralf Mathes, Thorsten Ullrich (Hallenmeister), Ilja Michel.

„Mit unseren Investitionen werten wir den Standort Hatzenbühl auf und zeigen den Erzeugern, dass wir für sie da sind“, sagt Reinhard Oerther, Pfalzmarkt-Vorstand. 30 Erzeuger liefern ihre Produkte an den Standort, der das komplette Obstgeschäft betreut. Angeliefertes Gemüse geht zum größten Teil von Hatzenbühl nach Mutterstadt. „Unser Ziel ist es, dem Handel ein breiteres Angebot machen zu können. Die Erfahrung hat außerdem gezeigt, dass die Verkäufer näher an der Ware sein müssen, um optimal beraten und agieren zu können“, sagt Oerther. Deshalb beschäftigt der Pfalzmarkt nun wieder mehr Mitarbeiter – sechs in der Halle, drei im Büro – in der südpfälzischen Niederlassung. Allen voran Sebastian Dorsch, der nach einer Weiterbildung in Mutterstadt für das Großmarktgeschäft die Leitung von Hatzenbühl am 24. September übernommen hat. Für Dorsch kein unbekanntes Terrain, da er zuvor schon zwei Jahre als Niederlassungsleiter tätig war.

Allein 1,66 Millionen Euro hat die Erzeugergemeinschaft in die Modernisierung der Spargel- und Obst-Kälteanlage gesteckt. „Wir haben die komplette Technik geändert und arbeiten nun mit dem Kältemittel Ammoniak“, sagt Dorsch. Ammoniak ist ein natürliches, sehr effizientes und eins der umweltverträglichsten Kältemittel. Damit ist der Pfalzmarkt für die kommenden Jahre bestens gerüstet. Weiterer Vorteil der neuen Anlage: Das Kältemittel befindet sich in Kühlaggregaten im Freien, was zur Sicherheit beiträgt, sollte der sehr unwahrscheinliche Fall einer Leckage eintreten. Die Sole, ein Wassergemisch, läuft über Rohre in die Kühlhäuser. Hier bringen neue Deckenverdampfer die Kälte in den Raum.

NOCH FRISCHER

Aufgabe der Kühlhäuser ist es jedoch nicht nur Obst und Gemüse zu kühlen, sondern auch die Entfeuchtung zu minimieren, was die neue Anlage bestens schafft. Weniger Entfeuchtung im Raum bedeutet: Produkte wie Spargel, Kopf-

salat oder Brokkoli können ihre Eigenfeuchte länger halten und bleiben somit länger frisch. Auch der Gewichtsverlust wird dadurch minimiert. Doch was, wenn die Entfeuchtung doch noch zu stark sein sollte? „Die Befeuchtungsanlage arbeitet mit Wasser- und Luftdruck. Das heißt, wir können die Räume je nach Bedarf des Produktes zusätzlich befeuchten“, erklärt der Architekt des Pfalzmarktes, Markus Maier. Die neue Technik ermöglicht es, unsere hohen Qualitätsstandards zu halten und dem LEH nach der Ernte knackig frische Produkte anbieten zu können.

Die Modernisierung wurde im letzten Winter durchgeführt, Ende März ging die neue Technik in Betrieb. Diesen Winter investiert der Pfalzmarkt 197.000 Euro in die Kühllagerung. Der Standort Hatzenbühl arbeitet mit der effizienten und effektiven Ultra-Low-Oxygen (ULO) Technik, einer Weiterentwicklung der CA-Lagertechnik (Controlled Atmosphere). Hierbei wird dem Obst in gasdichten Räumen der Sauerstoff so weit entzogen, dass der Reifeprozess stark verlangsamt wird. Diese bewährte Technik wird nun auf den neuesten Stand gebracht. Absorber, Belüftungseinrichtung, Begasung und das Abluftsystem werden erneuert. „Auch die Überwachung der Kühltechnik wird ersetzt. Damit wird die Anlage noch sicherer als bisher“, sagt Dorsch. Bis Ende Februar 2019 soll der Umbau der Technik abgeschlossen sein.

ERST TESTEN, DANN ENTSCHEIDEN

Pünktlich zur diesjährigen Apfel-ernte ist eine Verpackungsanlage am Standort Hatzenbühl eingezogen. Die Schale-/Folien-Maschine schafft bis zu 40 sogenannte Foodtainer (mit Klarsichtfolie verschlossene Schalen mit Obst) in der Minute. Die Mitarbeiter legen dabei die von der Maschine nach Größen sortierten Äpfel in die Schale, das Abpacken erfolgt maschinell, jeder Foodtainer enthält sechs Äpfel. „Bisher hatten wir die Verpackung

fremdvergeben, jetzt können wir wesentlich schneller und flexibler auf kurzfristige Bestellungen unserer Kunden reagieren“, erklärt Dorsch. Auch der Ökobilanz kommt die Verpackungs-
anlage vor Ort zugute, denn die Ware muss zum Verpacken nicht mehr hin- und her-
gefahren werden, sondern kann direkt aus dem Kühlhaus gepackt werden. Ein zweites, halbautomatisches Modul ermöglicht es, Äpfel effizienter in Beutel zu füllen. Das Verschließen der Beutel übernehmen die Mitarbeiter. Bis zu 2.000 Beutel schafft das System in der Stunde. Der Pfalzmarkt hat die Verpackungsanlage erst einmal für vier Monate gemietet. So kann getestet werden, ob sich die Investition in die eigene Anlage lohnt.

„Wir können jetzt schneller und flexibler reagieren.“

Sebastian Dorsch



Testlauf für vier Monate: Die neue Schalen-/Folien-Maschine ...



... verpackt jeweils sechs Äpfel in Foodtainer.



Obstbau mit Leidenschaft

Seit drei Generationen betreiben die Gensheimer ihren Hof bei Steinweiler mit viel Leidenschaft: Manuel Gensheimer ist schon als kleiner Junge auf dem Trecker zum Pfalzmarkt mitgefahren. Heute leiten Vater und Sohn gemeinsam den Familienbetrieb: „Die Arbeit als Landwirt hat mich bisher nicht enttäuscht. Wer kein Gefühl dafür hat, sollte es lieber bleiben lassen“, sagt der gelernte Gartenbaumeister. Während sich sein Vater um Spargel und Rhabarber kümmert, baut der junge Gensheimer Äpfel und Aprikosen an.

Wenn Manuel Gensheimer über den Obstanbau spricht, kommt der 30-Jährige ins Schwärmen. Weil er die Branche spannend findet, ist er 2013 in den väterlichen Betrieb eingestiegen, um Äpfel anzubauen: „Jeder Apfel ist knackig, wenn er richtig geerntet und gelagert wird“, sagt der junge Landwirt. Inmitten seiner Apfelbäume erklärt der Pfälzer haargenau, wie groß der perfekte Apfel sein muss: Zwischen 75 und 80 Millimeter, mit einer Rotfarbe von 60 Prozent und natürlich ohne äußerliche Macken – ein makelloser Apfel eben.

„Jeder Apfel ist knackig, wenn er richtig geerntet und gelagert wird.“
 Manuel Gensheimer, Apfelerzeuger

Von seinen Bäumen spricht Gensheimer wie von alten Freunden: Wer sie nicht richtig hegt und pflegt, dem bringen sie keine Freude. Deshalb schneiden Vater und Sohn gemeinsam alle Bäume von Hand – stundenlang bei Wind und Wetter. Der Weg zum perfekten Apfel beginnt schon bei der Ausdünnung. „Wenn ich zu stark schneide, habe ich weniger Fruchtknospen, also weniger Äpfel an den Bäumen im darauffolgenden Jahr. Wenn ich zu wenig schneide, dann hab ich keine Qualität, weil ich kein Licht ins Innere bekomme“, erklärt Gensheimer. Anfang Oktober wird die Spätsorte Braeburn geerntet, insgesamt 14 Sorten werden hier angebaut. Um die optimale Fruchtgröße zu

erreichen, braucht es 120 Äpfel pro Baum. Schon 20 Früchte mehr oder weniger – und die Größe der Äpfel ist nicht optimal. Und die anderen Apfelerzeuger? Gensheimer steht mit den zwölf Landwirten nicht im Wettstreit, sondern sieht sie als Mitbestreiter auf dem Weg zum Erfolg. „Wenn man sich als Konkurrenz sieht, dann hat man schon verloren. Deshalb ist der Pfälzer seit 2016 im Aufsichtsrat des Pfalzmarktes, der sein Hauptabnehmer ist. Der Obstbau macht fünf Prozent des Umsatzes aus.“

Gensheimers größter Feind ist aber nicht die Trockenheit, sondern der Frost: Im Frühjahr 2017 hatte der seinen Bäumen extrem zugesetzt. Die Folge: 95 Prozent Ernteausschlag. Dafür erwartet Gensheimer diesmal eine reiche Ernte. Gegen Hagel ist er längst gewappnet: Netze schützen Bäume und Früchte vor den Hagelkörnern, die eine Obsternte innerhalb von Minuten vernichten könnten. Sein Fachwissen schöpft der Apfelerzeuger nicht nur aus seiner Ausbildung, sondern auch aus der Erfahrung von drei Generationen: 1964 startet sein Großvater in der Südpfalz die landwirtschaftliche Produktion samt Tierhaltung. Als einer der ersten Mitglieder tritt Gensheimers Vater 20 Jahre später in den Pfalzmarkt ein. Es folgt der Anbau von Rhabarber und Spargel, später kommt der Obstbau dazu.

Die Äpfel liefert Gensheimer an den Standort Hatzenbühl, wo sie mit Hilfe von Sauerstoffentzug in den Winterschlaf versetzt werden. So bleiben sie frisch bis ins Frühjahr. Was die größte Herausforderung für den jungen Landwirt ist? „Einen Obstbaum setze ich nicht nur für zwei Jahre, sondern für zwanzig. Man muss sehr kreativ sein und vorplanen, denn jedes Jahr ist anders.“

NAME: Manuel Gensheimer, 30 Jahre alt
 ORT: Lindenhof 5, 76872 Steinweiler
 ANBAUFLÄCHE: 70 Hektar
 PRODUKTE: Rhabarber, Spargel, Aprikosen, Äpfel, Birnen
 KONTAKT: E-Mail: manuel.gensheimer@gmx.net





PFALZMARKT NEWS



Fruit Logistica 2019 Unbedingt vormerken!

Vom 6. bis 8. Februar 2019 findet die Fruit Logistica in Berlin statt. Auch der Pfalzmarkt und Pfalz Fresh werden wieder mit einem Stand auf der internationalen Leitmesse für Fruchthandel präsent sein. Unsere Mitarbeiter werden die Gelegenheit nutzen, um neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Geschäftsbeziehungen zu pflegen. Wie wertvoll dieses Netzwerktreffen ist, zu dem dieses Jahr rund 77.000 Besucher aus aller Welt kamen, zeigen diese Zahlen: 86 Prozent der diesjährigen Fachbesucher waren laut einer Befragung an Entscheidungen bei Einkauf und Beschaffung beteiligt und 44 Prozent direkt für die Entscheidungsprozesse in ihrem Unternehmen verantwortlich.

Neuer Anstrich für die Pfalzmarkt Homepage

Der Pfalzmarkt bekommt einen neuen Online-Auftritt! Das digitale Schaufenster der Erzeugergemeinschaft soll den Pfalzmarkt und seine Erzeuger transparenter machen. Dafür will Marketingmanagerin Judith Beicht nun auch die sozialen Medien wie Instagram und Co nutzen, die Webseite selbst bekommt einen neuen Themenblog. Was es darauf zu sehen gibt? Vom Kürbisrezept über das Qualitätsmanagement bis hin zu Berichten über Events aus der Branche: Unter den Rubriken Gemüse, Obst, Rezepte, Landwirtschaft, Qualitätssicherung, sowie Ernährung und Gesundheit informiert der Pfalzmarkt künftig nicht nur über die Topseller der Saison, sondern auch darüber, wie sich bestimmte Gemüse- und Obstsorten am besten lagern und verwenden lassen. Auch Rezeptvorschläge sollen dort zu finden sein – natürlich nur mit regionalen Zutaten!

Neue Apfelsorte Baya Marisa ist da!

Außen fruchtig, innen rot – die Apfelsorte Baya Marisa hat es wortwörtlich in sich! Zwar gibt es rotfleischige Äpfel schon seit Jahrhunderten. Leider schmeckten die bislang vorhandenen Sorten des sogenannten Kulturapfels oder auch Weirouge aber so sauer, dass sie nur für die Verarbeitung zu Saft oder Gelee verwendet werden konnten. Die neue Sorte Baya Marisa wächst jetzt auch in der Pfalz und vereint dabei den bekannten süßlichen Apfelgeschmack mit exotischem Aussehen: Eine saure, aber rotfleischige Sorte, gekreuzt mit einem wohlschmeckenden Tafelapfel.



PFALZMARKT NEWS



**NEUE
TRAILER**

PFALZMARKT GROSS IN FAHRT

Der Pfalzmarkt hat seinen Fuhrpark erneuert und in zwei neue Kühl-Trailer investiert. Im Herbst wurden die Anhänger beschriftet. Seitdem machen sie mit Pfalzmarkt-Logo im XXL-Format und einem tollen Foto von frischem Obst und Gemüse in ganz Deutschland auf unsere Erzeugergemeinschaft aufmerksam. Schöner und werbewirksamer können unsere Produkte nicht zum Kunden kommen.

Multi Vegi Clean

Pfalzmarkt unterstützt Forschungsprojekt

Wie lässt sich Wasser beim Waschen von Gemüse sparen? Mit innovativer Technik, die das Waschwasser so reinigt, dass es sich mehrfach nutzen lässt. So der Ansatz von Multi Vegi Clean. Das von der EU geförderte Projekt setzt dabei nicht auf Chemie, sondern säubert das Wasser, vereinfacht gesagt, mithilfe von Elektroden. Erste Testreihen fanden im August im Deutschen Institut für Lebensmittelindustrie (DIL) statt. Der Pfalzmarkt stellte als Projektpartner die nötigen Gemüseproben für die Versuche zur Verfügung. Feldsalat und Radieschen mit unterschiedlichen Verschmutzungsgraden wurden in einer mit der neuen Technik ausgestatteten Reinigungswanne gewaschen. Nach den Versuchsläufen wurde die Keimbelastung des Gemüses in einem Labor untersucht. Zum Redaktionsschluss lagen die Ergebnisse noch nicht vor. Wir werden in der nächsten Ausgabe berichten.



DIE VERSCHÄRFTE DÜNGEVERORDNUNG:

Ein Gewinn für Erzeuger & Umwelt?

An vielen Orten in Deutschland ist zu viel Nitrat im Grundwasser. Deshalb hat die EU Deutschland verklagt – und die Bundesregierung die Regeln zum Düngen verschärft. Das bringt der Landwirtschaft zwar mehr Arbeitsaufwand, könnte aber nicht nur gut für die Umwelt, sondern auch für den Geldbeutel der Anbauer sein.

Wie viel Dünger reicht aus, damit Radieschen perfekt wachsen? Und wie lassen sich die neue Anforderungen fürs Düngen ohne zusätzliche Arbeitskraft bewältigen? Es sind Fragen wie diese, die sich nicht nur ein Großbetrieb in Rheinland-Pfalz im vergangenen Jahr plötzlich stellen musste. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden dort Möhren, Bundzwiebeln und Radieschen konventionell und biologisch angebaut und nach persönlicher Erfahrung gedüngt. Seit der Einführung der neuen Düngeverordnung (DüV) ist damit aber Schluss: Bodenanalysen, vorgegebene Düngemengen und das Errechnen des Nährstoffbedarfs für jede einzelne Pflanzkultur stehen seitdem auf der Tagesordnung der deutschen Anbauer und müssen akribisch dokumentiert werden. Verantwortlich dafür ist die Europäische Kommission: Die hatte 2016 Klage gegen Deutschland eingereicht. Der Vorwurf: Die Bundesregierung habe zu wenig gegen die Nitratbelastung im Grundwasser unternommen. Die Folge: Deutschland verschärfte seine Düngeregeln, da Nitrat über zu viel Düngemittel in die Natur gelangt. „Es gab am Anfang viele Klagen über den Aufwand und den Formalismus“, erinnert sich Norbert Laun vom Dienstleistungszentrum Ländlicher

Raum Rheinpfalz (DLR) in Neustadt. Der Berufsausbilder und Leiter der Gartenbauabteilung bietet mit seinen Kollegen Anbauern deshalb nicht nur staatlich geförderte Beratung für die neue DüV an, sondern auch Schulungen sowie kostenlose Tools. Wie sehr aber belasten die verschärften Regeln den einzelnen Landwirt? Ein bundesweites Projekt sollte genau darauf Antworten finden und beobachten, was passiert, wenn Anbauer exakt nur die benötigten Nährstoffmengen düngen, wie die neuen Regeln fordern.

DAS GEMÜSE WÄCHST EINWANDFREI

Dafür hat die Bundesanstalt für Ernährung und Landwirtschaft seit der Einführung der DüV Großbetriebe in Rheinland-Pfalz, mittlere Betriebe in Nordrhein-Westfalen und Kleinbetriebe in Bayern begleitet. „In Rheinland-Pfalz hat sich bei manchen Kulturen durch die genaue Nährstoffanalyse sogar gezeigt, dass sie auf einzelnen Standorten auch ohne zusätzliche Düngung einwandfrei gewachsen sind“, erklärt Laun. Im Auftrag der Bundesanstalt hat das DLR den Modellversuch in Pfälzer Betrieben durchgeführt. Die Zwischenbilanz nach einem Jahr: Die Bedarfswerte passen und das Gemüse wird ausreichend ernährt. Auch die Erträge des Betriebs seien sehr gut gewesen, etwa bei der Kultur Radies-

chen: Es gab keine Ernteeinbußen auf den Parzellen, die wegen ausreichender Bodenvorräte nicht gedüngt wurden. Um die Betriebe von der Papierflut zu entlasten, wurden die Abläufe der Düngeermittlung direkt im Betrieb in eine Software eingebunden. So lassen sich Daten von Probenaufträgen direkt an Bodenlabore übermitteln, Ergebnisse dokumentieren und ausdrucken. Denn die neuen Anforderungen haben es in sich: Wer etwa im Frühjahr Salat anpflanzt und im Anschluss Blumenkohl, muss für beide Kulturen jeweils den Nährstoffbedarf ermitteln und dabei den schon vorhandenen Stickstoffgehalt im Boden berücksichtigen. Der Gedanke dahinter: Man gibt der Pflanze nur so viel Dünger, wie sie zum Wachsen braucht.

MEHR ANALYSEN, WENIGER DÜNGER

Und in der Praxis? „Die Erzeuger sind gewillt, alles umzusetzen. Die Bodenanalyse und Proben sind allerdings sehr zeitaufwendig“, erklärt Klaus Selinger. Aus vielen Gesprächen mit den Erzeugern des Pfalzmarktes weiß der Fieldmanager: Viele sind noch immer skeptisch. Die meisten, sagt Selinger, haben

Das neue Düngegesetz gilt seit dem 26. Mai 2017.

Die verschärfte Düngeverordnung ist seit Juni 2017 in Kraft.



Entlastung der Erzeuger:
Das Bodenlabor Bolap führt Bodenanalysen durch, errechnet Bedarfswerte der einzelnen Pflanzen und spricht eine Düngeempfehlung aus.

die Dünge-Ermittlung zwar an das Bodenlabor Bolap übertragen. Ähnlich wie bei dem Großbetrieb des Modellversuchs kostet aber schon allein der Auftrag zur Analyse, die Kontrolle der Ergebnisse und die Düngung selbst noch immer viel Zeit. Trotzdem ist man beim DLR überzeugt: Für die Anbauer entstehen keine Mehrkosten, obwohl sie mehr Geld für Analysen ausgeben. Sie sparen nämlich Düngemittel.

EIN NULL-SUMMEN-SPIEL

„Wir haben das durchgerechnet: Das ganze ist etwa ein Null-Summen-Spiel“, ist Norbert Laun überzeugt. „Trotzdem hat sich das Risiko für uns erhöht. Wenn die Natur nicht mitspielt, können wir keine vermarktungsfähige Ware ernten“, sagt Fieldmanager Klaus Selinger. Das weiß auch das DLR. Hier hat man sich aber zum Ziel gesetzt, einen Kompromiss zwischen der fachgerechten Versorgung der Pflanzen und dem Schutz des Grundwassers zu finden. Ob die neuen Maßnahmen aber ausreichen, dass bezweifelt nicht nur eine neue Studie der Uni Kiel, sondern auch das Umweltbundesamt. Gewissheit wird wohl erst der nächste Nitratbericht der Bundesregierung bringen, der 2020 veröffentlicht werden soll.



Wer zu viel düngt, schadet Mensch und Umwelt: Überschüssiger Dünger bleibt als Stickstoff im Boden zurück und wird dort von Bakterien in Nitrat umgewandelt, das ins Grundwasser sickert.



Herbst- Klassiker mal anders

Er hat gerade mal 25 Kilokalorien pro 100 Gramm, enthält viele Nährstoffe, wie Beta-Karotin, Magnesium und Kalium und seine Kerne sollen die Abwehrkräfte steigern und freie Radikale abwehren. Die Rede ist vom Kürbis. In Mittel- und Südamerika steht Kürbis schon seit Jahrtausenden auf dem Speiseplan. In Europa werden Kürbisse erst seit den 1990er-Jahren angebaut. Wer Hokkaido-Kürbis gerade im Herbst als wärmende Suppe oder würziges Ofengemüse schätzen gelernt hat, darf sich auf eine weitere sehr leckere – und überraschende – Zubereitungsvariante des vielseitigen Gemüses freuen: Latte Macchiato vom Hokkaido-Kürbis. Bei diesem Rezept kann der orangerote Kürbis seinen feinen nussigen, an Esskastanien erinnernden Geschmack voll entfalten.

DAS REZEPT: Latte Macchiato vom Hokkaido-Kürbis



Zubereitung:

Wasser mit Zucker und Vanillezucker in einem Topf erhitzen. Zuckersirup kochen lassen bis er dickflüssig ist, dann vom Herd nehmen. Hokkaido-Kürbis schälen, zerkleinern, pürieren und das Kürbispüree in den warmen Zuckersirup geben. Zimt, Nelkenpulver und Ingwer mischen, zum Sirup geben und alles mixen. Jetzt die Kürbiskerne bei mittlerer Hitze gleichmäßig rösten. Milch schäumen und in ein Latte-Macchiato-Glas gießen. Einen Espresso und einen Teelöffel Kürbis-Sirup unterrühren. Dann die Essensmischung ganz langsam in die Milch gießen. Den Milchschaum nach Geschmack mit zwei Teelöffeln Sirup dekorieren und den Hokkaido-Latte mit den gerösteten Kürbiskernen servieren.

Guten Appetit!
Ihr Jürgen Schleicher

Zutaten für 2 Personen:

- 100 ml Wasser
- 100 g Zucker
- 1 St. Hokkaido-Kürbis
- 1 Pk. Vanillezucker
- 2 TL Zimtpulver
- 1 TL Nelkenpulver
- 1 TL Ingwer
- 300 ml Milch
- 1 Espresso
- 2 TL Kürbiskerne



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