

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 2/2020

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



Voll im Plan

Das neue Vermarktungszentrum
des Pfalzmarktes in Mutterstadt

Der Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt

Der Pfalzmarkt fördert den Artenreichtum von
Insekten, Vögeln, Reptilien und Amphibien

Erzeugerporträt

Andreas Jester aus
Römerberg-Mechtersheim

PfalzMarkt



4



12



14

INHALT

BAUFORTSCHRITTE

Neues Vermarktungszentrum voll im Plan 4

PROJEKT

Der Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt 8

SERVICE

Ihre Ansprechpartner im Vertrieb 10

ERZEUGERPORTRÄT

Treffpunkt für den ganzen Ort 12
Andreas Jester

DAS SIND DIE NEUEN:

Acht Auszubildende sind ein richtiger Glücksgriff 14

DREI FRAGEN AN

Oliver Weiß 16

PFÄLZER TOPSELLER

Radieschen 17

PFALZMARKT NEWS

18

SPITZENREZEPT FÜR SPITZENGEMÜSE

Gebratener Chinakohl mit Roulade von Seezunge, Lachs und Limettensauce 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
Verantwortlich i.S.d.P.: Hans-Jörg Friedrich

Konzept, Text und Gestaltung:

srg werbeagentur ag · S6, 37-38 · 68161 Mannheim

Druck: Printart GmbH, Druckerei und Verlag
Kirchenstraße 8 · 67125 Dannstadt



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



Angelika Elbert

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

Vorstandsekretariat

Starke Signale für die Zukunftsfähigkeit des Pfalzmarktes

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ein heißer Sommer und die Corona-Krise: Um frisches Obst und Gemüse aus der Pfalz liefern zu können und damit die Versorgung in Deutschland sicherzustellen, waren wir in dieser Saison in einer noch nie dagewesenen Weise gefordert. Aber wir haben das Unmögliche möglich gemacht und es sogar geschafft, dass wir mit dem Bau unseres neuen Vermarktungszentrums voll im Zeitplan liegen. Ebenso erfreulich: Es gibt keine Baukostensteigerung bei dem Großprojekt.

Diese Saison hat einmal mehr gezeigt, dass das neue Vermarktungszentrum ein wichtiger Baustein für die Zukunftsfähigkeit unserer Erzeugergemeinschaft ist, denn kurze Wege vom Erzeuger zum Verbraucher rücken immer mehr in den Vordergrund. Und saisonales und nachhaltig erzeugtes Obst und Gemüse liegen weiterhin ganz im Trend. Das stellt auch Andreas Jester im Erzeugerporträt fest: In seinem Hofladen in Römerberg-Mechtersheim sind mehr denn je saisonale und regionale Produkte gefragt.



Zukunftsfähig bleiben, heißt auch auf den demographischen Wandel zu reagieren. Weil in der Lagerlogistik in den nächsten Jahren einige Fachleute in den Ruhestand gehen werden, haben wir bereits dieses Jahr acht neue Auszubildende eingestellt. Ein weiteres Zukunftsthema ist der Erhalt der Artenvielfalt: Deshalb haben wir das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ ins Leben gerufen. Auf zunächst sechs Flächen in der Vorderpfalz erproben Mitgliedsbetriebe und Ökologen verschiedene Maßnahmen.

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

Hans-Jörg Friedrich
Vorstand Verwaltung

Reinhard Oerther
Vorstand Vertrieb



BAUFORTSCHRITTE VERMARKTUNGSZENTRUM

Voll im Plan



Der Bau des neuen Vermarktungszentrums läuft ganz nach Plan: Die ersten Außenwände stehen. Bis Ende des Jahres soll das Gebäude von außen geschlossen sein.



Am 26. August 2020 fand der Spatenstich für das neue Vermarktungszentrum für frisches Obst und Gemüse des Pfalzmarktes in Mutterstadt statt. Doch schon zuvor herrschte reges Treiben auf dem 15 Hektar großen Areal. Mit dem Bauprojekt liegt der Pfalzmarkt bestens in der Zeit.

Beim ersten Spatenstich, der wegen der Corona-Pandemie nicht im Mai, sondern erst im August stattfinden konnte, waren die Fundamentarbeiten bereits so gut wie abgeschlossen. Um die dafür benötigten mehr als 3.500 Kubikmeter Beton einzubringen, kamen rund 400 Betonmischfahrzeuge

zum Einsatz. Anfang Oktober ragen alle 180 Stützen hoch in den Himmel. Teilweise sind sogar schon die Holzträger für das Dach auf den zwölf Meter hohen Betonpfeilern montiert. „Bisher ist alles wie am Schnürchen gelaufen“, sagt Pfalzmarkt Vorstand Hans-Jörg Friedrich. „Wir sind zeitlich genau im Plan.“

Meilenstein Spatenstich: (v. l. n. r.) Adrian Blank, Ingenieurbüro Drees & Sommer, Mike Bollongino, Architekt, Hans-Jörg Friedrich und Reinhard Oerther, Vorstände, Christian Deyerling, Aufsichtsratsvorsitzender, Andreas Renner, Beiratsvorsitzender beim Pfalzmarkt sowie Hans-Dieter Schneider, Bürgermeister der Gemeinde Mutterstadt.

Zeit- und Kostenplan eingehalten

Auch die Ausschreibungen haben gezeigt: Der Pfalzmarkt hat bestens kalkuliert, denn es wird für das 30-Millionen-Euro-Projekt keine Baukostensteigerung geben. Dass alles so reibungslos funktioniert, liegt unter anderem an der hervorragenden Vorplanung und daran, dass der Pfalzmarkt erfahrene Fachleute herangezogen hat. Mike Bollongino, Architekt des Projektes, hat schon mehrere solcher Hallen realisiert. Er arbeitet eng mit Adrian Blank vom Mannheimer Ingenieurbüro Drees & Sommer zusammen, der die Projektsteuerung verantwortet. Ein weiterer Aspekt für die raschen Baufortschritte ist die für ein solches Gebäude typische Systembauweise und die damit verbundene hohe Vorproduktion: Stützen und Wände werden beispielsweise in Betonwerken nach Maß gegossen und dann vor Ort aufgestellt. Dies reduziert den Aufwand auf der Baustelle deutlich.



Bereits Anfang Oktober werden die ersten Dachträger montiert.



Bis Ende des Jahres sollen das Dach inklusive den dazugehörigen Lichtbändern sowie die Außenwände komplett fertig und damit das Gebäude von außen geschlossen sein. Die Lichtbänder sorgen in den Bereichen, wo es sich nicht negativ auf die Qualität des Obstes und Gemüses auswirkt, für einen hohen natürlichen Lichteinfall. Als nächster Schritt kommt Anfang 2021 der Hallenboden in das 30.000 Quadratmeter große Gebäude. Anschließend wird die innovative Technik installiert. 20.000 Quadratmeter der Halle werden dann mithilfe modernster Ammoniak-Kühltechnik bedarfsgerecht temperiert. Im Juli/August sollen alle Arbeiten abgeschlossen sein, sodass der Pfalzmarkt nach Ende der Saison 2021 umziehen kann.

Kurze und verlässliche Wege werden relevanter

Mit der optimierten und ultraschnellen Frischelogistik, die das moderne Vermarktungszentrum ermöglicht, setzt der Pfalzmarkt neue Maßstäbe und rückt noch näher an die Partner im LEH. Wie wichtig das ist, haben die Hitzewelle in Europa im Sommer und die Corona-Pandemie gezeigt: Kurze und verlässliche Wege vom Erzeuger zum Verbraucher werden immer relevanter. Und immer mehr Verbraucher legen Wert auf nachhaltig und saisonal erzeugtes Obst und Gemüse aus deutschem Anbau.

Trotz großer Sommerhitze und Corona-Krise ist die Erzeugergemeinschaft mit ihrem vollen

Saisonprogramm lieferfähig geblieben. Dass der Pfalzmarkt trotz dieser externen Einflüsse außerdem voll im Plan mit der Standorterweiterung liegt, ist ein Beweis für die ausgezeichnete Zukunftsfähigkeit des Genossenschaftsprinzips ■



Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“

Die Lebensbedingungen für Tiere und Pflanzen in der Pfalz verbessern

Der Pfalzmarkt hat gemeinsam mit seinen Mitgliedsbetrieben das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ ins Leben gerufen. Auf zunächst sechs Flächen in der Vorderpfalz erproben Landwirte und Ökologen seit Herbst 2019 diverse Maßnahmen zum Erhalt der Artenvielfalt. Ziel des Projektes ist es, den Artenreichtum von Wildbienen, Schmetterlingen, Käfern, Reptilien, Amphibien, Vögeln und Co. zu erhalten und fördern, das Ökosystem auf diesen Flächen durch die bestmöglichen Maßnahmen zu stärken sowie immer mehr Landwirte zum Nachmachen anzuregen.

„Landwirte haben viele Möglichkeiten, sich für den Erhalt der Artenvielfalt einzusetzen“, erklären die wissenschaftlichen Leiter des Projekts, Ronald Burger von IFAUN und Oliver Röller von Natur Südwest. Je mehr unterschiedliche Strukturen desto mehr Tier- und Pflanzenarten können passende Lebensräume finden. Auch die Fruchtfolge und die Wahl der angebauten Kulturen hat Einfluss auf die Artenvielfalt. Landwirte können beispielsweise hochwertige Blühflächen als Nahrungsraum für Wildbienen und Schmetterlinge auf ihren Betriebsflächen anlegen. Das kann im Rahmen von Greening-Maßnahmen (Klima- und Umweltschutz förderliche Landbewirtschaftungsmethoden) oder zusätzlich als freiwillige Naturschutzleistung erfolgen.

Die sechs Artenvielfalt-Flächen befinden sich bei Böhl-Iggelheim, Schauernheim, Lamsheim, Maxdorf und Mutterstadt. Auf ihnen wird nicht mehr wie bisher Gemüse angebaut, sondern es wurden mehrjährige Blühflächen mit speziellem Saatgut sowie verschiedene Strukturen angelegt. Als Maßnahmen zur Förderung der Biodiversität wurden für Insekten sogenannte

Habitate zum Überwintern geschaffen, Vögel, Reptilien und Amphibien finden Gebiete vor, in denen sie sich vermehren können. Welcher Schwerpunkt gesetzt wird, richtet sich nach dem natürlichen Potenzial der jeweiligen Flächen und ihrem Umfeld. Es werden deshalb auf den Flächen besondere Strukturen angelegt, die zu einer Aufwertung und Vernetzung mit angrenzenden Lebensräumen führen.

Der Erfolg der Maßnahmen wird wissenschaftlich begleitet und genau dokumentiert. Experten verschiedener Tier- und Pflanzengruppen beobachten, welche Tiere und Pflanzen sich durch die Fördermaßnahmen neu ansiedeln, wie sie sich auf neuen Flächen ausbreiten und ob sich darunter schutzbedürftige, seltene und gefährdete Arten befinden. Erkenntnisse zur Artenvielfalt einer Fläche werden wir versuchen für die Anlage neuer Flächen zu nutzen. Als Besonderheit des Projekts „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ werden deutlich mehr Artengruppen untersucht als bei ähnlichen Projekten: Moose, Farn- und Blütenpflanzen, Säugetiere, Vögel, Reptilien, Amphibien, Wildbienen, Solitäre Wespen, Schmetterlinge, Laufkäfer und Heuschrecken. Die Untersuchungen werden in einigen Jahren zeigen, ob wieder mehr Arten in der Agrarlandschaft einen guten Lebensraum haben.

Ausführliche Informationen gibt es auch unter www.pfalzmarkt.de/pfalzmarkt-schafft-artenvielfalt.



Distelfalter (*Vanessa cardui*)



Feldlerche (*Alauda arvensis*)



Grüne Strandschrecke (*Aiolopus thalassinus*)



Rebhuhn (*Perdix perdix*)



Große Salbei-Schmalbiene (*LasioGLOSSUM xanthopus*)



SERVICE

Ihre Ansprechpartner im Vertrieb

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



Dominik Heinzen

☎ 07275/9594-11
📱 0176/10 408 117
✉ d.heinzen@pfalzmarkt.de



Max Trauth

☎ 07275/9594-365
📱 0151/17 632 084
✉ m.trauth@pfalzmarkt.de



Karl-Heinz Jäger

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



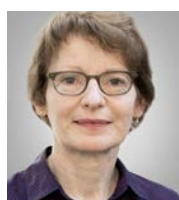
Luciano Cireddu

☎ 06231/408-124
✉ l.cireddu@pfalzmarkt.de



Jonathan Schmitt

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



Josiane Rolland

☎ 06231/408-128
📱 0176/10 408 102
✉ j.rolland@pfalzmarkt.de



MUTTERSTADT



Vitor Hugo Da Mota

☎ 06231/408-159
 ☎ 0151/19 638 677
 ✉ v.damota@pfalzmarkt.de



Tobias Laux

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



Ricardo Novo

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



Ralf Bellinghausen

☎ 06231/408-155
 ☎ 0151/12 441 713
 ✉ r.bellinghausen@pfalzmarkt.de



Michael Henning

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



Jonas Hill

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



Susi Külbs

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



Joachim Leonhardt

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



Benjamin Killet

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



Frieda Schmitt

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



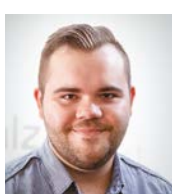
Bernd Weiller

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



Manfred Weber

☎ 06231/408-188
 ☎ 0151/14 008 200
 ✉ m.weber@pfalzmarkt.de



Rafael Pereira

☎ 06231 408-126
 ☎ 0176/10 408 141
 ✉ r.pereira@pfalzmarkt.de



Leo Zastrow

☎ 06231/408-372
 ☎ 0176/10 408 372
 ✉ l.zastrow@pfalzmarkt.de

MAXDORF



Tanja Keck

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

ERZEUGER-PORTRÄT

Treffpunkt für den ganzen Ort

Der Hof von Pfalzmarkt-Erzeuger Andreas Jester war einmal eine Aussiedlungsscheune – inzwischen ist das nur noch schwer vorstellbar. Seit den 50er-Jahren wurde so fleißig drum herum gebaut, dass der Betrieb heute inmitten von Mechttersheim liegt. Zum Glück, denn er ist zum Treffpunkt für den ganzen Ort geworden.

Wenn Andreas Jester von seinem Beruf spricht, gerät er ins Schwärmen: „Die Arbeit ist sehr vielseitig, man hat immer neue Anforderungen zu bewältigen und findet ständig neue Bedingungen vor. Den Gartenbau finde ich etwas einseitig, aber Landwirtschaft wird niemals langweilig“, verrät der gelernte Gärtner. Zusammen mit seiner Frau Sarah und seinen Eltern Magda und Gerhard Jester bewirtschaftet er den Hof in der vierten Generation; vielleicht wird der fünfjährige Sohn Fabio einmal die Leidenschaft seiner Familie teilen und den Betrieb in Mechttersheim weiterführen.

Apropos Leidenschaft: Andreas Jesters Herz schlägt nicht nur für die Landwirtschaft, sondern auch für die Destillerie. Im Jahr 2006 war er der erste ausgebildete Schnapsbrenner von Rheinland-Pfalz. Seither probiert er gemeinsam mit seiner Mutter Magda verschiedene Brände aus, zum Beispiel sortenreine Apfelbrände oder Hokkaidolikör. Auch für sogenannte Stoffbesitzer stellt Jester Destillate her. Die Obststoffbesitzer bringen ihre Maische, also das gehäckselte, vergorene Obst und bekommen den Schnaps aus ihrem eigenen Rohprodukt. „Wenn man sich Mühe gibt, kommt ein richtig gutes Destillat dabei heraus“, berichtet der Landwirt.

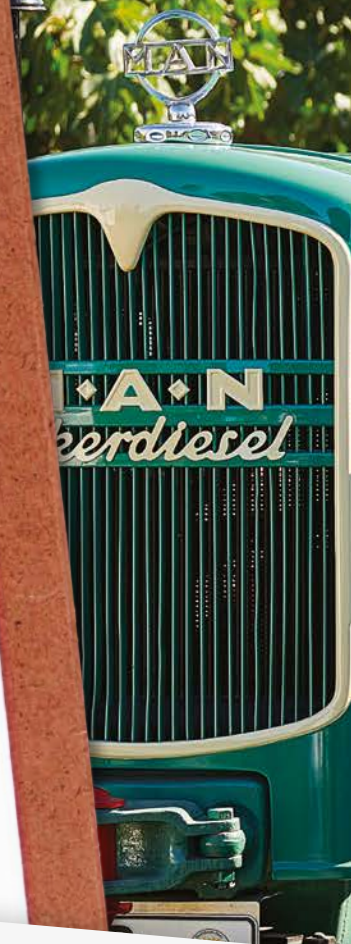
Das eigentliche Herzstück ist aber der Hofladen, in dem die Familie Jester eine große Auswahl von dazugekauftem Gemüse und Obst anbietet – so findet in dem kleinen Laden die große Erzeugergemeinschaft des Pfalzmarkts zusammen. „Der Hof im Ort hat schon viele Vorteile – im Dorf gibt es keinen Supermarkt, und die Anwohner müssten sonst mit dem Auto fahren“, erklärt Jester das Erfolgskonzept. In Wahrheit geht es aber um viel mehr als nur Einkaufen. Die Besucher werfen einen Blick in die Halle, wo der Kürbis von seinem Acker gewaschen wird. Sie setzen sich auf das Bänkchen vor dem Hofladen, an den Brunnen oder in den offenen Garten und nutzen die Gelegenheit, ein Schwätzchen mit dem Nachbarn zu halten.

Samstags ist der Hof zu einem richtigen Treffpunkt geworden, gerade in der Corona-Zeit. Jester hat festgestellt, dass die Menschen wieder mehr Zeit haben, mit frischen Produkten zu kochen, und die Regionalität der Erzeuger sei wieder viel mehr gefragt. Der Aussiedlungshof von damals ist heute Dreh- und Angelpunkt der Dorfbewohner. Andreas Jester wird im Jahr 2021/22 eine neue Aussiedlerhalle für die großen Maschinen bauen, um die Nachbarn im Ort nicht zu stören.

„Landwirtschaft wird niemals langweilig!“

Andreas Jester

NAME: Andreas Jester, 39 Jahre
 ORT: Sandstraße 34, Römerberg-Mechttersheim
 PRODUKTE: Kürbis, Spargel, Äpfel, Zwetschgen, Mirabellen, Quitten
 KONTAKT: andreas.jester@gmx.de





Sarah und Andreas Jester mit Sohn Fabio in ihrem Hofladen in Mechtersheim.

Magda und Gerhard Jester, sowie Andreas und Sarah Jester mit Sohn Fabio vor den Oldtimer-Traktoren der Familie.

Das sind die Neuen: Acht Auszubildende sind



Die Auszubildenden Yannick Stenzel, Marco Machado, Leon Wittmann, Kevin Bypyqi, Jonas Sprengart, Tiago Paiva-Figueiredo, Tobias Neuber und Nicole Völkel (v. l.), hintere Reihe stehend Angelika Elbert, Reinhard Oerther und Hans-Jörg Friedrich.

Der Pfalzmarkt hat viel Nachwuchs bekommen. Damit reagiert das Unternehmen auf den demographischen Wandel im eigenen Haus. „In den nächsten fünf bis zehn Jahren werden viele Mitarbeiter das Rentenalter erreichen, dadurch werden wir viele Leistungskräfte im Fachbereich Lagerlogistik verlieren“, berichten Hans-Jörg Friedrich, Vorstand Verwaltung, und Reinhard Oerther, Vorstand Vertrieb. Darum hat der Pfalzmarkt Anfang des Jahres eine Stellenanzeige geschaltet, auf die sich zahlreiche Schulabsolventen beworben haben. Die besten acht konnten

die Ausbildung beginnen; Ziel ist, dass möglichst alle nach der Ausbildung übernommen werden und im Unternehmen bleiben. „Unsere eigenen Auszubildenden kennen den Betrieb von der Pike auf. Eine eigene Ausbildung ist prägend und gut für das Unternehmen“, so Vorstandssekretärin Angelika Elbert. Ihr Eindruck bisher: Sie machen alle einen tollen Job, sind zuverlässig, interessiert, fleißig und pünktlich. „Wenn sie nach ihrer Ausbildung bei uns bleiben möchten und eine ordentliche Prüfung ablegen, haben sie alle die Möglichkeit, im Pfalzmarkt übernommen zu werden.“

„Auf Marco kann man sich wirklich verlassen. Er ist ein Ruhepol in der quirligen Logistikabteilung.“

Marco Machado, Azubi seit August 2020 zur Fachkraft für Lagerlogistik.

„Yannick ist sehr besonnen und darauf bedacht, alles richtig zu machen. Er zeigt großen Arbeitseinsatz.“

Yannick Stenzel, Azubi seit August 2020 zur Fachkraft für Lagerlogistik.

ein richtiger Glücksgriff



„Leon hat viel Selbstbewusstsein, er ist der smarte Sunnyboy im Groß- und Außenhandel!“

Leon Wittmann, Azubi seit August 2020 zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel.

„Kevin ist ein sehr aufgeweckter Azubi – und selbstverständlich immer pünktlich.“

Kevin Bypyqi, Azubi seit April 2020 zur Fachkraft für Lagerlogistik. Von einer anderen Firma übernommen, weil er zum Pfalzmarkt wechseln wollte.

„Jonas ist unser jüngster Mitarbeiter, er kam mit erst 16 Jahren in den Pfalzmarkt und hat sehr viel Durchhaltevermögen. Er hat sich toll entwickelt.“

Jonas Sprengart, Azubi im zweiten Ausbildungsjahr zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel.

„Tiago ist unheimlich zuverlässig und vorausschauend. Er hat große Pläne und will Logistiker in der neuen Halle werden.“

Tiago Paiva-Figueiredo, Azubi im zweiten Ausbildungsjahr zur Fachkraft für Lagerlogistik.

„Tobias ist pflichtbewusst hoch drei. Zuverlässig und ein geborener Logistiker!“

Tobias Neuber, Azubi seit August 2020 zur Fachkraft für Lagerlogistik.

„Nicole ist unsere Powerfrau unter den Männern im Pfalzmarkt.“

Nicole Völkel, Azubi seit August 2020 zur Fachkraft für Lagerlogistik.

„Unsere eigenen Auszubildenden kennen den Betrieb von der Pike auf. Eine eigene Ausbildung ist prägend und gut für das Unternehmen.“

Vorstandssekretärin Angelika Elbert

3 Fragen an ...

Als Leiter Finanz- und Rechnungswesen sorgt Oliver Weiß mit seinem Team dafür, dass die Verbuchung aller Geschäftsfälle der Pfalzmarkt-Gruppe nach dem Handels- und Steuerrecht sichergestellt ist.



Wo wollen Sie im Pfalzmarkt Akzente setzen?

Digitalisierung ist das Feld, zu dem ich meinen Beitrag leisten möchte. Einen Anfang haben wir bereits gemacht, z. B. mit der Archivierung von Rechnungen, Lieferscheinen und dem automatischen Versenden von Ausgangsrechnungen. Wir wollen aber noch weitere Bereiche im Rechnungswesen digitalisieren und verschlanken, damit wir die Arbeitszeit besser nutzen können.

Was zeichnet Ihre Arbeitsstelle aus?

Einen großen Teil meiner Arbeit widme ich der Erstellung von Monats- und Jahresabschlüssen, der Sicherstellung der Zahlungsfähigkeit innerhalb der Pfalzmarkt-Gruppe und den damit verbundenen Verhandlungen mit Banken.

Das ist viel weniger trocken als es klingt, denn Monats- und Jahresabschlüsse sind oft Ausgangspunkt für zukünftige Entscheidungen. Sie zeigen uns, ob wir erfolgreich gewirtschaftet haben und wie

sicher unser Arbeitsplatz ist. Handelsrechtliche und steuerliche Regelungen spielen dabei eine bedeutende Rolle, deshalb bin ich oft bei Entscheidungen und Projekten der Geschäftsleitung involviert.

Genossenschaft bedeutet für Sie ...

Die Genossenschaft ist eine tolle Idee. Es schließen sich mehrere Akteure zusammen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Klar, dass die Entscheidungsfindung in einer Genossenschaft – wegen der vielen Entscheidungsträger – auch einmal deutlich länger benötigt als in einer anderen Rechtsform. Sie kann aber zu besseren Ergebnissen führen. Grundsätzlich spricht für die Genossenschaftsform beim Pfalzmarkt, dass wir für unsere Mitglieder den Verkauf der Ware organisieren können, insbesondere an den Lebensmitteleinzelhandel. Im originären Geschäft mit seinen Mitgliedern ist der Pfalzmarkt nicht gewinnorientiert. Vielleicht zeichnet sich auch deshalb unsere Genossenschaft durch mehr Menschlichkeit aus, weil das Ziel der Gewinnmaximierung nicht im Vordergrund steht.

Pfalzmarkt

Pfälzer Topseller:

Diesmal:

Radieschen

Verkaufsmengen
pro Jahr:

75 MILLIONEN
STÜCK

Erntezeitraum

**März bis
Dezember**

Anzahl
Erzeuger: **13**

Anbau
auf: **1138,81**

Hektar

Die kleinen pinken Knollen gelten als Geheimwaffe gegen Pilze und Bakterien: Sie enthaltenen hochwirksame Senföle, die den Radieschen ihren scharf-würzigen Geschmack geben. Oft ist dieser bei Freilandware ausgeprägter als bei Radieschen aus dem Gewächshaus. Senföle haben die Eigenschaft, Fett zu binden, sodass es den Körper unverwertet wieder verlässt. Somit sind Radieschen nicht nur gesund, sondern auch ein echter Schlankmacher.

Verwendung: Radieschen schmecken am besten ganz frisch in Salaten, aber auch auf Brot und in Dips. Gedünstet passt das Gemüse zu Fleisch und Kartoffeln.



PFALZMARKT NEWS

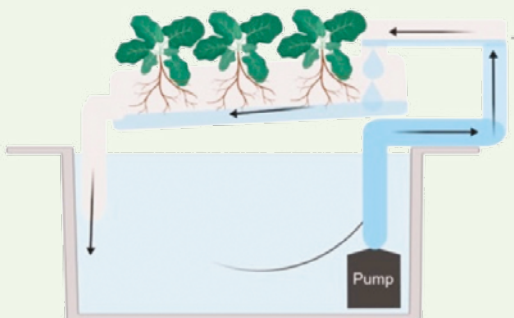
Hydroponik

Wasser statt Erde



Am Standort Leininger Hof, etwa vier Kilometer vom Pfalzmarkt in Mutterstadt entfernt, wird ein Hydroponik-Betrieb mit Packhalle und Kühlhaus aufgebaut. Die Pflanzen wachsen nicht

im Boden, sondern werden in Kunststofftrögen ständig mit Nährlösung versorgt. In insgesamt 11.400 Metern Rinnen soll Salat kultiviert werden, unabhängig von Umweltfaktoren und Temperaturschwankungen. Auch bodenbürtige Erreger, physikalische, biologische und chemische Bodeneigenschaften spielen keine Rolle mehr. Die Hydroponik benötigt im Vergleich zur konventionellen Landwirtschaft bis zu 90 Prozent weniger Wasser; es zirkuliert, anstatt im Boden zu versickern. Durch die zielgerichtete Steuerung der Anbaubedingungen und die kontrollierte Versorgung mit Nährstoffen wird ein homogener Bestand mit deutlich höheren Erntequoten je Quadratmeter erzielt. Neben dem deutlich geringeren Wasserbedarfs werden so auch die Kosten für Dünger- und Pflanzenschutzgaben sowie Personal erheblich gesenkt.



Quelle: G. Riggio et al. (2019), Risk of Human Pathogen Internalization in Leafy Vegetables During Lab-Scale Hydroponic Cultivation, Horticulturae 2019 5(1), 25. <https://doi.org/10.3390/horticulturae5010025>

Pfalzmarkt Personalie

Abschied vom „Lexikon des Pfalzmarkts“



Voll Dankbarkeit haben Reinhard Oerther und Hans-Jörg Friedrich ihren langjährigen Mitarbeiter Dieter Wagner verabschiedet.

Bis zu seiner Pensionierung arbeitete Wagner in der Entwicklung und Anwendung von Düngemitteln der BASF, seit 1997, zwei Jahre nach seiner Pensionierung, hat der Rentner die Führungen im Pfalzmarkt übernommen. Anbaufläche, Preisfindung, die komplexe Logistik, Umsätze und Größe des Pfalzmarktes – Dieter Wagner wusste über all das bestens Bescheid. Gartenbau-Studenten, Landwirtschaftsexperten und Fachleute aus aller Herren Länder spitzten die Ohren, wenn Wagner sein umfangreiches Wissen preisgab. Der Pfalzmarkt wird ihn schmerzlich vermissen!

PFALZMARKT NEWS

Versuchsanbau Edamame



Volltreffer ins Grüne

Die Edamame ist das neue Trendgemüse in Deutschland: Ursprünglich eine beliebte Knabberei zum Bier in Japan, wird die grüne Bohne inzwischen auch hierzulande in Szenelokalen und gehobenen Restaurants gereicht. Thomas Reeb hat das Gemüse beim Raritätentag des DLR Rheinpfalz entdeckt und fand sie so spannend, dass der Pfalzmarkt-Erzeuger dieses Jahr versuchsweise mit dem Anbau begann. „Die Edamame ist verwandt mit der Sojabohne und liefert ein sehr hochwertiges Eiweiß, das wichtig für Veganer ist.“



Reeb findet, dass die exotische Kultur wunderbar zu seinem relativ kleinen Betrieb passt: Auf 1,5 Hektar kultiviert er die japanische Bohne. Eine ziemliche Seltenheit, denn in ganz Deutschland wird Edamame nur auf einem einstelligen Hektarbereich angebaut. Der Anbau funktioniert gut: Die Pflanze ist relativ robust und es gibt keine bekannten Schädlinge in Deutschland. „Wenn es keine Schädlinge gibt, die bekämpft werden müssten, setze ich logischerweise auch keine Pflanzenschutzmittel ein“, legt der Erzeuger dar.

Der Absatz kommt gerade ins Laufen. Testweise hat Thomas Reeb Edamame im Hofladen verkauft, jetzt geht es los über den Pfalzmarkt. Damit können sich Menschen, die sich vegan ernähren möchten oder Liebhaber der japanischen Küche nun mit frischen Sojabohnen versorgen, die es bisher auf dem Markt noch nicht gab.

News und Aktuelles rund um den Pfalzmarkt gibt es auch unter www.pfalzmarkt.de/aktuelles/



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

Zart und stark

DAS REZEPT:

Gebratener Chinakohl mit Roulade von Seezunge, Lachs und Limettensauce

Zubereitung:

Die Hälfte vom Lachsfilet mit etwas Salz und Cayennepfeffer im Mixer zerkleinern. Sahne hinzufügen und fein mixen.

Das Seezungenfilet ausbreiten, mit etwas Lachsfarce bestreichen und mit Würfeln vom restlichen Lachs belegen. Seezungenfilet einrollen und mit einem Spieß fixieren. Jetzt in einer heißen Pfanne mit Butter anbraten und im Backofen bei 160 Grad Umluft ca. 6 bis 8 Minuten zu Ende garen. Nachwürzen und kurz ruhen lassen.

Schalotten in Würfel schneiden und in der Butter anschwitzen. Mit Weißwein ablöschen und diesen fast verkochen lassen. Nun den Fond hinzufügen und etwas einkochen lassen. Die abgeriebene Limettenschale und Sahne hinzufügen und einmal aufkochen. Gegebenenfalls noch einmal abschmecken.

Den Chinakohl schneiden, mit dem Olivenöl anschwitzen und mit Salz und Pfeffer würzen.

Das Gemüse mittig auf den Teller mit der Fischroulade und der Limettensauce anrichten.

Serviervorschlag: Duftreis dazu reichen.

Guten Appetit!
Ihr Jürgen Schleicher

Der Name verrät es: Chinakohl stammt aus China, wo er bereits seit dem 5. Jahrhundert angebaut wird. Das kalorienarme Gemüse hilft das Immunsystem zu stärken, denn es enthält viele B-Vitamine und Vitamin C. In 100 Gramm Chinakohl stecken 25 Milligramm Vitamin C, was in etwa einem Viertel des Tagesbedarfs entspricht. Außerdem punktet die Kohlsorte mit den zarten Blättern mit viel Kalium, Kalzium und Folsäure. Chinakohl kann roh als Salat angemacht werden, in Suppen gekocht oder in der Pfanne gegart werden. Pfalzmarkt-Koch Jürgen Schleicher dünstet ihn kurz an und serviert ihn mit Fischrouladen.

Zutaten für 2 Personen:

300 g Seezungenfilet

100 g Lachsfilet

50 ml Sahne

2 Schalotten

50 ml Weißwein

50 ml Fisch- oder Gemüsfond

1 Limette

100 ml Sahne

1 Chinakohl

3 EL Butter

Olivenöl

Salz & Cayennepfeffer

