

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 2/2021

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



Experimentierfreude auf dem Acker

Andreas Kerner setzt auf ausgefallene Gemüsesorten

Jede Menge Platz

Das neue
Vermarktungszentrum

Wasser statt Erde

Pilotprojekt Hydroponik
gestartet

Grubenhumel wiederentdeckt

Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt

PfalzMarkt



4



8



12



16

INHALT

DAS NEUE VERMARKTUNGSZENTRUM
Gebäude mit Wow-Effekt! 4

PFALZMARKT LOGISTIK
Gut aufgestellt 8

SERVICE
Ihre Ansprechpartner im Vertrieb 10

PFALZMARKT SCHAFFT ARTENVIELFALT
Grubenhummer wiederentdeckt 12

PFÄLZER TOPSELLER
Blumenkohl 13

ERZEUGERPORTRÄT
Experimentierfreude auf dem Acker 14
Andreas Kerner

PILOTPROJEKT HYDROPONIK
Wasser statt Erde 16

PFALZMARKT NEWS 18

SPITZENREZEPT FÜR SPITZENGEMÜSE
Topinambur-Cremesuppe mit weißer Schokolade und Chili 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

Vorstandssekretariat

Der Pfalzmarkt: Ideengeber und Trendscout

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

dieses Jahr hat einmal mehr gezeigt: Wir dürfen uns nicht mit dem Status Quo zufriedengeben. Bis zu 30 Prozent Ernteauffälle hat uns das zu kalte und zu nasse Wetter gekostet. Zusätzlich haben Hagel und Starkregen deutliche Einbußen verursacht. Manche Erzeuger verzeichneten sogar einen Totalausfall. Eine mögliche Lösung, um uns unabhängiger vom Wetter zu machen, testen wir in Hochdorf-Assenheim. Hier haben wir ein Pilotprojekt für den Hydroponik-Anbau gestartet. Diese Form des geschützten Anbaus ist allerdings mit hohem Technisierungsaufwand verbunden. Deshalb sammelt der Pfalzmarkt alle Daten, wie Energieverbrauch, Erträge, Kosten für Pflanzenschutz, Wassereinsatz etc. Sie sollen Aufschluss geben, ob und für wen sich der Hydroponik-Anbau lohnt.

Eine Deutschlandpremiere feiert der Pfalzmarkt mit Bimi® Brokkoli: Dieser auch Stangenbrokkoli genannte Trendsetter, der zarter ist als marktüblicher Brokkoli und im Ganzen und sogar roh verzehrt werden kann, wird in Deutschland exklusiv beim Pfalzmarkt angebaut. Damit ergänzen wir unser Frischepportfolio ideal und können bei unseren Handelspartnern punkten.



Dass sich Experimentierfreude auszahlt, weiß auch Andreas Kerner. Der Pfalzmarkt-Erzeuger kultiviert seltene und fast vergessene Gemüse, wie Topinambur oder die in der internationalen Gourmetküche gefragte Haferwurzel. Und falls eine Gemüsesorte doch nicht wie erwartet den aktuellen Geschmack trifft? Dann probiert er einfach das nächste Gemüse aus.

Ein Meilenstein ist unser neues Vermarktungszentrum. Wir sind stolz, dass der gesamte Komplex in diesem Monat pünktlich fertig wird. Und wir freuen uns schon darauf, dann mit dem Wintergeschäft umzuziehen und im nächsten Frühjahr die offizielle Einweihung zu feiern.

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

H.J. Friedrich

Hans-Jörg Friedrich
Vorstand Verwaltung

R. Oerther

Reinhard Oerther
Vorstand Vertrieb

DAS NEUE VERMARKTUNGSZENTRUM GEBÄUDE MIT WOW-EFFEKT!

Kaum zu glauben: Erst vor gut anderthalb Jahren fiel der Startschuss für die Bauarbeiten zur Standorterweiterung des Pfalzmarktes in Mutterstadt, jetzt Anfang Oktober 2021 ist das neue Vermarktungszentrum für frisches Obst und Gemüse so gut wie fertig. Das Großprojekt blieb nicht nur im Zeitplan, sondern auch der gesteckte Kostenrahmen konnte eingehalten werden.

Draußen wird noch an den Straßen rund um den 30.000 Quadratmeter großen Komplex gebaut, drinnen sind die Handwerker mit dem Ausbau der Büros beschäftigt. „Wir werden noch im Oktober fertig“, sagt Pfalzmarkt-Vorstand Hans-Jörg Friedrich und ergänzt: „Es war spannend zu verfolgen, wie gut die Gewerke ineinandergegriffen haben.“ Bei allem, was man aktuell über explodierende Baukosten, Lieferengpässe von Materialien und Verzögerungen liest, grenzt es fast an ein kleines Wunder, wie perfekt die Durchführung des Projektes geklappt hat. „Hut ab vor dem Architekten und dem Ingenieurbüro, die die ganze Planung gesteuert haben.“

„Das herrliche Bild von außen mit den Farben und dem riesigen Logo des Pfalzmarktes, die erstaunliche Größe des Gebäudes – das Vermarktungszentrum begeistert mich, wenn ich davorstehe oder hindurchgehe. Es hat den Wow-Effekt“, schwärmt Friedrich und freut sich schon darauf, wenn im November das Wintergeschäft peu à peu in die neuen Hallen einzieht. „Wir beginnen gleich nach der Bauabnahme und Schlüsselübergabe mit dem Umzug. Die Winterware eignet sich perfekt, um die ganzen Arbeitsabläufe zu üben und gegebenenfalls zu optimieren. Wenn dann im Frühjahr die Saison richtig losgeht, sind wir bestens vorbereitet.“

Weil das 30-Millionen-Euro-Projekt ein wichtiger Meilenstein in der Geschichte des Pfalzmarktes ist, hat die Genossenschaft die Fortschritte des Projektes in Fotos festgehalten. Sehen Sie selbst, wie eins der modernsten und größten Vermarktungszentren für Obst und Gemüse in Deutschland Monat für Monat gewachsen ist.



Dezember 2020

Fast die kompletten Außenwände stehen. Schon jetzt kann man sehen, wie frisch die Hülle in den Pfalzmarkt-Farben strahlt. Die immense Größe der Halle wird nochmal deutlicher, wenn man die Größe der Fahrzeuge und der Kräne mit den Ausmaßen der Halle vergleicht.



Juni 2020
Die ersten Vorbereitungen laufen an. Noch ist nicht viel zu sehen, nur aus der Luft kann man erahnen, wo das Vermarktungszentrum stehen wird und wo die Straßen verlaufen werden.

Oktober 2020

Die Fundamentarbeiten sind längst abgeschlossen, 3.500 Kubikmeter Beton wurden dafür eingebracht. Alle 180 Betonpfeiler stehen und teilweise sind bereits die Holzträger für das Dach auf den zwölf Meter hohen Pfeilern montiert.



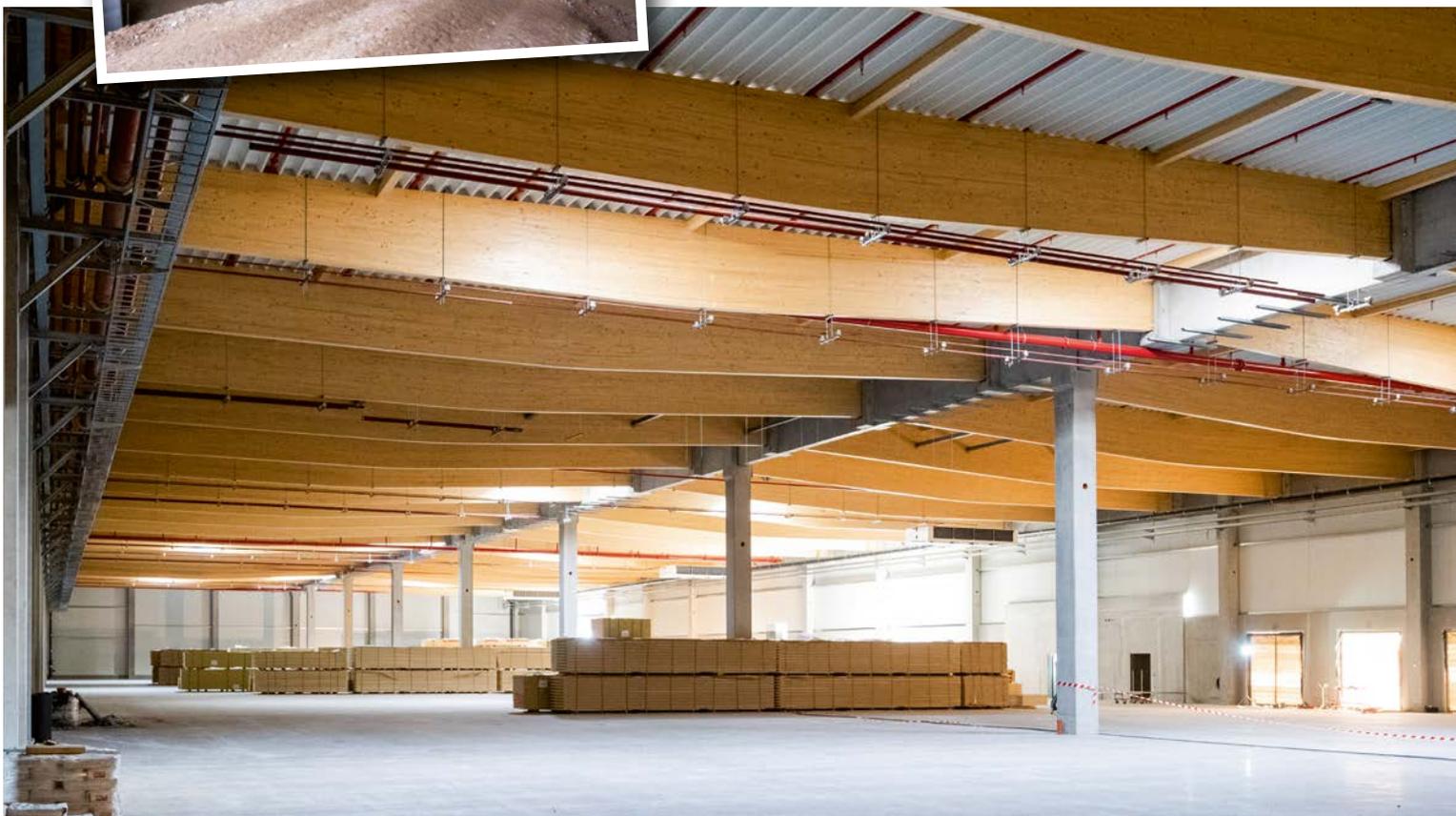


Januar 2021

Der Innenausbau schreitet voran. Gut sichtbar sind die Lichtbänder im Dach. Sie sorgen überall dort, wo es dem Obst und Gemüse nicht schadet, für einen natürlichen Lichteinfall.

März 2021

Der Hallenboden des 30.000 Quadratmeter großen Gebäudes ist bis auf die Markierungen fertig.



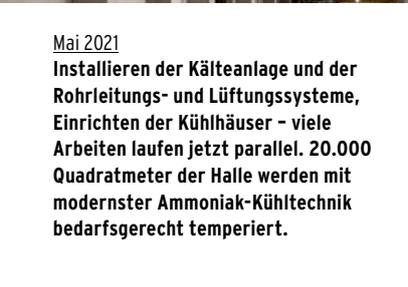


Juni 2021
Die Arbeiten an den Straßen rund um das Vermarktungszentrum sind voll im Gang. Sie werden im Oktober abgeschlossen.

August 2021
Sieht aus, als könnte jeden Moment ein LKW zum Beladen andocken. Insgesamt verfügt das Gebäude über 57 Laderampen.



Mai 2021
Installieren der Kälteanlage und der Rohrleitungs- und Lüftungssysteme, Einrichten der Kühlhäuser - viele Arbeiten laufen jetzt parallel. 20.000 Quadratmeter der Halle werden mit modernster Ammoniak-Kühltechnik bedarfsgerecht temperiert.





September 2021

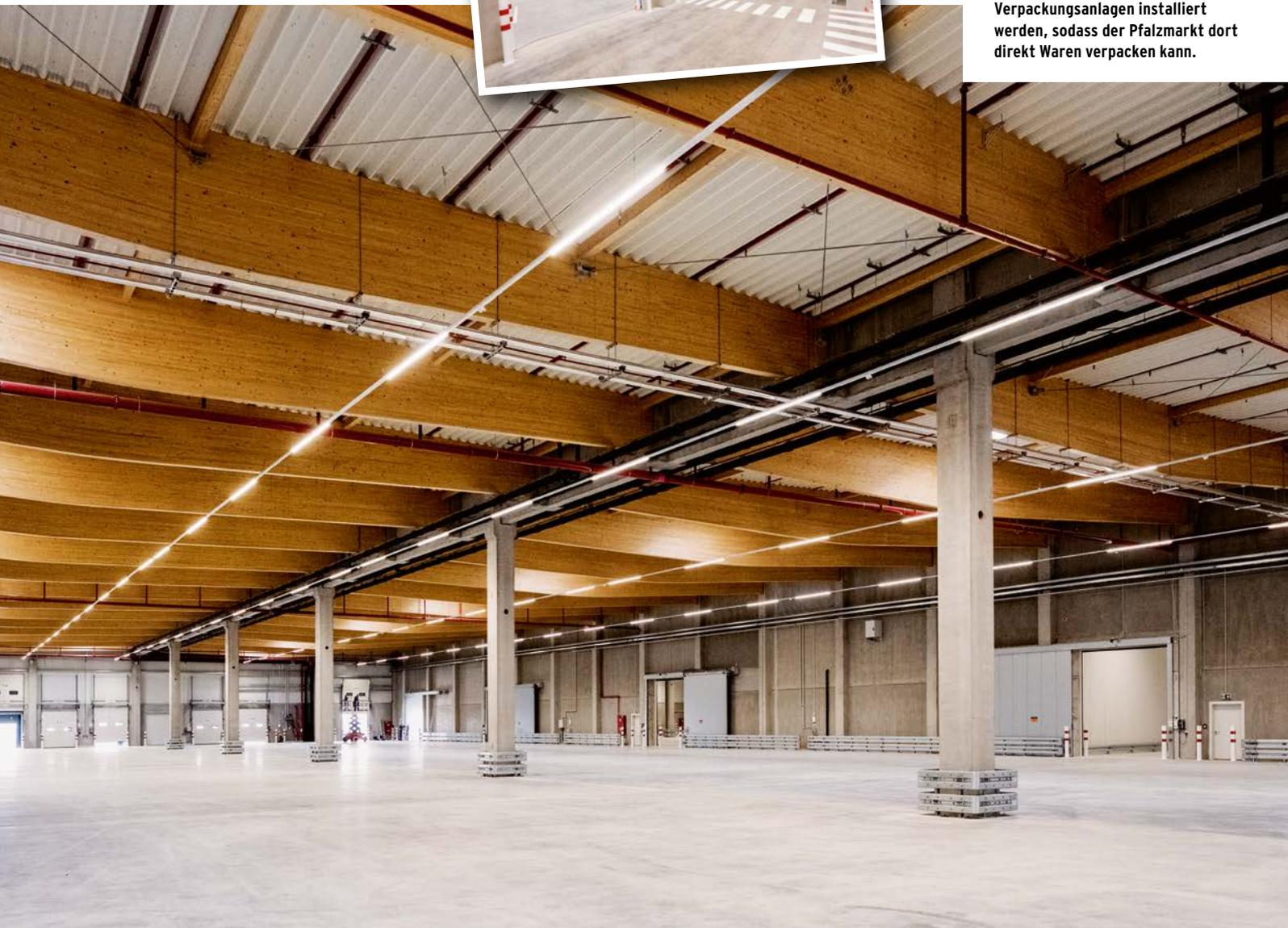
Wow! Das Vermarktungszentrum fällt ins Auge - und liegt verkehrsgünstig direkt an der A65 und A61. Ab November werden hier die ersten Gemüse aus dem Wintergeschäft angeliefert, geprüft und ultraschnell wieder verladen.

Im Gegensatz zur alten Halle ist die neue zum größten Teil gekühlt. Außerdem sind die Fahrwege 30 Prozent kürzer.



Oktober 2021

Ein großer Vorteil der neuen Halle: ihr flexibles Nutzungskonzept. Falls es nötig wäre, könnten im gekühlten Bereich jederzeit auch Verpackungsanlagen installiert werden, sodass der Pfalzmarkt dort direkt Waren verpacken kann.



Gut aufgestellt

Die Pfalzmarkt Logistik



Starkes Team, die Logistiker vom Pfalzmarkt: Michael Laks, Annika Rieder, Jürgen Kober, Sascha Rapp, Francisco Steeger, Ingo Kärcher und Nina Danter (v. l. n. r.).

Vor knapp zwei Jahren ist die Logistikabteilung an den Start gegangen. Mittlerweile hat das Team mehr und mehr Aufgaben übernommen und ist von vier auf sieben Mitarbeiter gewachsen.

Nur 24 Stunden ist das Obst und Gemüse der Pfalzmarkt-Erzeuger in der Regel vom Feld in den Supermarkt unterwegs. Voraussetzung dafür: Eine Logistik, die wie am Schnürchen läuft. Dabei werden die Dienstleistungen, die die Logistikabteilung rund um ihr Kerngeschäft Disposition anbietet, immer wichtiger. „Customer Service, Retourenmanagement, Palettenverwaltung, Erfassung, Schadensabwicklung und Qualitätsmanagement der Transportlogistik gehören zu unseren After-Sales-Aufgaben. Damit verbringen wir mehr Zeit als mit der Disposition selbst“, sagt Francisco Steeger, Leiter der Abteilung. Zum Customer Service zählt beispielsweise, die Kunden auf dem Laufenden zu halten. „Verspätet sich eine Lieferung, dann informieren wir den Kunden rechtzeitig, damit er sich darauf einstellen kann“, sagt Steegers Stellvertreter Jürgen Kober. Sieben Tage

die Woche, von sieben Uhr morgens bis mindestens 18 Uhr ist die Logistikabteilung am Start. Sogar nachts ist immer ein Mitarbeiter der Abteilung telefonisch erreichbar. Passiert zum Beispiel ein Unfall, dann leitet er alles für den Transport Nötige in die Wege und schickt noch in der Nacht eine Info-Mail an den Kunden.

Auch dies kommt bei Kunden gut an: Die Logistikabteilung soll noch in diesem Jahr nach dem IFS Food Standard zertifiziert werden. Die Zertifizierung legt höhere Maßstäbe an als die aktuell erforderlichen QS-Standards.

Neue Aufträge durch Top-Arbeit

Die Logistikabteilung ist aber auch gewachsen, weil der Pfalzmarkt als Resultat seiner guten Arbeit Neugeschäft für sich gewinnen konnte: In einem Pilotprojekt verteilen die

Pfalzmarkt Logistiker für Edeka Valencia Ware aus Spanien an 20 Zentrallager sowie die Edeka Zentrallager in Minden, Süd- und Nordbayern. Das Projekt läuft so gut, dass der Pfalzmarkt bereits den Zuschlag für eine Verlängerung bekommen hat. „Von diesem Geschäft profitieren auch unsere Erzeuger. Durch die Mehrmengen können wir die LKW besser auslasten und die Lieferkosten senken. Somit können wir unser Obst und Gemüse günstiger anbieten und es wird noch attraktiver für den LEH. Die daraus resultierende steigende Nachfrage ermöglicht den Erzeugern mehr anzubauen“, erklärt Steeger.

Beim Transport spielen allerdings nicht nur die Kosten eine große Rolle, sondern auch das Thema Nachhaltigkeit steht zunehmend im Fokus. „Indem wir Sendungen bündeln und die Touren optimieren,

vermeiden wir zusätzliche Transporte“, sagt Kober. Außerdem sind 98 Prozent der Transportunternehmen, die für den Pfalzmarkt arbeiten, IFS Logistik zertifiziert. „Dadurch haben wir die Gewissheit, dass die Sattelzugmaschine

regelmäßig durch eine dem neuesten Stand der Technik entsprechenden Maschine ersetzt wird“, erläutert Steeger.

Jeder Arbeitstag stellt die Logistikabteilung vor andere Heraus-

forderungen. „Wir müssen uns täglich neue Lösungen einfallen lassen, das macht unsere Arbeit aber auch so spannend. Nur wenn wir uns kontinuierlich verbessern, können wir wettbewerbsfähig bleiben“, schließt Steeger.

Ihre Ansprechpartner in der Logistik

Hier finden Sie die Kontaktdaten unserer Logistikmitarbeiter in Mutterstadt.

Logistikleitungsteam



Francisco Steeger

Qualitätsmanagement
Customer Service
Schadensabwicklung

Telefon: 06231/408-162
Mobil: 0176/10 408 113
E-Mail: f.steeger@pfalzmarkt.de



Jürgen Kober

Disposition National

Telefon: 06231/408-161
Mobil: 0176/10 408 112
E-Mail: j.kober@pfalzmarkt.de



Nina Danter

Qualitätsmanagement
Customer Service
Schadensabwicklung

Telefon: 06231/408-160
Mobil: 0151/15 226 430
E-Mail: n.danter@pfalzmarkt.de



Ingo Kärcher

Sendungserfassung
Palettenverwaltung

Telefon: 06231/408-380
Mobil: 0176/40 810 380
E-Mail: i.kaercher@pfalzmarkt.de



Michael Laks

Disposition National

Telefon: 06231/408-129
Mobil: 0175/38 488 80
E-Mail: m.laks@pfalzmarkt.de



Sascha Rapp

Disposition National

Telefon: 06231/408-108
Mobil: 0176/10 408 108
E-Mail: s.rapp@pfalzmarkt.de



Annika Rieder

Disposition National
Sendungserfassung

Telefon: 06231/408-117
Mobil: 0171/83 743 55
E-Mail: a.rieder@pfalzmarkt.de

**Außerhalb unserer Geschäftszeiten
erreichen Sie die Logistik unter der
Telefonnummer: 06231/408-234**

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.

BEREICHSLEITUNG

Carlos Novo

☎ 06231/408-114
☎ 0176/10 408 114

✉ c.novo@pfalzmarkt.de



VERTRIEBSLEITUNGSTEAM



Jürgen Kratochwill

☎ 06231/408-106
☎ 0176/10 408 106

✉ j.kratochwill@pfalzmarkt.de



Michael Henning

☎ 06231/408-101
☎ 0176/10 408 101

✉ m.henning@pfalzmarkt.de



Tobias Laux

☎ 06231/408-139
☎ 0176/10 408 139

✉ t.laux@pfalzmarkt.de

HATZENBÜHL



Karl Völcker

☎ 07275/9594-17
☎ 0176/10 408 204

✉ k.voelcker@pfalzmarkt.de



Max Trauth

☎ 07275/9594-25
☎ 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

☎ 07275/9594-14
☎ 0176/10 408 356

✉ b.gamber-mees@pfalzmarkt.de

EXPORT

Pfalz Fresh



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



Luciano Cireddu

☎ 06231/408-124
☎ 0151/14 229 770

✉ l.cireddu@pfalzmarkt.de



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



MUTTERSTADT



Vitor Hugo Da Mota

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



Ralf Bellinghausen

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



Joachim Leonhardt

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



Frieda Schmitt

☎ 06231/408-150
 ☎ 0176/10 408 391
 ✉ f.schmitt@pfalzmarkt.de



Bernd Weiller

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



Manfred Weber

☎ 06231/408-118
 ☎ 0151/14 008 200
 ✉ mp.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

☎ 06237/408-470
 ☎ 0176/10 408 374
 ✉ t.keck@pfalzmarkt.de



Ricardo Novo

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



Susi Külbs

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



Heiko Risse

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

PROJEKT „PFALZMARKT SCHAFFT ARTENVIELFALT“

GRUBENHUMMEL WIEDERENTDECKT – NACH 64 JAHREN!



Die Artenvielfalt und Biodiversität in der Vorderpfalz gezielt fördern und dauerhaft erhalten – das ist das Ziel des Modellprojektes „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“. Das Beispiel der Grubenhummele zeigt: Auf den Flächen entstehen vitale und wertvolle Ökosysteme.

Auf der Projektfläche des Pfalzmarktes in Mutterstadt wurde im Mai eine Grubenhummele Königin beim Nektartrinken auf den Blüten der Roten Lichtnelke entdeckt. Laut Roter Liste Deutschland gilt diese Hummeleart als stark gefährdet. Ronald Burger, Wildbienen-Experte und wissenschaftlicher Projektkoordinator von IFAUN (Faunistik und Funktionale Artenvielfalt) erklärt: „Für Fachleute ist der Fund besonders spektakulär, weil die Grubenhummele zuletzt vor 64 Jahren in Rheinland-Pfalz nachgewiesen wurde. Sie galt deswegen bis dato als verschollen, beziehungsweise ausgestorben.“

Im Vergleich zu häufiger vorkommenden Hummelearten, wie der Erd- oder Steinhummele, erscheint die Königin der Grubenhummele im Frühling sehr spät. „Sie ist mit dem Nestbau beschäftigt, wenn die Arbeiterinnen der anderen Hummelearten bereits geschlüpft und aktiv auf Futtersuche sind“, erklärt Burger. Die Naturforscher

erhoffen sich nun weitere Erkenntnisse, inwieweit die neu geschaffenen Strukturen helfen, die Population zu sichern.

Die Pfalz: Hotspot für Biodiversität

Oliver Röller von Natur Südwest sagt dazu: „Der Fund zeigt, warum wir in der Vorderpfalz, die ein Hotspot für Biodiversität ist, solche Projekte brauchen. Es geht um mehr als nur um einen schmalen Blühstreifen. Auf den neu geschaffenen Flächen haben wir es – auch dank des umfassenden Projektansatzes – mit vitalen und sehr wertvollen Ökosystemen zu tun, die hoffentlich zu einer Aufwertung der umliegenden Flächen beitragen können.“

Nach dem Start von „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ im Jahr 2019 mit sechs Standorten kam Anfang dieses Jahres eine weitere Fläche hinzu, sodass die Gesamtfläche nun deutlich mehr als 3,5 Hektar

beträgt. Bei dem Modellprojekt, das zunächst über fünf Jahre läuft und von IFAUN und Natur Südwest wissenschaftlich begleitet wird, werden mehr Artengruppen als bei vergleichbaren Projekten untersucht. Die gewonnenen Erkenntnisse werden den Pfalzmarkt-Erzeugern zur Verfügung gestellt.

In einem Gemüseanbaugelände ist es eine besondere Herausforderung, Flächen zur Förderung der Biodiversität zu planen, da die Sonderkulturen oft empfindlich auf äußere Einflüsse reagieren, also zum Beispiel auf den Sameneintrag von Wildpflanzen. So wächst beispielsweise direkt neben der Artenvielfaltsfläche in Mutterstadt aktuell ein Feld mit Zucchini. Pfalzmarkt-Vorstand Reinhard Oerther erklärt: „Es wäre sehr spannend zu erfahren, ob und inwieweit die zahlreichen Insekten die Bestäubung der Nutzpflanzen fördern und damit zu einem sicheren Ertrag beitragen.“ Um weitere Akzeptanz für das Projekt zu schaffen, sucht und fördert der Pfalzmarkt den Dialog zwischen Wissenschaftlern, Landwirten und der interessierten Öffentlichkeit.

Mehr Informationen:
www.pfalzmarkt.de/pfalzmarkt-schafft-artenvielfalt

Pfalzmarkt

Pfälzer Topseller:

Diesmal:

BlumenkohlVerkaufsmengen
pro Jahr: **9** MILLIONEN
STÜCKErntezeitraum
**April bis
November**Anzahl
Erzeuger:**31**

Anbaufläche:

500 Hektar

Der Blumenkohl, eine der beliebtesten Gemüsesorten Deutschlands, ist eine botanische Besonderheit: Der Kohlkopf ist der noch nicht geschossene Blütenstand der Pflanze. Wird der Kohl nicht geerntet, würden sich daraus Blüten und Samen entwickeln. Die kleinen Röschen des Blumenkohls, auch Karfiol oder Minarett-Kohl genannt, haben ein mildes Aroma und schmecken nur leicht nach Kohl. Erntezeit ist von April bis November.

Verwendung: Blumenkohl passt gut in herzhafte Pfannengerichte, cremige Suppen, Quiches, Aufläufe oder als knackige Salat-Zutat. Im Ganzen schonend gedünstet oder im Ofen gegart, sind helle Soßen mit Muskatnuss oder Butterbröseln eine schmackhafte Begleitung. Fügt man dem Kochwasser ein wenig Zitronensaft hinzu, bleibt der Kopf weiß und es entsteht weniger Geruch.



ERZEUGER-PORTRÄT

Experimentierfreude auf dem Acker

Der Pfalzmarkt bietet eine große Vielzahl ausgefallener Gemüsesorten an. Das ist auch das Verdienst von Erzeugern wie Andreas Kerner: Der 47-Jährige kultiviert auf seiner Ackerfläche immer wieder seltene, fast vergessene Gemüse und bringt damit in der internationalen Gourmetküche gefeierte Sorten auf den Teller.

Andreas Kerner bewirtschaftet in der Ortsgemeinde Herxheim bei Landau 50 Hektar Ackerfläche. Seine Hauptkulturen sind Rhabarber, Mairüben, Körnermais, Winterweizen für die Fruchtfolge, Pastinake, Wurzelpetersilie, schwarzer Rettich, Topinambur, Kürbis – und neuerdings auch die Haferwurzel. Das Wurzelgemüse, das zur Gattung der Bocksbärte gehört, hat in Belgien und Frankreich Einzug in die Gourmetküche gehalten. In Deutschland ist die Haferwurzel in Vergessenheit geraten und nur selten im Supermarkt zu finden.

Auf die Haferwurzel ist Kerner durch einen Freizeithändler, der altes Gemüse anbaut, gekommen. „Er hat mich um Hilfe gebeten, da bin ich hingefahren und wollte aus Gärtnersicht mal etwas Neues ausprobieren. Ich bin immer wieder auf der Suche nach neuen Herausforderungen.“ Die Haferwurzel wird Anfang April ins Freiland gesät, in zwei bis drei Zentimetern Tiefe und mit einem Reihenabstand von 50 Zentimetern, der Standort sonnig bis halbschattig, erklärt der Gärtnermeister, dessen Beruf gleichzeitig sein Hobby und seine Leidenschaft sind. Seit 2019 baut Andreas Kerner die Haferwurzel auf 2.000 Quadratmetern Ackerfläche an.

Der weiße Bruder der Schwarzwurzel erreicht eine Wuchshöhe von 60 bis 120 Zentimetern und eine bis zu 30 Zentimeter lange Pfahlwurzel, die

nicht geschält werden muss. Die süßliche, milchsafthaltige Wurzel ist sehr nahrhaft und wird gedünstet, gebraten oder frittiert gegessen. Ihr Geschmack soll an Austern erinnern, in England trägt sie auch den Namen „vegetable oyster“ oder „oyster plant“.

Vergangenes Jahr lief der Verkauf der Haferwurzel etwas schleppend, weil die Gourmetrestaurants geschlossen hatten und noch niemand das seltene Wurzelgemüse kannte. Im Oktober, wenn die Wurzel richtig groß gewachsen ist, beginnt die Haupternte und wird möglicherweise der neue Renner bei den heimischen Hobbyköchen. „Ich schaue mal, wie es ankommt, ansonsten probiere ich einfach das nächste Gemüse aus“, erzählt Andreas Kerner. Vielleicht wird es wieder ein außergewöhnliches Gemüse, vielleicht ein weiteres mal die Schwarzwurzel sein – Kerner ist noch auf der Suche nach der Pflanze seiner Wahl.

Auf seinem konventionell bewirtschafteten Ackerland setzt Andreas Kerner übrigens auf die Hacktechnik, eine mechanische Unkrautregulierung, um Herbizide zu reduzieren oder zu vermeiden. Lange Zeit wurde sie hauptsächlich im ökologischen Landbau verwendet. „Damit werden Beikräuter aus dem Boden gezogen, Durchlüftung und Wurzelwachstum gefördert und die Wasseraufnahme verbessert“, erklärt Kerner. Je nach anfallender Arbeit kommen vom Frühling bis zum Herbst bis zu fünf Erntehelfer dazu, seit vielen Jahren aus der gleichen Familie aus Rumänien. Der ältere der zwei Söhne ist in die Fußstapfen des Vaters getreten. „Er macht gerade eine Ausbildung zum Gemüsegärtner und wer weiß? Vielleicht will er ja eines Tages den Hof übernehmen.“

NAME: Andreas Kerner, 47 Jahre
 ORT: Am Wingertsberg 7, Herxheim
 PRODUKTE: Rhabarber, Mairüben, Körnermais, Winterweizen, Pastinake,
 Wurzelpetersilie, schwarzer Rettich, Topinambur, Kürbis, Haferwurzel
 KONTAKT: kerner.andreas@online.de





Topinambur (kleines Bild links) und Haferwurzeln; Andreas Kerner experimentiert gern mit ausgefallenen Gemüsesorten.

Pilotprojekt Hydroponik gestartet

Wasser statt Erde

Der Klimawandel, gesetzliche Novellierungen betreffend den Pflanzenschutz und die Düngung sowie die fortwährend steigenden Ansprüche des Handels stellt landwirtschaftliche Erzeuger vor immer größere Herausforderungen. Heiße Sommer und Starkwetterereignisse, Wind und Hagel können bei empfindlichen Gemüsekulturen hundertprozentige Ernteaufschläge verursachen. Ein wirtschaftliches Auskommen wird in Anbetracht dieser Lage für die Erzeuger immer schwieriger. Deshalb hat der Pfalzmarkt ein Pilotprojekt für Hydroponik-Anbau im pfälzischen Hochdorf-Assenheim gestartet.

Der geschützte Hydroponik-Anbau ist in der Pfalz etwas ganz Neues. „Es gab schlichtweg keine Notwendigkeit, weil wir uns im Vergleich zu anderen Gebieten in einer besonders günstigen Region befinden“, legt Enrique Sabbione, Qualitätsmanager des Pfalzmarkts, dar. Der Freilandanbau beginnt aufgrund der günstigen Bedingungen bekanntermaßen zwei Wochen früher und dauert zwei Wochen länger als

anderswo in Deutschland, und es gab keine maßgeblichen Probleme. Doch das hat sich geändert.

Die Klimaextreme der vergangenen Jahre, die immer heißeren Sommer, gepaart mit Wind und Starkwetterereignissen, haben gebietsweise immer wieder für starke Schäden in den Kulturen gesorgt. Jüngst hat eine kleine Sturmzelle mit Hagel die Anbauflächen verschiedener Erzeuger zwischen Bad Dürkheim und Frankenthal hart getroffen: Diverse Erzeuger verzeichneten einen Totalausfall und es kam zu Lieferlücken von bis zu sechs Wochen. „Für



manche Erzeuger ist es daher eine interessante Frage, ob sich die Investition in alternative Anbauverfahren lohnt“, erklärt Sabbione. Das Pilotprojekt des Pfalzmarkts soll am Beispiel eines hydroponischen Anbauverfahrens in Form eines sogenannten NFT-Rinnensystem Klarheit darüber schaffen, ob und für wen eine solche Alternative infrage kommt.

Schließlich ist der geschützte Anbau mit hohen Kosten verbunden. „Ein hydroponisches Anbausystem ist nicht einfach nur ein Folientunnel mit einer gesteuerten Bewässerungsanlage, sondern mit einem extrem hohen Technisierungsaufwand verbunden. Daher werden im Rahmen des Pilotprojektes wichtige Parameter, wie zum Beispiel die Kosten für Pflanzenschutz- und Düngemittel, Wassereinsatz, Energieverbrauch, Gewinn, Erträge, Erntequoten, Qualitätsstabilität sowie Arbeit erfasst und ausgewertet. All diese Daten werden wir schließlich unseren Erzeugern zur Verfügung stellen.“ Mit diesen Informationen bekommen die Erzeuger eine Entscheidungsgrundlage, ob sie mit einer derartigen Anbaumethode ihren Betrieb in die Zukunft führen können, oder andere Alternativen in Betracht gezogen werden müssen.

Hydroponische Systeme sind auch in Hinblick auf einen nachhaltigen Umgang mit Wasser, Pflanzenschutz- und Düngemittel interessant. In der Pilotanlage wird das Wasser aus der Großraumberegnung verwendet, woraus sich enorme Einsparpotenziale ergeben. Unerwünschte Verlagerungen von ungenutzten Pflanzenschutz- und Düngemittel u. a. ins Grundwasser werden nicht nur ausgeschlossen, sondern gelangen direkt an die Kultur und werden wiederverwertet. „So können wir viele Fliegen mit einer Klatsche schlagen“, verdeutlicht Sabbione.

Im Raum steht die Frage, ob man das Anbauverfahren als Substitut für den Freilandanbau benutzt. „Wir sind in einer Situation, in der wir uns über Alternativen Gedanken

machen müssen. Es wäre gut, wenn wir im Freiland eine gewisse Stabilität hätten und Hydroponik als zusätzliche Anbaumethode nutzen könnten. Tatsächlich zielt das System darauf ab, Ressourcen zu schonen, Kosten zu reduzieren, eine stabile Produktqualität bei hohen Erntequoten zu ermöglichen und den optischen Ansprüchen des Handels gerecht zu werden“, legt der Qualitätsmanager dar. Denn langfristig geht es darum, ob Gemüseerzeuger mit einem Ausfall von 20 bis 30 Prozent leben können – ein so hoher Anteil entspricht nämlich im Schnitt nicht den Qualitätsansprüchen des Handels und kommt erst gar nicht in den Verkauf.

Seit Mai dieses Jahres wird in Hochdorf-Assenheim in einem Folienhaus mit einer Fläche von etwa 0,48 Hektar ein NFT-Rinnensystem betrieben. In insgesamt 43.140 Löcher werden satzweise Salate angebaut. Die Datenerhebung wird drei Jahre laufen und 2025 vollständig ausgewertet werden. Am Ende dieser Saison, wenn erste Tendenzen absehbar sind, werden die Ergebnisse den Pfalzmarkt-Mitgliedern zur Verfügung gestellt.



PFALZMARKT NEWS

Bimi® Brokkoli

Partnerschaft trägt Früchte

Bei Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG wächst ab sofort der erste Bimi® Brokkoli Deutschlands. Die auch als Stangenbrokkoli bezeichnete Produktinnovation zeichnet sich durch einen besonders milden und leicht nussigen Geschmack aus. Mit dem zarten, aber saftigen Stiel kann er im Ganzen und sogar roh verzehrt werden. Kein Schnippeln, keine Abfälle. In der Zubereitung ist Bimi® Brokkoli ebenso einfach wie vielfältig.

Als besondere Wachstumsgrundlage wird die Anbaupremiere von einer exklusiven Partnerschaft begleitet. Mit dem internationalen Saatgutunternehmen Sakata Vegetables Europe und Coregeo haben der weltweite und der paneuropäische Hauptlizenzgeber der Marke die exklusive Anbaulizenz für Bimi® Brokkoli in Deutschland an Pfalzmarkt eG vergeben. „Da wir bei Pfalzmarkt eG als Ideenlieferant und Trendscout für den Lebensmitteleinzelhandel agieren, hat uns Bimi® Brokkoli sofort überzeugt. Mit dem Trendsetter für eine gesunde und unkomplizierte Küche können unsere Handelspartner beim Verbraucher punkten und wir ergänzen unser saisonales Frischepportfolio ideal“, sagt Pfalzmarkt-Vorstand Reinhard Oerther.



Welches Potenzial Bimi® Brokkoli hat, verdeutlicht die Nachfrage nach Brokkoli exemplarisch: Bei Brokkoli liegt die jährliche Verkaufsmenge von Pfalzmarkt eG bei rund zwei Millionen Kilogramm.

Agrarpaket

Fördermöglichkeiten ändern sich

Fördermöglichkeiten sind ein immens wichtiger Aspekt für die Genossenschaft. Laut Agrarpaket wird es hier ab 2024 eine Änderung geben: Die Gemeinsame Agrarpolitik (GAP) sieht vor, dass 15 Prozent der Fördermittel für mindestens drei Umweltmaßnahmen ausgegeben werden müssen sowie zwei Prozent für Forschung und Entwicklung. „15 Prozent bedeuten eine hohe Summe für uns. Noch ist unklar, was als Umweltmaßnahme gewertet wird. Klar dagegen ist, und das ist eine Herausforderung für den Pfalzmarkt, dass die kompletten Fördermittel gestrichen werden, wenn die 15 Prozent nicht erreicht werden“, erklärt Hans-Jörg Friedrich, Vorstand des Pfalzmarkts. Zum Vergleich: Bislang müssen zwei Umweltaktionen nachgewiesen werden, wobei die Höhe der Investition keine Rolle spielt, um Fördermittel zu erhalten.

Spendenlauf des Mannheimer Kinderhospiz

Läuft!



Am 25. und 26. September 2021 fand der 8. Sterntaler Spendenlauf des Mannheimer Kinderhospiz statt. Die Pfalzmarkt-Mitarbeiter Anke Rudy, Christian Seitz, Gerhard Schweigert, Heiko Risse, Melanie Dietrich, Oliver Weiß und Hasan Demirekin haben mitgemacht. Sie sind 7,2 Kilometer gelaufen – und konnten so eine Spende in Höhe von 720 Euro für das Kinderhospiz Sterntaler sammeln. Wir finden dieses Engagement super.

PFALZMARKT NEWS

Klima

Zu kalt, zu nass



Während im Jahr 2020 die extreme Trockenheit die Pfalzmarkt Erzeuger vor Herausforderungen stellte, waren es in diesem Jahr erst die Kälte und dann der Regen. Im Frühjahr 2021 war es bis in den April hinein ungewöhnlich kalt, erst im Mai wurde es wärmer. „Die späten Fröste haben teilweise unsere Obsternte zerstört, weil einiges erfroren ist. Und der Saisonbeginn konnte erst drei Wochen später als sonst stattfinden“, sagt Pfalzmarkt-Vorstand Hans-Jörg Friedrich. Mit dem Sommer kam dann der Regen. 6.000 Hektar des Pfalzmarkt-Anbaugebiets waren so nass, dass es zu Ernteaussfällen kam. „Die Erzeuger konnten wochenlang nicht auf den Acker, um ihr Gemüse zu ernten oder etwas Neues zu pflanzen. Dies hat uns in der Menge, die wir vermarkten, zurückgeworfen.“ Friedrich schätzt, dass im Sommer rund 30 Prozent weniger geerntet wurde.

Durch den vielen Regen und die feuchte Luft musste auch deutlich mehr für den Pflanzenschutz getan werden. Nur so konnten die Erzeuger verhindern, dass die Pflanzen krank wurden und sicherstellen, dass sie gute Qualitäten ernten konnten. „Auch im Weinbau war dies ein Thema. Die Winzer mussten viel gegen Mehltau und Rostkrankheiten spritzen“, erklärt Friedrich. Verschärft haben sich die Probleme durch Starkregen und Hagel, was vor allem die Salate betroffen hat. „Wir hatten durch die Bank viele Ausfälle. Nur durch Zukäufe konnten wir unsere Kunden beliefern“, schließt Friedrich.



Die Schwerbehindertenvertretung stellt sich vor:

Sascha Zirbes und Roman Gahn fördern die Eingliederung von (schwer-)behinderten Menschen in den Betrieb, vertreten ihre Interessen und stehen ihnen beratend zur Seite. Die beiden Vertreter der (Schwer-)Behinderten beim Pfalzmarkt unterstützen beispielsweise bei der Anerkennung/Feststellung einer Schwerbehinderung und bei Gleichstellung. Oder sie helfen dabei, Maßnahmen für die (schwer-)behinderten Menschen durchzusetzen. Sie achten auch darauf, dass die geltenden Gesetze und Dienstvereinbarungen eingehalten werden.



Sascha Zirbes,
Schwerbehindertenvertretung.
Kontakt:
Tel. 06231/408-680,
E-Mail sbv@pfalzmarkt.de



Roman Gahn,
Stellvertreter der SBV.
Kontakt:
Tel. 06231/408-624,
E-Mail sbv@pfalzmarkt.de

Zirbes und Gahn haben durch intensive Öffentlichkeitsarbeit mehr Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Pfalzmarkts für diese Themen sensibilisiert. Sie haben dafür gesorgt, dass die Ergonomie einiger Arbeitsplätze verbessert wurde und setzen sich dafür ein, dass das Betriebliche Eingliederungsmanagement mithilfe der Inklusionsbeauftragten Angelika Elbert kontinuierlich besser wird. Sie haben auch eine Inklusionsvereinbarung durchgesetzt. Danach erhalten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einem GdB von 20, 30 und 40 auch fünf Tage Zusatzurlaub als Nachteilsausgleich.

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



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

DAS REZEPT:

Topinambur-Cremesuppe mit weißer Schokolade und Chili

Zubereitung:

Die Topinambur waschen, schälen und in Stücke schneiden. Dann die geschälte Zwiebel fein würfeln, die gewaschenen Chilischoten entkernen und ebenfalls stückeln. Nun die Topinambur mit den Zwiebeln und der Chilischote in Butter anschwitzen, mit dem Geflügelfond, dem Weißwein und der Milch ablöschen, alles zusammen weich kochen und anschließend pürieren. Die Sahne und weiße Schokolade unter das Ganze geben, bis eine sämige Konsistenz entsteht. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Serviervorschlag:

Dazu passt ofenfrisches Baguette.

Guten Appetit!
Ihr Jürgen Schleicher



Die Wiederaufsteigerin



Ursprünglich stammt die Topinambur aus Nord- und Mittelamerika. Nach Europa gelangte das Wurzelgemüse mit dem fein-nussigen Geschmack Anfang des 17. Jahrhunderts, wo sie dann zu den Grundnahrungsmitteln zählte. Ab 1750 wurde Topinambur in Europa von der Kartoffel verdrängt. Mittlerweile erlebt die auch Sonnenwurzel genannte Knollenfrucht eine Renaissance. Sie schmeckt nämlich nicht nur köstlich, sondern ist auch gesund: Außer einer Fülle von Vitaminen, Mineralien und Spurenelementen enthält Topinambur Inulin. Dieser Ballaststoff wird im Dünndarm nicht verstoffwechselt, wirkt sich also kaum auf den Blutzuckerspiegel aus. Deshalb ist Topinambur für Diabetiker geeignet und wird auch Diabetiker-Kartoffel genannt. Pfalzmarkt-Koch Jürgen Schleicher serviert die Knollen als eine cremige Suppe.

Zutaten für 4 Personen:

250 g Topinambur
1/2 Zwiebel
25 g Butter
250 ml Geflügelfond
150 ml Milch
50 ml Sahne
25 ml Riesling trocken
1/2 Chilischote
40 g weiße Schokolade
Salz & Pfeffer