

# Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 1/2023

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



Interne Logistik

**Gute Nerven, ein  
dickes Fell und ein  
gutes Gedächtnis**

**Wir müssen die  
Landwirtschaft retten**

Interview

**Extreme Bedingungen:  
Trockenheit und Starkregen**

Klimawandel

**Pfalz** Markt  




# INHALT

INTERNE LOGISTIK  
**Gute Nerven, ein dickes Fell und ein gutes Gedächtnis** 4

INTERVIEW MIT HANS-JÖRG FRIEDRICH  
 UND REINHARD OERTHER  
**„Wir müssen die Landwirtschaft retten“** 7

SERVICE  
**Ihre Ansprechpartner im Vertrieb und in der Logistik** 10

PILOTPROJEKT HYDROPONIK  
**Salat auf neuem Wachstumskurs** 12

KLIMAWANDEL  
**Extreme Bedingungen für die Landwirtschaft** 14

PROJEKT „PFALZMARKT SCHAFFT ARTENVIELFALT“  
**Hot Spot Biodiversität** 16

PFÄLZER TOPSELLER  
**Kopfsalat** 17

PFALZMARKT NEWS 18

SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE  
**Espuma vom Fenchel mit Dillspitzen  
 und gebratener Riesengarnele** 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:** ABT Print und Medien GmbH  
 Bruchsaler Str. 5 · 69469 Weinheim



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



**Angelika Elbert**

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

Vorstandssekretariat

# Wir müssen noch enger zusammenrücken

**Liebe Leserinnen, liebe Leser,**

ein herausforderndes Jahr liegt vor uns. Die Klimakrise, die steigenden Ausgaben für Energie und Betriebsmittel und die höheren Kosten für Arbeitskräfte belasten die gesamte landwirtschaftliche Branche. Für unsere Erzeuger kommt erschwerend hinzu, dass von den gestiegenen Preisen für Obst und Gemüse im Lebensmitteleinzelhandel nichts bei ihnen ankommt. Wir werden nicht müde an den LEH zu appellieren, mehr auf heimische Ware zu setzen und den Erzeugern bessere Preise zu zahlen.

Dabei hat der Pfalzmarkt in dieser schwierigen Situation noch eine günstige Ausgangsposition. Durch unsere zentrale Lage können wir dem LEH – über die Vermarktung unserer eigenen Produkte hinaus – Dienstleistungen wie Verpackung, Transport und Logistik für Obst und Gemüse aus anderen Regionen anbieten. Mit unserem einzigartigen Bewässerungssystem in der Vorderpfalz sind wir zudem in der Lage, Trockenperioden gut abzufedern. Wie wir künftig unabhängiger vom Wetter werden, testen wir seit 2021 in Hochdorf-Assenheim. Hier bauen wir Salat in einer Hydroponik-Anlage an. Die ersten Ergebnisse – eine Erntequote von um die 95



Prozent und eine geschätzte Wassersparnis von 30 Prozent – lassen hoffen, dass diese Form des geschützten Anbaus eine lohnenswerte Alternative zum Freilandanbau ist.

Was sich auf alle Fälle bezahlt machen wird, ist die Photovoltaik-Anlage, die wir noch dieses Jahr auf dem Dach der neuen Vermarktungshalle installieren. Sie bringt uns unserem Ziel, uns ab Ende 2025 komplett selbst mit Energie versorgen zu können, ein gutes Stück näher.

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

Reinhard Oerther  
Vorstand Vertrieb

Hans-Jörg Friedrich  
Vorstand Verwaltung

## INTERNE LOGISTIK

# Gute Nerven, ein dickes Fell und ein gutes Gedächtnis

Was macht eigentlich die interne Logistikabteilung des Pfalzmarktes. Das Team von elf Mitarbeitern ist dafür verantwortlich, dass die richtige Ware in den richtigen Lkw geladen wird. Klingt einfach, doch dahinter steckt jede Menge Arbeit.

*7:30 Uhr: Stefan Volkmer wirft einen ersten Blick auf die Kommissionscheine, die heute abgearbeitet werden müssen und greift dann zum Telefon. Volkmer leitet zusammen mit Michael Pauli die interne Logistik des Pfalzmarktes. Mit den Kollegen des Standorts Hatzenbühl klärt er telefonisch, wann der erste Pfalzmarkt-Lkw gebraucht wird.*

Die interne Logistik sitzt in Halle 4, der neuen Vermarktungshalle des Pfalzmarktes. Vereinfacht ausgedrückt, bestückt sie die Kühllhäuser mit dem Obst und Gemüse der Erzeuger und mit der Ware, die aus anderen Anbaugebieten als Dienstleistungsgeschäft abgewickelt wird und sorgt dafür, dass die Lkw beladen werden und die Fahrer pünktlich losfahren können. Das Team koordiniert nicht nur die Bestückung von bis zu 80 Kunden-Lkw in der Hochsaison, sondern ist auch für den Einsatz der vier Pfalzmarkt-Lkw verantwortlich. „Unsere Fahrzeuge bringen Ware von unserem Standort Hatzenbühl in der Südpfalz nach Mutterstadt. Jetzt Anfang März transportieren sie vor allem Winter- und Wurzelgemüse“, erklärt Volkmer. Im Winter

sind es bis zu drei Fahrten täglich, in der Hochsaison bis zu sechs. Die Fahrer helfen auch aus, wenn ein Traktor oder Lkw eines Erzeugers kaputt ist und er seine Produkte nicht selbst zum Pfalzmarkt liefern kann.

*9 Uhr: Das Telefon von Pauli klingelt. Zehn Paletten Blumenkohl sollen bei einem Erzeuger abgeholt werden. Um zwölf Uhr muss die Ware für einen Kunden in Mutterstadt bereitstehen. Ein Telefonat später ist der Fahrer unterwegs. Die interne Logistik setzt auch alle Hebel in Bewegung, wenn es sehr schnell gehen muss, wenn wie jetzt eine Nachbestellung innerhalb kürzester Zeit in Halle 4 sein soll.*

Jeder Tag in der internen Logistik ist anders, immer passiert etwas Unvorhergesehenes. In der Hochsaison sind bis zu 200 Anrufe täglich Standard. „Nur ein Teil unserer Arbeit ist planbar, viele Aufträge müssen wir sofort erledigen. Wenn die Logistikabteilung eine Nachlieferung zu einem LEH-Lager anfordert, machen wir das“, betont Pauli und ergänzt: „Vorausgesetzt, der Fahrer braucht





**Das Team der internen Logistik:**  
(hintere Reihe, v. l. n. r.)  
Maurice Küsters, Florian Sommer,  
Stefan Volkmer, Fabio Regalo,  
Marco Machado;  
(vordere Reihe, v. l. n. r.)  
Marcel Schön, Jennifer Foid,  
Paulo Machado, Julien Haas;  
nicht auf dem Foto: Michael Pauli  
und Sven Wells.



Sieben Tage die Woche von morgens sieben Uhr bis nachts ein Uhr ist die Mannschaft der internen Logistik am Start.

nicht länger als acht Stunden hin und zurück.“ Wer in der internen Logistik arbeitet, muss flexibel und stressresistent sein. „Bei uns sind gute Nerven, ein dickes Fell und ein gutes Gedächtnis gefragt“, sagt Florian Sommer, stellvertretender Leiter der internen Logistik. Und Kälte darf einem nichts ausmachen, denn in den Kühllhäusern herrschen zwei und in der Verladestraße sechs Grad Celsius.

Sommer koordiniert vor allem das Dienstleistungsgeschäft. Er sorgt dafür, dass die Ware in Halle 1 am richtigen Platz steht und die Lkw beladen werden können. „Ich verbringe viel Zeit am Computer, teile die Ware ein, bespreche meine Planung mit den Kollegen der Logistik und erstelle eine Liste, damit jeder weiß, wo welche Ware hingehört. Teilweise sind die Lieferungen so groß, dass sie auf zwei, drei Lkw verteilt werden müssen“, sagt Sommer. Aktuell ist es eine Liste, in der Hochsaison müssen bis zu vier Listen abgearbeitet werden. „Bis 17 Uhr erhalten wir immer wieder Änderungen, dann müssen die Paletten noch einmal neu platziert werden“, sagt Sommer, der seit Juli 2022 für den Pfalzmarkt tätig ist.

*11:30 Uhr: Der Pfalzmarkt-Lkw ist längst vom Erzeuger zurück und hat an Rampe 4 angedockt. Die zehn Paletten Blumenkohl sind abgeladen, die Qualitätssicherung hat ihr O.K. gegeben und das Gemüse kann in den Lkw des Kunden geladen werden.*

Angefangen hat die interne Logistik mit drei Mitarbeitern, heute sind es elf. Die Abteilung wurde mit der neuen Halle aufgebaut. Vorher wurde das Obst und Gemüse für die Speditionen bereitgestellt, die Papiere bekam der Pförtner, der den Fahrer eingewiesen hat. „Es war quasi ein Selbstabholer-System. Heute betreut die interne Logistik die Fahrer. Wir erstellen die Papiere und Palettenscheine und weisen die Fahrer ein. Manche Fahrer sprechen nur wenig deutsch.



Wer bei der internen Logistik tätig ist, muss wie Stefan Volkmer (links) und Florian Sommer, stellvertretender Leiter der internen Logistik, schnell sein und flexibel reagieren.



Michael Pauli (links) und Stefan Volkmer leiten die interne Logistik. Beide arbeiten seit vielen Jahren beim Pfalzmarkt.

Dann erklären wir mit Händen und Füßen die Papiere“, lacht Sommer. „Das Arbeiten in der neuen Halle ist deutlich einfacher. Alles ist großzügiger, die Beleuchtung und die Kühlung sind besser“, sagt Volkmer. Zusammen mit Pauli schreibt er die Dienstpläne für die interne Logistik und die vier Fahrer der Pfalzmarkt-Lkw.

*13 Uhr: Ein Kollege aus Hatzenbühl braucht noch Leergut. Pauli kann den Pfalzmarkt-Lkw, der im Moment losfahren wollte, gerade noch zurückschicken. „Zu unseren Aufgaben zählt auch, den Standort in der Südpfalz mit Kisten zu versorgen“, erklärt Pauli, der seit 2008 für den Pfalzmarkt arbeitet.*

Hohe Konzentration ist gefragt. „Wenn wir einen Fehler machen und womöglich die falsche Ware beim Kunden landet, kann es teuer werden, denn schließlich sind Obst und Gemüse leicht verderblich“, sagt Sommer. Deshalb wird alles mehrfach kontrolliert. „Wir entwickeln die Abläufe immer weiter und optimieren sie auch in Bezug auf Ordnung und Sauberkeit.

*15 Uhr: Die Logistikabteilung fragt bei Volkmer an, ob seine Abteilung eine Nachtfahrt übernehmen kann.*

*Die Ware solle zwischen zwei und drei Uhr morgens im Zentrallager eines Kunden sein. Volkmer checkt die Dienstpläne der Fahrer, bespricht sich kurz mit seinen Kollegen und signalisiert der Logistikabteilung, dass der Auftrag erledigt wird.*

„Bei uns kommt es auf Schnelligkeit an, schließlich geben wir unseren Kunden ein Frischeversprechen. Deshalb überlegen wir vor allem, wie wir unsere Aufgaben schneller bewältigen können“, erklärt Pauli und Volkmer ergänzt: „Wir achten natürlich auch darauf, dass unsere Mitarbeiter die Veränderungen auch umsetzen können.“ Pauli, Volkmer und Sommer tauschen sich permanent untereinander aus. Neue Ideen spielen sie zusammen durch. „Wir finden immer einen gemeinsamen Nenner. Die ganze Mannschaft zieht an einem Strang“, sagt Volkmer.

*16 Uhr: Die Mitarbeiter der letzten Schicht beginnen mit ihrer Arbeit. In der Verladestraße von Halle 4 kommen immer mehr Paletten mit Obst und Gemüse der Pfalzmarkt-Erzeuger an. Um 18 Uhr beginnt das Verladen. Die Mitarbeiter der internen Logistik werden je nach Pensum bis ein Uhr nachts vor Ort sein.*

INTERVIEW MIT HANS-JÖRG FRIEDRICH UND REINHARD OERTHER

# „Wir müssen die Landwirtschaft retten“

**Welche Herausforderungen und Risiken bietet die neue Saison 2023? Die beiden Pfalzmarkt-Vorstände Hans-Jörg Friedrich und Reinhard Oerther über Preise, die Rolle des Lebensmitteleinzelhandels, 12-Monats-Konzepte und worin die Stärken des Pfalzmarkts liegen.**

**Herr Friedrich, Herr Oerther, laut einer Umfrage des BMEL\* essen 72 Prozent der Deutschen täglich Obst und Gemüse. Ein Grund, warum der Pfalzmarkt für die Lebensmittelversorgung so wichtig ist?**

**Reinhard Oerther:** Der Pfalzmarkt ist sehr wichtig. Wir sind mit der Anbaufläche von 15.000 Hektar Deutschlands Gemüsegarten. Im Hinblick auf den Klimawandel wird klar, dass die Versorgung aus unserer Region

zunehmend wichtiger wird. Denn immer mehr Gebiete bekommen Probleme, weil es zu wenig regnet. Unser Bewässerungssystem ist einzigartig in Deutschland.

**Welchen Stellenwert nimmt der Pfalzmarkt bei der Lebensmittelversorgung in Deutschland ein?**

**Oerther:** Einen sehr hohen. Früher bediente der Pfalzmarkt die ganzen Großhändler, die die Ware weiter

Die beiden Vorstände des Pfalzmarkts Hans-Jörg Friedrich (links) und Reinhard Oerther.





vermarktet haben. Mittlerweile bedienen wir alle großen Handelsketten direkt. Weil der Zwischenhandel wegfällt, können wir bessere Preise für unsere Produktion erzielen.

**Hans-Jörg Friedrich:** Wenn wir das gesamte Obst und Gemüse betrachten, das in Deutschland verkauft wird, also auch die ausländische Ware wie Bananen und Orangen, dann hat der Pfalzmarkt nur einen Anteil von gerade mal 2 Prozent. In Bezug auf das in Deutschland erzeugte Obst und Gemüse liegt unser Anteil bei 30 Prozent.

#### Was unternimmt der Pfalzmarkt, um die Wertschätzung der Verbraucher für Obst und Gemüse zu verbessern?

**Friedrich:** Der Pfalzmarkt hat da wenig Spielraum, denn wir stehen nicht in direktem Kontakt mit den Verbrauchern, wir verhandeln mit dem LEH. Damit wir die Verbraucher besser informieren können, haben wir uns mit freien Erzeugern zur Initiative Gemüsegarten Pfalz zusammengeschlossen. Mit verschiedenen Marketingmaßnahmen machen wir auf uns und unser Obst und Gemüse aufmerksam.

**Oerther:** Aktuell heißt es, dass Obst und Gemüse um 25 bis 30 Prozent teurer geworden ist. Allerdings sind die Preise nur am Regal gestiegen.

Die Produktion erfährt keine Wertschätzung. Der Verbraucher wird nicht richtig informiert. Wir appellieren an den Handel, uns bessere Preise zu zahlen, sehen uns aber mit Aussagen konfrontiert wie „ihr müsst es ja nicht tun, wir holen dann eben die Ware aus dem Ausland“.

#### Wie viel von den Preissteigerungen kommt bei den Erzeugern an?

**Oerther:** Nichts, es kommt sogar weniger an als im Jahr 2021.

#### Was sind die größten Herausforderungen für den Pfalzmarkt in diesem Jahr?

**Friedrich:** Eindeutig die Preise. Wenn der LEH so weitermacht, dann wird es bald keine Landwirtschaft mehr in Deutschland geben. Kollegen aus der Branche schätzen, dass der Obstbau in der Südpfalz in acht Jahren verschwunden ist. Es geht nicht nur um den Obst- und Gemüsebau, die gesamte Landwirtschaft ist betroffen. Wir müssen die ganze Landwirtschaft retten. Wenn Schweinezüchter mehr Platz für die Tiere einplanen müssen, die Preise aber weiter zu niedrig sind, dann lohnt sich die Zucht nicht mehr, dann schließen die Betriebe. Das ist verrückt, vor allem wenn in China Ställe mit acht Stockwerken und mehr gebaut werden. Bei der Beerenproduktion sieht es nicht anders aus. Der Anbau von Heidelbeeren und Blaubeeren verlagert sich immer mehr nach Marokko. Dort erhalten die Arbeiter acht Euro am

Tag, bei uns zwölf Euro die Stunde. Da fallen selbst die Transportkosten nicht mehr ins Gewicht. Mich wundert nicht, wenn ein Himbeer-Produzent aus der Pfalz überlegt, nach Marokko zu gehen.

**Oerther:** Jeder Betrieb der aufhört, kommt nicht zurück. Das bedeutet: Ware fehlt. Wir merken jetzt schon, dass die Setzkulturen weniger werden. Blumenkohl oder Kohlrabi sind von der Pflanzung bis zur Ernte sehr personalintensiv. Durch die gestiegenen Kosten sind sie zu den Preisen der Vorjahre nicht mehr handelbar. Für das erste Halbjahr sind wir noch relativ gut aufgestellt, weil jeder Erzeuger hofft, es wird besser. Doch wenn sich das erste Halbjahr so entwickelt, wie das Jahr 2022 mit seinen Kostensteigerungen bei Dünger, Diesel und Arbeitskräften, dann werden sich im Sommer viele Betriebe überlegen, ob sie noch weitermachen können.

**Friedrich:** Der Pfalzmarkt braucht das Obst und Gemüse der Erzeuger. Die neue Halle wird von der EU gefördert. Das bedeutet, dass wir dort die nächsten fünf Jahre verpflichtet sind, nur unsere eigene Ware abzufertigen.

**Oerther:** Auch das Klima spielt eine große Rolle. Dieses Jahr haben wir



eine Knappheit von ausländischer Ware, wie ich sie in den 32 Jahren, die ich in der Branche tätig bin, noch nie erlebt habe. Einerseits durch Trockenheit bedingt. In Italien hat der Fluss Po bereits um diese Jahreszeit fast kein Wasser. Andererseits durch die Kälte in Ländern wie Portugal. Dort gab es so viel Regen wie seit Jahrzehnten nicht mehr, teilweise stand das Wasser flächendeckend 30 Zentimeter hoch auf den Feldern. Die Blumenkohlpreise liegen bei über 25 Euro für eine Kiste, da geht natürlich die Nachfrage zurück. Wir erklären dem Handel immer wieder, dass wir hier einzigartige Möglichkeiten durch unser Berechnungssystem haben. Aber der Handel schätzt das noch nicht ausreichend.

**Friedrich:** Wir spüren die Zurückhaltung der Endverbraucher. Sie kaufen weniger Obst und Gemüse. In Halle zwei, wo das Leergut gewaschen wird, stapeln sich mehr leere Kisten als sonst.

**Oerther:** Ein Herausforderung ist auch das Kostenmanagement bei uns am Standort. Energie ist ein Riesenthema. Wir sind dabei, eine Photovoltaik-Anlage auf dem Neubau zu installieren. Die Module sind im zweiten Quartal lieferbar, nur die Trafostation kommt erst Ende des Jahres. Langfristig werden wir uns mit einer weiteren PV-Anlage beschäftigen, damit wir uns ab Ende 2025 komplett selbst mit Energie versorgen können.

### Wo sehen Sie Chancen für die neue Saison?

**Oerther:** Unsere Mitglieder und wir müssen noch enger zusammenrücken und noch intensiver die Kulturen planen. Wenn wir unsere Hausaufgaben machen und der Handel einsichtig ist, was die Preise angeht, muss es keine schlechte Saison werden. Allerdings steht alles auf des Messers Schneide. Es gibt eine große Unsicherheit in der Produktion. Alles hängt davon ab, wie sich der Handel verhält.

**Friedrich:** Wir haben das Glück in einer begünstigten Region zu liegen. Und hoffen, dass wir länger durchhalten als andere.

### Welche Pläne hat der Pfalzmarkt für die Zukunft?

**Oerther:** Wir beschäftigen uns intensiv mit einem 12-Monats-Konzept. Die deutsche Saison beginnt Mitte März und endet Mitte November. Für uns ist es wichtig, den Handel zwölf Monate zu bedienen, also Anschlussprogramme in den Wintermonaten anzubieten. Es ist aber auch entscheidend, dass wir mit unseren Produkten zu Saisonbeginn wieder in den Handel kommen. Früher haben sich die ausländische und deutsche Saison um drei Wochen überschritten. Das ausländische Gemüse wurde noch

geliefert, als das deutsche schon auf dem Acker stand, und unsere Erzeuger blieben auf ihrer Ware sitzen. Das wollen wir mit den 12-Monats-Konzepten vermeiden. Wir beschäftigen uns zudem mit der Eigenproduktion von Spitzkohl, Süßkartoffeln und Zucchini in Portugal. Wir sind im Gespräch mit Landwirten und versuchen, sie als Auslands-Mitglieder für den Pfalzmarkt zu gewinnen. Dieses Geschäft bezieht sich nur auf Winterware. Unsere Erzeuger in der Pfalz und die Vermarktung ihrer Ware steht für uns an erster Stelle.

**Friedrich:** Wir wollen unsere Dienstleistungen wie Verpacken, Veredeln, Transport und Logistik in den alten Hallen sukzessive weiterausbauen. Dieses Geschäft läuft sehr gut, aktuell haben wir so viele Anfragen, dass wir nicht alle bedienen können. Wir befinden uns in der Mitte Deutschlands, von hier aus kann die Ware in ganz Deutschland verteilt werden. Die LKW-Fahrer, die aus Italien und Spanien kommen, brauchen den Stopp zudem allein wegen der Lenkzeiten.

**Oerther:** 2023 wird – auch wegen der Kostenentwicklung – ein sehr spannendes und auch entscheidendes Jahr für die gesamte Landwirtschaft.

SERVICE

# Ihre Ansprechpartner im Vertrieb

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

BEREICHSL EITUNG

**Carlos Novo**

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



VERTRIEBSLEITUNG

**Jürgen Kratochwill**

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



## HATZENBÜHL

**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



**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



**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



## MUTTERSTADT

**Leo Zastrow**

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



**Uwe Beck**

☎ 06231/408-158  
☎ 0176/10 408 104  
✉ u.beck@pfalzmarkt.de



**Nelleke Stubenbordt**

☎ 06231/408-107  
☎ 0176/10 408 101  
✉ n.stubenbordt@pfalzmarkt.de



**Rafael Pereira**

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



**Manfred Weber**

☎ 06231/408-118  
☎ 0151/14 008 200  
✉ mp.weber@pfalzmarkt.de



**Bernd Weiller**

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



**Ricardo Novo**

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



**Heiko Risse**

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



**Annika Andreykowitsch**

☎ 06231/408-109  
☎ 0176/10 408 139  
✉ a.andreykowitsch@pfalzmarkt.de

# Ihre Ansprechpartner in der Logistik

Hier finden Sie die Kontaktdaten unserer Logistikmitarbeiter in Mutterstadt.

## LOGISTIKLEITUNGSTEAM



**Francisco Steeger**

Qualitätsmanagement  
Customer Service  
Schadensabwicklung

☎ 06231/408-162  
☎ 0176/10 408 113  
✉ f.steeger@pfalzmarkt.de



**Jürgen Kober**

Disposition National

☎ 06231/408-161  
☎ 0176/10 408 112  
✉ j.kober@pfalzmarkt.de



**Christiane Braunert**

Sendungserfassung  
Palettenverwaltung

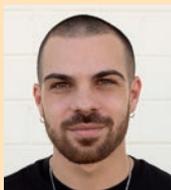
☎ 06231/104-480



**Ingo Kärcher**

Sendungserfassung  
Palettenverwaltung

☎ 06231/408-380  
☎ 0176/40 810 380  
✉ i.kaercher@pfalzmarkt.de



**Giuliano Cazzetta**

Disposition National

☎ 06231/408-163  
☎ 0151/15 226 430  
✉ g.cazzetta@pfalzmarkt.de



**Tiago Figueiredo**

Disposition National

☎ 06231/408-672  
☎ 0171/83 743 55  
✉ t.figueiredo@pfalzmarkt.de



**Annika Rieder**

Disposition National  
Sendungserfassung

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



**Daniel Wehrle**

Disposition National

☎ 06231/408-160  
☎ 0176/10 408 391  
✉ d.wehrle@pfalzmarkt.de



**Laura Gotenberg**

Qualitätsmanagement  
Customer Service  
Schadensabwicklung

☎ 06231/408-117  
✉ l.gotenberg@pfalzmarkt.de

## PILOTPROJEKT HYDROPONIK

# Salat auf neuem Wachstumskurs

Seit 2021 pflanzt der Pfalzmarkt versuchsweise Salat im Hydroponik-Anbau. Das Pilotprojekt in Hochdorf-Assenheim ist anspruchsvoll, doch ein erstes Zwischenfazit zeigt: Es läuft bestens.

Vor dem Gewächshaus steht ein mit Salat-Setzlingen beladener Hänger. Drinnen setzen die Arbeiterinnen und Arbeiter die Lollo-Trios in die NFT-Rinnen der Hydroponik-Anlage. „Wir haben Anfang März mit dem Anpflanzen begonnen“, sagt Max Steig, Betriebsleiter des Pilotprojekts und Pfalzmarkt-Erzeuger. „Da die Mitarbeiter im Stehen arbeiten können und vor Wind und Wetter geschützt sind, ist die Arbeit hier deutlich angenehmer als auf dem freien Feld. Außerdem werden weder Traktoren noch Pflanzmaschinen gebraucht.“ Rund 44.000 Pflanzlöcher umfasst die Hydroponik-Anlage. Jeden Freitag wird gepflanzt. „Damit wir wöchentlich ernten können, gehen wir in den zeitlichen Versatz. Es dauert sechs Wochen, bis die komplette Anlage bestückt ist.“ Donnerstags ist Erntetag. Nachdem die Rinnen gereinigt sind, pflanzen die Arbeiter am nächsten Tag wieder neue Setzlinge ein. Im Sommer verkürzt sich die Produktionszeit von sechs auf vier Wochen.

## Hohe Erntequote

„Das Projekt läuft sehr gut. Unsere durchschnittliche Erntequote liegt bei 90 bis 95 Prozent. Teilweise ist sie sogar noch höher“, sagt der Agrarwissenschaftler. Nur Trios, bei denen zwei Sorten die dritte unterdrücken oder bei denen eine Pflanze nicht aufgeht, können nicht vermarktet

werden. Weiterer Vorteil des Hydroponik-Anbaus ist der geringe Verbrauch an Wasser, Dünge- und Pflanzenschutzmitteln. „Wenn der Erdpresstopf saturiert ist, nimmt er kein Wasser auf. Das Wasser, das die Pflanze nicht aufsaugt, läuft über ein Rinnensystem zurück in den Tank und wird wiederverwendet. Weil der Dünger im Wasser gelöst ist, ist auch hier der Verbrauch niedrig.“ Je nach Witterung und Bodentyp könne bis zu 30 Prozent Wasser gegenüber dem Freilandbau gespart werden, schätzt Steig. Auf Pflanzenschutzmittel kann im Frühling und Sommer weitgehend verzichtet werden. Da in dieser Zeit keine Gefahr von Blattnässe droht, kommen beispielsweise Fungizide nur selten zum Einsatz. „Hier handeln wir wie im Freilandanbau nach der Maxime, so viel wie nötig, so wenig wie möglich“, erklärt Steig.

Selbst für einen Fachmann wie Steig ist die Komplexität der Anlage beeindruckend. „Hydroponik klingt einfach, aber man muss großes technisches Verständnis und fundiertes Pflanzenbauwissen mitbringen.“ Eine Herausforderung ist die exakte Einstellung des EC-Wertes. Er gibt die elektronische Leitfähigkeit einer Lösung vor und damit Auskunft über die Menge gelöster Salze in einer Nährlösung. Ideal für die Salate sind ein EC-Wert von 1,5 und ein pH-Wert von 5,8. Steig justiert die Anlage



Max Steig zeigt die unterirdischen Wassertanks. Wasser, das die Pflanzen nicht brauchen, wird beim Hydroponik-System aufgefangen und wiederverwertet.



Die Pflanzen werden über ein Rinnensystem mit Wasser und Nährstoffen versorgt.



täglich, obwohl er die Wassergabe übers Internet regeln könnte. „Ich muss die Pflanzen sehen. Nährlösung und Wassergabe müssen individuell auf Wachstum und Beschaffenheit der Pflanzen eingestellt werden. Zwei Bereiche, die am gleichen Tag gepflanzt werden, können sich unterschiedlich entwickeln. Der Salat des einen Bereichs braucht möglicherweise mehr Dünger und Wasser, als der andere“, erläutert Steig: „Im Frühjahr ist die Nährstoff- und Wasseranforderung eine andere als im Sommer, wenn die Pflanzen schneller wachsen.“

**Rund 44.000 Pflanzlöcher umfasst die Hydroponik-Anlage.**

#### Die Zukunft im Blick

Wenn beispielsweise nicht genügend Wasser fließt, muss Steig schnell handeln, da es keine Erde als Puffer gibt. „Vieles ist noch Learning by Doing. Aber das Projekt ist zukunftsweisend.“ Aktuell sind 95 Prozent der Pflanzen Lollo-Trios. In einem kleinen Teil wachsen aber auch Schnittlauch, Basilikum, glatte und krause Petersilie. „Das ist unser Versuchsprojekt im Versuchsprojekt“, lacht Steig: „Wir wollen sehen, was noch möglich ist. Demnächst werden wir auch Tests mit Paprika und mit Tomaten machen. Falls der Run auf Trio-Salate nachlässt, haben wir bereits Erfahrung mit anderen Kulturen und können umsteigen.“

## KLIMAWANDEL

# Extreme Bedingungen für die Landwirtschaft

**Höhere Temperaturen, Starkregenereignisse, trockene Sommer – der Klimawandel stellt für den Pfalzmarkt eine besondere Herausforderung dar. Wie sich die Erzeugergemeinschaft auf die Klimaveränderungen vorbereitet und was sie unternimmt, um klimaschädliche Einflüsse möglichst gering zu halten.**

Kaum eine andere Branche ist so von den Witterungsbedingungen abhängig wie der Obst- und Gemüsebau. Anhaltende Trockenheit – im Dürrejahr 2018 beispielsweise fielen 25 Prozent weniger Niederschläge – extremer Regen wie 2021 und außergewöhnlich heiße Sommer wie 2022 verursachen immer wieder Ernteausfälle und damit immense Schäden. Und die Prognosen geben keinen Grund zum Aufatmen: In unseren Breiten wird es im Frühjahr wärmer als bislang sein, die Sommer werden heißer und trockener und die Winter wärmer und niederschlagsreicher.

## Cooler Halle

Auch andere europäische Länder kämpfen mit dem Klimawandel. „In Italien und Spanien wird im Hochsommer nicht mehr produziert, weil es zu heiß und zu trocken ist. Bei Temperaturen von 45° Celsius wächst auf dem Acker nichts mehr. Selbst der geschützte Anbau funktioniert nicht mehr, wenn es zu warm ist. Bei diesen Temperaturen steigen sogar die Klimaanlage aus“, sagt Pfalzmarkt-Vorstand Hans-Jörg Friedrich. Auch wenn bei uns das Thermometer bislang noch nicht so hoch klettert, sind Strategien gegen hohe Temperaturen gefragt. So hat der Pfalzmarkt die Auswirkungen des Klimawandels beim Bau der neuen Vermarktungshalle mit eingeplant. „Wir haben eine sehr moderne Klimaanlage installiert, die die Ware bedarfsgerecht kühlt. Und die neue Halle ist gut gedämmt, damit die Kälte nicht entweichen kann“, sagt Friedrich. Zudem sorgen Schnelllaufstore zwischen den Bereichen dafür, dass die Kälte in der Halle bleibt. Damit die Erzeuger mit ihrem Obst und Gemüse selbst bei hohem Andrang nicht lange vor der Halle in der Hitze warten müssen, ist der Anlieferbereich im Gebäude großzügig gestaltet: Drei Fahrspuren sorgen für reibungslose Abläufe. Die Photovoltaik-Anlage, die noch dieses

Jahr auf dem Dach installiert werden soll, wird außerdem CO<sub>2</sub> einsparen.

Auf den Feldern setzen die Pfalzmarkt-Erzeuger immer häufiger die Tröpfchenbewässerung ein. „Diese Form der Bewässerung funktioniert sehr gut bei allem, was wie Zucchini, Tomaten oder Gurken in Reihen gepflanzt wird.“ Bei flächig bepflanzten Feldern, wie sie beispielsweise für Bundzwiebeln und Radieschen angelegt werden, wäre die Tröpfchenbewässerung zu teuer. „Diese Kulturen in Reihen zu pflanzen, ist keine Option, der Ertrag wäre zu niedrig“, erklärt Friedrich.

Radieschen, Blattsalate, Kohlrabi und Gurken vertragen keine Trockenheit. Dennoch sieht Friedrich nicht, dass diese Kulturen künftig eine geringere Rolle bei den Erzeugern spielen werden. Jedenfalls nicht aufgrund mangelnden Regens. „Das sind beliebte Produkte bei den Endverbrauchern. Allerdings stellt sich bei den Radieschen die Frage, ob sie wegen höherer Erntekosten wegfallen. Ein weiteres Problem bei Radieschen ist, dass ihre Blätter mehr Rückstände enthalten als die Radieschen selbst. Bei der Rückstandsbeurteilung werden die Blätter jedoch wie Grünkohl behandelt, obwohl die Blätter nicht gegessen werden. Radieschen ohne Blätter sind aber nicht im Handel gefragt.“

Die meisten Klimamodelle besagen, dass die Vegetationsperioden bis 2050 drei Wochen länger dauern werden. Bislang haben sich die Zeitfenster für Aussaat und Ernte noch nicht geändert. „Die Erzeuger könnten zwar früher ihre Felder bestellen, aber die Gefahr, dass Spätfrost die Ernten zunichte machen, ist noch zu hoch.“ Und wie sieht es mit neuen Kulturen aus? „Wir haben kaum Ausweichmöglichkeiten auf neue Kulturen. Alles, was es an Gemüse gibt, wird schon in der Pfalz angebaut. Beim Obst sind eventuell





**„In Italien und Spanien wird im Hochsommer nicht mehr produziert, weil es zu heiß und zu trocken ist. Bei Temperaturen von 45° Celsius wächst auf dem Acker nichts mehr.“**

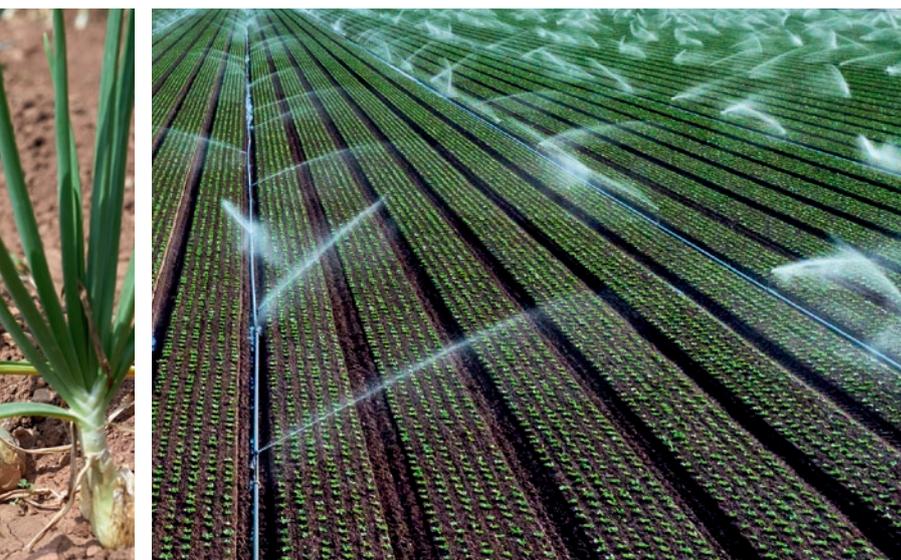
HANS-JÖRG FRIEDRICH



**Auf trockenen Böden wie im Bild oben und unten links, ist kaum eine reichliche Ernte möglich.**

**Gurken – das Foto links zeigt ein ausgedorrtes Gurkenblatt – zählen zu den Kulturen, die keine Trockenheit vertragen.**

**Ohne die künstliche Beregnung gäbe es den Gemüsegarten Deutschlands nicht.**



Melonen, Kiwis und Südfrüchte in naher Zukunft denkbar“, sagt Friedrich.

### **Regensegen aus der Pipeline**

Die Beschaffenheit der Böden im Anbaubereich der Pfalzmarkt-Erzeuger macht den Umgang mit der Trockenheit nicht einfacher. „Wir haben vor allem sandigen Boden. Das Wasser sickert schnell weg. Und wenn Regen nach einer Dürre fällt, dann kann das Wasser nicht in den Boden eindringen. Um die Humusbildung zu verbessern – und damit die Fähigkeit der Böden Wasser zu speichern –, säen die Erzeuger Getreide ein, das nicht geerntet, sondern untergepflügt wird. Doch ohne künstliche Beregnung geht es nicht. Hier kommt der Beregnungsverband Vorderpfalz ins Spiel. „Ohne den Beregnungsverband gäbe es den Gemüsebau in der Pfalz nicht“, sagt Martin Steig, Pfalzmarkt-Erzeuger aus Mutterstadt und stellvertretender Vorsitzender des Verbandes. Das in Europa einzigartige Verteilernetz ist 600 Kilometer lang, 13.500 Hektar können beregnet werden. Geplant ist, das Netz um 700 Hektar auszuweiten. Rund 570 landwirtschaftliche Betriebe profitieren von dem Wasser aus den unterirdischen Leitungen. Grundwasserreserven bleiben verschont, denn das Wasser stammt aus dem Otterstädter Altrheinarm. Allerdings macht den Landwirten nicht nur fehlender Regen zu schaffen. „Die hohe Verdunstung von bis zu 900 Millilitern pro Quadratmeter im Jahr entlang des Oberrheingraben ist das Hauptproblem“, erklärt Steig. Auch wichtig für den Wasserbedarf, seien der Wind und die Taubildung.

### **Kurze Wege zum Verbraucher**

Durch den Bau der neuen Verkaufshalle, kann der Pfalzmarkt Transportwege optimieren und somit CO<sub>2</sub> einsparen. Die Erzeugergemeinschaft nutzt ihre beiden alten Hallen, um Lieferungen zu bündeln. Die Lkw werden so besser ausgelastet. Doch was können Verbraucher für den Klimaschutz tun? Der Anbau von Obst und Gemüse ist per se klimafreundlicher als Viehzucht. Wer also weniger Fleisch isst, spart CO<sub>2</sub> ein. Konkret: Bei vegetarischer Ernährung sind es 300 bis 400 Kilogramm CO<sub>2</sub> jährlich pro Person weniger, als wenn Fleisch mit auf dem Speiseplan steht. „Die meisten schauen nur auf den Preis und kaufen das billigste Produkt“, sagt Friedrich und ergänzt: „Der ganze Apfelmarkt ist beispielsweise am Boden, weil Äpfel aus Polen billigst auf den Markt geworfen werden. Es würde uns allen helfen, wenn mehr Menschen regional einkaufen.“

Große Schiefkopfschrecke *Ruspolia nitidula* (Weibchen)Grabwespenart *Tachytes panzeri*

Blühfläche bei Mutterstadt



## PROJEKT „PFALZMARKT SCHAFFT ARTENVIELFALT“

# HOT SPOT BIODIVERSITÄT

Es summt und brummt: Einen wichtigen Beitrag dazu leistet das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“. Das Konzept geht weit über einfache, schmale Blühstreifen hinaus, denn es schafft vollwertige Lebensräume für viele Arten.

Die Grabwespenart *Tachytes panzeri*, der Laufkäfer *Harpalus albanticus*, die Große Schiefkopfschrecke *Ruspolia nitidula* sind drei Beispiele dafür, wie gut das innovative Konzept der Artenvielfaltsflächen angenommen wird. Die vom Aussterben bedrohte Grabwespenart war bislang in Rheinland-Pfalz nur aus dem Raum Germersheim bekannt. Sehr überraschend war auch der Nachweis des extrem seltenen Laufkäfers auf der Fläche bei Schauernheim, denn es ist erst der vierte Nachweis in Rheinland-Pfalz seit einem Erstfund im Jahr 2000 und der erste Nachweis in einer Blühfläche. Und die streng geschützte

Große Schiefkopfschrecke war über Jahrzehnte deutschlandweit nur aus dem Bodensee-Gebiet bekannt.

Außerordentlich hoch ist die Anzahl der Nachfalterarten auf der Fläche bei Iggelheim. Mithilfe eines Leuchtturm-Netzes konnten hier 80 Arten nachgewiesen werden. Auf fast allen Blühflächen wurden bislang in der Region seltene Arten, wie beispielsweise der Purpurstreifenpanzer oder der Kleinschmetterling *Celypha rosaceana*, registriert. Die Kleinschmetterlingsart fand man zuletzt vor zehn Jahren in Rheinland-Pfalz.

Wie erfolgreich das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ ist, zeigt auch dies: 150 Wildbienenarten konnten bereits auf den sieben Projektflächen beim Pollen- oder Nektarsammeln oder sogar beim Nisten dokumentiert werden. Das entspricht mehr als einem Drittel der aus Rheinland-Pfalz bekannten und zum Teil sehr seltenen Wildbienenarten. Der Anteil der nachgewiesenen Wildbienen und solitären Wespenarten, die nicht im Boden nisten, steigt stetig an. Die Projektflächen bieten ihnen ein reiches Angebot an Blütenpflanzen und Nistplätzen.

PfalzMarkt

# Pfälzer Topseller: Diesmal: **Kopfsalat**

Verkaufsmengen  
pro Jahr: **4** MILLIONEN  
KÖPFE

Erntezeitraum  
**April bis  
November**

Anzahl  
Erzeuger: **17**

Anbaufläche:  
**100** Hektar

Kopfsalat, der Klassiker unter den Salaten, ist nach wie vor sehr beliebt. Er hat einen dezenten, leicht buttrigen Geschmack, seine zarten Blätter fühlen sich leicht ölig an. Seine Sprossachse ist stark gestaucht, sodass die Blätter dicht beieinander wachsen und einen runden Kopf bilden. Die meisten Kopfsalatsorten sind grün, es gibt aber beispielsweise auch rötliche Varianten. Kopfsalat sollte am besten kurz nach der Ernte gegessen werden, im Kühlschrank lässt er sich nur wenige Tage lagern.

**Verwendung:** Meistens wird Kopfsalat als Blattsalat mit einem Joghurt-Dressing, einer Vinaigrette oder einer warmen Specksoße angerichtet. Der grüne Salat kann aber auch in Butter leicht angebraten oder als Cremesuppe zubereitet werden.



# PFALZMARKT NEWS

## BUNDESGARTENSCHAU 2023

### Pfalzmarkt ist Buga-Partner

Am 14. April startet die Bundesgartenschau in Mannheim. Der Pfalzmarkt zeigt dort auf dem Experimentierfeld zum Thema Nahrung wie vielfältig und nachhaltig der Gemüsebau ist und wie das regional angebaute Gemüse der Erzeugergemeinschaft maßgeblich zur Nahrungssicherung in Deutschland beiträgt. Es werden beispielhaft verschiedene Gemüsearten angepflanzt und geerntet. Schilder an den Beeten informieren die Besucher über die Besonderheiten von Rucola, Mangold, Radieschen, Blumenkohl, Salbei und Co. Blühflächen, auf denen sich Insekten aller Art tummeln können, unterstreichen das Engagement des Pfalzmarktes in puncto Artenvielfalt.

23



Das Experimentierfeld zum Thema Nahrung ist vorbereitet. Hier wird der Pfalzmarkt verschiedene Gemüsearten anpflanzen.



Erntefrisch aus der Pfalz

### GENUSSLANDSCHAFT PFALZ

Prüchtig blühende Mandelbaum-Alleen, Feigenbäume in den Gärten, erstarbte Wälder: 1.800 Sonnenstunden im Jahr und ein mediterranes Klima machen die Pfalz zu einer Region, die in Sachen Genuss und Lebensqualität ihresgleichen sucht. Mit den Obst und Gemüse von herausragender Menge und Qualität produzieren.

Dank dieser optimalen Voraussetzungen kann der Pfalzmarkt seine Erzeugnisse bis Schnitt vier Wochen früher auf den Markt bringen als andere Gemüseanbaugelände in Deutschland – und ebenso viel länger auf dem Markt bleiben, wenn dort die Saison bereits beendet ist. Der Pfalzmarkt bietet 140 Obst- und Gemüsesorten, von zarten Spargel bis knackigem Rhabarber, von zucker-süßen Erdbeeren bis scharfen Radieschen. Im Bio-Segment hat die Erzeugergemeinschaft mit 30 Produkten vertreten.

[www.pfalzmarkt.de](http://www.pfalzmarkt.de)

Erntefrisch aus der Pfalz

### Aubergine

- Die Aubergine ist birnenförmig mit glatter, glänzender, fester Schale in weiß bis schwarzviolett.
- Das Fruchtfleisch ist weiß und geschmacksneutral, gelegentlich mit leicht bitterer Note.
- Von der Aussaat bis zu Ernte vergehen etwa 90 Tage.
- Die wärmeliebenden Auberginen werden von Juni bis November geerntet.

[www.pfalzmarkt.de](http://www.pfalzmarkt.de)

Erntefrisch aus der Pfalz

### Bundmöhren

- Die jung geernteten Bundmöhren sind kleiner und süßlicher als die spät geernteten Möhren und werden daher auch als Zuckermöhren bezeichnet.
- Geerntet werden Bundmöhren von Mai bis November.
- Bevorzugt wird für den Anbau ein möglichst sonniger Standort.

[www.pfalzmarkt.de](http://www.pfalzmarkt.de)

Erntefrisch aus der Pfalz

### Blühfläche

- Die Landwirtschaft kann attraktiven Lebensraum für viele Arten schaffen.
- Mit Blühflächen werden die Lebensbedingungen für Tiere und Pflanzen der offenen Kulturlandschaft verbessert.
- Die angelegten Blühflächen bestehen aus einer Mischung unterschiedlicher Samen gebietseigener Wildblumen aus der Region.
- Darunter die Acker-Ringelblume, Kamille und Leindotter.

[www.pfalzmarkt.de](http://www.pfalzmarkt.de)

# PFALZMARKT NEWS



NEUE INITIATIVE

## Innovativer Wachstums-Cluster

Mehr als 125 mittelständische Erzeugerbetriebe mit einer Anbaufläche von 9.000 Hektar haben sich zum „Gemüsegarten Pfalz“ zusammengeschlossen. Die neue Erzeugerinitiative will als Informationsplattform und „Wachstums-Cluster für frisches Obst und Gemüse“ weiterhin zur sicheren Vitaminversorgung in Deutschland beitragen.

Die Frischenvorteile von Obst und Gemüse aus der Pfalz sollen Handel und Verbrauchern verdeutlicht und der weltweite Wettbewerb soll gemeinschaftlich besser bewältigt werden. Ziel der Erzeugerinitiative ist es, die Pfalz mit Einsatz und Weiterentwicklung neuer Technologien – Stichwort Green & Tech – zu einem der innovativsten und nachhaltigsten Wachstums-Cluster zu machen. Die rheinland-pfälzische Landwirtschaftsministerin Daniela Schmitt sagte bei der offiziellen Vorstellung der Initiative im November 2022: „Unsere Landwirte und Landwirtinnen nutzen täglich High-Tech auf dem Acker, um ökonomische und ökologische Nachhaltigkeit in der Lebensmittelproduktion zu verbinden. Es ist wichtig, diese Entwicklung auch in die Köpfe der Kundinnen und Kunden zu transportieren. Die innovative Marketingstrategie des ‚Gemüsegarten Pfalz‘, die mit Unterstützung unserer Innovationspreisträger MediaApes umgesetzt werden soll, ist ein spannender Ansatz, um das Bewusstsein für die Qualität und Bedeutung regionaler Produkte durch mittelständische Erzeuger weiter zu schärfen.“

Die freien und die genossenschaftlich über Pfalzmarkt organisierten Erzeuger im „Gemüsegarten Pfalz“ ziehen auch an einem Strang, weil sie mehr junge und hoch qualifizierte Berufseinsteiger aus IT, Robotik und Logistik für den Obst- und Gemüseanbau gewinnen möchten.

Mehr Informationen: [gemuesegarten-pfalz.de](http://gemuesegarten-pfalz.de)



FÜHRUNGEN DURCH DEN PFALZMARKT

## Blick hinter die Kulissen

Wo liefern eigentlich die Pfalzmarkt-Erzeuger ihr Obst und Gemüse an? Wie werden die Produkte verpackt? Und wie lange dauert es, bis die Lkw beladen sind? Gemeinsam mit Partnern wie dem Landfrauenverband Pfalz e. V. oder dem Pfalzmarketing e. V. bietet der Pfalzmarkt Führungen an. Startpunkt der beliebten Veranstaltungen ist der ehemalige Versteigerungssaal der Erzeugergenossenschaft. Hier erfahren die Besucherinnen und Besucher Wissenswertes über die Geschichte des Pfalzmarktes und bekommen mit der Präsentation „Vom Acker bis auf den Teller“ einen Überblick über die verschiedenen Arbeitsfelder. Anschließend geht es in die Hallen. Am spannendsten dabei ist die neue Vermarktungshalle, die eine ultraschnelle Frischelogistik ermöglicht.

Dieses Jahr macht der Pfalzmarkt auch mit bei dem Projekt „global. lokal.erleben – 17-Ziele Touren für Nachhaltigkeit“ der Metropolregion Rhein-Neckar (MRN). Thema der Tour zum Pfalzmarkt: Food for Thought – von der Pfälzer Kartoffel zu Gedanken um die Welt. Fragen wie „Was bringen wir täglich auf unsere Teller?“ oder „Was sind die neuen Trends und wie hängt das alles mit den Menschen auf anderen Kontinenten zusammen?“ stehen im Mittelpunkt der Veranstaltungen. Die Stationen, zu denen neben dem Pfalzmarkt auch der Sonnenhof und das Deutsche Kartoffelmuseum zählen, werden per Fahrrad angesteuert (7,6 Kilometer).

Mehr Infos zur „Food for Thought“-Tour:  
[www.m-r-n.com](http://www.m-r-n.com)



News und Aktuelles rund um den Pfalzmarkt gibt es auch unter  
[www.pfalzmarkt.de/aktuelles/](http://www.pfalzmarkt.de/aktuelles/)



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

# Dufte Powerknolle

Fenchel gehört zu den Doldenblütlern. Wilder Fenchel wurde bereits in der Antike als Arzneimittel zum Beispiel bei Verdauungsbeschwerden und als Gewürz verwendet. Ihr anisähnliches Aroma verdankt die mediterrane Kulturpflanze ihren ätherischen Ölen. Fenchel ist reich an Kalium, Eisen, Betacarotin, Vitamin K und E. Er enthält außer Vitamin B12 alle B-Vitamine. Auch Vitamin C steckt in Fenchel, aber nicht wie oft angegeben 93 Milligramm pro 100 Gramm, sondern 9 Milligramm. Die Fenchelknolle kann roh in Salaten gegessen werden. Sie lässt sich aber auch kochen, schmoren, braten und grillen oder als leckerer Schaum wie im Rezept von Jürgen Schleicher zubereiten.

## DAS REZEPT:

### Espuma vom Fenchel mit Dillspitzen und gebratener Riesengarnele

#### Zubereitung:

Fenchel putzen, waschen und in mittelgroße Stücke schneiden. Zwiebel schälen, würfeln, mit Fenchel und Butterflocke bei mittlerer Hitze anschwitzen. Mit Gemüsebrühe aufgießen und den Fenchel darin schmoren. Zum Schluss die Sahne dazugeben und fertig kochen. Dann das Ganze auf 125 Milliliter Flüssigkeit einreduzieren.

Nun die Fenchelsuppe durch ein Sieb passieren (nicht pürieren!) mit Salz und Pfeffer abschmecken und leicht überwürzen. Die gleiche Menge heißer Sahne hinzugeben und in den Sahnebläser einfüllen. Danach Gaspatrone eindrehen und im Anschluss wieder direkt entnehmen.

Riesengarnelen zwischenzeitlich in Olivenöl anbraten, Dill zupfen und fein hacken. Fenchelschaum in einen Suppenteller oder in eine Tasse füllen, mit Riesengarnele, Dillspitzen und Pfeffer aus der Mühle servieren.

**Guten Appetit!**  
Ihr Jürgen Schleicher

#### Zutaten für 4 Personen:



- 250 g Fenchel
- 1 Zwiebel
- 300 ml Gemüsebrühe
- 50 ml Sahne
- Olivenöl
- 1 Butterflocke
- Salz und Pfeffer
- 125 ml Sahne
- 4 Riesengarnelen ohne Kopf und Schale
- 1 Dillzweig
- 1 ISI Sahnebläser
- 1 Sahnekapsel\*

\*Sicherheits-Information:  
Für heiße Flüssigkeiten nur einen Sahnespender aus Metall verwenden! Nach dem Einschrauben der Sahnekapsel diese auch nach Entladung wieder entfernen!