

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 1/2026

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



Vorstandsgespräch zur Lage
der regionalen Landwirtschaft
**Alle Macht liegt
beim Handel**

Praxis trifft Politik

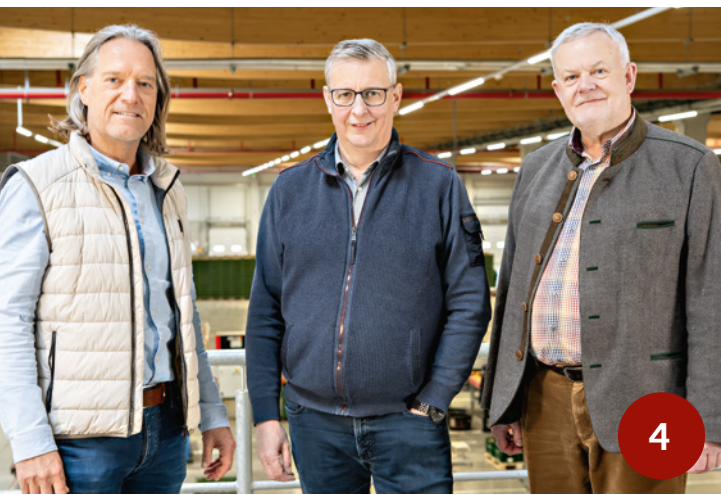
Pfalzmarkt im Dialog



Update zum Biodiversitätsprojekt

Artenvielfalt in der Pfalz

PfalzMarkt



INHALT

ALLE MACHT LIEGT BEIM HANDEL
**Vorstandsgespräch zur Lage der regionalen
 Landwirtschaft** 4

PFALZMARKT IM DIALOG
Praxis trifft Politik 6

SPARGELSTICH
**Frühe Ernte in Deutschlands Gemüsegarten
 nimmt an Menge zu** 8

PFÄLZER TOPSELLER
Zucchini 9

SERVICE
Ihre Ansprechpartner im Vertrieb und in der Logistik 10

ARTENVIELFALT IN DER PFALZ
Update zum Biodiversitätsprojekt 12

WAS VERBRAUCHER JETZT LIEBEN!
Regional einkaufen, Bio wählen, bewusst genießen 14

DAS ERSTE HEIMISCHE FRISCHGEMÜSE
 DER NEUEN SAISON KOMMT AUS DER PFALZ
**Mit Bundzwiebeln beginnt die neue Freiland-Saison
 in Deutschland** 16

PFALZMARKT NEWS 18

SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE
**Orientalische Bundmöhren-Pasta mit Honig,
 Mandeln, Rosinen und Schafskäse** 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:

Mut[h]media · Rosenweg 26 · 74931 Lobenfeld

Druck: ABT Print und Medien GmbH
 Bruchsaler Str. 5 · 69469 Weinheim



Angelika Elbert

☎ 06231/408-202

✉ a.elbert@pfalzmarkt.de

Vorstandssekretariat



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



Druckprodukt mit finanziellem
Klimabeitrag
 ClimatePartner.com/12174-2404-1010

Regionale Zukunft

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

die Rahmenbedingungen für die regionale Obst- und Gemüseerzeugung haben sich in den vergangenen Jahren spürbar verändert – wirtschaftlich, politisch und gesellschaftlich. Steigende Kosten, zunehmende Regulierung und ein Markt, der immer stärker vom Handel bestimmt wird, stellen unsere Erzeugerbetriebe vor große Herausforderungen. Gleichzeitig wächst die Erwartung an Versorgungssicherheit, Nachhaltigkeit und regionale Herkunft. Diese Entwicklungen verlangen klare strategische Antworten.

Der Pfalzmarkt stellt sich dieser Situation mit einem klaren Anspruch: Wir wollen die regionale Landwirtschaft nicht nur erhalten, sondern zukunftsfähig weiterentwickeln. Dazu gehören Investitionen in moderne Logistik, Digitalisierung und neue Vermarktungskonzepte ebenso wie der kontinuierliche Dialog mit Politik und Handel. Die Gespräche mit politischen Entscheidungsträgern vor Ort haben erneut gezeigt, wie wichtig es ist, die Realität der landwirtschaftlichen Praxis sichtbar zu machen und für verlässliche Rahmenbedingungen einzutreten.

Zukunftsfähigkeit bedeutet für uns aber auch, Verantwortung für kommende Generationen zu übernehmen.



Das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ zeigt eindrucksvoll, dass ökologische Maßnahmen und landwirtschaftliche Nutzung kein Widerspruch sein müssen. Langfristig angelegte Konzepte, die auf Beobachtung, Anpassung und Praxisnähe setzen, entfalten messbare Wirkung für Biodiversität, Landschaft und Akzeptanz.

Gleichzeitig bleibt klar: Die Herausforderungen lassen sich nicht allein durch politische Entscheidungen lösen. Wir müssen selbst handlungsfähig bleiben, neue Wege gehen und uns strategisch breiter aufstellen; regional verwurzelt und zugleich offen für ergänzende Konzepte, die unseren Kunden ganzjährig Verlässlichkeit bieten.

Eine interessante Lektüre wünschen Ihnen

Reinhard Oerther
Vorstand Vertrieb

Hans-Jörg Friedrich
Vorstand Verwaltung

Vorstandsgespräch zur Lage der regionalen Landwirtschaft

ALLE MACHT LIEGT BEIM HANDEL

Steigende Kosten, politischer Druck und ein Markt, der immer stärker vom Handel bestimmt wird: Die Rahmenbedingungen für den heimischen Obst- und Gemüseanbau haben sich in den vergangenen Jahren spürbar verschärft. Wie der Pfalzmarkt und seine Erzeugerbetriebe mit diesen Herausforderungen umgehen, darüber sprechen Reinhard Oerther (Vorstandsmitglied Vertrieb), Hans-Jörg Friedrich (Vorstandsmitglied Verwaltung) und Christian Deyerling (Aufsichtsratsvorsitzender) im Interview.



Im Wirtschaftsjahr 2025 konnte der Pfalzmarkt weniger Ware platzieren. Zudem wurde Anfang 2026 der Mindestlohn - ohne Ausnahmeregelung für Saisonarbeitskräfte - angehoben, was eine weitere Kostenbelastung bedeutet. Wie starten Sie unter diesen Vorzeichen in die neue Saison?

Friedrich: Mit großen Bauchschmerzen. Der Mindestlohn wurde nicht nur einmal angehoben, sondern mehrfach in kurzer Zeit. Wenn man fünf Jahre zurückblickt, lagen wir bei rund neun Euro, heute sind es 13,90 Euro und im kommenden Jahr sollen es 14,60 Euro sein. Das ist für die landwirtschaftlichen Betriebe eine massive Kostensteigerung, die erst einmal erwirtschaftet werden muss.

Deyerling: Gleichzeitig ist völlig offen, ob sich die Preise im Lebensmitteleinzelhandel widerspiegeln. In den Jahren 2023 und 2024 hatten wir vergleichsweise gute Preise, 2025 sind wir jedoch wieder nahezu auf das Niveau von 2022 zurückgefallen – als hätte es die zwischenzeitlichen Steigerungen nie gegeben. Hinzu kommen aktuell steigende Kosten für Energie, Dünger und Diesel. In dieser Kombination ist das für viele Betriebe eine enorme Belastung, weshalb wir mit erheblichen Sorgen in den weiteren Saisonverlauf blicken.

Warum ist der Mindestlohn für Saisonarbeitskräfte aus Ihrer Sicht besonders problematisch?

Friedrich: Der Mindestlohn ist grundsätzlich für Menschen gedacht, die ihren festen Wohnsitz in Deutschland haben und hier auch die entsprechenden Lebenshaltungskosten tragen müssen. Saisonarbeitskräfte kommen hingegen für zwei oder drei Monate nach Deutschland, geben hier vergleichsweise wenig Geld aus und nehmen den Großteil ihres Einkommens mit in ihr Heimatland. Aus unserer Sicht entsteht dadurch eine Schieflage.

Der Deutsche Raiffeisenverband und der Bauernverband haben zu diesem Thema ein rechtliches Gutachten erstellen lassen. Dieses zeigt, dass ein Abschlag vom Mindestlohn für Saisonarbeitskräfte grundsätzlich möglich wäre. Diese Argumentation wird aktuell in die politische Diskussion eingebracht. Würde eine solche Regelung umgesetzt, könnten die Betriebe etwa bei ihnen 20 Prozent unter dem regulären Mindestlohn bleiben. Das wäre für viele Erzeuger eine spürbare Entlastung. Im Moment gilt jedoch der gesetzliche Mindestlohn ohne Ausnahme. Gleichzeitig müssen wir mit Erzeugern aus anderen europäischen Ländern konkurrieren, in denen es teils keinen Mindestlohn gibt. Spanien, Italien oder Portugal haben deutlich andere

Kostenstrukturen. Die gleiche Ware liegt am Ende im Regal – und der Verbraucher greift häufig zum günstigeren Produkt. Damit starten regionale Erzeuger in Deutschland unter deutlich schlechteren Wettbewerbsbedingungen.

Die Zahl der aktiven Pfalzmarkt-Erzeuger ist in den vergangenen Jahren zurückgegangen. Gleichzeitig vollziehen sich viele erfolgreiche Betriebsübergaben in die nächste Generation. Wie wirkt sich diese Entwicklung aus?

Deyerling: Dass Betriebe aufhören, weil kein Nachfolger vorhanden ist, erleben wir nicht erst seit heute. Diese Entwicklung gibt es seit Jahrzehnten. Was sich verändert hat, ist die Art der Bewirtschaftung. Flächen werden von Betrieben übernommen, sie bleiben in Bewirtschaftung nur nicht mehr so intensiv. Vor Jahren waren im Schnitt im intensiven Gemüseanbaubereich ca. 1,8 Belegungen der Anbauflächen mit Gemüse und Kartoffeln. Aktuell sind es noch ca. 1,3. Arbeitsintensive Kulturen gehen zurück, weil sie unter den aktuellen Lohnkosten zunehmend unrentabel werden. Maschinenkulturen dagegen nehmen eher zu. Das zeigt sich aktuell sehr deutlich am Spargel. Die Anbaufläche ist über Jahre gewachsen, inzwischen geht sie wieder deutlich zurück. Der Konsum hat seinen Höhepunkt überschritten, die Nachfrage sinkt – und entsprechend reagieren die Betriebe. Insgesamt lässt sich feststellen: Die Intensität im Anbau nimmt ab, vor allem dort, wo viel Handarbeit erforderlich ist.

„Pfalzmarkt im Dialog“ ist ein neues Format, in dem Pfalzmarkt gegenüber der Politik klar Stellung bezieht und die Herausforderungen im Anbau zum Thema macht. Werden Sie gehört?

Friedrich: Vor Wahlen wird man immer angehört, da kommen viele. Die entscheidende Frage ist, was nach der Wahl passiert. Wir bleiben im Gespräch, wir bleiben dran – aber wenn man ehrlich ist, hat uns die Politik bislang noch nie wirklich geholfen. Wir können es uns nicht leisten, auf politische Lösungen zu warten. Entweder wir werden selbst aktiv und versuchen, Dinge zu lösen, oder wir warten sehr lange. Natürlich geben wir den Dialog nicht auf, aber wir haben gelernt, dass wir unsere Zukunft nicht davon abhängig machen dürfen, ob politische Versprechen eingelöst werden oder nicht.

Warenverfügbarkeit und Versorgungssicherheit heimischer landwirtschaftlicher Produkte werden in Zeiten des zunehmenden Wassermangels in den Mittelmeer-Anrainer-Staaten und weltweiter Krisen immer wichtiger. Spiegelt sich das in politischen Entscheidungen wider?

Oerther: Wenn man hört, dass Spanien kein Wasser mehr hat, fragt man sich, warum trotzdem weiterhin Erdbeeren aus Spanien im Handel verfügbar sind. Der Grund: Spanien steht hinter seiner Produktion und versucht, sie unter allen Umständen aufrechtzuerhalten.

In Deutschland ist das anders. Hier wird im Zweifel einfach der Hahn zugedreht. Das ist weniger eine politische Entscheidung zugunsten der heimischen Produktion als vielmehr eine wirtschaftliche. Der Handel sorgt dafür, dass die Regale voll bleiben – unabhängig davon, woher die Ware kommt. Am Ende gilt: Alle Macht liegt beim Handel.

Deyerling: Der Handel entscheidet, was im Regal liegt – und damit auch, was die Verbraucher kaufen. Rund 80 Prozent der Konsumentscheidungen werden aus unserer Sicht nicht vom Verbraucher, sondern vom Einkauf der Handelsketten bestimmt. Regionalität endet häufig dort, wo der Preisunterschied zu groß wird.

Wie schaffen Sie es, angesichts der manchmal frustrierenden Vorgaben seitens der Politik und den unfairen Marktbedingungen für heimisches Obst und Gemüse positiv zu bleiben?

Friedrich: Positiv bleiben ist wichtig, aber die entscheidende Frage ist: Wie? Ob die deutsche Landwirtschaft langfristig noch eine Chance hat, wird maßgeblich auf europäischer Ebene entschieden.

Für den Pfalzmarkt sehen wir zwei Ebenen: unser Kerngeschäft hier am Standort und die Gesamtentwicklung der Landwirtschaft. Am Standort profitieren wir von einer sehr guten Logistik. Dadurch können wir schnell reagieren, insbesondere im Wintergeschäft mit Importware. Diese Entwicklung ist grundsätzlich positiv.

Deyerling: Für die Produktion sieht es deutlich schwieriger aus. Der Druck auf die Betriebe ist immens – durch Bürokratie, Auflagen, Arbeitssicherheit und Dokumentationspflichten. Gerade kleine und mittlere Betriebe stoßen hier an ihre Grenzen. Oft ist der Betriebsleiter allein verantwortlich, die Familie übernimmt zusätzlich Buchhaltung und Lohnabrechnung. Viele schaffen es schlicht nicht mehr, den Betrieb unter diesen Bedingungen aufrechtzuerhalten.

Welche Projekte und Herausforderungen gehen Sie gerade an?

Oerther: Wir stellen uns strategisch breiter auf und entwickeln Zwölf-Monats-Konzepte für unsere Kunden. Die deutsche Saison endet im Herbst, anschließend decken wir den Bedarf über internationale Partnerschaften ab. Seit dem 1. Januar 2025 sind wir eine länderübergreifende Erzeugerorganisation, was es uns ermöglicht, auch Erzeuger im Ausland einzubinden.

Wir bauen derzeit Projekte unter anderem in Portugal auf, sind erfolgreich im Bereich Bundzwiebeln und ergänzen außerhalb der Saison mit Ware aus Ägypten. Gleichzeitig beobachten wir Verschiebungen in der europäischen Produktion: Beeren wandern Richtung Portugal und Marokko, Gemüse zunehmend nach Albanien oder Moldawien. Auch Ägypten gewinnt an Bedeutung, etwa bei Eissalat, Lauchzwiebeln und Blumenkohl. Wichtig ist uns dabei: Wir konkurrieren nicht mit unserer eigenen Produktion. Wenn heimische Ware verfügbar ist, hat sie immer Vorrang. Die internationale Ergänzung dient dazu, unseren Kunden ganzjährig verlässliche Sortimente anbieten zu können.



Pfalzmarkt im Dialog

PRAXIS TRIFFT POLITIK

Wie kann regionale Landwirtschaft unter zunehmend anspruchsvollen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zukunftsfähig bleiben? Diese Frage stand im Mittelpunkt mehrerer politischer Gespräche und Besuche beim Pfalzmarkt im Februar. Unter dem Leitmotiv „Pfalzmarkt im Dialog“ kamen Entscheidungsträger aus der Landes- und Bundespolitik direkt mit Erzeugerinnen und Erzeugern ins Gespräch – dort, wo Landwirtschaft täglich gelebt wird.

Politischer Dialog vor Ort in Mutterstadt

Im Rahmen der Gesprächsreihe „Pfalzmarkt im Dialog“ empfing die Genossenschaft Anfang Februar mehrere hochrangige politische Gäste in Mutterstadt. Zu Besuch

waren Gordon Schnieder, zum Zeitpunkt des Besuchs Landesvorsitzender der CDU Rheinland-Pfalz und Kandidat für das Amt des Ministerpräsidenten, sowie Alexander Schweitzer, seinerzeit amtierender Ministerpräsident des Landes Rheinland-Pfalz.

Bei Rundgängen über die Marktplattform informierten sich die Politiker über die Leistungsfähigkeit des Pfalzmarkts und seiner rund 80 aktiven Erzeugerbetriebe. Im Fokus standen dabei die Versorgungssicherheit mit frischem Obst und Gemüse, kurze Lieferketten sowie die besondere Rolle des Pfalzmarkts als zentrale Vermarktungs- und Logistikplattform im größten zusammenhängenden Gemüseanbaubereich Deutschlands. Von der Ernte auf dem Feld bis in die Regale des Lebensmitteleinzelhandels vergehen oft nur wenige Stunden – ein entscheidender Standortvorteil gegenüber Importware.



Von links: Reinhard Oerther (Vorstand Vertrieb), Hans-Jörg Friedrich (Vorstand Verwaltung), Gordon Schnieder sowie Christian Deyerling (Aufsichtsratsvorsitzender von Pfalzmarkt eG)

Offener Austausch mit den Erzeugern

Im Anschluss an die Rundgänge suchten Gordon Schnieder und Alexander Schweitzer jeweils den direkten Dialog mit den anwesenden Pfalzmarkt-Erzeugern. Dabei wurde deutlich, unter welchem wirtschaftlichen Druck viele Betriebe derzeit stehen. Das Anbaujahr 2025 war für zahlreiche Gemüsebaubetriebe unbefriedigend.



Von links: Reinhard Oerther (Vorstand Vertrieb), Alexander Schweitzer, Constantin Küpker (Prokurist) sowie Christian Deyerling (Aufsichtsratsvorsitzender von Pfalzmarkt eG)

Weichenstellungen“, die ebenfalls in Mutterstadt stattfand. Vertreterinnen und Vertreter aus Landwirtschaft, Agrarhandel, Vermarktung, Industrie und Politik diskutierten hierbei über die Auswirkungen aktueller regulatorischer Vorgaben auf die heimische Erzeugung.

An der Podiumsdiskussion beteiligten sich Johannes Steiniger, MdB (CDU), Isabel Mackensen-Geis, MdB (SPD), Paul Bunjes (Bündnis 90/Die Grünen) sowie Marco Weber, MdL (FDP). Im Mittelpunkt standen die Themen fehlende Pflanzenschutz-Optionen, langwierige Zulassungsverfahren und die daraus resultierenden Risiken für Erträge, Qualität und Wettbewerbsfähigkeit regionaler Betriebe.



Hans-Jörg Friedrich, Vorstand Verwaltung im Pfalzmarkt, bei der Podiumssitzung in Mutterstadt



Von links: Frank Gemmer (Hauptgeschäftsführer beim Industrieverband Agrar e.V.), Hartmut Magin (Landwirt aus Mutterstadt), Dr. Raffael Wesoly (Geschäftsführer der Raiffeisen Agrarhandel Pfalz GmbH), Hans-Jörg Friedrich (Vorstand Verwaltung im Pfalzmarkt), MdB Isabel Mackensen-Geis (SPD), Anne Kokenbrink (Wirtschaftsredakteurin F.A.Z.), Paul Bunjes (Bündnis 90/Die Grünen), Hans F. Kaufmann (Stv. Leiter Kommunikation und Politik beim Industrieverband Agrar e.V.), MdB Johannes Steiniger (CDU), MdL Marco Weber (FDP)

Steigende Produktionskosten, unzureichende Erzeugerpreise und zusätzliche Belastungen durch die Mindestlohnerhöhung zum 1. Januar 2026 verschärfen die Situation weiter.

Die Erzeuger schilderten offen ihre Sorgen: Neben einem möglichen Wechsel hin zu weniger arbeitsintensiven Kulturen stehen in einzelnen Fällen auch Betriebsaufgaben im Raum. Gleichzeitig platzierten sie deutlich ihren Wunsch nach verlässlichen politischen Rahmenbedingungen, die Investitionen ermöglichen und Planungssicherheit schaffen.

Investitionen in Zukunft und Nachhaltigkeit

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen investiert der Pfalzmarkt konsequent in die Zukunft. In den vergangenen Jahren wurden umfangreiche Mittel unter anderem in erneuerbare Energien, moderne Lager- und Logistikstrukturen sowie in die Unter-

stützung der Erzeugerbetriebe bei Digitalisierung, Smart-Farming-Lösungen, KI- und Robotik-Anwendungen gesteckt. Das Ziel ist es, die Effizienz zu steigern, Ressourcen zu schonen und die Wettbewerbsfähigkeit der regionalen Erzeugung langfristig zu sichern.

Diese Investitionen verdeutlichen den Anspruch des Pfalzmarkts, regionale Landwirtschaft nicht nur zu erhalten, sondern aktiv weiterzuentwickeln – vorausgesetzt, die politischen Rahmenbedingungen lassen dies zu.

„Praxis trifft Politik“: Pflanzenschutz und Ernährungssicherheit

Ein weiterer Schwerpunkt des politischen Austauschs war die Veranstaltung „Praxis trifft Politik – Zukunft der Landwirtschaft: Ernährungssicherheit in Zeiten politischer

DIALOG ALS GRUNDLAGE FÜR TRAGFÄHIGE LÖSUNGEN

Sowohl die politischen Besuche im Rahmen von „Pfalzmarkt im Dialog“ als auch die Podiumsdiskussion zeigten: Der direkte Austausch zwischen Praxis und Politik ist unverzichtbar. Nur wenn politische Entscheidungsträger die Abläufe, Abhängigkeiten und Herausforderungen vor Ort kennen, können tragfähige und praxisnahe Lösungen entstehen.

Für die Erzeuger des Pfalzmarkts bleibt die Erwartung klar: verlässliche, langfristige Rahmenbedingungen, die regionale Produktion stärken, Investitionen ermöglichen und die besondere Rolle der Pfalz als Gemüsegarten Deutschlands sichern. Die Gespräche in Mutterstadt haben gezeigt, dass dieser Dialog notwendig ist und fortgesetzt werden muss.

SPARGELSTICH: FRÜHE ERNTE IN DEUTSCHLANDS GEMÜSEGARTEN NIMMT AN MENGE ZU

Im bundesweiten Vergleich wird Spargel in Deutschlands größter Anbauregion für Frischgemüse – dem Gemüsegarten Pfalz – traditionell immer sehr früh geerntet. Pfalzmarkt-Erzeuger haben bereits am 13. März die ersten Spargelstangen gestochen. Analog zum Erntebeginn haben die Markt- und Vertriebspezialisten beim Pfalzmarkt ihre Arbeit begonnen.

Natürliche Wachstumsanreize für Top-Qualität und Geschmack

Der trockene Herbst und der kalte Winter haben dafür gesorgt, dass die Spargelpflanzen im Südwesten geballte Energie einlagern konnten. Durch den Temperatursprung im Spargeldamm – von noch sehr kalten Februartagen zu den zuletzt sehr sonnigen und recht warmen Frühlingstagen im März – hat das königliche Stangengemüse damit den benötigten, natürlichen Wachstumsanreiz bekommen.

Spargel bleibt eine sehr arbeitsintensive und wetterabhängige Kultur

Spargel ist eine sehr arbeitsintensive Gemüsekultur, die die Pfalzmarkt-Erzeuger und auch die Marktexperten im Spargelbüro alljährlich besonders fordert. Für Weiß- und Grünspargel hatte Pfalzmarkt eG über die Vorjahressaison jeweils drei Klassen und insgesamt 23 unterschiedliche Kalibrierungen im Angebot.

20 Spargel-Erzeuger bauen auf 650 Hektar weißen und grünen Spargel an

2026 bauen 20 der insgesamt 90 Pfalzmarkt-Erzeuger weißen und grünen Spargel an. Die Anbaufläche liegt bei etwa 650 Hektar. Die Erzeuger bei Pfalzmarkt verzichten auf das Beheizen von Spargelanlagen. Bei den frühen Kulturen setzt man stattdessen auf eine Dreifachabdeckung mit Folien, die über mehrere Jahre genutzt und dann sortenrein recycelt werden. Damit wird der natürliche Gewächshauseffekt durch Sonnenenergie genutzt.



Passend zum frühen Saisonstart waren wir in der Pfälzer Gastronomie unterwegs. Einer unserer gastronomischen Partner und Mitglied im Gemüsegarten Pfalz, Philipp Arens (Arens 327), hat eine leckere Suppe aus frischem Pfälzer Spargel und mit Lachs-Einlage für uns zubereitet, im Rahmen eines Rezept-Shootings.

Das Ergebnis in Form eines ansprechenden Rezeptvideos findet sich auf unseren Social-Media-Kanälen.

ARENS 327m NN
St. Martin

Pfalz Markt

Pfälzer Topseller:

Diesmal:

Zucchini

Verkaufsmengen im Jahr 2025: 5,4 Mio. Kg Erntezeitraum: Mai bis November

Anzahl Erzeuger: 6 Anbaufläche: ca. 100 Hektar

Zucchini zählen zu den Kürbisarten. Das Fruchtgemüse gibt es in verschiedenen Farben: weiß, gelb, hell- und dunkelgrün sowie auch gestreift. Das Fruchtfleisch ähnelt dem der Gurke, ist aber fester im Biss. Geerntet wird bei ca. 14 bis 20 Zentimetern.

Verwendung: Zucchini sind sehr vielfältig einsetzbar und sowohl roh (gerieben oder in dünnen Scheiben), als auch gedünstet, gebraten oder vom Grill genießbar. Sie lassen sich wunderbar mit Fleisch- oder auch Gemüsefüllungen, im Ofen gebacken mit etwas Käse bedeckt zubereiten, eignen sich aber auch beispielsweise im Sommer als Grillgemüse oder für Salate. Selbst Nudelgerichte lassen sich damit herstellen. Dazu wird das Gemüse mit einem Spiralschneider oder einer Küchenmaschine in die gewünschte Form gebracht.



Ihre Ansprechpartner im Vertrieb

Hier finden Sie die Kontaktdaten unserer Produktberater in Mutterstadt 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



MUTTERSTADT



Vitor Hugo Da Mota

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



Bernd Weiller

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



Rafael Pereira

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



Uwe Beck

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



Thorsten Schäfer

☎ 06231/408-101
☎ 0176/10 408 101
✉ t.schaefer@pfalzmarkt.de



Karl-Heinz Jäger

☎ 06231/408-352
☎ 0176/10 408 352
✉ k.jaeger@pfalzmarkt.de



Heiko Risse

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



Bärbel Gamber-Mees

☎ 06231/408-354
☎ 0176/10 408 356
✉ b.gamber-mees@pfalzmarkt.de



Ricardo Novo

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



Leo Zastrow

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



EXPORT

Pfalz Fresh



Jonathan Schmitt

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

Ihre Ansprechpartner in der Logistik

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

Hier finden Sie die Kontaktdaten unserer Logistikmitarbeiter in Mutterstadt.



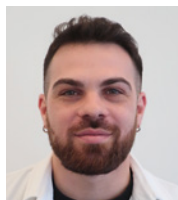
Maria Magda

Sachbearbeitung Disposition
 ☎ 06231/408-491
 📠 0151/ 70 849 418
 ✉ m.magda@pfalzmarkt.de



Ingo Kärcher

Sendungserfassung
 Palettenverwaltung
 ☎ 06231/408-380
 📠 0176/10 408 380
 ✉ i.kaercher@pfalzmarkt.de



Giuliano Cazzetta

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



Marcel Mastalerz

BA-Student im Bereich Logistik
 ☎ 06231/408-174
 📠 0151/ 85 167 867
 ✉ m.mastalerz@pfalzmarkt.de



Christiane Braunert

Sendungserfassung
 Palettenverwaltung
 ☎ 06231/408-480
 ✉ c.braunert@pfalzmarkt.de



Daniel Wehrle

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



Fabian Kautz

Disposition National
 ☎ 06231/408-117
 📠 0151/ 42 297 70
 ✉ f.kautz@pfalzmarkt.de

ARTENVIELFALT IN DER PFALZ

Update zum Biodiversitätsprojekt

Was das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ heute für Bienen bedeutet

Blühflächen, strukturreiche Säume und gezielte Pflegemaßnahmen: Seit mehreren Jahren setzt das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ konkrete Maßnahmen um, um die Biodiversität in der Agrarlandschaft der Pfalz zu fördern. Die aktuellen Ergebnisse aus dem Monitoring 2025 zeigen eindrucksvoll, wie sich diese Arbeit entwickelt hat. Besonders deutlich wird dies am Beispiel der Wildbienen, die als sensible Indikatoren für die Qualität von Lebensräumen gelten.

Elf Flächen, ein gemeinsames Ziel

Im Jahr 2025 wurden insgesamt elf Projektflächen untersucht. Neun davon liegen in der pfälzischen Rheinebene zwischen Lamsheim und Haßloch, zwei weitere kamen in der Südpfalz bei Winden und

Minfeld hinzu. Die Flächen unterscheiden sich in Größe, Bodentyp und Struktur, folgen aber einem gemeinsamen Ansatz: Blühflächen werden langfristig angelegt, gepflegt und durch Hochstaudenstreifen, Totholzmodule und offene Bodenstellen ergänzt. Diese Kombination ist entscheidend. Denn während Blühflächen in erster Linie Nahrung liefern, benötigen viele Insekten zusätzliche Strukturen, um sich dauerhaft anzusiedeln.

Wildbienen: Rekordjahr 2025

Das Monitoring der Wildbienen und Wespen zeigt für 2025 ein sehr klares Bild: 128 Wildbienenarten und 62 Wespenarten wurden nachgewiesen – so viele wie noch nie seit Beginn des Projekts. Bei den Wildbienen wurden insgesamt 2.750 Individuen gezählt. Damit übertrifft das Jahr 2025 alle bisherigen Erfassungsjahre deutlich.

Besonders bemerkenswert ist der hohe Anteil sogenannter wertgebender Arten. Rund ein Drittel der nachgewiesenen Wildbienenarten steht auf der Roten Liste oder der Vorwarnliste. Diese Arten gelten als besonders anspruchsvoll und reagieren empfindlich auf Ver-

änderungen ihres Lebensraums. Ihr Vorkommen zeigt, dass die Projektflächen inzwischen eine hohe ökologische Qualität erreicht haben.



Nahrung allein reicht nicht

Ein zentrales Ergebnis der Untersuchungen: Blühflächen entfalten ihre volle Wirkung erst dann, wenn sie mehr sind als reine Nahrungsräume. Viele Wildbienenarten benötigen spezielle Nistplätze, zum Beispiel offene Sandböden, hohle Pflanzenstängel oder Totholz. Genau hier setzt das Projekt an.

In mehreren Flächen wurden Totholzstämmen eingebracht, Hochstaudenstreifen bewusst stehen gelassen und Bodenstellen nicht vollständig geschlossen. Diese Strukturen werden zunehmend angenommen. Arten, die ursprünglich nur als Nahrungsgäste beobachtet wurden, nutzen die Flächen mittlerweile auch zur Fortpflanzung.



Spezialisten unter den Bienen

Ein besonderes Augenmerk gilt den pollen-spezialisierten Wildbienen. Diese Arten sind auf bestimmte Pflanzen oder Pflanzengruppen angewiesen. Im Jahr 2025 wurden 30 solcher Spezialisten nachgewiesen – mehr als in den Vorjahren. Besonders hohe Anteile dieser Arten fanden sich auf Flächen mit sandigen Böden und lückiger Vegetation, etwa bei Lamsheim und Schauernheim.

Dass diese spezialisierten Arten vorkommen, zeigt: Das Blütenangebot ist vielfältig und zeitlich gut abgestimmt. Gleichzeitig profitieren diese Bienen von offenen Bodenstellen, in denen sie ihre Nester anlegen können.

Seltene und bemerkenswerte Arten

Unter den nachgewiesenen Wildbienen befinden sich zahlreiche Arten, die landes- oder bundesweit als selten gelten. Besonders hervorzuheben sind Nachweise von Arten wie der Mohnbiene, der Großen Spiralthornbiene oder der Goldenen Steinbiene, die 2025 erstmals im Projektgebiet festgestellt wurde. Letztere konnte mit mehreren Individuen beobachtet werden – ein Hinweis auf geeignete Nistplätze in der Umgebung.

Auch sogenannte Kuckucksbienen, die auf das Vorhandensein ihrer Wirtsarten angewiesen sind, wurden häufiger nachgewiesen als in den Vorjahren. Ihr Auftreten gilt als indirekter Beleg dafür, dass sich stabile Wildbienenengemeinschaften entwickeln.

Laufkäfer: Stille Mitbewohner mit großer Aussagekraft

Ergänzend zum Bienenmonitoring wurden auch Laufkäfer untersucht. Im Jahr 2025 wurden 82 Arten mit insgesamt 4.677 Individuen nachgewiesen – der höchste Wert seit Beginn der Erhebungen. Über ein Viertel dieser Arten gilt als gefährdet oder steht auf der Vorwarnliste.



Laufkäfer reagieren besonders sensibel auf Bodenstruktur, Vegetationsdichte und Störungen. Die Ergebnisse zeigen: Flächen mit offenen Bodenstellen, sandigen Lößböden und guter Anbindung an bestehende Landschaftsstrukturen weisen besonders hohe Artenzahlen auf. Damit bestätigen die Laufkäfer die Ergebnisse aus dem Wildbienenmonitoring.

Pflege entscheidet über Erfolg

Die Auswertungen zeigen auch, wie wichtig die richtige Pflege ist. Mit zunehmender Vergrasung und geschlossener Vegetationsdecke sinkt die Artenvielfalt. Dort, wo durch Scheiben, Neueinsaaten oder gezielte Bodenstörungen wieder offene Strukturen geschaffen wurden, stiegen die Artenzahlen erneut an.

Das Projekt setzt deshalb bewusst auf langfristige Beobachtung und Anpassung. Blühflächen werden nicht statisch gedacht, sondern abhängig davon weiterentwickelt, wie Vegetation und Tierwelt reagieren.

Ein Projekt mit messbarer Wirkung

Die Ergebnisse aus dem Jahr 2025 machen deutlich: „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ wirkt. Die Zahl der nachgewiesenen Arten steigt seit Projektbeginn kontinuierlich an. Besonders bei den Wildbienen wurde über die Jahre hinweg ein deutlicher Zuwachs sowohl bei der Artenzahl als auch bei den Individuen festgestellt.

Die Flächen entwickeln sich zunehmend von reinen Blühflächen zu vollwertigen Lebensräumen. Für viele Arten sind sie heute nicht nur Nahrungsquelle, sondern auch Rückzugs- und Fortpflanzungsraum.



AUSBLICK

Die Untersuchungen zeigen keine Sättigung der Artenzahlen. Das bedeutet: Es ist weiterhin mit neuen Nachweisen zu rechnen. Gleichzeitig wird deutlich, dass Biodiversität Zeit braucht.

Erst mit zunehmendem Alter der Flächen entfaltet sich ihre volle ökologische Wirkung.

Das Projekt „Pfalzmarkt schafft Artenvielfalt“ zeigt, dass gezielte Maßnahmen in der Agrarlandschaft messbare Erfolge bringen: für Bienen, für andere Insekten und für die biologische Vielfalt insgesamt.



Regional einkaufen, Bio wählen, bewusst genießen

WAS VERBRAUCHER JETZT LIEBEN!

Die Art, wie Menschen heute einkaufen und essen, verändert sich spürbar. Ernährung wird bewusster, Entscheidungen am Regal werden überlegter getroffen. Für viele Verbraucher zählen dabei nicht mehr nur Preis und Verfügbarkeit, sondern vor allem Herkunft, Qualität und Transparenz. Der Trendreport Ernährung 2025, der auf Einschätzungen von 199 Expertinnen und Experten aus dem Ernährungssektor basiert, beschreibt diesen Wandel deutlich: Die eigene Gesundheit, Nachhaltigkeit und ein gutes Gefühl beim Essen rücken stärker in den Fokus.

BEWUSSTE ENTSCHEIDUNGEN beginnen beim Einkauf



Ernährung ist für viele Menschen längst mehr als reine Nahrungsaufnahme. Sie wird als Teil des eigenen Lebensstils verstanden und spiegelt persönliche Werte wider. Der Trendreport zeigt, dass Verbraucher sich zunehmend mit der Qualität und Herkunft ihrer Lebensmittel beschäftigen. Dabei geht es nicht um Perfektion oder strenge Regeln, sondern um Entscheidungen, die zum eigenen Alltag passen.

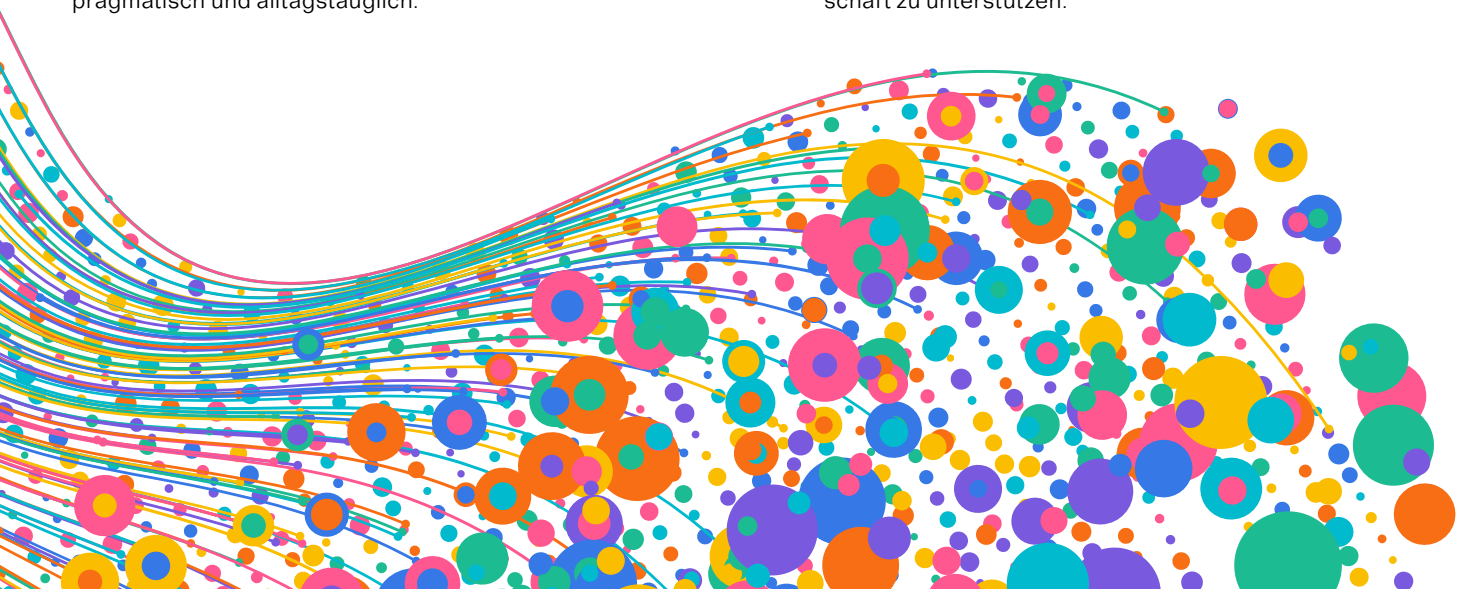
Gesundheit spielt dabei eine zentrale Rolle. Viele Menschen möchten sich ausgewogen ernähren, sich gut fühlen und langfristig etwas für ihr Wohlbefinden tun. Gleichzeitig wächst das Bewusstsein für Umwelt- und Klimafragen. Beides wird zunehmend zusammengedacht – ohne erhobenen Zeigefinger, sondern pragmatisch und alltagstauglich.

REGIONALITÄT: Nähe schafft Vertrauen



Besonders deutlich wird dieser Wandel beim Thema Regionalität. Lebensmittel aus der eigenen Region genießen hohes Vertrauen. Kurze Transportwege, saisonale Verfügbarkeit und der direkte Bezug zur Erzeugung werden als klare Vorteile wahrgenommen. Der Trendreport beschreibt eine wachsende Wertschätzung für regionale Produkte – nicht nur wegen ihres Geschmacks, sondern auch wegen der Transparenz, die sie bieten.

Wer regional einkauft, entscheidet sich bewusst für Nähe und Nachvollziehbarkeit. Herkunft wird greifbar, Landwirtschaft sichtbar. Für viele Verbraucher ist der Einkauf regionaler Produkte Ausdruck eines verantwortungsvollen Umgangs mit Lebensmitteln und zugleich eine Möglichkeit, die heimische Landwirtschaft zu unterstützen.



WENIGER VERPACKUNG, mehr Klarheit



Auch beim Thema Verpackung zeigt sich ein wachsendes Bewusstsein. Viele Verbraucher bevorzugen unverpackte oder verpackungsarme Ware. Der Trendreport beschreibt eine Rückbesinnung auf natürliche, wenig verarbeitete Lebensmittel und eine zunehmende Skepsis gegenüber stark verarbeiteten Produkten.

Unverpackte Ware ermöglicht Transparenz: Qualität, Frische und Beschaffenheit sind auf einen Blick erkennbar. Gleichzeitig steht sie für einen bewussteren Umgang mit Ressourcen. Der Wunsch nach weniger Verpackung ist Teil eines größeren Trends hin zu Einfachheit, Klarheit und Vertrauen.

BIO-QUALITÄT als Ausdruck von Verantwortung



Parallel zur Regionalität gewinnt auch Bio-Qualität weiter an Bedeutung. Bio steht laut Trendreport für klare Standards, natürliche Erzeugung und einen bewussten Umgang mit Ressourcen. Viele Verbraucher verbinden Bio-Produkte mit Vertrauen und Verlässlichkeit, gerade in einer Zeit, in der Informationen rund um Ernährung allgegenwärtig sind.

Auffällig ist dabei: Bio wird zunehmend als selbstverständlicher Bestandteil des Einkaufs betrachtet, nicht als Ausnahme. Der Trendreport zeigt, dass nachhaltige und klimafreundliche Ernährung für viele Menschen nicht mehr mit Verzicht verbunden ist, sondern mit Genuss und Selbstfürsorge. Wer Bio wählt, tut dies häufig sowohl aus gesundheitlichen Gründen als auch aus Überzeugung für Umwelt und Landwirtschaft.

Besonders überzeugend wirkt Bio dort, wo es mit regionaler Herkunft zusammenkommt. Diese Kombination verbindet ökologische Verantwortung mit Frische und stärkt das Vertrauen in die Erzeugung vor Ort.

NATÜRLICH ESSEN, selbst zubereiten



Festzustellen ist zudem eine wachsende Sehnsucht nach natürlichen Lebensmitteln und handwerklicher Qualität. Viele Menschen kochen wieder häufiger selbst, achten auf kurze Zutatenlisten und bevorzugen frische, unverarbeitete Produkte. Essen soll wieder nachvollziehbar sein, ohne komplizierte Erklärungen oder lange Zutatenverzeichnisse.

Diese Entwicklung geht Hand in Hand mit dem Wunsch nach Kontrolle und Selbstbestimmung. Verbraucher möchten wissen, was sie essen, und bewusst auswählen, was auf den Teller kommt. Regionale Produkte, Bio-Qualität und unverpackte Ware unterstützen genau diesen Ansatz.



BEWUSST GENIESSEN ohne Dogmen



Auffällig ist: Der neue Umgang mit Ernährung ist weniger ideologisch geprägt als früher. Der Trendreport zeigt, dass flexible, pflanzenbetonte und nachhaltige Ernährungsweisen zunehmen, ohne dass auf Genuss verzichtet wird. Statt strenger Vorgaben stehen individuelle Entscheidungen im Vordergrund.

Essen soll Freude machen, alltagstauglich sein und zum eigenen Lebensstil passen. Regionale und hochwertige Lebensmittel bieten dafür eine gute Grundlage. Sie lassen sich vielseitig einsetzen und unterstützen eine ausgewogene Ernährung ohne Zwang.

STÄRKE regionaler Erzeuger



Für regionale Erzeugerbetriebe bedeutet dieser Wandel eine große Chance. Ihre Produkte erfüllen genau die Erwartungen, die Verbraucher heute an gute Lebensmittel stellen: Frische, Qualität, Herkunft und Vertrauen. Der Pfalzmarkt steht dabei für eine enge Verbindung zwischen Erzeugung, Vermarktung und Verbrauchern. Die Nachfrage nach regionalen, nachhaltig erzeugten und hochwertigen Lebensmitteln ist kein kurzfristiges Phänomen. Sie ist Ausdruck eines bewussteren Umgangs mit Ernährung, und ein klares Bekenntnis zu Qualität aus der Region.

Das erste heimische Frischgemüse der neuen Saison kommt aus der Pfalz

MIT BUNDZWIEBELN

beginnt die neue Freiland-Saison in Deutschland

Traditionell handelt es sich bei der knackigen Bundware um das erste Frischgemüse der neuen Saison, das in Deutschland im Freiland geerntet wird.



Damit die auf den Bundzwiebelanbau spezialisierten Betriebe im Gemüsegarten Pfalz den Handel und die bundesweiten Verbraucher täglich mit frischen Bundzwiebeln beliefern können, wird von März bis in den Oktober und November hinein jeden Tag auf Bestellung knackfrisch geerntet. In Summe wachsen in der Pfalz Saison für Saison rund 350 Mio. Bund des vielseitigen Superfoods. Die jährliche Anbaufläche liegt zwischen 2.000 bis 2.500 Hektar und macht die Pfalz zum unangefochtenen Europameister im Bundzwiebelanbau.

IM SOMMER AUSGESÄTE FRÜHLINGSZWIEBELN SIND BOTANISCH WINTERZWIEBELN

Die Allgemeinheit verwendet die Namensbezeichnungen Schlotten, Bund-, Frühling-, Winter- oder Lauchzwiebeln meist deckungsgleich. Was viele Verbraucher überrascht: Die Bund- oder Frühlingzwiebeln, die jetzt in der Pfalz geerntet werden, wurden bereits ab Sommer des vergangenen Jahres über mehrere Wochen zeitlich versetzt ausgesät. Da sie über den Winter auf den Feldern in der Pfalz stehen, werden sie auch als Winterzwiebeln bezeichnet. Deren Ernte läuft ab Anfang März bis Mitte Juni täglich im Gemüsegarten Pfalz. Winter- und Sommerzwiebeln unterscheiden sich in Geschmack und Aussehen. Botanisch ist die Winterzwiebel tatsächlich eine weiße Speisezwiebel, die sehr eng in Reihe kultiviert wird. Die Ernte erfolgt, bevor diese die typische Zwiebelkugel ausbildet. Bei den Sommerzwiebeln, die wir schon wieder für die Ernte ab Mitte Juni im Gemüsegarten Pfalz ausbringen, handelt es sich hingegen um eine Kreuzung aus Lauch und Zwiebel.



NAH UND NACHHALTIG

Die frühe Ernte erfordert Zeit und Fingerspitzengefühl. Die Selektion beginnt bei der Ernte: Vom kalten Winter verfärbte Spitzen und die äußeren Blätter werden per Hand entfernt. Gebündelt werden sie – je nach Kunden- und Gewichtsvorgabe – meist als Fünfer- oder Achter-Bund direkt auf dem Feld.

Im Gegensatz zur Auslandsware, die vorwiegend aus Nordafrika über Tausende Kilometer und mehrere Tage via Seetransport und Lkw nach Deutschland impor-

tiert wird, bieten Frühlingzwiebeln aus dem Gemüsegarten Pfalz nachhaltige Qualitäts- und Frischevorteile: Direkt nach der Ernte wird die knackfrische Bundware in den Betrieben vor Ort gewaschen, auf die gewünschte Vermarktungslänge gebracht, in Mehrwegkisten verpackt und dann direkt per Kühl-Lkw zu den Großmärkten und Verteilzentren der bundesweiten Supermärkte transportiert. Meist sind die früh am Morgen geernteten Bundzwiebeln bereits wenige Stunden später auf der Autobahn. Als Frischeplus landen sie also in Rekordzeit im Handel.



Im Team geben die Europameister im Bundzwiebelanbau jetzt wieder Vollgas: Damit der Handel und die bundesweiten Verbraucher das erste Frischgemüse aus heimischem Freilandanbau nachhaltig genießen können, werden Bundzwiebeln jetzt täglich bis in den Oktober und November im Gemüsegarten Pfalz geerntet. Mit einer Anbaufläche von bis zu 2.500 Hektar in der Saison ist die Pfalz das Anbauggebiet Nummer 1 in Europa.

HEIMISCHER ANBAU SICHERT FRISCHE, VERSORGUNGSSICHERHEIT UND VERBRAUCHERPREISE

Mit dem Erntestart in der Pfalz endet die markt- und preisbeherrschende Monopolstellung, die ausländisches Frischgemüse über die Wintermonate innehatte. Das erste Freilandgemüse aus heimischem Anbau ist nicht nur frischer und schneller im Handel. Der Gemüseanbau in Deutschland sorgt auch für weniger Abhängigkeit und mehr Versorgungssicherheit – und als Wettbewerber im Markt für günstige Einkaufspreise für den Handel. Dass rund 80 Prozent des deutschen Anbaus im besonders milden Klima der Pfalz erfolgen, unterstreicht die besondere Rolle und Bedeutung, die der Gemüsegarten Pfalz als bundesweit einmaliges „Wachstums-Cluster“ für die nachhaltige Versorgung Deutschlands mit erntefrischem Obst und Gemüse spielt.

UNFAIRER WETTBEWERB: NACHHALTIGER ANBAU WIRD MIT HOHEN ZUSATZKOSTEN BELEGT

Im Hinblick auf die Versorgungssicherheit müsste man deutsches Obst und Gemüse besonders wertschätzen und den heimischen Anbau unterstützen und fördern. Politisch geschieht seit Jahren genau das Gegenteil. Ein aktuelles Beispiel ist die

gesetzlich verordnete Anhebung des Mindestlohns zum 1. Januar 2026 auf 13,90 €, der ausnahmslos auch für Saisonarbeitskräfte aus dem europäischen Ausland gilt – die jedoch nur wenige Wochen im Jahr in Deutschland arbeiten und deswegen ihren Lohn brutto für netto erhalten. Dr. Christian Stoermer, Geschäftsführer der Gemüsegarten Pfalz Management GmbH, sagt: „Da viele Saisonkräfte meist auch Kost und Logis erhalten, sind sie – anders als festangestellte Mitarbeiter – von den hohen Lebenshaltungskosten so gut wie gar nicht betroffen. Aufgrund des hohen Personalbedarfs bei der Ernte stellt die abermalige Anhebung des Mindestlohns den Obst- und Gemüseanbau in der Pfalz vor enorme wirtschaftliche und organisatorische Herausforderungen. Im Vergleich zum EU-Ausland, wo es entweder gar keinen oder wesentlich niedrigere Mindestlohngrenzen gibt, führt dies zu einer massiven Wettbewerbsverzerrung und Benachteiligung des heimischen Anbaus!“

EIN SUPERFOOD MIT WERTVOLLEN INHALTSSTOFFEN

Die leistungsstarken Obst- und Gemüsebau-Betriebe aus dem Gemüsegarten Pfalz beliefern in der Saison den LEH und die bundesweiten Verbraucher mit Top-Qualität und Auswahl, die hinsichtlich Frische und Nachhaltigkeit nur mit dem eigenen Anbau

im Hausgarten vergleichbar ist. Bundzwiebeln aus der Pfalz sind ein echtes Superfood, das dank der kurzen Wege und unschlagbaren Frische besonders viele wertvolle Inhaltsstoffe beinhaltet. Im Vergleich zu normalen Zwiebeln enthalten Lauchzwiebeln beispielsweise mehr als doppelt so viel Vitamin C. Auch sekundäre Pflanzenstoffe und Ballaststoffe sind in großen Mengen enthalten, weshalb die Bund- und Frühlingzwiebel grundsätzlich auch entzündungshemmend wirken kann. Und sich zusätzlich auch besonders positiv auf die Darmfitness auswirkt.



News und Aktuelles rund um den Gemüsegarten Pfalz gibt es auch unter [gemuesegarten-pfalz.de](https://www.gemuesegarten-pfalz.de)

PFALZMARKT NEWS

FRUIT LOGISTICA

PFALZMARKT AUF INTERNATIONALER LEITMESSE VERTRETEN

Vom 4. bis 6. Februar 2026 fand in Berlin die 33. Fruit Logistica statt. Die internationale Leitmesse der Obst- und Gemüsebranche brachte erneut Erzeuger, Handel, Dienstleister und Fachbesucher aus aller Welt zusammen und bildete die gesamte Wertschöpfungskette vom Erzeuger bis zum Verbraucher ab. Rund 2.600 Aussteller aus etwa 90 Ländern sowie Fachbesucher aus mehr als 150 Nationen nahmen an der Messe teil.

Als Mitglied der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO) präsentierte sich der Pfalzmarkt wie in den Vorjahren am Gemeinschaftsstand der BVEO. Die Messe bot gute Möglichkeiten, bestehende Kontakte zu pflegen und neue potentielle Geschäftspartner kennenzulernen.

Im Fokus standen Gespräche mit Vertretern des Lebensmitteleinzelhandels, mit Erzeugern und Genossenschaften sowie mit Pressevertretern und Anbietern von Verpackungs- und Kennzeichnungslösungen. Die zeitliche Lage der Fruit Logistica vor dem Saisonauftakt erwies sich erneut als ideal, um Produktneuheiten vorzustellen und konkrete Absatzgespräche zu führen.



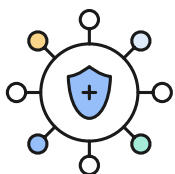
GRÜNE WOCHE 2026



Pfalzmarkt tageweise auf dem DRV-Gemeinschaftsstand vertreten

Im Rahmen der Grünen Woche 2026 in Berlin war der Pfalzmarkt tageweise auf dem Gemeinschaftsstand des Deutschen Raiffeisenverbandes (DRV) vertreten.

Die Grüne Woche gilt als zentrale Plattform für den Austausch der Land- und Ernährungswirtschaft und bringt genossenschaftliche Unternehmen, Politik, Verbände und Öffentlichkeit zusammen. Der Auftritt bot Gelegenheit zum Dialog über aktuelle Themen der Branche sowie zur Präsenz der genossenschaftlichen Erzeugerorganisationen im politischen und fachlichen Umfeld der Messe.



Schulungen zu Informationssicherheit und Risikomanagement

Ausgehend von der neuen NIS-2-Richtlinie fand eine Schulung der Abteilungsleiter und Mitarbeiter zur Informationssicherheit statt. NIS-2 ist in Deutschland seit dem 6. Dezember 2025 in Kraft. Das Gesetz umfasst strengere Anforderungen an die Cybersicherheit für Unternehmen und Behörden, die die EU-Richtlinie NIS-2 umsetzen. Dazu wurde eine Informationssicherheitsleitlinie (ISL) herausgegeben, die den Rahmen und die strategische Ausrichtung der Informationssicherheit in der gesamten Organisation festlegt, um die eigenen Ziele und die Anforderungen der NIS-2-Richtlinie zu erfüllen.

ALLGEMEINE ZIELSETZUNG VON INFORMATIONSSICHERHEIT IST:

- Bewusstsein für Informationssicherheit in der gesamten Organisation schaffen
- Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften
- Einhaltung von Verträgen und Lieferzusagen
- Wahrung der Persönlichkeitsrechte von Mitarbeitenden, Geschäftspartnern und Kunden
- Funktionale Sicherstellung der Aufgabenerledigung zur Erfüllung der Geschäftsprozesse
- Schutz der Verfügbarkeit von IT-Systemen, Diensten und Informationen
- Vermeidung von Ansehensverlust beziehungsweise Imageschaden der Organisation
- Vermeidung materieller Schäden
- Kontinuierliche Verbesserung der Prozesse rund um die Informationssicherheit

Diese Ziele werden durch die Einführung eines Informationssicherheitsmanagementsystems (ISMS) konsequent umgesetzt und laufend evaluiert, überwacht und bei Bedarf verbessert.



Daneben ist effektives Risikomanagement entscheidend für die langfristige Stabilität und Rentabilität eines Unternehmens. Es ermöglicht eine proaktive Reaktion auf potenzielle Bedrohungen und fördert eine transparente Unternehmenskultur, die das Vertrauen von Investoren und Kunden stärkt. Darüber hinaus hilft es, regulatorische Anforderungen zu erfüllen und sich an unvorhergesehene Veränderungen anzupassen. Risikomanagement ist damit ein zentraler Bestandteil der Unternehmensführung, der es Unternehmen ermöglicht, Risiken effektiv zu steuern und gleichzeitig Chancen zu nutzen. Bei Pfalzmarkt gehen wir das Thema Risikomanagement noch aktiver und zukunftsorientierter an: Auf Abteilungsleiterebene wurde bereits mehrfach durch die AWADO Agrar- und Energieberatung GmbH zum Thema geschult. Im Februar ist der Einsatz einer neuen Software CRISAM® zur Dokumentation gestartet. CRISAM® ist eine methodenbasierte GRC-Standardlösung für die Bereiche des Enterprise-Risk-Management, Information-Risk-Management, Datenschutzmanagement sowie Compliance & Policy-Management.

BUNDMÖHREN – das Multitalent in der Küche

Möhren sind nicht nur gesund, sondern auch echte Alleskönner. Ihr süßlich-milder Geschmack und die knackige Konsistenz machen sie zu einem Liebling in der Küche. Ob pur, als Beilage oder in kreativen Rezepten – Bundmöhren sind ein echtes Multitalent, das in keiner Küche fehlen darf.

Einfach gewaschen und in Stifte geschnitten sind Möhren der perfekte Snack für zwischendurch, ob unterwegs oder abends vor dem Fernseher. Mit einem leichten Kräuter-Dip oder Hummus werden sie zum gesunden Genuss, der satt macht und Energie liefert.

Roh und fein geraspelt mit einem Spritzer Zitronensaft, etwas Olivenöl und frischen Kräutern entsteht ein klassischer Möhrensalat. Mit einer süßlichen Sahnesauce schmeckt Möhrensalat besonders Kindergaumen. Wer es ausgefallener mag, kombiniert Möhren mit Äpfeln, Walnüssen und einem Joghurt-Dressing.

Als Beilage zu Fleisch- oder Fischgerichten sind Möhren ein Klassiker. Gedünstet in etwas Butter und mit einer Prise Muskat verfeinert, bringen sie Farbe und Geschmack auf den Teller. Ein Geheimitipp für alle, die es cremig und farbenfroh mögen: Einfach ein paar Möhren mit den Kartoffeln kochen und gemeinsam pürieren. Das Ergebnis ist ein samtiges Püree mit feiner Süße und leuchtendem Orange.

Als besondere Beilage die Möhren längs halbieren, mit Olivenöl und Gewürzen marinieren und auf den Grill legen. Oder im Ofen mit Honig und Thymian karamellisieren – außen leicht knusprig, innen zart und aromatisch.

Möhren sind auch die Basis für viele Klassiker wie cremige Möhrensuppe mit Kokos und Ingwer oder als farbenfrohe Komponente in herzhaften Currys. Sie bringen Süße und Struktur in jedes Gericht. Möhren sind sogar im Dessert ein Star! Der berühmte Karottenkuchen ist der beste Beweis: saftig, würzig und mit Zuckerglasur einfach unwiderstehlich.

DAS REZEPT:

Orientalische Bundmöhren-Pasta mit Honig, Mandeln, Rosinen und Schafskäse

ZUBEREITUNG:

Die Bundmöhren schälen und in grobe Stücke schneiden, die Zwiebel in Streifen und die Knoblauchzehe fein hacken.

Die Mandelblättchen in der Pfanne gold-braun rösten und zur Seite stellen.

Nun die Möhren mit den Zwiebeln, dem Knoblauch und dem Olivenöl anschwitzen, die restlichen Zutaten dazugeben und etwa acht Minuten leicht köcheln lassen.

Zwischenzeitlich die Bandnudeln bissfest kochen und zum Gemüse dazugeben.

Mit Salz und Pfeffer abschmecken und anschließend mit gerösteten Mandeln und dem gewürfelten Schafskäse bestreuen.

Guten Appetit!
Ihr Jürgen Schleicher



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

Zutaten für 4 Personen:



600 g Bundmöhren

1 rote Zwiebel

1 Knoblauchzehe

100 g Mandelblättchen

4 EL Olivenöl

1 EL Honig

1/2 TL Kreuzkümmel

Grobes Meersalz

Pfeffer aus der Mühle

125 ml Orangensaft

100 ml Gemüsebrühe

400 g Bandnudeln

250 g Schafskäse