

Pfalzmarkt Journal

Ausgabe 2/2024

Das Mitgliedermagazin der Erzeugergemeinschaft Pfalzmarkt



Michael und Tobias Zapf
im Erzeugerporträt

Nachfolge im Familienbetrieb

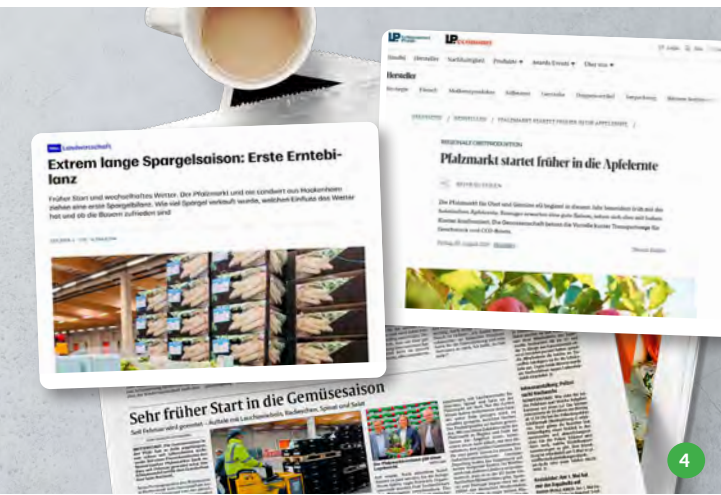
Die Pressearbeit des
Pfalzmarkts mit Social Media

Pfalzmarkt macht Schlagzeilen

Das Kontrollsystem entlang
der Produktions- und Lieferkette

Qualitätsmanagement

PfalzMarkt



INHALT

PFALZMARKT MACHT SCHLAGZEILEN
Die Pressearbeit des Pfalzmarkts mit Social Media 4

ERZEUGERPORTRÄT
Nachfolge im Familienbetrieb 8
 Michael und Tobias Zapf



QUALITÄTSMANAGEMENT
Das Kontrollsystem entlang der Produktions- und Lieferkette 10

NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN
Power vom Dach – Start einer der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen der Pfalz 13

CO₂-BILANZ UND REDUKTIONSZIELE
Aktueller Stand der Nachhaltigkeitsvorhaben 14



PFÄLZER TOPSELLER
Pak Choi 15

SERVICE
Ihre Ansprechpartner im Vertrieb und in der Logistik 16

PFALZMARKT NEWS 18

SPITZENREZEPTE FÜR SPITZENGEMÜSE
Lauch-Käse-Suppe mit Crème fraîche und Hackfleisch 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



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

.....
 Vorstandssekretariat



Nachhaltig in die Zukunft!

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Image regional erzeugter Produkte fördern und der Branche eine Stimme geben: Das ist die Aufgabe der Pressearbeit, die Marketingleiterin Judith Beicht in Print, Digital und Social Media vorantreibt. Der Pfalzmarkt hat in diesem Jahr erneut unter anderem im SWR Fernsehen, im ZDF, der Rheinpfalz, dem Mannheimer Morgen und in Fachpublikationen von sich reden gemacht. Damit erfüllen wir kontinuierlich unser Ziel, die Bekanntheit der Marke Pfalzmarkt zu steigern.

Seit Juli dieses Jahres verantworten Enrique Sabbione und Janina Gein das umfangreiche Aufgabengebiet des Qualitätsmanagements. Mit einem Team von neun Mitarbeitern in der Qualitätssicherung und zwei Mitarbeitern in der Anbauüberwachung tun sie alles dafür, dass der Pfalzmarkt sichere Lebensmittel liefern kann. Welche Lebensmittelsicherheitsstandards und Zertifizierungen das sind, und wie die Produkte in der Wareneingangskontrolle überprüft werden, lesen Sie im Beitrag auf den Seiten zehn bis 13.

Ebenfalls seit Juli ist die Photovoltaikanlage auf dem Hallendach des neuen Logistikzentrums schrittweise in Betrieb gegangen und läuft inzwischen



zu 100 Prozent. Es ist eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen der Pfalz. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zu nachhaltigem Wirtschaften; der größte Anteil der Emissionen entsteht jedoch nicht in unserem direkten Einflussbereich, sondern in der gesamten Lieferkette. Dafür bauen wir derzeit ein umfangreiches Berichtswesen auf. Mit der Wesentlichkeitsstudie hat das Qualitätsmanagement bereits einen ersten Meilenstein erreicht. Voraussichtlich ab 2026 wird es über den Grad der unternehmerischen Nachhaltigkeit berichten. Es bleibt spannend!

Eine interessante Lektüre
wünschen Ihnen

Reinhard Oerther
Vorstand Vertrieb

Hans-Jörg Friedrich
Vorstand Verwaltung

Pfalzmarkt macht Schlagzeilen

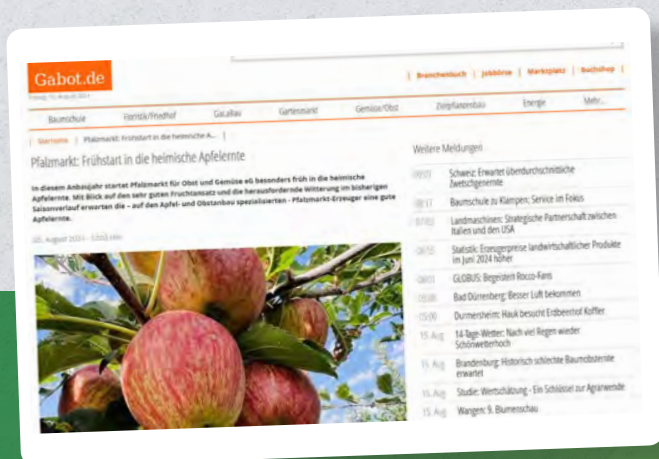
Menschen für regionale Produkte begeistern, ein positives Image bei Politikern aufbauen, potenzielle Mitarbeiter ansprechen: Es gibt viele gute Gründe, PR in eigener Sache zu machen. Der Pfalzmarkt nutzt hierfür eine Vielzahl an Medien – und ist dabei sehr erfolgreich, wie ein Querschnitt der Veröffentlichungen zeigt.

Der Pfalzmarkt und seine Erzeugerbetriebe sind ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in der Region. Sie versorgen Menschen in ganz Europa mit gesunden, nachhaltig produzierten Lebensmitteln. Sie machen mehr als 200 Millionen Euro Umsatz pro Jahr, schaffen Arbeitsplätze für viele Menschen und investieren in der Pfalz. Dennoch ist die Marke Pfalzmarkt noch nicht jedem bekannt.

Wichtiges Ziel: Bekanntheit steigern

Judith Beicht, Marketingleiterin bei Pfalzmarkt, ist seit 2018 dabei, dies durch intensive Pressearbeit und Beiträge auf den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen zu ändern.

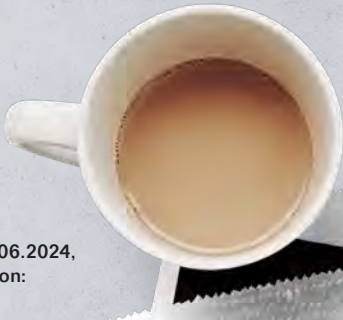
„Wir wollen mit unseren Leistungen und Produkten im Gemüseanbau in der Pfalz deutschlandweit und auch über die Grenzen hinaus gesehen und gehört werden, Wertschätzung für unsere Produkte erfahren, Transparenz für Verbraucher und Konsumenten schaffen und unsere Interessen gegenüber der Politik und dem Handel vertreten“, erklärt sie. Die regelmäßige Präsenz in der Tagespresse und in den sozialen Medien steigere den Bekanntheitsgrad des Pfalzmarktes und trage zu einer positiven Wahrnehmung des Unternehmens bei, sagt Beicht.



Gabot, 05.08.2024, Frühstart in die heimische Apfelernte



Fruchthandel-Magazin, 26.04.2024, Start Frischgemüse Saison 2024



Mannheimer Morgen, 13.06.2024, Extrem lange Spargelsaison: Erste Erntebilanz

Lebensmittel Praxis, 02.08.2024, Pfalzmarkt startet früher in die Apfelernte

Landwirtschaft

Extrem lange Spargelsaison: Erste Erntebilanz

Früher Start und wechselhaftes Wetter. Der Pfalzmarkt und ein Landwirt aus Hockenheim ziehen eine erste Spargelsaison. Wie viel Spargel verkauft wurde, welchen Einfluss das Wetter hot und ob die Bauern zufrieden sind

13.6.2024 • VON ALENA KOHN



Sehr früher Start in die Gemüsesaison

Seit Februar wird geerntet – Auftakt mit Lauchzwiebeln, Radieschen, Spinat und Salat

VON GISELINA HOFFMANN

Beim Preisergebnis der Pfalzmarkts in Mitterstadt zum Saisonauftakt...



Die Meile 4 im Mitterstädter Pfalzmarkt: der moderne Überschlagsplatz für Pflücker Gemüse.

„Es gibt seit Jahren einen Trend in Mitterstadt zum Saisonauftakt...

Der Pfalzmarktvorstand gibt einen Lagebericht

Der Vorstand des Pfalzmarkts...

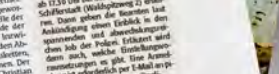


Der Pfalzmarktvorstand gibt einen Lagebericht.

Der Vorstand des Pfalzmarkts...

Informationspolitik

Die Pfalzmarkt für Obst und Gemüse...



Die Pfalzmarkt für Obst und Gemüse...

Die Pfalzmarkt für Obst und Gemüse...

Weiterhin geteilte Meinungen über geplantes Baugebiet

Am Donnerstag auf der Tagesordnung des Schifferstadter Stadtrats...

Die Rheinpfalz, 27.04.2024, Sehr früher Start in die Gemüsesaison

Die Rheinpfalz

Spargel 2024: „Die längste Saison aller Zeiten“



Die Qualität war sehr gut dieses Jahr, doch so ganz und Erzeuger mit der Spargelsaison nicht zufrieden.

Die Rheinpfalz, 19.06.2024, Fazit Spargelsaison 2024



Reinhold Dörner (Vorstand Vernetzt) und Hans-Jörg Friedrich (Vorstand Vernetzt) von der Pfalzmarkt eG: Die Pfalzmarkt eG startet mit neuen Investitionen in die Zukunft

Jahres der Partnerschaften in der Pfalzmarkt eG...

Advertisement for 'Große Klasse! In Frische, Vielfalt, Schnelligkeit' featuring Pfalzmarkt logo and product images.

Freshplaza Primeur, Fruit Logistica 2024 Edition, Februar 2024

Starke Präsenz in vielen Medien

Für Pressemitteilungen nutzt das Kommunikations-Team Tageszeitungen wie die Rheinpfalz oder den Mannheimer Morgen, Internetportale zum Thema Gartenbau, aber auch die Fachpresse wie das Fruchthandel-Magazin oder die Lebensmittel Praxis, die sich an den Handel richten. Und umgekehrt kommen die Medien regelmäßig auch auf den Pfalzmarkt zu, berichtet Beicht: „Wir liefern Presse und Medien auf Anfrage wichtigen Input für ihren Auftrag der Information und Meinungsbildung in der Gesellschaft. Davon profitieren wir auch.“ Mit dieser Kommunikation soll das Image heimisch

erzeugter Produkte gezielt gefördert und der Branche eine Stimme gegeben werden. „Medienkanäle wie ARD, ZDF, SWR und RTL besuchen regelmäßig unsere Betriebe, ernten mit, verfolgen das Produkt vom Feld bis in unsere Hallen“, führt Beicht aus.

Auf Social-Media-Plattformen wie Instagram erscheinen vom Pfalzmarkt außerdem die beliebten Erntereif-Videos, 5 Fakten über Gemüse und Obst oder Koch-Rezept-Videos mit Anatol Elert, dem Betreiber des Turmrestaurants Ludwigshafen und Genussbotschafter des Pfalzmarktes. Beicht ist überzeugt, dass von einer positiven Presse neben dem Pfalzmarkt auch die Erzeuger profitieren: „Mit unserer Arbeit verstärken wir den Trend zu regionalen Produkten, sichern unsere Umsätze und zeigen gleichzeitig, wie modern und leistungsfähig die landwirtschaftlichen Betriebe unserer Region sind.“



SWR Doc Fischer berichtet über die Spinaternte und rund um das Produkt.

SWR Doc Fischer, 15.05.2024



Das ZDF Mittagsmagazin berichtet live aus unseren Hallen über die Abläufe im Pfalzmarkt vom Acker bis auf den Teller.

ZDF Mittagsmagazin, 31.07.2024

„Mit unserer Pressearbeit tragen wir zu einer positiven Wahrnehmung des Pfalzmarktes bei.“

JUDITH BEICHT



Zu den beliebtesten Formaten auf Instagram gehören die Koch-Rezept-Videos mit Anatol Elert und die Erntereif-Videos.



Mit appetitanregenden Fotos, spannenden Fakten über Obst und Gemüse sowie Kurzvideos zu unterschiedlichsten Themen ist Pfalzmarkt seit 2018 auf Instagram präsent.

ERZEUGER-PORTRÄT

Nachfolge im Familienbetrieb

Es war vorhersehbar, dass Tobias Zapf einmal in die Fußstapfen seines Vaters Michael treten würde: Der heute 20-Jährige hat schon immer auf dem Hof mit angepackt, erst in den Schulferien als Aushilfe, seit seinem Ausbildungsbeginn als Landwirt im Jahr 2020 dann in Vollzeit. Vor zwei Jahren schloss er die Ausbildung ab, seinen Meister will er jetzt auch noch machen: Im Herbst beginnt der Meisterkurs in der Berufsschule Neustadt.

Dass Vater und Sohn als Zweierteam gut funktionieren, wissen beide ganz genau. „Ein Zweierteam waren mein Vater – also Tobias Großvater – und ich vorher schon, bis er vor acht Jahren verstorben ist“, berichtet Michael Zapf. Als sein Sohn sich entschied, diesen Berufsweg einzuschlagen, freute er sich sehr. Michael Zapf steht voll hinter der Entscheidung seines Sohne; trotz aller Unwägbarkeiten und Schwierigkeiten, denen man als Landwirt und Schwierigkeiten, denen man als Landwirt zwangsläufig begegnet: „Den Beruf macht man entweder mit Herzblut, oder man macht ihn gar nicht.“

Die Aufgaben des neuen Vater-Sohn-Gespans sind auf dem Hof klar verteilt: Tobias Zapf ist draußen in der Produktion, um die Mitarbeiter kümmern sich Michael Zapf und seine Schwester, die das Büromanagement innehat. „Bei uns war es schon immer so, dass die Jüngeren erstmal raus mussten und sich die Hörner abrennen. Das macht den Jungen auch mehr Spaß“, erklärt Michael Zapf lachend. Draußen kümmert sich Tobias etwa um die Feld-Vorbepflanzung und die Bewässerung, aber auch schon um einen Teil der Vermarktung über den Pfalzmarkt. „Ich kenne alle Verkäufer beim Pfalzmarkt. Das funktioniert sehr gut“, meint Tobias Zapf.

Durch die vielfältige Art der Obst- und Gemüsekulturen gibt es auf dem Hof nicht nur saisonal, sondern über das ganze Jahr hinweg etwas zu tun.

Insgesamt sind mit den Saisonarbeitern rund 130 Menschen auf dem Hof in Kandel beschäftigt. Auf 30 Hektar werden weißer, grüner sowie violetter Spargel angebaut. Verschiedene Kohllarten – Spitz-, Rot-, Weiß- und Chinakohl – sind das zweitstärkste Erzeugnis des Hofmarkts. Auf den Obstplantagen wachsen Zwetschgen und Äpfel, wobei die Familie Zapf die Apfelproduktion sukzessive reduziert hat und inzwischen mehr auf Zwetschgen setzt. Der Wettbewerb beim Apfelanbau sei groß, erklärt Zapf. Bei den Zwetschgen sei hingegen nur wenig Handarbeit und wenig Pflanzenschutz erforderlich. Unter dem Strich habe sich der Kultur-Umbau gelohnt, den er in den vergangenen zehn bis zwanzig Jahren betrieben habe. Seit Kurzem liefert die Familie Zapf auch Salate an den Pfalzmarkt. „Wir haben leichte, sandige Böden und können deshalb sehr früh – schon Mitte Februar – den ersten Salat pflanzen“, erklärt Michael Zapf.

„Den Beruf macht man entweder mit Herzblut, oder man macht ihn gar nicht.“

Michael Zapf

Seit dem Winter ist der Hofmarkt Zapf als Spargel-Schälbetrieb für den Pfalzmarkt zertifiziert: Der Spargel anderer Erzeuger wird beim Pfalzmarkt abgeholt, auf dem Hof in Kandel geschält, verpackt und dann zurück zum Pfalzmarkt gebracht, der ihn von dort an seine Kunden verschickt. „Das haben wir dieses Frühjahr zum ersten Mal gemacht, und es kam sehr gut an. Wir haben uns entschieden, für die nächste Saison noch eine größere Schälmaschine zu kaufen, um den Bedarf zu decken“, sagt Michael Zapf.

NAMEN: Michael und Tobias Zapf
 ORT: Kandel
 PRODUKTE: Spargel, Kohl, Zwetschgen, Äpfel, Salat
 KONTAKT: info@hofmarkt-zapf.de



QUALITÄTSMANAGEMENT

Das Kontrollsystem entlang der

„Alle Menschen haben ein Recht auf sichere Lebensmittel“. Dieser Leitsatz ist sicherlich leichter gesagt als getan, denn Wörter reichen heute nicht mehr aus, um die Menschen in Sicherheit zu wiegen. Deshalb müssen nicht nur wir als Genossenschaft, sondern alle Akteure entlang der Wertschöpfungskette beweisen, dass alles Erdenkliche getan wird, um sichere Lebensmittel liefern zu können.

Als Teil der Lebensmittelbranche kommt der Genossenschaft ein hohes Maß an Verantwortung zu teil, weshalb umfangreiche Anforderungen an die Herstellung und Handhabung der Waren gestellt werden. Im Verlauf der Jahre sind jedoch Umfang und Komplexität dieser Anforderungen stetig angewachsen, weswegen objektive Lebensmittelsicherheitsstandards in der Branche Einzug gehalten haben. Diese vereinheitlichen die verschiedenen gesetzlichen und privatwirtschaftlichen Vorgaben und dienen zur Standardisierung der Unternehmensabläufe. So kön-

nen die Prozesse systematisch überwacht und bewertet werden, welches wiederum den Beweis für die Einhaltung aller Vorgaben liefert. Für dieses umfangreiche Aufgabengebiet ist unter anderem das Qualitätsmanagement zuständig.

Die Zertifizierungen

Die zwei wichtigsten zertifizierten Standards für die Genossenschaft sind der IFS Wholesale und der QS Großhandel, welche von den wichtigsten Kunden gefordert werden und auf den Prinzipien des *Codex alimentarius* der Vereinten Nationen und dessen sieben Grundsätzen



Die Mitarbeiter des Qualitätsmanagements (v. l. n. r.): Mohamad Khair Alshami, Jürgen Seitz, Michal Smietana, Dmytro Tymofiev, Kai Fischer

Produktions- und Lieferkette

des HACCP-Konzeptes fußen. Weitere implementierte Standards sind QS Bündler, QS FIAS, EU-Bio, Naturland und diverse Regionalzeichen, welche Mindestvorgaben zu Personalmanagement, Rückverfolgbarkeit, Umgang und Kennzeichnung ökologisch sowie regional erzeugten Produkten machen. Alle diese Standards unterliegen jährlichen Kontrollen und werden in verschiedenen Audits geprüft.

Farm-to-Fork

Ein Kernelement der Lebensmittelsicherheit ist die Gewährleistung der gesetzlich vorgeschriebenen

Rückverfolgbarkeit der Ware auf Chargenebene, welche in beide Richtungen gegeben sein muss: Vom Feld zum Kunden und wieder zurück. Dafür wird die Ware am Anfang ihrer Vermarktung mit einer spezifischen Kennzeichnung ausgestattet. Mit den verschiedenen Angaben auf den Paletten-Begleitscheinen und den Etiketten kann dieser Verpflichtung nachgegangen werden.

Die Wareneingangskontrolle

Alle Produkte werden von den qualifizierten und sehr erfahrenen Mitarbeitern der Qualitätssiche-

rung stichprobenartig und risikoorientiert überprüft. Als Bewertungsgrundlage dienen gesetzlich sowie wirtschaftlich festgelegte Vermarktungsnormen und Spezifikationen. Im Wesentlichen geht es um die Feststellung der Vermarktungsfähigkeit der Ware, die in Grundzügen unbeschädigt, gesund, frei von Schädlingen und sauber sein muss. Darüber hinaus werden die produkttypischen Klasseneigenschaften, die Kennzeichnung und die Temperatur kontrolliert. Wird bei der Wareneingangskontrolle ein Problem mit einem Produkt erkannt, informieren



(Teamleiter Halle 4), Tobias Neuber, Peter Steig, André Waack (Teamleiter Halle 1)



die Mitarbeiter der Qualitätssicherung alle relevanten Bereiche und die Erzeuger.

Im ständigen Austausch

Kommt es beispielsweise zu Schwierigkeiten bei der Vermarktung eines Produktes oder zu Problemen bei der Zertifizierung der Erzeuger oder zu Rückstandsabweichungen, wird

das Qualitätsmanagement für den Informationsaustausch zwischen allen Beteiligten eingebunden. Auch für viele andere Angelegenheiten und neue Vorhaben, wie zum Beispiel das große Themenfeld der Nachhaltigkeit, ist das Qualitätsmanagement eine bedeutende Anlaufstelle im Unternehmen. Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stehen auf

vielen Ebenen mit Engagement und Kompetenz im Austausch nicht nur mit anderen Unternehmensbereichen, sondern auch mit Erzeugern, Kunden, Zertifizierungsstellen und Standardgebern, Laboren, Fachverbänden, Beratern, Behörden und Institutionen.

Enrique Sabbione und Janina Gein verantworten das Qualitätsmanagement



Zwei für den Job fachlich sehr gut aufgestellte und erfahrene Mitarbeiter verantworten seit Juli dieses Jahres das umfangreiche Aufgabengebiet des Qualitätsmanagements: Enrique Sabbione als Leiter und Janina Gein als Stellvertretung. Enrique Sabbione ist seit 2018, Janina Gein seit 2021 im Qualitätsmanagement beschäftigt. Sie übernehmen die Arbeit von Beate Speth, welche zwar im Juli ihren wohlverdienten Ruhestand erreicht hat, aber weiterhin tatkräftig in Teilzeit zur Verfügung steht. Vervollständigt wird das Team durch insgesamt neun Mitarbeiter der Qualitätssicherung und zwei Mitarbeiter der Anbauüberwachung, Klaus Selinger und Felix Grenzmann.



NACHHALTIGES WIRTSCHAFTEN

Power vom Dach – Start einer der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen der Pfalz



Das ist die Photovoltaikanlage auf dem Hallendach des neuen Logistikzentrums:

- Eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen der Pfalz
- 3,2 Megawatt in der Spitze
- Rund 15.000 Quadratmeter Fläche
- 7.334 Module mit einer Einzelleistung von 415 Watt Peak
- Seit Juli 2024 schrittweise in Betrieb und läuft mittlerweile zu 100 Prozent
- Ab 2025 ist die Verwendung von nur noch Öko-Strom geplant
- Für 2026 eine zusätzliche Erweiterung mit Batteriespeicher



CO₂-BILANZ UND REDUKTIONSZIELE

Aktueller Stand der Nachhaltigkeitsvorhaben



Die CO₂-Bilanz des Unternehmensverbundes für das Geschäftsjahr 2022 ist abgeschlossen: Das gesamte operative Geschäft hat Emissionen in Höhe von etwa 98.554 Tonnen CO₂ verursacht. Das entspricht etwa dem jährlichen Durchschnittsausstoß von 9.188 Bundesbürgern oder 19.784 Flugreisen in die Karibik. 7,6 Millionen Buchen müssten gepflanzt werden, um dieses Ausstoßvolumen ausgleichen zu können. Dabei wurden nicht nur die direkt verursachten Emissionen des Unternehmensverbundes ermittelt, sondern auch die der gesamten vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette.



„Zusammenfassend hat die ganzheitliche Datenerhebung bei den Jungpflanzenbetrieben begonnen und bei den Verladerampen unserer Kunden aufgehört“, erklärt Enrique Sabbione, Leiter des Qualitätsmanagements, der auch Nachhaltigkeitsbeauftragter des Unternehmensverbundes ist. Jede einzelne Tätigkeit, jedes eingesetzte Material, jede gefahrene Strecke, wurde in minutiöser Arbeit erhoben, auf die erforderlichen Werte umgerechnet und zusammengeführt. Die erhobenen Daten wurden im Anschluss durch ein auf diesem Gebiet spezialisiertes und erfahrenes Partner ausgewertet und eingeordnet.

Als bedeutenden Akteur in der Branche werden nun Maßnahmen erforderlich: Angemessene Reduktionsziele müssen definiert, eine damit verbundene Strategie erarbeitet und eine regelmäßige Zielüberwachung implementiert werden. „Herausfordernd dabei ist die Tatsache, dass der Handlungsspielraum jenseits unserer Verladerampen enorm eingeschränkt ist und im Wesentlichen nicht unter unserem Einfluss steht“, sagt Sabbione, „deshalb werden sich die Reduktionsmaßnahmen im ersten Schritt auf unseren Einflussbereich beschränken.“ Da der größte Anteil der Emissionen jedoch in der Lieferkette entsteht, ist es eine Frage der Zeit, bis sich auch die Pfalzmarkt-Lieferanten mit diesem wichtigen Themenkomplex befassen müssen.

Die Pfalzmarkt baut derzeit ein zusätzliches, umfangreiches Berichtswesen auf, um europäisches und nationales Recht umzusetzen; voraussichtlich ab dem Jahr 2026 muss

vollumfänglich über den Grad der unternehmerischen Nachhaltigkeit für das jeweilig zurückliegende Geschäftsjahr berichtet werden. Der Aufbau der gesamten Berichtsstruktur wird durch europäische Standards vorgegeben. Sie definieren, welche Informationen erhoben und in welchem Umfang über diese berichtet werden muss. Aufgrund der starken nationalen und internationalen Verflechtung des Pfalzmarktes sowie dessen vielfältiger Tätigkeitsfelder erstreckt sich der Betrachtungshorizont weit über unsere Region hinaus und entlang komplexer Wertschöpfungsketten. Dies erweitert den Umfang der Betrachtung, verglichen mit einem rein lokal operierenden Unternehmen, um ein Vielfaches.

Zu Beginn des Jahres wurden die mit dieser Aufgabe eingebundenen Mitarbeiter fachlich befähigt und das Tätigkeitsfeld der Genossenschaft und ihren Strukturen genau definiert und abgesteckt. Dies war Grundvoraussetzung für die erfolgreiche Durchführung des darauffolgenden Arbeitspaketes und ersten Meilensteins: die Wesentlichkeitsstudie. „Im Verlauf der Sommermonate wurden die verschiedensten ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wirkungsmechanismen beleuchtet, die sich durch unsere Unternehmung entlang der Wertschöpfungsketten entfalten und wiederum von außen auf uns einwirken“, erläutert Sabbione. „Diese Informationen werden uns Auskunft darüber liefern, welche Risiken und Chancen von besonderer Bedeutung für uns alle sind und wie ein Trichter den enormen Datenhorizont weiter eingrenzen.“

PfalzMarkt

Pfälzer Topseller:

Diesmal: **Pak Choi**

Pak Choi erinnert mit seiner zarten, leicht nussigen Geschmacksnote auch ein wenig an Mangold. Pak Choi (auch Senfkohl, Bok Choy, Paksoi, Blätterkohl) bildet lockere Köpfe mit weißen Stielen und grünen Blättern, die in Aussehen und Form dem Mangold ähneln. Das Gemüse ist mit dem Kohl verwandt, es handelt sich aber um ein Blattgemüse.

Verwendung: Gedünstet in der Pfanne bietet sich die Kombination aus Pak Choi, Zwiebeln, Knoblauch und Ingwer an, abgelöscht mit Gemüsebrühe. Dazu die Wurzelenden abschneiden, waschen und längs halbieren oder vierteln. Die kleinere Variante Mini Pak Choi muss nicht geschnitten sondern meist nur halbiert werden.

Verkaufsmengen
pro Jahr:

1,4 Mio. Kg

Saisonzeitraum:

**Mai bis
November**



SERVICE

Ihre Ansprechpartner im Vertrieb

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

BEREICHSLÉITUNG

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



EXPORT

Pfalz Fresh



Ulrike Malisch

☎ 06231/408-123
☎ 0176/10 408 123

✉ u.malisch@pfalzmarkt.de



Holger Schmitt

☎ 06231/408-119
☎ 0176/10 408 119

✉ h.schmitt@pfalzmarkt.de



Jonathan Schmitt

☎ 06231/408-120
☎ 0176/10 408 120

✉ j.schmitt@pfalzmarkt.de



Josiane Rolland

☎ 06231/408-128
☎ 0176/10 408 102

✉ j.rolland@pfalzmarkt.de

MUTTERSTADT



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



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



Manfred Weber

☎ 06231/408-118
☎ 0151/14 008 200

✉ mp.weber@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



Bärbel Gamber-Mees

☎ 06231/408-354
☎ 0176/10 408 356

✉ b.gamber-mees@pfalzmarkt.de

MUTTERSTADT



Vitor Hugo Da Mota

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



Annika Andreykowitsch

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

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

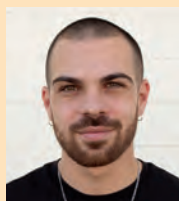
☎ 06231/408-161
 ☎ 0176/10 408 112
 ✉ j.kober@pfalzmarkt.de



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



Christiane Braunert

Sendungserfassung
 Palettenverwaltung

☎ 06231/408-480



Daniel Wehrle

Disposition National

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

PFALZMARKT NEWS

PRESSEINFORMATION:

Positive Entwicklung nach Neustrukturierung der Tochtergesellschaften

Jahresbilanz 2023: Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG wächst und beliefert immer nachhaltiger den Markt

Mutterstadt, 26. September 2024

Für das abgeschlossene Geschäftsjahr 2023 präsentiert Pfalzmarkt für Obst und Gemüse eG eine gute Jahresbilanz. Anbauseitig konnten die 90 aktiven Pfalzmarkt-Erzeuger den natürlichen Erntevorsprung der Pfalz nutzen und den Handel gewohnt früh, verlässlich und nachhaltig mit frischem Obst und Gemüse aus Deutschlands größtem zusammenhängenden Freilandanbaugelände für Frischgemüse beliefern!

Inflationsbedingte Preissteigerungen haben 2023 Verbraucher verunsichert

Im Hinblick auf inflationsbedingte Kosten- und Preissteigerungen und eine daraus resultierende Verunsicherung und anfängliche Kaufzurückhaltung bei frischem Obst und Gemüse auf Kunden- und Verbraucherseite zeigt sich das Vorstandsteam bei Pfalzmarkt eG „mehr als zufrieden mit der starken Teamleistung, die über das Gesamtjahr 2023 erzielt werden konnte!“

Erfolgsbaustein: Pfalzmarkt eG erfüllt Kundenanforderungen noch flexibler!

Einen weiteren wichtigen Erfolgsbaustein bildete die Neustrukturierung bei Pfalzmarkt eG: Um Prozesse einheitlicher zu gestalten und zugleich noch flexibler und gezielter auf die Anforderungen von Kunden und Handelspartnern auszurichten – sowie parallel innerbetriebliche Verrechnungen zu vereinfachen – wurden die bisherigen fünf Tochtergesellschaften auf nur noch eine verschmolzen. Zudem erfüllt Pfalzmarkt eG ab dem Geschäftsjahr 2023 veränderte Bilanzierungsvorgaben. So ist es beispielsweise erforderlich, nicht mehr nur den Saldo, sondern den kompletten Leergutumsatz in der Bilanz auszuweisen. Dies führt dazu, dass – als deutliche Veränderung gegenüber der bisherigen Bilanzierungspraxis – künftig ein deutlich höherer Gesamtumsatz ausgewiesen werden muss.

Gesamtumsatz steigt – aufgrund Bilanzierungsvorgaben – auf 339,6 Mio. Euro

Der Gesamtumsatz, den Pfalzmarkt eG nach den neuen Bilanzierungsvorgaben mit Waren und Dienstleistungen erzielen konnte, betrug 339,6 Mio. Euro. Im Vergleich zum Geschäfts-

jahr 2022 (252 Mio. Euro) konnte der Umsatz, der ebenfalls nach den neuen Bilanzvorgaben ausgewiesen ist, nochmals deutlich gesteigert werden. Lässt man den genannten Buchungseffekt unberücksichtigt, weist Pfalzmarkt eG beim reinen Warenumsatz mit frischem Obst und Gemüse, der im abgelaufenen Geschäftsjahr bei 171,9 Mio. Euro (2023) lag, ein Plus von 16,7 Mio. Euro gegenüber 2022 (155,2 Mio. Euro) aus.

„Strategische Ausrichtung zum Ganzjahresanbieter trägt Früchte!“

Hans-Jörg Friedrich, Vorstand für Organisation und Verwaltung, sagt: „Die strategische Ausrichtung von Pfalzmarkt eG vom Saison- zum Ganzjahresanbieter trägt schrittweise immer mehr Früchte!“ Reinhard Oerther, Vorstand Vertrieb, ergänzt: „Gerade im Dienstleistungs- und sogenannten 12-Monatsgeschäft wächst Pfalzmarkt eG – dank der hervorragenden Frischekompetenz und der zentralen Lage – nachhaltig. Da wir auf die sich verändernden Kundenanforderungen eingehen, freut es uns besonders, dass Pfalzmarkt eG auch abseits des Kerngeschäfts mit frischem Obst und Gemüse aus der Pfalz als Ganzjahresansprechpartner und Lösungsanbieter wahrgenommen und gewertschätzt wird!“

Handelsplattformen bewegen 226.000 Tonnen frisches Obst und Gemüse

Traditionell liegt der Schwerpunkt von Pfalzmarkt eG auf Frischgemüse aus der Pfalz. Gemessen am Warenumsatz liegt der Anteil der Angebotssparte Obst – analog zum Vorjahr – bei etwa 4 Prozent. 2023 wurden 226.000 Tonnen Obst und Gemüse über die beiden Handelsplattformen in Hatzenbühl und Mutterstadt bewegt. Diese Menge liegt rund 13 Prozent über dem Vorjahresniveau von 200.000 Tonnen (2022). Zum Stichtag am 31. Dezember 2023 lag der Jahresüberschuss der Pfalzmarkt eG bei 403.000 Euro. 2022 hatte Pfalzmarkt eG einen Jahresüberschuss von 1,4 Mio. Euro verzeichnet. Die Anzahl der Beschäftigten bei Pfalzmarkt eG wurde mit 200 Mitarbeitern, darunter neun Azubis, konstant gehalten. Mit Peter Neff und Andreas Günther wurden anbauseitig zwei neue Pfalzmarkt-Erzeuger gewonnen.

Pfalzmarkt eG investiert 10 Mio. Euro in nachhaltige Versorgungssicherheit

Um die Versorgungssicherheit von Handel und Verbrauchern aus dem Gemüsegarten Deutschlands nachhaltig sicherzustellen, hat Pfalzmarkt eG 2023 rund 10 Mio. Euro investiert. Etwa 50 Prozent der Investitionssumme wurde in die zweite Ausbaustufe eines der europaweit größten und modernsten Vermarktungszentren für frisches Obst und Gemüse investiert. Um die 30.000 qm große und durchgängig gekühlte „Drehscheibe für Frischgemüse“ zukunftssicher und nachhaltig mit erneuerbarer Energie zu versorgen, wurde mit 15.000 qm eine der größten Dachflächen-PV-Anlagen in der erweiterten Region installiert. Weitere Investitionsschwerpunkte bildeten die E-Mobilität für Lager- und Flurförderfahrzeuge sowie die Unterstützung der Erzeugerbetriebe bei der Modernisierung des Maschinenparks in den Bereichen Landtechnik und Verpackung.

140 verschiedene Obst und Gemüsesorten sind über die Saison im Angebot

Frühzeitigkeit und Top-Qualität sind zwei Alleinstellungsmerkmale, die Pfalzmarkt eG und den Gemüsegarten Pfalz bundesweit einmalig machen: Weil die Pfalz – als traditionelle Gunstlage für den Obst- und Gemüseanbau – beste Voraussetzungen für

natürliches Wachstum bietet, konnte auch 2023 – in Abhängigkeit vom Ernte- und Saisonverlauf – bis zu drei Wochen früher mit der heimischen Ernte begonnen werden, als dies anderswo in Deutschland möglich war.

TOP-3 bei „Erntefrisch aus der Pfalz“: Bundzwiebel, Radieschen, Bundmöhren

Dass sich die bundesweiten Verbraucher sehr gerne aus dem Gemüsegarten Deutschlands bedienen, zeigt die Angebotsvielfalt: Von A wie Apfel bis Z wie Zwiebel hat Pfalzmarkt eG rund 140 verschiedene Frischeprodukte mit über 15.000 verschiedenen Artikelvarianten im Programm. Zu den „TOP 3“ bei den Frischgemüsen zählten 2023 bei Pfalzmarkt eG: Bundzwiebeln (62 Mio. Bund), Radieschen (48 Mio. Bund) sowie Bundmöhren (26 Mio. Bund).

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

FRUIT ATTRACTION 2024



Anfang Oktober nahm der Pfalzmarkt zum zweiten Mal an der Fruit Attraction in Madrid teil

Die Erzeugergemeinschaft stellte sich wieder im Deutschen Pavillon, einem Gemeinschaftsstand des Bundesministeriums für Landwirtschaft und Ernährung, als starkes Anbaugelände und als starker Vertriebspartner im europäischen Handel vor. Die Fruit Attraction ist wichtiger Treffpunkt der Obst- und Gemüsebranche weltweit. Die Veranstaltung war mit 2.100 Ausstellern aus aller Welt wieder sehr gut besucht. Wir konnten zahlreiche Ansprechpartner des Pfalzmarktes und Interessierte an unserem Stand begrüßen.

Betriebsjubiläum



Voll Dankbarkeit haben wir im August unseren langjährigen Mitarbeiter Gerhard Schweigert geehrt. Seit 1974 ist Gerhard im Unternehmen. Er arbeitete schon für die Genossenschaft, als diese noch der Obst- und Gemüsegroßmarkt in Schifferstadt war, und ist seit jeher Wegbegleiter für die Weiterentwicklung des Unternehmens. Wir bedanken uns bei Gerhard Schweigert für die langjährige Betriebszugehörigkeit und freuen uns, dass er auch die Zukunfts-Themen der kommenden Jahre mit seiner Expertise begleiten wird.



V.l.n.r.: Hans-Jörg Friedrich, Gerhard Schweigert, Reinhard Oerther



Vielseitiges Nährstoff- wunder

Lauch, auch Porree genannt, hat beim Pfalzmarkt das ganze Jahr über Saison. Ursprünglich stammt Lauch aus dem östlichen Mittelmeerraum. Heute wird er weltweit angebaut und ist auch in unseren Breiten ein beliebtes Gemüse. In der Küche ist Lauch äußerst vielseitig einsetzbar. Die weißen Teile eignen sich hervorragend für Suppen, Quiches und Aufläufe. Die grünen Blätter können in feine Streifen geschnitten und als Beilage zu Fleisch oder Fisch serviert werden. Vor der Zubereitung sollte der Lauch gründlich geputzt werden. Auch gesundheitlich hat Lauch einiges zu bieten: Er ist reich an Vitaminen wie C, E und K sowie Mineralstoffen wie Kalium und Calcium. Besonders hervorzuheben ist der hohe Gehalt an Inulin, einem Ballaststoff, der gut für die Darmflora ist.



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



Serviervorschlag

Zutaten für 4 Personen:

- 3 Stangen Lauch
- 800 ml Rinderbrühe/Gemüsebrühe
- 100 ml Weißwein
- 300 g gemischtes Hackfleisch
- 250 g Schmelzkäse
- 150 g Crème fraîche
- 1/2 Zwiebel
- 1 Knoblauchzehe
- Öl, Salz & Pfeffer aus der Mühle, geriebene Muskatnuss



DAS REZEPT:

Lauch-Käse-Suppe mit Crème fraîche und Hackfleisch

Zubereitung:

Das Hackfleisch in Öl scharf anbraten, mit Salz & Pfeffer würzen. Den Lauch waschen und in kleine Ringe schneiden. Die geschälte Zwiebel mit dem Knoblauch in kleine Würfel schneiden und mit dem Lauch einige Minuten mit anbraten. Das Ganze mit dem Weißwein ablöschen, mit der Brühe auffüllen und bei kleiner Flamme köcheln lassen.

Danach den Schmelzkäse und die Crème fraîche untermischen, bis eine sämige Konsistenz entsteht. Mit Salz & Pfeffer abschmecken und mit ofenfrischem Baguette servieren.

Guten Appetit!
Ihr Jürgen Schleicher