



Pressemitteilung vom 17.11.2011

Der Kunde ist König - Marketing im Spargelanbau

Fachtagung des Gartenbauzentrums Bayern Mitte

Fürth - Unter dem Motto „Der Kunde ist König“ fand der diesjährige Spargeltag des Gartenbauzentrums Bayern Mitte am 10.11.2011 in Zirndorf statt. Fachreferenten informierten über Werbung und Marketing im Spargelanbau, die Züchtung neuer Spargelsorten sowie Frischhaltung durch High tec-Folien. Fachaussteller boten Informationen über Pflanzenschutzmaßnahmen, Bewässerung, Düngung, Jungpflanzenbezug sowie Aufbewahrung und Frischhaltung von Spargel. Die Veranstaltung war mit etwa 60 Tagungsgästen sehr gut besucht.

Nach der Begrüßung durch Horst Krehn, Leiter des Amtes für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Fürth, stellte Dr. Horst zum Eschenhoff, Landwirtschaftskammer Niedersachsen, Konzepte einer erfolgreichen Direktvermarktung vor. Gut sichtbare Schilder am Straßenrand, Werbefahnen, kreativ gestaltete Verkaufsstände sowie besonders eindrucksvolle Hofläden signalisieren dem Kunden Saisonalität sowie Genuss und Lebensstil der Delikatesse Spargel. Wochenendveranstaltungen und besondere Attraktionen für Kinder, wie z. B. Spielplätze vor Ort oder eine Kinderzeitschrift, locken Familien und ihren Nachwuchs zu den Betrieben. Ebenso sollten separate Stände in Shopping-Malls oder in Gemüseabteilungen von Supermärkten zur optimalen Betriebspräsentation genutzt werden. Entscheidend ist dabei der Faktor Personal: Nur gut geschultes und vor allem freundliches Verkaufspersonal garantiert zufriedene Kunden. Zum Eschenhoff betonte die Notwendigkeit einer gut strukturierten und umsichtigen Vorausplanung für eine erfolgreiche Spargelsaison. Der rechtzeitige Planungsbeginn im Herbst des Vorjahres und eine Saisonauswertung seien essentiell. Im Zuge zunehmender Internetnutzung betonte Prof. Dr. Georg Ohmayer, Hochschule Weihenstephan-Triesdorf, die Bedeutung des Internetmarketings. Heutzutage solle jeder

Seite 1 von 3

Betrieb eine eigene Homepage besitzen; informativ und lebendig, aber nicht mit Informationen und Bildern überhäuft. Zur Vermeidung langer Ladezeiten von Webseiten müsse Bilddatenmaterial komprimiert werden. Ohmayer stellte zudem die Verwendung von Cookies sowie Banner- und Partner-Werbung über sogenannte Klick-Buttons vor. Beim Versand von Newslettern an Kunden sei die persönliche Ansprache besonders wichtig. Den Hauptsuchbegriff in den Domainnamen zu integrieren, beschleunige das Gefundenwerden über Suchmaschinen, so Ohmayer. Aufwendiger sei der Betrieb eines Online-Shops; er erfordere die Verknüpfung mit einem bestehenden Warenwirtschaftssystem, eine professionelle Warenpräsentation sowie eine einfache Benutzerstruktur und verschiedene Zahlungsmöglichkeiten.

Die Entstehung einer neuen Spargelsorte erläuterte Dr. Torsten Hartmann von der Südwestdeutschen Saatzucht. Neben den Grundlagen der Spargelvererbung und der „normalen“ Fortpflanzung der Spargelpflanzen, erläuterte Hartmann die Züchtung einer männlichen Hybride. Diese entstehe aus einem sog. „Supermännchen“ und einem normalen Spargelweibchen durch Bienen- oder Handbestäubung. Ein „Supermännchen“ erhält man durch Selbstung von Andromonözyten (männliche Spargelpflanzen mit zwittrigen Blüten) oder durch biotechnische Methoden. Um besondere Sorteneigenschaften, z. B. hohen Ertrag oder hohe Stangenstärke, zu erhalten, wird die Linienzüchtung verfolgt. Somit sind die Eltern reine Linien, also reinerbig und erzeugen gleiche Nachkommen mit 100 % gleichen Eigenschaften wie sie selbst. Allerdings, so Hartmann, dauere die Entwicklung einer neuen Spargelsorte mindestens 10 Jahre, meist sogar länger und erfordere daher viel Geduld und Ausdauer.

Über die Haltbarkeitsverlängerung von Obst und Gemüse berichtete Christian Konrad, Geschäftsführer der Firma „Peakfresh“. Im Zuge zunehmender Abfallberge durch weggeworfene Lebensmittel entwickelte die Firma „Peakfresh“, Hauptsitz in Adelaide (Australien), spezielle Folien. Die „Peakfresh“-Folie ist eine „Modified Atmosphere Packaging-Folie“ (MAP-Folie), die sich für Obst und Gemüse sowie Pflanzen und Schnittblumen eignet. Bestehend aus LD-Polyethylen wird diese in einem speziellen Verfahren mit natürlichen Mineralien versetzt. Durch ihre hohe Permeabilität können Ethylen und andere schädliche Gase problemlos entweichen. Somit verzögert sich, ohne Einsatz von CO₂ oder anderen Schutzgasen, die Fruchtreife, die Entstehung von Feuchtigkeit sowie das damit verbundene Bakterienwachstum. Die Folien sind 100 % recyclebar und auch für biologische Produkte zugelassen. Dadurch leistet „Peakfresh“ einen positiven Umweltbeitrag und trägt zur Nachhaltigkeit und dem Abbau von „Food Waste“ bei, so Konrad.

Im Anschluss stellten drei Spargelbetriebe ihre Höfe und Vermarktungskonzepte vor. Der Betrieb Wölfel in Eckental produziert Spargel und Erdbeeren, die hauptsächlich ab Hof, zu einem geringen Anteil an die Gastronomie und an ein regionales Einzelhandelsgeschäft verkauft werden. Der Spargelhof Schwarzbeck in Lehrberg bei Ansbach produziert auf 8,5 ha Spargel und zusätzlich verschiedene Obstarten. Der Hauptabsatz erfolgt über einen Hofladen und das „Regionalbuffet“, einem Zusammenschluss regionaler Produzenten. Ein geringer Spargelanteil geht in den Einzelhandel. Die Homepage der IG Regionalbuffet Franken wird vom Betrieb Schwarzbeck für eine Präsentation des Hofes genutzt. In Großweingarten am Brombachsee produziert der Obsthof Walther neben verschiedenen Obstarten auch Spargel, der zu einem Drittel ab Hof und zu einem weiteren Drittel über die „Marktgemeinschaft Rother Spargel“, Kaufland, Metro und Edeka verkauft wird. Der restliche Spargel wird von der Gastwirtschaft „Zum Schnapsbrenner“, die der Frau des Betriebsinhabers gehört, abgenommen. Ein weiterer Betriebszweig ist eine Destille, so dass bei Familie Walther drei Betriebsteile das Einkommen sichern.

Mit einer abschließenden Diskussionsrunde endete der Spargeltag 2011.