

4. Produkttag Spargel am 25. Januar 2011 in Weichering



Im Landgasthof Vogelsang in Weichering trafen sich am 25. Januar 2011 rund 85 interessierte Erzeuger und Vermarkter, Händler und Verbandsvertreter sowie Berater zum 4. Produkttag Spargel der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft, um sich über die aktuellsten Spargelthemen zu informieren und auszutauschen.

Spargel ist nach Bärlauch das erste heimische Saison Gemüse, das auf unseren Märkten und in den Hofläden angeboten wird und nach dem langen Winter die wärmere Jahreszeit einleitet. Die zarten Stangen mit den geschmackvollen Köpfen lassen sich mit vielen anderen heimischen Lebensmitteln wie Schinken, Kartoffeln, Eiern und Butter bestens kombinieren.

Dies sind gute Voraussetzungen für eine verbraucherorientierte, wettbewerbsfähige und qualitativ hochwertige Erzeugung von Spargel. Der 4. Produkttag Spargel der LfL sollte diesen Aspekten Rechnung tragen und stellte deshalb das Thema „Erfolgreiche Spargelvermarktung unter psychologischen Gesichtspunkten“ zur Diskussion. Im Mittelpunkt standen neue Vermarktungsstrategien, die künftig eine wichtige Rolle einnehmen könnten, z. B. Marketing durch geschützte Herkunftsangaben, Angebotsvielfalt durch sortenbedingte Geschmacksunterschiede sowie Akzeptanz des Spargels als gesundheitsförderndes Lebensmittel. Erstmals wurde dabei auch das Thema Spargelsensorik aufgegriffen.

Nach dem Wegfall der speziellen EU-Vermarktungsnorm für Spargel wurden überdies die im Jahr 2010 beobachteten Auswirkungen auf das Angebot und die Preise analysiert und bewertet. Im Bereich der Anbau- und Erntetechnik wurden erste Ergebnisse und Entwicklungstendenzen des im Frühjahr 2010 gestarteten bayerischen Forschungsprojektes mit dem Spargelvollernter KIRPY präsentiert. Mit diesem Projekt soll festgestellt werden, inwieweit der KIRPY eine Erhöhung der Wirtschaftlichkeit im Spargelanbau auch für kleinere und mittelgroße Spargelbaubetriebe ermöglicht.

Begrüßung und Eröffnung

Jakob Opperer, Präsident der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft

Der Präsident der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft begrüßte die zahlreichen Teilnehmer aus der bayerischen Spargelwirtschaft, dem Handel und den staatlichen Behörden und stellte die Inhalte des 4. Produkttages Spargel in einer kurzen Übersicht vor. Da in Bayern in mehreren Gebieten Spargel angebaut und als regionale Spezialität angeboten wird, bestärkte er die heimischen Spargelerzeuger in ihrem „innerbayerischen Wettbewerb“ um höchste Spargelqualität, da es für die Bewerbung von bayerischem Spargel keine besseren Maßnahmen gäbe als authentische Herkunft und hohe Qualität. Als mögliche Impulsgeber für Qualitätsverbesserungen nannte Präsident Opperer Beratung und Austausch sowie Veranstaltungen wie den Produkttag Spargel.

Spargel erfolgreich vermarkten – eine Analyse aus ernährungspsychologischer Sicht

Dr. med. Thomas Ellrott, Institut für Ernährungspsychologie an der Georg-August-Universität Göttingen

Dr. med. Ellrott legte in seinem Vortrag anschaulich die Auswahlmotive der Verbraucher beim Einkauf von Lebensmitteln dar. Abgeleitet von diesen Auswahlmotiven verdeutlichte er, welche Eigenschaften des Spargels und der damit verbundenen Esskultur bei der Vermarktung verwendet werden können, um den Konsumenten gezielt anzusprechen. Angelehnt an neueste Studienergebnisse wurden dazu Erkenntnisse über die Entwicklung des Einkaufsverhaltens präsentiert und deren Bedeutung für eine erfolgreiche Spargelvermarktung erläutert. In diesem Zusammenhang riet der Referent, Geschmack und Genuss, Saisonalität und Regionalität sowie insbesondere Frische bei der Vermarktung zu betonen. Die positiven, ernährungsphysiologischen Aspekte des Spargels sollten dagegen beim Einkauf und für den Verzehr nur ergänzend beworben werden, da Begriffe wie "Gesundheit" und "richtige Ernährung" derzeit nicht mit der Genussorientierung der Konsumenten harmonieren.

Fachbeitrag von Dr. med. Thomas Ellrott  - (16 Folien, 1,4 MB)

Geschmacksunterschiede bei Spargel – Anleitung zur Spargelsensorik

Dr. Detlef Ulrich, Julius Kühn-Institut Quedlinburg, Bundesforschungsinstitut für Kulturpflanzen

Geschmack ist ein komplexer Sinneseindruck der fünf Sinne Sehen, Riechen, Schmecken, Hören und Fühlen. Wann gekochter Spargel dem Durchschnittsverbraucher gut schmeckt und welche optimalen Verhältnisse und speziellen Kombinationen von Textur (Faserigkeit, Bissfestigkeit), Bitterkeit, Süße und Aroma er aufweisen muss, damit er zu einem außergewöhnlichen Geschmackserlebnis wird, erforschen Dr. Detlef Ulrich und seine Mitarbeiter am Julius Kühn-Institut in Quedlinburg. Diese Aromaanalytik, bei der Aromaprofile zur Entschlüsselung des Geschmacks erstellt werden, hat wesentliche Erkenntnisse zur Qualitätsforschung bei Spargel beigetragen, da sie objektive Kriterien für die sensorische Qualität (Sortendifferenzierung, Kulturbedingungen, Lagerung usw.) liefern kann.

Fachbeitrag von Dr. Detlef Ulrich  - (11 Folien, 1,5 MB)

Spargelvermarktung nach Aufhebung der speziellen Spargelnorm –

Dr. Peter Sutor, Institut für Ernährung und Markt der LfL

Anderthalb Jahre nach Aufhebung der speziellen Spargelnorm berichtete Dr. Peter Sutor über beobachtete Auswirkungen und Folgen der geänderten Regelungen bei der Spargelvermarktung. Erfahrungen aus der Saison 2010 zeigen, dass der Handel von den Erzeugern verstärkt die Anwendung der UNECE-Norm beim Spargel fordert, wohingegen sich im Bereich der regionalen Vermarktung eher die Verwendung der Allgemeinen Vermarktungsnorm durchgesetzt hat. Da bei der Antragstellung für den EU-Schutz als „geschützte geographische Angabe“ sowohl bei Schrobenhausener Spargel als auch bei Abensberger Spargel die UNECE-Norm als Bestandteil der Produktspezifikation angegeben wurde, ist für die Zukunft zu erwarten, dass die UNECE-Norm auch in der Regionalvermarktung vermehrt angewandt wird. Die damit verbundene Preisdifferenzierung ist für die Preisbildung bei hochqualitativem Spargel aus Bayern positiv zu bewerten. Die Analyse der Spargelpreisentwicklung in den letzten Jahren offenbarte auch, dass vor allem zu Beginn der Saison sehr hohe Preise erzielt werden können. Davon möchten viele Spargelerzeuger profitieren, weshalb z. B. beim Anbau immer mehr Wert auf Maßnahmen zur Ernteverfrüfung gelegt wird. Wesentlich ist jedoch die Saisonalität der Produkts Spargel im Auge zu behalten.

Fachbeitrag von Dr. Peter Sutor  - (36 Folien, 1,7 MB)

Der KIRPY im Einsatz – Erste Forschungsergebnisse und neue Entwicklungstendenzen

Martin Schaser, Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau

Peter Strobl, AELF Pfaffenhofen, Außenstelle Schrobenhausen

Martin Schaser und Peter Strobl stellten erste Ergebnisse und Entwicklungstendenzen des im Frühjahr 2010 gestarteten bayerischen Praxisversuchs zum Vergleich von Maschinen- und Handernte bei Spargel sowie zur Analyse und objektiven Beurteilung des Spargelvollernters „KIRPY“ vor. Neben gemessenen Klima- und Bodendaten präsentierten sie vergleichend die Ergebnisse von Spargelerträgen und Erntemengen, Boniturkriterien und Erntequalität sowie Entwicklung von Dammhöhen und –beschaffenheit. Weiterhin wurden beobachtete technische Mängel bei der mechanischen Ernte beleuchtet und entsprechende Lösungsvorschläge erläutert. Im ersten von drei Jahren der geplanten Projektlaufzeit konnte etwa bereits festgestellt werden, dass die maschinelle Ernte keine negativen Auswirkungen auf die Qualität der Spargelstangen hat, der KIRPY jedoch bei Dauerbelastung noch sehr reparaturanfällig ist und Verluste bei der Trennung von Erde und Spargel entstanden, da die Maschengröße der Siebketten zu groß angelegt war. Die Ertragsergebnisse bei der Maschinenernte konnten allerdings nicht befriedigen. Dazu dürfte in erheblichem Maß der Witterungsverlauf der Saison 2010 beigetragen haben. Ungeachtet der hohen Erwartungen wiesen beide Referenten abschließend darauf hin, dass eine objektive Bewertung des Ernteverfahrens erst nach Abschluss des Versuchsvorhabens möglich sei und die bisherigen Ergebnisse nicht als endgültige Ergebnisse betrachtet werden dürften.

Fachbeitrag von Peter Strobl  - (30 Folien, 3 MB)

Geographische Herkunftsangaben bei Spargel gezielt nutzen

Claudia Eberl, Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft e.V.

Claudia Eberl präsentierte das Projekt „Weltgenusserbe Bayern“, das im Juli 2010 von der EU-Kommission als bundesweit bisher einziges Absatzförderungsprogramm für geographische Herkunftsangaben nach der Auflösung der CMA genehmigt wurde. Ziel des Programms ist es, die herkunftsgeschützten bayerischen Spezialitäten "Allgäuer Emmentaler", "Allgäuer Bergkäse", "Bayerisches Bier", "Nürnberger Bratwürste" und "Bayerischen Meerrettich" außerhalb der bayerischen Landesgrenzen durch spezielle Informations- und Absatzfördermaßnahmen noch bekannter zu machen. Die Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft e.V. hat das Projekt angestoßen und gemeinsam mit den jeweiligen Schutzgemeinschaften beantragt. Die erfolgreiche Genehmigung des Konzepts „Weltgenusserbe Bayern“ veranschaulicht, welche Fördermöglichkeiten sich durch den EU-Schutz für geographische Herkunftsangaben eröffnen können und stellt zugleich ein Vorbild zur Antragstellung für weitere bayerische Spezialitäten-Gemeinschaften dar, zu denen auch der Bayerische Spargel gehören könnte.

Fachbeitrag von Claudia Eberl  - (30 Folien, 4,7 MB)



*vorne (v.l.n.r.): Martin Schaser, Christine Holzer, Dr. Detlef Ulrich, Josef Plöckl
hinten (v.l.n.r.): Dr. med. Thomas Ellrott, Hans Höfler, Peter Strobl, Dr. Peter Sutor*