

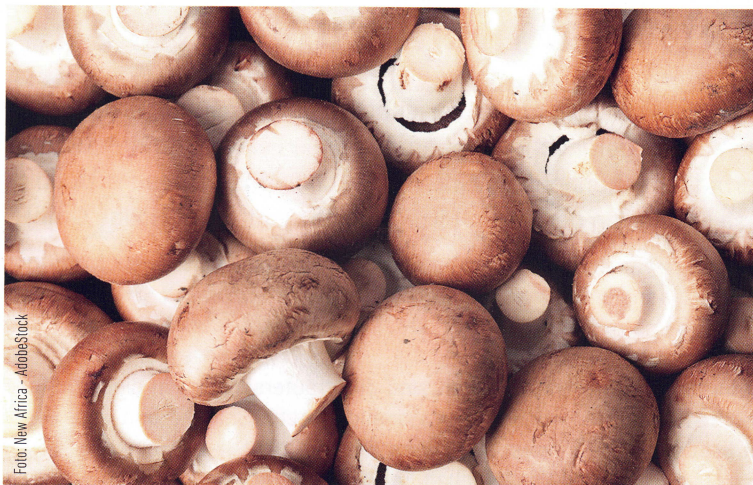
Mangel an braunen Champignons

BDC ► In den vergangenen Wochen ist es in ganz Europa zu teils großen Problemen bei der Produktion von braunen Champignons gekommen. Bei einigen Kulturen, so teilt der Bund Deutscher Champignon- und Kulturpilzanbauer e.V. (BDC) mit, sterben plötzlich kurz vor der Ernte die Fruchtkörper ab.

Diese Vorkommnisse variierten zwischen kleineren, kreisrunden Ertragsausfällen bis hin zu nahezu Totalausfällen von ganzen Kulturen. „Es bleibt zu hoffen, dass die Sortenvermehrter das Übel schnellstmöglich in den Griff bekommen, die Erträge sich wieder stabilisieren und der Mangel am Markt wieder ausgeglichen werden kann“, so der BDC. Bei den weißen Champignons hingegen gestaltete sich die Produktion mit Hinsicht auf die Ausbeute und Qualitäten recht gut. Auch der Absatz von biologisch erzeugten Pilzen habe sich nach dem Einbruch des vergangenen Jahres wieder deutlich positiver entwickelt. Insgesamt seien die deutschen Erzeuger mit dem jetzigen Absatz zufrieden. „Einige Unsicherheit und Sorge bereiten den Betrieben die zunehmende Verknappung und die Verteuerung der Rohstoffe. Dies betrifft besonders die Produzenten der holzbewohnenden Pilzsorten wie beispielsweise Shiitake und Kräuterseitlinge“, heißt es.

Kampagne soll Konsum steigern

Ferner informiert der BDC über eine breit angelegte europäische Werbekampagne, die die Beliebtheit von Kulturpilzen steigern soll. „Alternativen zu Fleisch sind zunehmend im Kommen. Eigentlich treffen Kulturpilze dabei genau den Nerv der Zeit, denn sie sind nachhaltig produziert, gesund und vielfältig einsetzbar. Doch gerade bei den Millennials, also der Generation von 29 bis 41, aber auch bei den noch Jüngeren stehen Pilze nur selten auf dem Einkaufszettel. Avocado, Chia und andere Superfoods laufen ihnen noch immer den Rang ab. Das soll sich



Es wird gehofft, dass sich die Erträge wieder stabilisieren und der Mangel am Markt ausgeglichen werden kann.

nun mit der Werbekampagne ändern“, sagte Susanne Knobloch, Beiratsmitglied (BDC) und Vertretung in der GEPC (Vereinigung europäischer Pilzzüchter). Initiiert, so die Pilzexpertin, wurde die Kampagne von der GEPC, die 1980 von Vertretern aus Frankreich, Deutschland und den Niederlanden gegründet wurde. Inzwischen würden sich unter dem Namen Züchter aus Belgien, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Ungarn, Irland, Italien, den Niederlanden, Polen und Spanien vereinen. Ziel der dreijährigen Kampagne wird es sein, für die Gesundheitsaspekte sowie die Nachhaltigkeit von frischen europäischen Pilzen zu sensibilisieren, um letztlich den Konsum und den Verkauf anzukurbeln.

Die eigens dafür gegründete Untergruppe des GEPC, die GEPC Promo, verfolge zwei Strategien. Zum einen werde eine Sensibilisierungskampagne in den neun Zielländern gelauncht, die den Bekanntheitsgrad und die positive Bewertung von Pilzen, aber auch die Kaufabsicht der Konsumenten erhöhen soll. Zum anderen solle in den vier Hauptmärkten Frankreich, Deutsch-

land, Italien und Spanien mithilfe einer wirtschaftlich konzentrierten Strategie der Absatz von Pilzen gesteigert werden. Zahlreiche Maßnahmen seien geplant. „Dazu zählen eine Werbe-Website und Werbeaktivitäten in den Sozialen Medien. Es soll Öffentlichkeitsarbeit in Zusammenarbeit mit Influencern und Medienpartnerschaften mit Millennials sowie Fachmedien betrieben werden, Events lanciert sowie verschiedene Videos und andere digitale Werkzeuge ins Leben gerufen werden“, so Knobloch. Insgesamt stünden fünf Millionen Euro zur Verfügung, die auf die teilnehmenden Länder verteilt würden. Die EU trage dabei 80 %, der Rest würde von der Industrie finanziert. ●

Wir drucken Etiketten

qualitätsbewusst, serviceorientiert,
zuverlässig und schnell

Telefon: 04142/81 11 20-0
E-Mail: kontakt@elbe-label.de

www.elbe-label.de

ELBE LABEL

Beeindruckende Etiketten