



Pressemeldung

Deutsches Sommergemüse erobert die Hauptstadt!

Gemüsige Walking Acts in Berlin unterwegs: An Berliner Hauptbahnhof, Brandenburger Tor und Alexanderplatz sind Tomate, Gurke, Champignon, Karotte und Paprika mit einem sympathischen Augenzwinkern auf die Straße gegangen, um auf ihre heimischen Qualitäten aufmerksam zu machen und haben zum Kuscheln, Fotografieren oder einfach zum Konsum von mehr heimischem Gemüse eingeladen.

Berlin, 29. August 2019. Achtung „Groß-Gemüse“ auf der Straße hieß es in den letzten Tagen – zur Begeisterung von Berlinern und Berlinbesuchern. Denn in Übergröße und mit einem liebenswerten Augenzwinkern ist das liebste Sommergemüse der Deutschen durch Berlin gezogen. Mit kesseln Botschaften, wie „Lass mich dein Smoothie sein“ oder „Lass mich deine Energiewende sein“ hat es für seine heimischen Qualitäten geworben und dabei weder das Zentrum der Politik, noch touristische Ziele wie Brandenburger Tor bzw. Alexanderplatz oder wichtige Verkehrsknotenpunkte wie den Hauptbahnhof gescheut. Gurke, Tomate, Champignon, Karotte und Paprika haben sich sogar unter die Besucher des Veganen Volksfestes gemischt und beim „Zug der Liebe“ mitgetanzt. Und selbstredend alle Wegstrecken mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurückgelegt!

Regional, saisonal, optimal

Die sympathische Aktion, wurde von der Kampagne „Deutschland – Mein Garten.“ der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO) initiiert, um Verbrauchern die Qualitätsvorteile heimischer Erzeugnisse nahezubringen. Dass die davon eine ganze Menge haben, liegt auf der Hand. Denn was ganz in der Nähe angebaut wird, braucht keine langen Transportwege und hat eine bessere Klimabilanz. Was kurze Transportwege hat, kann reifer geerntet werden und ist schmackhafter. Und was hierzulande angebaut wird, schafft Arbeitsplätze und stärkt die Wirtschaft im ländlichen Raum.

Dr. Christian Weseloh, Geschäftsführer der BVEO, freut sich über die gelungene Aktion: „Die Qualität unserer Gemüse-Produkte ist ebenso exzellent wie ihre Verkaufsargumente. Das hat unser zweibeiniges Sommergemüse wunderbar gezeigt und auch, dass es gute Laune macht!“ Daneben ist Weseloh, genau wie den Geschäftsführern der befreundeten Verbände, die Landwirtschaft als Wirtschaftsfaktor für Deutschland ein wichtiges Anliegen, denn: „Die fin-digen Initiativen und Kampagnen der Verbände stützen die heimischen Landwirte und Gärtner und zeigen die Leistungskraft hiesiger Produkte.“

Gemüse-Land „Deutschland“

Die meisten, heimischen Gemüsearten werden in ganz Deutschland angebaut. Dennoch gibt es so etwas wie Schwerpunkt-Regionen. Bei Salatgurken – 61.000 Tonnen wurden in Deutschland erzeugt* – liegt beispielsweise der Norden, vor allem die Gegend um Papenburg, vorne. Gefolgt vom Westen und der Mitte Deutschlands, dem Süden und dem Osten. Bei den Tomaten liegen dagegen Süd-, West- und Mitteldeutschland klar vorne. Sie bilden die Speerspitze der Tomatenproduktion und haben maßgeblich dazu beigetragen den Appetit der Verbraucher – 103.000 Tonnen stammten aus heimischem Anbau* – zu stillen.

Gemüse-Ranking (Pro-Kopf-Verbrauch 2018)*

1. Tomaten (27,5 kg)
2. Möhren/Karotten (10,6 kg)
3. Zwiebeln (8,7 kg)
4. Gurken (6,5 kg)
5. Weiß- / Rotkohl (5,3 kg)
6. Kopf- & Eisbergsalat (2,5 kg)
7. Wirsing, Chinakohl, Kohlrabi (2,4 kg)
8. Blumen-, Grünkohl, Broccoli (2,1 kg)
9. Bohnen (2,1 kg)
10. Champignons (1,9 kg)

(*Quelle: AMI; BLE; BMEL)

Bildunterschrift Gruppen-Motiv:

Herr Dr. Ehlers (Deutscher Raiffeisenverband), Herr Dr. Stallknecht (Bundesausschuss Obst und Gemüse), Frau Lafuente (Fachgruppe Gemüsebau im Bundesausschuss Obst und Gemüse) und Herr Fleischer (Zentralverband Gartenbau) unterstützen Herrn Dr. Weseloh und die Kampagne "Deutschland - Mein Garten." der Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V.

Copyright: © BVEO

Für alle weiteren Fragen und / oder Bildwünsche können Sie sich gern unter presse@deutsches-obst-und-gemuese.de an uns wenden.

Über „Deutschland – Mein Garten.“

„Deutschland – Mein Garten.“ ist eine Verbraucherkampagne, die über die vielen Frische-, Qualitäts- und Umweltvorteile von Obst und Gemüse aus Deutschland informiert. Ziel ist es, Verbrauchern die heimischen Produkte, deren Saison und ihre Vorzüge näher zu bringen. Initiator der Kampagne ist die Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO).

Kontakt:

Pressebüro deutsches Obst und Gemüse
c/o Pretzlaw Communications
Elke Schickedanz
presse@deutsches-obst-und-gemuese.de
Tel. 030-28 49 78-21
Fax 030-28 49 78-28



Die **Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO)** ist seit 1970 der nationale Zusammenschluss von Erzeugerorganisationen und Einzelunternehmen für Obst und Gemüse. Unter dem gemeinsamen Dach haben die Mitglieder wichtige Kompetenzen gebündelt, um ihr gemeinsames Know-how für die hohen Qualitätsstandards von deutschem Obst und Gemüse einzusetzen. Neben der Organisation von Messe- und Kongressauftritten vertritt der Verband vor allem die politischen Interessen seiner Mitglieder und steuert die PR- und Marketingmaßnahmen.