Artikel vom 07.04.2025 · Ausgedruckt am 13.11.2026, 01:28 Uhr

Online: https://spargel-erdbeerprofi-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/kampagne-fuer-deutschen-spargel-geht-in-die-dritte-runde/

Kampagne für deutschen Spargel geht in die dritte Runde

Deutschland feiert seinen Local Hero. Und das mit Erfolg, denn der 5. Mai ist in vielen Köpfen bereits gesetzt als: TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS. Ein Aktionstag, der im Jahr 2023 vom Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. ins Leben gerufen wurde, um Verbraucher, Handel und Politik nicht nur von der Frische, sondern auch den ökologischen und sozioökonomischen Vorteilen des deutschen Spargels zu überzeugen.

Kampagne für Deutschlands Spitzenklasse

Aktuell läuft der Countdown für die dritte deutschlandweite Spargel-Kampagne, die erneut mit Witz und Charme die „Spitzenklasse aus der Region“ ins Rampenlicht rückt. Wie in den Vorjahren will sie mit vielen regionalen Aktivitäten in Direktvermarktung und Handel sowie zahlreichen Marketing-, PR- und Social-Mediamaßnahmen auf die Qualitäts- und Klimavorteile aber auch die fairen Anbaubedingungen von in Deutschland angebauten Spargel aufmerksam machen. Darunter frische und humorvolle Sprüche und Social-Media-Aktionen die Denkanstöße geben und kleine Überraschungen für Verbraucher wie Gratis-Spargel oder personalisierte Schäler.

Spargelgenuss auf höchstem Niveau

Spargel ist mehr als nur ein Gemüse – Er ist ein Symbol für Frische, Regionalität und den Beginn des Frühlings. Mit 108.000 Tonnen* jährlicher Produktion und einem Selbstversorgungsgrad von rund 85 Prozent* ist er das Paradebeispiel für deutsche Landwirtschaft. Doch die kurze Saison macht ihn zu einem raren und kostbaren Genuss, der gebührend gefeiert werden muss. Der TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS soll nicht nur die Wertschätzung für das heimische Produkt steigern, sondern auch die Verbraucher dazu anregen, bewusster einzukaufen und regionale Erzeuger zu unterstützen.

(*Quelle: AMI, Destatis)

Die Botschaft hinter dem Aktionstag:

DEUTSCHER SPARGEL STICHT ALLES! Das Motto wie auch die Kampagne wurden von der Berliner Agentur „Pretzlaw Communications“ entwickelt und umgesetzt. Mittels kreativer

und pointierter Aussagen wird dabei auf klare Botschaften gesetzt. Zum Beispiel darauf, dass regionaler Spargel nicht nur besser schmeckt, sondern auch nachhaltiger ist. Denn im Vergleich zu Importware mit Tausenden Reisekilometern im Gepäck weist deutscher Spargel eine deutlich bessere CO_2-Bilanz auf. Zudem unterliegt er strengen sozialen und ökologischen Standards – ein Qualitätsmerkmal, das hervorsticht und auf das mit frechen Sprüchen wie „Lieber unseren Local Hero als einen Global Player“ aufmerksam gemacht wird. Die Kampagne soll zeigen: Regionalität ist nicht nur nachhaltig, sondern macht auch viel Spaß.

Quelle: Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V.