Artikel vom 24.05.2023 · Ausgedruckt am 28.11.2026, 03:50 Uhr

Online: https://spargel-erdbeerprofi-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/nationalfeiertag-fuer-spargelfans-erfolgreich-eingefuehrt/

„Nationalfeiertag“ für Spargelfans erfolgreich eingeführt



Viele Spargelbetriebe haben sich mit Posts und Aktionen am Tag des deutschen Spargels beteiligt
Foto: VSSE

Aufgrund der schwachen Nachfrage und niedrigen Preise bei Spargel in der Saison 2022, hat das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. bei Pretzlaw Communications eine Imagekampagne für Spargel in Auftrag gegeben. Denn das erste Frühlingsgemüse Deutschlands zahlt auf aktuelle Themen wie gesunde, regionale und saisonale Ernährung zu fairen Produktionsbedingungen und mit umweltschonender Klimabilanz ein.

Imagekampagne für Deutschlands Lieblingsgemüse

Mit heimatbezogenen, witzigen, frechen und teilweise provokanten Motiven und Slogans macht die Kampagne auf den Spargel aus Deutschland vorwiegend im Internet und in den Sozialen Medien bereits vor dem 5. Mai und auch danach aufmerksam. Von Logos, Vorlagen für Soziale Medien und Anzeigen über Plakate und Postkarten bis hin zu einem Sparschäler mit Aufdruck „Scharf auf Spargel“ sowie Spargel-Tattoos reichte das Angebot, das die Brücke schlug von digitaler Werbung zur Spargelwerbung vor Ort oder per Post. 190.541mal wurden die Posts in den Sozialen Medien auf spargelvonhier wahrgenommen. Laut dem Online-Tracking-Tool Echobot wurden mit 592 Online- und Social-Media-Berichten 806.932 Leser erreicht. Wie viele Personen über Radio, Fernsehen und Printmedien erreicht werden konnten, wurde aus dem Verzicht heraus, eine Medienbeobachtung in Auftrag zu geben, nicht erfasst. Deswegen ist von einer viel größeren Reichweite auszugehen.

„Nach der letzten Saison, die geprägt von verhaltener Nachfrage und niedrigen Preisen war, haben wir uns kurzfristig dazu entschlossen, den Auftakt der Imagekampagne mit dem Höhepunkt zum TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS schon für diese Saison zu realisieren. Wir sind beeindruckt, dass wir nicht nur viele Spargelbetriebe, sondern auch den Handel dafür gewinnen konnten. Kommendes Jahr möchten wir auch noch die Gastronomie miteinbeziehen“, erklärt Simon Schumacher, Vorstandsprecher des Verbands Süddeutscher Spargel- und Erdbeeranbauer e.V. (VSSE).

Bundestagsabgeordnete wurden über den TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS informiert

Auch politisch wurde die Kampagne gestreut: So hat es sich das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. nicht nehmen lassen über 200 Bundestagsabgeordneten der Ausschüsse Landwirtschaft, Arbeit und Soziales sowie Wirtschaft mit einer witzigen Postkarte anzuschreiben und dazu eingeladen, sich für die heimische Spargelproduktion stark zu machen und am TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS Präsenz zu zeigen. Während die Abgeordneten von Bündnis 90 / Die Grünen mit dem Motiv „Bündnis 23, die Grünen“ beschickt wurden, erhielten die Abgeordneten der anderen Parteien das Motiv „Extra für Dich in Schale geworfen“. Am TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS war Bundesinnenministerin Nancy Faeser im Rahmen ihres Wahlkampfs bei Bauer Lipp auf dem Hof und wurde über die Kampagne informiert.

Rabattaktionen, kleine Geschenke, Gewinnspiele und Spendenaufrufe

Mit Rabattaktionen und kleinen Geschenken wie einer witzigen Postkarte, einem Spargelschäler, einem Bund Prinzessspargel oder einer Flasche Wein haben Spargelbetriebe Anreize für Kunden und Kundinnen geschaffen, am Aktionstag an einem der Verkaufsstände oder im Hofladen Spargel einzukaufen. Auch wurde häufig das Spargelschälen gratis angeboten. In der Hofgastronomie standen teilweise spezielle Spargelgerichte zur Feier des Tages auf der Speisekarte.

Gewinnspiele, bei denen es Spargel, Präsentkörbe, Spargelessen oder Hofführungen zu gewinnen gab, sorgten für reges Teilen in den Sozialen Medien. Einige Betriebe führten auch Spendenaktionen zu einem guten Zweck in Zusammenhang mit dem Spargelkauf durch und ließen diese Organisationen wie der Krebsgesellschaft, Kinderhilfsprojekten oder dem Gnadenhof für Tiere zukommen.

Hofführung, Spargelexkursion und Mitmachaktionen

Mit Hofführungen, bei denen man vom Spargelstechen über die Sortierung bis hin zur Schälmaschine alle Produktionsschritte mit durchlaufen und teilweise auch selbst durchführen konnte, waren besondere Aktionen einiger Betriebe, um für mehr Transparenz und Verständnis für die Spargelproduktion zu sorgen.

Auch der Handel macht mit

Neben den vielfältigen Aktionen in der Direktvermarktung hat sich der Aktionstag auch auf den Handel ausgewirkt. ALDI SÜD hat sich zur exklusiven Vermarktung von deutschem weißem Spargel ab KW 15 verpflichtet. Weitere Discounter wie Lidl und Penny und Supermärkte wie EDEKA und REWE haben den Aktionstag beworben und teilweise selbst Aktionen durchgeführt.

Eine Kampagne, die unter die Haut geht

„Wir sind begeistert, mit welcher Kreativität manche Spargelbetriebe ihre Aktionen am TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS mit Reels, Posts und lustigen Filmen beworben haben und mit wieviel Herzblut sie an der Imagekampagne teilgenommen haben. So hat die Imagekampagne richtig Spaß gemacht“, resümiert Anke Knaup, Vereinigung der Spargelanbauer Westfalen-Lippe e.V.

Aber nicht nur die vielfältigen Aktionen, sondern auch die Spargel-Tattoos, die man auf die Haut kleben konnten, sorgten für hautnahes Erleben und weitere lustige Posts und Aktionen.

Fortführung der Spargelkampagne und Einführung einer Beerenkampagne

2024 will das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e. V. die Kampagne weiterführen und ausweiten. Dann sollen auch die Beeren auf ihre Kosten kommen. Doch anders als in dieser Saison, in der hauptsächlich der Verband Süddeutscher Spargel- und Erdbeeranbauer e.V. (VSSE) mit der Unterstützung der Vereinigung der Spargelanbauer Westfalen-Lippe e.V. die Kosten für den Auftakt des ersten TAG DES DEUTSCHEN SPARGELS getragen hat, werden nun die Mitgliedsbetriebe und Fördermitglieder der Verbände neben dem eigenen Engagement auch finanziell gefragt sein.

„Für die Weiterführung und Umsetzung der Kampagne werden wir 100 € pro Betrieb und 15 €/ha pro Jahr für die Kulturen Spargel, Erdbeeren und Strauchbeeren erheben. Fördermitglieder ohne Fläche sind dazu angehalten, mindestens 100 € pro Betrieb beziehungsweise Mitglied beizusteuern und sich darüber hinaus zu beteiligen. Die Beträge werden bereits 2023 eingesammelt, damit wir rechtzeitig 2024 voll durchstarten können“, erklärt Frank Saalfeld, Geschäftsführer des Netzwerks der Spargel- und Beerenverbände e.V.

Weitere Informationen zur Kampagne unter www.deutschlandspargel.de

Quelle: VSSE