Artikel vom 24.04.2026 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 10:55 Uhr

Online: https://spargel-erdbeerprofi-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/tag-des-deutschen-spargels-2026-kampagne-staerkt-position-heimischer-produktion-im-wettbewerbsumfeld/

Tag des Deutschen Spargels 2026: Kampagne stärkt Position heimischer Produktion im Wettbewerbsumfeld



Der **Tag des Deutschen Spargels** hat sich seit seiner Einführung 2023 als fester Termin im saisonalen Agrar- und Vermarktungskalender etabliert. Auch 2026 nutzt das Netzwerk der Spargel- und Beerenverbände e.V. den **Aktionstag am 5. Mai,** um die Bedeutung der heimischen Spargelproduktion im Spannungsfeld von Importdruck, Kostenentwicklung und Nachhaltigkeitsanforderungen zu unterstreichen.

Kampagne mit Fokus auf Transparenz und Kundensensibilisierung

Die bundesweite Kampagne wird 2026 fortgeführt und gezielt auf die Stärkung der Nachfrage nach regional erzeugtem Spargel ausgerichtet. Neben klassischen Maßnahmen im LEH und in der Direktvermarktung stehen insbesondere kommunikative Ansätze im Vordergrund, die Transparenz entlang der Wertschöpfungskette schaffen.

Crossmediale Maßnahmen – von POS-Aktionen bis hin zu digitalen Formaten – sollen Verbraucher verstärkt für so wichtige Themen wie Herkunft, Produktionsbedingungen und saisonale Verfügbarkeit sensibilisieren. Ziel ist eine nachhaltige Kaufentscheidung zugunsten heimischer Ware.

Regional, nachhaltig, unverwechselbar: Spargel ist die Leitkultur im deutschen Gemüsebau

Spargel steht wie kaum ein anderes Produkt für die Verbindung von Tradition und Moderne. Mit einer Produktion von rund 104.000 Tonnen* im letzten Jahr und einem hohen Selbstversorgungsgrad von 82,4%* bleibt er ein Aushängeschild der deutschen Landwirtschaft.

Gerade seine kurze Saison macht ihn zu etwas Besonderem – ein Genussmoment, der bewusst erlebt werden will. Der Aktionstag lädt Verbraucher deshalb dazu ein, Regionalität neu zu entdecken und aktiv zur Unterstützung heimischer Betriebe beizutragen. (*Quelle: AMI, Destatis)

Positionierung gegenüber Importware

Unter dem Leitmotiv **„Deutscher Spargel sticht alles!“** setzt die Kampagne auch 2026 wieder auf eine klare Abgrenzung gegenüber Importprodukten. Denn im Fokus der Kommunikation stehen so entscheidende Vorteile wie reduzierte Transportemissionen, die Einhaltung nationaler Sozial- und Umweltstandards sowie eine hohe Produktfrische.

Die von der Agentur „Pretzlaw Communications“ entwickelte und nahbar inszenierte Kommunikationslinie verbindet diese Aspekte auf moderne und humorvolle Weise mit aufmerksamkeitsstarken Botschaften – welche sowohl im Handel als auch in der Verbraucheransprache wirksam eingesetzt werden können. Immer mit dem Ziel, die Vorteile regionaler Erzeugnisse noch stärker im Bewusstsein der Menschen zu verankern.

Fred Eickhorst, Geschäftsführer des Netzwerks der Spargel- und Beerenverbände e.V. hat dabei ein klar definiertes Branchenziel: „Mit dem Aktionstag verfolgen wir weiterhin das Ziel, die Wahrnehmung von deutschem Spargel als hochwertiges, regionales Qualitätsprodukt zu festigen. Gleichzeitig soll die Kampagne dazu beitragen, Absatzpotenziale in einem herausfordernden Marktumfeld zu sichern und die Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Erzeuger langfristig zu stärken.“

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