

HORTIVISION

TRENDS 2020



Trends

Inspirationen

Zukunft

Marketing

Bezugsquellen

Gabot.de

Inhalt

Vorwort	3
EFSA Lifestyle 2020	4
Der Garten als nachhaltiger Raum	6
Mit dem Grünen Herzen im Garten	8
IPM ESSEN: Trends und neue Produkte	13
Ambiente Trends 2020	16
Der PoS im Fokus	22
„Schafft grüne Oasen!“	24
Christmasworld Trends 2020	26
Blumen Agenda 2020	28
Zimmerpflanze des Monats 2020	30
Creativeworld Trends 2020/21	32
Der Feind im Verborgenen	34
Grüne Leidenschaft auf YouTube	36
Platz für Grün ist überall	38
Der Trend und ich	40
City Gardening und Bienenschutz	42
SHIN YONG	44
„Unsere Branche ist Teil der Lösung – und nicht des Problems“	47
„All das macht mich glücklich.“	50
COLOURFEELING 2020+	52
Klimafreundlichere Substrate für Profis	54
„Decoration unlimited – Dark Ocean“	56
Ter Steege Trends 2020	58
Mein Topf. Mein Style.	60
Von der Idee zum Unternehmen	62
Die Welt im Zeichen der Digitalisierung	64
1000 gute Gründe für Obst- & Gemüse	66
City Gardening for everybody	69
Floristik, Fashion, Follower!	71
Just Chrys: Starke Kreationen	74
Digitale Plattformen im Aufwind	76
Wichtige Blumentage	78
Bezugsquellenverzeichnis	80

Vorwort

Impressum

Liebe Leserinnen und Leser,

„die Zeit vergeht nicht schneller als früher, aber wir laufen eiliger an ihr vorbei“, sagte einst George Orwell und er hat damit sicher nicht ganz unrecht. Ein Jahr folgt dem nächsten, Trends kommen und gehen. Auch im Jahr 2020 gibt es wieder viele neue und schöne Trends zu entdecken, die wir Ihnen gerne in diesem Magazin präsentieren. Für die neue Ausgabe von HORTIVISION Trends haben wir zudem mit wirklich tollen Menschen gesprochen, darunter Gartenbotschafter John Langley und 1000 Gute Gründe Gärtner Tristan; darüber hinaus haben viele andere spannende Themen Platz diesem Heft gefunden.

HORTIVISION Trends 2020 liefert spannende Fakten und will eine Inspirationsquelle für alle sein, die den Fokus auf Pflanzenverwendung, Dekoration und Style legen. Die HORTIVISION Expertentipps führen die Trends in die Praxis und helfen bei der Interpretation und Umsetzung.

Wir bedanken uns bei allen Mitwirkenden für die Unterstützung! Viele Menschen haben sich Zeit genommen und mit ihrer Leidenschaft etwas zu diesem inhaltsreichen Magazin beigetragen.

Falls Sie Lust bekommen haben auch einen Artikel zu unserem Magazin beizusteuern oder wenn Sie Anregungen haben, können Sie sich sehr gerne bei uns melden. Wir freuen uns über Kritik genauso wie über ein Lob.

Wir wünschen Ihnen einen schönen Start in das neue Jahr und viel Spaß beim Lesen von HORTIVISION Trends 2020.

Ihre Annemarie Gartemann

und das Team von dehne internet und Gabot.de



Impressum

HORTIVISION TRENDS 2020 ist eine Sonderpublikation von GABOT – Das Gartenportal

Dehne Dienstleistungs-GmbH
Redaktion GABOT
Azaleenstraße 87
D-26639 Wiesmoor

Telefon: +49 4944 30681-20
Telefax: +49 4944 30681-49
Allgemein/Werbung: info@gabot.de
Redaktion: redaktion@gabot.de

Projektleitung: Annemarie Gartemann
Grafik/Layout: Jens Epke
Produktionskoordination: Jens Epke
Redaktion: Annemarie Gartemann,
Andreas Henk

Autoren:

Koelnmesse, Messe Frankfurt, Julia Fehn, Franziska Weck, Kerstin Winkel, Dr. Gabriele Weimann, Dr. Svea Pacyna-Schürheck/Nina Karsch, Ulrike Wichmann, Elke Rosalie Rouweler, Andreas Henk, Labinot Elshani, Annemarie Gartemann, Karl-Heinz Dautz, Stefan Pohl

Lektorat: Anneke Weers, Tomke Wilken

Anzeigen: Dehne Dienstleistungs-GmbH, Ansprechpartner/in:

Annemarie Gartemann, Andreas Henk
Azaleenstraße 87, 26639 Wiesmoor

Nachbestellung: Dehne Dienstleistungs-GmbH,
Azaleenstraße 87, 26639 Wiesmoor

Erscheinungsweise: Jährlich

Druck: Die im Magazin präsentierten Inhalte unterliegen dem Urheberrecht. Mit Ausnahme gesetzlich zugelassener Fälle ist eine anderweitige Verwendung ohne Einwilligung der Dehne Dienstleistungs-GmbH unzulässig.

Bild- und Textquellen:

Alex Muchnik/Messe Essen, Rainer Schimm/Messe Essen, Messe Frankfurt Exhibition GmbH, Landgefühl®, Lucky Berry®, ENA/BdB/Graf Luckner, Blumenbüro Holland, Harries Plantdesign, Tristan Heinen-Bizjak, Sommerlounge®, EFSA European Floral and Lifestyle Product Suppliers Association, Baumschule zu Jeddloh Pflanzen, BLOOM's GmbH, Berit Ueberdick, RAL gGmbH, Gramoflor/Timo Lutz Werbefotografie, Ter Steege, Scheurich, FYTA, „Obst & Gemüse - 1000 gute Gründe“, GABOT

© 2019 Dehne Dienstleistungs-GmbH



EFSA Lifestyle 2020

Ein Medley aus Eindrücken, Farben und Texturen

Family Fresh



Lebhafte Pastell- und Aquarellfarben beeinflussen den Trend Family Fresh, die Atmosphäre eines charmanten und spannenden Familienhauses soll so entstehen. Blautöne, Violett und lachsrosa Akzente kommen auf einer weichen, grau beeinflussten Basis besser zur Geltung. Gedämpfte, sonnige Gelbtöne bringen einen Hauch von Glanz. Als Symbol der schüchternen Frühlingsblüten, die mit ihrer sommerlichen Energie erstrahlen.

Family Fresh ist durchtränkt von Pastell- und Aquarellfarben, die ihr Aussehen zu einem Patchwork aus geometrischen, mosaikartigen und verspielten Mustern verweben. Stylish Sukkulenten gegen einen pudrigen Hintergrund treffen genau die Aussage des Trends. Saisonblumen, Babytiere, süße Meerestiere und Vögel bringen Leben in unkonventionelle Sammlungen. Auf der Suche nach dem Modernen findet man Komfort im klassischen Vintage-look.

HORTIVISION EXPERTEN TIPP

Outdoorpflanzen:

Hydrangea, Digitalis, Carex, Küchenkräuter, Bellis

Schnittblumen:

Hydrangea, Narcissus, Gypsophila, gefüllte Tulipa, verzweigte Rosa

Bei „Cosmopolitan Cool“ setzen Camouflage-Basistöne die Akzente. Sie erstrecken sich über verschiedene Wein-, Senf-, Algen-, Wasser- und Traubentöne. Die Vorlieben der Weltregionen treffen bei diesem Trend aufeinander und erzeugen einen starken Kontrast, um so den Geist zu faszinieren. Gesammelte Eindrücke aus der ganzen Welt, in böhmischen Räumen, die mit stilisierten ethnischen Einflüssen, handwerklichen Verarbeitungen und exotischen Pflanzen gefüllt sind. Ein Medley von Texturen, real und unwirklich, durch belebte Reliefs und optische Illusionen. Mosaiken und geometrische Formen vermischen sich zusammen, um eine glanzvolle Stimmung zu verbreiten. Die endlosen Strukturen sind ein Fest für die Augen.



Cosmopolitan Cool

HORTIVISION EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:

Medinilla, Begonia rex, Orchidaceae, Beaucarnea, verschiedene Palmen

Schnittblumen:

Protea, Palmenblätter, Ornithogalum, Gloriosa, Cynara

Super Shed



HORTIVISION EXPERTEN TIPP

Outdoorpflanzen:

Hydrangea, Digitalis, Carex, Fuchsia, Bellis

Schnittblumen:

Hydrangea, Narcissus, Gypsophila, gefüllte Tulipa, verzweigte Rosa

In dem Trend „Super Shed“ bilden Erde und Stein eine solide Grundlage für Blautöne und helle tropische Farben. Inspiriert von den verführerischen Meeren und unwiderstehlichen Blumen. Zusammengeworfen in jeder erdenklichen Weise, um einen Ausdruck der Freude zu erzeugen. Diese intensiven und leuchtenden Farben, sollen das Wasser im Munde zusammenlaufen lassen. Der lateinamerikanische Stil spielt eine große Rolle bei „Super Shed“. Der Look ist sommerlich und paradiesisch. Er wird gekonnt mit ethnischen und Hippie-Chic kombiniert dekoriert. Farbige Zöpfe, Bänder und Kunstfasern verknüpfen sich mit allen möglichen Einrichtungsgegenständen und Objekten. Während tropische Meerestiere, exotische Vögel und extravagante Blumen an den Einfluss der Natur erinnern.

Die gedeckten, rosafarbenen Terrakotta-Grundtöne weichen mutigeren Sättigungen und scharf kontrastreichen Blau- und Schwarztönen. Bei „Devine Desert“ behält die Natur die volle Kontrolle, mit leuchtenden Farben und Accessoires. Die unvergängliche Natur zieht einen deutlichen Faden durch alles hindurch.

Die trockenen, kargen Umgebungen Nordafrikas und des Mittleren Ostens spielen bei diesem Trend eine große Rolle. Terrakotta und trockene Naturfasern sind reichlich vorhanden, in ihrer reinen, romantischen Schönheit, aber auch mit lebendigen Motiven verziert. Die Unvollkommenheiten sind ein bestimmendes Merkmal von „Devine Desert“.

HORTIVISION EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:

Kakteen, Palmen, Kalanchoe, Hippeastrum, Ananas

Schnittblumen:

Anthurium, Gladiolus, Trachelium, Viburnum, Phlox



Devine Desert

Die Trends der EFSA (www.efsa.com) inspirieren mit neuen Farben und Stilen. Diese basieren auf den Prognosen des Partners NellyRodi Paris, die zur weltweiten Spitze der Trendagenturen für die internationale Lifestyle- und Modebranche gehört.

Der Garten als nachhaltiger Raum

Neue Natürlichkeit auf Balkon und Terrasse

„Nachhaltige Gärten“ ist das Fokusthema der spoga+gafa 2020. Bei verschiedenen Veranstaltungen, Vorträgen und auf Sonderausstellungsflächen soll gezeigt werden, wie sich ein Garten ressourcenschonend und umweltfreundlich gestalten lässt.

Das Wort Nachhaltigkeit wurde erstmals im 18. Jahrhundert in der Forstwirtschaft verwendet. Damals kam der Gedanke auf, den Wäldern immer nur so viel Holz zu entnehmen, wie zur gleichen Zeit nachwachsen kann. Durch den Club of Rome erhielt der Begriff 1972 eine breitere Bedeutung: Die Mitglieder wiesen auf die Endlichkeit der weltweiten Ressourcen hin und forderten einen bewussten Umgang. Heute verstehen wir unter nachhaltigem Tun, dass Umweltaspekte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten berücksichtigt werden, damit die nächsten Generationen noch genauso auf dieser Erde leben können wie die Jetzige.

„Nachhaltigkeit ist ein sehr komplexes Thema. Viele verschiedene Faktoren im Großen wie im Kleinen greifen da ineinander. Dennoch kann jeder von uns in seinem Umfeld einen Beitrag dazu leisten – auch im eigenen Garten“, so Stefan Lohrberg, Director der spoga+gafa. „Wir möchten auf der kommenden internationalen Gartenmesse in Köln zeigen, dass nachhaltige Gartengestaltung nicht aufwändig und kompliziert sein muss und dass es dafür mittlerweile auf dem Markt viele innovative Ideen und Produkte gibt. Bei dem geplanten Fokusthema werden nicht die Bio-Gärten im engeren Sinne im Mittelpunkt

stehen, sondern vielmehr die nachhaltigen Aspekte, die sich in jedem Garten umsetzen lassen. Es geht um die Fragen: Wie kann man Ressourcen schonen und sinnvoll einsetzen und wie kann man mit dem eigenen Garten vielleicht sogar einen Beitrag zum Erhalt der Natur leisten?“

Pflanzen, Materialien und Technik

Wer seinen Garten nachhaltig bewirtschaften möchte, sollte einen Blick auf die Natur werfen: Stoffkreisläufe sind hier eine Selbstverständlichkeit. Ein Blatt fällt vom Baum, verrottet am Boden und wird zum Nährstoff, der vom Baum wieder aufgenommen wird, damit er neues Laub bilden kann. Früher gab es in jedem Garten einen Komposthaufen, auf dem Rasenschnitt, Reisig und Küchenabfälle gesammelt wurden. Bakterien, Würmer und Pilze verwandelten diese organischen Substanzen in wertvollen Humus. Richtig ausgebracht, lässt sich damit nicht nur die Bodenstruktur entscheidend verbessern, er versorgt die Gartenpflanzen auch optimal mit Nährstoffen. So können auf der einen Seite die Mülldeponien entlastet, zum anderen kann der Einsatz von anderen Düngemitteln reduziert werden. Für Gartenbesitzer, die den klassischen, offenen Komposthaufen nicht unbedingt neben dem Haus haben möchten, gibt es heute auch andere Möglichkeiten, z.B. spezielle Thermo-Boxen. In diesen werden die organischen Materialien besonders schnell in Humus umgewandelt und das aufgrund einer guten



Isolierung völlig geruchsfrei. Es gibt sie in verschiedenen Größen, so dass sie sich auch in kleinen Stadtgärten oder sogar auf dem Balkon einsetzen lassen.

Vor allem die lebenswichtige Ressource Wasser sollte in einem nachhaltigen Garten nicht verschwendet werden. Deshalb ist Regenwasser dem Leitungswasser beim Gießen vorzuziehen. Für das Auffangen und Sammeln gibt es ein großes Sortiment an Regentonnen, die nicht nur praktisch, sondern auch äußerst dekorativ sind. Wer keine Gießkannen schleppen möchte, kein Problem: Auch der Einbau automatischer Bewässerungssysteme kann dabei helfen, Wasser zu sparen. Denn diese lassen sich zeitlich so programmieren, dass sie genau dann anspringen, wenn es am effektivsten und die Wasserverdunstung am geringsten ist. Viele smarte Systeme verfügen heute auch über Sensoren, die die Feuchtigkeit des Bodens messen und die Beregnung des Rasens und die Tröpfchen-Bewässerung der Beete selbständig und optimal regeln. Ideal ist es natürlich, wenn auch für solche automatischen Anlagen Regenwasser in (unterirdischen) Tanks gesammelt wird. „Moderne Technik und Nachhaltigkeit schließen sich also nicht aus. Ganz im Gegenteil: Viele Technologien können dabei helfen, die Ziele zu erreichen“, so Lohrberg. „Wer Strom im Garten sparen möchte, setzt bei der Beleuchtung oder beim Aufladen der Akku-Geräte auf Solarenergie. Es gibt sogar bereits Mähroboter, die entsprechend angetrieben werden.“

Der Wasserverbrauch lässt sich nicht zuletzt auch mit einer durchdachten Bepflanzung reduzieren. Wählt man für sonnige Bereiche in erster Linie Gewächse, die von Natur aus in wärmeren Gebieten beheimatet sind, muss man diese selbst in heißen Sommern nur hin und wieder gießen. Wer dabei auf Abwechslung und Artenreichtum setzt, leistet einen wichtigen Beitrag zur Gesunderhaltung unseres Ökosystems. Für Bienen, Hummeln und Co. ist eine ausreichende Blütenfülle wichtig, die ihnen nahrhafte Pollen und Nektar bieten. Mit heimischen Wildsträuchern schafft man vielen Vogel- und Insektenarten einen Lebensraum, in dem sie Versteck- und Nistgelegenheiten sowie ein großes Nahrungsangebot finden.

Ob Gartenmöbel, Pflanzgefäße, Zäune oder Sandkasten und Rutsche für die Kinder – auch bei all diesen Produkten hat der Verbraucher heute eine große Auswahl an nachhaltigen Materialien. Holz ist ein natürlicher und nachwachsender Rohstoff. Fichte, Buche oder Eiche stammen zumeist aus heimischen Wäldern. Wer bei den Gartenmöbeln wetterfestere Tropenhölzer bevorzugt, sollte darauf achten, dass sie aus Plantagen stammen und dafür kein Regenwald abgeholzt wurde. Verschiedene Umwelt-Siegel stellen dies sicher. Mittlerweile gibt es sogar schon Möbel, die aus recyceltem Teakholz hergestellt werden. Aber auch immer mehr Kunststoffprodukte werden heute ressourcenschonend zum Teil oder komplett aus Recyclingmaterial produziert. So tragen sie dazu bei, dass die Müllberge nicht noch größer werden.

spoga
gafa
cologne

DIE GARTENMESSE
KÖLN, 06.-08.09.2020

COME AND
GROW

TRENDTHEMA
Nachhaltige
Gärten

SEE YOU IN 2020!

www.spogagafa.de

koelnmesse

Mit dem Grünen Herzen im Garten

Interview mit Gartenbotschafter John Langley®



Gartenbotschafter John Langley® – Foto: Andreas Bock

Wer kennt ihn nicht, den charmanten Gartenbotschafter John Langley? Die Natur, Blumen und das Gärtnern faszinierten den Gartenexperten schon in der frühen Kindheit, seine Biologielehrerin Hannelore (Loki) Schmidt hat ihn in den 60er Jahren ein Stück weit auf den „grünen Weg“ gebracht. Und so lag es nicht fern, dass er nach der Schule eine Ausbildung zum Floristen und Gärtner absolvierte.

Er begeistert seit vielen Jahren auf Veranstaltungen, im Fernsehen oder im Radio, mit seiner charmanten und kompetenten Art die Menschen. Wir haben uns mit ihm über die „blumigen YouTuber und Influencer“ und den Klimawandel unterhalten, aber auch darüber, wie man Menschen ohne den grünen Daumen für Blumen und die Natur begeistern kann.

Herr Langley, Sie sind der klassische Gartenbotschafter und seit vielen Jahren aktiv. Wie hat sich „der Garten“ in den letzten 20 Jahren verändert?

Das ist für mich vermutlich die schwierigste Frage. Alles ist im Prozess der Veränderung. Salopp gesagt: „Nix ist so beständig wie die Veränderung selbst und hier ist die Gartenkultur nicht ausgenommen.“ Wurde früher das Stückchen Land auch überwiegend für die eigene Versorgung genutzt, hat sich der klassische Gemüsegarten in den vergangenen Jahren hier und da in ein „Erholungsgarten“ für Körper, Geist und Seele gewandelt. Nun wird der wieder entdeckte Gartenboden zur bewussten Geschmacksbildung durch den Anbau von Kräutern und Gemüse zurückgewonnen.

Die bisherige unvorstellbare Auswahl an blühenden und dekorativen Pflanzen aus aller Welt wird zunehmend durch das steigende Umweltbewusstsein im

Kaufverhalten sinken. Pflanzen aus der „Region für die Region“, heimische Gehölze, Stauden und Co. werden deshalb immer stärker in der zukünftigen Gartengestaltung berücksichtigt. Die Generation, die es finanziell möglich machen kann, legt großen Wert auf Qualität, Sicherheit, Licht und pflegeleichte, barrierefreie Gärten. Die Automatisierung wandelt, mit beispielsweise Mährobotern oder Gießautomaten, Zeit für bisherige zeitintensive Tätigkeit zur bewussteren Freizeit für das eigene Refugium um. Wenn man etwas in die wirklich komplexe Gartengeschichte zurückschaut, stößt man auf chinesische und japanische Vorbilder, die Kies- und Schotter schon lange in ihre Gestaltung einbezogen haben. Deshalb sind monomineralische und polymineralische Gesteine im Garten eigentlich nicht neu. Einschlägige Fachliteratur verweist auf die europäische Gartenkunst im gestalterischen Umgang mit den Mineralien. Kies- und Schotterflächen bestimmen zunehmend das Erscheinungsbild heimischer Gärten. Die Motivation dafür ist die Hoffnung auf geringeren Pflegeaufwand. Es gibt nur ein „pflegeleichteres Refugium“ wenn alles zusammenpasst. Und genau hier teilt sich über derartige „Überlegungen“ nicht nur die öffentliche Meinung exorbitant. Da bin ich glücklich, dass trotzdem noch so viele „Verantwortliche“ ihren eigenen Lebensraum zwischen Bach und Buche als Erlebnisraum verstehen. Die Lust auf Veränderungen durch dekorative Impulse wie Licht, Holz und (natürlich auch) Steine kennt kaum Grenzen. Schönheit liegt dabei immer im Auge des Betrachters. Auch wenn die klare, gegliederte Ordnung im Garten noch nicht ganz vorbei zu sein scheint, ist naturbelassen ein absolut wachsender

Trend. Egal, ob das große oder kleine Grün, der Garten bleibt zu allen Seiten unbestritten eine visuelle Visitenkarte. Die Lust auf pflegeleichtes blühendes Grün ist kaum noch aus den heutigen Gärten wegzudenken. Eine neue Ästhetik der Natürlichkeit hat Einzug gehalten. Ungezwungen entwickelt sich der Gesamteindruck im Laufe der Zeit zu einem unverwechselbaren Lebensraum für Mensch, Tier und Pflanze.



Aufklärung steht an erster Stelle – Foto: Petra Schweim

In der Gartenszene tauchen immer mehr Blogger, YouTuber und Influencer auf. Wie gehen Sie als Gartenbotschafter damit um?

Gut, ich mag diese digitale Schnellebigkeit, fast jeder hat darauf Zugriff und hat eine Chance unmittelbar aktiv oder genauer interaktiv Milliarden Anwender mit einem Klick (oft in Echtzeit) auf der ganzen Welt anzusprechen. Egal ob YouTube (attraktivstes Videoportal), Twitter (telegrammartige Kurznachrichten), Tumblr (Blogging-Plattform), Instagram (Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform), Xing (Businessplattform) oder, was ich nicht nur als Gartenbotschafter aktiv nutze, Facebook (Kommunikationstreffpunkt) um

nur einige Möglichkeiten aufzuzählen. In den wenigsten Fällen, so meine Einschätzung, macht es Sinn überall vertreten zu sein. Häufig reichen schon drei bis vier Angebote mit relevanten Reichweiten für eine erfolgreiche, strategische Kommunikation auch innerhalb der gesamten Grünen Branche völlig aus. Facebook ist für mich unkompliziert und wird deshalb grundsätzlich mit Bedacht genutzt. Mit dieser Plattform bin ich

bereits seit neun Jahren als öffentliche Person aktiv und verbinde damit meine Aktivitäten in den Fokus der Öffentlichkeit zu stellen. Inzwischen gibt es einen regen Austausch mit vielen Kollegen/innen aus den unterschiedlichsten Bereichen. Eine fast perfekte Möglichkeit, sich und seine Botschaften zu präsentieren oder einfach nur mitzuteilen. Auch dieses Medium sollte verlässlich und wertschätzend „bedient“ werden, deshalb sollte man grundsätzlich abwägen, was einem wirklich wichtig ist gepostet zu werden. Ich habe bisher nur positive Erfahrungen gemacht.

Bienensterben, Klimawandel, Green Citys – plötzlich stehen Bäume und Pflanzen wieder im Fokus. Was

können wir Gärtner und Floristen tun, um die Verbraucher wieder „grüner“ zu machen?

Da gibt es eine ganze schnelle Botschaft von mir. Kundenorientierung ist ein zentraler Wert jeglicher Unternehmenskultur. Unser komplexer Berufsstand mit seinen unterschiedlichsten Fachsparten, Fassetten, Produkten ist „natürliche Multiplikation“ pur. Einfach in sich gehen, reflektieren und dabei feststellen, dass wir bereits seit Jahrzehnten mehr oder weniger konform geplant, verwirklicht oder im Sinne der Nachhaltigkeit gehandelt haben. Ok, nicht jede Entscheidung, nicht alle Prozesse, nicht bisherige Meinungen und mühsam erlerntes Basiswissen werden und würden es unbeschadet in die unmittelbare Zukunft schaffen. Aber grundsätzlich können wir als „Grüne Branche“ nur „überleben“, wenn Verbraucher uns 101%ig vertrauen.

Wenn wir überzeugend aufzeigen, anbieten und vormachen, damit der Kunde verantwortungsbewusst seine Aktivitäten beispielsweise im Garten, auf der Terrasse, dem Balkon oder bei Dach- bzw. Wandbegrünung mit gutem Gewissen verwirklichen kann, dann gelingt uns ein gemeinsamer Schritt in die richtige Richtung.

Die oben genannten Themenfelder beschäftigen mich als Gartenbotschafter auch schon eine längere Zeit, ich habe inzwischen eine umfangreiche Sammlung kleiner Saattüten von den unterschiedlichsten Unternehmen ausgesät. Egal ob EDEKA, Sparda Bank oder von wem auch immer. Solange die bunten Tütchen dann auch wirklich mit zertifizierter Regiosaat gefüllt sind, kann die Blütenwelt – wenn überhaupt – naturnah gerettet werden.

Was auch immer in diesem komplexen Zusammenhang Umwelt, Natur, Verantwortungsbewusstsein getan wird, verständliche Aufklärung und überzeugende Kaufimpulse sollten unbedingt zweifelslos in Einklang mit der Kultur-Botanik und deren Dienstleistungen stehen.



Hochbeet Gardening ist aktuell – Foto: Petra Schweim

Oft wird in unserer alltäglichen Arbeit, die Chance dem Kunden mit fachlich biologischer Vielfalt zu begegnen nicht ausreichend genutzt. „Biodiversität“ kann durch pflanzen „heimischer“ Botanik berücksichtigt werden. Vollständig auf Gift zu verzichten, ist ein wesentlicher Schritt in Richtung artenreiche Gärten. Weniger aufräumen und das natürliche Refugium lebt signifikant auf – auch das ist Artenschutz. Nisthilfen aller Art leisten ihren Beitrag gegen Artenschwund.

Es ist eigentlich ganz einfach, beispielsweise die meisten Obst- und Gemüsearten benötigen Hummel-, Bienen- oder allgemein Insektenbestäubung. Auch wenn viele Obstsorten nur von bestimmten anderen Sorten befruchtet werden können, ist eine intensive, gezielte Trachtquelle kein Nachteil. Auch „windbestäubte“ Obstarten (z.B. Sauerkirsche) kommen durch Bienen nachgewiesenermaßen zu verbesserten Erträgen mit höherem Fruchtgewicht. Nicht nur Baumschulen, Staudengärtnereien, Endverkaufsbetriebe oder welche Vermarktungsform auch immer:

Der Kunde ist nicht wie eine Biene, stimmt was nicht, dann ist es vorbei mit der Belohnung von Nektar oder Pollen. Man wird mit Aktionismus nicht den Artenschwund aufhalten, aber das Verständnis im Umgang mit der Natur kann so vielleicht Kindern und Kunden nachvollziehbar vermittelt werden.

Sehen Sie im Allgemeinen eine Rückbesinnung auf die grünen Werte?

Darf ich Ihre Frage mal so beginnen zu beantworten? „Nur wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft.“ Ein Zitat von Wilhelm von Humboldt (1767 – 1835). Für mich basiert die „moderne“ Rückbesinnung vor allem auf der Basis bewährter Traditionen. 2020er sind als das Jahrzehnt der Rückbesinnung definiert. Und wer sich aufmerksam umschaute (in diesem Fall mal nicht zurücksieht) wird vielerorts bereits Veränderungen in diesem Kontext entdecken und dazu gehört auch das ehrliche grüne Gewissen. Zunächst lege ich den Fokus auf das zunehmende Kundenverhalten. Viele

Konsumenten suchen nach dem Einfachen, Nachvollziehbaren und Regionalen. Auch wenn keiner so genau weiß was Regionalität eigentlich bedeutet.

Mal davon abgesehen, öffne ich hier im Sinne der Rückbesinnung, das Regionalfenster den klassischen Wochenmarkt mit Produkten wie Blumen, Pflanzen, Obst, Gemüse oder Fleisch. Die Motivation zum Kauf ist eindeutig: Genau zu Wissen wo, was und wie gewachsen ist und geerntet wurde. Ein Grund warum der Lebensmitteleinzelhandel hier mit ähnlichen Botschaften und Warenpräsentation nachzieht. Die deutliche Abkehr von Massenangeboten sorgt bei vielen besonders geführten Familienunternehmen oder mittelständischen Betrieben für ein zeitnahes Umdenken in unserer „Luxusindustrie“. Handgemachtes (dazu gehört unbestritten auch die Floristik und der Gartenbau) erleben so eine Wiederentdeckung (Revival) und stehen dann positiv im Fokus der kundenorientierten Aufmerksamkeit. Selbst in der klassischen Werbung oder besser gesagt komplexen Öffentlichkeitsarbeit, ist eine signifikante Rückbesinnung auf den einzelnen Kunden mit seinen individuellen



Pflanzaktion junger Buchen im Sachsenwald – Foto: Petra Schweim

Bedürfnissen und Wünschen angesagt. Wer sich und seinen Betrieb für Menschen öffnet und dabei auf Augenhöhe die Verbundenheit, Wertschätzung und Nachhaltigkeit zum Produkt, zur Dienstleistung und zur regionalen Umwelt zeigt, lässt so seine lokalen Produktionsstätten wieder erblühen, kommt auf den berühmten grünen Zweig und sorgt für ein sicheres zukunftsorientiertes Verwurzen. Nicht nur „alte“ Manufakturen erkennen diese Chancen und ergänzen ihre Produktionsprozesse mit moderner Technologie – ohne dabei den Kern der Handarbeit und Authentizität zu vernachlässigen.

Glaubt man den Medien gibt es in Deutschland eine neue Lust am Gärtnern. Stellen Sie das auch so fest?

Ja, es gibt einen gewaltigen Ruck nicht nur durchs Gemüsebeet, um es etwas salopp zu formulieren. In Zeiten der zunehmenden Entfremdung von vielen Nahrungsmitteln, wollten sich die Menschen zumindest etwas Ursprünglichkeit zurückholen. Die Geschmacksbildung der Juniormenschen soll auch auf diesem Wege gefördert werden. Wer sein eigenes Gemüse pflanzt, seine Beeren kultiviert und dabei sieht und versteht, wie sie wachsen um dann erntereif verkostet zu werden, hat nicht nur sich, sondern auch der heranwachsenden jungen Generation einen nachhaltigen Mehrwert geschaffen.

Wer selbst sät, dabei den Rhythmus der Natur versteht, wird das eigentliche Gärtnern mit aktiver Erholung und nicht mit Arbeit in Einklang bringen. Selbst grüne Nischen, kreative blühende Quadratmeter sind oft neuentdeckte Lebensräume, natürlich auch für unsere gestressten Vögel und Insekten. „Erlaubt ist, was gefällt“ und wer kein aufgeräumtes Refugium mehr haben möchte, vom Nachbarn einmal abgesehen, sondern sich eher für einen naturnahen und bienenfreundlichen Garten entscheidet, ist motiviert und auf dem richtigen Weg.

Ein weiteres eindeutiges Ja, ich entdecke eine signifikante positive Veränderung

(von den Schottergärten einmal abgesehen) der sogenannten „Gartenkultur“.

Selbst ich wurde über das Fernsehen motiviert, verstärkt in Kisten und Hochbeeten erfolgreich zu gärtnern, was unweigerlich zur Folge hatte, dass es jetzt fast jeden Abend frischen Kräutern und Salatmix gibt. Und folgt man aufmerksam den Printmedien, dann erfährt das „Urban farming“, „Urban gardening“ und „Urban imkern“ Ausdruck eines unbeschreiblichen Lebensgefühls, das mehr ist als ein schnell verblühender Trend, das ist ein neues Naturverständnis.

Wie können wir es schaffen Menschen ohne grünen Daumen für Natur und Garten zu begeistern?

Der grüne Daumen ist inzwischen wirklich antagonistisch. Für mich muss vor allem verstärkt das „grüne Herz, die Seele“ angesprochen und durch „natürliche Vorbilder“ begeistert werden. Nur dort wo sich Natur gut anfassen und begreifen lässt, wo man sich wohlfühlt, verwurzelt und aufblüht, können Menschen verstärkt ihr Bedürfnis nach Natur nachkommen. Wer mehr intaktes Grün um sich herum hat, lebt in der Regel entspannter und glücklicher. Wenn eine weitsichtige Politik, Städtékammerer und Kommunen verstärkt Freizeitgärten,



Rund 200 Millionen Grashalme hat ein durchschnittlicher Fußballrasen – Foto: Petra Schweim

Straßenbegrünung, Dächer oder Ausgleichsflächen mit Bewuchs fordern und fördern, dann hat jeder seinen „GARTEN“ vor der Tür.

Entscheidend ist und bleibt: Ein Gespür und Verständnis für natürliche Zusammenhänge bereits zeitig zu fördern. Bereits viele Kindergärten und Schulen aktivieren einen „wertvollen“ Lernort in der Natur oder genauer oft auf dem Schulgelände. Ganz im Sinne von „Begreifen durch Anfassen“. Ein naturgemäß gestalteter Schul- und Kindergarten ist unbestritten ein hervorragender Lern- und Erlebnisraum zum Beobachten, Staunen, Erforschen, Spielen, Gestalten, Arbeiten, Genießen und ganzheitlichem Lernen mit „Kopf, Herz und Hand“, um Natur mit allen Sinnen zu verstehen. So wird es gelingen, frühzeitig Juniorbürger/innen für erlebnisreiches und ökologisch intaktes Wohnumfeld nachhaltig zu interessieren.

Und genau hier sollten alle „grünen Berufe“ durch aktive Einbeziehung der sogenannten „Dritten oder Experten“ dazu beitragen, dass derartige Projekte verwirklicht werden können. Eine Chance für Gärtner/innen auf ihren interessanten, abwechslungsreichen Beruf aufmerksam zu machen. Deshalb macht es Sinn, dass weitere Unternehmen und Verbände sich aktiv öffnen, damit interessierte Einrichtungen, Eltern und Jugendliche der beruflichen „Einblick“ erleichtert wird.

Wenn die Fußball-Nationalmannschaft spielt sagt man scherzhaft, dass 80 Millionen Bundestrainer zugucken. Hat das Thema Garten auch das Potential für 80 Millionen Fernseh-Gärtner?
Um auch scherzhaft darauf zu antworten, vermutlich sehen – eher bei vielen Spielen – 160 Millionen Augen auf 200 Millionen grüne, intakte, strapazierfähige und gepflegte Grashalme eines durchschnittlichen Fußballrasens.

Und vor bzw. nach dem Spiel richten rund 45 Millionen Freizeitgärtner in Deutschland ihren Blick auch auf ihr eigenes blühendes Grün. Allein davon 5 Millionen Menschen haben ein Naturrefugium von 370 m² zu pflegen und zu bepflanzen. Damit sind wir vermutlich in Europa führend. Apropos Fußball: Alle bundesdeutschen Schrebergärten bedecken eine Fläche von etwa 66.000 Fußballfeldern und dort wird nicht auf grüner kurzgeschorener Monokultur gespielt, sondern hier steht es zunehmend 1:0 für Artenvielfalt und Naturbewusstsein. Fazit: Ja, das Thema Garten, Natur, Region hat auch das Potential für 80 Millionen Fernseh-Gärtner/innen. Es müssen nur die richtigen Verantwortlichen in den Medien handeln, die das grüne, blühende und nachhaltige Thema Gardening informativ, unterhaltend und wertschätzend „aufkochen“, dann werden bestimmt viele Menschen auch mit den Augen verwurzeln.

IPM ESSEN: Trends und neue Produkte

Klimawandel und Nachhaltigkeit als neue Chance

Was liegt im Trend? Was ist neu? Die grüne Branche stellt sich vor – lokal und global, vom Start-up bis zum Branchenführer. Das gibt es nur einmal im Jahr: Vom 28. bis 31. Januar 2020 findet die IPM ESSEN zum 38. Mal in der Messe Essen statt. Die Weltleitmesse gilt als Wegweiser der kommenden Gartenbausaison.

Ruf nach mehr Grün

Social Media prägt das neue Image der schicken Zimmerpflanze, die für vieles gleichzeitig stehen kann: Verantwortung, Umweltbewusstsein oder Lifestyleprodukt. Die Accounts der Influencer liefern Inspiration für Pflanzenliebhaber. Dabei ist es kein Zufall, dass parallel zum Wohnzimmer auch im öffentlichen Raum der Ruf nach mehr Grünflächen ertönt. Brachliegende Industriedenkmäler werden urbane Gärten

abgewonnen, Balkone und Dächer bepflanzt und Schottergärten renaturiert, zum Beispiel durch eine Wildblumenwiese als Lebensraum für gefährdete Bienen.

Klimatolerante Sorten sind gefragt

Die Initiatoren gaben den Tipp, vor allem heimische Arten zu wählen. In Stadt und Garten waren das zum Beispiel Feldahorn und Platane. In der freien Landschaft rieten die Fachleute zum Beispiel zu Kastanien. Silberlinden finden sich besonders gut mit den Auswirkungen des Klimawandels ab und wurden deswegen ebenfalls empfohlen.

Nach der Jahrhundertdürre 2018 folgte mit 2019 ein weiteres Jahr mit langanhaltend hohen Temperaturen. Ende Juli wurde in der Stadt Lingen der bisherige Hitzerekord für Deutschland

WOLF-Garten multi-star®

Gemacht für Generationen

15 Stiele, mehr als 70 Aufsätze, über 1.000 Möglichkeiten. Wechseln Sie blitzschnell mit einem «Click» immer zum optimalen Werkzeug!

WOLF-Garten multi-star® – das patentierte Wechselsystem jetzt mit 35 Jahren Garantie!

35 JAHRE GARANTIE
MADE IN GERMANY

click SYSTEM

JETZT TESTEN!
ÜBERALL, WO ES WOLF-Garten GIBT

f | www.WOLF-Garten.de



mit 42,6 Grad gemessen. Nicht nur Bäume, sondern auch die meisten heimischen Pflanzen kommen mit diesen Extremen nur schwer zurecht. Die Branche muss darauf reagieren, etwa durch den Anbau von Gewächsen mit eigenem Wasserspeicher, wie Sedum und Saxifraga.

Gärten des Grauens: Schottergärten wird der Kampf angesagt

In Zeiten der Klimadebatten stehen Verbraucherinnen und Verbraucher im Spannungsfeld zwischen Schottergarten und Bienenweide. In dieser Situation nutzen immer mehr Gärtner die Gunst der Stunde und sensibilisieren die Verbraucher für das Thema – mit Erfolg: 2019 verbieten mittlerweile die ersten Städte und Gemeinden durch Änderung ihrer Bauordnung Schottergärten in Neubaugebieten und setzen damit ein deutliches Statement mit Symbolkraft.

Das Thema Nachhaltigkeit bestimmt insgesamt die Aktivitäten im Gartenbau. Diesem Thema scheinen sich alle anderen Themen unterzuordnen. Schlagworte sind beispielsweise Torf-reduktion, vegan, unverpackt, bienenfreundlich, Urban Gardening, wassersparend und viele weitere – alles Begriffe, die unter dem Oberbegriff „Nachhaltigkeit“ gesehen werden können.

Nachhaltigkeit: bienenfreundlicher Balkon/Garten

Umweltbewusstsein und das Thema Umweltschutz haben in der breiten Bevölkerung zunehmend an Bedeutung gewonnen. Diese Entwicklung gilt generationsübergreifend innerhalb der deutschen Bevölkerung.



Im Zuge des wachsenden Umweltbewusstseins lässt sich unter anderem ein Trend hin zu bienenfreundlichen Gärten und Balkonen identifizieren. Der Grund hierfür ist die verstärkte mediale Berichterstattung zum Rückgang des Bienenbestands (insbesondere des Wildbienenbestands) und deren Auswirkungen auf die Weltbevölkerung. Die Menschen reagieren durch die Verwendung bienenfreundlicher Pflanzen ohne Einsatz

von Chemikalien auf das Insektensterben in der Natur. Laut BUND ist ein Insektenrückgang von 75% in den letzten 30 Jahren zu verzeichnen. Entsprechend gelten Pflanzen, die über eine lange Blütezeit sowie einen hohen Gehalt an Pollen und Nektar verfügen als bienenfreundlich und werden als solche ausgelobt. Dieser Trend ist sowohl in ländlichen als auch in städtischen Gebieten zu finden.

Trotz vieler Ansätze in der Praxis besteht hier noch Nachholbedarf, der am besten durch die Verbände der gesamten Grünen Branche forciert werden muss. Am Ende sollte dem Verbraucher vor Augen geführt werden, dass jeder Einzelne einen positiven Beitrag zur Umwelt leisten kann und Pflanzen zum Wohlbefinden beitragen.



GRÜN, GROSS, GENIAL!



Die Weltleitmesse
des Gartenbaus

28. – 31. JANUAR



- ◆ GRÜNE Trends und florale Lifestyle-Ideen
- ◆ GROSSE Produktauswahl an Pflanzenneuheiten
- ◆ GENIALE Live-Shows und kreative Workshops



WWW.IPM-ESSEN.DE





Ambiente Trends 2020

Trends erwachsen aus Wünschen und Träumen

trends 2020

shaped +softened

mood

skulptural sculptural

voluminös voluminous

ruhig tranquil

formbetont shape-accentuated

natürlich natural

konturiert contoured

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Gardenia, Soleirolia, Poinsettia,
Spathiphyllum, Zantedeschia

Schnittblumen:
Chamelaucium, Dianthus, Ranunculus,
Paeonia, Delphinium

Die Ambiente Trendwelten 2020 bereiten Sie gezielt auf das kommende Businessjahr vor. **Recherchiert und kuratiert wurden die Trends vom Stilbüro bora.herke.palmisano.**

Die drei Trendwelten finden in neuen oder wiederentdeckten Formen, Mustern oder in Funktionen ihren Ausdruck und werden erlebbar gemacht. Die ausgewählten Trendthemen sind: „shaped+softened“, „precise+architectural“ und „artistical+diverse“. Die Ambiente 2020 findet vom 07. bis 11. Februar 2020 statt.

shaped+softened

In der ersten Trendwelt gelingt es, funktionalen Einrichtungsgegenständen, durch weiches Volumen und betonte Konturen eine skulpturale Qualität zu geben. Die farbreduzierte Kollektion konzentriert sich auf zwei ruhige Hauptfarbtöne, wie Weiß und Grau, die in verschiedenen Nuancen in warmer und kühler Ausrichtung die intensive Wirkung widerspiegeln.

Ein absoluter Eyecatcher ist das Durchscheinen von Fasern und Falten. Helles

Holz und Tapeten mit Ton-in-Ton-Malereien kommen durch sie hervorragend zur Geltung. Accessoires sollten eine glatte, weiche oder strukturierte Oberfläche haben. Raue Keramik, perfektes Porzellan und satiniertes oder klares Glas begeistern optisch wie haptisch.

Voluminöse, formbetonte, aber natürliche Gegenstände wirken wie einzelne Skulpturen.

ambiente



precise+architectural

Die zweite Trendwelt ist das Ergebnis aus innovativen Kombinationen. Klar konstruierte, auf das wesentlich konzentrierte Räume sind Hauptbestandteil des Trends „precise+architectural“. Ziegelstein- und Zementtöne, rostige, brünierte Nuancen und Floatglasgrün – die architektonisch

inspirierte Farbpalette verleiht den edlen Materialien eine industrielle Note.

Eine stimmungsvolle Atmosphäre wird mithilfe von gedeckten und schattierten Abendhimmelblautönen erreicht. Terrazzo, poliertes oder geschwärztes Holz, Glas, Stahl, Bronze und Oberflächen mit Matt-Finish oder dezentem Glanz

korrespondieren mit Leder, schweren Textilien wie Cord, Tweed, Bouclé, Velour sowie geometrischen Designs und melierten Musterungen.

precise+architectural ist anspruchsvoll, klar und minimalistisch. Ausdrucksstarke, prägnante Accessoires helfen die Wirkung hervorzuheben.

trends 2020

ambiente

precise +architectural mood

konzentriert concentrated

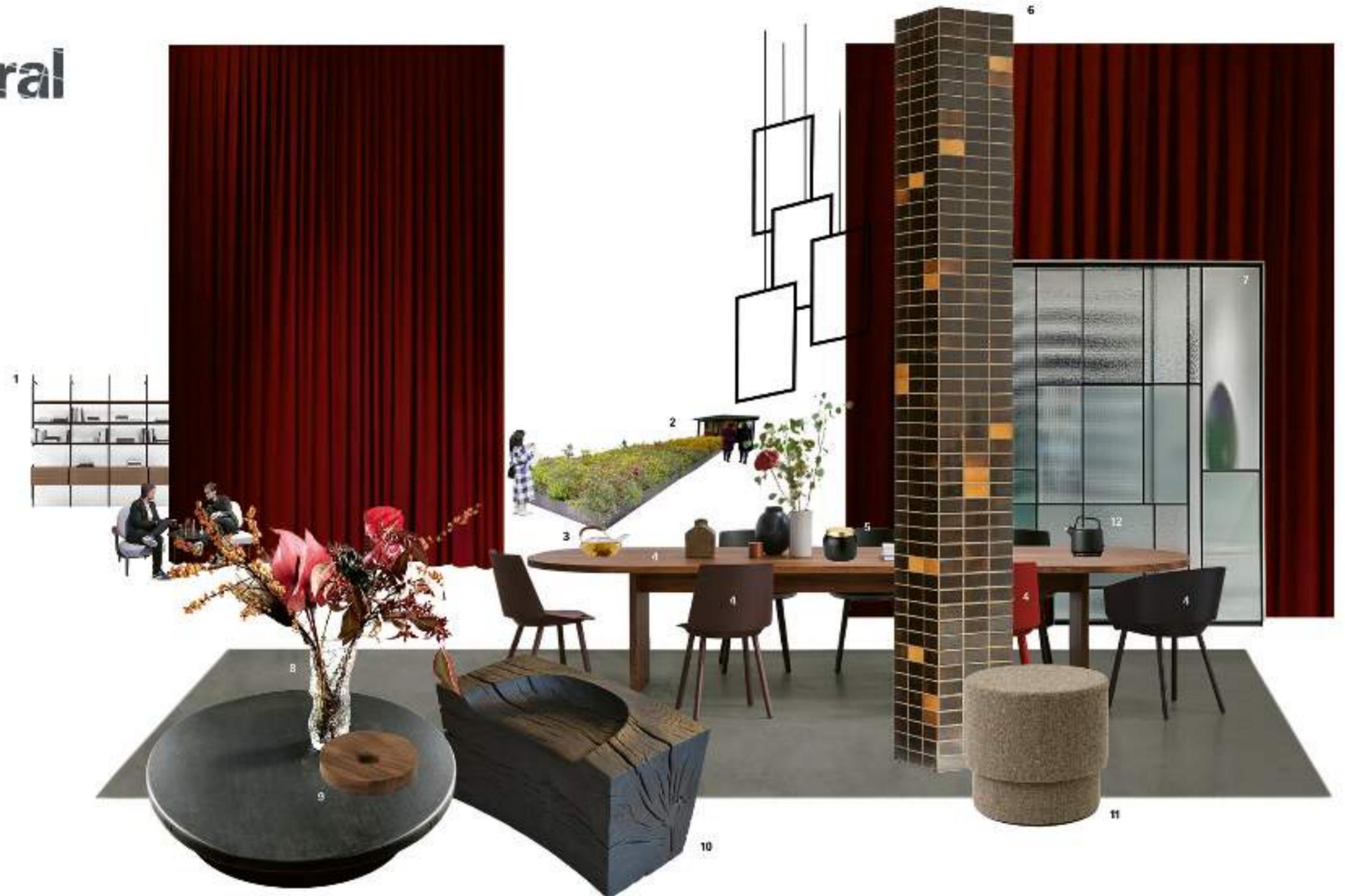
klar clear

minimalistic minimalistic

prägnant concise

anspruchsvoll sophisticated

konstruiert structured



artistical+diverse

artistical+diverse heißt die dritte und letzte Trendwelt der Ambiente. Den Ton geben belebende Farbtöne an: Eine erfrischende Mischung aus leuchtendem Orange, fruchtiger Himbeere, milchigen Farben, einem kräftigen Honigton und lebhaftem Himmelblau.

Dieser Trend verwandelt durch seinen künstlerischen Charakter und den ausgefallenen Farben den Wohnraum in eine persönliche Collage. Die Vielfalt an neuen Werkstoffen, ungewöhnliche Herstellungsprozesse, unkonventionelle Motive und eine besondere Formgebung führen zu Objekten mit Unikatcharakter.

Der Trend artistical+diverse ist facettenreich, humorvoll und avantgardistisch, wirkt durch seine Vielfalt oft auch surreal.

trends 2020

artistical+diverse mood

facettenreich multi-faceted
 humorvoll amusing
 avantgardistisch avant-garde
 surreal surreal
 schöpferisch creative
 vielfältig diverse

HORTIVISION
 EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
 Rhipsalis, Dypsis, Asparagus, Pogonatherum, Monstera

Schnittblumen:
 Gerbera, Asclepias, Anthurium, Chrysanthemum, Celosia

ambiente



1 Viceversa by Noé Duchaufour Lawrence for Kuntalini 2 TAP curated by Studio Vedet for Nilufar, photo Pim Top 3 Fruit Towers by BCSSY, project „A New Layer Taiwan“ curated by Ipo Metzner/Spazio Nobile, funded by NTCF 4 Normade by Paola Navone for Serax 5 Vase by Vincent Genoddy for Yamani X Blask Art Collection 6 side table in dtp by Sebastian Herkner for amos, photo Andres Valbuena 7 Decoupage Vase/Studio Bouroullec, Studio Bouroullec © Vitra 8 side table croc by Sebastian Herkner for amos, photo Andres Valbuena 9 Tongue by Bensen Laum Wood for Rosenthal 10 Vinder/Hella Jongenius, Marc Eggmann © Vitra 11 Helikopterpieces by Dike Seda 12 Bug Invaders, Palmette Laser Cannon carpet by co-topix design-ink

Der PoS im Fokus

Wie Design die Marke und den Verkauf unterstützt

Die klassischen Medien bringen Marken und Produkte in den Kopf der Menschen, aber die Präsentation am Point of Sale (PoS) bringt diese dann in den Einkaufswagen. So ist der PoS ein heiß umkämpftes Gebiet, denn Händler sehen sich unter einem zunehmenden Druck durch den Onlinehandel. Verbraucher kommen häufig nicht mehr mit einer konkreten Kaufvorstellung in die Gartencenter – die meisten Kaufentscheidungen werden erst vor Ort getroffen. Man kann davon ausgehen, dass mehr als 70% der Kaufentscheidungen erst am Point of Sale getroffen werden.

Der Einsatz von werbe-, informations- und kommunikationsbezogenen Mitteln auf der Verkaufsfläche stellt eine wichtige Möglichkeit der Ansprache an den Verbraucher dar. Nur die Produkte, die wirklich wahrgenommen werden, können letztendlich auch gekauft werden. Je nach Sichtweise erfüllt der PoS spezifische Anforderungen: Aus Sicht des Händlers stellt er den Ort des Verkaufs dar – aus der Sicht der Konsumenten ist es der Ort des Einkaufs, auch Point of Purchase genannt. Allgemein handelt es sich aber um den Ort des Warenangebots, an dem die Verbraucher unmittelbaren Kontakt mit den Produkten haben. Hierbei können Kunden mittels gezielter Verkaufsförderungsmaßnahmen angesprochen bzw. ihre Aufmerksamkeit auf bestimmte Produkte gelenkt werden.

Je stimmiger das Konzept, desto erfolgreicher

Das Design eines Produkts ist ein wichtiger Faktor, um Optik und Zeitgeist miteinander zu verbinden. Vor allem die Pflanzen-Präsentation am Point of Sale richtet sich an den Bedürfnissen des Verbrauchers aus. Je einfacher der Zugang zu einer Marke und deren Produkten ist, desto größer ist der Verkaufserfolg. Konzepte mit hohem Wiedererkennungswert am Point of Sale setzen sich durch eine authentische Präsentation durch, zum Beispiel bei der Marke Lucky Berry.



Landgefühl® präsentiert einen ansprechend emotionalen Stand.

Rustikale Holzkisten schaffen einen urigen, von allen Seiten zugänglichen PoS-Stand mit Marktstandcharakter. Um den bestmöglichen Verkaufserfolg zu haben, werden umfangreiche, aufeinander abgestimmte Werbematerialien wie Folder und Banner zur Verfügung gestellt.

Shop-in-Shop-System

Das heutige Shop-in-Shop-System hat auf eine moderne Art und Weise die aus früheren Jahrzehnten bekannten Abteilungen abgelöst. Die weitläufigen Flächen im Gartencenter waren zu unübersichtlich bestückt oder zugestellt. Beim Shop-in-Shop-System ist das genau umgekehrt: Durch die Anpassung

des Angebots reduziert sich gleichzeitig auch die Quantität. Auf kleineren und überschaubaren Verkaufsflächen werden nur die für diesen Shop passenden Pflanzen angeboten. Wer etwas anderes sucht, geht zum nächsten Shop weiter.

Etiketten

Bei Etiketten geht der Trend zu auffälligen Formen und Farben mit viel Bild. Der Verbraucher soll auf den ersten Blick die Eigenschaften und Bedürfnisse der angebotenen Pflanze erkennen. Durch die bildhafte Darstellung der ausgewachsenen Pflanze werden Unsicherheiten und Kaufhemmnisse stark reduziert. Eine moderne und verkaufsfördernde Bildsprache auf der Rückseite der Pflanzenetiketten hilft dem Verbraucher und schafft einen Überblick. Die wichtigsten Informationen über die Pflanze sind in leicht verständlichen Piktogrammen zusammengefasst.



Lucky Berry® in einer Präsentation mit rustikalen Holzkisten.

DER PÖPPELMANN EFFEKT:

Frische Ideen, schnell geliefert.

Was braucht man alles, um ein neues Produkt erfolgreich auf den Markt zu bringen? Bei der Pöppelmann wer 50 Jahre wie (Frankfurt, DE) sind die Antwort: Man muss es einfach und auf www.in-einem-wort.com

Wir machen das. Innovativer.

PÖPPELMANN **TEKU**

„Schafft grüne Oasen!“

Ein Plädoyer für das öffentliche Grün



Denken Sie an Ihren Lieblingsbaum. Er ist sicherlich groß und schön, üppig bewachsen, vielleicht trägt er Früchte. Seine Rinde ist sauber, seine Blätter haben ein sattes Grün, er ist gesund und gepflegt. Dieser Baum steht symbolisch für das Grün in Städten und Gemeinden – öffentliches und privates, drinnen und draußen. Von der Innenraumbegrünung über private Gärten bis zu öffentlichen Parkanlagen: Pflanzen schaffen Lebensqualität und konkreten wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Nutzen. Sie verarbeiten Kohlenstoffdioxid und geben Sauerstoff ab, sie filtern Schadstoffe und sogar Feinstaub aus der Luft, sie nehmen Regenwasser auf und sorgen durch Verdunstung für Kühlung, sie spenden Schatten und fangen den Wind, sie wirken als (Verkehrs-)Lärmschlucker, sind Lebensraum für zahlreiche Tiere und sie machen unser Wohn- und Arbeitsumfeld attraktiv.

Grün statt Grau

In stärker begrünten und gepflegten Wohnanlagen sind die Menschen gesünder, es gibt mehr sozialen Kontakt als in grauen Betonstädten und weniger Vandalismus und Kriminalität. Grün beruhigt. Es animiert zu sportlicher Betätigung, zum Spaziergehen, zum Fahrradfahren und zum Joggen. Größere Grünflächen sind Ruhezone in Städten, in denen Menschen Natur erleben können. Woran, wenn nicht an den Pflanzen, zeigen sich die Unterschiede der Jahreszeiten eindrucksvoller? Wo sonst, wenn nicht im Grünen, können Kinder ungestört spielen und Jugendliche ihrer Fantasie und Kreativität freien Lauf lassen? Wie sähe die Stadt aus ohne Parks, ohne botanische Gärten, Straßenbegleitgrün, Verkehrsinseln, Dach- und Fassadenbegrünung? Wie sähen Häuser aus ohne

Gärten, Balkone, Terrassen? Wie attraktiv wären Spielplätze ohne Pflanzen? Schauen Sie genau hin: Wie sehen die Pflanzen Ihrer Straße aus? Und fragen Sie sich: Was können Sie zu mehr Grün in Ihrem Umfeld beitragen?

Ersatz- und Neupflanzungen

Es ist keine neue Erkenntnis: Eine natürliche Umgebung ermuntert die Menschen zu körperlicher Bewegung, sie animiert zum Knüpfen sozialer Kontakte und bietet Erholung für Körper und Geist. In unserer heutigen urbanisierten Welt bleibt allerdings oftmals nur noch wenig Zeit für Ausflüge in die freie Landschaft. Gleichzeitig nimmt die Flächenversiegelung stetig zu, indem Freiflächen eng bebaut und dafür teilweise sehr alte Stadt- und Straßenbäume gefällt werden. Ersatz- und Neupflanzungen sind in diesem Zusammenhang notwendig und richtig, doch können diese häufig jungen Bäume den Verlust fast nie 1:1 ausgleichen. Um die ökologische Leistung einer einzelnen 100 Jahre alten, gesunden Buche von 20 m Höhe und 12 m Kronendurchmesser zu erzielen, müssen 2.000 Jungbäume mit einem Kronenvolumen von jeweils 1 m³ gepflanzt werden. Bis diese jungen Bäume ihr volles Potenzial entfalten können, dauert es Jahre. Aus diesem Grund sollten Ersatzpflanzungen immer in angemessener Größe erfolgen. Baumschulen halten dafür Bäume verschiedenster Altersklassen bereit. Aber was aus ökologischer Sicht am ursprünglichen Ort fehlt, fehlt dort nun einmal, auch wenn 500 Meter weiter Ersatz gepflanzt wird. So ergab eine Messung in Karlsruhe im Jahr 2002, dass die Partikelablagerungen an den Blättern der Ahorn- Straßebäume umso größer sind, je näher sie zur Fahrbahn stehen. In direkter Nähe zu einer Verschmutzungsquelle nimmt ein Baum mehr Feinstaub, Ozon und Stickoxide auf als in größerer Entfernung. Er selbst leidet aber auch unter den Schadstoffen, weshalb von vornherein eine standort- und sachgerechte Pflanzung erforderlich ist, da nicht jeder Baum für jeden Standort gleichermaßen geeignet ist. Erkundigen Sie sich am besten in Ihrer Baumschule nach einem Baumsortiment, das speziell auf Ihren Standort zugeschnitten ist.

Der immense Nutzen von Stadtgrün für Mensch, Tier und Umwelt ist unbestritten. Und die klimatischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen für unsere Städte werden auch in Zukunft nicht kleiner. Mit dem gezielten Erhalt von innerstädtischen Grünflächen und der konsequenten Anlage und Pflege neuer Oasen werden unsere Städte nicht nur grüner, sondern auch vielfältiger und schöner.

Der Hitzeinseleffekt

Forscher der TU Berlin haben zudem herausgefunden, dass mehrere kleine Grünanlagen effektiver sind als ein großer Park. Die Abkühlung wirkt sich in einem Umkreis von etwa 300 Metern um die Grünfläche herum aus. Kleinere Parkanlagen von etwa einem Hektar Größe, also etwa der Größe eines Fußballplatzes, sind effizienter, weil viele kleine Oasen die Wärme-

insel Stadt besser kühlen können. Mehrere kleinere Grünflächen bedeuten auch mehrere 300-Meter-Abkühlungszonen – und damit würde fast niemand mehr zu weit von einer städtischen Grünfläche entfernt wohnen, um von ihren positiven Effekten profitieren zu können. Jede einzelne versiegelte Fläche kann durch Entsiegelung zu einem besseren Stadtklima beitragen. Innenhöfe und Plätze, die mit einem natürlichen Bodenbelag ausgestattet und begrünt sind, wirken wie kleine Oasen in der städtischen Betonwüste und entlasten die Umwelt. Die Grünplanung sollte daher von Anfang an essenzieller Bestandteil jeder Stadt- und Raumplanung sein.

„Grüne Städte für ein nachhaltiges Europa“ ist ein Projekt des Bundes deutscher Baumschulen (BdB) e.V. Mehr unter www.thegreencity.eu und www.gruen-ist-leben.de



Christmasworld Trends 2020

Geselligkeit – Verbundenheit – Zugehörigkeit

Das Leitthema der diesjährigen Christmasworld heißt „family matters“. In einer komplexer werdenden Welt zählen die Familie, Gemeinschaft, menschliche, reale Begegnungen. Gemeinsam genießen, Feste feiern, schöne Momente teilen wird als Gegenpol zur digitalen Welt wichtiger denn je. Ausdruck findet dies in den drei Stil- und Farbwelten „green ritual“, „silken party“ und „happy get-together“.

Vom 24. bis 28. Januar 2020 findet die Christmasworld in Frankfurt statt.

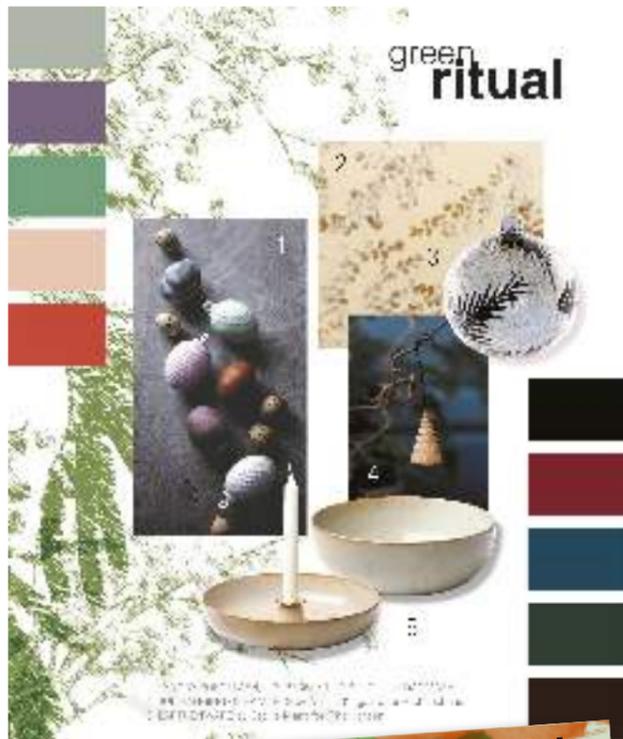


green ritual – inspiriert von der natürlichen Vegetation

Nach einer jahrelangen Verschwendungskultur setzt dieser Trend auf eine einfache, fast minimalistische Gestaltung – das bewusste Verzicht auf grelle Farben und übermäßige Dekorationen.

Puristisch, ruhig, zeitlos und echt beschreibt „green ritual“ sehr genau. Naturnahe Farben, Materialien sowie Handwerkliches spielen die Hauptrolle. Diese Trendwelt ist in zwei deutlich voneinander unterscheidbare Ausprägungen aufgeteilt. Die eine Hälfte dominiert durch helle, zurückhaltende Töne wie grau, taupe, sandfarben sowie helles farngrün und rotbraun. Dadurch wird ein leichtes, frühlingshaftes Flair sowie eine puristische Natürlichkeit vermittelt. In der anderen Hälfte setzen sich eine vegetative, geheimnisvolle, dunkle Farbwelt mit tief-rot-laubigen Tönen und dunklen Blattnuancen, die der Wechsel in die herbstliche Jahreszeit mit sich bringt durch.

Zu sehen sind in Glas und Papier eingearbeitete Blüten und Blätter, gemalte Pflanzen, vegetative und fotoexperimentelle Motive, Aquarell-Optiken, gefleckte und unregelmäßige Mustern sowie taktile, raue oder grobe Oberflächen. Viele der Designs verfügen über einen tiefer gehenden Hintergrund. Zeitgemäß wirken Ton und Glas zusammen mit hellem Holz in funktionalen, schlichten Formen. Kreative, experimentelle Ideen, Techniken, Designs und Werkstoffe mit einer zurückhaltenden Ästhetik ergänzen sich perfekt.



HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Adiantum, Dianthus, Arecaceae, Kakteen, Pogonatherum

Schnittblumen:
Eustoma 'Falda Apricot', Anemone, Beeren-, Baumwoll-, Korke-zieherzweige



silken party – inspiriert von innovativsten Mode-Kreationen, erstellt in feinsten Lasertechnik

Der Trend „silken party“ ist eine vornehme, sinnliche Welt, die durch organische, weiche und wolkige Formen geprägt ist. Ausgefallene Blüten und Blütenblätter sind die Inspirationsquellen für diesen Stil. Eine Dekoration, die durchaus bei Hochzeiten und Sommerfesten sehr gut zur Geltung kommt. Einerseits vereint die zarte, pastellige Farbreihe weiche, cremige Töne und feminine, frische Sorbet-Nuancen, auf der anderen Seite zeigt sie sich elegant und strahlend mit delikaten, warmen Farbtönen. Die Werkstoffe und Veredelungen sind ebenso delikate wie feminin.

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Bromelie, Schlumbergera, Streptocarpus, Euphorbia milii, Caladium

Schnittblumen:
Strelitzia, Heliconia, Lilium, Rosa, Eustoma

Hochwertige Materialien und glänzende, ultraglatte Oberflächen mit metallischem Schimmer ergänzen sich im Wechselspiel hervorragend. Zartes Glas und Textilien wie Seide oder Organza erscheinen hauchdünn, transparent

und zart. Abgerundet und vollendet wird das edle Gesamtbild von weichen Volumen, fließenden Materialien und hochwertigen Lackierungen sowie diskret funkelnden und sanft glitzernden Aspekten.



happy get-together – inspiriert von der neuen urbanen Lebensart mit Recycling im Fokus

In dieser Stilwelt soll die urban geprägte Lebensart, das Leben in den großen Metropolen lebenswerter gestalten und die altbewährten Kategorien wie dein/mein, privat/öffentlich und Stadt/Land aufweichen.

Es dominieren warme Farbspektren, wie zum Beispiel ein orange-leuchtender Wachston, auch recycelte, mattere Farben wie ein Flaschengrün spielen eine große Rolle. Durch ein Kompositverfahren entstehen so Melange, Sprenelungen und Farbmischungen. Nachhaltige, innovative Material- und Gestaltungsalternativen verändern die Art, wie wir feiern und dekorieren. Vermeintlicher Abfall bekommt einen neuen Look. Der

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Fleischfressende Pflanzen, Orchideen, Fittonia, Cineraria, Primula

Schnittblumen:
Viola, Alstromeria, Hydrangea, Allium, Rosa

„Second Life-Gedanke“ steht an erster Stelle. Dadurch entstehen charakteristische Looks an ausrangierten Gegenständen. Handwerkliche Macharten wie Flechten, Wickeln, Binden und Schichten bieten Oberflächen und Materialien ein zweites Leben.

BLUMEN AGENDA 2020



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12

1 **Rose** Januar

2 **Chrysantheme** Februar

3 **Tulpe** März

4 **Gerbera** April

5 **Alstroemerie** Mai

6 **Lilie** Juni

7 **Sommerblumen** (Gladiolen, Löwenmaul, Sonnenblume) Juli

8 **Dahlie** August

9 **Hortensie** September

10 **Lisianthus** Oktober

11 **Orchideen** (Cymbidium, Phalaenopsis, Vanda) November

12 **Amaryllis** Dezember

TOLL WAS BLUMEN MACHEN .DE

ZIMMERPFLANZE DES MONATS 2020



1 Zamioculcas Januar
2 Areca Februar
3 Dendrobium März
4 Campanula April

5 Einblatt Mai
6 Calla Juni
7 Celosie Juli
8 Kaktus August

9 Strelitzie September
10 Kroton Oktober
11 Sanseverie November
12 Yucca Dezember

PFLANZEN FREUDE.DE

Creativeworld Trends 2020/21

work-out, re-form und up-date – offen für Neues

Dieses Jahr wird bei den Creativeworld Trends der Prozess der Entstehung hervorgehoben. Durch die intensive Auseinandersetzung der Materialien und Techniken entsteht ein neuer Weg der Ideenfindung. Die Designer des Stilbüros bora.herke.palmisano informieren sich das ganze Jahr und lassen sich von Mode, Produktdesign und dem Lifestyle inspirieren und adaptieren das Gesehene.

Trends begegnen uns auf der Straße, in Geschäften, den Medien und beeinflussen den Endverbraucher, somit auch sein Kaufverhalten. Daher ist es wichtig, mit den neuen Trends zu gehen und dem Kunden eine Vielfalt zu geben, damit er sich individualisieren kann.

Vom 25. bis 28. Januar 2020 finden Sie in Frankfurt am Main Inspirationen für Ihre Sortimentsauswahl und die Gestaltung des eigenen Schaufensters oder der Ladenfläche.

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Dracaena sanderiana, Juncus effusus 'Spiralis', Euphorbia tirucalli, Brighamia, Beaucamea

Schnittblumen:
Baumwollzweige, Zantedeschia, Matthiola, Craspedia, Mohnkapseln

Work-out: Mit den Händen

Bei dem Trend work-out liegt der Fokus darauf, mit den eigenen Händen Dinge zu fertigen. Beispielsweise grobe Arbeiten mit rauen Materialien wie Beton, Gips und Zement. Mithilfe von besonderen Techniken können so unregelmäßige, ursprüngliche und nicht perfekte Strukturen erzielt werden.

Als Kontrast zu den groben Oberflächen und Mustern werden feine Naturmaterialien wie Seegras, Weide oder Rattan verwendet. Sie finden sich im geflochtenen, geknoteten oder gewebten Zustand als natürliche Wohnaccessoires wie Sitzauflagen, Tischläufer, Untersetzer oder Vorhänge wieder.

Mit dem Eisenblaudruck auf Solarphotopapier lassen sich Konturen, Schatten und Silhouetten von Blättern, Pflanzen oder Blüten abbilden, so werden interessante grafische Effekte erzielt.



work-out [austüfteln]



HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Porphyrocoma, Tillandsie, Bromelia, Cyclamen, Gloxinia

Schnittblumen:
Chrysanthemum, Helianthus, Allium, Gerbera, Phlox

Re-Form: Farbenfrohes Umgestalten

Geht nicht gibt es nicht bei dem Trend re-form. Alles ist erlaubt! Intensive Farben und Multikombination aus Materialien und Techniken finden hier ihren experimentellen Höhepunkt. In dieser Trendwelt werden unter anderem gemusterte Designs überdruckt,

Wollreste unabhängig von Struktur und Farbe gewoben und gestrickt. Passend dazu das große Thema recyceln oder upcyceln. So finden Reste von Wolle oder Farbe eine sinnvolle Verwendung. Verschiedene Garne, Wollreste, Perlen, und Papierstreifen, sowie zerschnittene Plastiktüten und Stoffreste können zu einem Wandteppich oder Kissenbezug verwoben werden.

Schlagwörter wie Multicolor, Collagen, Action Painting, Batik, Dip Dye und Patchwork beschreiben den Trend re-form perfekt.

re-form [umgestalten]

Up-date: Auf den neuesten Stand gebracht

Personalisieren von Gegenständen stehen bei der Trendwelt up-date voll im Fokus. Hier wird vermehrt die junge Generation angesprochen, es wird keiner Norm gefolgt, sondern experimentiert. An der Tagesordnung steht die freie Anwendung von gekritzelter, ausgecuteter, handgemalter oder gesprühter Schrift, es wird auf Kreativität gesetzt.

Ob Graffiti-Technik, Intarsia Strick, Applikationen oder Papierarbeiten wie Cut out, die persönliche Note macht Rucksäcke, Mäppchen, Hoodies, Laptophüllen oder sogar Möbel zu Unikaten.

Mixed-Media kommt hier voll auf seine Kosten: Materialien wie Marker, Pinselstifte, Transferfolien oder Gießharz finden für jede Technik Anwendung.

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Dieffenbachia, Araucaria heterophylla, Cupressus macrocarpa, Muehlenbeckia, Kalanchoe

Schnittblumen:
Kalanchoe, Gladiolus, Xerochrysum, Zinnia, Helianthus



up-date [auf den neuesten Stand bringen]

Der Feind im Verborgenen

Buchsbaumzünsler erobern die Gärten



Erst ist es der Zünsler, jetzt auch noch der Pilz – schweren Herzens trennen sich immer mehr Gartenbesitzer von ihren Buchsbäumen. Dabei war der Buchsbaum stets beliebt, weil er pflegeleicht, immergrün und langlebig ist und sich so schön in Form schneiden lässt. Trotz all seiner Eigenschaften ist er dennoch keine Wunderpflanze. Ein ernst zu nehmender Gegner ist der Buchsbaumzünsler (*Cydalima perspectalis*). Dieser kleine, unscheinbare Schädling kann in kürzester Zeit großen Schaden anrichten. Der Buchsbaumzünsler verwandelt saftig-grüne Befeinfassungen, fein geschnittene Figuren oder Hecken in ein trostloses, trockenes Gerippe.

Von Asien über die Schweiz nach Österreich bis nach Deutschland

Der Buchsbaumzünsler ist das erste Mal vor 13 Jahren in Deutschland entdeckt worden. Ursprünglich stammt er aus Ostasien. Vermutlich wurde er mit Importware nach Europa eingeschleppt. Die ersten Raupen wurden rund um die Rheinhäfen Kehl und Weil am Rhein entdeckt. Von dort aus eroberten die Schädlinge die komplette Rheinebene und zerstreuten sich in ganz Deutschland. Auch in der Schweiz, Österreich, Frankreich, Niederlanden und England hat sich der Buchsbaumzünsler angesiedelt.

Drei Raupen fressen eine Buchsbaumkugel

Wo der Zünsler zubeißt, sind die Schäden groß. Der Buchsbaumzünsler befällt bisher nur die Arten der Gattung *Buxus* – diese allerdings ohne Erbarmen. Da die Raupen im inneren Teil des Gehölzes mit dem Fressen beginnen, ist ein Befall zunächst schwer zu erkennen. Erst wenn die Raupen die Blätter an der Oberfläche fressen, fallen die Fraßspuren deutlich auf. Drei Raupen können in zwei Tagen eine Kugel von 30 Zentimetern zerfressen. Natürliche Feinde gibt es bisher leider kaum.



Nachhaltige, immergrüne Alternativen

Buchsäume sind gerade wegen ihres dichten, immergrünen Blattwerks und der Schnittverträglichkeit sehr beliebt. Die Bekämpfung der Schädlinge gestaltet sich allerdings mühsam. Bekämpft werden kann die Raupe mit chemischen Mitteln, doch hat dies oft negative Auswirkungen auf Flora und Fauna wie Bienen oder Vögel. Das heißt im Klartext: Gartenbesitzer sind gut beraten, in Zukunft auf Alternativen zum Buchsbaum auszuweichen. Jedoch gibt es Alternativen, die besser funktionieren als andere. Eine ist der mehrfach preisgekrönte Rhododendron Bloombox, der nicht nur ein immergrüner, schnittverträglicher Buchsersatz ist, sondern die Gärten zusätzlich in ein leuchtendes Blütenmeer verwandelt. Der Bloombox besteht außerdem bei rauen klimatischen Bedingungen und zeigt sich sogar im Winter bei Temperaturen von bis zu -24 °C robust.



Buchsbaumalternative Bloombox®

Im Mai und Juni zeigt der Bloombox seine rosafarbenen, kugelförmigen Blüten, womit er nicht nur zum optischen Highlight, sondern auch zur wichtigen Nahrungsquelle für nutzbringende Insekten wird. In Zeiten von schwindenden Nahrungsquellen sowie schädlichen Umwelteinflüssen werden bienennährende Pflanzen immer wichtiger. Insgesamt wird er als immergrüne Hecke mit seinen zartrosa Blüten zum Blickfang im Garten. Gerade hier überzeugt der winterharte Rhododendron mit seinen wichtigen Eigenschaften: Er ist schnittverträglich, robust und gut in Form zu halten.

Eine weitere Buchsbaum-Alternative ist die Eibe (*Taxus*). Sie ist eine immergrüne Alternative, mit guter Standortflexibilität und Winterhärte. Einziger Nachteil ist, dass sie keine Blätter, sondern Nadeln hat. Damit ist sie dem Buchsbaum nicht zu 100% ähnlich. Eine weitere Buchsalternative ist der *Ilex crenata*, den es in verschiedenen Sorten gibt. Der *Ilex* ist dem Buchsbaum zum Verwechseln ähnlich, immergrün und schnittverträglich. Nur sind viele Sorten des *Ilex crenata* nicht besonders winterhart. In strengen Wintern ist mit Ausfällen zu rechnen.



Buchsbaumalternative Ilex crenata

Grüne Leidenschaft auf YouTube

Tristan rockt den Garten



Tristan bringt mit seiner lockeren, frischen und authentischen Art den Menschen Blumen und Pflanzen näher. Seine YouTube Videos sind fast schon legendär und sorgen für viel Aufmerksamkeit. Wir haben uns mit ihm getroffen und mit

ihm gesprochen: Über die Leidenschaft zu Blumen und Pflanzen, das Image der Gärtner und die „Angst vorm grünen Daumen“.

Dein YouTube-Kanal heißt „Tristan rockt...“, wie rockst Du denn die Grüne Branche?

Ich denke, dieser Name ist entstanden, da ich vielleicht nicht ganz dem Klischee eines Gärtners entspreche. Keine Haare auf dem Kopf, Vollbart im Gesicht, hier und da etwas Tinte unter der Haut und immer etwas Heavy Metal im Hintergrund, als Entspannung bei der Gartenarbeit. Somit rocke ich durch die Gärten.

Wie schaffst Du es dabei, Deine Leidenschaft für Blumen und Pflanzen nicht zu verlieren?

Hier trifft tatsächlich Beruf auf Hobby. Mein Garten ist tatsächlich eins meiner Hobbys und ist auch nie wirklich fertig. Ja und der Beruf mit seinen neuen Herausforderungen in der heutigen Zeit wird auch nie langweilig. Ich arbeite gerne mit Menschen und tausche mich gerne mit ihnen aus. Blumen und Pflanzen als lebendes „Arbeitsmaterial“ bergen auch immer neue Aufgaben, welche es zu lösen gilt.

„Gärtner sind die mit Strohhut und grüner Schürze...“ – wie können wir zusammen mit diesem Image aufräumen und den Beruf wieder den jungen Leuten nahebringen?

Hier ist meiner Meinung nach wichtig, dass jeder, der die Möglichkeit hat, dies auch an die jungen Leute kommuniziert. Die bisherige Auffassung des Berufes ist meiner Meinung nach in den 80ern hängen geblieben. Was mit Sicherheit auch an ver-

staubten und altertümlichen Berufsbeschreibungen und Darstellungen liegt. Die Öffentlichkeitsarbeit muss jünger und frischer wirken, um diese Information zu vermitteln. Sei es auf Facebook, Instagram oder YouTube zum einen, aber auch auf Messen und anderen Treffen mit der Jugend, sollten Strohhut und Schürzen zu Hause bleiben. Wer einen interessanten und coolen Beruf bewerben will, sollte nicht aussehen wie ein Zeitreisender mit Nena im Walkman. Der Zug ist abgefahren. Viele Betriebe und junge Betriebsleiter haben das erkannt und verstehen dann auch, was zum Beispiel eine Initiative wie 1000 gute Gründe erreichen will. Influencer, Youtuber und alle anderen Arten des Social Webs sind heute das Sprachrohr der Jugend. Da kann ich sie erreichen und ihnen das neue Bild des Gartenbaus nahe bringen, in einer Sprache, die sie auch verstehen. Strohhut und Schürze wurden gegen Tablet und Topfroboter getauscht. Der Beruf lebt von dem hohen Grad der Technisierung und dem Fortschritt. Anders können Betriebe heute nicht mehr am Markt bestehen und es sieht viel cooler aus, als esoterisch verträumt mit einer Blume in der Hand rum zu rennen, den Strohhut und die Schürze immer griffbereit.

Muss man da echt schon im Kinderzimmer anfangen, um den Kleinen das Gärtnern nahezubringen, so dass sie mit Blumen zusammen aufwachsen?

Ich für mich habe tatsächlich geplant, Kontakte mit unseren ansässigen Kindergärten aufzunehmen. Hier möchte ich gerne mit den kleinen Kindern schon was mit Pflanzen machen. Also ja: Kinderzimmer ist der Startpunkt.

Es wurde einfach in der Vergangenheit zu wenig Werbung für Blumen und Pflanzen gemacht. Jetzt haben wir das Problem, dass selbst die Eltern der Kinder in den Kindergärten nicht mehr so viel mit Pflanzen und Blumen machen und ihr Wissen weitergeben könnten. Es wurde also meiner Meinung nach eine ganze Generation verpasst. Neubausiedlungen erstrahlen in 1000 Farben von Kies und Schotter, wo dann vielleicht noch eine Pflanze im Vorgarten zu finden ist. So werden keine neuen Blumenfreunde gefunden!! Aufgabe muss also sein, die Eltern, die jetzt 30-40 Jahre alt sind, wieder den Spaß an Garten, Blumen und Natur nahe zu bringen. Ein Weg kann da über die Kinder sein.

Ich kenne es noch von meiner Oma, selbst einen Nutzgarten zu haben, Blumen zu säen und Spaß an einer bepflanzten Terrasse zu haben. Ach und meine Oma lebte nicht auf dem Land, sondern in Köln.

Gibt es so etwas wie „die Angst vor dem grünen Daumen“? Wieso trauen sich viele Leute heute einfach nicht mehr zu, Pflanzen in Haus und Garten zu pflegen und setzen daher auf Plastik und Schotter?

Das denke ich liegt daran, dass ihnen keine Alternativen geboten wurden. Steingärten oder Baustofflager, wie ich sie gerne nenne, wurden eine zeitlang als sehr trendig und hipp beworben, da fehlte der florale Gegenspieler. Mit dem Argument, dass es wenig Zeit kostet und immer ordentlich aussieht, konnte man punkten. Dass sowas auch mit Pflanzen geht und viel besser aussieht, ging dabei verloren. Da hat die Branche gepennt. Aber mit dem neuen naturbewussten Denken wird sich das wohl auch wieder ändern. Erste Städte haben ja erkannt, dass mit Steinen und Schotter abgedeckte Flächen auch Nachteile haben. Pflanzen wieder in die Häuser, Wohnungen und Zimmer zu bekommen, hat meiner Ansicht nach ja schon begonnen. Durch wieder neu aufgegriffene Trends wie zum Beispiel die Monstera geht es ja wieder los. Ebenso kauft eine stetig wachsende Zahl an Leuten wieder frische Kräuter etc. Hier partizipieren wir als Gärtner natürlich auch von Trends wie Grillen und Außenküchen. Dazu passen frisches Gemüse, Kräuter und Pflanzen besser, als ein Plastik-Ficus. Auf diese Trends muss geachtet werden und somit kann man dann auch Blumen und Pflanzen wieder in den Fokus rücken.



Hypothetisch: Wenn Du jetzt Bäcker oder Klempner wärst: Glaubst Du, dass Du die gleiche Leidenschaft für Blumen und Pflanzen hättest?

Das denke ich tatsächlich, da ich schon immer mit Garten und Pflanzen Kontakt hatte. Sei es damals bei meiner Oma, als Schüler der sich mit Gartenarbeit einen Pfennig dazu verdient hat (natürlich in einem steuerlich erfassten Minijob), oder im Garten des Elternhauses. Nachdem ich aus Köln an den Niederrhein aufs Land gezogen bin, hatte ich immer Kontakt mit Natur, Pflanzen und Co.

Happy DENDRON
TAKE IT!
FOR HAPPY DAYS!
www.inkarho.de
More Happy, Less sad! Keinen Bock drauf, traurig zu sein? - Na, dann greif' zu HAPPYdendron!
by INKARHO*

Platz für Grün ist überall

Mit Urban Gardening eine grüne Oase schaffen

Immer mehr Menschen erobern Flächen in der Stadt und beleben sie mit ihren Lieblingspflanzen. Dächer werden zum Aufblühen gebracht, Tomaten werden im 5. Stock gepflückt oder Kartoffeln im asphaltierten Hinterhof geerntet. Was ebenerdig keinen Platz mehr findet, wird in die Senkrechte verfrachtet. Wände werden zu vertikalen Beeten und Balkone und Terrassen zum verlängerten Wohnzimmer, die nach persönlichem Geschmack gestaltet werden: ob Ruhezone, Freiluftesszimmer oder Partyecke.

Manche erschaffen ein Blütenparadies mit Ampeln und Kästen, andere realisieren den Selbstversorger-Garten mit Obst, Gemüse und Kräutern in Kübeln, Trögen oder Pflanzsäcken. Andere wiederum bekommen nicht genug und wandern in den Schrebergarten: Hier lässt es sich wie auf dem Land gärtnern.



Schmetterlingsflieder Sommerlounge®

Woher kommt Urban Gardening?

In den USA aber auch in lateinamerikanischen und asiatischen Metropolen ist Urban Gardening seit längerer Zeit ein Mittel gegen die wachsende Armut. Nicht zuletzt deshalb hat das Urban Gardening dort seinen Ursprung. So begannen beispielsweise vor 40 Jahren in New York sogenannte „Community Gardens“. Brachliegende Flächen wurden kurzerhand besetzt und bearbeitet. Auch die störanfällige Versorgung mit Lebensmitteln spielte eine entscheidende Rolle in einigen Ländern. In anderen Großstädten wie Moskau versorgen sich über 50% der Bevölkerung selbst mit frischen Lebensmitteln.

Urban Gardening Trend in Deutschland: Es ist für viele zur Leidenschaft geworden

Die steigende Popularität für Urban Gardening steht in der heutigen Zeit auch im Zusammenhang mit dem Wunsch eigenes Obst und Gemüse zu ernten und die erhöhte Sensibilität für unsere Umwelt. Es grünt immer mehr mitten in den Städten. Dadurch wird das Mikroklima verbessert und zusätzlich werden die tristen Betonwüsten vieler Großstädte verschönert. Die rasante Verbreitung des Urban Gardening Trends lässt sich auch auf den Klimawandel, die zunehmende Digitalisierung und den mangelnden Naturzugang zurückführen. Auch das steigende Bewusstsein für eine gesunde Ernährung ist ein Faktor. Außerdem liefern urbane Gärten Bienen und anderen Insekten ein reiches Nahrungsangebot.

Ein verlängertes Wohnzimmer zum Wohlfühlen

Der Balkon oder die Terrasse sind wie ein grünes, verlängertes Sommer-Wohnzimmer. Hier soll es gemütlich und schön sein. Die Frage ist, welche Pflanzen sich für diesen Ort besonders eignen. Sie sollten Trockenheitsresistenz und keine Windanfälligkeit mitbringen. Die ausgewählten Pflanzen sollen außerdem möglichst langlebig sein – Winterhärte und ein kompakter Wuchs sind wichtig, damit die Pflanzen nicht jedes Jahr aus dem Topf herauswachsen. Bei dem geringen Platzangebot auf dem Balkon, sollen die wenigen Pflanzen möglichst lange attraktiv sein: Eine lange Blütezeit und ein schöner Wuchs sind wichtige Punkte. Wer möglichst viel Nutzen aus der Pflanzenwahl ziehen möchte, der ist gut beraten auf Mehrwert zu achten wie bienennährend, essbar oder schmetterlingsanziehend. Toll ist auch ein Farbwechsel in der Blüte.

Pflanzenideen

Da der Umweltaspekt immer wichtiger wird, wollen viele Balkonbesitzer beispielsweise ein Nahrungsangebot für Bienen und andere Insekten schaffen, indem bienennährende Pflanzen intrigiert werden. Perfekt dafür ist zum Beispiel die winterharte, kompakte Zwergrose Rosy Boom mini. Diese bildet als Dauerblüher über einen Zeitraum von 100 Tagen einen wahren Blütenteppich und sorgt somit für eine wahre Blütenpracht auf Balkon oder Terrasse. Mit einer Vielzahl von dunkelrosafarbenen Blüten zieht sie Bienen in ihren Bann und leistet somit auf kleinsten Raum einen wichtigen ökologischen Beitrag.



Wer hingegen auch Schmetterlinge auf den Balkon oder die Terrasse ziehen möchte, der ist mit dem winterharten Schmetterlingsflieder Sommerlounge gut beraten. Gewisse Sorten wachsen sehr kompakt, blühen lange und sind wahre Schmetterlingsmagneten. Der Grund: Den Nektar in den langen Röhrenblüten haben sie mehr oder weniger exklusiv. Zudem verströmen sie einem angenehmen Duft auf dem Balkon. Ein weiterer Trend beim Urban Gardening: Naschen. Besonders geeignet sind dafür winterharte Obstgehölze und Gemüsepflanzen, die nicht nur Bienen und Hummeln anziehen sondern von Juli bis Oktober immer wieder neue Früchte bilden und damit für ein Naschvergnügen über einen Zeitraum von 4 Monaten schaffen.

Eine lange Blütezeit inklusive einem spannendem Farbwechsel bietet die neue Rispenhortensie Hydrangea paniculata 'Switch' und sorgt damit für ein abwechslungsreiches Bild im Garten, auf dem Balkon und der Terrasse. Sie blüht den ganzen Sommer von Juni bis September – insgesamt 150 Tage – und zeigt sich dabei unkompliziert und dekorativ. Die winterharte, kompakt wachsende Hortensie startet in zartem Limonengrün, wechselt über Weiß zu einem Altrosa. Sie ist außerdem eine wichtige Nahrungsquelle für Bienen und Hummeln. Vor allem in der ersten Blühphase finden sich zahlreiche Schmetterlinge auf der auffälligen Hortensie wieder.

Grüne Städte sind gut für Mensch und Umwelt

Die Vorteile von grünen Städten liegen klar auf der Hand: Je mehr Pflanzen es in einer Stadt gibt, desto höher ist die Lebensqualität. Pflanzen filtern nicht nur Verunreinigungen aus der Luft, sie nehmen auch Kohlenstoffdioxid auf und geben Sauerstoff ab. Sie erhöhen die Luftfeuchtigkeit und begrenzen Temperaturextreme. Pflanzen machen eine Stadt, die ansonsten aus Ziegeln, Beton und Asphalt besteht, einfach viel schöner und lebenswerter. Das liegt vor allem daran das Pflanzen einen psychologischen Effekt auf uns Menschen haben. Wo es grünt und blüht, fühlen wir uns wohl.



Der Trend und ich

Mein eigener Style vs. der letzte Schrei

Die gelernte Floristin Bianca Meiser ist seit 2014 verantwortlich für den floristischen Bereich der Gärtnerei Arnholz-Prüße in Löhne. Seit 2002 ist sie freiberuflich unterwegs – für Blumengeschäfte, Großhändler, Messedekorationen, Fotoarbeiten und vieles mehr. Wir haben sie gebeten, die kommenden Trends für unser Magazin floristisch zu interpretieren. Herausgekommen ist eine Reflektion zum Thema Trends.

Ich habe mir lange Gedanken darüber gemacht, wie ich das eigentlich mache mit dem Trend. Richte ich mich danach, lasse ich mich davon beeinflussen oder interessiert es mich eher weniger? Oft ist man so tief in dem Thema drin, dass es einem selbst nicht bewusst ist, was genau man da eigentlich macht und vor allem wie man eigentlich vorgeht. Man macht es einfach... weil man es immer schon so gemacht hat oder weil es zum Aufgabengebiet gehört, oder, oder, oder... Und genau das ist oft das Problem.

Meiner Meinung nach ist der wichtigste Punkt in diesem Thema, dass das was ich mache, authentisch ist. Es bringt mir nichts, Ware zu kaufen und in meinem Geschäft zu präsen-

tieren, nur weil jemand sagt, das ist Trend, wenn es gar nicht zu mir passt. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass es ziemlich müßig wird, das zu verkaufen. Der ewige Ladenhüter sozusagen. Ein typischer Fall von... da muss ich schwanger gewesen sein, als ich das gekauft habe...



Irgendwie folgt man mehr oder weniger automa-

tisch dem einen oder anderen Trend. Das bleibt gar nicht aus, da sich ja fast alles was wir angeboten bekommen, nach Trends richtet. Dabei muss ich nicht jedem folgen, das ist mir bewusst geworden, als ich gebeten wurde, Trends für dieses Magazin floristisch umzusetzen.

Natürlich war sofort mein Ehrgeiz geweckt, von jedem Thema etwas umzusetzen. Doch nach und nach merkte ich, dass mein Herz nur für ein aktuelles Trendthema schlägt. Dazu fiel mir gleich ganz viel ein, was bei den anderen Themen gar nicht der Fall war. Somit ist es nun für mich eine Kombination aus dem Trend 2019 „Soft Landing“ und dem Trend 2020 „Heilen“ geworden.

Warme Pastelltöne und erdende Brauntöne geben uns das Gefühl von Gemütlichkeit und Geborgenheit. Das zarte gelbe und orange verhilft uns zu Klarheit und friedlichem Miteinander. Altes mit Neuem verbinden. Das „Wir“ ist wichtig, nicht nur im Privaten, auch im Beruflichen. Eine neue Art von „Wir“. Erkennen, dass es zusammen viel effektiver geht als alleine. Diese Farbkombination fördert für mich auch das Gefühl von Vertrauen und Harmonie.

Wir Floristen und Gärtner haben oft vergessen, mit was für wunderbarem Material wir da arbeiten. Wir haben vergessen, welche Emotionen wir damit ausdrücken und transportieren können. Ich würde mir wünschen, dass wir uns daran wieder erinnern und das tun, was wir gelernt haben.

„Blumen sind das Lächeln der Erde“ – genau das ist es was wir weitergeben können, zusammen.

Auch hier ein Weckruf an uns alle, uns mal bewusst zu werden, was mache ich da eigentlich? Ist das noch so richtig, was ich mache? Was kann ich verändern? Was muss ich verändern? Kurzfristig, mittelfristig und langfristig.

Das klingt alles einfach gesagt, ist es aber nicht. Das weiß ich aus eigener Erfahrung. Eingefahrene Dinge zu verändern, bedeutet auch mutig zu sein. Bereit zu sein, Niederlagen einzustecken, denn nicht alles wird gleich so funktionieren, wie man sich das wünscht. Das braucht vor allem Geduld und Ausdauer. Dranbleiben. Alles braucht seine Zeit.



City Gardening und Bienenschutz

Advertorial Baumschule zu Jeddloh Pflanzen

Was sind die Trends im Gartenbau? Die Antworten darauf hat die Baumschule zu Jeddloh Pflanzen in die Entwicklung neuer Konzepte und Marken integriert. Mit Berry-Bux®, Bee Happy® und den neuen Zepeti® Rosen präsentiert das Unternehmen für die kommende Saison Themen, die den Zeitgeist treffen.

Das Produktentwicklungsteam der Baumschule hat vor allem zwei Trends herausgearbeitet: Absolut angesagt ist das Thema Bienen- und Insektenschutz. Egal, ob in der Stadt oder auf dem Land. Immer mehr Menschen sind konkret auf der Suche nach bienenfreundlichen Pflanzen, um einen persönlichen Beitrag zum Insektenschutz zu leisten. Hoch im Kurs steht außerdem das Thema City Gardening. Selbst der kleinste Balkon wird von vielen Stadtbewohnern in ein blühendes, grünes Wohnzimmer und oft auch in eine Naschoase mit Beerenobst verwandelt.



Bee Happy®- zieht Kunden magisch an

Bienen und Insekten, die bestäuben, gehören zu den wichtigsten Tieren, denn 80% unserer Pflanzen in der Landwirtschaft müssen bestäubt werden. Nur, wenn es Bienen & Co gut geht, geht es auch uns gut! Diese Botschaft nehmen sich mittlerweile viele Konsumenten zu Herzen. Sie wollen die richtigen Pflanzen für ihren Garten oder ihren Balkon kaufen, um damit einen wichtigen Beitrag zum Bienenschutz zu leisten!

Mit dem Bee Happy® Sortiment gelingt es Gartencentern dieses Thema in den Fokus zu rücken. Das Sortiment beinhaltet nur Gehölze, die eindeutig als bienenfreundlich eingestuft werden. Alle Pflanzen sind nach zertifizierten MPS Kriterien kultiviert. Bedruckte Europaletten-Hussen als Warenträger – in leuchtend gelb, kombiniert mit dem Bee Happy® Logo und ansprechenden Nahaufnahmen von Bienen beim Bestäuben – locken Kunden an.



**BerryBux® im Miniformat:
Perfekt für das City Gardening**

Die neuen Vaccinium angustifolium BerryBux® im P 10,5 Kulturtopf sind die perfekten Pflanzen für den passionierten City Gärtner, der viel Wert auf Naschobst legt und gleichzeitig seinen Beitrag zum Bienenschutz leisten möchte. Die Mini-Blaubeerpflanzen lassen sich ideal in einen Balkonkasten pflanzen und machen dabei auch noch eine gute Figur. Mit ihren extrem vielen Blüten im Frühjahr sehen sie nicht nur dekorativ aus, sondern locken auch Bienen an. Im Sommer bringt die Minihecke reichlich Ertrag und die vitaminreichen Beeren sind für das morgendliche Müsli auf dem Stadtbalkon zum Greifen nah. Im Garten sind die kleinen BerryBux® auch als Beet-Einfassung eine ideale Alternative zur traditionellen Buxhecke – mit Naschmehrwert. Denn wie der Name schon verrät, sehen diese Vaccinium dem Buxus vom Laub und Wuchs zum Verwechseln ähnlich.

Auch in Sachen bienenfreundlicher Rosen bietet die Baumschule zu Jeddloh Pflanzen mit den Knock Out® und den Drift® Rosen attraktive und gesunde ungefüllte Sorten an. Der absolute Star, nämlich eine Kreuzung aus der besten Knock Out®- Sorte und einer endlos blühenden Zwergrose, ist die neue Zepeti® Rose. Wenn man diese Rose sieht, denkt man sofort: „WOW! Ist die echt?“ Ja, sie ist es! Sie sieht aus wie gemalt mit ihren vielen roten Blüten. Und die Blätter glitzern und glänzen in dunkelgrün. Ohne Flecken, ohne Rost, ohne all die schrecklichen Rosenkrankheiten dieser Welt. Von Weitem könnte man glauben, dass sie künstlich ist! So etwas hat es noch nicht gegeben: Immer Blüten, immer gesund, immer wow! Und sie ist durch ihren kompakten Wuchs auch bestens für den Kübel auf dem City-Balkon geeignet.

Zepeti®: Endlich eine Rose ohne Diva-Allüren



Weitere Informationen finden Sie unter: www.jeddloh.de



SHIN YONG

Harmonisch leben mit Blumen und Pflanzen

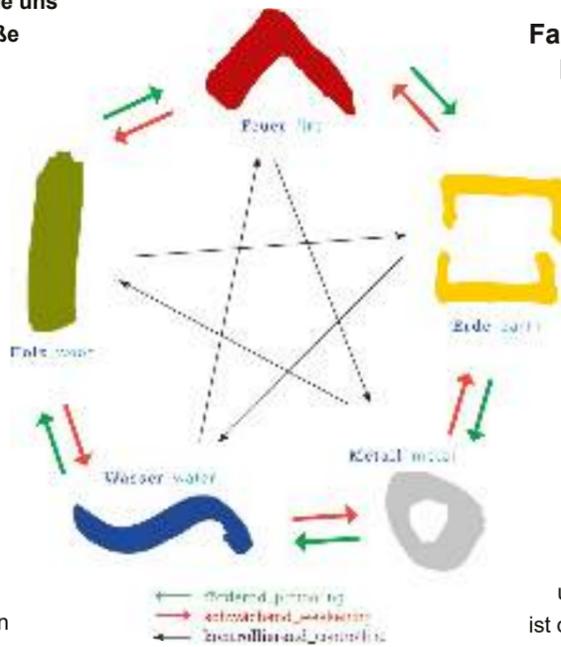
Wer kennt das nicht: Ein Strauß bunter Blumen an einem regnerischen Tag vertreibt die Tristesse und verbessert die Laune zusehends. Auch ein Festessen verläuft stimmungsvoller und anregender, wenn ein ansprechender Blumenschmuck auf dem Tisch steht. Wir fühlen uns wohl, wenn wir mit unserer Umgebung im Einklang, sprichwörtlich „auf einer Wellenlänge“ sind. Diese Redewendung gibt bereits den Hinweis darauf, dass wir uns behaglich fühlen, wenn die physikalischen Schwingungen, die alles und jeder abgibt, mit unserem eigenen Schwingungsmuster übereinstimmen – oder ein Defizit ausgleichen. Diese Schwingungen nehmen wir über all unsere Sinne wahr, auch über das Sehen. Fällt der Blick auf Dinge, die uns angenehm sind, herrscht eine große Übereinstimmung und Harmonie.

Das trifft auch für Blumen und Pflanzen zu. Sie haben grundsätzlich eine positive Ausstrahlung auf ihre Umgebung und tragen zu mehr Wohlbefinden bei.

Shin Yong ist ein neuer Begriff – mit Wurzeln in einer uralten Naturphilosophie

Geht man bei der Betrachtung der Farbwirkung sogar noch einen Schritt weiter, so lassen sich aus der generellen physikalischen Wirkung von Farben viele Differenzierungen erkennen. Schließlich macht es einen deutlichen Unterschied, ob der Blumenschmuck bei einem festlichen Abendessen ganz in Weiß gehalten ist oder ob er in einem opulenten Bordeaux erstrahlt. Eine weißblumige Tischdekoration wirkt kühler, distanzierter und eleganter. Ein rotblumiges Arrangement wirkt sinnlicher, üppiger und wärmer. Naheliegender erscheint angesichts dieser beiden Varianten, dass das Gespräch der Gäste im ersten Fall etwas formaler und sachlich distanzierter abläuft, im zweiten Fall aber schneller zu einem sich emotional öffnenden, munteren und vertrauteren Gesprächsverlauf führen wird. Unbewusst nehmen die Gäste die Wirkung der Farben von Blumen und Pflanzen auf.

Genau hier setzt die Wirkung von Shin Yong an. Dieser Begriff ist neuartig und -entsprechend der zugrundeliegenden Theorie und Praxis der chinesischen Naturphilosophie Feng Shui- aus dem Chinesischen abgeleitet. Im Feng Shui gibt es die Möglichkeit, für jeden Menschen und auch für jede Situation die Umgebung optimal zu gestalten. Immer ist die Grundlage das Wissen über die universelle Lebenskraft Chi um uns herum und das Wissen von einem „Werkzeugkasten“, dieses Chi richtig zu leiten. Dieser Werkzeugkasten besteht aus den Fünf Elementen, die diese Lebenskraft gestalten. So kann aus jedem Lebensraum ein Ort entstehen, an dem der Mensch so gut wie möglich funktionieren kann: emotional, körperlich, geistig.



Farben, Formen und Strukturen bestimmen unsere Stimmung! Die Fünf Elemente und ihre Wirkung

Wasser, Holz, Feuer, Erde und Metall – diese fünf Elemente können das Universum in all seinen Facetten beschreiben. Alles und jedes auf der Erde kann einem Element zugeordnet werden: Geburtstage, Charaktereigenschaften, Pflanzen, Gegenstände – einfach alles. Diese Elemente sind nicht als statische Bausteine zu sehen, sondern vielmehr als dynamische Prinzipien, die ständig miteinander in unterschiedlicher Weise agieren. Das ist der Grund dafür, warum der Energiekreislauf um uns herum niemals still steht.

Treffen die Elemente nun aufeinander, so können sie sich fördern und damit z.B. eine Person oder Situation aktivieren oder sie können sich schwächen und damit eine Situation oder Stimmung beruhigen und sie können sich kontrollieren sowie blockieren, z.B. Disziplin oder Aggression auslösen.

Hat man einmal diese Interaktion zwischen den Fünf Elementen verstanden, fällt es leicht, einen Raum harmonisch zu gestalten oder die Stimmung einer Person zu erkennen und mit dem richtigen Blumenschmuck zu erfreuen.



Wasser – Mit Blau die eigenen Stärken entwickeln

Blumen und Pflanzen mit der Energie des Elementes Wasser vermitteln durch ihre Blautöne eine eindrucksvolle aber dennoch sanfte Energie. Sie unterstützen den mentalen Reinigungsprozess und die Besinnung auf das Wesentliche, auch die Kräftigung des Selbstbewusstseins. Weitere Erkennungsmerkmale:

- Blumenschmuck in fließenden Formen und mit sanften, unregelmäßigen Effekten
- Pflanzen mit springbrunnenartigem oder fließendem Wuchs

Holz – mit Grün Kräfte wecken und neue Wege gehen

Grüne Pflanzen und grüner Blumenschmuck tragen die Energie des Elementes Holz in sich. Diese Energie gibt die Impulse, sich mit einem gesunden Selbstbewusstsein in seine Außenwelt auszudehnen. Weitere Erkennungsmerkmale:

- Blumenschmuck in schlanken, aufrechten Formen, der nach oben geöffnet wirkt
- Pflanzen mit aufstrebendem Wuchs



Feuer – mit Rot Anerkennung und Leidenschaft erleben

Roter Blumenschmuck mit Feuer-Charakter gibt ein Höchstmaß an Energie an die Umgebung ab und unterstützt Weltoffenheit, Zuneigung und Selbstbewusstsein. Weitere Erkennungsmerkmale:

- Blumenschmuck in spitz zulaufenden Formen und mit kantigen Effekten
- Pflanzen mit pyramidal aufrechtem Wuchs

Erde – mit Gelb Urvertrauen und Gelassenheit fühlen

Gelbe Blumen und Pflanzen tragen die Energie des Elementes Erde in sich. Sie wirken warm und vertrauensvoll. Sie stabilisieren Aufrichtigkeit, Treue, Vertrauen und Zuverlässigkeit. Weitere Erkennungsmerkmale:

- Blumenschmuck in gelben und sandfarbenen Tönen sowie quadratische, kuppelförmige oder liegende Formen mit Rundungen
- Pflanzen mit symmetrischem und kuppelförmigen Wuchs



Metall – mit Weiß und Bunt der Kreativität freien Lauf lassen

Weiß, metallische aber auch kunterbunte Farben tragen das Potential für Klarheit und Leichtigkeit in sich. Blumen und Pflanzen mit der Energie des Elementes Metall sollen zudem den Lernprozess unterstützen und zur Verbesserung der Struktur beitragen. Weitere Erkennungsmerkmale:

- Blumenschmuck mit runden und strukturgebenden Oberflächen
- Pflanzen mit rundem Habitus

風水

Die gezeigten Beispiele mit Blumen und Pflanzen sollen lediglich Anregungen sein, wie Sie mit Blumen und Pflanzen vielleicht auch Ihre ganz persönlichen Wünsche unterstützen können, indem Sie mit Farben und Formen eine harmonische Umgebung gestalten, in der Sie sich wohl fühlen und dadurch die richtigen Entscheidungen für sich treffen werden. Manchmal – und dann immer öfter – werden Sie erstaunliche Veränderungen bemerken. Sie werden spüren, wie Ihre Umgebung Sie aufmuntert oder besänftigt – genau so, wie Sie es wünschen.

Das Rezept für eine harmonische Gestaltung: alle Elemente wohl dosiert kombinieren

Eine harmonische und Erfolg versprechende Atmosphäre stellt sich dann ein, wenn die Elemente wohl dosiert kombiniert werden:

- ein wenig Wasser
- eine ordentliche Portion Holz
- eine Prise Feuer
- viel Erde und
- eine gute Portion Metall

Nun ist gute Beobachtungsgabe gefragt: Was fehlt? Was ist zu viel? Welche Stimmung, welche Atmosphäre soll gestaltet werden? Welche Elemente bieten sich in der Kombination mit den vorhandenen dafür an?

„Unsere Branche ist Teil der Lösung – und nicht des Problems“ Aktiv für eine gesündere Zukunft im Gleichgewicht

Gerade in der Grünen Branche mit ihren frischen Blumen und Pflanzen sowie vielfältigem und gesunden Obst und Gemüse ist eine gesunde Umwelt das wichtigste Fundament des Erfolgs. Damit sich Kunden auch in Zukunft auf Qualität und Frische grüner Produkte verlassen können, braucht es eine intakte Natur im Gleichgewicht – nicht nur heute oder morgen, sondern für die nächsten Generationen. Bereits mit vielen vermeintlich kleinen Schritten können Unternehmen bei der Produktion von Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse aktiv einen wertvollen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen leisten.

Wie sich dies im Tagesgeschäft konkret umsetzen lässt, zeigen zwei Beispielprojekte der Landgard eG. Verantwortung für Natur und Gesellschaft sind bereits seit Jahren integraler Bestandteil des Wertesystems der Erzeugergenossenschaft. Im Rahmen einer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie, die auf den vier Säulen „Grüne Produkte“, „Klima, Energie und Umwelt“, „Mitarbeiter“ sowie „Gesellschaft“ basiert, konzentriert sich Landgard mit seinen Mitgliedsbetrieben gezielt auf Projekte, die einen umwelt- und gesellschaftsrelevanten Mehrwert bringen und damit weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen.

Besonders die ersten beiden Säulen der unternehmenseigenen Nachhaltigkeitsstrategie haben eine umweltverträglichere Ausrichtung des Tagesgeschäfts zum Ziel. Ein wichtiger Schritt hierzu war die einwandfreie Kennzeichnung besonders nachhaltiger Produkte für den Verbraucher. Denn nur wenn Nachhaltigkeit schon auf den ersten Blick zu erkennen ist, kann sie sich auch am Markt durchsetzen. In Abstimmung mit den Kunden werden besonders umweltfreundlich produzierte Blumen und Pflanzen sowie Obst und Gemüse mit dem Siegel als „zertifizierte nachhaltige Produkte“ gekennzeichnet. So können Verbraucher noch leichter und mit gutem Gewissen gezielt zu Waren greifen, die durch ihre Aufzucht einen wichtigen Beitrag zum Schutz der Umwelt und zur Schonung wertvoller natürlicher Ressourcen leisten.

Um eine Auszeichnung mit dem Siegel „zertifiziertes nachhaltiges Produkt“ zu erreichen, muss der jeweilige Artikel einen umfangreichen Kriterienkatalog erfüllen, der von Nachhaltigkeitsexperten genauestens überprüft und stetig weiterentwickelt wird. Für das Landgard Nachhaltigkeitsiegel werden generell nur Produkte zugelassen, die nach GlobalG.A.P., QS-GAP, MPS-ABC oder einem vergleichbaren Standard zertifiziert sind und gemäß den Sozialanforderungen nach GRASP, FIAS, MPS-SQ oder vergleichbaren Standards arbeiten.



Darüber hinaus muss sich das jeweilige Produkt messbar in einem der folgenden Zusatzbereiche durch besonders hohe Nachhaltigkeit auszeichnen: schonende Ressourcen-Nutzung in Hinblick auf Substrat, Energie, Wasser oder Pflanzenschutz, Förderung der Biodiversität, nachhaltigere Verpackung, zusätzliche Zertifizierung oder Einsatz für soziale Gerechtigkeit, der weit über das gesetzliche Mindestmaß hinausgeht.

Nur wenn das jeweilige Produkt diesen strengen Vorgaben entspricht, hat es sein neues Siegel verdient – als „zertifiziertes nachhaltiges Produkt“. Die Palette an Blumen- und Pflanzenprodukten, die anhand des Siegels bereits auf den ersten Blick als „zertifiziertes nachhaltiges Produkt“ zu erkennen sind, ist schon heute breitgefächert und wächst stetig. Sie reicht von 100% torffrei gezogenen Anthurien über zertifizierte Cyperus papyrus in torf reduziertem Substrat und mit Etiketten aus Recycling-Papier, über Bio-Obstgehölze, die in eigens zusammengestelltem Bio-Substrat wachsen, oder Orchideen, die ausschließlich unter Nutzung regenerativer Energie produziert werden, bis hin zu Pflanzendünger aus Gärresten, der ein nachhaltiges und optimales Pflanzenwachstum gewährleisten kann. Kunden und Verbraucher können sich zudem jederzeit online über die konkreten nachhaltigen Vorteile einzelner Produkte informieren, die mit dem Nachhaltigkeitsiegel ausgezeichnet wurden. Das schafft Transparenz – und Vertrauen.

Im Rahmen der zweiten Säule der Landgard Nachhaltigkeitsstrategie „Klima, Energie und Umwelt“ hat sich die Erzeugergenossenschaft in diesem Jahr ein besonders ehrgeiziges neues Ziel gesetzt: Landgard goes Zero. Mit dem Startschuss, der während der Nachhaltigkeitswochen fiel, hat sich die Erzeugergenossenschaft auf den Weg hin zur klimaneutralen Vermarktung gemacht. Als ersten Schritt wurden gemeinsam mit der Logistiktochter Fresh Logistics System in der Woche nach der spoga+gafa 2019 alle Auslieferungen von den Standorten Wiesmoor und Lüllingen klimaneutral durchgeführt. Gemeinsam mit dem deutschen Dienstleister „Fokus Zukunft“ wurde die bei einer Laufleistung von 420.000 km freigesetzte CO₂-Menge durch die Förderung klimafreundlicher, nachhaltiger Projekte ausgeglichen.

„Auch in Zukunft wird die Grüne Branche nicht ohne Logistik auskommen. Umso wichtiger ist es, dass wir Mittel und Wege nutzen, um auch im Rahmen dieser Transporte die Auswirkungen auf die Umwelt zu kompensieren und einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz zu leisten“, betont Armin Rehberg, Vorstandsvorsitzender von Landgard. Im nächsten Schritt analysiert die Erzeugergenossenschaft nun gemeinsam mit dem Partner „Fokus Zukunft“ die jährlichen Treibhausgas-Emissionen aller Standorte von Fresh Logistics System. Auf dieser Basis wird dann eine fundierte CO₂-Bilanz – der Unternehmensfußabdruck – nach dem internationalen Standard des Greenhouse

Gas Protocol erstellt. Bereits gestartete Reduktions- und Vermeidungsstrategien werden parallel weiter ausgebaut und neue Einsparmöglichkeiten ermittelt. Emissionen, die nicht vermieden werden können, werden kontinuierlich durch nachhaltige, CO₂-kompensierende Projekte bis hin zur Klimaneutralität ausgeglichen. Die Kompensationsmaßnahmen sind dabei vielfältig und reichen von international anerkannten und zertifizierten Klimaschutzprojekten wie der Förderung von Wind- und Wasserenergie in Indien oder Guatemala bis hin zu neuen grünen Produkten, die nicht nur klimaneutral, sondern sogar klimapositiv sind und damit einen aktiven Beitrag im Kampf gegen die Klimawandel leisten.

„Unser Ziel ist es, die Grüne Branche dafür zu sensibilisieren, welche vielfältigen Möglichkeiten es gibt, die eigene Produktion und Vermarktung nachhaltiger auszurichten“, so Vorstandsvorsitzender Armin Rehberg. „Nur gemeinsam können wir dazu beitragen, für uns und kommende Generationen eine gesunde Umwelt im Gleichgewicht zu erhalten. Und schließlich sind wir

und unsere grünen Produkte gerade im Kampf gegen den Klimawandel Teil der Lösung – und nicht Teil des Problems.“



GABOT Jobs

**Kostenfreie Basisanzeige | Lange Laufzeit | Chiffre-Anzeigen |
Keine Registrierung nötig | Anzeigen im eigenen Design |**

Der Stellenmarkt für die grüne Branche

„All das macht mich glücklich.“

Einblick in den Alltag einer Bloggerin

Marmeladekisses ist ein erfolgreicher Blog im Internet. Berit Ueberdick ist die Frau, die in ihrer Umgebung, in der Natur und auch in Alltagssituationen Inspirationen findet, die sie zu interessanten Blogbeiträgen verarbeitet. Mit Erfolg.

„Wichtig ist eigentlich nur, dass man mit offenen Augen durch die Welt geht“, sagt die junge Bloggerin. „Ich dachte sehr lange, dass ich nicht kreativ sei. Ich konnte nie gut zeichnen, habe nie gerne gebastelt. Heute ist das Bloggen

für mich eine Art Raum, in dem ich machen kann, was mir gefällt. Dass sich davon dann Menschen gerne inspirieren lassen, ist für mich ein schönes Gefühl, was mir sehr viel gibt.“

Marmeladekisses ist ein Blog über Vintage, Rezepte, Blumen, Fotografie, DIY und vieles mehr. Der Name entstand aus purem Zufall. „Ich habe meinen Blog ganz spontan gegründet und habe null damit gerechnet, dass daraus das werden könnte, was es jetzt ist. Mittlerweile gefällt mir der Name gar nicht mehr.“ So folgt gleich eine Empfehlung:



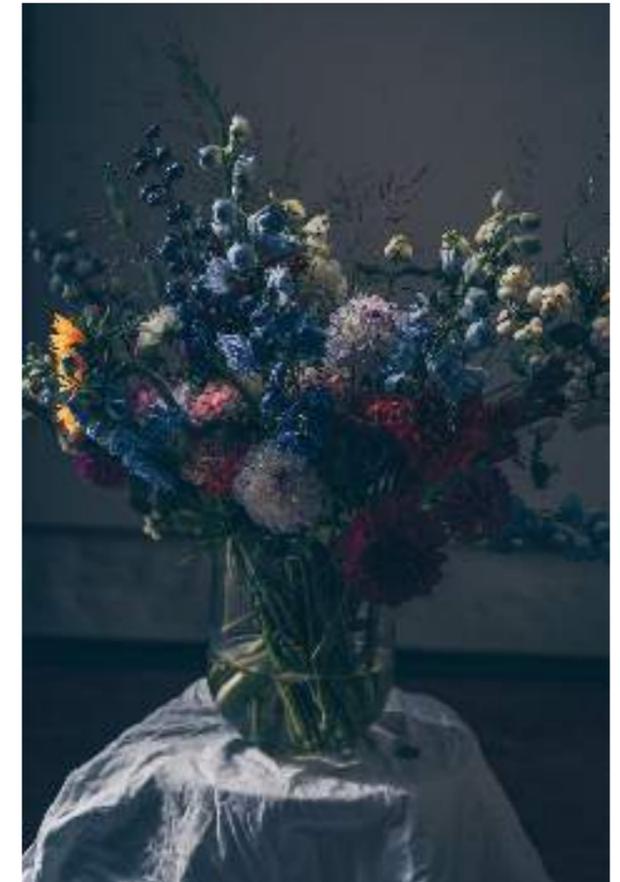
„Egal, wie klein das Projekt ist, das man startet, es macht definitiv Sinn, sich mehr Gedanken über den Namen zu machen.“



Ein Schlüssel zum Erfolg von Marmeladekisses ist der Themenmix. Es wäre sicher langweilig, immer nur ein Thema zu bedienen, aber „ich bin nicht dafür, dass es im Internet immer nur um Schönes geht“, sagt die Bloggerin. Gleichzeitig macht sie vor, wie es geht: Interessante, alltagsnahe Themen kombiniert mit guten Fotos in einem eigenen Fotostil. Die Bilder wecken im besten Fall Emotionen bei der/dem Betrachter/in. Emotionen, die ein Text oder ein schlechtes Foto nicht wecken können. So kommt der Fotografie und dem Bild an sich im Blog ein besonderer Stellenwert zu.

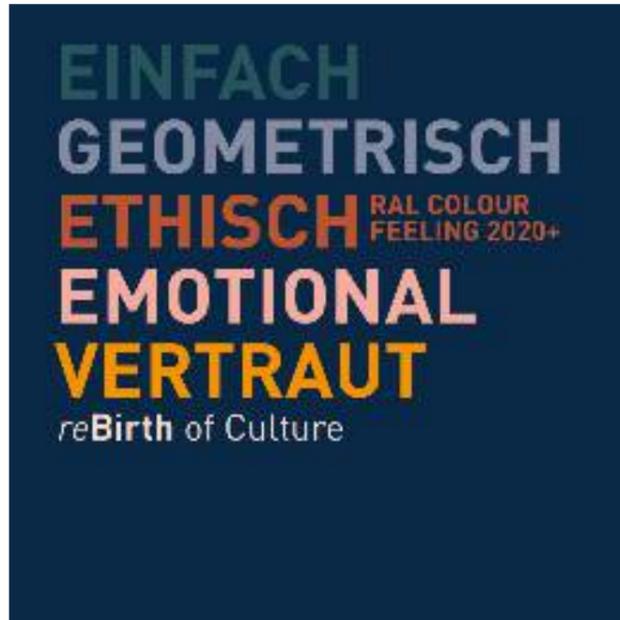
Marmeladekisses ist auch auf den verschiedenen Social Media Plattformen zu finden. „Wenn man alle Social

Media-Plattformen für sich arbeiten lassen möchte, kostet das unheimlich viel Zeit“, erklärt die Bloggerin und nutzt deshalb hauptsächlich Instagram. Als Influencerin sieht sich Berit Ueberdick allerdings nicht – sie sieht sich definitiv als Bloggerin. „Die Bezeichnung InfluencerIn ist schwierig, denn es ist sehr schwammig und mittlerweile auch sehr negativ besetzt. Mir geht es in erster Linie darum, dass Leute sich von meinen Ideen inspiriert fühlen und nicht darum, dass sie mir Produkte nachkaufen. Auf Marmeladekisses gebe ich einen kleinen Einblick in mein Leben. Ich teile Wohnideen aus unserem Zuhause, ich verbreite meine Rezepte, ich schwärme für alte Möbel und hoffe damit anzustecken. All das macht mich glücklich.“



COLOURFEELING 2020+

Farben wachsen mit digitalen Welten zusammen



Auf dieser Basis ist RAL stetig bemüht mit seinen Partnern Prinzipien für nachhaltiges Design und Impulse für die Farbsprache der Zukunft zu entwickeln. So auch eine von mehreren authentischen neuen Farbwelten im aktuellen globalen Trend: „reBirth of Culture“.

Der Umbruch in dem wir uns befinden, wird durch wiederkehrende, altbewehrte Schemata sanfter und beruhigender. Einfacher und verständlicher ist es, wenn das durchdringende Neue durch Bekanntes einen Hauch gewohnt wirken kann. Gerne gewagt, der Schritt nach vorn. Sich dort durch kulturelle Werte vertraut und geborgen zu fühlen, ermutigt uns, das Neue zuzulassen.

Im Rahmen des von RAL initiierten Scoutings des ITT Institute International Trendscouting an der Hochschule für angewandte Wissenschaft und Kunst (HAWK) Hildesheim sind sich die Trendforscher einig: Vertrautheit, Geborgenheit, Sensibilität und Emotionen, ebenso wie individuelle, kulturelle Werte sind unentbehrliche Aspekte in zukünftigen Designentwicklungen. „reBirth of Culture“ knüpft genau dort an und gibt durch Sinnlichkeit, Betonung und Vertrauen neue Anregungen zur Gestaltung. 15 Farben ermutigen zum Kombinieren, Zusammenstellen und Anwenden.



Weiche Kalk- und Hautfarben, sowie steinige Akzente spiegeln Handwerk, Traditionen und natürliche Gegebenheiten wieder. Gepaart mit kräftigem Rosa, gesundem Gelb, dunklen Terratönen, Braun und tiefgründigem Indigo werden neue Visionen geschaffen. So lässt sich durch die Farbwelt „reBirth of Culture“ Vergangenes mit Gegenwartigem und Fortschrittlichem verbinden. Ebenso wird eine nahbare, taktile Wahrnehmung zum Ausdruck gebracht. Mit dem Ziel ungreifbare Digitalität in eine verständlich wirkende Faszination voller Möglichkeiten zu wandeln.

Eine glaubwürdige Zusammenstellung, unter Berücksichtigung bekannter Vorbilder aller Kulturen und Epochen bis in die 60er Jahre, die eine altgewohnte, aufrichtige Geschichte neu aufrollt: Reine Formen und sanfte, fast perfekte Oberflächen versehen mit einer Prise Ethnologie. Zurückblickend auf eine idealisierende Welt soll dieser Umbruch individuelle und kulturelle Werte aufleben lassen. Anregungen aus frühem Handwerk, vertrauten Traditionen und Natur werden einbezogen. Aus der Umsetzung erfolgt

eine sanfte, reine Optik mit scheinbar makelloser Wirkung. Mit Blick in die Vergangenheit, Beobachtung der Gegenwart und zukunftsorientierter Forschung findet zweimal jährlich ein solches Scouting statt. Eine Zusammenfassung von Phänomenen und Stilwelten in verschiedene Bild-Kategorien wird vom Institut visuell argumentiert. Farbforscher erarbeiten aus den globalen, gesellschaftlichen Entwicklungen eine Matrix. Diese zeigt die Einflüsse der Trends auf verschiedene Designdisziplinen.



Klimafreundlichere Substrate für Profis

Torfreduzierung bringt messbare CO₂-Einsparung



„Jedes Unternehmen trägt Verantwortung für die nachfolgenden Generationen“, erläutert Josef Gramann, geschäftsführender Gesellschafter von Gramoflor, „und wir müssen mit unserer Erde d.h. mit unserem Planeten sehr sorgsam umgehen.“ Er ergänzt, „Die Klimaentwicklungen machen sehr deutlich, dass wir nicht einfach so weitermachen können und dringend handeln müssen, denn wir haben nur diese eine Erde!“ Deshalb hat man sich bei Gramoflor in den letzten Jahren auf den Weg gemacht und ist der Frage nachgegangen, welcher eigener Beitrag geleistet werden kann, um der CO₂-Einsparung, einer maßgeblichen Anforderung für den Klima- und Umweltschutz, gerecht zu werden.

Der Einsatz von Norddeutschem Torf in Verbindung mit nachwachsenden Rohstoffen wie Holzfasern, Kokos und Kompost liefert hier überzeugende Ergebnisse. Die anschauliche Berechnung der CO₂-Bilanzen für Substrate und Hobbyerden erfolgt mit Hilfe eines eigenen sogenannten CO₂-Kalkulators.

Es wird großen Wert auf eine End-of-Life-Berechnung gelegt, so dass z.B. auch berücksichtigt wird, dass die Geranie am Ende des Sommers auf dem Kompost landet und die darin enthaltenen organischen Stoffe mineralisiert werden und entsprechend auch CO₂ freisetzen. Die Betrachtung ist also erst dann vollständig, wenn die gesamte Prozesskette vom Anfang bis zum Ende berücksichtigt wurde und nicht am Werkstor aufhört.

CO₂-eq.-Einsparungen durch möglichst regionale und verantwortungsbewusste Substratherstellung

Der intensive Einsatz von Torf führt ähnlich wie auch die Nutzung anderer fossiler Rohstoffe wie Öl, Gas oder Kohle unweigerlich zum Nichterreichen klimapolitischer Konventionen. Degradierete Moore z.B. in Niedersachsen emittieren, durch die Trockenlegung und dem damit

einhergehenden Kontakteintritt zwischen dem im Boden gebundenen Kohlenstoff (C) und dem in der Atmosphäre enthaltenen Sauerstoff (O₂) in Folge von Oxidation Kohlenstoffdioxid (CO₂), sowie weitere klimaschädliche Gase. Dabei sind die Emissionen aus entwässerten Mooren erheblich und liegen bei Ackerstandorten bei rund 32, bei intensiv genutztem Grünland bei rund 26 und bei extensiv genutztem Grünland bei rund 20 t CO₂-eq. pro ha/a. Torfabbau mit anschließender erfolgreicher Renaturierung im Zeithorizont von 100 Jahren ist verhältnismäßig weniger klimaschädlich als die intensiven Nutzungsformen der Landwirtschaft (HÖPER 2015).

Torf, Holzfaser und Kokos

„Der Einsatz von Torf ist für den Erwerbsgartenbau noch immer unverzichtbar, so dass torfreduzierte Substrate und Erden derzeit das Mittel der Wahl sind“, weiß Josef Gramann.

Er ergänzt: „Zugunsten der Ressourcenschonung und der CO₂-Einsparung sowie auch im Sinne der Kultursicherheit empfiehlt es sich, den fossilen Rohstoff Torf mit den nachwachsenden Rohstoffen Holzfaser und Kokos zu kombinieren. Diese Rohstoffe haben überzeugende Eigenschaften und eignen sich ideal für torfreduzierte Substrate. Das haben sie bereits in der Praxis mit wirklich guten Ergebnissen bei ganz unterschiedlichen Kulturen bewiesen.“

Es ist also die Kombination der drei Hauptrohstoffe Torf, Holzfaser und Kokos, die ein torfreduziertes Substrat zum Erfolg bringt.

Kokos – bessere Standards durch eigene Aufbereitung

Cocopeat (Kokosmark) und Kokosfasern sind in den Ursprungsländern wie Indien und Sri-Lanka als Reststoffe aus der Kokosverarbeitung ausreichend verfügbar und haben sich durch eine entsprechende Aufbereitung mittlerweile auch hervorragend als Torfersatzstoffe im Profigartenbau bewährt.

Der Transport dieses sehr kompakten Rohstoffes, erfolgt unter Beachtung der CO₂-Bilanz per Schiff, zu in der Nähe der Produktionsstandorte liegenden Zielhäfen.

Ein weiterer Vorteil im Sinne der CO₂-Bilanz ist außerdem, dass Kokos zu den nachwachsenden Rohstoffen gehört und eine Verwertung der Kreislaufwirtschaft entspricht.

Unter Berücksichtigung der hiesigen Umweltstandards und der jeweiligen Kulturanforderungen wurde nun ein Verfahren entwickelt, um den Rohstoff Cocopeat (Kokosmark) selbst weiter aufzubereiten. Dadurch reduziert sich

der Wasserverbrauch in den Ursprungsländern.

Dieses Konzept wurde durch die eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung umfangreich geprüft und konnte auch in Praxisversuchen überzeugen. Alle drei Typen sind RAL-gütesichert und für den Einsatz im ökologischen Gartenbau auch FiBL gelistet.

Qualitätsholzfaser aus eigener Produktion

„Der konsequente Weg der Torfreduzierung durch vorwiegend nachwachsende Rohstoffe wurde vor zwei Jahren auch durch die Investition in eine eigene Holzfasieranlage mit modernster Technik gefestigt“, erläutert Josef Gramann „so dass wir über eine eigene und gütegesicherte Qualitätsholzfaser verfügen.“

Aus Holz hackschnitzeln von gesicherter Qualität aus dem Sägewerk wird durch eine thermisch-mechanische Aufzuckerung ein für den Gartenbau besonders gut geeigneter Substratrohstoff. In die Entwicklungsarbeit sind dabei die Erfahrungen der letzten Jahre mit eingeflossen und die thermische Vorbehandlung ist ein wichtiger Verarbeitungsschritt zum Erreichen von eigenen Top-Qualitäten, die RAL gütegesichert und zudem auch biokonform sind.

Torfeinsatz mit gutem Gewissen

„Die eigene Gewinnung und Renaturierung nach dem selbst entwickelten und heute von Vertretern namhafter Naturschutzorganisationen anerkannten Ober-Unterfeld-Verfahrens ist die bevorzugte Wahl“, erklärt Josef



Gramann. Er ergänzt: „Und dieses Engagement werden wir auch zukünftig weiter fortsetzen.“

In Norddeutschland wird somit über den Torfabbau auf vormals landwirtschaftlich vorgezogenen Flächen wieder ein CO₂-speicherndes Moor aufgebaut. Lebende Hochmoore werden so im Sinne des Moor- und Klimaschutzes engagiert entwickelt und diese Arbeit wird später in die Hände der im Jahre 2012 von Gramoflor ins Leben gerufenen Stiftung Lebensraum Moor gegeben.

Josef Gramann fasst zusammen: „In der Aussage Gut kombiniert – Torf reduziert! steckt so viel drin, was wir den Kunden auch weiterhin an Empfehlungen für einen nachhaltigen und auch effektiven Weg der Torfreduzierung mitgeben möchten. Nachwachsende Rohstoffe wie die Holzfaser und auch Kokos und Substratkompost sind hier auf jeden Fall die Mittel der Wahl.“

FÜR WACHSTUM MIT GUTEM GEWISSEN

- » Innovative Profisubstrate & Blumenerden
- » Individuelle Fachberatung
- » Eigene Torfgewinnung & Holzfasieranlage

BIETEN WIR FÜR SIE DIE RICHTIGE AUSWAHL

Gramoflor GmbH & Co. KG
Telefon: +49 4441 9937-0
E-Mail: info@gramoflor.de

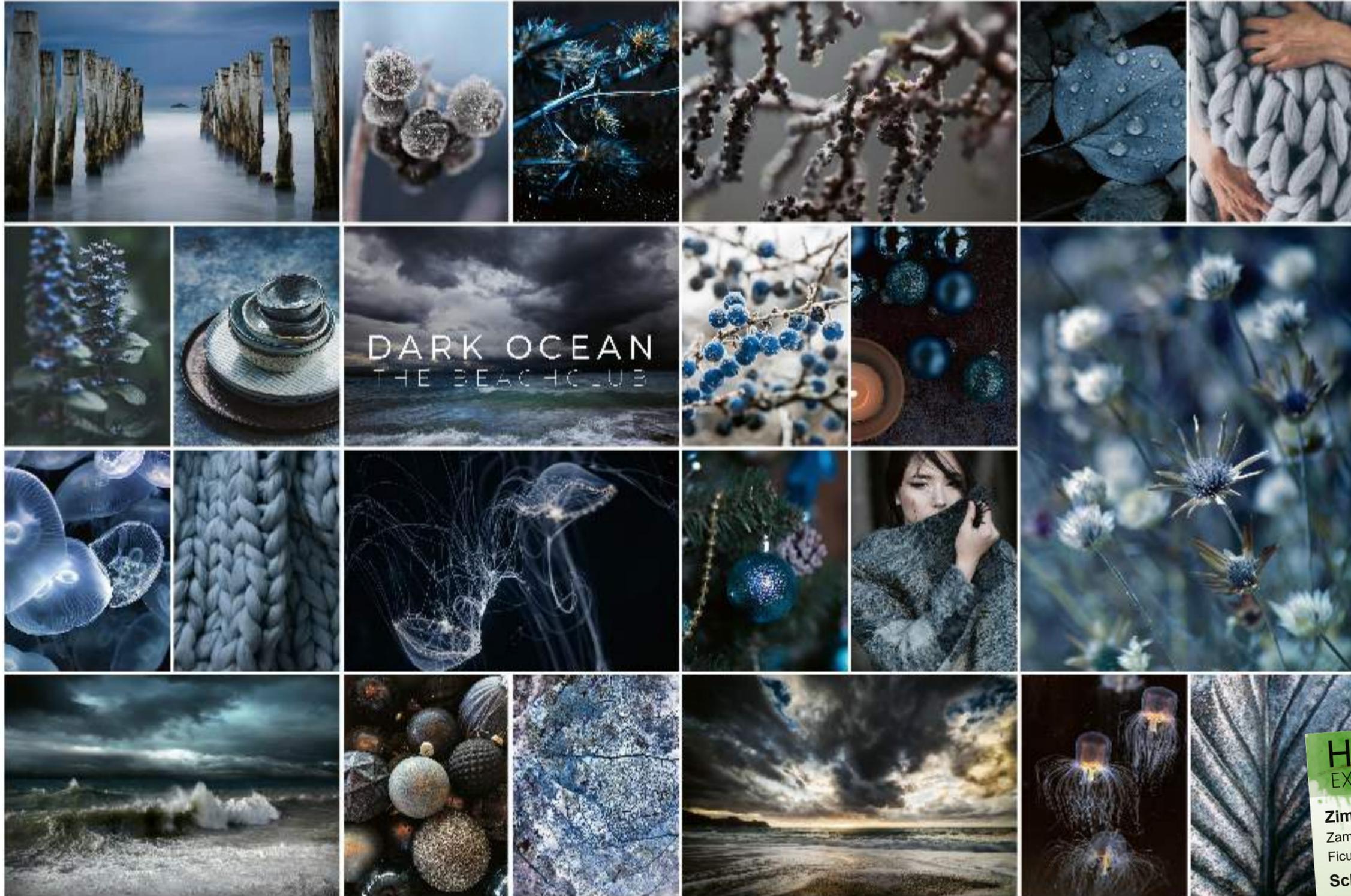
PROFI-SUBSTRAT

BLUMENERDE

GRAMOFLO
Das ist der Anfang!

„Decoration unlimited – Dark Ocean“

Stürmische Meereslandschaft trifft auf gemütliche Beachclub-Atmosphäre



Die zwei kreativen Köpfe von 2dezn zaubern auch in diesem Jahr wieder eine absolute Eyecatcher-Wirkung bei der Sonderpräsentation „Decoration unlimited – Dark Ocean“. „Emotion ist der Schlüssel. Mit überraschenden, unerwarteten Verkaufs- und Präsentationskonzepten bringen wir die Menschen zum Lächeln, lassen sie wieder mit Kinderaugen sehen und wecken ihre Kauflust. Aus diesem Ansatz ziehen wir unsere Inspiration für neue Storytelling-Ideen, die am Point of Sale Wow-Erlebnisse schaffen“, erklärt Tuinman von 2dezn. Auf der Christmasworld in Frankfurt am Main kann man sich vom 24. bis 28. Januar 2020 von dieser festlichen Dekoration mit Wow-Effekt verzaubern lassen und sich für die Gestaltung des eigenen Point of Sale inspirieren lassen.

Decoration unlimited – Dark Ocean

Dieses äußerst kontrastreiche Szenario lässt die Facheinkäufer in eine faszinierende Welt voller rauer Elemente des Ozeans eintauchen. Äußerlich wirkt diese Trendwelt düster und stürmisch, wie eine schottische Landschaft rund um das „James Bond Skyfall Castle“. Bei „Decoration unlimited – Dark Ocean“ erwarten uns ein Mix aus Meerestier-Motiven wie Quallen, oxidierte Oberflächen, Treibholz und viel frisches Grün wie Seegras, blaue Orchideen, Blaubeeren, weiße Blumen.

Im Innern herrscht ein warmes Klima, sehr behaglich und einladend, sodass Wind, Regen und die Kälte ausgeblendet werden. Die Farbpalette wird aus einem Mix aus dunklen Blautönen, natürlichen Grau- und Brauntönen mit Akzenten in Kupfer gebildet. Dark Ocean ist der Ausdruck einer bedrohlich anmutende Kulisse mit edlem Ambiente.

HORTIVISION
 EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
 Zamioculcas, Dracaena, Arecaceae, Ficus, Abies nordmanniana

Schnittblumen:
 Carduus, Zantedeschia, Lilium, Protea, Hippeastrum

Ter Steege Trends 2020

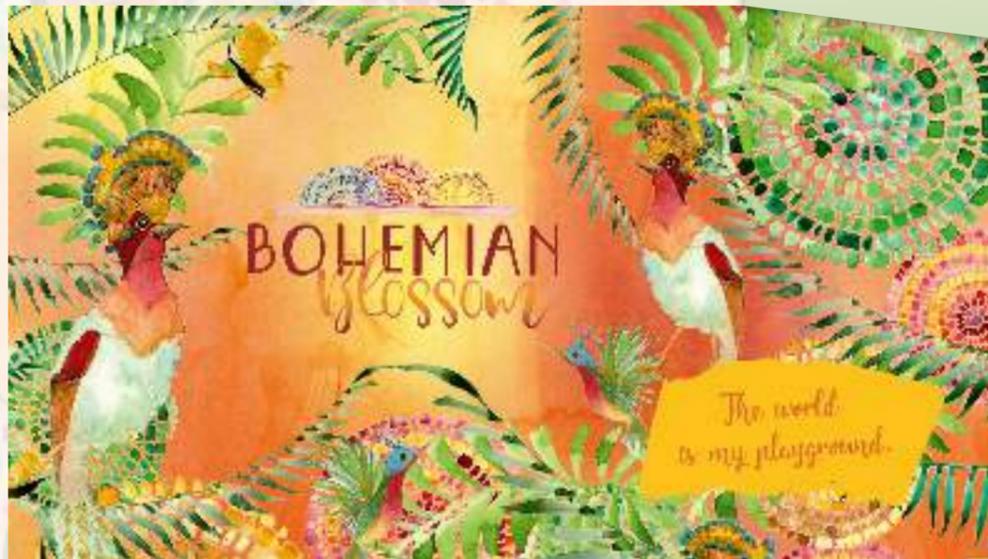
lebendig, gelassen, furchtlos

In diesem Jahr setzt Ter Steege auf die Trends Bohemian Blossom, Scandinavian Breeze und Wild Deluxe. Die neuen Stylewelten sind eine Ergänzung, um dem Kunden das Einkaufserlebnis näher zubringen.

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Lilium, Kalanchoe, Muehlenbeckia, Asparagus, Ficus

Schnittblumen:
Dianthus, Freesia, Delphinium, Iris, Lilium



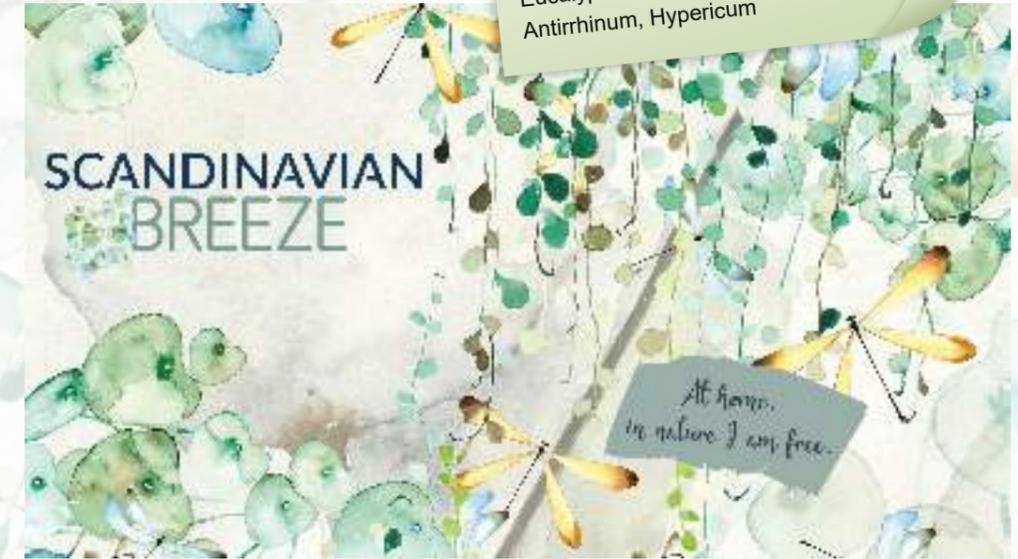
Bohemian Blossom 'The world is my playground'

Im lebendigen Interieur von Bohemian Blossom erblüht Ihre Persönlichkeit voll und ganz. Begleiten Sie uns auf eine Reise durch eine gemütliche Welt voller

Farben, Blumen und Motiven. Ein ausgelassenes Zeichen der Freude an Ihrem urbanen Lebensstil. Persönliche Erinnerungen werden von uns kreativ in das Interieur integriert. Die Mischung aus verschiedenen Materialien, starken Pflanzen und farbenfrohen Bouquets erzeugt ein Festival-Feeling.

Scandinavian Breeze 'At home, in nature I am free'

Scandinavian Breeze ist ein gelassener Stil, der Balance und Positivität ausstrahlt und unsere Begeisterung für die Natur aufgreift. Die Dünen, das Meer, Ruhe und Frieden, eine angenehme Brise im Gesicht. Die wichtigsten Elemente dieses Trendstils sind Nachhaltigkeit, Sensibilisierung und Respekt vor der Natur. Die Basis ist aufgeräumt, ruhig und hell, mit natürlichen Materialien und dezenter Farbgebung. Die Natur das ganze Jahr hindurch auf der eigenen Couch genießen, das ist Freiheit!



HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Pogonatherum, Sansevieria, Philodendron, Chlorophytum, Hedera

Schnittblumen:
Eucalyptus, Rosa, Ranunculus, Antirrhinum, Hypericum

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Corokia, Pilea peperomioides, Clusia major, Asplenium, Dyspis

Schnittblumen:
Allium, Papaver, Carduus, Myosotis, Achillea



Wild Deluxe 'My home tells my story'

Zu zeigen, wofür du stehst und wer du bist, das ist Wild Deluxe. Ein Stil, der im Hinblick auf Entscheidungen furchtlos ist. Wagemut, Tiefe und Charakter spiegeln sich in großen Pflanzentöpfen, tiefgründigen Wänden und markanten Blickfängen wider. Es ist auch eine Zusammenstellung von kleineren Gegenständen, die wie eine Herde von Wildtieren gemeinsam ein wirkungsvoller Akzent setzen. Das Interieur ist ein Spiegel Ihrer persönlichen Erfahrungen und Ihres Charakters.

Mein Topf. Mein Style.

Einladende Wohnwelten von Scheurich

Die trendbewussten Designs der Keramik-Übertöpfe unterstreichen nicht nur das persönliche Wohngefühl der Konsumenten. Mit „Clean Chic“, „Colourful Mix“, „Cozy Cottage“ und „Urban Jungle“ wurden neue Styles definiert – hier ist für jeden Look und jeden Geschmack das Passende dabei.

Schlichtheit und grafische Finesse

Inspiziert von Mode, Handwerk und Design: Elegance fasziniert mit einer Formensprache, die Papier-Faltkunst in Pflanzgefäße übersetzt und mit einem modernen Farbkonzept aus Rose, Green, Grey und Alaska abgerundet ist. Wie von Hand gefertigt wirken die markanten und dennoch filigranen Strukturen. Vor allem die Trendfarbe Rose sorgt für Effekte – denn Rosa wirkt hier nicht länger romantisch, sondern klar und erwachsen und passt damit ins designorientierte Wohnambiente. Mit französischer Stilsicherheit überlässt Elegance ausladenden Orchideen gerne die Bühne. Die Schönheiten sind in den Hochgefäßen optimal versorgt.



HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Phalaenopsis, Farne, Anthurium, Crassula, Sukkulente

Schnittblumen:
Phalaenopsis, Anthurium, Asparagus, Tulipa, Rosa

Der Charme englischer Landhäuser

Wild, weich und realistisch wird die Königin der Blumen gekonnt in Szene gesetzt und der florale Trend mit einem echten Highlight geprägt. Burgundy Rose inszeniert einen „Rosengarten“ mitten im Wohnambiente: Grazile Rosen ziehen sich über die weiße Oberfläche mit zarter Stoffoptik. Der nostalgische Stil breitet sich derzeit auch auf Kissen und Vorhängen aus oder zeigt sich in satten Rosénuancen für die Wände und auf Dekortapeten mit Blüten in Pastell. Unifarbene Übertöpfe in Oliva, Taupe, Panna oder Burgundy runden das Gesamtbild harmonisch ab. Noch heimeliger wird das „Cozy Cottage“ mit Erbstücken von den Großeltern.

HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Guzmania, Rumohra, Radermachera, Zamioculcas, Selaginella

Schnittblumen:
Hyacinthus, Leucanthemum, Gerbera, Matricaria, Achillea



HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Adiantum, Rosa, Orchideen, Chlorophytum, Epipremnum

Schnittblumen:
Astilbe, Amaranthus, Rosa, Paeonia, Antirrhinum

Muster & mehr

Terrazzo bietet eine Farbexplosion der besonderen Art: Das kunstvolle Dekor sprüht vor guter Laune und unzähligen Deko-Möglichkeiten. Angelehnt an den gleichnamigen Bodenbelag mit Geschichte mischt Terrazzo im Wohnbereich stilvoll mit. Die „Farbsplitter“ geben der Übertopferie ihren eigenen Charakter. In Kombination mit unifarbene Gefäßen in Oliva, Taupe, Burgundy oder Curcuma entsteht ein starker Look, der die Farben wieder aufgreift. Curcuma und Terrazzo bilden ein Farbenspiel in natürlichen Nuancen, Burgundy setzt kraftvolle Akzente, die auf antiken Holzmöbeln ebenso zur Geltung kommen wie im Wohnstil mit Weiß- und Grautönen.



HORTIVISION
EXPERTEN TIPP

Zimmerpflanzen:
Peperomia 'Napoli Nights'®, Calathea, Draceana, Hedera, Spathiphyllum

Schnittblumen:
Alstroemeria, Freesia, Limonium, Lavandula, Hydrangea



Pfauenfedern als Blickfang

Peacock Yellow verzaubert mit natürlicher Schönheit und ergänzt mit stilisiertem Pfauenfeder-Muster den beliebten Art Déco-Look. Kunstdrucke für die Wände mit Federn oder Blättern greifen die Motivwelt auf und binden den Übertopf stimmig in den „Urban Jungle“ ein. Die warmen Farben passen sehr gut zu Flechtkörben und Holzmöbeln. Natürlichkeit gewinnt auch im Jahr 2020 und verleiht Räumen eine gewisse Leichtigkeit. Erfrischend präsentiert sich Peacock Yellow zwischen Übertöpfen in Olive, Taupe, Panna oder Curcuma und lockert jedes Farbkonzept mit seinem Chic auf.

Von der Idee zum Unternehmen

Das Startup FYTA will im Sommer 2020 am Markt sein

Startup – so bezeichnet man im Allgemeinen ein kürzlich gegründetes Unternehmen mit einer innovativen Geschäftsidee und hohem Wachstumspotential. FYTA ist so ein frischer Newcomer mit Sitz in Berlin.

Claudia Nassif und Sylvie Basler sind die Gründerinnen von FYTA. Alles begann mit einer Leidenschaft für Pflanzen – doch die beiden jungen Frauen sind keine Profis, ihnen fehlt schlichtweg die Erfahrung im Umgang mit Zimmerpflanzen. Es stellen sich vergleichsweise einfache Fragen: Wie muss ich pflegen, wann muss ich gießen, wann braucht meine Pflanze Dünger? Also gingen sie auf die Suche nach Antworten, stießen aber immer wieder auf Schwierigkeiten an die richtigen Produkte und Informationen zu kommen oder eine Community zu finden, die sie in ihren Indoor-Garten Ambitionen unterstützt. Es gab kaum Angebote für die Lösung ihrer Pflanzenpflege-Probleme; das führte dann zu dem Entschluss die Sache einfach selbst zu lösen – FYTA wurde gegründet!

Das erste Produkt, das die beiden Gründerinnen entwickelt haben, ist der FYTA Beam, ein kostengünstiger Sensor, der Pflanzenbesitzern hilft, besser mit ihren Topfpflanzen umzugehen. Der FYTA Beam misst akkurat Luftfeuchtigkeit, Bodennährstoffgehalt, Raumtemperatur und Lichtintensität. Darauf basierend macht er Aussagen über die Lebensbedingungen der Pflanze und vergleicht sie mit den typischen Bedürfnissen der jeweiligen Pflanzenart. Die dazugehörige App macht den Pflanzenbesitzer dann auf die Bedürfnisse der Topfpflanze auf-



merksam – direkt und intuitiv. So wird erfolgreiches Indoor-Gärtnern zum Kinderspiel. Sensoren gibt es viele, doch der FYTA Beam ist anders: Er ist aus Edelstahl und misst die Spannung über die ganze Länge hinweg. Dadurch ist der Beam in der Lage umfangreichere Messdaten zu erheben und kann so einen genaueren Wert errechnen. Der Beam wird von einer Solarzelle angetrieben, die von einer Knopfzelle unterstützt wird, und glänzt durch sein attraktives Äußeres. Der Beam ist klein, formschön und hat eine reflektierende Oberfläche. Es ist

geplant, die Gehäuse in unterschiedlichen Farben und Designs anzubieten, so dass Nutzer ihre Beams individualisieren können. Auch in Sachen Nachhaltigkeit überzeugt das Produkt: Das Gehäuse ist statt aus Kunststoff überwiegend aus widerstandsfähigem Borosilikatglas gefertigt und der Sensor kann in kleinere Teile zerlegt werden, die dann einzeln recycelt werden können.

Claudia Nassif und Sylvie Basler haben FYTA im Juni 2018 gegründet; bis zur Fertigstellung des ersten Prototyps dauerte es rund ein halbes Jahr.

Das Geschäftsmodell wurde weiter entwickelt, denn die Gründerinnen setzen nicht allein auf den Sensor, weitere innovative Produkte sollen folgen. So soll die FYTA App neben informativen und inspirierenden Inhalten auch über eine Pflanzen-Identifikation und über einen virtuellen Garten verfügen. „Wir entwickeln funktionale und gut-designte

Nach ihrer Gründung hat das Startup viel Aufmerksamkeit erfahren. So wurde FYTA Anfang September 2019 im Rahmen der Fachmesse spoga+gafa in Köln mit dem GARDENA garden award ausgezeichnet, einem Preis, der nachhaltige Lösungen für die Zukunft des „digitalen Gartens“ im Blick hat. Experten zeigten sich von der Qualität des Startups überzeugt – nichtsdestotrotz folgt jetzt der schwierigste Schritt von der Idee zum Erfolg. Denn um alle Ziele zu erreichen brauchen die Gründerinnen viel fremdes Geld. „Wir stehen kurz vor der Beta-Testphase des FYTA Beams und haben den Markt erfolgreich vali-

diert“, sagt Claudia Nassif. „Wir haben den Grundstein für unsere digitale Plattform gelegt und eine Community aufgebaut.“ Jetzt geht es für das junge Startup darum, das benötigte Kapital aufzutreiben um den Beam zu produzieren und die digitale Plattform in Betrieb zu nehmen. Im Mai 2020 ist der Market Launch geplant; dafür muss im Februar die erste Finanzierungsrunde gestartet werden. Die Gründerinnen Nassif und Basler hoffen darauf, schnell den richtigen Investor zu finden, denn sie sind überzeugt, dass sie ihr Startup zum Erfolg führen können.



Claudia Nassif und Sylvie Basler sind die Gründerinnen von FYTA

Die Welt im Zeichen der Digitalisierung

Die Globalisierung ist vollführt – das neue Zauberwort heißt Digitalisierung



Das „Ungeheuer Digitalisierung“ frisst sich durch alle Lebensbereiche. Müssen wir einen Zaun ziehen oder sollen wir es füttern? Oder um es anders zu sagen: Wie wirkt sich die Digitalisierung auf Kunden, Mitarbeiter und die Unternehmen aus und was müssen wir tun?

Grundsätzlich ist die Grüne Branche natürlich nur ein sehr kleiner Teil der Konsum- und Erlebniswelt. Das bedeutet, dass die Erwartungshaltungen und die Konsummotive überwiegend von anderen Branchen und Unternehmen geprägt werden. Die Grüne Branche verharrt hier noch in einer Art „analoger Gemütlichkeit“. Das kann für den einen oder anderen mittelfristig durchaus existenziell gefährlich werden. Irgendwann wird jeder an einen Punkt kommen (müssen), sich mit der Digitalisierung für sein Unternehmen auseinanderzusetzen. Denn sich nicht schnellstens mit den neuen Erfordernissen intensiv zu beschäftigen kommt schon jetzt grober Fahrlässigkeit gleich. So kommen Fragen auf: Wo fange ich an? Wie beginne ich? Was erwarten meine Kunden? Was ist notwendig für meine Mitarbeiter? Was ist für das Unternehmen wichtig? Es braucht also eine digitale Strategie. Der erste

Schritt ist die Feststellung des eigenen digitalen Reifegrades bzw. des digitalen Reifegrades des Unternehmens. Nun muss kein Unternehmer zum Digital-Spezialisten werden, aber hier ist die eigene unternehmerische Haltung entscheidend, sich offen und ehrlich mit dem eigenen digitalen Reifegrad zu beschäftigen.

Ein Punkt sollte aber als absolute digitale Pflicht gesehen werden: Die Auffindbarkeit im Internet ist das digitale Minimum. „Wenn man die Geschwindigkeit der digitalen Entwicklung betrachtet, dann befinden sich viele Online-Präsenzen der Grünen Branche im übertragenen Sinne noch in der digitalen Bronzezeit“, sagen die Experten der Denfabrik GARTEN des GermanRetailLab. Die dafür notwendige Kompetenz ändert und erweitert sich so schnell, dass es sich nicht lohnt hier näher darauf einzugehen. Hierfür gibt es viele spezialisierte Dienstleister am Markt.

Oft stand am Anfang die Idee, das analoge Geschäftsmodell in die digitale Welt zu verlängern. Innerhalb der Grünen Branche können sicher einige gute Beispiele genannt werden. Doch Vorsicht: Vergleicht man eine moderne, zukunftsgerichtete

Branche mit dem Grünen Markt, erhält man eine gänzlich andere Antwort. Wenn man sich heute innerhalb von 3 Minuten ein Kundenkonto anlegen und ein Auto oder einen E-Roller mieten kann, inkl. Online-Bezahlung und transparenter Online-Rechnungsstellung, dann sind solche Modelle die Benchmark an Geschwindigkeit, Komfort und Bequemlichkeit. Außerdem ist oftmals eine Verlängerung des eigenen Geschäftsmodells nicht sinnvoll – es geht vielmehr darum, für das eigene Unternehmen, für die eigenen Produkte und Dienstleistungen ein neues (gegebenenfalls paralleles) Geschäftsmodell unter Einbeziehung aller technologischen Möglichkeiten zu gestalten.

Die Digitalisierung wird dem grünen Unternehmer aber trotz vieler Schwierigkeiten einen Mehrwert bieten, denn grundsätzlich kann und wird die Digitalisierung alle erdenklichen Unternehmensbereiche betreffen. In der Betriebsorganisation ist dieser Mehrwert über Automatisierung und Beschleunigung von Prozessen in Effizienz und Produktivität zu erzielen. Im Verkauf durch Erfüllung von Erwartungshaltungen der Kunden und damit Gewinnung und Bindung von Kunden nebst Umsatzsteigerungen. Die Vielzahl der digitalen Möglichkeiten lässt eine Vielzahl von Differenzierungen zum Wettbewerb zu. Der Mehrwert liegt in einer stärkeren Marktposition. In Richtung Lieferanten und Dienstleister des eigenen Unternehmens bleibt man ein kostengünstiger Partner innerhalb der Wertschöpfungskette. Und letztlich werden Mitarbeiter zukünftig ihre Arbeitgeber auch nach deren Digitalen Reifegrad aussuchen.

Was ist nun zu tun? Zunächst einmal ist eine umfassende Unternehmensstrategie Grundlage des Entscheidungsprozesses. Die Digitalstrategie ist dann Teil dieser Gesamtstrategie und baut auf dieser auf. Digitalisierung heißt nicht unbedingt einen Webshop zu eröffnen. Zunächst benötigt jedes Unternehmen ein klares, konsequentes und strategisches Profil mit einer deutlichen Differenzierung zum Wettbewerb. Erst dann schaut man in den digitalen Warenkorb, um sich dort mit Lösungen zu versorgen, die die eigene Strategie unterstützen. Auf keinen Fall sollte man dem Schwarmreflex folgen und glauben, beispielsweise unbedingt einen Webshop haben zu müssen. Es sei denn, man ist sich absolut sicher gegen die großen Spieler wie Amazon eine Chance zu haben – in Preis, Leistung, Angebot und Erwartungshaltung der Kunden. Der Blick in die Glaskugel: Wohin wird uns das alles führen? Die Digitalisierung ist wie ein Zug und dieser Zug fährt schon seit vielen Jahren mit extrem zunehmender Geschwindigkeit. In der Vergangenheit gab es noch relativ viele Haltestellen – zukünftig wird es immer weniger Zustiegsmöglichkeiten geben. Zwar gibt es langsamere Folgezüge, aber diese werden mittelfristig ausgemustert, weil sie die weit entfernten Bahnhöfe nicht mehr oder nicht mehr pünktlich erreichen können, und deshalb keine Fahrgäste mehr mitfahren werden. Die alte Handelswelt wird zu teuer, zu unattraktiv, zu langsam und zu unbequem und deshalb überwiegend überflüssig. Überwiegend? Es fahren ja auch heute noch historische Züge!

dehne internet

dehne internet

Ist Ihr kompetenter Ansprechpartner für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit in der grünen Branche.

In optimaler Weise verknüpfen wir Ihre Offline- und Online-Aktivitäten zu einem wirkungsvollen Gesamtkonzept. Wir realisieren kostengünstige Standardlösungen oder individuelle Konzepte. Unsere speziell entwickelten Software-Komponenten für die Bereiche Content-Management, E-Commerce und Internet-Portale bieten Ihnen die Voraussetzung für Ihren Erfolg im Internet.



Dehne Dienstleistungs-GmbH

Azaleenstrasse 87
D-26639 Wiesmoor

Telefon: +49 (0) 4944 / 30681-20
Telefax: +49 (0) 4944 / 30681-49

E-Mail: info@dehne.de
Internet: www.dehne-internet.de



www.dehne-internet.de

1000 gute Gründe für Obst- & Gemüse

Neue Impulse und Ideen für mehr Vielfalt

Gesunde Ernährung rückt immer mehr ins Bewusstsein der Menschen. Doch trotz des Hypes rund um „Healthy Food“ essen vor allem junge Menschen immer weniger Obst und Gemüse. Genau aus diesem Grund hat Landgard vor knapp einem Jahr die neue generische Kampagne „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ ins Leben gerufen. Die neue Werbeinitiative für die ganze Branche will die nachwachsende und immer größer werdende Zielgruppe der jungen Verbraucher mit innovativen Ideen und kreativen Impulsen rund um regionales Obst und Gemüse zum Probieren und Nachkochen anregen – und das mit Erfolg: Alleine im ersten Jahr konnte „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ rund 80.000 Fans bei Facebook und gut 3.000 Follower bei Instagram begeistern.



Vielfalt im Fokus

Im Zentrum steht dabei die Vielfalt – an Ideen, an Produkten, an Geschmacksrichtungen, an Verwendungszwecken und vielem mehr. Nach dem Vorbild der erfolgreichen Brancheninitiative „Blumen – 1000 gute Gründe“ liefert „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ mit aufmerksamkeitsstarken Aktionen neue Impulse, wie man sich täglich mit frischem Obst und Gemüse abwechslungsreich, ausgewogen und genussvoll ernähren kann. Ernährungstrends, ungewöhnliches Food Pairing und neue oder auch wiederentdeckte Superfood-Sorten werden dabei ebenso thematisiert wie Obst und Gemüse als tolle Vitamin- und Nährstofflieferanten. Mit kreativen Rezeptvorschlägen zeigt „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“

außerdem, dass leckere frische Gerichte ganz schnell und einfach zuzubereiten sind ob gegrillt, gebacken, eingemacht oder fermentiert als DIY-Food, frischer Smoothie oder flotter Snack für zwischendurch.

Neue und inspirierende Konzepte setzen Obst & Gemüse prominent in Szene und treffen den Geschmack der jüngeren Generation. Das veranschaulicht auch die stetig wachsende 1000 gute Gründe-Community bei Facebook und Instagram deutlich. Auf den Social-Media-Kanälen macht die neue Initiative mit frischen, saisonalen Rezepten, packenden Food- und Produktionsfakten, Hintergrundberichten und knackigen Bildern gezielt Lust auf Obst und Gemüse.

Ein weiteres Anliegen von „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ ist es zu verdeutlichen, mit wieviel Know-how und Herzblut leckere, gesunde, nachhaltige, bunte und genussvolle frische Erzeugnisse in Deutschland und auch weltweit angebaut werden. Dazu zeigt die Initiative die Geschichten, Menschen und Arbeit hinter den Produkten. Regelmäßig dreht und veröffentlicht die generische Kampagne authentische Erzeuger-Stories, die auf großes Interesse stoßen. Ziel ist es, die Herkunft der Produkte zu zeigen, Wertschätzung für frische Erzeugnisse zu erhöhen und Obst- oder Gemüsesorten ein echtes Gesicht zu geben.

Genuss für alle Sinne

Obst & Gemüse sind ein echter Genuss – und den muss man am besten live erleben! Deshalb ist „Obst & Gemüse – 1000 gute Gründe“ nicht nur digital unterwegs. Neben den engagierten Social Media-Auftritten organisiert die Initiative zahlreiche Aktionen, um Obst oder Gemüse in aller Munde zu bringen – von Guerilla-Aktionen, über Blindverkostungen bis hin zu Blogger-Kooperationen oder -Events.

Begeisterung, die wächst

Wie gut das Erfolgsrezept aus Onlinepräsenz, Social Media-Arbeit, Bloggerkooperationen und Vor-Ort-Aktionen dazu geeignet ist, mehr frische Grüne Produkte ins Leben zu bringen, zeigt die Entwicklung der „großen Schwesterkampagne“ „Blumen – 1000 gute Gründe“. 2015 ist Landgard angetreten, um junge und bestehende Kundengruppen wieder mehr für Blumen und Pflanzen zu begeistern – und ist mit seinen



kreativen, ungewöhnlichen und lauten Aktivitäten und Aktionen seitdem in der Grünen Branche in aller Munde. Kreatives Influencer-Marketing, starke Eventauftritte in Parookaville oder auf der Internationalen Grünen Woche, regelmäßig trendige Ideen zu Blumen und Pflanzen auf allen Social Media-Plattformen, spannendes Infotainment mit YouTube-Gärtner Tristan, provokative Viral-Spots sowie medienaffine Aktionen wie z. B. Germany's Next Topmodel oder die Verleihung des Deutschen Filmpreises sind die Markenzeichen der Initiative. Daneben überzeugen interessante Erzeugerstories, reichweitenstarke Pressearbeit, aktivierende Werbematerialien für den Fachhandel und starke Lkw-Designs im 1000 gute Gründe-Look Erzeuger, Handel, Endkunden sowie Partner aus der Grünen Branche.

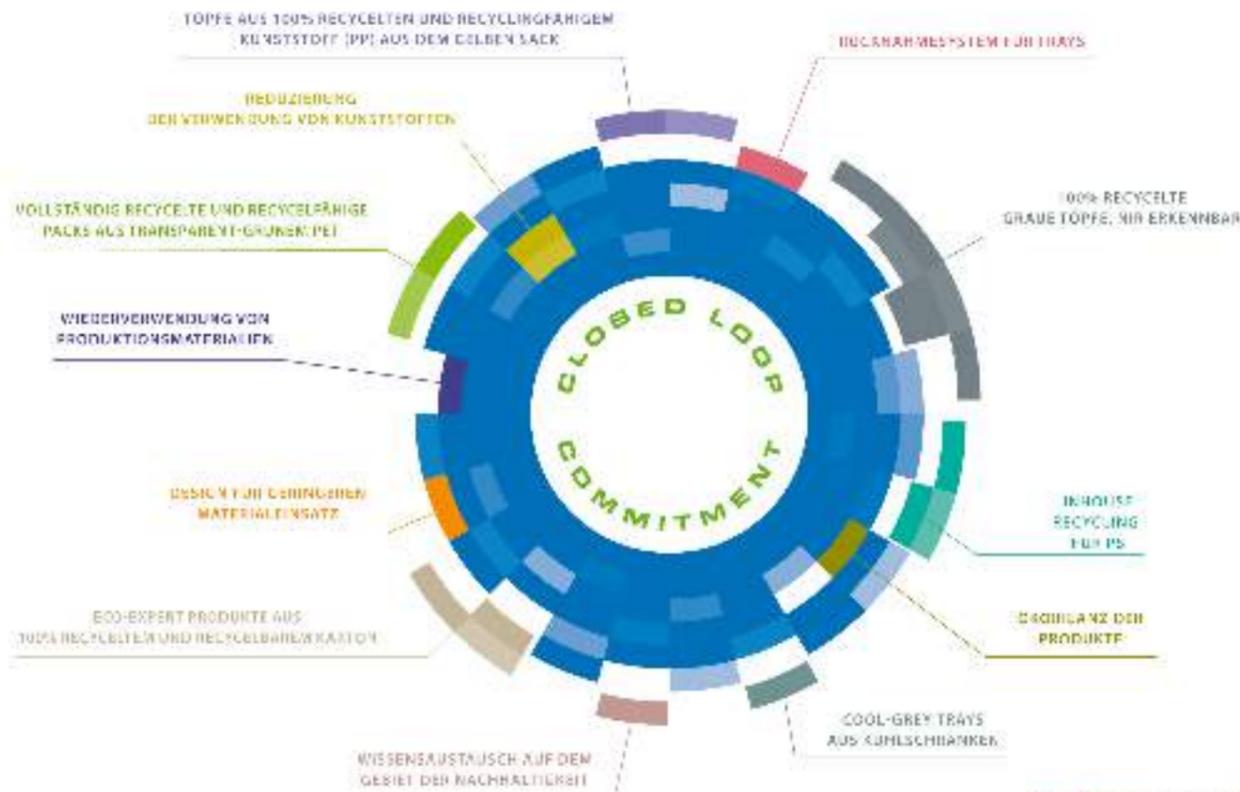


VERPFLICHTUNG GEMEINSAM DEN WERTSTOFF-KREISLAUF ZU SCHLIEßEN



Vermeidung unnötiger Verluste und Verringerung der Umweltbelastung unserer Produkte. Darauf zielen wir mit unserem Closed Loop Commitment ab. Wie? Durch die Wahl des optimalen Produktdesigns und der geeigneten Materialzusammensetzung, sowie durch konsequente Wiederverwertung von bestehenden Produkten, Tag für Tag, Stück für Stück.

DER FOCUS BEI UNSEREN PROJEKTEN LIEGT AUF SCHLIEßEN DES WERTSTOFFKREISLAUFES



City Gardening for everybody

Megatrend mit vielen Chancen

Die Grüne Branche profitiert seit einigen Jahren von gesellschaftlichen Entwicklungen, die ihren Sortimenten einen gewissen Hype und ihrem Marktvolumen ein stetiges Wachstum beschern. Solch ein Lebensgefühl, das immer mehr Verbraucher in Zeiten der Urbanisierung bewegt, ist zum Beispiel das sogenannte Urban oder City Gardening. Es macht Gärtnern zur hippen Freizeitbeschäftigung und Pflanzen zu unverzichtbaren Mitbewohnern. Für Hersteller und Handel bringt der Trend neue, vielfältige Chancen: Nach Berechnung des IFH Köln waren City Gärtner 2018 bereits für 15% der Ausgaben im deutschen B2C-Gartenmarkt verantwortlich.

Weltweit leben immer mehr Menschen in Städten. Während heute 55% der 7,62 Milliarden Erdenbürger Stadtbewohner sind, werden es im Jahr 2050 voraussichtlich zwei Drittel (68%) sein. Die Prognose für Deutschland beläuft sich auf 84,3% im

Jahr 2050 (Quelle: Vereinte Nationen). Insbesondere junge Menschen zieht es in urbane Lebensräume. Denn ein Leben im dicht besiedelten Umfeld bietet viele Vorteile – so ist die Mobilität deutlich höher als auf dem Land und auch die Auswahl an verfügbaren Arbeitsplätzen ist in der Regel vielfältiger. Auf der anderen Seite stehen Abgase und Hektik einem Mangel an Natur und Ruhe gegenüber. Eine eigene Grünfläche ist selten, der Wunsch nach Erdung und floralem Einfluss hingegen wächst. Dies hat in den vergangenen Jahren eine Bewegung entstehen lassen, bei der im öffentlichen Raum, auf Balkonen und Terrassen kleine Nutzgärten entstanden sind, die von Einzelnen oder Gruppen bewirtschaftet werden. „Urban oder auch City Gardening ist längst kein neuer Trend mehr, aber es war ein Startschuss für weitere Entwicklungen, die wir heute in unserer Branche beobachten“, so Stefan Pohl, Pressereferent beim Industrieverband Garten (IVG) e.V.



Neue Sehnsucht nach dem Eigenanbau

Die Urban-Gardening-Bewegung weckte bei Stadtbewohnern aller Generationen eine beinahe nostalgische Sehnsucht nach der Kultivierung eigener Lebensmittel. Zeiten, in denen der Anbau von Obst und Gemüse fundamentaler Bestandteil eines jeden Gartens war, sind lange vorbei – die Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln ist flächendeckend gegeben. Doch die dicht besiedelten Wohnräume sorgten, gepaart mit einem neuen Gesundheitsbewusstsein und dem Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit, für eine neue Welle des Eigenanbaus. So erfreuen sich seit einigen Jahren Schrebergärten wieder neuer Beliebtheit. In den deutschen Kleingartenvereinen findet ein rasanter Generationenwechsel statt. Etwa 45% aller rund einer Million deutschen Schrebergärten werden heute an junge Menschen und Familien mit Kindern verpachtet. Die Nachfrage wächst stetig, sodass in Ballungsgebieten bereits 60% aller Vereine eine Warteliste führen. Dieser Boom ist eine Weiterführung der Urban-Gardening-Flächen hin zum eigenen Grün. „Wer weder eine Parzelle, noch einen urbanen Garten in der Nachbarschaft hat, setzt den Eigenanbau in der Küche, auf Balkon oder Terrasse um“, sagt Stefan Pohl. „So erleben insbesondere Kräuter und Gemüsepflanzen derzeit eine Renaissance, aber auch die Sortimentsgruppen des Saatguts und der Anzuchtprodukte profitieren von dem neu gewonnenen Nutzgedanken der Bevölkerung.“

Vielfältige Chancen für Industrie und Handel

Häufig besitzen die jüngeren Generationen, die durch Bewegungen wie Urban oder City Gardening zu neuen Gartenfans werden, jedoch nur ein rudimentäres Wissen über die Anzucht und Pflege des lebenden Grüns. War es in früheren Generationen üblich, dass sie durch Mitarbeit auf der großelterlichen Grünfläche bereits im jungen

Alter mit floralen Informationen versorgt wurden, ist diese Schnittstelle bei den sogenannten Xer- und Yer-Jahrgängen so gut wie nicht mehr vorhanden. Deshalb sind sie auf die Unterstützung und Beratung vonseiten der Industrie und des Handels angewiesen. „Und diese haben reagiert“, so Pohl. „Conveniente Pflanzgefäße, die – entweder komplett oder teilweise vorgepflanzt – nach dem Kauf unmittelbar oder mit geringem Aufwand auf Balkon oder Terrasse platziert werden können, sind vermehrt im Sortiment vieler Gartencenter anzutreffen.“ Automatische Bewässerung oder bienenfreundliche Bepflanzungen decken den Wunsch der Verbraucher nach nachhaltigen Produkten und ressourcenschonenden Systemen ab. Und multifunktionale Möbel wie Tische mit integrierten Wäscheständern, portable Grills oder Beete ermöglichen es jedem Gartenfreund, sich auf 20 Quadratmeter Balkon oder Dachterrasse seine eigene grüne Oase als Rückzugsort zu schaffen.



Floristik, Fashion, Follower!

Blüten-Trends für Fashion-Victims, Flower-Nerds und Florale Enthusiasten

Mit den FDF-Flower Style Trends 2020 schlägt das Kreativ-Team des Fachverband Deutscher Floristen eine Brücke zwischen Floralem, Fashion und trend-orientierter blumiger Inszenierung. Diese Verbindung ist ein wichtiges und effektvolles Tool für die Wertschätzung zeitgerechter Floristik und für die kundenorientierte Vermarktung floraler Designs bei jungen, trendaffinen Zielgruppen.

Manfred Hoffmann, Kreativ-Direktor des FDF, und Floral-Designer Oliver Ferchland haben die Blüten-Arrangements der vorliegenden Trend-Linie in drei unterschiedlichen Atmosphären angelegt. Diese drei Themen wurden von Blumenbüro Holland als die drei prägenden Stil-Trends/Groenbranche Trends für das Jahr 2020 ausgemacht. Die aktuellen Designs wurden im Stil dieser Trends in Form, Farbe und Textur blumig interpretiert.

Consumer Trend „inner retreat“ by Blumenbüro Holland

„inner retreat“ ist ein ruhiger, leichter und lichter Lifestyle-Trend, der von pastelligen, hellen Farbtönen geprägt ist – in Kombination mit natürlichen Braun- und Grüntönen. Rosé-Töne setzen weitere Akzente. Es werden überwiegend natürliche Materialien wie Holz, Glas, helle Keramik, Kunstharz und leichte, softe Textilien eingesetzt. Die Formen sind eher rund und oval. Alles wirkt unbekümmert, natürlich und unkompliziert. Beauty und Wellness sind Leitthemen in diesem Trend. „Entschleunigung“ und „Entstressung“ werden angestrebt. Transparente, softe Oberflächen lassen die Realität wie hinter einem Schleier verschwinden. „inner retreat“ folgt dem Bedürfnis nach Entspannung und Rückzug aus einer Welt, in der hohe Anforderungen und permanenter Leistungsdruck das Leben bestimmen.

Full of sense

Unglaublich locker, leicht und soft wirkt dieser fantastische Strauß mit seinen hellen, changierenden Farben in Rose, Creme und Grün. Clematis, Lilien, pudrige Rosen und zarte Gräser sind zu einer blumigen Wolke arrangiert. Die großen Monstera-Blätter in Kombination mit Dracaena und Tillandsien setzen mit frischen Grün-Tönen natürliche Farbakzente. Ein Traum von Strauß - charmant und locker präsentiert!

Sechs variantenreiche Sträuße spiegeln stimmungsvoll und voller Emotion Lebensgefühl und Zeitgeist. Darüber hinaus haben die Designer großen Wert auf die Performance der FDF-Flower Style Trends 2020 gesetzt.

Erstmals wurde für die neue Trend-Linie mit einem professionellen Male-Modell zusammen gearbeitet. Dem Instagram-Star folgen knapp 300.000 Fans. Beim Shooting mit Fotograf Jörg Manegold setzte silver.fox.x die neuen FDF-Flower Styles effektiv in Szene. Posing, Tattoos und Florales werden zu einer starken Einheit, die Aufmerksamkeit schafft und Floristik aus neuer Perspektive präsentiert. Entstanden ist eine aufregende Floral-Kollektion, die mit extravaganter Inszenierung junge Floristik-Fans erreicht und in den sozialen Netzwerken die Follower begeistert.

Internal beauty – Schönheit durch innere Stärke!

Die Welt ist hektisch und erfordert unsere ganze Kraft. Deshalb brauchen wir persönliche Oasen und die ganz eigenen Momente für uns! Dieser natürliche Strauß gibt uns Ruhe und ist gleichermaßen erfrischend und inspirierend. Grün, Coral, Nude- und Creme-Töne geben ihm eine wohlthuende Anmutung. Eukalyptus-Blätter umspielen den Strauß und geben ihm Leichtigkeit. Eine Aloe ist Eyecatcher und trendiges Floral-Accessoire zugleich. Ein in sich ruhendes Motiv. Dieses rund-gebundene, wohlthuende Bouquet passt perfekt in ein helles liches Ambiente und modernes Interieur.



©FDF-Flower Style Trends 2020, J. Manegold powered by Blumenbüro Holland

**Consumer Trend „blended cultures“
by Blumenbüro Holland**

Wir reisen und erforschen die Welt. Verschiedene Kulturen vermischen sich. Mehrere Realitäten treffen auf einander und vereinen sich zu einem neuen Ganzen. Offenheit, Multi-kulti und eine bunte Vielfalt prägen die Designs in diesem Trend. Im Consumer-Trend „blended cultures“ sind warme, erdige und naturbelassene Farben angesagt.

In der Floristik werden heimische Blumen mit exotischen Blüten kombiniert. Die Farb-Range reicht von hellen Rosé-, Grün- und Beige-Tönen über kräftiges Orange, tiefes Rot, und warme Braun-Töne. Blau, Gelb und Orange setzen Akzente. In Mode und Interieur spielen lokale und globale Einflüsse eine wichtige Rolle. Der Ethno-Look, folkloristische Accessoires und natürliche, handgemachte Texturen sind beliebt. Makramé, Rattan, Drucke, Bast, Terrakotta, Flechtwerke aller Art, Strickmuster, Federn, Felle und Tier-Maserungen sind starke Motive.

Globetrotter

Ein kräftiger maskuliner Bündel-Strauß voller Energie und Leidenschaft. Starke Farben vor sand-beigen Ethno-Tönen. Die perfekte Bühne für den multikulturellen Blüten-Auftritt. Proteen, Anthurien, Artischocken und Gerbera in kräftigen Rot-, Braun- und Terra-Tönen kommen besonders zur Geltung. Gräser und aufstrebende Beeren-Zweige schaffen zusätzliche Vielfalt und setzen Impulse.



Ethno Beats

XXL-Blüten in kräftigen Farben und exotischen Formen geben diesem Strauß Kraft, Dynamik und Energie. Übergroße Deko-Chrysanthenen, Proteen, Dahlien und Hortensien schaffen Fülle und Intensität. Der sandfarbige warme Hintergrund und der trendige Nomaden-Style von silver.fox.x bringen die exotischen Blüten-Farben besonders zum Leuchten. Gefärbte Eukalyptus-Zweige und Grün umspielen das Arrangement und geben ihm zusätzliche Dynamik. Ein energetischer Trend-Strauß mit kraftvollen Farben in einer wilden, ungebändigten Form.



©FDF-Flower Style Trends 2020,
J. Manegold powered by Blumenbüro Holland

**Consumer Trend „street savage“
by Blumenbüro Holland**

Poppig, fröhlich, frech und originell kommt der Trend „street savage“ daher. Leuchtende Signal-Farben in Gelb, Blau und Rot in Kombination mit Peach-Tönen, Orange, Grau, Braun und Grün bestimmen das Bild. Einflüsse aus dem Graffiti-Style und der Straßen- und Aktionskunst werden aufgegriffen. In der Floristik werden Monstera-Blätter mit Fassaden-Farbe angestrichen. Große extrovertierte Blüten wie zum Beispiel Anthurien haben ihren Auftritt. Gebrauchs-Gegenstände werden zweckentfremdet und zu Dekorations-Accessoires umgestylt. Die Materialien wirken urban und industriell – aus Kunststoff, Stein oder Metall. Fashion und Interieur sind durch die Hip-Hop Szene inspiriert. „Break the rules!“, Freiheit und Unvollkommenheit sind Leitmotive. Recycling und Upcycling ist populär. Ein unorthodoxer Trend für unangepasste Städter, die Individualität und Authentizität leben wollen.

Colour splash

Knall-Farben, wilder Shape und große Blüten – das macht die Wirkung des Straußes „colour splash“ aus. Dieses wilde Ding erzielt Aufmerksamkeit und polarisiert. Gefärbte blaue Monstera-Blätter, rote Anthurien, Gloriosa, Lilien und expressives grünes Blattwerk sind zu einem floralen Feuerwerk vereint. Male Model silver.fox.x präsentiert das exotische It-Piece mit cooler sommerlicher Performance. Ein starker Eyecatcher im Popart-Stil für fashion-victims und Hedonisten.



Block Buster

Posing, Tattoos und Florales. Damit ist ein starker Auftritt garantiert. Exotische Blüten, fruchtige Farben, ein Monstera-Blatt in Neon-Türkis, ein Tattoo-Model in Wurf-Position und ein Strauß im aktuellen Bansky-Look – diese Bilder wirken dynamisch, optimistisch und sie verströmen Summer-Feeling pur! Hier wird Urlaubs-Stimmung angeregt und der Alltag weit zurück gelassen. Verrücktheit, Spaß, Pop-Art und Fun – für diese Attribute steht der frei gestaltete Strauß „block buster“ – frech, crazy und selbstbewusst von silver.fox.x auf einem Podest präsentiert. Go crazy! Mit diesem coolen Setup empfehlen sich Flower-Lover und Flower-Freaks mit Spaß und Freude an Floralem.



©FDF-Flower Style Trends 2020,
J. Manegold powered by Blumenbüro Holland

Just Chrys: Starke Kreationen

Chrysanthemen-Kollektion 2020 im Zeichen von hand made

Neue Trendinterpretationen rund um die Chrysantheme zeigt die Just Chrys-Kollektion 2020. Die vielseitige, farbenfrohe und kräftige Chrysantheme wird wieder wunderbar inszeniert und verschmilzt mit den begleitenden Blumen zu einem frischen Kunstwerk in grün und bunt.



Frühling/Sommer: Vital-Vibe

Gelb ist die Farbe der Frühlings- und Sommersaison und Vital Vibe bietet reichlich davon. Grüne, beige, graue und lachsfarbene Töne passen perfekt zu Gelb und verleihen ihm eine saubere und frische Note!

Durch den Kontrast zwischen zierlichen Gräsern und kleinen Blüten wie etwa die der Santini und robusteren Sorten wie den größeren Deko-Chrysanthemen zeigt sich dieser Trend sehr urban. Alle Chrysanthemensträuße verbreiten viel Energie, so dass auch ein Bezug zum Trend des gesundheitsbewussten Lebens besteht.



Vital-Vibe



Herbstkollektion: Ultra Tropica

Die Farbgebung der Blumen in diesem Trend ist so intensiv und gesättigt, wie nur möglich. Die kommende Saison bringt dunklere Farben und Ultra Tropica setzt dies auf eine vielschichtige Art und Weise um, die gleichzeitig kommerziell und innovativ ist. Ein Hauch von tropischen Blumen wie Cymbidium und Chrysanthemen in Neonfarben wie auch in satten, warmen Farben verleihen den Herbststräußen einen originellen Charakter.



Ultra Tropica



Ethereal



Winterkollektion: Ethereal

Das Land der aufgehenden Sonne, der Ort, an dem die Chrysanthemen ihren Ursprung haben. Morgenländische Einflüsse kehren zurück und vor allem japanische Elemente finden sich in neuen Kollektionen wieder. Dieser Trend wirkt äußerst elegant – die Chrysanthemensträuße bestechen durch eine Kombination aus dezenten Farben und transparenten Elementen. Die Farbabstufungen sind dabei noch weicher als Pastelltöne mit einem hohen Anteil an Weiß und Rosatönen, die von Pfirsich bis Kirschblüte reichen. Bei den Farben entsteht der Eindruck, sie seien vereist – optimal für die Wintersaison.



Digitale Plattformen im Aufwind

Stationäre Einzelhändler müssen ihre digitalen Fähigkeiten ausbauen

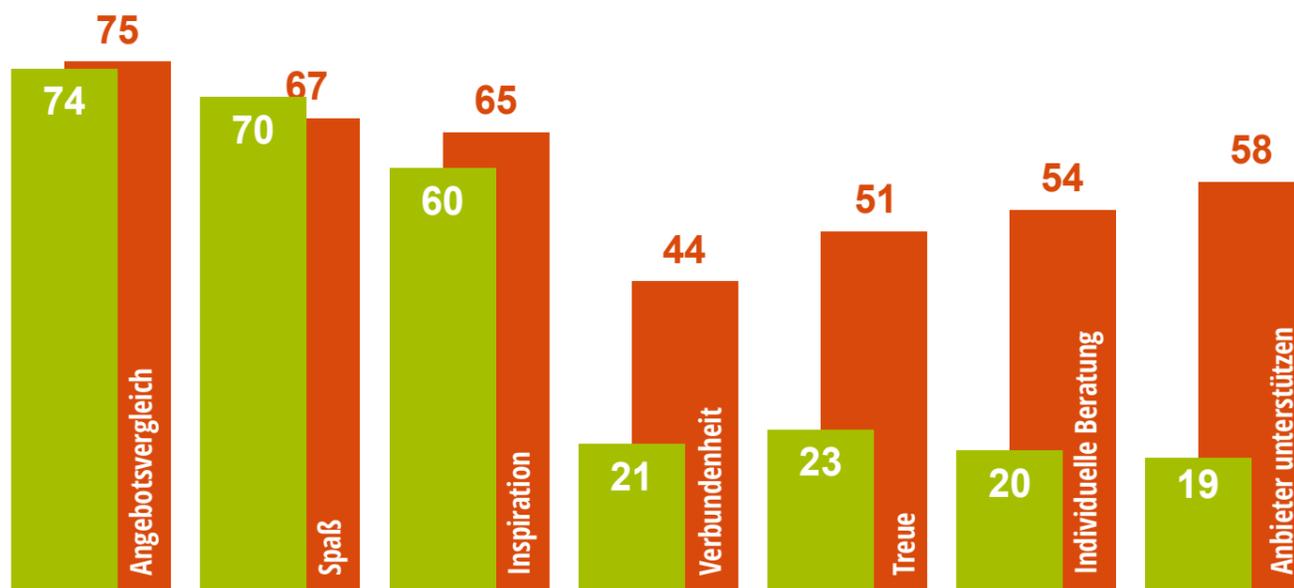
Plattformunternehmen wie Amazon, eBay oder Alibaba sind zum Aushängeschild der digitalen Transformation geworden. Kein anderes Geschäftsmodell hat in den letzten zwei Jahrzehnten ein schnelleres Wachstum verzeichnet und mehr Branchen umkrempeln können. Stationäre Einzelhändler müssen lernen, die Online-Konkurrenz zu umgehen, damit sie nicht nur überleben, sondern auch sich auch noch vergrößern können. Doch wie bindet man den Verbraucher an den stationären Händler?

Die verschiedenen Online-Plattformen können die Beratung und die Erfahrungen eines stationären Einzelhändlers bisher nicht ersetzen. Fachhändler und Dienstleister stehen dem Verbraucher in der Regel mit Rat und Tat zur Seite und können Reparaturen und Wartungen beispielsweise direkt und sofort vor Ort durchführen. Stationäre Geschäfte können das Einkaufen durch verschiedene Events, Angebote, Live-Bands, In-Store-Cafes zum Erlebnis machen. Der Kunde kann die Produkte sehen, anfassen, an- und ausprobieren, dazu erhält er noch eine fachgerechte Beratung. Maßnahmen wie das

Schaffen einer angenehmen Atmosphäre zum Beispiel durch Raumbedeckung, Hintergrundmusik, voll ausgestatteter Räume mit verschiedenen Stilen und Designs lassen den Kunden länger im Geschäft verweilen und fördern somit das Kaufverhalten. Einzelhändler mit stationären Geschäften können sich mit multisensorischen Erlebnissen deutlich von Online-Shops abheben.

Verbundenheit mit den Verbrauchern nutzen

Ein weiterer Vorteil der physischen Präsenz ist das erfolgreiche Unternehmen von den Verbrauchern als einen Teil der Gemeinschaft wahrgenommen werden. Das schafft eine emotionale Verbindung; so schafft das Einkaufen bei einem Einzelhändler vor Ort das Gefühl der Verbundenheit. In vielen Städten gibt es schon Gemeinschaften von lokalen Einzelhändlern, die die physische Verbundenheit mit ihren Verbrauchern nutzen, um regionale Vorzüge hervorzuheben und die Gestaltung sowie die Entwicklung der Zusammenarbeit zu fördern.



Gründe für stationäre und Online-Einkäufe online stationär

Quelle: IFH Köln, „Gamechanger Plattformökonomie“, 2019

Verbraucher sind heute „Omnichannel“

Produkte werden heutzutage nicht mehr nur über einen Kanal angeboten, sondern über viele verschiedene. Die Verbraucher sind also „Omnichannel“, das heißt, dass dem Konsumenten die Produkte über verschiedenste Kanäle angeboten werden. Deswegen müssen traditionelle Unternehmen die digitalen Fähigkeiten stetig weiterentwickeln und es sollten unbedingt kanalübergreifende Strategien und Konzepte entwickelt werden. Vorzugsweise sollten alle Kanäle miteinander verknüpft, integriert und genutzt werden.

Unternehmen müssen ihr Angebot im Internet detailreich präsentieren. Das gibt dem Verbraucher sinnvolle Filtermöglichkeiten, die Verfügbarkeit und den Standort des gewünschten Produktes im stationären Geschäft zu prüfen, Termine mit dem Servicepersonal zu vereinbaren und digitale Beratungshilfen, die sie bei der Produktwahl unterstützen, zu nutzen. Mit einer Contentstrategie lassen sich Geschichten zu dem Produkt erzählen.

Innovation und Kooperation

Stationäre Händler müssen ihre digitalen Fähigkeiten auf- und ausbauen, um gegen die Online-Plattformen zu bestehen. Es gilt neue Wege zu gehen, in dem man sich eine Händler-Hersteller- oder Hersteller-Dienstleister-Beziehung aufbaut. Diese Arten von Beziehungen werden in den nächsten Jahren eine große Rolle spielen.

Fazit

Letztlich bietet die physische Präsenz stationärer Geschäfte das Potenzial, Kunden multisensorische Erlebnisse zu bereiten, das direkte Lebensumfeld der Kunden mitzugestalten und so als Teil der Gemeinschaft und im Rahmen einer gemeinsamen Identität einen Stellenwert beim Kunden einnehmen, den digitale Akteure kaum erreichen können.

GABOT Newsletter

Sind Sie immer informiert?

Die GABOT-News informieren Sie regelmäßig dreimal wöchentlich über die neuesten Themen, Entwicklungen und Tendenzen im deutschen und internationalen Gartenbau. Jetzt Newsletter abonnieren!

Die News des Branchenportals Gabot werden wöchentlich an rund 3.500 Abonnenten der Branche verschickt. Die Kernzielgruppe besteht aus Entscheidern der Gartenbau-Branche in sämtlichen Funktionsbereichen wie Produktion, Handel, Dienstleistung, Marketing, Controlling, Recht und Personal – kurzum Gartenbau-Profis mit Interesse an aktuellen Markt-, Fach- und Serviceinformationen.





Jetzt kostenfrei abonnieren!

Wichtige Blumentage

Kalender 2020

DEUTSCHLAND

MONAT	TAG	ANLASS
Januar	1	Neujahr
Januar	6	Heilige Drei Könige
Februar	14	Valentinstag
Februar	20	Weiberfastnacht
Februar	22	Karneval / Fasching
Februar	26	Aschermittwoch
März	8	Internationaler Weltfrauentag
April	10	Karfreitag
April	12 - 13	Ostern + Ostermontag
April	30	Tanz in den Mai
Mai	1	Tag der Arbeit / Maifeiertag
Mai	10	Muttertag
Mai	21	Christi Himmelfahrt / Vatertag
Mai - Juni	31 - 1	Pfingsten
Juni	11	Fronleichnam

MONAT	TAG	ANLASS
August	15	Mariä Himmelfahrt (Bayern / Saarland)
Oktober	3	Tag der Deutschen Einheit
Oktober	4	Erntedankfest
Oktober	11	Omatag
Oktober	31	Halloween / Reformationstag
November	1	Allerheiligen
November	2	Allerseelen (Día de los Muertos)
November	11	St. Martin
November	15	Volkstrauertag
November	18	Buß- und Betttag
November	22	Totensonntag
November	29, 6-13-20	Advent
Dezember	6	Nikolaustag
Dezember	24, 25 - 26	Heiligabend / Weihnachten
Dezember	31	Silvester

NIEDERLANDE

MONAT	TAG	ANLASS
Januar	1	Nieuwjaar (Neujahr)
Januar	18	Nationale Tulpendag (Nationaler Tulpentag)
Februar	14	Valentijnsdag (Valentinstag)
Februar	23	Carnaval (Karneval)
März	8	Int. Vrouwendag (Int. Weltfrauentag)
April	10	Goede Vrijdag (Karfreitag)
April	12	Pasen (Ostern)
April	16	Secretaressedag (Sekretärinnen-Tag)
April	27	Koningsdag (Königstag)
Mai	1	Dag van de Arbeid (Tag der Arbeit)
Mai	4	Dodenherdenking (Nat. Totengedenktage 2. Weltkrieg)
Mai	5	Bevrijdingsdag (Befreiungstag)
Mai	10	Moederdag (Muttertag)
Mai	21	Hemelvaart (Christi Himmelfahrt)

MONAT	TAG	ANLASS
Mai - Juni	31 - 1	Pinksteren (Pfingsten)
Juni	4	Nationale opa en omadag (Tag der Großeltern)
Juni	Mitte	Examenuitslag (Tag der Examensergebnisse)
Juni	21	Vaderdag (Vatertag)
Juni	27	Veteranendag (Veteranentag)
Juli	24	Finish van de Nijmeegse Vierdaagse (Ende der Nimwegenmarsch)
September	30	Nationale Broer en Zus Dag (Nat. Tag der Brüder u. Schwestern)
Oktober	4	Werelddierendag (Welttierschutztag)
Oktober	4	Nationale Grootouderdag (Nat. Großelternentag)
Oktober	5	Dag van de Leraar (Tag des Lehrers)
Oktober	31	Halloween (Halloween)
November	10	Dag van de Mantelzorg (Tag der informellen Pflege)
Dezember	5	Sinterklaas (Nikolaustag)
Dezember	25 - 26	Kerstmis (Weihnachten)

SCHWEIZ

MONAT	TAG	ANLASS
Januar	1	Neujahrstag
Januar	2	Berchtoldstag
Januar	6	Heilige Drei Könige
Februar	14	Valentinstag
Februar	24 - 25	Fastnachtmontag und Dienstag
Februar	26	Aschermittwoch
März	8	Internationaler Weltfrauentag
April	10	Karfreitag
April	12 - 13	Ostern und Ostermontag
Mai	1	Tag der Arbeit
Mai	10	Muttertag
Mai	21	Christi Himmelfahrt

MONAT	TAG	ANLASS
Mai - Juni	31 - 1	Pfingsten
Juni	7	Vatertag
Juni	11	Fronleichnam
August	1	Nationalfeiertag
August	15	Maria Himmelfahrt
September	20	Dank-, Buss- und Betttag
November	1	Allerheiligen
November	29, 6-13-20	Advent
Dezember	8	Maria Empfängnis
Dezember	24	Heiliger Abend
Dezember	25 - 26	Weihnachten und Stephanstag
Dezember	31	Silvester

ÖSTEREICH

MONAT	TAG	ANLASS
Januar	1	Neujahr
Januar	6	Heilige Drei Könige
Februar	14	Valentinstag
Februar	25	Faschingsdienstag
Februar	26	Aschermittwoch
März	19	St. Josef
April	5	Palmsontag
April	9	Gründonnerstag
April	10	Karfreitag
April	13	Ostermontag
Mai	1	Staatsfeiertag
Mai	4	St. Florian
Mai	10	Muttertag
Mai	21	Christi Himmelfahrt
Mai	31	Pfingsten
Juni	1	Pfingstmontag

MONAT	TAG	ANLASS
Juni	11	Fronleichnam
Juni	14	Vatertag
August	15	Maria Himmelfahrt
September	24	St. Ruprecht
Oktober	26	Nationalfeiertag
Oktober	31	Halloween
November	1	Allerheiligen
November	2	Allerseelen
November	11	St. Martin
November	15	St. Leopold
Dezember	6	Nikolaustag
Dezember	8	Maria Empfängnis
Dezember	24	Heiliger Abend
Dezember	25	Christtag
Dezember	26	Stefanitag
Dezember	31	Silvester

FRANKREICH

MONAT	TAG	ANLASS
Januar	1	Jour de l'An (Neujahr)
Januar	6	Épiphanie (Heilige Drei Könige)
Januar	25	Nouvel An Chinois (Chinesisches Neujahrsfest)
Februar	2	Chandeleur Maria Lichmess
Februar	14	St. Valentin (Valentinstag)
Februar	25	Mardi Gras Mardi Gras (Faschingsdienstag)
März	1	Fête des Grands-mères (Großmuttertag)
März	8	Journée de la Femme (Int. Weltfrauentag)
März	17	Fête de la Saint-Patrick (Gedenktag hl. Patrick)
April	12 - 13	Pâques et lundi de Pâques (Ostern)
April	16	Fête des Assistantes et Secrétaires (Sekretärinnen-Tag)
Mai	1	Fête du Travail (Tag der Arbeit)
Mai	8	Victoire 1945 (Tag des Sieges)
Mai	21	Ascension (Christi Himmelfahrt)
Mai	24	Aïd el-Fitr (Zuckerfest)
Mai	29	Fête des Voisins (Fest der Nachbarn)

MONAT	TAG	ANLASS
Mai - Juni	31 - 1	Pentecôte et lundi de Pentecôte (Pfingsten)
Juni	7	Fête des Mères (Muttertag)
Juni	21	Fête des Pères (Vatertag)
Juni	21	Fête de la Musique (Fest der Musik)
Juli	3	Sortie des classes (Letzter Schultag)
Juli	14	Fête Nationale (Nationalfeiertag)
August	15	Assomption (Maria Himmelfahrt)
Oktober	4	Fête des Grands-pères (Großvater Tag)
Oktober	5	Sainte Fleur (Gedenktag hl. Fleur, Patronin der Floristen)
November	1	Toussaint (Allerheiligen)
November	2	Fête des Morts (Día de los Muertos, Allerseelen)
November	11	Armistice 1918 (Tag des Waffenstillstandes)
November	25	Ste Catherine (Gedenktag hl. Katharina)
Dezember	10	Hanouka (Chanukka)
Dezember	25	Noël (Weihnachten)
Dezember	31	St Sylvestre (Silvester)

VEREINIGTES KÖNIGREICH

MONAT	TAG	ANLASS
Januar	1	New Year's Day (Neujahr)
Januar	25	Burns Night (Burns Nacht)
Januar	25	Chinese New Year (Chinesisches Neujahrsfest)
Februar	14	Valentine's Day (Valentinstag)
Februar	25	Shrove Tuesday (Pancake Day, Faschingsdienstag)
Februar	26	Ash Wednesday (Aschermittwoch)
März	1	St. David's Day (Gedenktag des hl. David, Wales)
März	8	Int. Women's Day (Int. Weltfrauentag)
März	17	St. Patrick's Day (Gedenktag des hl. Patrick, Nordirland)
März	22	Mother's Day (Muttertag)
April	10	Good Friday (Karfreitag)
April	12	Easter Sunday (Ostersonntag)
April	13	Easter Monday (Ostermontag)
April	22	Administrative Professionals Day (Tag der Verwaltungsangestellten)
April	22	Earth Day (Tag der Erde)
April	23	St. George's Day (Gedenktag des hl. George, England)
April	23	Ramadan Start (Anfang Ramadan)
Mai	4	Early May Bank Holiday (Maifeiertag)
Mai	8	VE Day (Befreiungstag, 2. Weltkrieg)

MONAT	TAG	ANLASS
Mai	21	Ascension Day (Christi Himmelfahrt)
Mai	24	Eid ul Fitr (Zuckerfest)
Mai	27	Spring Bank Holiday (Bankfeiertag Frühling)
Juni	20	June/Summer Solstice (Sommerfest)
Juni	21	Father's Day (Vatertag)
Juli	12	Orange Day (Oranier-Tag)
Juli	30	Eid ul Adha (Islamisches Opferfest)
August	3	Summer Bank Holiday (Bankfeiertag Sommer, Schottland)
August	31	Summer Bank Holiday (Bankfeiertag Sommer, England/Wales/Nordirland)
Oktober	4	Grandparents' Day (Tag der Großeltern)
Oktober	31	Halloween (Halloween)
November	5	Guy Fawkes Day (Guy Fawkes Tag)
November	8	Remembrance Sunday (Volkstrauertag)
November	11	Armistice Day (Tag des Waffenstillstandes)
November	30	St. Andrew's Day (Gedenktag hl. Andreas, Schottland)
Dezember	24	Christmas Eve (Heiligabend)
Dezember	25	Christmas Day (Weihnachten)
Dezember	26	Boxing Day, St. Stephen's Day (2. Weihnachtstag)
Dezember	31	New Year's Eve, Hogmanay (Silvester)

Bezugsquellenverzeichnis

Starke Partner in der grünen Branche

Baumschulen

Helmerts Baumschulen GmbH

Seggerriedenweg 36
26655 Westerstede
Deutschland
Tel: +49 4488 / 84750
Fax: +49 4488 / 71969
info@helters.de
www.helters.de



Wir sind Ihr Lieferant mit Profi-Shop für wertvolle Zwergnadelgehölze, Bambus (Fargesia), besondere Laubgehölze, immergrüne Laubgehölze und Buxusalternativen.

Entdecken Sie Fertiglösungen wie Chic in Schale® – hochwertige Gehölze in Schalen gepflanzt; Little Pirate® – die Buchsbaumalternative, oder die Well-Born® Bamboo Africa-Serie – robuste Fargesia, inspiriert durch die Farbenpracht Afrikas.

Besuchen Sie uns. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Karl von Hammel Baumschulen GmbH

Inhaber: Uwe Renken
Azaleenstraße 107
26639 Wiesmoor
Tel: +49 4944 / 91140
Fax: +49 4944 / 911430
info@von-hammel.de
www.von-hammel.de



Wir sind ein Spezialbetrieb für immergrüne Baumschulpflanzen sowie bessere Ziergehölze auf ca. 35 ha Fläche.

Wiesmoorer Baumschulen

Unter dem Motto „Wir pflanzen Zukunft!“ präsentieren sich 9 Baumschulen aus dem Anbaubereich Wiesmoor auf einem gemeinsamen Internet-Portal mit speziellen Recherchemöglichkeiten zu Betrieben, Produkten und Angeboten.



www.wiesmoorer-baumschulen.de

Blumen und Pflanzen

Dehne Topfpflanzen GmbH & Co. KG

Azaleenstraße 58
26639 Wiesmoor
Tel: +49 4944-30681-0
Fax: +49 4944-30681-49



info@dehne.de
www.dehne-topfpflanzen.de

Dehne Topfpflanzen steht für nachhaltiges Handeln aus Tradition - Kontinuität, Qualität, Umweltschutz und soziale Verantwortung haben bei Dehne Topfpflanzen eine lange Tradition und kennzeichnen unser Handeln bereits seit der Gründung vor über 50 Jahren. Durch die Nutzung der Abwärme eines Biomasseheizkraftwerkes und einer Biogasanlage werden über 95% des gesamten Wärmeeinsatzes umweltfreundlich aus erneuerbaren Energien gedeckt. Unser Unternehmen wurde als einer der ersten Topfpflanzenproduzenten Deutschlands zertifiziert nach GLOBALGAP und GRASP.

Dienstleistung

Dehne Dienstleistungs-GmbH

Azaleenstrasse 87
26639 Wiesmoor
Tel: +49 4944 / 30681-20
Fax: +49 4944 / 30681-49

info@dehne.de
www.dehne-dienstleistung.de

Die Dehne Dienstleistungs-GmbH ist seit 1999 – eng verknüpft mit der grünen Branche – im Bereich der neuen Medien tätig. Mittlerweile betreut die Agentur rund 100 Unternehmen in Sachen Internet und betreibt außerdem mehrere eigene Internet-Portale.



Gartenbau-Versicherung VVaG

Von-Frerichs-Straße 8
65191 Wiesbaden
Tel: +49 611 - 56 94 - 0
Fax: +49 611 - 56 94 -140

service@GeVau.de
www.GeVau.de



Erden und Substrate

Floragard Vertriebs-GmbH

Gerhard-Stalling-Str. 7
26135 Oldenburg
Deutschland
Telefon: 0441 20 92 - 0
Telefax: 0441 2092 - 292

www.floragard.de
info@floragard.de

Seit mehr als 100 Jahren steht die Floragard Vertriebs-GmbH aus Oldenburg für eine erstklassige Produktpalette im Bereich der Substrate für den Gartenbau. Beste Ausgangsstoffe und hochwertige Zusätze bilden dabei die Basis, um ein Substrat herzustellen, das absolut passgenau den Ansprüchen der jeweiligen Kultur und dem Wunsch unseres Kunden entspricht. Die qualifizierten Floragard-Berater sind als Gärtnermeister und Gartenbauingenieure vom Fach und lassen ihre ganze Erfahrung in die Arbeit vor Ort einfließen. Unser Know-How für Ihren Wachstumserfolg – mit Premium-Substraten von Floragard.



Gramoflor GmbH & Co. KG

Diepholzer Straße 173
49377 Vechta
Tel: +49 4441 9997 - 0
Fax: +49 4441 9997 - 70

info@gramoflor.de
www.gramoflor.com



Gartengeräte

CUB CADET Inh. MTD Products AG

Industriestraße 23
66129 Saarbrücken
Tel: +49 6805 79 - 528

mtdeurope@mtdproducts.com
www.cubcadet.eu



WOLF-Garten Inh. MTD Products AG

Industriestraße 23
66129 Saarbrücken
Tel: +49 6805 79 - 202

info@wolf-garten.com
www.wolf-garten.com



Internet

Dehne Internet

Azaleenstrasse 87
26639 Wiesmoor
Tel: +49 4944 / 30681-20
Fax: +49 4944 / 30681-49

info@dehne.de
www.dehne-internet.de

Als Fullservice-Dienstleister sind wir kompetenter Ansprechpartner für Ihr gesamtes Marketing. Wir erstellen ganzheitliche Marketing-Konzepte für Ihr Produkt oder Ihr Unternehmen und verknüpfen dabei Online und Offline optimale in innovativer und kreativer Weise. Unser Spezialwissen im Bereich Pflanze macht und zum idealen Partner für produzierende Gartenbau- und Baumschulunternehmen. Wir realisieren kostengünstige Standardlösungen oder individuelle Konzepte. Unsere speziell entwickelten Software-Komponenten für die Bereiche Content-Management, E-Commerce und Internet-Portale bieten Ihnen die Voraussetzung für Ihren Erfolg im Internet.



GABOT Jobs – Online Stellenmarkt für den Gartenbau

GABOT Jobs ist der Internet-Stellenmarkt für Dach- und Führungskräfte im Gartenbau. Nutzen Sie den Jobmarkt, um eine Arbeitsstelle oder weitere Mitarbeiter zu finden. Stellensuchende, Unternehmen und Organisationen der grünen Branche können kostenfrei ein Stellengesuch oder -angebot aufgeben.

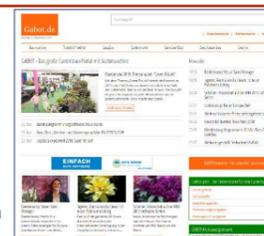
www.gabot-jobs.de
anzeigen@gabot.de



GABOT – Die Gartenbau-Suchmaschine

Online seit Dezember 1999 ist GABOT heute ein führendes Portal für den Erwerbsgartenbau. Über 50.000 Besucher nutzen jeden Monat die professionellen Dienste wie das Branchenbuch, den Stellenmarkt, die Fachartikel und die aktuellen Nachrichten aus der Branche, sowie den regelmäßig erscheinenden Newsletter.

www.gabot.de
info@gabot.de



Jungpflanzen

Krebs - Pflanzen aus dem Cuxland

Gärtnerstr.4
27612 Loxstedt-Bexhoevede
Tel: +49 4703 / 929100
Fax: +49 4703 / 929109

mail@krebs-bexhoevede.de
www.krebs-bexhoevede.de



Kräuter und Gewürze

Gärtnerei Blu-Blumen GbR

Stukendamm 80, 33449 Langenberg
Tel: +49 5248 / 609026
Fax: +49 5248 / 609471
info@blu-schmeckt.de
www.blu-schmeckt.de

Technik

Thomas Spradau Gewächshaustechnik

Breslauer Weg 25a
49419 Wagenfeld
Tel: +49 5444-9944977
Fax: +49 5444-9944978

info@tsg-gewaechshaustechnik.de
www.tsg-gewaechshaustechnik.de



Töpfe und Trays

Pöppelmann GmbH & Co. KG

Kunststoffwerk – Werkzeugbau
Bakumer Str. 73 – 49393 Lohne
Tel.: +49 4442 / 982-0
Fax: +49 4442 / 982-112

info@poeppele.com
www.poeppele.com



HORTIVISION TRENDS 2020

Sie möchten auch mit einer Anzeige in HORTIVISION Trends 2021 dabei sein? Weitere Informationen zu Formaten und Preisen erhalten Sie unter:

E-Mail: anzeigen@hortivision.de oder Telefon: +49 4944 / 30681-20

BLUMEN – 1000 GUTE GRÜNDE!

Florale Ideen, die Ihre Kunden begeistern

Branchenbuch

mit mehr als 17.000 Einträgen und Adressen aus der Grünen Branche und Zulieferindustrie.

Stellenmarkt

für Fach- und Führungskräfte mit ständig aktuellen Stellenangeboten und -gesuchen.

Marktplatz

Kleinanzeigen- und Immobilienmarkt mit aktuellen Angeboten und Gesuchen.

The screenshot shows the Gabot.de website layout. At the top, there's a search bar and navigation tabs for Branchenbuch, Stellenmarkt, and Marktplatz. Below that, a main navigation bar lists categories: Baumschule, Floristik/Friedhof, GaLaBau, Gartenmarkt, Gemüse/Obst, Zierpflanzenbau, Energie, and Me... The main content area is divided into several sections: 'GABOT - Das große Gartenbau-Portal mit Suchmaschine' with a featured article about 'Plantarium 2019: Thema lautet "Green Fits All"', 'Topnews' with a list of recent events, 'News und Fachartikel' with a list of news items, 'Newsticker' with a list of news items, and 'GABOT-Kleinanzeigenmarkt' with a list of job and real estate listings. A prominent orange banner reads 'Platz für Ihre Anzeige!'.

Topnews

Die wichtigste Nachricht des Tages.

News und Fachartikel

Umfassende Informationen zu allen aktuellen Themen.

Newsticker

immer auf dem neuesten Stand! Aktuelle News aus allen Bereichen des Gartenbaus.

GABOT Channels

Rubriken/Sparten der Grünen Branche: Baumschule, Floristik/Friedhof, GaLaBau, Gartenmarkt, Gemüse/Obst, Zierpflanzenbau, Energie, Dossiers, Jahresplaner, Messekalender, Videos.

www.gabot.de



Ob reichweitenstarke Bloggeraktionen, attraktive POS-Materialien, spannende YouTube-Beiträge, gezieltes Social Media-Infotainment oder prominente Werbe- und Guerilla-Aktionen – wir zeigen, wie kreativ, schön, bunt oder auch sexy Blumen und Pflanzen sind. Ihre Kunden von heute und morgen sind unser Ziel! Werden auch Sie Teil der größten Community für Blumen und Pflanzen in Deutschland. Setzen Sie gemeinsam mit uns Ihre Bedürfnisse und Leistungen in Szene – innovativ, aktivierend, spannend und informativ.



www.1000gutegruende.de



DehneTopfpflanzen

**Ihr starker Partner
für Tagesgeschäft
und Vertragsanbau
in Premium-Qualität.**



www.dehne.de