

Marktblatt

Frühling 2025

Blumengroßmarkt Karlsruhe



Portrait I:
**Der Deutsche Meister
der Floristen**

Portrait II:
Wo die Musik spielt

Produkte:
**Zwiebelblüher, Gemüse,
blühende Zweige**





In folgendem Kommentar fordert Felix Trauth, Vorstandsvorsitzender der den Blumengroßmarkt Karlsruhe tragenden Genossenschaft, dass die einzelnen Sparten der Grünen Branche näher zusammenrücken müssen. Dieser Aufruf zur Gemeinsamkeit basiert auf der genossenschaftlichen Idee, die sich auch in einem nicht gewinnorientierten, sozialen Unternehmertum äußert. Die Generalversammlung der Vereinten Nationen hat 2025 zum „Internationalen Jahr der Genossenschaften“ ausgerufen, zugleich feiert die Karlsruher BGM-Genossenschaft in diesem Jahr das 60. Jubiläum. Gute Gründe, in den kommenden Marktblatt-Ausgaben das Thema Genossenschaften und ihre Bedeutung für die Grüne Branche einmal zu durchleuchten.

Näher zusammenrücken

Von Felix Trauth

Wer ehrlich mit sich und anderen ist, der dürfte unterschreiben: Das vergangene Jahr hat die Umsatzhoffnungen der Grünen Branche in so manchen Bereichen nicht erfüllt. Bezogen auf die Topfpflanzenproduktion des regional orientierten Gartenbaus ist in so manchem Fall ein Umsatzrückgang registriert worden, berichtet wird von bis zu zehn Prozent Minus. Die Entwicklung dürfte sich auch in diesem Jahr weiter fortsetzen. Angesichts der vielfältigen Krisen wird wohl die Konsumstimmung kaum aufhellen, in den Gärtnereien werden die Produktionsmengen sicher nicht stark nach oben gefahren.

Es gibt zahlreiche Gründe für diese Entwicklung. Nach Aussagen von Ökonomen haben die Deutschen die unfassbare Summe von etwa 30 Billionen Euro auf der hohen Kante – und doch steigt angesichts der vielen Unsicherheiten die Sparquote. Bezogen auf unsere Branche können die Umsätze eigentlich nur sinken, da weiterhin viele Blumengeschäfte mangels Nachfrage schließen. Von den Läden, die weitergeführt werden, beschränken sich immer mehr auf Schnittblumen. Auch für die neu entstandenen „Werkstattfloristen“ spielt das Pflanzensegment zumeist eine untergeordnete Rolle.

Das ist aus meiner Sicht tragisch, denn ohne Zwang verzichtet der Blumenfacheinzelhandel auf ein ganz wichtiges Segment. Es ist ja auch nicht so, dass das Verbraucherinteresse am Thema Garten oder an prachtvoll gepflanzten Balkonen gesunken wäre. Genau das Gegenteil ist der Fall – und zu den Zierpflanzen gesellen sich auch neue

Bereiche, etwa Genusspflanzen. Wenn aber diese Segmente immer stärker hauptsächlich von Systemhändlern angeboten werden, dann werden die Konsumenten mittelfristig auch ihre Schnittblumen dort kaufen.

Für die Gartenbaubetriebe kommt hinzu, dass es an langfristigen Perspektiven fehlt. Wer einen in die Jahre gekommenen Betrieb modernisieren will, der muss für seine Investitionen in Jahrzehnten denken. Aber wie soll das gehen, wenn schon das „Übermorgen“ nicht planbar ist.

Ein weiteres Problem, dass schon seit gefühlten Jahrzehnten Bauchschmerzen bereitet: Blumen und Pflanzen haben keine schlagfertige Lobby. Die Grüne Branche findet zu wenig Gehör – in der Öffentlichkeit, den Medien, bei politischen Entscheidungsträgern. Alle finden Blumen und Pflanzen „schön“, wertvoll“, gerne ist von einem Kulturgut die Rede. Aber kaum einer nimmt die wahr, die sich um Produktion, Verkauf, ästhetische Gestaltung kümmern.

Die Branche selbst ist kleinteilig, es gibt zu wenig Austausch, jeder kocht sein eigenes Süppchen, es gibt keine übergeordneten Aktivitäten zur Popularisierung unserer Produkte. Daher muss der Wunsch, kann die Forderung nur lauten: Wir müssen näher zusammenrücken, uns intensiver austauschen – dann haben wir auch eine Zukunft. Denn trotz aller Fährnisse gilt weiterhin: Wir handeln mit den schönsten Produkten der Welt.

Unser Titelbild zeigt: Josef Dirr gestaltet mit vielen, vielen Blumen. Auf der Deutschen Meisterschaft der Floristen wurde auch die Weltlage (Foto links) thematisiert.

Oftmals werden sie als „Background-Stiele“ bezeichnet, doch blühende Gehölze können besonders im Frühjahr im Strauß oder Gesteck besondere Akzente setzen und sind für viele Floristen unverzichtbar.

Frühlingsboten kombiniert mit blühenden Zweigen

Auf dem Blumengroßmarkt werden die Gehölzstiele bei dekorativen Exemplaren etwa Magnolien oft als Einzelstiele angeboten. Bei Obstgehölzen wie Kirsche, Apfel & Co. steht Bundware zur Mitnahme bereit. Eine kleine Auswahl an Möglichkeiten:

OBSTGEHÖLZE wie Apfel (*Malus*), Kirsche und Pflaume (*Prunus*) oder Birne (*Pyrus*) gehören alle zu den Rosengewächsen (*Rosaceae*) und bieten dem Kunden im Frühjahr mit ihren weißen bis leuchtend rosafarbenen Blüten-„wolken“ eine malerische Pracht. Mit teils auch gefüllten Blüten und den klaren Blütenfarben zeigt sich ein deutlicher Kontrast zu den grau bis graubraun und braunen Zweigen, die oftmals langrissige Schuppen-

borke ausbilden. Je nach Art und Sorte fallen die Blüten unterschiedlich aus. Der Apfel blüht meist rosa-rot bis weiß. Die Kirsche zeigt weiße Blüten an langen Stielen, die Pflaume feine, weiße Blüten. Die Birne blüht ebenfalls weiß. Ob Strauch oder Baum oder als Sonderformen - Obstgehölze bevorzugen sonnige, warme und windgeschützte Standorte und lieben humose, nährstoffreiche Böden mit einer guten Wasserversorgung.



Foto: Blumenbüro Holland

MAGNOLIE (*Magnolia*): Besonders die pink-weiße Tulpen-Magnolie ist ein gefragtes Gehölz für dekorative Frühlingswerkstücke. Magnolien wachsen als Baum oder Strauch und zählen zu den ältesten Blütenpflanzen der Erde. Je nach Art und Sorte wachsen sie breit aufrecht oder sehr ausladend und bilden lichte, lockere verzweigte Kronen. Aufgrund ihres langsamen Wachstums und den locker und teils bizarren Zweigformen sind sie in der Floristik sehr beliebt und haben als Einzelstiele ihren Preis. Interessant ist ihre Rinde, die meist hellgrau bis braun ist und an den einjährigen Trieben sichtbare, helle Lentizellen (kleine, runde oder längliche Ausstülpungen) zeigen. Neben kleinen bis großen, weiß über weiß-pink und pink bis gelbe Blüten sind die Laubblätter groß, verkehrt-eiförmig bis breit-oval, spielen aber in der Floristik keine Rolle. Magnolien haben ein empfindliches Wurzelwerk und bevorzugen humus- und nährstoffreiche, sehr lockere Erde mit möglichst gleichmäßiger Feuchtigkeit. Bei anhaltender Trockenheit bekommen sie schnell gelbe Blätter und stellen das Wachstum ein. Der Standort sollte möglichst sonnig und wegen der frühen Blüte etwas geschützt sein.



Foto: Anastasia Benko



Tipps für den Kunden:

- » Mit scharfem Messer oder Schere sollten die Enden der Stiele drei bis fünf Zentimeter zurückgeschnitten werden.
- » Keine Blätter, Seitentriebe oder Früchte dürfen im Wasser stehen.
- » Gefäße und Vasen müssen sauber sein. Das Wasser sollte regelmäßig erneuert werden.
- » Das Werkstück mit Gehölzzweigen verträgt keine direkte Sonne oder Zugluft.
- » Blüten- und Beerenzweige sind 7 bis 21 Tage lang attraktiv.

SCHNEEBALL UND FLIEDER (*Viburnum* und *Syringa*) sind als Schnitzzweige nicht mehr aus dem Bundware-Sortiment wegzudenken. Beide Gehölze verzaubern den Kunden mit wunderbarem Duft und kleinen, zarten Blüten. Die wiederum stehen in üppigen Blütenständen, teils kugelig oder in großen Rispen, und bieten im Werkstück sehr viel Volumen. Die Farbpalette reicht von Weiß, Rosa, Violett, Dunkelblau bis hin zu Blauviolett. Beim Schneeball zeigen einige Arten darüber hinaus eine attraktive Herbstfärbung mit leuchtendroten, weichen Beeren. Laubblätter sollten zu jeder Jahreszeit von den Stielen entfernt werden.

Therese Backhaus-Cysyk

Einer der vier Horticulture Trends für 2025 (präsentiert vom Blumenbüro Holland) lautet:

Unique Utopia.

Strauße werden dazu üppig, farbenfroh und fantasievoll mit ungewöhnlichen Blumenkombinationen gefüllt. Hierzu passen im Frühjahr beispielsweise Papageientulpen in Kombination mit dekorativen Gehölzzweigen. Zu einem Trend wie diesem gehört auch eine Hingucker-Farbpalette, erklären die Trendexperten: „Die Basis ist zwar immer noch recht neutral in Brauntönen gehalten, aber ansonsten geht es ziemlich wild zu. Wir sehen warme, tiefe Farben wie Aubergine, Violett und Rot, die sich mit helleren Tönen wie Gelb, Pink und Türkis abwechseln. Natürlich wird auch Grün seinen Platz haben. Auch die Muster sind übergroß und fantasievoll. Es überrascht nicht, dass luxuriöse Materialien wie farbiges Glas, glasierte Keramik, Voile und Samt neben gedämpften Hölzern, Papier und Pappe eine große Rolle spielen.“

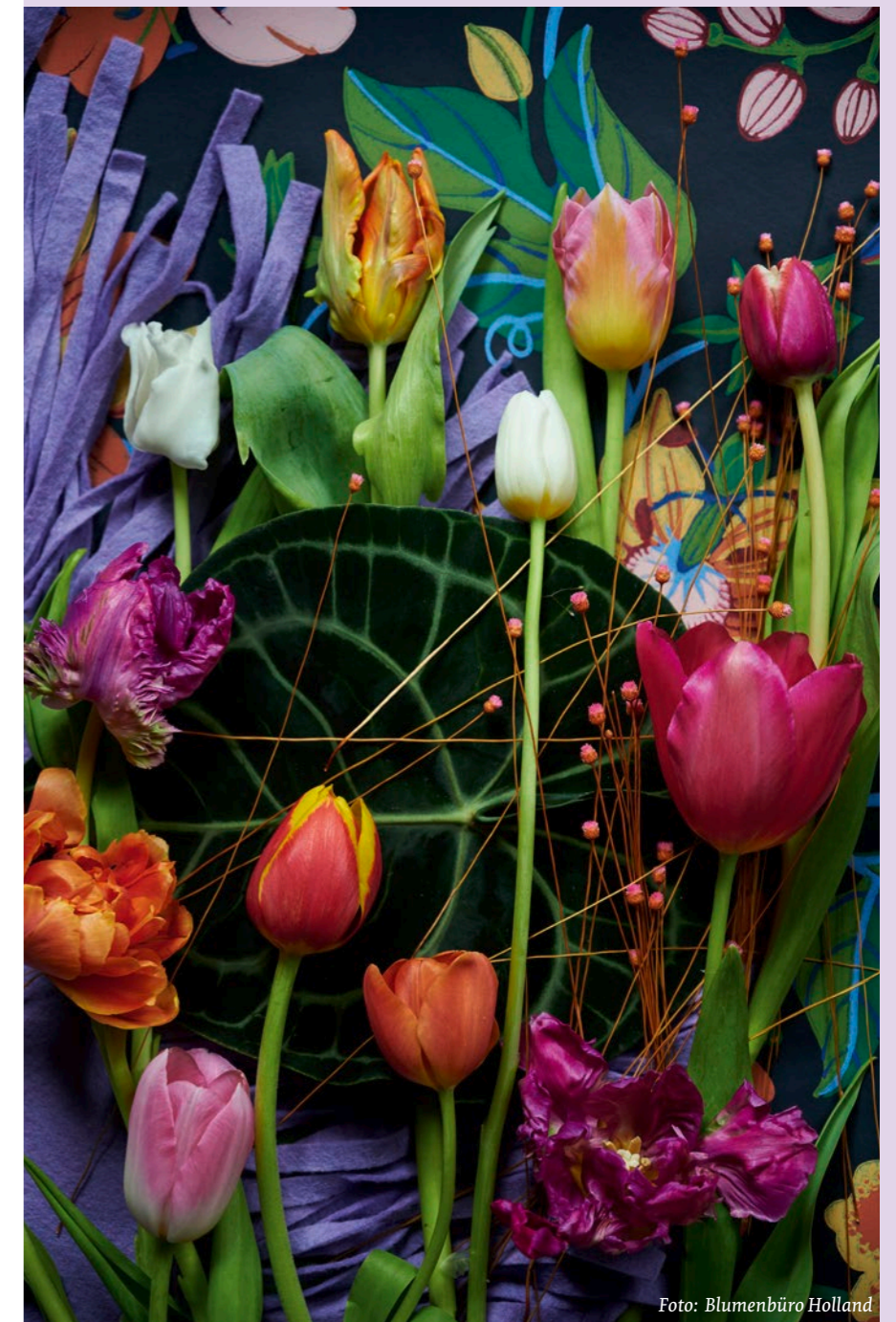


Foto: Blumenbüro Holland



Qualitätsmerkmale ansprechen

SCHON IM VERGANGENEN JAHR musste an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass aufgrund der schlechten Blumenzwiebel-Ernte in den Niederlanden die deutschen Produzenten nicht in allen Fällen die gewünschten Mengen, Größen und Sorten erhalten konnten. Es war von einer „historisch schlechten Ernte“ die Rede. Mit Blick auf die diesjährige Saison hat sich die Situation noch einmal verschärft.

Schon im Sommer 2024 wurden die deutschen Produzenten von ihren Blumenzwiebel-Lieferanten darauf hingewiesen, dass die Angebotsverkleinerung noch größer sein würde als in der Saison zuvor. Auf den niederländischen „Tulip Trade Events“ – dort treffen sich jeweils im März die wichtigsten Lieferanten und Fachbesucher aus aller Welt – war von einer geringeren Erntemenge von bis zu 25 Prozent die Rede.

DER GRUND FÜR DIESE SITUATION war das schlechte Wetter, der viele Regen. Von Oktober 2023 bis in den Sommer 2024 hat es in Mitteleuropa so ausgiebig geregnet wie nie zuvor seit Beginn der Wetteraufzeichnungen. Im Oktober 2023 wurden aber die Blumenzwiebeln gepflanzt, die im Herbst 2024 an die Erzeuger geliefert und in diesem Frühjahr in den Blumenläden verkauft werden. Das ganze erste Halbjahr 2024 war bekanntlich mit Ausnahme des Frühjahrs durch die Witterungsverhält-

nisse geprägt, insbesondere die Beet- und Balkonsaison mit dem Hauptumsatzmonat Mai fiel sprichwörtlich ins Wasser.

BEI EINER ANGEBOTSVKLEINERUNG von rund einem Viertel kam es im vergangenen Herbst also für die deutschen Erzeuger darauf an, bei den Blumenzwiebeln möglichst die gewünschten Mengen, Sorten und Größen zu erhalten. Da die Nachfrage größer war als das Angebot spielte natürlich ein vertrauensvoller und möglichst langjähriger Kontakt zu den niederländischen Lieferanten eine Rolle. Diese gewachsenen Geschäftsbeziehungen sind bei den meisten der die Blumengroßmärkte beliefernden Erzeuger, in der Regel Familienbetriebe, gegeben.

Allerdings gehört es auch zum betriebswirtschaftlichen „Einmaleins“, dass eine kleinere Angebotsmenge bei gleichbleibender Nachfrage Auswirkungen auf den Preis hat. Hinzu kommt, dass die Kosten (etwa

Transport und Lagerung) für die niederländischen Blumenzwiebelhändler ebenfalls gestiegen sind. Schon im vergangenen Jahr gab es daher moderate Preiserhöhungen, die auch für dieses Jahr nicht ausgeschlossen wurden.

FÜR DEN BLUMENFACHEINZELHANDEL, die Hauptkundengruppe der Blumengroßmärkte, geht es aber nicht nur um den Preis – die Qualität ist entscheidend. Die deutschen Erzeuger versuchen immer, die besten Zwiebel-Qualitäten zu erhalten, möglichst „12er plus“. Das garantiert dickere Stiele, was dann wiederum Auswirkungen auf die Haltbarkeit hat.

Der Systemhandel pflegt andere Präferenzen. Je dicker die Stiele, desto höher das Gewicht – also auch höhere Transportkosten. Da diese eine zunehmend größere Rolle spielen, haben die Tulpen (und andere Frühlingsblüher) im LEH vergleichsweise dünnere Stiele. Diesen Qualitätsunterschied



Die Fotos zeigen: Frühlingsblüher im Topf kommen auf dem BGM Karlsruhe dann in die Vermarktung, wenn sie etwas, aber nicht zu viel aufgeblüht sind.

sollte der Blumenfacheinzelhandel noch intensiver als in der Vergangenheit gegenüber den Verbrauchern kommunizieren.

ZUR QUALITÄTSFRAGE, die eindeutig zu Gunsten des Blumenfacheinzelhandels ausfällt, gehören noch andere Aspekte. Die Erzeuger der Blumengroßmärkte bringen ihre Produkte knackfrisch in die Vermarktung: heute geschnitten, morgen im Blumengeschäft! Ähnliches gilt ebenfalls für die Topfanbieter von Frühlingsblühern – die bekanntlich typische Produkte für Impulskäufe sind. Daher sollten Tulpen & Co. schon etwas Farbe zeigen aber noch nicht weit aufgeblüht sein. Diese Qualitätsmerkmal leisten die regionalen Anbieter, sie bringen das auf den Markt, was genau das richtige Wachstumsstadium hat.

DER SYSTEMHANDEL kann das nicht leisten. Neben den Farben und Preisen werden auch die Lieferwochen schon lange vor dem Verkauf festgelegt. Die Produzenten müssen sich daran halten, egal wie die Wachstumsbedingungen sind. Hinzu kommt, dass das Blumen- und Pflanzenangebot im LEH gleich hinter dem Eingangsbereich präsentiert wird, es soll für die Konsumenten ja Frische symbolisieren. In den Eingangsbereichen ist es aber in der Regel sehr windig und oft kalt, wahrlich nicht ideal für Frühlingsblüher.

Es bietet sich also an, die Qualitätsvorteile der eigenen Produkte weiterzugeben, etwa durch Auszeichnung, im Verkaufsgespräch und ebenfalls in der Social-Media-Kommu-

nikation. Bedenken sollte man: Den Konsumenten sind diese Qualitätsunterschiede nicht bewusst, für sie ist Tulpe gleich Tulpe. Die Verbraucher sind es aber gewohnt, für bessere Qualitäten auch höhere Preise bezahlen zu müssen, sie akzeptieren diese Regel ohne Murren.

Bleibt die Frage: Welche Farben und welche Sorten werden in diesem Jahr das Rennen machen. Auf den „Tulip Trade Events“ wurden mit Blick auf den internationalen Markt ein Softpink und auch Weiß genannt. In Europa hätten klare Farben wie Rot und Weiß einen hohen Stellenwert. Deutsche Kunden würden vermehrt auf Orange setzen. Fragt man bei deutschen Produzenten der Blumengroßmärkte nach, wird die Präferenz Orange bestätigt – neben der Farbe Lila, die schon in den vergangenen Jahren gut lief.

REGIONAL ORIENTIERTE TULPEN-ERZEUGER haben nicht selten über die Saison gesehen 100 und mehr Sorten/Farben im Programm. Auch diese Vielfalt ist ein Unterschied zum Systemhandel. Papageientulpen, gefüllte oder gefranste Sorten und bei Topfpflanzen Wildtulpen werden weiterhin eine Domäne des Blumenfacheinzelhandels bleiben. Gewachsene Tradition prägen die Nachfrage. Rot war zu Weihnachten und wird zum Valentinstag präferiert, Gelb bleibt die typische Osterfarbe, bunte Mischungen sind vor allem in den ersten Wochen des Jahres beliebt, wenn die Natur vor der Tür noch nicht erwacht ist.

Sparen – ohne Qualitätsabstriche

Die Sparmaßnahmen vieler Verbraucher beim Kauf von Lebensmitteln gingen zu Lasten von Markenartikeln und zu Gunsten der Eigenmarken. Die LEH-Ketten haben darauf reagiert und das Angebot von Eigenmarken massiv erhöht und beworben. Das hat auch etwas mit einem Umdenken der Konsumenten zu tun. Wurden die „No name“ Produkte einst als qualitativ minderwertig angesehen, gelten sie heute den Markenartikeln als gleichwertig. Es hat also keine Abstriche an den Qualitätsansprüchen gegeben, sondern der gesunde Menschenverstand hat gesiegt. Zumal lange bekannt ist, dass nicht selten die Produzenten von Markenartikeln und Eigenmarken identisch sind.



Überall in Deutschland wird in der Grünen Branche das Sterben der Blumenfachgeschäfte beklagt, überall wird nach neuen Konzepten gefahndet. Bei der Suche sind wir auf die Ortsgemeinde Kuhardt gestoßen. Einem „Flecken“ in der Südpfalz, in dem man eigentlich keine Lösungsansätze der Branchenprobleme vermutet. Und doch ist es so,
- das Blumenhaus Götz zeigt, warum.

Die Musik spielt auf dem Land



*Sprichwörtlich und real:
Ein Herz für und aus Blumen.*



*Die Musik spielt auf dem Land,
bei Iris Heid und Rainer Götz.*



Feinkostartikel gibt es schon seit 20 Jahren.



*Klaus Götz präsentiert seine Möbel auch im
Geschäft seiner Geschwister.*



Breites Pflanzenangebot: Vom BGM Karlsruhe und aus der Eigenproduktion.



*Genusspflanzen
bilden einen Angebotsschwerpunkt.*

Personalmangel, vielfach ungeklärte Nachfrage im aktuellen Generationswechsel, explodierende Ladenmieten in den Großstädten und Sterben des Einzelhandels in ländlichen Regionen, Kostenexplosion in allen möglichen Bereichen aber keine adäquaten Preissteigerungen bei Blumen und Pflanzen – ohne Zweifel, der Blumen-einzelhandels erlebt schwierige Zeiten. Hinzu kommt, dass die Floristen Schritt für Schritt ihre Meinungsführerschaft in Gestaltungsfragen an selbsternannte Floral-Designer der verschiedenen Internet-Kanäle abgeben müssen. Die Frage ist also schon berechtigt: Wird es die Floristik-Fachgeschäfte in der bekannten Form in 20 Jahren noch geben?

Ja, lautet die Antwort, denn trotz aller von außen aufgebürdeten Schwierigkeiten lebt die Branche, Blumengeschäfte sind nach wie vor Teil des Straßenbilds. Wer viel Kontakt in die Branche pflegt, wird überraschenderweise feststellen: Es sind vor allem Geschäfte in ländlichen Regionen, die auf

einer soliden Basis stehen. Ein gutes Beispiel ist das Blumenhaus Götz in Kuhardt, geleitet von Rainer Götz und seiner Schwester Iris Heid.

Die Firma basiert auf einer für die Branche klassischen Unternehmenshistorie, die ständige Anpassung an die sich verändernden Bedingungen erforderte. Gegründet wurde das Unternehmen 1963 als kleine Gärtnerei vom Vater und Großvater des jetzigen Unternehmerschwisterpaars. Produziert wurde in den Anfängen vor allem Gemüse. Der Betrieb vergrößerte sich später auf 10.000 Quadratmeter, Folienhäuser wurden errichtet und Zierpflanzen ins Produktportfolio aufgenommen. Schon in den 1970ern begann auch die Vermarktung über den BGM Karlsruhe.

Rainer Götz und sein Bruder Klaus (der später in die Möbeltischlerei umsiedelte) wurden zu Gärtner ausgebildet, Schwester Iris zur Floristin. Rainer Götz trat 1987, seine Schwester 1992 in den Betrieb ein. Ein

Teil der gärtnerischen Produktion wurde 2015 aufgegeben, parallel dazu der Endverkauf erweitert, Rainer Götz wurde Inhaber. Heute stehen dem Unternehmen rund 2000 Quadratmeter inklusive Verkaufsgewächshaus und Outdoor-Bereich zur Verfügung. Insgesamt 13 Arbeitskräfte, viele in Teilzeit, werden beschäftigt, darunter drei gelernte Floristinnen. „Alle im Team haben ein kreatives Händchen“, freut sich Iris Heid.

Um die Größenordnung des Unternehmens richtig einordnen zu können, muss man einen Blick auf die Ortsgemeinde Kuhardt (Teil der Verbandsgemeinde Rülzheim und des Landkreises Germersheim) werfen. Das katholisch geprägte Kuhardt, in der Region bekannt für die Rosskastanienallee der Hauptstraße, hat noch nicht einmal 2000 Einwohner. Allerdings durchkreuzen zwei Landstraßen den Ort, die Bundesstraße 9 ist schnell erreicht, die Verkehrsanbindung also gegeben. Der Ort liegt im Dreieck zwischen Speyer, Landau und Karlsruhe, das nahe gelegene Kloster Hördt sorgte für die

erste schriftliche Erwähnung im Jahr 1103.

Also ein Ort mit einer langen Historie, der aber an den Veränderungen der Gegenwart teilhat. „Eine Apotheke, ein Bäcker, eine Tankstelle“, zählt Iris Heid den verbliebenen Einzelhandel auf. Einen Supermarkt gibt es nicht, zum Lebensmitteleinkauf muss man in einen zwei Kilometer entfernten Nachbarort fahren. Wie kann in diesem Umfeld ein großes Unternehmen wie das Blumenhaus Götz existieren?

Die Antwort von Rainer Götz: „Qualität und fachlich versiertes Fachpersonal“. Das ist bestimmt zutreffend, doch liegt es sicher auch an dem breiten Produktportfolio, dass das Blumenhaus Götz in der ganzen Region einen besonderen Ruf hat. Angeboten werden neben Blumen und Zier- sowie Zimmerpflanzen auch Obst und Gemüse, Gemüsejungpflanzen aus eigener Produktion, italienische Kräuter vom Großmarkt in Karlsruhe, Eier und Nudeln, Essig und Öle in Feinkostqualität oder auch regio-

nale Obstbrände mit eigenem Label. Dazu Wohnaccessoires, Terracotta und sogar handgearbeitete Möbel aus der Manufaktur von Klaus Götz.

Das Blumenhaus Götz ist mit diesem breiten Angebot so etwas wie ein „Markt-Platz“ für nützliche und vor allem schöne Dinge, die man sich selbst oder anderen gönnen möchte. Ein „Kauf-Haus“ im ursprünglichen Sinne, eine Kombination aus Floristik-Fachgeschäft, Gartencenter, Feinkostgeschäft und einem Concept-Store für den Wohnbereich. Hinzu kommen saisonale Schwerpunkte, die aus der gärtnerischen Historie erwachsen sind. Man hört durchaus gärtnerischen Stolz in der Stimme von Rainer Götz, wenn er von „veredelten Gemüsepflanzen, von 70 Sorten Tomaten, darunter viele historische Sorten“ spricht.

Die Kombination so vieler Produktsegmente hat im Fall des Blumenhauses Götz viele Vorteile. Es kommen ganz unterschiedliche Kundengruppen. Käufer eines floristischen

Werkstücks nehmen auch einen besonderen Balsamico mit, Kunden für Beet- und Balkonpflanzen wollen dann auch mal historische Tomaten testen, Käufer von Wohnaccessoires packen bei der Gelegenheit auch gleich Gemüse, Eier, Nudeln und ein feines Olivenöl fürs Abendessen ein. So funktionierte früher „Tante Emma“. So funktioniert es auch heute, denn hinübergerettet in unsere Tage wurden Atmosphäre, Emotionen, persönliche Begegnung und Beratung von Menschen, die wissen, wovon sie reden. Bewahrt wurde das Gute aus der alten Zeit, kombiniert mit Produkten, die zum Lebensstil des 21. Jahrhundert passen.

Das Blumenhaus Götz ist sicher kein Zufallsprodukt, die Zusammenstellung des Portfolios ist konzeptionell gut überlegt und basiert auf Erfahrung – den Feinkostbereich gibt es schon seit über 20 Jahren. Ein Geschäftskonzept, das nicht oberflächlich trendy sein will, sondern bodenständig ist, den Kunden und ihren Wünschen zugewandt. Entscheidend dabei ist, dass die His-



Outdoor-Präsentation auf einer Gartenmesse.



torie, die Identität bewahrt wurde, es geht im Wesentlichen um Blumen und Pflanzen. Ein Satz des französischen Publizisten Jean Jaurés trifft die in Kuhardt umgesetzte Geschäftsidee: „Tradition heißt nicht, Asche zu bewahren, sondern eine Flamme am Brennen zu halten“.

Da die Eigenproduktion reduziert wurde, kauft Rainer Götz Blumen und Pflanzen hauptsächlich in Karlsruhe ein. „Zwei Mal wöchentlich, in der Saison aber fast täglich“ ist er auf dem Blumengroßmarkt. Nicht nur, weil er als ehemaliger Gärtner eine besondere Beziehung zu den Produzenten hat, bezieht er seine Pflanzen hauptsächlich von den Erzeugerbetrieben. Es geht ihm auch um die „regionale Qualität“ – die seine Kunden ebenfalls schätzen und wünschen. Seit rund zwei Jahren kauft man im Blumenhaus Götz Schnittblumen aber auch online. Vor allem aufgrund „des größeren Angebots“, wie Iris Heidt erläutert.

Das Geschäftskonzept des Blumenhauses Götz ist natürlich abhängig vom Standort in einer ländlichen Region. Allein aufgrund der Mieten wäre es in einer Großstadt kaum umsetzbar. Aber vielleicht ist das ja ein Hinweis darauf, dass die Zukunft der Blumen- und Pflanzenfachgeschäfte nicht wie so viele so lange glaubten in den Metropolen liegt, sondern auf dem Land. Ein Beispiel: In den Städten verzichten immer mehr Geschäfte nicht zuletzt aus Platzgründen auf ein ausgewogenes Pflanzenangebot – und beschränken sich damit in ihren Umsatzmöglichkeiten selbst. Iris Heidt und Rainer Götz müssen diesem Trend nicht folgen.

Das Beispiel aus Kuhardt zeigt: Viele der eingangs beschriebenen Probleme der Branche treffen das Blumenhaus Götz nicht, denn sie haben mit dem Standort zu tun. Vielleicht ist ja wirklich so, dass für die Branche die Musik immer deutlicher auf dem Land spielt.

Ziegel, Tabak, Schätze

Kuhardt wurde in seiner jüngeren Geschichte durch die Ziegelherstellung bekannt, die bis zum 2. Weltkrieg für viele Arbeitsplätze sorgte, die wiederum für den Zuzug protestantischer Arbeiter verantwortlich waren. Unter Zigarrenkennern war die Südpfalz auch als Tabakanbaugebiet bekannt. Weltruhm unter den Archäologen erlangte die Verbandsgemeinde Rülzheim im Jahr 2013, als ein Sondengänger einen Gold- und Silberschatz mit Gegenständen aus dem 5. Jahrhundert, der Zeit der Völkerwanderung, fand. Darunter war auch ein vergoldeter Klappstuhl aus römischen Beständen – das bisher einzige bekannte Exemplar.



Als Floral-Designer geerdet



Mit dem in Bayern geborenen Josef Dirr hat im vergangenen Jahr für Baden-Württemberg ein Floristik-Meister die Deutsche Meisterschaft der Floristen gewonnen, der sich durch ausgeprägte Wanderjahre einen enormen Erfahrungsschatz erarbeitet hat. Nachfolgend das kurze Portrait eines Titelträgers, der einen klarsichtigen Blick auf die Floristen-Branche hat.



So könnte auch die Präsentation in einem Blumenfachgeschäft aussehen, sie stammt aber von der Deutschen Meisterschaft der Floristen 2024.



Betrachtet man den (beruflichen) Lebensweg von Josef Dirr, so fällt sofort die breite Berufserfahrung auf. Dillingen, Günzburg, Berlin und Stuttgart waren Stationen seiner floristischen Wanderjahre – und in Stuttgart und Umgebung waren es zudem mehrere Arbeitgeber. Jede neue Arbeitsstelle hat natürlich seinen Erfahrungsschatz bereichert und im Gespräch wird schnell deutlich, dass der aktuelle Deutsche Meister der Floristen eine unromantische Sichtweise auf den Berufsstand der Floristen und dessen Perspektiven hat.

Ein gutes Beispiel dafür ist die Kundenorientiertheit seines Denkens. Es geht beispielsweise weniger darum, ob ihm persönlich etwa die reduzierte skandinavische oder als Gegensatz dazu die barocke französische Floristik nahesteht. Seine persönlichen Vorlieben nimmt Josef Dirr zurück, er blickt mit den Augen der Kunden. Für ihn hat Floristik eine wichtige regionale Komponente: „Floristik ist in Süddeutschland anders als in Norddeutschland, in der Innenstadt anders als in den Randgebieten“. So etwas sagt man nur, wenn man auch persönlich diese Unterschiede erfahren und die richtigen Schlüsse daraus gezogen

hat. Denn der Köder muss bekanntlich dem Fisch und nicht dem Angler schmecken.

Wenn Josef Dirr von persönlichen Vorlieben in der Floristik spricht, dann bezieht er sich auf Akteure, „die nicht so viel Non-Florales verarbeiten“. Wobei er zugleich pragmatisch denkt. Trockenmaterialien haben etwa ihre Berechtigung „als Teil von Lösungen, bei denen es nicht anders geht“. Und doch stehen Blumen, deren erste positive Erinnerungen aus dem elterlichen Garten seiner Kindheit stammen, im Zentrum. Möglicherweise ist dieses Primat der Blumen auch einer der Einflüsse von Franz Josef Wein, den er im Gespräch mehrfach erwähnt und bei dem er 2016/17 die Meisterschule absolvierte.

Den Blick der Kunden wird Josef Dirr sicher auch bei dem Stuttgarter Unternehmen Merz und Benzing inhaliert haben. Das Unternehmen mit Sitz in der Stuttgarter Markthalle offeriert ein Portfolio rund ums Wohnen, „von Bettwäsche bis Blumen“, wie Josef Dirr es umschreibt. Immerhin zehn Jahre hat er dort das Blumen-Angebot betreut und arbeitete mit zwei Kollegen zu-

Josef Dirr legt sein Augenmerk auf den Einsatz von Blumen, non-florale Elemente werden eher selten genutzt.



sammen, die ihm das Segment der Wohnausstattung nähergebracht haben. Seit 2023 arbeitet er bei Blumen Koch (Filderstadt), wo es ihm „sehr gut gefällt“.

Schon 2015 hat Josef Dirr an der Silbernen Rose in Baden-Württemberg teilgenommen. Er belegte hinter Sarah Hasenhüdl, der späteren Vizemeisterin der deutschen Floristen, den 2. Platz. Beim nächsten Anlauf war es dann der 1. Platz – was ihn zur deutschen Meisterschaft nach Berlin brachte, wo er den Titel gewann. Im Rückblick spricht er von „einer spannenden, intensiven Zeit“, zur Seite standen ihm als „Assistenten“ und Ratgeber Martina Gremer und Michael Liebrich.

Mit einigen Monaten Abstand stellt sich natürlich die Frage: Wird der Gewinn der Deutschen Meisterschaft der Floristen nachhaltige Auswirkungen auf seinen beruflichen Werdegang haben? Erste Einladungen kamen unmittelbar nach der Meisterschaft. Von Fleurop wurde er zur Teilnahme an einer „Produktentwicklung“ eingeladen, bei Redaktionsschluss dieser Ausgabe war ein

Auch in diesem Werkstück von Josef Dirr für die Deutsche Meisterschaft der Floristen 2024 ist die Menge der verarbeiteten Blumen bemerkenswert.



Auftritt auf der IPM im Gespräch, eine Messe für Auszubildende (Leipzig) hatte sich gemeldet und der BGM Köln lud Josef Dirr zur Jubiläumsausgabe des „Kölner Frühling“ (16. März) ein. Wie nachhaltig sich der Titelgewinn in den nächsten Jahren auswirken wird, ist nicht abzusehen. Sicher ist nur: Die Erfahrungen, die Josef Dirr im Zusammenhang mit der Veranstaltung gemacht hat, kann ihm keiner mehr nehmen – und den Titel Deutscher Meister der Floristen 2024 auch nicht.

Mit einem zwiespältigen Gefühl betrachtet Josef Dirr die Presseresonanz auf seinen Titelgewinn. Die floristische Fachpresse habe „schnell reagiert“ – was nicht verwunderlich ist, schließlich ging es um die wichtigste Veranstaltung der Floristen-Branche. Auch Zeitungen aus seiner bayerischen Heimat haben dem Ereignis entsprechend schnell berichtet. Die Reaktion der Presse in Baden-Württemberg nennt er hingegen „verheerend“. Er berichtet, dass eine Zeitung nach einem ausführlichen Gespräch mit ihm im ersten Absatz des dann veröffentlichten Beitrags über die Meis-

Oben Natur pur und unten Flaschen als Hinweis auf die Vermüllung der Meere durch Plastikelemente – die Floristen setzten sich auch auf den Deutschen Meisterschaften mit der Umweltproblematik auseinander.



terschaft berichtet hat, die dann folgenden Passagen sich aber ausschließlich um die Nachwuchsfrage drehten.

Die Frage muss gestellt werden: Liegt die dürftige Resonanz an der Presse, die der Floristik generell keinen Stellenwert einräumt? Oder liegt es an einer mangelnden Nachbereitung, durch die die Presse nicht ausreichend mit Material versorgt wurde? Wie auch immer, es handelt sich nicht um einen Zufall, dass die Resonanz so schwach war. Auch der Gewinn der Floristen-Weltmeisterschaft durch Nicolaus Peters (im Jahr 2023) ist von den Publikumsmedien kaum wahrgenommen worden.

Wie wird es nun beruflich weitergehen mit Josef Dirr, hat er konkrete Pläne? Dezidierte Planungen bestehen eher nicht, sein aktuelles Arbeitsumfeld macht ihn sehr zufrieden. Und die Selbstständigkeit, will er nicht auf Basis seines enormen Erfahrungsschatzes und seiner ausgeprägten Kundenorientierung diesen Schritt wagen? Josef Dirr hält diese Entscheidung für „schwierig“, allein schon, weil „bei den Standorten, die mir gefallen würden, die Mieten zu hoch sind“.

Er glaubt zudem, dass sich als selbstständiger Geschäftsinhaber „das Arbeitspensum so erhöht, dass es allein kaum zu bewältigen ist“. Solch ein Schritt sei „zu zweit besser zu realisieren als allein“, ist er überzeugt. Doch dann müssten auch alle Faktoren stimmen: ein ähnlicher Geschmack, die Grundideen der Geschäftsführung, die Aspekte der Empathie. „Es gibt nicht so viele, die ähnlich ticken wie ich“.

Nicht nur die Werkstücke der Deutschen Meisterschaft der Floristen zeigen, dass Josef Dirr ein fantasievoller Gestalter ist, bei dem die Blumen und nicht non-florale Elemente an erster Stelle stehen. Wie jeder kreative Mensch hat er sicher auch eine Ader dafür, sich selbst zu verwirklichen. Doch im beruflichen Alltag steht dies anscheinend nicht im Vordergrund – die Zufriedenheit der Kunden ist das wichtigste Kriterium. In diesem Sinne ist Josef Dirr als Floral-Designer geerdet. Und genau solche Führungspersönlichkeiten tun der Floristen-Branche in schwierigen Zeiten gut.

Naschfrüchte – was lohnt sich zu präsentieren



Lycopersicon lycopersicum 'Verino F1', Foto: Blu Blumen

Tomaten

Egal ob die Tomaten im Kleingewächshaus, an der Hauswand oder im Freien wachsen. Sie sollen bis zur Ernte gesund bleiben. Le Jardin Gourmand – der Genießer Garten von Züchter Graines Voltz – Voltz Horticulture (F-Colmar) – beinhaltet eine große Bandbreite speziell für den Hobbygärtner gezüchteter Tomatensorten, ausgesucht wegen des guten Geschmacks und geprüfter Kraut- und Braunfäule Resistenz. Das bunte Sortiment umfasst mittlerweile 11 resistente und 10 tolerante Sorten von der Kirsch- bis zur Fleischtomate. Zu den ersten resistenten Tomaten in diesem Programm zählen sehr bekannte Sorten wie die Kirschtomate 'Rubylicious F1' oder die Salattomate 'Oh Happy Day F1', die beide auf der Schweizer Fachmesse ÖGA mit dem Neuheiten Award ausgezeichnet wurden. Neu für 2025 ist die resistente Cocktailtomate 'Black Moon F1'. Sie ist eine wirklich früh reifende Sorte mit einem intensiven süßlich-fruchtigen Geschmack. Die beliebteste Gartentomate wiegt 80 Gramm und diesen Platz kann jetzt die resistente 'Magic Fire F1' besetzen, erklärt Graines Voltz. Leuchtend rote Früchte mit einem richtig tomatigen Geschmack. Für alle Liebhaber großer Früchte kommt jetzt die resistente 'Burleque F1' ins Programm. Eine starke Pflanze, die viele Früchte mit 300 g im Garten hervorbringt.

Gemüsepflanzen im Blumenfachgeschäft: – was lohnt sich zu präsentieren

Gut schmeckendes Naschgemüse ist für alle Hobbygärtnern wichtig. Der Sommer soll eine reiche Ernte im eigenen Garten bringen. Die Gemüsepflanzen müssen möglichst pflegeleicht aber auch auf Balkon und im Kübel wachsen. Ein Blick ins Sortiment der Züchter lohnt sich, um dem Kunden moderne, möglichst resistente Pflanzen anzubieten.

Die nach Angaben von Nebelung (Everswinkel) perfekte Kirschtomate kommt im Sperli-Programm in diesem Jahr als Cherry-Tomate der Sorte 'Consuelo' auf den Markt. Sie kann von Juli bis Oktober geerntet werden und entwickelt leuchtend rot, knackig und angenehm süße Früchte. Doch die Sorte kann nach Züchterangaben noch viel mehr: Mit bis zu 30 Früchten von 25 bis 30 g pro Rispe ist sie außergewöhnlich ertragreich. Nicht nur als Snack-Tomate sondern auch in Salaten, Saucen und anderen Gerichten kommt ihre Süße zur Geltung. Noch dazu ist die Sorte sehr wüchsig, robust und resistent gegen gängige Krankheiten wie Kraut- und Braunfäule. Das macht sie ideal für den Anbau im Freiland.

TIPP FÜR DEN KUNDEN: Die Pflanzen sollten gestützt werden und das Ausbrechen der Seitentriebe fördert das Fruchtwachstum.

Bewährt sind bei Nebelung die veredelten Pflanzen, die sich durch hohe Resistenzen und Toleranzen, höhere Erträge und hervorragenden Geschmack auszeichnen. Im Kiepenkerl-Sortiment sind die veredelten Pflanzen am Etikett zu erkennen. „Das PoS haben wir für dieses Jahr aufgefrischt und erklärt dem Endkunden was genau Veredelt ist. Oft ist dies bei den Käufern nicht ganz nachvollziehbar warum gerade diese Pflanzen etwas mehr kosten“, erklärt Nebelung und weist auch auf Tomatensorten im Programm, die extra für kleine Flächen gezüchtet wurden. Hier können Blumenfachgeschäfte im Kundengespräch mit einer einfachen Handhabung (kein Ausgeizen/Ausbrechen der Seitentriebe) punkten. Diese Sorten, sowohl im 12 cm-Topf als auch im 19 cm-Topf, sind beispielsweise auch sehr gut als Geschenk geeignet.

Lycopersicon lycopersicum 'Verino F1' von Blu Blumen (Langenberg) zählt zu den kleinsten Tomaten der Welt. Erst die leuchtend roten Früchte sind reif und schmecken besonders lecker. Bis zum Herbst bildet die Pflanze laufend neue und schmackhafte Früchte. Die Naschtomate fühlt sich im Zimmer, auf dem Tisch oder auf dem Fensterbrett genauso wohl wie an einem sonnigen Platz draußen auf der Terrasse und wächst 30 bis 50 cm hoch. Die Früchte werden



Cocktailtomate 'Black Moon F1', Foto: Voltz Horticulture

zwischendurch geerntet und gleich verspeist. Naschtomaten eignen sich zudem hervorragend für bunte Salate. **KUNDENTIPP:** Die Naschtomate sollte etwa einmal die Woche mit flüssigen Nährstoffen versorgt werden und ist gleichmäßig feucht zu halten.

Naschgemüse aus dem Blu Blumen-Sortiment lassen sich alle im Blumenfachgeschäft verkaufen. Auch wer nicht so viel Präsentationsfläche zur Verfügung hat. Dabei sei es ratsam, sich etwa auf fünf bis acht Sorten zu beschränken und diese nach Thema zu präsentieren, rät Blu Blumen. „Dazu kann sich auch jedes Fachgeschäft eigene Themen ausdenken und mit ein paar Sorten bestücken.“

INTERESSANTER TIPP: Auf lokale, regionale Themen eingehen wie besondere Veranstaltungen in der Stadt beispielsweise zum Schützenfest die „Anti-Kater-Kräuter“ oder „Lippstädter-Gourmet-Kräuter“, „Gute Laune-Kräuter“ oder ähnliches. Ab diesem Jahr bietet Blu Blumen zudem ein „Rezept der Woche“ an. Fachgeschäfte können sich dazu Rezepte ausdrucken, erhalten ein Hinweis-Poster und stellen dazu passende Kräutersorten aus.



Cocktailtomate 'Magic Fire', Foto: Voltz Horticulture



'Mandala Purpur'



'Mandala Gold'



'Mandala Tricolor'
Fotos: Volmary



Foto: Volmary

Kräuter:

Fruchtige Aromen und Blattschmuck

Kräuter spielen nach wie vor eine wichtige Rolle im Genusspflanzen-Angebot. In der großen Angebotspalette stellt Volmary (Münster) drei neue duftende Sorten mit fruchtigen Aromen in seinem Thymian Summerdreams-Sortiment vor:

- » 'Summerdreams Orange': Ein attraktiver grau-grüner Orangen-Thymian mit starkem Duft. Perfekt für die Bepflanzung mit trockenheitstoleranten Duftteppichen.
- » 'Summerdreams Rose': Duftender Rosen-Thymian mit robusten, leicht behaarten Blättern. Eine aufregende neue Duftkomponente im Summerdreams-Duftteppich.
- » 'Summerdreams Spicy': Besonders scharfer Chili-Thymian, der besondere Würze in den Kräutersommer bringt.

Diese Thymian Serie bietet eine Vielfalt an Sorten, die nicht nur durch ihre Aromen, sondern auch durch ihre Robustheit und Attraktivität für Bestäuber-Insekten überzeugen.

Buntblattsalbei Mandala: Salbei muss nicht nur grün sein. Die neue Blattschmuck-Salbei Serie Mandala von Volmary bringt Farbe und Duft in den Garten. Ein besonderes Highlight ist der silberblättrige Salbei 'Mandala Silver', der mit seinem intensiven Marzipansalbei-Duft verzaubert. Dieser lässt sich kombinieren mit attraktiven Partnern der Serie wie 'Mandala Gold', 'Mandala Purpur' und 'Mandala Tricolor'.

Therese Backhaus-Cysyk



Der Hallenmeister vom
Blumengroßmarkt Karlsruhe –
ohne Ihn läuft nichts sauber!

Ein herzliches Dankeschön, Herr Maris – für Ihre unermüdliche Arbeit und dafür, dass Sie uns zeigen, wie wichtig die kleineren, aber ebenso großen Dinge sind! Täglich sorgt er dafür, dass der Blumengroßmarkt nicht nur blüht, sondern auch blitzsauber bleibt.

Ihre regionalen Blumengroßmärkte



IMPRESSUM

Herausgeber:
Blumengroßmarkt Karlsruhe e. G.
Am Großmarkt 10, 76137 Karlsruhe
Grafik: zink und vipotnik, Karlsruhe,
Redaktion: Martin und Marcel A. Hein, Hamburg

Bildnachweise:
S. 1-2, 11-13 Fleurop, Annalena, Dirr;
S. 5 AdobeStock; S. 6-7 grundrausch.com;
S. 8-10 Blumenhaus Götz; S. 16 Werkfoto

