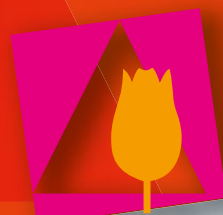


Marktblatt

Herbst 2025

Blumengroßmarkt Karlsruhe



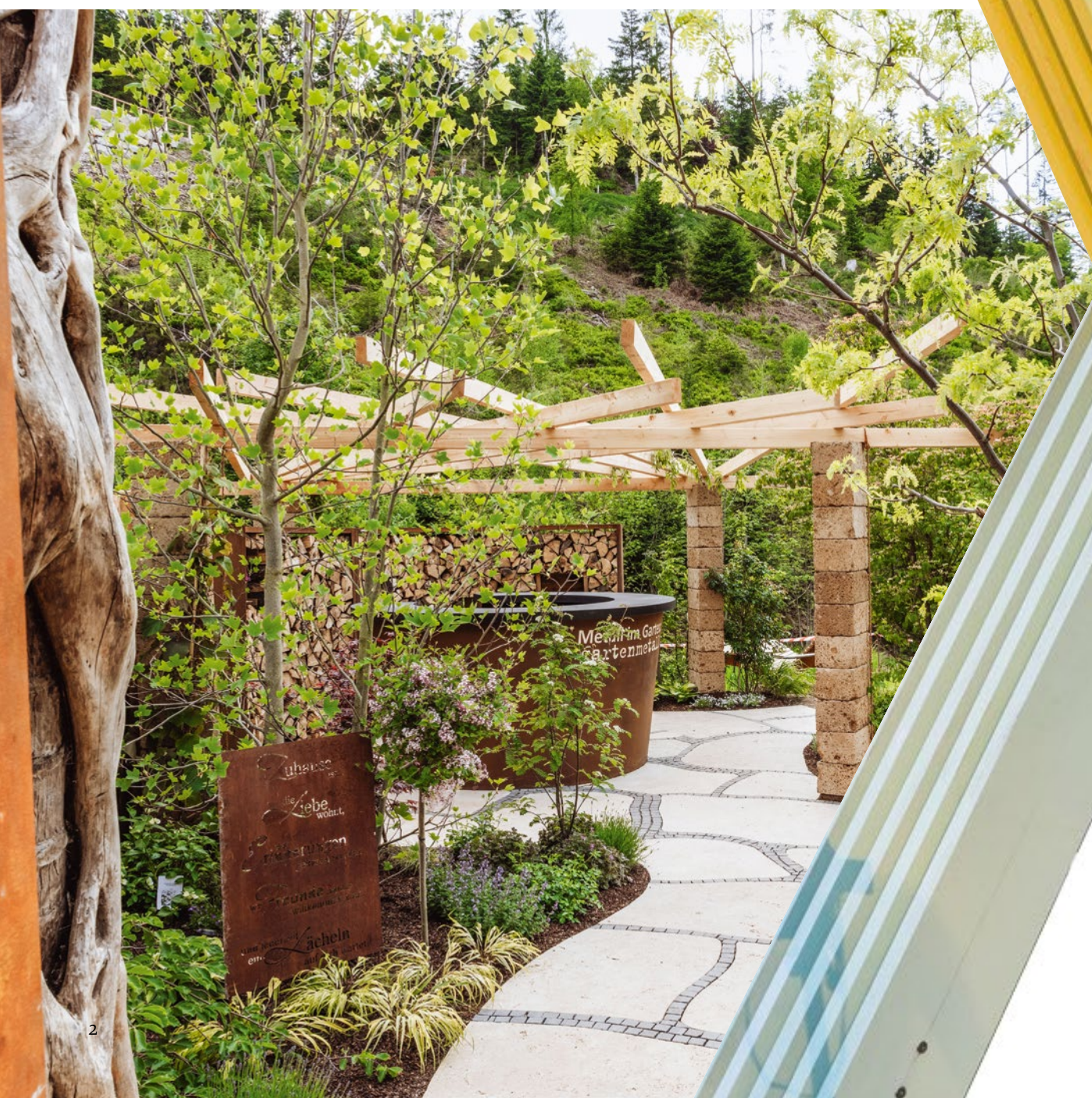
Gregor Lersch
in der Pfalz

Andreas Weiss
im BGM-Vorstand

Herbstfloristik
im Fokus



Herbstbörse
28. September
7 bis 12 Uhr



Hingehen

DER 27. SEPTEMBER: Ein Datum, dass man sich vormerken sollte. Denn dann geht es bei der Landesmeisterschaft der Floristen Baden-Württembergs darum, wer unser Bundesland auf der nächsten Deutschen Meisterschaft der Floristen vertreten wird. Austragungsort ist das „Tal X“, das acht Kilometer lange Tal zwischen Freudenstadt und Baiersbronn, dem Gelände der diesjährigen Landesgartenschau (LaGa).

Die Auswahl des Veranstaltungsortes garantiert, dass die Landesmeisterschaft der Floristen auch von zahlreichen LaGa-Besuchern wahrgenommen wird. Doch zu wünschen ist es, dass ebenfalls eine große Anzahl von Fachbesuchern am 27. September den vom FDF-Baden-Württemberg organisierten Floristik-Wettbewerb besucht. Viel Fachpublikum wäre dann auch eine Anerkennung für die Teilnehmer und die damit verbundenen Betriebe, die mit viel Engagement und großem Zeitaufwand dafür sorgen, dass die Floristik zu diesem Anlass von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird.

Vier Arbeiten müssen die Wettbewerbsteilnehmer gestalten. Natürlich einen Strauß, die klassische Ausdrucksform der Floristen-Branche. Ausgefallener ist die Arbeit unter dem Titel „Come Together“. Es geht um die florale Umsetzung einer „Tischdekoration“ für ein Picknick unter Berücksichtigung regionaler Tischkultur. Sicher eine anspruchsvolle Aufgabe! Gestaltet werden ebenfalls eine Outdoor-Pflanzarbeit und eine Hommage an den Schwarzwald.

Die Landesmeisterschaft ergänzt die Floristik-Präsentationen auf der LaGa, die der FDF-Landesverband unter der Leitung von Frank Tichlers erarbeitet hat. Um die Aufmerksamkeit der Branche verstärkt auf die Landesmeisterschaft zu lenken, waren Josef Dirr und Michael Liebrich, beide Deutsche Meister der Floristen, im Vorwege da unterwegs, wo die Floristen-Branche anzutreffen ist: Auf den Blumengroßmärkten.

Wir sind Spitze

Sicher nicht ganz ohne Stolz hat der FDF-Landesverband Baden-Württemberg einmal aufgelistet, wer die Landesmeisterschaft in der Vergangenheit gewonnen hat und was daraus wurde. Belegt wird dadurch: Die Floristik aus Baden-Württemberg ist im bundesweiten Vergleich Spitze! Der letzte Landesmeister war **JOSEF DIRR** – er wurde 2024 Deutscher Meister. 2018 wurde **MICHAEL LIEBRICH** Deutscher Meister, 2016 konnte **SARAH HASENHÜNDL** die Vize-Meisterschaft erreichen. 2014 wurde **MARCEL SCHULZ** Deutscher Meister, 2012 wurde **STEFAN GÖTTLE** Landesmeister und später Vize-Meister auf Bundesebene. 2010 holte sich **THOMAS GRÖHBÜHL** den Titel des Landesmeisters und später den des Bundesmeisters. 2006 wurde **NADINE WECKHARDT** Landesmeisterin, dann Deutsche Meisterin und 2007 Europa-Meisterin. 1994 stand **ANNETTE KAMPING** ganz oben auf dem Treppchen der Landesmeisterschaft. Sie wurde dann Bundesmeisterin und 1995 Zweitplatzierte auf der Europa-Meisterschaft.

Er hat wie kaum ein anderer die europäische Floristik geprägt, zahlreiche Gestaltungsinnovationen gehen auf ihn zurück, mehr als 25 Bücher hat er weltweit publiziert, in über 60 Ländern war er tätig, die Mitarbeit in seinem Fachgeschäft galt unter Floristen als Ritterschlag. Nun ist Gregor Lersch endlich einmal wieder auf einer deutschen Bühne zu erleben.



Die beiden Veranstalterinnen Jasmin Centner und Kirsten Faber

Gregor Lersch live

Es ist eine Veranstaltungsidee von bundesweiter Relevanz und eine der ganz seltenen Gelegenheiten, in Deutschland einen „Jahrhundertfloristen“ erleben zu dürfen. Gregor Lersch wird am 19. und 20. Oktober im Hofgut Heidesheim in Obrigheim (Nähe Mannheim), wie er sagt „im tiefgründigen Kulturraum Pfalz“, zu einer Floristikpräsentation und, am zweiten Tag, zu einem Seminar erwartet. Der international angesehenste und einflussreichste Floral-Gestalter aus Deutschland ist wie schon seit Jahrzehnten auch heute noch auf den Floristik-Bühnen in aller Welt präsent. In seinem Heimatland hat er sich aber eher rar gemacht. Die Veranstaltung unter dem Motto „Florales aus Profession und Kultur“ ist also eine seltene Gelegenheit, den Floral-Gestalter zu erleben.

Veranstaltungsort ist das Hofgut Heidesheim in Obrigheim. Ein Landgut mit einer über 200jährigen Geschichte, das nach umfangreicher Restaurierung seit 2019 als Event-Location genutzt wird. Entstanden ist ein ebenso edles wie romantisches Ambiente, wie geschaffen für Floral-Gestaltungen von höchstem Anspruch. Das kulinarische Umfeld entspricht diesem Niveau. Die Getränke kommen vom Weingut Kolb aus Kirchheim an der Weinstraße, das Catering hat Holger Jacobs, einst Küchendirektor von Johann Lafer, Stromburg, übernommen.



Versprochen wird Floristik „mit viel handwerklichem Anspruch“.

Gabi und Gregor Lersch stehen gemeinsam auf der Bühne.



Das Floral-Event ist eine Initiative aus der Branche für die Branche. Veranstalterinnen sind Jasmin Centner (Meisterschülerin von Ursula Wegener) und Kirsten Faber, beide haben vor genau einem Vierteljahrhundert bei Gregor Lersch in Bad Neuenahr gearbeitet. Nach unterschiedlichen Berufswegen führen sie seit vier Jahren gemeinsam den „Werkraum für Blumengestaltung“ (Ladengeschäft, Eventlocation, Seminarraum) in Weisenheim am Berg.

Einem breiteren Publikum wurde Jasmin Centner durch ihre TV-Präsenz bekannt, zunächst über die WDR-Sendung „Daheim und unterwegs“, später und bis heute bei der beliebten SWR-Service-Sendung „Kaffee oder Tee“. Ihre Kollegin Kirsten Faber bezeichnet Gregor Lersch unter anderem als „erfahrene Floristin, die moderne und tradierte Sujets bedient und immer nahe am floristikliebenden Publikum“ ist.

Jasmin Centner und Kirsten Faber werden auch selbst auf der Bühne stehen und ihre Interpretationen zu zeitgemäßer Herbstfloristik präsentieren. So werden „in diesem Gemeinschaftsprojekt automatisch Schnittstellen entstehen, die die Präsentation zusätzlich spannend werden lassen“, meint Jasmin Centner.

Für beide Veranstalterinnen ist der Floral-Event mit Gregor Lersch eine Herzensangelegenheit, eine Hommage an eine charismatische Persönlichkeit. Gregor Lersch selbst verspricht für das Floral-Event in der Pfalz „eine Floristik ohne Übertreibungen und Überhöhen zur Kunst, jedoch mit viel handwerklichem Anspruch“. Er möchte „sehenswerte neue Tendenzen in der Floristik darstellen und benennen“, er spricht von „Displacements“, also von Verschiebungen mit „vielen spannenden Asymmetrien“ und vom „Linking“, von Verbindungen, der Veranschaulichung von Zusammenhängen.

Es ist sicher nicht notwendig, in einer Fachpublikation näher auf Gregor Lersch und seine Bedeutung für die Floristik einzugehen. Erwähnen sollte man aber schon, dass das Ehepaar Lersch neben der Etablierung innovativer Gestaltungsideen auch unendlich vielen Floristinnen und Floristen den Weg geebnet hat. Vor 25 Jahren, als Jasmin Centner und Kirsten Faber in Bad Neuenahr

beschäftigt waren, bestand das Lersch-Team aus über einem Dutzend junger Talente, darunter heutige Top-Gestalter wie Britta Ohlrogge, Steffen Teuscher oder Daniel Santamaria.

Jasmin Centner möchte mit dem Event im Hofgut Heidesheim „unser Fachpublikum und auch Blumenliebhaber aus der Kunst- und Kulturszene zusammenbringen“. Diesen werden, so Gregor Lersch, Gestaltungen „nur aus Pflanzlichem“ nähergebracht, „Bouquet goes Interieur“, erfindet er ein Schlagwort für die Veranstaltung, ausgelotet werden mit Blick auf Sträuße die „Chancen für die Erneuerung einer der Ursprungsfiguren des Floristischen in vielen Kulturen“ der Welt.

Die Floristik-Präsentation am **19. 10. 2025** ist auf 150 Gäste begrenzt, das Seminar am Folgetag auf 60 Teilnehmer. **Karten können über die Web-Site www.jasmin-centner.de erworben werden.**



Gregor Lersch ist am 19. Oktober im Hofgut Heidesheim zu erleben.



Früchte und Beeren in der Herbstfloristik



Im Herbst bekommen Früchte und Beeren in der Floristik eine ganz besondere Aufmerksamkeit. Ob im Strauß, Gesteck oder Kranz - mit ihrem farbenprächtigen Aussehen verhelfen diese Zweige zu einem besonderen, langanhaltenden Auftritt. Dabei bieten Stauden oder Gehölze eine breite Auswahl, die von Hagebutten, Sanddorn und Eberesche bis hin zu Efeubeeren und Johanniskraut reicht. Beeren und Früchte können so die Blüten kurze Zeit auf Platz Zwei verdrängen, ohne die Natürlichkeit des Werkstückes zu mindern.

Eine Auswahl an Früchten und Beeren:

BROMBEEREN stammen aus der umfangreichen Pflanzengattung *Rubus*, die weltweit stark verbreitet ist und zur Familie der *Rosaceae* gehört. Die Sammelsteinfrüchte reifen von Mitte Juli bis in den Oktober, sind aber nicht nur mit ihren blauschwarzen Früchten von Interesse. Auch Zweige mit grünen oder roten Früchten lassen sich sehr gut in der Floristik verwenden. Da es sich um Spreizklimmer (Kletterpflanze) handelt, können die Zweige nicht nur in kurzgebundenen Straußen sondern auch in großen raumfüllenden Gestecken in entsprechender Länge verwendet werden.

Bei **HAGEBUTTEN** handelt es sich um Früchte verschiedenster Rosenarten, die je nach Rosenart auch verschieden in der Form sein können und entsprechend in verschiedenen Zweiglängen erhältlich sind. Einige Hagebutten reifen bereits im September aus, das große Angebot am Markt liegt im Oktober und November und umfasst orangefarbene bis rote Sammelnussfrüchte. Floristen legen lange Hagebuttenzweige vielfach zu einem Kranz zusammen und binden darin einen Strauß mit Blüten und weiteren Beeren und Früchten.

Orangefarben bis orange-gelb sind auch die dicht an den Zweigen sitzenden Früchte des **SANDDORNS** (*Hippophae*), der zur Familie der Ölweidengewächse (*Elaeagnaceae*) zählt. Von August bis Dezember sind die beerenartigen Scheinfrüchte, die eigentlich keine typischen Beeren sind, weil sie fest an den Trieben hängen, als Schmuck verwendbar.

Anders dagegen bei der **EBERESCHE** (*Sorbus aucuparia*), die zwar auch orangefarbene Früchte bildet, die aber in dichten „Büscheln“ am Zweig sitzen. Die sogenannten Apfelfrüchte haben noch Kelchzipfel und lassen sich ab September in der Floristik einsetzen.

Ganz dunkel wird es bei den Beeren von **EFEU** (*Hedera helix*), die nach der Blütezeit (September/Oktober) blauschwarz heranreifen. Es handelt sich hierbei um Steinfrüchte in dichten kugeligen Büscheln.

Dank vieler verschiedener Sorten bietet das bekannte **JOHANNISKRAUT** (*Hypericum*) mittlerweile verschiedenste glänzende Beerenstiele von Weiß und Creme, über Orange und Rot bis hin zu Grüntönen. Ab August werden die Stiele aus der Familie der *Hypericaceae* angeboten und sind nicht nur frisch sondern auch getrocknet ein beliebtes „Dekorationselement“.

Frisch oder getrocknet – das gilt auch für die **LAMPIONBLUME** (*Physalis alkekengi*). Die Stiele mit den von hellem Grün bis leuchtend Orange färbenden Früchten lassen sich direkt komplett in der floristischen Dekoration einsetzen, oder es werden die Einzelfrüchte geklebt, gedrahtet oder aufgefädelt. Den herbstlichen Dekoideen sind kaum Grenzen gesetzt.

ZIER-APFEL (*Malus*), sind klein oftmals rund und in den Farben, Gelb, Grün, Rot und Orange auf dem Blumengroßmarkt erhältlich. Auch die kleinen Äpfelchen werden an Zweigen vermarktet und dekoriert, oder lassen sich lose, einzeln auffädeln sowie auf Draht reihen. In Kombination mit Moos und Laub entstehen herbstliche Dekorationen.

Therese Backhaus-Cysyk





Seit einigen Monaten ist Andreas Weiss Vorstandsmitglied in der den Blumengroßmarkt Karlsruhe tragenden Genossenschaft. Seine Mitwirkung kann man als Zeichen dafür werten, dass der Generationenwechsel auf dem BGM Karlsruhe Schritt für Schritt vollzogen wird. Doch für was steht Andreas Weiss, wie sieht er die Zukunft der Grünen Branche und des BGM, was sind die Herausforderungen für die BGM-Kunden? Nachfolgendes Interview gibt Antworten auf einige drängende Fragen.

Regionalität ein Qualitätsaspekt



Andreas Weiss ist Teil des Generationswechsels auf dem BGM Karlsruhe

MARKTBLATT (MB): Herr Weiss, landauf, landab wird bemängelt, dass junge Menschen nicht bereit sind, Ehrenämter zu übernehmen. Was hat Sie dazu bewogen, sich als BGM-Vorstandsmitglied zur Verfügung zu stellen?

ANDREAS WEISS (AW): Man kann nicht nur jammern oder kritisieren, wenn man etwas voranbringen will, muss man auch selbst Verantwortung übernehmen. Mein Engagement soll im besten Fall auch andere bewegen, sich zu engagieren.

MB: Sie sind Jahrgang 1998 und gehören zur sogenannten Generation X. Die wird häufig als wenig engagiert beschrieben, manchmal sogar der Faulheit bezichtigt. Wie sehen Sie die Generation?

AW: Mein Eindruck ist: Es gibt viele Vorurteile. Wobei es sicherlich richtig ist, dass sich die Arbeitseinstellung gegenüber der Elterngeneration verändert hat. So etwas wie „Work-Life-Balance“ war früher unbekannt, heute ist ein gesunder Ausgleich von Arbeits- und Freizeit wichtig. Grundsätzlich faul ist die Generation X sicher nicht, sie geht aber flexibler mit der Arbeitswelt um.

MB: Bezogen auf Ihre Vorstandstätigkeit: Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für den BGM Karlsruhe?

AW: Eine komplette Aufzählung, würde den Rahmen dieses Interviews sprengen. Übergeordnet erscheint mir wichtig, dass der Generationswechsel vollzogen wird. Das gilt nicht nur für den BGM Karlsruhe, sondern für viele Branchen. Ich glaube, dass die Baby-Boomer schwer loslassen konnten und die junge Generation nicht frühzeitig genug in die Verantwortung genommen wurde. Bezogen auf die gesamte Gesellschaft hat das bremsend gewirkt.

MB: Damit sprechen Sie die Nachfolgefrage an, die bei Gärtnern wie bei Floristen gleichermaßen prekär ist. Die DIHK hat veröffentlicht, dass gegenwärtig 9600 Unternehmen, die Nachfolger suchen, nur 4000 Interessenten gegenüberstehen. Was will man da machen?

AW: Die Zahlen bestätigen doch nur meine Aussage, es ist vieles verdrängt worden. Dass es zu dem demographischen Wandel kommen wird, war doch schon vor 30 Jahren klar. Die Gesellschaft hat insgesamt zu spät reagiert, auch mit Blick auf die Rente und das Gesundheitswesen.



Betriebsgelände des Gartenbaubetriebes von Andreas Weiss, der erst vor wenigen Jahren einen weiteren Betrieb übernommen hat.

MB: Bei Floristen und speziell bei Gärtnern spielt die Arbeits- und Zeitbelastung in der Nachfolgefrage eine Rolle. Es sind halt keine Berufe mit Arbeitszeiten von 9:00 bis 5:00 Uhr.

AW: Stimmt, aber im Gegensatz zu früher ist doch durch die neuen Technologien auch vieles sehr viel einfacher geworden. Wir müssen nicht mehr im Büro am Festnetztelefon sitzen, um etwa für Auftragseingänge erreichbar sein. Wenn wir Leerlauf haben, können wir administrative Tätigkeiten einschieben, etwa Bestellungen aufgeben oder Rechnungen schreiben. Der Zeitaufwand für meinen Opa war in dieser Hinsicht sicher größer, als er es heute ist. Wir können unsere Zeit effektiver nutzen.

MB: Ist denn der Frühmarkt auf den Blumengroßmärkten noch zeitgemäß?

AW: Natürlich müssen wir immer darüber nachdenken, wie wir den Einkaufswünschen unserer Kunden gerecht werden. Das müssen diese ja auch bezogen auf ihre Kunden, den Endkonsumenten. Das Einkaufs- und Konsumverhalten ändert sich stetig. Auch wird der Blumeneinzelhandel immer spezialisierter, es gibt kaum noch Geschäfte die „alles zu jeder Zeit“ machen. Blumengroßmärkte bleiben aber ein Zukunftsmodell, weil Frische das wesentliche Qualitätsmerkmal in unserer Branche ist. Ohne lange Transportwege in oft weniger als 24 Stunden von der Gärtnerei ins Blumengeschäft - frischer geht es nicht.

MB: Während der Corona-Pandemie hat der Lebensmitteleinzelhandel gemerkt, dass Blumen und Pflanzen nicht nur als Frischesymbole wichtig sind, sondern dass sich damit auch Geld verdienen lässt. Rechnen Sie damit, dass der LEH bei Produkten der Grünen Branche draufsattelt?

AW: Wenn das so sein sollte, dann muss im LEH an der Produktpräsentation gearbeitet werden, etwa durch optisch attraktiv wirkende Blumenabteilungen. Wenn ich in der Taspo lese, dass Landgard den „konzeptionellen Blumenverkauf im LEH“ fördern will, dann geht das in diese Richtung. Was sicher ein Problem für den Blumenfachhandel sein könnte. Für diese Entwicklung spricht allerdings auch, dass viele Verbraucher ihre Produkte möglichst an einem Standort und bei möglichst langen Öffnungszeiten kaufen möchten. Andererseits gehen sie ins Fachgeschäft, wenn sie etwas Besonders kaufen möchten.

MB: Aber spielt nicht gegenwärtig der Preis wieder die entscheidende Rolle? Die Statistiker der AMI berichten, dass im Segment der Beet- und Balkonpflanzen 2024 der Durchschnittspreis im Fachhandel bei 2,91 Euro pro Pflanze lag, während im Systemhandel nur 1,95 bezahlt werden musste.

AW: Das mag sein, aber die Konsumenten sind ja nicht blöd. Sie sehen nicht nur den Preis, sie sehen auch die Qualität. Und für Qualität sind sie bereit, Geld zu bezahlen. Das gilt meiner Meinung nach insbesondere für jüngere Verbraucher, sie scheinen mit qualitätsaffiner zu sein als vorherige Generationen. Wobei der Begriff Qualität

breiter gefasst wird als früher, es geht dabei auch um Fragen, unter welchen Bedingungen Produkte hergestellt werden.

MB: Sie spielen damit auf den Begriff Nachhaltigkeit an. Ist aber eine nachhaltige Produktion den Konsumenten nicht nur dann wichtig, wenn diese sich Nachhaltigkeit auch leisten können?

AW: Nachhaltigkeit ist sicher in den vergangenen Jahren ein überstrapazierter Begriff gewesen. Aber ich glaube, dass sich dahinter eine wirkliche Konsumveränderung verbirgt – und zwar in vielen Ländern. Mülltrennung wurde vor 30 Jahren auch von vielen als undurchführbar angesehen, heute ist sie eine Selbstverständlichkeit. Und bezogen auf unsere Kunden, die Floristen: Es ist noch nicht lange her, da wurden viele Sträucher in Plastikfolien verpackt. Die sind heute weitgehend verschwunden. Bezogen auf unsere Produkte wird die Nachhaltigkeitsfrage parallel zum Aspekt der Frische an Bedeutung gewinnen. Daher kann ich nicht verstehen, warum der Blumenfacheinzelhandel nicht viel mehr mit der regionalen Herkunft der Blumen und Pflanzen wirbt. „Von hier“ ist doch ein eindeutiger Qualitätsaspekt, den die Massenanbieter aus dem Systemhandel so konsequent nicht für sich in Anspruch nehmen können. Obwohl der LEH darum bemüht ist, da wo es geht, Regionalität zu propagieren. Mir scheint, dass nicht wenige Supermärkte in dieser Hinsicht weiter als der Fachhandel sind.

MB: Berichtet wird aus Metropolen, dass es sich bei den Neugründungen im Blumen-einzelhandel oftmals um „Werkstätten“ handelt, die ohne Ladengeschäft Firmen- und Privatkunden bedienen. Gilt das auch im Einzugsgebiet des BGM Karlsruhe?

AW: Unser Einzugsgebiet ist stark ländlich geprägt, „Werkstätten“ aber ein eher großstädtisches Geschäftsmodell. Was ich aber bemerke, ist, dass Eventagenturen und Hochzeitsveranstalter, die früher den Blumen-Part und den damit zusammenhängenden Einkauf den Floristik-Geschäften überließen, nun selbst einkaufen. Und klar ist zudem: „Werkstätten“ kaufen nahezu ausschließlich Schnittblumen, das Pflanzenangebot regionaler Gärtnereien ist für sie eher weniger interessant.

Farben für die Seele



Die Stimmung bei vielen Mitmenschen ist gedrückt, vor allem die Unsicherheiten der weltpolitischen Lage schlagen auf das Gemüt. Das drückt sich auch in einer zurückhaltenden Konsumstimmung aus. Was aber hellt die Stimmungslage der Menschen mehr auf als die kräftigen und variationsreichen Farben der Herbstfloristik? Aus diesem Grunde an dieser Stelle als Inspirationsquelle eine Auswahl der außergewöhnlichen und praxisnahen Herbstkreationen, die Sarah Hasenhündl in den vergangenen Jahren im Auftrag des BGM Karlsruhe erarbeitet hat.



Branchenkenner sind sich einig:

Die Grüne Branche und darin speziell der Blumenfacheinzelhandel stehen mitten in einem Strukturwandel. Nachfolgend sind einige der wesentlichen Aspekte zusammengefasst, die für die Zukunft der Floristen- und auch der Gärtnerbranche entscheidend sind. Ergänzt um ein Plädoyer für mehr Zuversicht.

Kopf aus dem Sand

Einer der entscheidenden Zukunftsaspekte für den Blumenfacheinzelhandel wurde im Sommer von der Branchenzeitung Taspo veröffentlicht. Nach auf Informationen der Unternehmensdatenbank Listfix.de basierende Daten hat sich die Anzahl der stationären Blumengeschäfte von etwa 19.500 (2002) auf 10.600 (2023) quasi halbiert. Mit anderen Worten: Blumengeschäfte gehören heute nicht mehr so selbstverständlich zum Straßenbild wie noch vor 20 Jahren.

Generalisierend lässt sich sagen, dass die Umsätze des Gesamtmarktes mit Blumen und Pflanzen nach dem Corona-Boom wieder das Niveau der Vor-Corona-Zeit (2019) erreicht haben. Allerdings sind durch die Kostensteigerungen der vergangenen Jahre die Preise gestiegen. Die monetären Umsätze wurden also mit sinkenden Mengen erreicht.

Nicht nur das. Der schon seit Jahren anhaltende Trend, dass anteilmäßig immer mehr Blumen und Pflanzen über den Systemhandel verkauft werden, ist ungebrochen. Dass die Umsätze des Blumenfacheinzelhandels immer noch knapp die Hälfte des Gesamtumsatzes ausmachen, liegt an der floristischen Veredelung, die höhere Preise mit sich bringt. Mengenmäßig hat der Systemhandel den Blumenfachhandel, der vielfach im Geschenke-Segment seine Geschäfte macht, längst abgehängt.

Die Massenvermarkter wenden sich daher immer stärker dem Systemhandel zu. In der schon erwähnten Taspo war auf der Titelseite zu lesen (27-2025), dass sich etwa Landgard „dem konzeptionellen Blumenverkauf im LEH“ widmen möchte. Aus nachvollziehbaren Gründen. In LEH-Branchenmedien wird immer wieder darauf hingewiesen, dass der LEH in der Corona-Zeit gelernt hat: Mit Blumen und Pflanzen lässt sich nicht nur das Frischepotential dokumentieren, sondern auch Geld verdienen.

Durch die der Corona-Pandemie folgenden Inflationswelle ist das Preisbewusstsein der Verbraucher gestiegen. Die Inflation ist wieder auf das von Ökonomen gewünschte Niveau gesunken, die hohen Preise in vielen Produktbereichen sind geblieben. Und somit auch das gewachsene Preisbewusstsein der Konsumenten. Wer für ein Pfund Kaffee 50 Prozent und mehr bezahlen muss als noch vor wenigen Jahren, der spart an anderer Stelle. Blumen und Pflanzen (insbesondere die des Fachhandels) werden so immer mehr zum Luxusprodukt – sie sind schön, aber man braucht sie nicht.

Der stationäre Blumenfacheinzelhandel bekommt nicht nur immer stärkere Konkurrenz durch den Systemhandel, sondern auch aus der eigenen Branche heraus. Es werden immer mehr „Werkstätten“ gegründet, die ohne Ladengeschäft Firmen- und solvente Privatkunden bei vergleichsweise geringeren Kosten (etwa keine oder deutlich geringere Mieten) bedienen. Das für die Floristen lukrative und notwendige Firmengeschäft wandert also in andere Kanäle.

Schwierigkeiten auf Produzentenebene, die auch auf den Blumen-einzelhandel durchschlagen, gibt es ebenfalls durch den Klimawandel. Starkregen bis hin zu Unwettern auf der einen Seite,

Hitzeperioden und Trockenheit auf der anderen Seite – was früher Ausnahmen waren, ist heute Alltag. Die Verbraucher reagieren sensibel darauf und verzichten bei Extremwetterlagen auf Pflanzen- und Blumenkäufe.

Es gibt auch deutlich Veränderungen in einzelnen Produktparten. Zugelegt haben im vergangenen Jahr Stauden und auch grüne Zimmerpflanzen, blühende Zimmerpflanzen sinken hingegen schon seit Jahren in der Gunst der Verbraucher. Probleme aufgrund der Nässe in der Produktionsphase gab es bei Blumenzwiebeln. Auch andere Produktesegmente blieben aufgrund der geringeren abverkauften Mengen unter dem Niveau von 2023.

Schnittblumen machen weiterhin rund 35 Prozent des Gesamtmarktes aus. Das Marktsegment ist aber deutlich durch den Import geprägt, der wiederum musste sich mit hohen Transportkosten rumschlagen. Das Angebot klaffte daher im Laufe des Jahres stark auseinander. Gegenüber Monosträußen mit nur einer Blumenart sind Mischsträusse auf dem Vormarsch.

Beet- und Balkonpflanzen liegen weiterhin in etwa auf dem Niveau des Vorpandemiejahres 2019. Allerdings gibt es Verschiebungen hin zu pflegeleichten und hitzeverträglichen Arten, Klassiker verlieren schon seit Jahren an Bedeutung. Bei den Kräutern gingen insbesondere die Discounter in die Offensive, deutlich bemerkbar an immer mehr (Preis-) Aktionen.

Bei Produzentenbefragungen wurde schon 2024 deutlich, dass die die Blumengroßmärkte beliefernden Gartenbaubetriebe in ihrer Mengenplanung vorsichtig waren. Dieser Trend setzte sich in diesem Jahr weiter fort. Kontinuität zeigte ebenfalls die Tendenz im Blumeneinzelhandel, die Öffnungszeiten zu verringern beziehungsweise längere Betriebsferien einzulegen. So manches Blumenfachgeschäft schließt etwa zu Wochenbeginn ein oder zwei Tage. Ein Resultat dieser Entwicklung ist die Tatsache, dass Blumenautomaten (einer neuen Generation) plötzlich wieder en vogue sind.

Es ließe sich also sagen, dass das Wort „weniger“ die Gegenwart der Grünen Branche prägt. Weniger Blumeneinzelhandelsgeschäfte, weniger Gärtnereien, weniger Produktion, weniger Umsätze, weniger Fachpersonal, weniger Auszubildende, weniger Klimanormalität, weniger Öffnungszeiten, weniger Konsumlaune. Da kann man schon verstehen, dass Andrea Kirchhoff, Verbandsgeschäftsführerin des Blumen- Groß- und Importhandels (BGI), in einem Verbandsmagazin fragt: „Was aber tun, wenn das, was wir Krise nennen, der künftige Normalzustand ist“.

Sie verweist darauf, dass klassische Medien und Social-Media „Krisengefühle verstärken, weil dramatische Darstellungen mehr Likes und höhere Einschaltquoten erzielen als maßvolle Formulierungen“. Wobei die in der Romantik weiterhin verhafteten Deutschen sehr empfänglich sind für die dunklen Seiten des Lebens. Nicht zufällig hat sich neben dem Wort Kindergarten der ur-deutsche Begriff Weltschmerz, an dem schon der frühromantische Dichter Novalis (1772-1801) litt, in der englischen Sprache eingebürgert. Andrea Kirchhoff schreibt mit Blick auf internationale Experten: „Eine diffuse Furcht und das Leiden an der Welt sollen als typisch deutsche Eigenschaft auch negativen Einfluss auf die deutsche Wirtschaft haben“. Wenn der überlieferte Spruch von Ludwig Ehrhardt noch stimmt, dass Ökonomie zur Hälfte Psychologie ist – muss dann ein ganzes Volk therapiert werden?

Nach wie vor gilt aber, was Floristen schon vor Generationen beteuerten: „Wir arbeiten mit dem schönsten Produkt der Welt“. Richtig, Blumen waren wohl der erste Schmuck, den die Menschheit erfand, man darf bis heute ohne großes Risiko behaupten: Blumen mag jeder. Daher werden Blumen auch in Zukunft verkauft – es fragt sich nur, von wem?

Heute geht es nicht mehr um die eine oder andere gute oder schlechte Saison. Die Grüne Branche und darin insbesondere der Blumenfacheinzelhandel stecken in einer Strukturkrise. Krisen lassen sich aber nur bewältigen, wenn man den Kopf aus dem Sand zieht. Wer mit dem „schönsten Produkt der Welt“ arbeitet, der ist geradezu geschaffen dafür, Zuversicht zu verbreiten. Eine Optimismus-Offensive ist gefragt. In den Kundengesprächen – die nur der Blumen-einzelhandel, nicht der Systemhandel führt – sollte vermehrt gute Laune verbreitet werden. Der Soziologe Sergio Buarque de Holanda hat einmal über seine Landsleute gesagt: „Der Beitrag Brasiliens zur Zivilisation wird die Herzlichkeit sein“. Heute brauchen wir Floristinnen und Floristen, die sagen: „Der Beitrag der Grünen Branche zur Krisenbewältigung sollte die Zuversicht sein“.

Von uns für Sie – 100 % Kreativität



Ihr lokaler Blumenfachhandel

Aktuelle Plakate des Blumengroßmarktes in Frankfurt am Main:
Werbung speziell für den Blumenfachhandel.

Von uns für Sie – TOP-Handwerk



Ihr lokaler Blumenfachhandel



Foto: Blumenbüro Holland

Herbstliche Blütenpracht lädt ein, an sonnigen Spätsommertagen Balkon und Garten noch einmal ausgiebig zu genießen. Neben Solitärs und uniformen Bepflanzungen sind vor allem Pflanzenarrangements in Kombination mit Blattschmuck- und Blühpflanzen ein Hingucker. Im Blumengroßmarkt werden neben Klassikern bewährte Neuheiten angeboten, die den Abschied vom Sommer verschönern.

Herbstliche Highlights für Garten und Balkonien

Zu den Klassikern im Herbst zählt die **BESENHEIDE** (*Calluna vulgaris*), die ab August bis in den späten Winter aus vielen Bepflanzungen nicht mehr wegzudenken ist. Die Züchter haben in den vergangenen Jahrzehnten bei den Knospenblühern eine breite Farbskala von Weiß, Rosa-Rottönen bis hin zu dunklem Lila geschaffen, die zudem viele Farbnuancen beinhalten. Beim Laub werden alle Grüntöne bis zu Graugrün/Silber, sogar orangefarben oder gelbgrün oder fast schwarz erscheinende Blätter angeboten.

ALPENVEILCHEN (*Cyclamen*) sind vor allem dank vieler neuer pflegeleichter Sorten, die sich auch im Freien bewähren, in der Herbstbepflanzung unverzichtbar. Mit ihren leuchtenden Blüten lassen sie sich etwa mit Stacheldraht (*Calocephalus brownii*) und vielen anderen Blattschmuckstauden sehr gut kombinieren.

CHRYSANTHEMEN zählen seit jeher zu den Herbstblühern, die längst das Image der „Friedhofspflanze“ abgelegt haben. Kübelbepflanzungen mit „Garden Mums“ gefallen als Solitärs, kleine Herbstaster-Sorten lassen sich dank riesiger Farben- und Formenvielfalt sehr gut in Schalen, Kübeln und Kästen kombinieren.

Farbenvielfalt bringen winterharte **VIOLA**-Sorten (Stiefmütterchen und Hornveilchen), die zu den Klassikern zählen, und auch in den Herbst- und Wintermonaten unkompliziert für den Kunden zu pflegen sind.



Kleinblütige Gartenchrysantheme

Fotos: pflanzenfreude.de

Bei einem Ausflug in den Gemüsebereich lässt sich mit dem **ZIERKOHL** (*Brassica oleracea*) ein interessanter Herbstblüher „aufspüren“. Von Gelb oder Cremeweiß und Rosa, über Pink bis Violett hinzu Rot, sticht das Innere der bekannten Blattrosette hervor und bildet einen sehr schönen Kontrast zu den dunkel- bis blau-/violettgrünen Blättern.

Ein attraktives Erscheinungsbild kombiniert mit lang anhaltenden und späten Blüten sowie einer sehr robusten, pflegeleichten Kultur bieten **TOPFNELKEN** (*Dianthus*). Das Sortiment ist in den vergangenen Jahren stetig gewachsen und lässt sich sehr gut mit Stauden, Gräsern und Kräutern kombinieren.

Beim **PURPURGLÖCKCHEN** (*Heuchera*) scheint die Sortimentspalette unerschöpflich. Besonders jetzt im Herbst bekommen die unterschiedlichsten Blattformen und -farben besondere Aufmerksamkeit. Je nach Sorte setzten sie mit ihrem Laub und weniger mit ihren unscheinbaren Blüten Akzente. Wobei diese noch in diesen Monaten Insekten Nahrung bieten können. Von Goldgelb bis dunkelgrün, von grün-weiß panaschiert bis Weinrot reicht die Auswahl.



Helle Stiefmütterchen



Zierkohl und Gartenchrysanthemen

Auch Kräuter überraschen im Herbst noch einmal mit einem interessanten Auftritt. Besonders robuster Blattschmuck wie etwa bei vielen **SALBEI**-Arten (*Salvia officinalis*) bieten sich zur Kombination etwa mit Blattschmuck-Stauden wie *Heuchera*, Gräsern und robusten Sedum-Arten an.

Bereits zu den Klassikern zählt die **MÜHLENBECKIE** (*Muehlenbeckia axillaris*) bei der ihre filigranen, dunklen Triebe zuerst auffallen. Das zwergig wachsende Knöterichgewächs wächst teils kriechend, teils aufrecht und eignet sich somit sehr gut für Kästen und Kübel. Aus Duo- und Trio-Pflanzungen ist die robuste Mühlenbeckie im Herbstsortiment kaum mehr wegzudenken.
Therese Backhaus-Cysyk

Kunden-Tipp:

Weil die Pflanzen im Herbst nur noch wenig wachsen, sollten Kunden sie dichter pflanzen als im Frühjahr in der Beet- und Balkonzeit. Wichtig ist ein gutes Pflanzsubstrat, das luftdurchlässig ist. Überschüssiges Gießwasser sollte stets gut abfließen können, damit es nicht zur Staunässe kommt. Allerdings sollten kühlere Temperaturen und Regenschauern nicht davor abhalten, das Gießen komplett einzustellen. Wer Verblühtes regelmäßig ausschneidet, wodurch die Pflanzen zur Knospenbildung angeregt werden, wird lange Freude an seiner herbstlichen Bepflanzung haben.



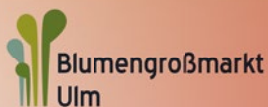
Purpurglöckchen



Frau Carina Szynalski
ist seit dem 20.03.2025 im Blumengroßmarkt Karlsruhe im Marktbüro tätig. Sie ist Ansprechpartner für Kunden und Anbieter gleichermaßen. Für organisatorische Fragen steht Frau Szynalski von 08:00 Uhr bis 13:00 Uhr zur Verfügung. Wir begrüßen Frau Szynalski als neues Team-Mitglied. Herzlich Willkommen!



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, 4-5 Lersch; S. 2-3 Ulrike Klumpp, Max Günther;
S. 6-7 Wagenhan, o.l. Grundrausch;
S. 8 Grundrausch; S. 10-11 bzg;
S. 12-13 Wagenhan; S. 16 Werkfoto