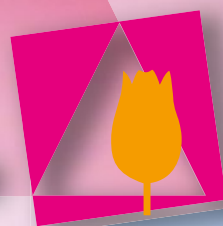


Marktblatt

Herbst 2026

Blumengroßmarkt Karlsruhe



Gestaltung:
Wieder Weltmeister

Analyse:
Branche im Wandel

Herbst:
Schnitt, Beeren, Früchte



Titelseite:
Katharina Eidt war für ihre Herbstfloristik wieder
auf den Spuren des „weißen Goldes“ und zu Gast bei
Keramikern des Westerwaldes.



Von Felix Glück

Verlässlicher Partner

Liebe Kundinnen, liebe Kunden,

Der Wandel in der Branche nimmt Fahrt auf. Weiterhin schließen – selbst gut gehende – Blumenfachgeschäfte, weiterhin werden Gartenbaubetriebe aufgegeben, nicht selten mangels Nachfolge. Die Verschiebung der Marktanteile weg vom Blumenfacheinzelhandel und hin zum Systemhandel ist ungebrochen. Jedes Floristikgeschäft, das aus dem Straßenbild verschwindet, lässt Blumen und Pflanzen in den Augen der Verbraucher immer deutlicher zu Supermarkt-Produkten werden. Die Personaldecke ist dünn, gut ausgebildetes Personal kaum bis gar nicht zu finden. Zugleich nimmt der Kostendruck zu, wirklich gute Lagen sind für neue Blumengeschäfte nicht mehr zu finanzieren. Die Preise können nicht adäquat erhöht werden, ohne das professionell gestaltete Blumenkreationen gänzlich zum Luxusprodukt werden.

Als ob das nicht reichen würde, beschäftigt sich der Fachverband Deutscher Floristen (FDF) auf Bundesebene mit sich selbst. Die FDF GmbH, der wirtschaftliche Arm des Bundesverbandes, ist in Insolvenz gegangen. Die Verbandsimmobilie in Gelsenkirchen steht zum Verkauf. In welche Richtung und mit wem die berufsständische Vertretung der Floristen-Branche zukünftig gehen wird, ist aktuell völlig ungewiss.

Ausführlicher als an dieser Stelle möglich, beschäftigt sich unsere Analyse auf den Seiten 14/15 mit der immer dramatischer werdenden Situation der Grünen Branche. Unser Blumengroßmarkt Karlsruhe bleibt von den Veränderungen nicht unberührt. Bekanntlich hat die Landgard eG den Vertrag für ihre Niederlassung auf dem Großmarktgelände gekündigt. Aufsichtsrat, Vorstand und Geschäftsführung, ja, die ganze den Blumengroßmarkt tragende Genossenschaft sind darum bemüht, aus den Veränderungen gestärkt hervorzugehen. Ziel ist es, als traditioneller Partner der Floristen-Branche einen Tagesmarkt weiterhin zu ermöglichen und möglichst ein Vollsortiment zu bieten. Unser neues

Shop-in-Shop-System im Segment der Bedarfs- und Dekorationsartikel geht in diese richtige Richtung, das breite und hochkarätige Angebot zu Advent und Weihnachten wird das belegen.

Der Blumengroßmarkt Karlsruhe versteht sich seit jeher als Partner des Blumenfacheinzelhandels. Dies bleibt auch jetzt, in stürmischen Zeiten für die Branche, so. Die Blumenfacheinzelhändler, ob nun in Floristik-Geschäften, auf Wochenmärkten, in Gartencentern oder in Werkstätten, brauchen verlässliche Partner, damit in der eh komplizierten Situation nicht auch noch der Einkauf immer schwieriger wird. Der Blumengroßmarkt Karlsruhe möchte zu diesen verlässlichen Partnern gehören!

Wir glauben an den Blumenfacheinzelhandel, daran, dass Blumen und Pflanzen mehr sein können als standardisierte Supermarkt-Ware. Wir glauben daran, dass die Gestaltung in der Neudefinition der Branche eine wesentliche Rolle spielen wird. Wird sind sicher, dass die Grundlagen dafür gegeben sind – die Beispiele auf den Seiten vier und fünf sowie zehn bis dreizehn zeigen etwas von dem hohen gestalterischen Niveau, über das wir uns freuen dürfen.



Blick auf die Kojen von Anja Ersing bei Singapore Garden Festival.

Wir sind wieder Weltmeister



Es ist eigentlich unglaublich und zugleich höchst erfreulich. Während viele Floristik-Fachgeschäfte unter wirtschaftlichem Druck ächzen, feiern deutsche Floral-Gestalter die größten internationalen Erfolge. 2023 siegte der Berliner Nicolaus Peters bei der Interflora-Weltmeisterschaft in England. Nun gewann im Juli die deutsche Meisterfloristin Anja Ersing (Ludwigsburg) beim „Floral Windows to the World Championship“ auf dem Singapore Garden Festival den Titel des Grand Champion 2026 - auf einem Top-Event, der seit 2024 ebenfalls als Floristik-Weltmeisterschaft firmiert.

Schon vor der Titulierung als Weltmeisterschaft galt der alle zwei Jahre auf dem Singapore Garden Festival organisierte Wettbewerb als eine der angesehensten Floristik-Veranstaltungen weltweit. Organisiert mit Staatsgeldern schlägt die Schottin Alison Bradley einem Gremium aus dem asiatischen Stadtstaat mögliche Teilnehmer:innen vor. Auswahlkriterien sind unter anderem Kreativität, Erfahrung und Erfolge bei Großveranstaltungen. Die Berufung zur Teilnahme gilt in der internationalen Fachwelt als große Ehre.

All die genannten und unerwähnten Voraussetzungen brachte Anja Ersing mit: 2002 Floristik-Landesmeisterin in Baden-Württemberg, Drittplatzierte auf der Deutschen Meisterschaft ebenfalls 2002, erfolgreich bei Event- und Showroom-Ausstattungen

sowie Referentin unzähliger Fachdemonstrationen und Workshops. Anja Ersing hat mit ihrer Zusage „keine Minute gezögert“, obwohl die Investitionen und der Zeitaufwand jeden bisher gekannten Rahmen sprengten. Die Meisterfloristin, die auch lange nach ihrem internationalen Erfolg diesen „noch gar nicht realisiert“ hatte, spricht von einem „persönlichen Traum“, der schon durch die Berufung zur Teilnahme in Erfüllung ging.

Siebzehn Teilnehmer:innen gingen im Juli an den Start, insgesamt wurden jeweils sechs Werkstücke präsentiert. Die ersten drei Arbeiten konnten vorbereitet werden, wobei Maße und Materialien vorgegeben waren. Die zur Verfügung stehenden Kojen zur Präsentation waren 4 x 5 Meter groß. Die erste Arbeit – „ein tolles Thema“ - stand

unter der Headline „Traumportal“ und sollte den Übergang vom Diesseits ins Jenseits behandeln. Das zweite Werkstück, „wofür wir ein aufwändiges Gerüst über 3D-Druck PEN entworfen haben“, war ein handgebundener Strauß, der „Magie erwecken sollte“. Es folgte eine Tischdekoration für zwei Personen zum Thema Karussell der Muster, bei der ebenfalls 3-D-Technik sowie Spiegel eine entscheidende Rolle spielten.

Die für die ersten drei Kreationen notwendigen Konstruktionen verschlangen einen Großteil der notwendigen Investitionen, entsprachen aber durch den Einsatz von 3-D-Technik dem Wunsch der Veranstalter nach „neuen Techniken“. Anja Ersing griff bei der Entwicklung auf das Know-how der Ludwigsburger Firma Messebau Schilling zurück, ihr langjähriger Partner,



Der „Schirm“: Luftig in Gelb.



Straußfloristik, „detailverliebt“.



Anja Ersing mit Matthew Landers und Mark Jakobi.

Die Werkstücke von Anja Ersing zeichneten sich unter anderem durch klare Farbstrukturen aus.

der Schnittblumengroßhändler Vahldiek, beteiligte sich als Sponsor. Als Assistent fungierte kein Geringerer als Interflora-Weltmeister Nicolaus Peters, der schon 2016 bei seiner Teilnahme auf dem Singapore Garden Festival mit einer Goldmedaille ausgezeichnet wurde.

Das vierte Werkstück für alle Teilnehmer war eine erste Überraschungsarbeit, ein Schirmgerüst aus Metall, das floral ausgestattet wurde. Danach wurde ein erster Strich gezogen und nach dem Votum der Jury mussten acht Teilnehmer den Wettbewerb verlassen. Apropos Jury: Die technische Jury wurde zum wiederholten Mal von Petra Konrad geleitet, was ebenfalls als Hinweis auf die international anerkannte Kompetenz der deutschen Floral-Gestalter:innen gewertet werden kann.

Eine Überraschungsarbeit war auch das fünfte zu gestaltende Werkstück, eine große Maske, die floral zum Leben erweckt werden sollte. Danach mussten weitere fünf Teilnehmer:innen den Wettbewerb verlassen. Die verbliebenen fünf starteten zur Endausscheidung, die im Rahmen eines Gala-Dinners stattfand. Wie groß das Ansehen der Veranstaltung im Gastgeberland ist, zeigte die Anwesenheit von Dr. Syed Harun, Senior Parliamentary Secretary des seit Jahrzehnten ökonomisch so erfolgreichen Stadtstaates.

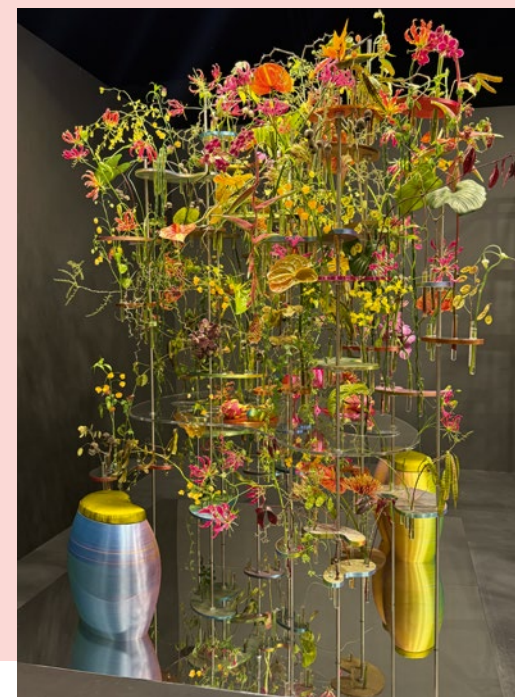
Die während der Gala-Veranstaltung gestaltete letzte Überraschungsarbeit basierte auf einem Gerüst mit der Zahl 10. Gerade einmal 45 Minuten standen dafür zur Verfügung, bis zu diesem Zeitpunkt war allen

Akteuren:innen die jeweilige Punktzahl unbekannt. Außenstehende können sich den Rausch der Emotionen sicher kaum vorstellen, den Anja Ersing bei der Verkündung des Endergebnisses empfand. Zweitplatzierte beim „Floral Windows to the World Championship“ wurde der Australier Matthew Landers, gefolgt von Marek Jakobi aus Estland.

Nach diesem grandiosen Erfolg darf man schon sagen: Die Floral-Gestaltung aus Deutschland erreicht internationales Niveau, ja, sie steht in gewisser Weise aktuell an der Weltspitze. Das ist nicht unwichtig in einer Situation, in der die Gestaltung für den Fortbestand der Floristen-Branche eine zentrale Bedeutung einnimmt.

Doch worin begründet sich dieser Erfolg, die internationale Wertschätzung? Auf ihrer Web-Site nennt Anja Ersing „Detailverliebtheit“, eine „strukturierte Arbeitsweise“ und einen gewissen Hang zur „Perfektion“ als Attribute ihrer Gestaltungsweise. Im Gespräch nach der Auszeichnung als „Grand Champion 2026“ auf dem Singapore Garden Festival nennt sie „das Handwerk, unsere fundierte Ausbildung, die im Ausland nicht die Regel ist“, als eine der Wurzeln für den Erfolg. Die Beachtung der „Wertigkeit der Blumen“, das „gestalterische Grundwissen und eine saubere Technik“ machen „unsere transparente, leichte Floristik erst möglich“.

Mit anderen Worten: Wenn Gestaltung wirklich ein Schlüssel für die erfolgreiche Zukunft der Floristen-Branche ist, dann sind wir gut aufgestellt.



Saisonale Vielfalt als Verkaufsargument

Alles Heimat: Herbstliche Schnittblumen mit regionalen Wurzeln

DER HERBST markiert beim Schnittblumeneinkauf auf dem Blumengroßmarkt eine Zeit des Wandels. Während die Leichtigkeit der Sommerblüten langsam in den Hintergrund tritt, übernehmen strukturstarke Herbstblüher, markante Fruchtstände und warme Farbnancen die Hauptrolle. Gleichzeitig bleibt das Interesse an regional produzierten Schnittblumen. Kurze Transportwege und eine hohe Frische bieten überzeugende Argumente für den Einkauf heimischer Ware.

Das regionale Herbstsortiment ist deutlich vielfältiger, als vielfach beim Endkunden angenommen wird. Neben Klassikern wie Chrysanthemen und Dahlien bereichern zahlreiche Stauden, Gräser und Fruchtgehölze das Angebot. Besonders Dahlien erleben seit einigen Jahren eine Renaissance. Moderne Züchtungen überzeugen durch außergewöhnliche Blütenformen, intensive Farbverläufe und eine beeindruckende Sortenvielfalt. Sie eignen sich sowohl für hochwertige Sträuße als auch für floristische Werkstücke mit natürlichem Charakter. Aufgrund ihrer empfindlichen Blüten reagieren sie jedoch sensibel auf Druck und niedrige Temperaturen. Eine sorgfältige Ernte sowie eine durchgängige Kühlkette sind entscheidend für eine gute Vasenhaltbarkeit und sprechen für eine regionale Herkunft von Dahlien.



Chrysanthemen zählen nach wie vor zu den wichtigsten Herbstschnittblumen. Neue Sortengenerationen präsentieren sich fernab des traditionellen Images. Ob als großblütige Solitärblume oder filigrane Santini-Typen – sie bieten vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten. Ihre lange Haltbarkeit macht sie besonders wirtschaftlich. In Kombination mit Gräsern oder Fruchtständen entstehen Werkstücke, die den aktuellen Naturtrend aufgreifen.



Foto: design@peterjosefkoch.de

Herbstliche Vielfalt mit Mehrwert

Regionale Herbstschnittblumen stehen für weit mehr als kurze Lieferwege. Sie verbinden handwerkliche Qualität mit saisonaler Authentizität und eröffnen der Floristik eine große gestalterische Bandbreite.

Wer die Vielfalt heimischer Kulturen gezielt nutzt und ihre Besonderheiten aktiv kommuniziert, schafft Mehrwert – sowohl im Verkaufsgespräch als auch in der floristischen Gestaltung.

Eine zunehmend bedeutende Rolle spielen heimische Stauden im Floristenalltag. Anemonen, Herbstastern, Sonnenhut, *Phlox* oder *Achillea* ergänzen das Sortiment mit natürlichen Wuchsformen und lockeren Blütenbildern. Gerade diese Unregelmäßigkeit wird von vielen Kunden als hochwertig wahrgenommen. Gleichzeitig lassen sich solche Blüten sehr gut mit Gehölzen und saisonalen Fruchtständen kombinieren.

Unverzichtbar für die Herbstfloristik sind strukturgebende Elemente. Dazu gehören Hagebutten, Zieräpfel, Schnee- und Efeubeeren oder *Viburnum*-Fruchtstände. Auch Gräser wie *Miscanthus*, *Panicum* oder *Pennisetum* verleihen herbstlichen Sträußen Bewegung und Leichtigkeit. Ergänzt werden sie durch Samenstände von *Nigella*, *Mohn* oder *Scabiosa*, die den natürlichen Charakter zusätzlich unterstreichen. Solche Materialien schaffen Spannung, ohne farblich dominant zu wirken, und verlängern gleichzeitig die Saison bis weit in den Oktober hinein.

Ein wesentlicher Vorteil regional produzierter Schnittblumen liegt in ihrer Frische. Gleichzeitig reduzieren sich Verpackungsmaterialien und Transportemissionen. Diese Aspekte gewinnen im Beratungsgespräch zunehmend an Bedeutung und können aktiv kommuniziert werden, ohne ausschließlich über Nachhaltigkeit zu argumentieren. Qualität, Frische und Saisonalität stehen dabei im Vordergrund.

Fotos: Plants & Flowers Foundation Holland



Auch gestalterisch bietet der Herbst großes Potenzial. Warme Farbpaletten mit Bordeaux, Kupfer, Apricot, Senfgelb und verschiedenen Beerentönen dominieren die Saison. Gleichzeitig entstehen spannende Kontraste durch cremefarbene Blüten oder silbrig wirkende Gräser. Besonders gefragt sind locker gebundene Natursträuße, die unterschiedliche Blütenformen und Strukturen miteinander verbinden. Weniger Symmetrie, mehr Bewegung und sichtbare Saisonalität prägen die aktuelle Formensprache.

Therese Backhaus-Cysyk





„Nicht der Kürbis verkauft sich – sondern die Idee, die mit ihm gestaltet wird.“

FRUCHTSTÄNDE, SAMENKAPSELN, HAGEBUTTEN, ZIERÄPFEL, KASTANIEN UND KÜRBISSE - kaum eine Jahreszeit verfügt über eine so starke Symbolik wie der Herbst. Sie stehen für eine herbstliche Vielfalt und sind weit mehr als dekorative Accessoires. Für Floristen und Fachhandel stellt sich jedoch zunehmend die Frage, wie sich insbesondere Kürbisse erfolgreich vermarkten lassen, wenn sie während der Herbstsaison in nahezu jedem Lebensmitteleinzelhandel oder Discounter verfügbar sind.

Die Antwort liegt weniger im Produkt selbst als vielmehr in seiner floristischen Inszenierung. Während der Kürbis im Massenmarkt meist als saisonales Dekorationsobjekt oder Lebensmittel angeboten wird, besitzt er im Blumenfachgeschäft das Potenzial, Teil eines gestalterischen Gesamtkonzeptes zu werden. Genau hierin liegt die Chance.

Zunächst lohnt sich ein Blick auf das Sortiment. Nicht jeder Kürbis eignet sich gleichermaßen für floristische Werkstücke. Neben den bekannten Hokkaido- oder Butternut-Sorten spielen vor allem Zierkürbisse (*Cucurbita pepo* var. *ovifera*) eine wichtige Rolle. Ihre große Formenvielfalt, unterschiedliche Oberflächenstrukturen und Farbverläufe bieten zahlreiche Gestaltungsmöglichkeiten. Hinzu kommen Turbankürbisse (auch Bischofsmütze genannt), Mini-Kürbisse, Warzenkürbisse oder längliche Schwanenhalsformen, die interessante Akzente setzen. Für Floristen empfiehlt sich eine bewusste Sortimentsauswahl statt eines breiten Angebots. Mit außergewöhnlichen Formen, regionalen Herkünften oder besonderen Farbvarianten lässt sich eine Differenzierung gegenüber den Massenangeboten schaffen.



Herbstsymbole in der Floristik

Beeren, Früchte und Kürbisse als Gestaltungselemente

Noch wichtiger als die Produktauswahl ist die Präsentation. Werkstücke aus Zierkürbissen, Hagebutten, Zieräpfeln, *Callicarpa*, *Viburnum*-Fruchtständen, *Physalis* oder strukturgebenden Gräsern vermitteln Ideen, die der Kunde selbst umsetzen oder in Auftrag geben kann.

In der Gestaltung des Werkstücks muss der Kürbis nicht zwangsläufig die Hauptrolle übernehmen, sondern kann als strukturgebendes Element eingesetzt werden. Seine Form sorgt für Volumen und optische Ruhe, während Blüten, Fruchtstände und Blattstrukturen die eigentliche gestalterische Dynamik übernehmen. Insbesondere Naturkränze, Tischdekorationen oder große Pflanzgefäße profitieren von dieser ausgewogenen Gewichtung.

Eine weitere Möglichkeit besteht darin, den Kürbis als floristische Basis zu nutzen. Ausgehöhlte Früchte dienen als natürliche Gefäße für Steckarbeiten oder

bepflanzte Arrangements. Wichtig dabei: Damit diese Werkstücke beim Kunden länger haltbar sind, sollten ausschließlich unbeschädigte Früchte mit vollständig ausgereifter Schale verwendet werden. Alternativ können wasserdichte Gefäße eingesetzt werden, sodass der Kürbis lediglich als dekorative Ummantelung dient.

Neben Kürbissen fällt der Blick auf weitere Herbstfrüchte. Hagebutten verschiedener Rosenarten, Zieräpfel (*Malus*), Schneebeeren (*Symphoricarpos*), Pfaffenhütchen (*Euonymus*), Ebereschen (*Sorbus*) oder Fruchtstände des Schneeballs (*Viburnum*) erweitern das Sortiment und bieten vielfältige filigrane Strukturen. Sie bringen Leichtigkeit in die Werkstücke und verlängern gleichzeitig die saisonale Verfügbarkeit bis weit in den Spätherbst. Gerade die Kombination unterschiedlicher Fruchtgrößen erzeugt Spannung und unterstützt den derzeit beliebten Gestaltungsstil.

Nicht zu unterschätzen gilt die emotionale Wirkung herbstlicher Symbolpflanzen. Während Schnittblumen häufig über Farbe oder Blüte wirken, sprechen Früchte und Samenstände Erinnerungen an Erntezeit oder Kindheitserinnerungen im Garten an. Dieses Potential lässt sich im Verkauf gezielt nutzen – etwa durch thematisch gestaltete Verkaufsoberflächen oder saisonale Werkstücke, die Geschichten erzählen statt lediglich Produkte zu präsentieren.

Aus betriebswirtschaftlicher Sicht empfiehlt es sich, Kürbisse nicht als preisgetriebenes Zusatzsortiment zu betrachten. Kürbisse sollten ausschließlich dort eingesetzt werden, wo sie floristischen Mehrwert schaffen: als Bestandteil hochwertiger Werkstücke, dekorativer Schaufenster, Eventfloristik oder saisonaler Geschenkkideen.

Therese Backhaus-Cysyk



Wehmut und Sehnsucht

„Schon in meinen Ausbildungsjahren bei Gregor Lersch hatte ich den Eindruck, dass der Herbstfloristik von uns Floristen zu wenig Beachtung geschenkt wird“, ist Meisterfloristin Katharina Eidt überzeugt. Für den Herbst-Teil der von der Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte (VDB) in Auftrag gegebenen Floristik-Serie hat sie den Fokus auf Kränze gelegt, da diese bei konkurrierenden Anbietern aus dem Systemhandel selten bis gar nicht zu finden sind.



Die unzureichende Beachtung der Herbstfloristik als eine eigenständige Saisonzeit sieht Katharina Eidt (Blumenhaus Kaiser, Wirges) in der Advents- und Weihnachtszeit begründet. Die Floristik-Branche hätte „im Herbst schon die Vorbereitung für diese Verkaufsschwerpunkte im Kopf“, meint die Meisterfloristin aus dem Westerwald. Das mag stimmen, wie im gesamten Einzelhandel beginnt auch in den Blumenfachgeschäften die Adventszeit, bzw. die Vorbereitung darauf, immer früher. Zusätzlich führt die Personalnot dazu, dass die Zeit in den Geschäften immer knapper wird. Es müssen immer stärker Präferenzen beachtet werden.

Dabei kann die saisonale Floristik im Herbst viele eigene Akzente setzen. Die saisonale Flora besticht durch kräftige Farben, die es nur in dieser Jahreszeit gibt. Die Haltbarkeit der regional angebauten Herbstflora ist enorm – und auch den Konsumenten bekannt. Die Artenvielfalt der Herbstblumen ist so breit wie zu keiner anderen Jahreszeit, die Preise in der Regel moderat. Hinzu kommen weitere saisonale Naturprodukte wie Beeren, Früchte oder Kürbisse.

Es lässt sich zudem sagen: Seit der im 19. Jahrhundert populär gewordenen Romantik liebt die „deutsche Seele“ den Herbst, der Wehmut und Sehnsucht zugleich verkörpert.

„Herbstzeit ist für mich Kranzzeit“, erklärt Katharina Eidt. Zur Präsentation der Herbstfloristik haben sie und der Fotograf Peter-Josef Koch das weitläufige Atelier-Gelände des Keramikers Martin Goerg (Keramikgruppe Grenzhausen) ausgewählt. Seine Keramikarbeiten erhalten oft durch ihre Brennsuren und Ausschmelzungen einen lebendigen, doch erdigen Charakter, der im Kontrast zur farbintensiven Herbstfloristik steht.

Mit der Auswahl eines Keramik-Ateliers als Location folgen Katharina Eidt und Peter-Josef Koch dem regionalen Leitfadern der Floristik-Serie, dem Ton. Das „weiße Gold“ des Westerwaldes ist in der Region so präsent, dass die Stadt Höhr-Grenzhausen in das UNESCO-Netzwerk Creative Cities aufgenommen wurde – als einzige Kleinstadt dieses weltweit agierenden Netzwerks.



S.10 oben:
Katharina Eidt war für ihre Herbstfloristik zu Gast bei dem Keramiker Martin Goerk.

Links oben:
Keramiker-Werkzeug: Authentisches Umfeld für die Herbstfloristik.

Links unten:
Für die Meisterfloristin aus den Westerwald ist die Herbstzeit Kranzzeit.

Rechts oben:
Die Herbstpflanzen wirken wie zufällig zusammengestellt und fordern zum „nachmachen“ auf.

Rechts unten:
Kerzenlicht steht für Wehmut und Sehnsucht in der bald beginnenden dunklen Jahreszeit.

Katharina Eidt hat für ihre Herbst-Kreationen auf Gestaltungen gesetzt, die sich – ohne zu überziehen - konsequent dem Qualitäts- und Preisniveau der Massenanbieter entziehen. Auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wünschen sich viele Konsumenten für ihr persönliches Umfeld Dekorationselemente mit außergewöhnlichem, repräsentativem Charakter. Es sollen Unikate sein, die sonst keiner besitzt. Katharina Eidt zeigt Blumenschmuck für Menschen, die nicht allein nach Preiskriterien einkaufen.



Mit leichter Hand gestaltet:
Brennspuren geben der Keramik
ein Vintage-Flair.

Herbstzeit ist Erntezeit, auch für die
Weintrauben: Die verarbeiteten Korken
stehen für diese Verbindung.

Symbolische Herbstfarben:
Braun gefärbtes Blattwerk und
ein Kürbis in Senffarben.

Vor dem „weißen Gold“ des Westerwaldes
explodieren kräftige Herbstfarben förmlich.

Pflanzungen gehören zum Herbst - warum
verzichten so viele Floristen darauf?



Bildunterzeile:



Mehr Fragen als Antworten

Das Tempo, mit dem sich die Grüne Branche verändert, hat deutlich zugenommen. Zu dem Strukturwandel des Blumenfacheinzelhandels gesellen sich nun deutliche Veränderungen auf der Anbieterseite.

Der Systemhandel, insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, wird mit Hilfe von außen deutlich gestärkt. Nachfolgend eine Zusammenfassung wichtiger Ereignisse, die miteinander im Zusammenhang stehen.

Im Juni gab die Erzeugergemeinschaft Landgard eG auf einer Pressekonferenz bekannt, dass nach Zahlen des Unternehmens der Blumenfacheinzelhandel im ersten Quartal des Jahres rund sechs Prozent Umsatz an andere Vertriebskanäle verloren hat. Eine drastische, aber keine neue Entwicklung – seit Jahren verlieren die Blumenfacheinzelhändler Marktanteile gegenüber dem Systemhandel.

Das spürt auch die Landgard eG selbst, viele der Cash- & Carry Märkte, die sich an den Blumenfacheinzelhandel richten, haben zu kämpfen. Es gab schon Betriebsschließungen, bekanntlich hat die Landgard eG zum Ende des Jahres auch ihren Vertrag für die Niederlassung in Karlsruhe gekündigt.

Die zur Vereinigung Deutscher Blumen-großmärkte (VDB) gehörenden Vermarktungsorganisationen auf genossenschaftlicher Basis verzeichnen nicht so drastische Umsatzveränderungen wie die Cash- & Carry Märkte der größten Erzeugergemeinschaft in Deutschland. Die Umsätze der BGM wachsen nicht in den Himmel, sie sind aber doch unter Berücksichtigung der vielen Betriebsschließungen von Blumenfachgeschäften weitgehend stabil. Irgendetwas müssen die BGM mit Blick auf die Wünsche des Blumenfacheinzelhandels also richtig machen.

Die Landgard eG wird zukünftig noch stärker als bisher auf den Systemhandel, insbesondere den LEH, als Vertriebspartner setzen. Auf der IPM stellte das Unternehmen das Konzept „Blumenwerk“ vor, mit dem der LEH beim Verkauf von Blumen und Pflanzen unterstützt werden soll. Im Kern besteht „Blumenwerk“ aus einer Ladeneinrichtung mit Regalen, Tischen sowie Arbeits- und Wascheinrichtungen. Die Elemente sind in einem einheitlichen Design gehalten, so dass zukünftig ein LEH-„Blumenwerk“ in Süddeutschland genauso aussieht wie in West-, Ost- oder Norddeutschland.

Solch eine Ausstattung verändert den größten Makel vieler LEH-Standorte beim Verkauf von Blumen und Pflanzen: Die Präsentationsform. Lieblos präsentiert und schlecht bis gar nicht gepflegt konnten Blumen und Pflanzen im LEH das ihnen innewohnende Frische-Potential bisher noch nicht einmal andeuten. Das dürfte mit „Blumenwerk“ anders werden.

Zwei Mal wöchentlich sollen die LEH-Standorte beliefert werden. Der Schwerpunkt liegt auf Schnittblumen, zu denen auch Fertigsträuße gehören. Das ist neu und eine direkte Konkurrenz für die Floristen. Zwar gab es auch bisher immer mal wieder Fertigsträuße im LEH, doch in Verbindung mit der professionelleren Präsentationsform bei „Blumenwerk“ werden die Verbraucher ganz anders angesprochen.

Dabei spielt das veränderte Kundenverhalten eine besondere Rolle. Die Konsumenten möchten die Artikel des alltäglichen Bedarfs an einem einzigen Ort einkaufen. Wenn dort dann der „Wochenendstrauß“ ansprechend präsentiert wird, dann dürfen viele Verbraucher diesen gleich in den Einkaufswagen packen – und sich den Weg zum Floristen sparen.

Solch ein Kundenverhalten könnte auch im Outdoor-Bereich durchschlagen. Da, wo die örtlichen Bedingungen der LEH-Standorte es zulassen, sollen nach der Landgard-Strategie zukünftig ebenfalls Outdoor-Pflanzen angeboten werden.

Wie die Landgard eG der Fachpresse mitteilte, wird das LEH-Konzept schon seit dem Frühjahr 2025 getestet. Bis zum Ende dieses Jahres sollen es rund 100 Verkaufsstellen werden. Das ist nicht unwahrscheinlich, die Nachfrage dürfte groß sein, der LEH hat in der Corona-Pandemie gelernt, dass man mit Blumen und Pflanzen richtig Geld verdienen kann.

Die Stärkung des LEH beim Verkauf von Blumen und Pflanzen bei gleichzeitiger Schließung von Einkaufsstandorten für den Blumenfacheinzelhandel – die Positionierung der größten Erzeugergemeinschaft in Deutschland dürfte klar sein. Wobei die Landgard eG schon zuvor die Cash- & Carry Märkte in einer Marketing-Aktion mit dem Titel „Family & Friends“ für Endverbraucher öffnete.

Den Mitarbeitern und den Lieferanten wurden pro Person zehn Einkaufsberechtigungen zur Verfügung gestellt, die diese an Familienmitglieder und Freunde, also Endverbraucher, verteilen sollten. Mit diesen Einkaufsberechtigungen konnten die Konsumenten aus dem Portfolio der Landgard-Märkte zu Großhandelspreisen einkaufen. An der Aktion beteiligt waren 3400 Mitarbeiter und Lieferanten, jeder bekam zehn Berechtigungen. Potentiell also 34.000 Konsumenten, die in den zuvor offiziell dem Blumenfacheinzelhandel vorbehaltenen Landgard-Märkten einkaufen konnten.

Verglichen mit der Tragweite der Aktion war der Aufschrei in der Floristen-Branche mäßig. Zudem hat die Fachpresse das Thema so gut wie gar nicht aufgenommen. Auch der damals noch aktive FDF-Bundesverband sprach zwar davon, das Thema intern mit den Landgard-Verantwortlichen ansprechen zu wollen – von einer öffentlichen Stellungnahme wurde aber abgesehen.

Die Tragweite der Verbandskrise ist anscheinend in der Floristen-Branche noch gar nicht richtig angekommen. Das mag daran liegen, dass es nur noch wenige FDF-Mitgliedsbetriebe gibt – und die Nicht-Mitglieder glauben, es geht auch ohne. Doch stimmt das? Blicken wir einmal zurück, auf die Corona-Pandemie. Es war neben anderen der FDF, der dafür gekämpft hat, dass Blumen als Artikel des täglichen Bedarfs eingestuft wurden, der (mit regional unterschiedlichem Erfolg) dafür sorgte hat,

dass Blumenfachgeschäfte nicht komplett schließen mussten, der die Floristen-Branche (also auch die vielen Nicht-Mitglieder des Verbandes) vor dem schlimmsten Szenario geschützt hat.

Wenn es keinen bundesweit aktiven Floristen-Verband mehr gäbe, würden sich viele, viele Fragen stellen. Wer vertritt die Arbeitgeber bei bundesweiten Tarifverhandlungen? Wer ist Ansprechpartner für Politiker oder Journalisten? Wer initiiert erfolgreiche Kampagnen wie „Just Chrys“? Wer kümmert sich um zentrale Nachwuchsfragen? Wer ist Partner der Floristen-Verbände anderer Länder? Wer organisiert die Deutsche Meisterschaft der Floristen. Wer vertritt die Position der Floristen gegenüber Branchenriesen und Verbänden der Grünen Branche? Wer informiert die Öffentlichkeit, wenn jemand wie Anja Ersing in Singapur einen Weltmeistertitel (siehe Seite 4-5) holt? Viele weitere Fragen werden sich auftun.

Die Floristen-Branche steht wie vielleicht noch nie in den vergangenen Jahrzehnten am Scheideweg. Wo kauft die kommende Generation ihre Blumen – im Blumenfachgeschäft oder im Supermarkt? Wer sind die verlässlichen Partner, mit denen sich die Zukunft gestalten lässt? Wie kann eine zeitgemäße Branchen-Organisation aussehen, die den fatalen Trend zur Vereinzelung aufhält? In diesen und in anderen Fragen dürfte ein FDF-Bundesverband unerlässlich sein.

FDF-Bundesverband neu aufgestellt

Auf einer außerordentlichen Mitgliederversammlung Ende Juli legten die bisherigen Mitglieder des geschäftsführenden Vorstandes auf Bundesebene ihre Ämter nieder. Gert Brümmel vom FDF-Landesverband Niedersachsen wurde mit der kommissarischen Leitung des Bundesverbandes betraut. Weitere operative Aufgaben wurden unter Verantwortlichen aus verschiedenen Landesverbänden neu verteilt. Gert Brümmel resümierte nach der Mitgliederversammlung: „Durch die getroffenen Maßnahmen ist die Handlungsfähigkeit des FDF-Bundesverbandes sichergestellt“.



Karlsruher
DekoShop
am Großmarkt

Kennen Sie
unseren neuen
Dekoshop?

Shoppin Sie bei uns.
Sie erhalten eine
**Flasche Secco ab
einem 150 € Einkauf.**

Kleine
Akzente -
für große
Wirkung

Ein Haus voller Ideen -
von eleganter Tisch-
dekoration bis hin
zu stimmungsvollen
Accessoires. Lassen
Sie sich inspirieren.

Karlsruher
DekoShop
am Großmarkt

**HERBST-
SONNTAGSVERKAUF**
SO.27.09.26
7-12 UHR

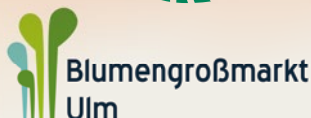
Ich bin von
HIER!
Kommen Sie zum Herbst-
Sonntagsverkauf am
Blumengroßmarkt Karlsruhe

Blumengroßmarkt Karlsruhe

Ihre regionalen Blumengroßmärkte



Blumengroßmarkt Köln eG



IMPRESSUM

Herausgeber:

Blumengroßmarkt Karlsruhe e. G.

Am Großmarkt 10, 76137 Karlsruhe

Grafik: zink und zink, Karlsruhe,

Redaktion: Martin und Marcel A. Hein, Hamburg

Bildnachweise:

S. 1-3, 7, 9-11 design@peterjosefkoch.de;

S. 4-5 Werkfotos; S. 8 356tageblumen;

S. 6 o.l., 15 AdobeStock;