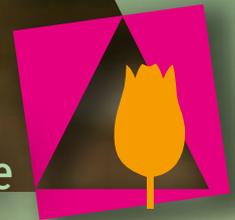


Marktblatt

Blumengroßmarkt Karlsruhe

Frühjahr 2021



Auch wenn der Blumeneinzelhandel unterm Strich nicht zu den großen Verlierern gehört, so war das vergangene Jahr doch von vielen Unsicherheiten geprägt. In mannigfaltiger Hinsicht hat sich durch das Auf und Ab der Einschränkungen das Konsumverhalten verändert. Einerseits boomte der Online-Handel, andererseits gab es viele erfolgreiche „buy local“ Initiativen. Einerseits übten sich die Verbraucher in Konsumzurückhaltung (etwa bei Bekleidung), andererseits stürmten sie zur Beet- und Balkonsaison (siehe Seiten 6-7)

die Geschäfte des grünen Einzelhandels. Insbesondere in Gartencentern und auf Wochenmärkten gab es eine extrem hohe Nachfrage nach Gemüsejungpflanzen (siehe Seite 14), die sich möglicherweise in diesem Frühjahr wiederholt. Überhaupt ist die Wahrscheinlichkeit nicht gering, dass an die positiven Ergebnisse des vergangenen Jahres angeknüpft werden kann. Die Menschen sind im Frühjahr per se frohgemut, sie sehnen sich nach Farben (siehe Seite 12-13) und die Hoffnungen auf mehr Normalität im Alltagsleben wachsen

wieder. Zudem ist im vergangenen Jahr die Wertschätzung, die Blumen und Pflanzen entgegengebracht wird, deutlich und möglicherweise auch nachhaltig gestiegen. Insbesondere bei jungen Verbrauchern, um deren Einstellungen es auch in diesem Magazin geht (Seite 15). Es gibt also für die grüne Branche eine Reihe positiver Entwicklungen zu vermelden. Dazu zählt an dieser Stelle (siehe Titelbild) auch eine Fotostrecke, die Lust auf die kommenden sonnigen Tage macht.

Es gibt nicht wenige Beispiele dafür, wie Blumenfachgeschäfte durch Flexibilität und Kreativität erfolgreich durch die Corona-Krise gekommen sind. Ein Beispiel für solch eine kluge Unternehmensführung ist Blumen Bachmann in Durlach. Und dies, obwohl das Unternehmen stark im Hotel und Gaststättenbereich engagiert ist – in dem es bekanntlich deutliche Einschnitte gab.

Teil der Lösung

Das Jahr 2020 verlief (zumindest bis zum 3. Advent) für den Blumeneinzelhandel nicht schlecht. Mit einer Ausnahme: Floristen, die sich auf Hochzeiten, Büro- und Hotelausstattungen oder Events spezialisiert haben, mussten durch die vielen Absagen leiden. Ein Standbein in diesem Segment hat auch das Blumenfachgeschäft von Barbara und Jürgen Bachmann in Karlsruhe-Durlach, dementsprechend mussten in diesen Segmenten Einbußen hingenommen werden.



Nachmittag etwa Abholungen ermöglicht. Das geht, weil das Ehepaar Bachmann über den Geschäftsräumen wohnt.

Ebenso flexibel und betriebswirtschaftlich geplant wurde reagiert, als das zweite Standbein, das Ausstattungsgeschäft für Büros und Hotellerie, ab der zweiten Hälfte der 1980er Jahre erfolgreich aufgebaut wurde. „Wir hatten damals die Idee, über das Internet einen Lieferservice für den Umkreis von 50 Kilometern aufzubauen“, erinnert sich Barbara Bachmann. Als das Projekt dann im Detail durchgerechnet wurde, „waren uns die notwendigen Investitionen zu heikel.“ Auch wenn die Idee nicht realisiert wurde – an der Durchsetzung der Ausstattungsidee hat das nichts geändert, Blumen Bachmann führt einige der renommiertesten Hotels der Region als Partner auf.

Ob nun ein internationaler Konzern oder familiengeführtes Blumenfachgeschäft: Es ist das Geheimnis erfolgreicher Unternehmensführung, zu erkennen, wann und wo man expandieren kann und wann und wo man sich aus Märkten zurückziehen sollte. Stolz darf man dann sein, wenn die

eigenen Entscheidungen den Lebensweg anderer Menschen nicht beeinträchtigen. „Wir mussten auch bei der Reduzierung der Öffnungszeiten niemanden entlassen“, freut sich Barbara Bachmann.

Aber natürlich muss sich das Floristen-Ehepaar Bachmann auch mit den Dingen auseinandersetzen, die nicht selbst zu beeinflussen sind. Dazu gehören der „Preisverfall“ bei Blumen und Pflanzen, nicht zuletzt hervorgerufen durch die ständigen Dumpingangebote des Systemhandels. In der Adventssaison „war dies wieder einmal bei Poinsettien oder Adventskränzen“ zu beobachten, selbst verkaufen könne man „nur noch wirklich hochwertige Ware.“ Wobei man den Kunden „den Qualitätsunterschied erläutern“ müsse, das gelte auch für „wichtige Themen wie Regionalität und Nachhaltigkeit.“

SELBSTSTÄNDIGKEIT HEISST: SELBST UND STÄNDIG ARBEITEN

Ebenfalls habe sich „das Verhältnis zur Arbeit geändert“, ist Barbara Bachmann überzeugt. Sicherheit in den Arbeitszeiten und eine entsprechende Bezahlung



Ehepaar Bachmann (links) Blick in ihr Geschäft

seien Kriterien, die Aspekte wie Kreativität und selbstständiges Arbeiten verdrängt hätten. Barbara Bachmann verweist in diesem Zusammenhang auf eine Volksweisheit, die heute viele Menschen davon abhält, ein eigenes Unternehmen zu gründen: Selbstständigkeit bedeutet „selbst zu arbeiten und ständig zu arbeiten“. Aus diesem Aspekt, vor allem aber aufgrund der durch die Corona-Pandemie hervorgerufenen Unsicherheit sieht sie die Nachfrage im Moment als schwierig an: „Heute wird kaum einer ein Blumenfachgeschäft kaufen.“

Doch das kann schon bald wieder anders sein. Bezogen auf die ökonomischen Auswirkungen der Corona-Pandemie rechnet Barbara Bachmann damit: „Ende 2021 liegen die Karten auf dem Tisch.“ Und wer weiß, ob nicht die durch die Corona-Einschränkungen gewachsene Wertschätzung für Blumen und Pflanzen doch nachhaltig sein wird. Im Gegensatz zu anderen Branchen, etwa dem Bekleidungs- und Lebensmittelhandel, hat sich der Blumenfachhandel als krisensicher erwiesen. Ein Unternehmen wie Blumen Bachmann, das auf mehreren Standbeinen fußt, ist da sicherlich nicht die schlechteste Option.

Sind Sie ein Umweltsünder?

Ein Kommentar von Martin Hein

Im Mai dieses Jahres ist es zwei Jahre her, dass eine Wochenzeitung der grünen Branche auf der Seite 1 titelte: „Mehrwegpalette Floritray kommt“. In dem Beitrag war davon die Rede, dass es „heiße Diskussionen“ darum gegeben habe, warum sich „ein umweltfreundliches Paletten-Mehrwegsystem für Gartenbauprodukte“ nicht etabliert habe. Weiter im Text: „Nun endlich zieht der deutsche Gartenbau nach: Die Floritray GmbH bietet einen nachhaltigen Ersatz für Einwegpaletten und baut einen geschlossenen Produktkreislauf für Mehrwegtrays im Blumen- und Pflanzenhandel auf.“

Wie gesagt, das war vor nahezu zwei Jahren. Und was ist dann passiert? Wenig bis nichts. Wie es seitens der Floritray GmbH in der Fachpresse hieß, wurde das Projekt aufgrund der Corona-Pandemie zunächst einmal zurückgestellt – es soll aber wieder aufgenommen werden.

Bisher ist also alles so wie vor zwei, drei Jahren, als die Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte das Thema anstieß. Zur Erinnerung: Allein aus den Niederlanden kommen jährlich rund 90 Millionen Einwegtrays (Wasserpaletten) auf den deutschen Markt. Die Lebensdauer dieser Plastikprodukte beträgt oft nur wenige Tage, dann landen sie im Müll. Die Kosten der Einwegtrays werden in den

Pflanzenpreis mit einberechnet, so dass der Eindruck entsteht, sie seien kostenlos. Die, die die Einwegtrays in den Markt bringen, verdienen aber an diesem aus Umweltgründen fragwürdigen System.

Wobei: Es gibt bekanntlich seit 30 Jahren in Deutschland ein umweltfreundliches und bewährtes Mehrwegsystem, die Palettinos. Sie waren einst gut verbreitet, dann stiegen Großanbieter aus (und setzten komplett auf Einwegtrays), so dass heute eigentlich nur noch die Blumengroßmärkte und die dort vermarktenden regionalen Erzeuger auf das umweltschonende Palettino-Mehrwegsystem bauen. Sie, die Kunden der Blumengroßmärkte, sind also auf der sicheren, weil umweltverträglichen Seite. Die enormen Pflanzenmengen, die über den Systemhandel an die Verbraucher gehen, werden aber weiterhin in Einwegtrays vertrieben.

Nun könnte man sagen: Wenn ich als Blumengroßmarktkunde nicht zu diesem Umweltfrevler beitrage, dann sollen doch die für Abhilfe sorgen, die die Verursacher sind. Eigentlich richtig, doch ist das zu kurz gedacht. Es wird nicht mehr lange dauern, dann stehen die drängenden Umweltfragen wieder oben auf der Agenda, insbesondere der Klimawandel und die Plastikflut. Dann muss sich doch nur einmal einer mit fundierten und belegbaren Informationen an die Bildzeitung oder den Spiegel wenden und es könnte heißen:



Die Gärtner und Floristen sind in großem Stil Umweltsünder! In solchen Debatten wird bekanntlich vom flüchtigen Leser nicht differenziert, dann sind nicht die verursachenden Branchenteile, dann ist die ganze grüne Branche der Buhmann.

Zum Umweltsünder werden dann auch die gestempelt, die ihr Leben lang auf Blumengroßmärkten gekauft und das Palettino-Mehrwegsystem genutzt haben. Daher geht die Frage alle an, auch Sie!

Gute Zukunft Wochenmarkt

Der Wochenmarkthandel hat ein gutes Jahr hinter sich – und ein gutes Jahr vor sich? Ja, meint Anette Götz, die seit über einem Vierteljahrhundert das Auf und Ab erlebt hat. Nachfolgend erläutert sie einige der Fakten, auf die sie Ihre Zuversicht begründet.

Blickt man nur wenige Jahre zurück auf die Situation der Wochenmärkte, dann sah man ein wenig rosiges Bild. Zwar gelten Wochenmärkte in den Augen der Konsumenten als ein Synonym für Frische und Erzeugerqualität, doch die Kundenstruk-

an einem Ort kaufen. Zudem begeistern Wochenmärkte durch eine Flanier-Atmosphäre. Die nur dann entsteht, wenn es ausreichend viel „zu sehen, zu erleben“ gibt. Auch die Kundenstruktur hat sich, insbesondere im vergangenen Corona-Jahr,

ausverkauft. Ein Grund war sicherlich, dass durch die Corona-Pandemie bei vielen Menschen der Wunsch nach Selbstversorgung größer geworden ist. Das spiegelte sich auch in dem Fakt wider, dass in Großstädten wie Berlin die Nachfrage nach



Anette Götz und Ihr Wochenmarktstand



tur war überaltert. Zugleich gab es immer weniger Marktbesucher, die sich dem bekanntlich harten Job stellen wollten. In vielen Kommunen wurde es immer schwieriger, Wochenmärkte aufrecht zu erhalten. Das hat sich in jüngerer Zeit geändert.

„Die Wochenmärkte werden wieder populärer“, sagt auch Anette Götz, die drei Mal wöchentlich in Karlsruhe-Waldstadt auf dem Wochenmarkt präsent ist. „Es gibt jetzt wieder mehr Anbieter, durch die zunehmende Angebotsvielfalt profitieren alle“, meint die seit 1994 in vierter Generation tätige Wochenmarktbesucherin. Das ist sicher richtig, ein breites Angebot ist das A & O – die Konsumenten möchten, wenn nicht alles, so doch viele Produkte

geändert. „Die Kundschaft ist deutlich jünger geworden. Es kommen wieder mehr junge Familien mit kleinen Kindern. Man spürt bei diesen Kunden, dass das Einkaufsbewusstsein größer geworden ist“, erklärt Anette Götz. Ihre Beobachtung wird auch in anderen Regionen Deutschlands von den Marktbesuchern bestätigt.

BOOM BEI DEN NUTZPFLANZEN HÄLT AN

Ganz deutlich ließ sich diese Entwicklung im Frühjahr des vergangenen Jahres bei dem Segment der Gemüsejungpflanzen beobachten. Ob Tomaten, Paprika oder Salate, auf allen Blumengroßmärkten war diese Produktgruppe in kürzester Zeit

Schrebergärten im Frühjahr 2020 um ein Viertel stieg. Doch zugleich gilt: Die Corona-Pandemie hat nur einen schon länger vorhandenen Trend verstärkt. Der Anbau von Nutzpflanzen ist unter den Stichworten gesunde Ernährung und Selbstversorgung schon sehr viel länger auf dem aufsteigenden Ast.

Auch für Anette Götz, die neben Schnittblumen und Topfpflanzen auch Gemüsejungpflanzen verkauft, war dieser Boom spürbar. Und er war nicht auf das Frühjahr beschränkt, „im Herbst lief etwa Feldsalat sehr gut“, erklärt sie. Sie rechnet damit, dass auch in diesem Jahr die Nachfrage nach Gemüsejungpflanzen hoch bleiben wird. „Im Frühjahr wird es wahrscheinlich

noch keine große Reisewelle geben, die Menschen werden wieder Zeit haben, sich verstärkt um ihre Gärten und Balkone zu kümmern.“

Apropos Balkone: Auch dort halten Gemüsepflanzen verstärkt Einzug – so die Beobachtung von Anette Götz. Was nicht zu Lasten der klassischen Beet- und Balkonpflanzen ging, die Saison im vergangenen Jahr war fulminant. „Stehende Geranien“ waren bei Anette Götz ein Renner. Nicht zuletzt, weil sich diese in den immer regenärmeren Sommern als eine gute Wahl erwiesen haben.

UMWELTBEWUSSTSEIN IST GESTIEGEN

Ein weiteres Nachfrageplus verzeichnete sie bei Pflanzen, die sich als Bienenweide eignen. „Das Thema ist nach wie vor aktuell“, weiß Anette Götz. Sie ist deshalb froh über die Samentütchen, die vom Blumengroßmarkt Karlsruhe den Kunden zur Verfügung gestellt werden, damit diese sie weiter an die Verbraucher verteilen. Anette Götz ist noch einen Schritt weiter gegangen. Sie hat die Samen in kleine Töpfe ausgesät und diese dann an ihre Kunden verteilt. Solch ein Präsent hat natürlich einen hohen, weil emotional deutlich aufgeladenen Wert.

Die Rettung der Bienen, das Thema Artenvielfalt, wird in der näheren Zukunft wieder eine größere Rolle spielen. Die Corona-Krise hat die Fragen des Umweltschutzes etwas verdrängt, doch ist die Problematik ja nicht aus der Welt. Die Klimaveränderungen werden auf der politischen Agenda wieder weiter nach vorne rücken, denn ganz allgemein ist das Umweltbewusstsein in Deutschland deutlich gewachsen. Damit wird sich auch der Wochenmarkthandel, die grüne Branche insgesamt, beschäftigen müssen.

Ein zunehmend wichtiger Aspekt in der Diskussion wird der regionale Anbau sein. So wie das Thema Selbstversorgung eine größere Rolle spielt, so stellen immer mehr Verbraucher die Auswüchse der

Globalisierung mit ihren langen, umweltschädlichen Transportwegen in Frage. „Viele meiner Kunden fragen nach der Herkunft der Produkte, ich rede auch viel darüber“, sagt Anette Götz.

„ICH BIN VON HIER!“ NUR FÜR BGM KUNDEN

Die Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte hat bekanntlich die Regionalmarke „Ich bin von HIER!“ entwickelt, unter der Produkte, die nicht weiter als 100 Kilometer vom Vertriebsort angebaut wurden, vermarktet werden dürfen. In den Blumengroßmärkten gibt es zur Kenntlichmachung entsprechende Werbemittel. Anette Götz nutzt diese Möglichkeit ganz offensiv, „ich zeichne meine Produkte, die ich bei den Erzeugern des BGM kaufe, damit aus.“

Das ist gut, weil es den Wünschen der Verbraucher entgegenkommt – und weil das eigene Angebot dadurch aufgewertet wird. Das ist zudem gut, weil nur die Kunden der Blumengroßmärkte diese Regionalmarke nutzen dürfen. Das ist aber leider nicht selbstverständlich, denn viele Blumeneinzelhändler nutzen die Vorteile dieser Marke nicht ausreichend. Das sollte sich in diesem Jahr möglichst ändern, denn die Regionalität ist eines der wenigen Argumente, mit denen der Pflanzen- und Blumenfachhandel gegenüber dem Systemhandel punkten kann.

Das sieht auch Anette Götz so – die darüber hinaus für die Wochenmärkte wieder eine gute Zukunft sieht. „2020 war für uns ein gutes Jahr, ich denke und hoffe, dass der Aufwärtstrend in diesem Jahr weiter spürbar sein wird und langfristig nachhaltig ist.“

Zarte Blüten Blaubeeren

Blühende Zweige sind wichtige Frühlingsboten für die Konsumenten, bundesweit wächst die Nachfrage. Das Spektrum ist breit, es reicht von imposanten Magnolien bis zu den kleinen, unscheinbaren Blaubeerblüten. Die Letztgenannten werden bisher eigentlich nur als Beiwerk in Sträußen genutzt, doch könnte möglicherweise größeres Potential geweckt werden. Blaubeeren sind das Obst der Stunde, kein anderes Obst oder Gemüse kommt auf vergleichbare Zuwachsraten. Nach Zahlen der AMI wurden vor zehn Jahren in Deutschland rund 10.000 Tonnen Blaubeeren ver-



zehrt. Heute sind es mehr als sechs Mal so viele, allein aus Peru kommen jedes Jahr 8000 Tonnen.

Die Blaubeere gilt als „Superfood“, sie soll hilfreich bei Herz-Kreislauf-Erkrankungen sein und die Haut straff halten. Die Frucht wird immer preiswerter und sie ist ganzjährig verfügbar. Ob in Deutschland, Spanien, Marokko oder Peru – irgendwo ist immer Erntezeit. Die Blüten der Blaubeeren sind zwar unscheinbar, doch gerade das kann ja auch reizvoll sein. Vielleicht könnte es sogar gelingen, das Super-Image der Frucht auf die blühenden Zweige zu übertragen – indem man die Konsumenten konsequent auf die Zusammenhänge hinweist.

Sorten-Karussell:

Tolerant gegen Trockenheit -
insektenfreundlich und ökologisch wertvoll

Nach mehreren heißen und trockenen Sommern und der immerwährenden Diskussion rund um den Klimawandel stellen viele Hobbygärtner sich die Frage, welche Sommerblüher diesen hohen Temperaturen standhalten und dabei nur geringe Mengen Wasser benötigen, um das Schleppen von Gießkannen oder dem Schlaucheinsatz zu minimieren. Aber auch Fragen rund um das Thema Insektenfreundlichkeit rückt in allen Bundesländern immer mehr in den Fokus. Trendig, hitzetolerant und dazu bienenfreundlich, das ist mehr und mehr kein Widerspruch bei vielen neuen Züchtungen.

Vielfach bekannt sind die Trockenheitsverträglichen Dickblattgewächse wie die Sedum-Arten oder die Mittagsblume

Delosperma, etwa *Delosperma Ice Crema* (Florensis)¹, die neu in vier Farben auf den Markt kommen, sowie als Mix angeboten werden. Gut mit Trockenheit kommen auch *Mandevilla*-Sorten zurecht, wie die neue Sundaville 'Soft Peach' (Florensis)², mit cremeweißen Blüten und gelber Mitte, die sich sowohl für die Kultur als Ampel oder in pyramidalen Form eignet. Etwas kompakter wächst die Sundaville 'Mimi Yellow'³, die der Züchter Florensis in diesem Jahr neu anbietet. Sie besticht mit ihren gelben Blüten und lässt sich für kleine Pyramiden oder Ampeln einsetzen. Kompakte, gedrungene wachsende *Mandevilla* zeigen besonders auf dem Friedhof den

ganzen Sommer über eine erstaunliche Performance, wie so mancher Friedhofsgärtner bestätigt.

Doch auch viele andere Beet- und Balkonpflanzen wachsen erstaunlich robust bei Trockenheit und sparsamer Wassergabe. Dies bewies etwa ein Versuch an der LVG Heidelberg im vergangenen Sommer in Zusammenarbeit mit dem Züchterhaus Selecta One. Sogar Sorten aus den Bereichen *Calibrachoa* wie 'MiniFamous Uno Double LavTastic', 'PinkTastic'⁴ und 'Rave Pink',⁵ sowie Petunien wie 'NightSky'⁶, 'Famous Laser Pink'⁷ und 'Royal Sky' trotzen der Trockenheit und wurden im Versuch mit nur 50 Prozent der optimalen Wassermenge noch als gut bis sehr gut bewertet.

(teba)



Insektenlieblinge
vorgestellt

Sobald ein Etikett bienen- oder insektenfreundlich im Topf steckt greift der Kunde mit Vorliebe zu, das haben viele Floristen und Endverkäufer im vergangenen Sommer in ihren Geschäften beobachtet. Bekannt ist vielen Kunden bereits, dass die Blüten für Insekten am besten nicht gefüllt sein sollten, damit sie uneingeschränkt zum Leckerbissen werden können. Allerdings beobachteten die Experten an der LWG Veitshöchheim, dass es auch in ein- und derselben Pflanzengattung unterschiedliche Sorten-Vorlieben bei Insekten gibt, und erklärten: „Viele Bidens-Sorten wurden von Bienen sozusagen links liegen gelassen und überhaupt nicht besucht. Andere Farbsorten waren so interessant, dass diese Bidens stets von einem Schwarm umgeben waren.“ Das Interesse verschiedenster Bienenarten, darunter nicht nur Honigbienen und Hummeln, sondern auch wenig bekannte Wildbienen, könne sehr sortenselektiv sein. „Bei *Bidens* zeigte sich, dass weiß-, rosa-weiß und rotblühende Sorten eine hohe Attraktivität für Bienen darstellen. Auch bei starkwüchsigen Dahliensorten wurden die meisten Blütenbesucher bei rot, rosa, rot-weiß und rot-gelb blühende Farbsorten gezählt.“

Neu im Bidens-Sortiment ist beispielsweise *Bidens* 'Tiger Bee' (Kientzler)⁸ mit gelben Blüten, die mit einem rostrosten Stern versehen ist. Sie blüht mittel-früh und überzeugt mit einem runden Aufbau. *Bidens* 'Campfire Nice'n Spicy' (Kientzler)⁹ zeigt sich mit sehr großen kupferroten Blüten, die erst zum Sommer hin eine gelbe Mitte aufweisen.

Im Dahlien-Sortiment erreichen die neue Mystic¹⁰ Sorten – Kientzler bietet ein Sortiment mit sieben Sorten von gelb bis leuchtendrot – eine Höhe von rund 70 Zentimetern. Interessant ist der Kontrast von Blütenfarbe zum dunklen Blütenzentrum. Tipp für den Produzenten: Die neuseeländische Züchtung eigne sich ideal als Anschlusskultur in größeren Topfen. (teba)



ähnliches Bild mit © suchen

Eine Farbe, eine Sorte



Als Abstandhalter für diesen kreisrunden Nelkenstrauß wurde ein Holzring aus einem Stickrahmen genutzt. Von oben betrachtet (rechts) erhält der Strauß eine völlig andere, graphische Dimension als durch eine Seitenansicht – das gibt ihm einen besonderen Reiz. Neben Nelken wurden nur noch nach unten fließende Tillandsien verarbeitet. Das Werkstück hat eine Höhe von etwa 60 Zentimetern.

– viele Blumen

Unter den vielen Veränderungen der floristischen Gestaltung in den vergangenen Jahren sticht ein Hauptmerkmal heraus. Jahr für Jahr wurde immer mehr Beiwerk und immer weniger Blumen verarbeitet. Ein mittlerweile schon klassisches Beispiel dafür ist der Siegeszug von Eukalyptus. Diese Entwicklung ging nicht nur von den Floristen aus, sondern auch die Konsumenten haben ein Faible für (die Farbe) „Grün“ entwickelt.

Dieser Verbrauchertrend wird nicht von heute auf morgen verschwinden, denn „Grün“ steht für Ruhe, für Natürlichkeit – und Begriffe wie „Natur und Menschlichkeit“ werden auch von den Trendforschern des BBH als übergeordnete Leitbilder unserer Zeit bezeichnet. Doch eine beruhigende Gesamtwirkung lässt sich auch mit vielen Blumen und ganz ohne Beiwerk erzeugen, wie die hier gezeigten Werkstücke von Sarah Hasenhündl beweisen.

Die deutsche Vizemeisterin der Floristen unterscheidet zwischen einfarbig, also einem Farbton mit unterschiedlichen Nuancen, und Mono-Gestaltungen. Das heißt für sie: „Eine Farbe und nur eine Blumensorte.“ Solche Gestaltungen sind durchaus üblich, allerdings hauptsächlich in der Trauerfloristik. In den dekorativen Gestaltungen für die Wohnräume dominierten bisher sehr farbintensive Zusammenstellungen – und halt Beiwerk.

Das könnte sich durchaus etwas ändern, da sich auch das Umfeld geändert hat. Nach langen Jahren, in denen „clean“ wirkende Wohnungseinrichtungen in Weiß und Grau und mit nur wenigen Farbakzenten als zeitgemäß galten, ist nun seit einiger Zeit ein Umschwung sichtbar. Die Raufasertapeten werden wieder öfter farbig

Die Wohnungseinrichtungen werden wieder farbiger, die Floristik sollte sich dem neuen Stilempfinden anpassen. Die Zeiten bleiben unruhig, die Menschen sehnen sich nach (optischen) Ruhepolen von einer gewissen Einfachheit. Sarah Hasenhündl, deutsche Vizemeisterin der Floristen 2016, hat diese Tendenzen aufgegriffen und Werkstücke aus weitgehend einer Blumensorte und einer Farbe kreiert. Ein Hauptmerkmal: Viele, viele Blumen und kein Beiwerk.



gestrichen – und sei es nur eine Wand. Strukturtapeten mit Mustern, lange verpönt, sind nun plötzlich wieder modern – und sei es nur eine Tapeten-Bahn. Die Möbel sind wieder rund und klein – und viele kräftig farbig. Dekorative getrocknete Elemente, die lange in Vergessenheit geraten waren, tauchen wieder auf. Etwa Gräser, gerne auch schrill gefärbt.

In solch einem farbintensiven Ambiente kann natürlich ein bunter Strauß untergehen, seine Eigenschaft als Hingucker verlieren. Gewinnen wird dann eine Floristik, die im Kontrast zu der Farbvielfalt der Wohnumgebung steht. Also: Eine Farbe, eine Blumensorte, kein oder kaum Beiwerk.

„Ein farblich eher schlicht gehaltene Gestaltung wirkt oft gegenüber einer Vielfarbigkeit sehr edel“, ist Sarah Hasenhündl überzeugt. Diese Meinung können sicher viele unterschreiben, die sich mit

Hochzeitsfloristik intensiv beschäftigen. Auch in diesem Segment gibt es bekanntlich viele Mono-Gestaltungen, etwa in einem strahlenden Weiß oder einem kräftigen Rot.

Ein weiterer Aspekt spricht dafür, dass sich Mono-Gestaltungen zukünftig in der Floristik mehr Raum erkämpfen werden. In unruhigen Zeiten wünschen sich die Menschen Ruhepole, auch und ganz besonders in ihrem unmittelbaren Wohnumfeld. Man muss kein Prophet sein, um zu sagen: Die unruhigen Corona-Zeiten sind noch lange nicht vorbei. Selbst wenn die Infektionszahlen auf ein scheinbar verträgliches Niveau gedrückt werden, wenn Impfstoffe mehr Sicherheit geben, wenn das Alltagsleben wieder in gewohnten Bahnen verläuft – eine unterschwellige Verunsicherung wird bei vielen Menschen zunächst einmal bleiben. Und damit auch der Wunsch nach Dingen, die weniger aufregend sind – aber trotzdem schön.



Dieser Stehstrauß aus Gerstenhirse wurde im Kurpark von Bad Herrenalb fotografiert. Farblich nimmt er das Faible der Verbraucher für Grün auf. Das Werkstück ist recht kompakt gearbeitet, wirkt aber zugleich luftig. Schon ein leichter Windhauch bringt die Gerstenhirse in Schwingungen, was den naturhaften Charakter noch einmal betont.

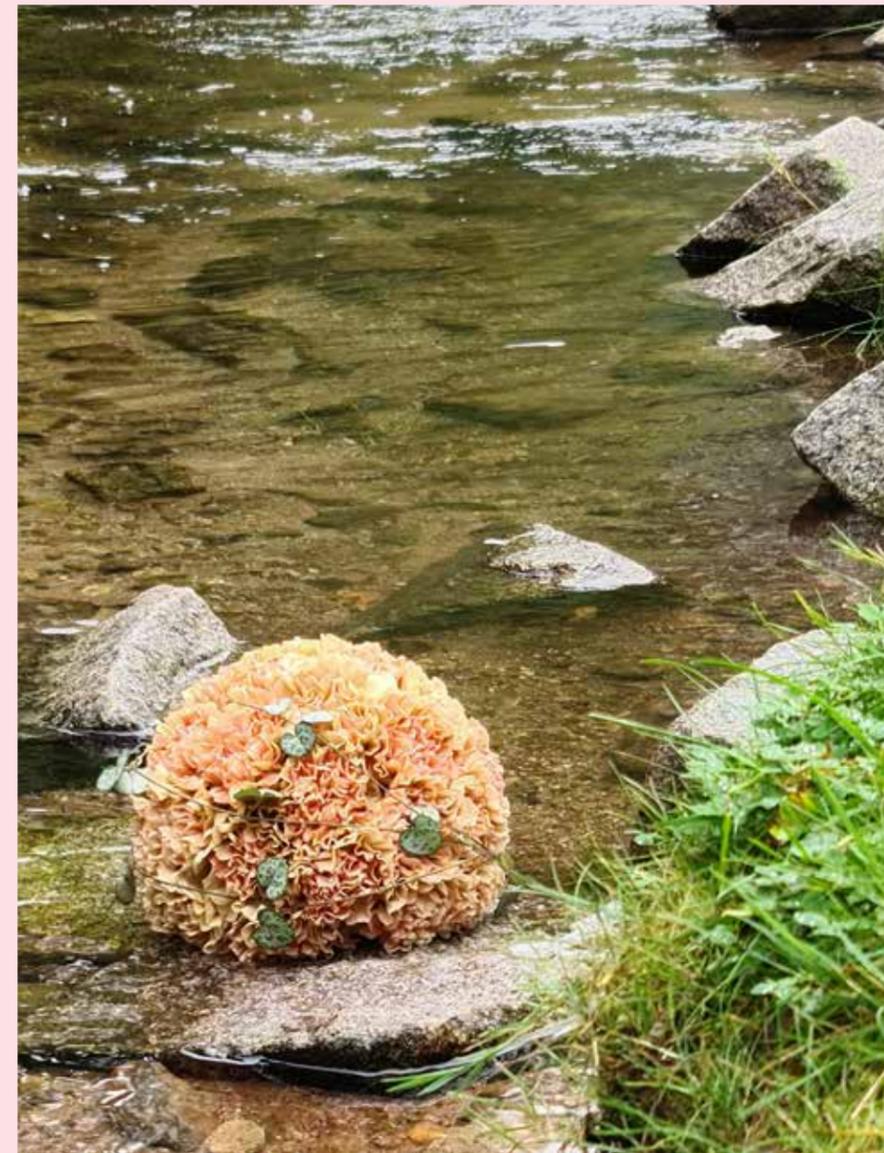


Verarbeitet wurden für diesen Halbkranz Freiland-Hortensien aus regionaler Produktion, einziges Accessoire sind einige Bänder. Die Blüten wurden mit Wickeldraht an einem Metallring von etwa einem Meter Durchmesser befestigt. Der Kranz wurde als Raumschmuck verkauft und hing auch noch lange Zeit, als die Blüten längst eingetrocknet waren.

Viele, viele Blumen: Für diesen weißen Kranz mit einem Durchmesser von etwa 35 Zentimetern wurden auf einer Oasis-Basis kleinblütige Hortensien verarbeitet. Das leuchtende Weiß steht im Kontrast zu der groben Haptik des Baumstamms. Ein spannender Gegensatz, der sich auch in einem Blumenfachgeschäft darstellen lässt. Das Werkstück war Teil einer Ladendekoration.



Dieser Stehstrauß aus Skabiosen wirkt in seinem Umfeld auf dem Foto imposant, er hat aber gerade einmal eine Höhe von 20 Zentimetern. Ein mit Silberdraht umwickelter Metallring gibt den Stielen der Skabiosen den notwendigen Halt. Im Umfeld eines Blumenfachgeschäftes sollte man solchen Werkstücken ausreichend Platz zubilligen, damit die skurrilen Blüten ihre Wirkung entfalten können.



Auch hier, viele, viele Blumen. Die Nelken wurden kompakt gesteckt, auch im unteren, nicht sichtbaren Bereich. Die Oasis-Kugel hat einen Durchmesser von etwa 25 Zentimetern. Nur wenige Ceropogia-Blättchen umwinden die Nelkenkugel, dadurch erhält die Arbeit einen verspielten Charakter. Die Arbeitszeit betrug 20 Minuten, die Haltbarkeit lag bei etwa zwei Wochen.



Tulpenmanie

Vom Jahresbeginn bis hin zum Osterfest gelten Tulpen als Frühlingsboten per se, keine andere Blume wird so sehr mit Holland in Verbindung gebracht. Was stimmt – und doch wieder auch nicht. Im Rahmen des „story telling“ kann man den Kunden viel über Tulpen erzählen, was dieses Massenprodukt aufwerten könnte. Einige Beispiele:

Die Tulpe stammt ursprünglich aus der heutigen Türkei, ihr Siegeszug in die Gärten und Wohnstuben Europas begann Mitte des 16. Jahrhunderts.



Im 17. Jahrhundert erfasste eine regelrechte Tulpenmanie die Niederlande. Eine Zwiebel der damals begehrten „Semper Augustus“ wurde 1623 für 1.000 Gulden gehandelt – bei einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von 150 Gulden. In Holland wurde 1637 der Handel mit den Zwiebeln verboten. Es folgte eine Wirtschaftskrise, sie gilt heute als der erste Börsencrash in der Geschichte. Der osmanische Sultan Ahmed III ließ jedes Jahr tausende Tulpen pflanzen. Er importierte auch Zwiebeln aus Holland und gab Unsummen dafür aus. Dadurch geriet der Haushalt des osmanischen Reiches in Schieflage, der Sultan wurde abgesetzt.

Ob in Türpfosten alter Bauernhäuser geschnitzt, als Motiv der berühmten Izmir-Kacheln oder als Sujet von Stillleben – die Tulpe ist das wohl verbreitetste Blütenmotiv in Kunst und Kunsthandwerk. Paul Gerhardt textete in seinem 1653 veröffentlichten und heute noch gesungenem Kirchenlied: „Narzissus und die Tulipan, die ziehen sich viel schöner an, als Solomons Seide.“

Frühlingsblüher als Gegengift

Im vergangenen Jahr litt die Frühlingsblüher-Saison unter dem ersten Corona-Lockdown. Nun haben die Menschen ein komplettes Jahr mit vielen Unsicherheiten und auch Ängsten hinter sich. Sie sehnen sich nach Zuversicht – die nichts anderes so deutlich symbolisiert wie die kräftigen, optimistisch stimmenden Farben der Frühlingsblüher.

„Es hat uns nicht voll getroffen, unterm Strich kann man sagen, dass wir die Saison mit einigen Abstrichen noch gut über die Bühne bekommen haben.“ Eine gewisse Gelassenheit spricht aus dieser Aussage von Frank Mildnerberger, die sich auf eine Situation bezieht, die im Gartenbau eine Schockwelle auslöste und sicher als ein Markstein in die Geschichte der Branche eingehen wird.

Als im März des vergangenen Jahres im ersten Lockdown die Geschäfte schließen mussten oder nur noch mit deutlichen Einschränkungen öffnen durften, hatten die Erzeuger von Frühlingsblüher ihre Produkte gerade am Start. Viele mussten ihre Violett-, Bellis oder Myosotis vernichten, bei weitem nicht alle kamen wie Frank Mildnerberger mit einem blauen Auge davon. Und nun, nach nahezu einem Jahr, stellt sich natürlich die Frage: Wie wird die diesjährige Frühlingsblüher-Saison?

Frank Mildnerberger, der mit seinem Vater Klaus 15.000 Quadratmeter unter Glas bewirtschaftet, hat „in ähnlichem Umfang wie 2020“ Violett-, Bellis und Myosotis

produziert. Er erwartet für die kommende Saison „keine großen Steigerungen“ – aber eben auch keine durch die Corona-Pandemie ausgelöste Verbraucher-Zurückhaltung. Nach seiner Einschätzung hängt bezüglich des Saisonverlaufs „eh alles vom Wetter ab.“

Die Verbraucher seien wetterfühlicher geworden. „Bei Regen oder Schnee geht gar nichts“, lautet die Erfahrung des Karlsruher BGM-Anbieters. Im Gegensatz zu früher „gucken die Leute heute ständig auf ihre Wetter-Apps. Wenn dort schlechtes Wetter angekündigt wird, beeinflusst sie das schon Tage vorher.“ Nur die Friedhofsgärtner, an die etwa die Hälfte seiner Produktion geht, seien von diesen Vorhersagen aus der digitalen Welt eher unbeeindruckt.

GELB RÜCKLÄUFIG, SORTIMENT VIELFÄLTIGER

Aber auch die Friedhofsbepflanzungen mit Frühlingsblüher unterliegen Veränderungen. Insgesamt seit die Farbe Gelb „leicht rückläufig“, im privaten Bereich wie auf

dem Friedhof würden nun „Bepflanzungen mit zehn, sogar fünfzehn Farben“ bevorzugt. Ebenfalls rückläufig seien „große Violett-, die haben in den vergangenen zehn Jahren rund ein Drittel an Nachfrage eingebüßt.“ Wenig Veränderungen gibt es im Gartenbaubetrieb Mildnerberger bei den Topfgrößen, produziert wird im 9er Topf, Hornveilchen auch im 12er Topf.

Das Sortiment an Frühlingsblüher sei in den vergangenen Jahren „deutlich vielfältiger“ geworden. Das sei Segen und Fluch zugleich. Segen, weil ein breiteres Sortiment für die Verbraucher die Attraktivität der Frühlingsblüher erhöht. Fluch, weil Erzeuger „bestimmte Stückzahlen benötigen“, um überhaupt betriebswirtschaftlich sinnvoll produzieren zu können. Eine gewisse Menge ist auch für die Präsentation im Pflanzeneinzelhandel notwendig. Wer von einer Sorte oder Farbe nur vereinzelte Produkte anbietet, der kann die Konsumenten nicht beeindrucken, sie wollen Massen sehen (auch wenn sie keine Massen kaufen).

In diesem Konsumverhalten liegt einer der Gründe, warum kleinere Blumenfachgeschäfte sich immer mehr von einem ausgeprägten Pflanzenangebot verabschiedet haben. „Nicht wenige Fachgeschäfte haben schlicht zu wenig Fläche, um ein mengenmäßig attraktives Pflanzenangebot präsentieren zu können“, ist Frank Mildnerberger überzeugt. Auch wenn im

Outdoor-Bereich vor dem Geschäft eine Präsentationsmöglichkeit besteht, so müssen die Frühlingsblüher ja doch zum Feierabend wieder eingeräumt werden. In nicht wenigen Blumenfachgeschäften gibt es die Möglichkeit nicht – oder der Arbeitsaufwand wird gescheut. Hinzu kommt: Frühlingsblüher liegen finanziell eher im unteren Bereich, man muss schon eine Menge verkaufen, damit sich der Aufwand lohnt.

PRÄDESTINIERT FÜR REGIONALEN ANBAU

Auch wenn die Situation für den Blumenfachhandel nicht einfach ist, so muss doch an Lösungsmöglichkeiten gearbeitet werden. Es sollte verhindert werden, dass der Blumenfachhandel ganze Produktgruppen an den Systemhandel verliert. Denn neben den monetären Verlusten passiert ja folgendes: Die Konsumenten kaufen Massenware (die oft genug ewig lange Transportwege hinter sich hat) in Baumärkten oder bei Discountern – und sind danach aufgrund der minderen Qualität enttäuscht. Dann wird nicht mehr differenziert, die Enttäuschung wird auf alle Produkte aus diesem Segment übertragen.

Frank Mildnerberger weist zu Recht darauf hin, dass etwa Violett „nicht lange in Kisten lagerfähig und lange Transportwege schädlich sind.“ Frühlingsblüher sind, wenn es um Qualitätsstandards geht,

prädestiniert für den regionalen Anbau. Es dürfte sich also lohnen, zu kommunizieren: Diese Pflanzen sind „von Hier“. Zumal bekanntlich in Baden-Württemberg seit dem vergangenen Jahr eine Kampagne läuft, die für regional erzeugte Produkte wirbt.

Zudem: In der Corona-Krise hat sich gezeigt, dass viele Verbraucher die „buy local“ Idee unterstützen. Gleichzeitig hat die Wertschätzung, die Pflanzen und Blumen entgegengebracht wird, deutlich zugenommen. Was dazu geführt hat, dass die leichten Preiserhöhungen von den Konsumenten klaglos akzeptiert wurden. Es ergibt sich also die Kette: Die Verbraucher haben eine neue Lust auf Pflanzen entwickelt; sie wünschen sich Qualitätsprodukte, die bei Frühlingsblüher eine regionale Produktion voraussetzen; sie bevorzugen zunehmend kleine, lokale Anbieter; sie haben auch kein Problem damit, etwas höhere Preise zu bezahlen. Will man mehr?

Nicht vergessen sollte man zudem: Wenn Ende Februar die Saison der Frühlingsblüher beginnt, haben die Menschen nicht nur einen grauen Winter hinter sich, sondern ein ganzes Jahr mit Einschränkungen, Verboten, einer gewissen Form von Hausarrest und gefühlten oder wirklichen Depressionen. Für all diese Misslichkeiten gibt es kein wirksameres Gegengift, als die intensiven, optimistisch stimmenden Farben der Frühlingsblüher.

Frische-Kick: Gemüsepflanzen bieten Vielfalt

Im Hochbeet, in Balkonkästen und Kübeln – Snackgemüse oder Kombi-Bepflanzungen mit schmackhaftem Gemüse und blühenden Beet- und Balkonpflanzen sind beim Kunden sehr beliebt und bieten spätestens seit dem vergangenen Sommer vielerorts einen Frische-Kick für die heimische Küche. Bei den Genusspflanzen stehen Tomaten- und Gurken-Pflanzen in Sachen Beliebtheit ganz oben auf der Einkaufsliste, am liebsten aus regionaler Anzucht.

Aber auch Paprika, Zucchini, Auberginen, Melonen oder Erbsen bieten aromatische und gesunde Früchte, zur direkten Ernte ohne große Transportwege. Für dieses Snackgemüse will der Kunde nicht umständlich selbst aussäen, sondern pflanzt am liebsten aus vorgezogenen Anzuchttopfen. Der Ernteerfolg ist damit garantiert. Interessant kann auch die Beratung hinsichtlich essbarer Zierpflanzenblüten sein – zum Genuss und fürs Auge.

Für platzsparende Gefäße am Balkon oder für Kübel und Hochbeete haben die Züchter jede Menge interessante Genetik in ihrem Sortiment zu bieten.

Tomaten: Die Cherry-Tomaten Funnyplums (Graines Voltz)¹ zeigen ihre Blüten und Früchte über dem Laub, ähnlich wie ein Schirm. Das Laub ist sehr hitzetolerant, die zahlreichen aromatischen Früchte reifen in vier Farben und lassen sich einfach ernten. Ideal zum Naschen ist auch die Tomatensorte 'Solena Choco' (Volmary) mit allen Vorzügen der bekannten Solena-Sorten, die mit braunroten, aromatischen Cherry-Früchten punktet. Die robuste Fleischtomate 'Buffalosun' (Nebelung)² zeigt sich mit marmoriertem Fruchtfleisch. Ihre auffälligen Früchte erscheinen mit gelber Schale, die zum Reifezeitpunkt



*1



*2



*3



*4



*6

mit einer rötlichen Flammenfärbung gezeichnet ist. Die großen, wohlschmeckenden Früchte bringen ein stattliches Fruchtgewicht von 500 bis 700 g auf die Waage.

Paprika: Eine ausgefallene Fruchtform zeigt sich bei 'Mad Hatter'³. Die Paprikafrüchte reifen in einer Glockenform heran. Die Sperli-Sorte wächst robust und bevorzugt beim Kunden einen sonnigen, windgeschützten Platz. Gestreift wachsen auch Paprikafrüchte heran, etwa bei der neuen Sorte 'Candy Cane Red' (Graines Voltz)⁴, geeignet für große Töpfe oder das Beet. Neben buntem Laub bildet sie gestreifte grün-/rote 9-10cm lange Früchte mit weichem Fruchtfleisch aus.

Aubergine: Selbstbefruchtend wächst die neue Aubergine 'Galine' (Sperli) im Freien oder im Hobby-Gewächshaus und produziert glänzend schwarz-violette Früchte. Diese werden 15 bis 20 cm lang, wogegen die Pflanze bis zu 1,5 Meter hoch werden kann. Die Mini-Aubergine 'Jackpot' (Kientzler)⁵ eignet sich dagegen für große Kübel und bildet nach einer attraktiven weißen Blüte ab Mitte Juli kleine dunkelvioletten Früchte aus. Die Pflanze wächst buschig und ist den ganzen Sommer über sehr ertragreich.

Mangold: Wie ihr Name schon verrät, wächst die Mangold-Sorte 'Bright Lights' (Kientzler)⁶ mit stark leuchtenden Stielen in Gelb, Orange und Rottönen und wird zum Hingucker im Beet oder Kübel. Leuchtend weiß sind die Stiele bei der neuen 'White Silver/Brillant' (Bingenheimer Saatgut) die einen Kontrast zu ihren dunkelgrünen Blättern darstellen. Die robuste Sorte wächst kräftig und bietet eine gute Füllung im Inneren der Rosette. (teba)



*5

Die Ende des vergangenen Jahres vorgelegte Jugendstudie des Heidelberger Sinus-Instituts umfasst über 600 Seiten und gilt damit als fundierteste Analyse in diesem Bereich.

An dieser Stelle fassen wir einige der wesentlichen Ergebnisse zusammen.

Ernsthaft und pragmatisch

Die Befürchtungen der Jugendlichen (14- bis 17-jährige) bezüglich ihrer Zukunft haben zugenommen. Dafür gibt es generelle Faktoren wie den Klimawandel und die Migration. Angst macht aber ebenfalls die Corona-Pandemie – weil erkannt wurde, dass sich das eigene Leben schnell ändern kann und zudem Arbeitslosigkeit und Rezession wieder eine Rolle spielen können. In diesen Zusammenhängen ist es nicht verwunderlich, dass viele populäre Pop-Songs, die diese Altersgruppe hört, so düster sind und von Ängsten und Depressionen sprechen.

Bei den Jugendlichen stehen traditionelle Werte sehr hoch im Kurs, diese Entwicklung lässt sich schon seit einigen Jahren beobachten. Familie und Heimat sind entscheidende Grundlagen, ebenso die Gesundheitsfragen – was durch die Corona-Pandemie sicher noch verstärkt wurde. Demgegenüber hat der Wunsch nach möglichst uneingeschränktem Konsum abgenommen, Spaß und Glamour spielen bei weitem nicht mehr die Rolle wie noch vor einigen Jahren. Die Jugendlichen suchen ein „normales“ Leben, in dem Freundschaften eine wesentliche Rolle spielen.

Wie sollte es anders sein: Bildungsferne Gruppen blicken pessimistischer auf ihre Zukunft als junge Leute mit einer guten Ausbildung. Die blicken aber sehr beängstigt auf den Klimawandel. Die Fridays-for-Future-Bewegung hat über alle Altersstufen hinweg eine große Bedeutung. Generell gilt aber, dass die untersuchte Altersgruppe sich nicht gerne anstrengen möchte und auch keine allzu großen Ambitionen hat.

Wie in der Elterngeneration wird der zunehmende Leistungsdruck bemängelt, ebenso ein Zeitmangel. Insgesamt ist



#371501626

nicht mehr allzu viel von der früher so oft beschriebenen Aufbruchstimmung junger Menschen übriggeblieben. Die „Ich-will-Spaß“ Mentalität ist kaum mehr spürbar. Demgegenüber werden Lebenswege in „geordneten Bahnen“ angestrebt. Das Leben, die eigenen Möglichkeiten, werden ernsthaft, realistisch und pragmatisch betrachtet.

Ganz oben auf der Wunschliste steht, dass das Privatleben und der Beruf gut zu vereinbaren sind. Eine sinnvolle Tätigkeit ist der Mehrheit wichtig, wenngleich dieser Wunsch bei bildungsfernen Gruppen nicht so ausgeprägt ist. Selbstverwirklichung im Beruf, die Möglichkeit, die eigenen Fähigkeiten zu entfalten, bleibt für die überwiegende Mehrheit ein primäres Ziel.

In der Sinus-Studie werden die Befragten in sieben „Lebenswelten“ eingeteilt. Die größte Gruppe wird als „Adaptiv-Pragmatisch“ bezeichnet. Sie zeichnet sich durch eine hohe Anpassungsbereitschaft aus und wird als „moderner leistungs- und familienorientierter Mainstream“ beschrieben.

Kaum ein Zufall dürfte es sein, dass grundlegende Werte der Jugendlichen (etwa Freundschaft, Familien, intakte Umwelt) auch in den Trendprognosen des Blumenbüros genannt werden. Dort werden als übergeordnete Aspekte „Natur und Menschlichkeit“ genannt.

IMPRESSUM

Herausgeber:
Blumengroßmarkt Karlsruhe e. G.
Am Großmarkt 10, 76137 Karlsruhe
Grafik: zink und vipotnik, Karlsruhe,
Redaktion: Martin Hein, Hamburg
Text: S. 6-7, 14 Therese Backhaus-Cysyk (teba)

Bildnachweise:
S. 1, 8-11 Sahra Hasenhündl, S.2-3 Bachmann,
S.3 Wagenhan, S. 4, Götz, S. 5 Ting Chen,
S. 6-7, 14 Herstellerfotos, S. 12-13 Mildnerberger,
S. 13 Blumenbüro Holland, S.15 Mirko Vitali,
S. 16 Alexander von Halem (CC BY-NC-SA 2.0)
Herstellung und Druck: printworld



Bienenaktion läuft weiter

Wie in den vergangenen zwei Jahren plant der Blumengroßmarkt Karlsruhe auch für 2021 die Verteilaktion mit Samentütchen weiterzuführen. Schwerpunkt werden dann wieder die Wochenmärkte sein, denn insbesondere dort war die Verbraucheraktion sehr erfolgreich. 20.000 Samentütchen wurden im Jahr 2020 verteilt. Wobei das Umweltamt Wert darauf legt, dass das Saatgut aus heimischen Arten besteht. Beginnen wird die Aktion im Frühjahr, interessierte Wochenmarkthändler und Inhaber von Blumenfachgeschäften oder Garten-Center können dann Samentütchen über den BGM Karlsruhe beziehen. Kostenlos!



Frühjahrsbörse geplant

Die traditionell vom Gartenbauverband in Baden-Württemberg geplante Frühjahrsbörse auf dem Blumengroßmarkt Karlsruhe ist terminiert. Vorgesehen ist der 28. März, der Sonntag genau eine Woche vor Ostern. Die grundsätzlichen Planungen laufen, doch wird die Entwicklung der Corona-Pandemie letztendlich darüber entscheiden, ob die Planungen dann auch in die Realität umgesetzt werden können.

Für den Blumenfacheinzelhandel wäre der Termin ideal, denn wenn keine größeren Katastrophen passieren, werden viele Verbraucher die Osterzeit nutzen, um Garten, Terrassen und Balkone neu zu bepflanzen. Das Ostergeschäft im vergangenen Jahr verlief optimal – und es ist damit zu rechnen, dass auch in diesem Jahr die sonst übliche Reisewelle ausbleibt. Sobald nähere Einzelheiten zur Durchführung der Frühjahrsbörse feststehen, werden die Kunden des BGM Karlsruhe darüber informiert.

Robinie schmeckt den Bienen

„Wir überlegen, ob und wie Robinien mit in die Bienen-Aktion einbezogen werden können“, erklärt der BGM-Geschäftsführer Felix Glück. Er spricht damit einen Aspekt an, der zeigt, dass die Natur es den Menschen nicht immer einfach macht, aktiven Umwelt- und Klimaschutz zu betreiben. Denn einerseits gelten Robinien als Hoffnungsträger in Fragen des Klimawandels, da sie auch gut auf kargen Böden gedeihen. Zudem sind die traubenförmigen weißen Blüten des ursprünglich aus Nordamerika stammenden Baums ein wahrer Festschmaus für Bienen.

Andererseits stehen die im Jahr 2020 zum Baum des Jahres erkorenen Robinien auf der Liste der invasiven Baumarten. Die an den Wurzeln lebenden Bakterien fixieren den Stickstoff. Pflanzen, die nur auf stickstoffarmen Böden gedeihen, können durchaus im Umfeld von Robinien eingehen. Auch ist die Rinde für Mensch und Tier (Wiederkäuer) giftig. Robinien dürfen daher nur mit Genehmigung gepflanzt werden. Als Allee-Baum ist die im Mai und Juni blühende Robine aber höchst attraktiv. Auch das Holz gilt, etwa für Gartenmöbel, als eine gute Alternative für Tropenhölzer.

