bzg aktuell

Ausgabe 4/2020

Journal des Frankfurter Blumengroßmarktes für Kunden und Geschäftsfreunde

Titelbild und Fotos: jm/bzg, unplash

Editorial

Liebe Kundinnen und Kunden,

kaum ist die Uhr umgestellt, verändern sich auch die Zeiten des Tageslichts und wir nähern uns emotional der Lichter- und Adventszeit – eigentlich nichts Besonderes. Doch selbst das ist in diesem Jahr anders. Denn Adventausstellungen mussten überdacht, neu konzipiert und anders umgesetzt werden. Erfreulicherweise hat jeder dabei seinen Weg gefunden. Und genau das fasziniert mich an dieser Branche so sehr: diese unglaubliche Kreativität! Zu dieser möchte ich Sie beglückwünschen und Sie ermutigen Ihren Weg weiter, gemeinsam mit uns als starken Partner an Ihrer Seite, zu gehen.

Im Innenteil des Heftes lesen Sie von einem Jubilar. Ein Mann, der seit 30 Jahren für den bzg aktiv ist. Bestimmt kennen Sie ihn und hatten vielleicht auch schon mit ihm zu tun. Unser Herr Butzbach ist gemeint. In kleinerer Runde konnten wir sein 30-jähriges Dienstjubiläum gemeinsam mit ihm feiern. Ein schöner Anlass, den es so heutzutage wohl nicht mehr allzu oft zu feiern gibt. Das Gespräch mit ihm lesen Sie auf Seite 6.

Dass es am Großmarkt (Trauer-)Schleifen geben muss, steht außer Frage. Die Ankündigung, dass sich der bisherige Anbieter ganz aus diesem Segment zurückziehen wird, löste sofort die Frage aus, wie es damit weitergehen wird. Die gute Nachricht: Es geht weiter! Genaueres dazu lesen Sie auf Seite 7.

Wir wünschen Ihnen ein starkes Advents- und Weihnachtsgeschäft und aber vor allem, dass Sie gesund bleiben!

Herzliche Grüße Ihr

Michael Schoser
Geschäftsführender Vorstand

Auch im Jahr 2020 gibt es einen Adventskalender, sogar mit Zusatzverlosung

Auch im Jahr 2020 möchte Ihnen die Marktgemeinschaft unserer bzg-Anbieter mit einem Adventskalender zum Jahresausklang eine Freude bereiten. Gemeinsam mit Ihnen haben wir das schwierige Jahr in weiten Teilen erfolgreich gemeistert. Deshalb möchten wir uns mit dem Adventskalender und einer Zusatzverlosung am Ende der Adventszeit bei Ihnen für Ihre Treue bedanken. Machen Sie mit, kommen Sie täglich, rein um zu gewinnen!

So geht's:

An jedem Verkaufstag steckt ein Anbieter des Blumengroßmarktes hinter einem Türchen des bzg-Adventskalenders und stellt an diesem Tag aus seinem Sortiment den Tagesgewinn. Den bzg-Adventskalender finden Sie im Gang Mitte.

Dort erfahren Sie an jedem Morgen eines Verkaufstages bei welchem Anbieter an diesem Tag das Türchen aufgeht. Am Stand des Anbieters erhalten Sie Ihre Teilnahmekarte. Diese füllen Sie bitte vollständig aus und stecken sie in die ebenfalls am Stand befindende Losbox.

Die Ziehung erfolgt täglich direkt nach Marktschluss. Wenn Sie gewonnen haben, dann erhalten Sie direkt am selben Tag eine Mitteilung. Wir sagen herzlichen Glückwunsch und Ihren Gewinn holen Sie beim Anbieter binnen drei Tagen ab. Danach erlischt der Anspruch.

Zusätzlich gibt es in diesem Jahr am Ende der Adventzeit eine Sonderverlosung unter allen Teilnehmern. Alle abgegebenen Teilnahmekarten kommen in den Los Topf und zu gewinnen gibt es drei Einkaufsgutscheine des bzg im Gesamtwert von 500,– € (1. Platz 250,– €, 2. Platz 150,– €, 3. Platz 100,– €).

Kommen, mitmachen und gewinnen! Der bzg wünscht Ihnen viel Freude und Erfolg! bzg

Die Hochblätter der Poinsettiensorte 'Christmas Mouse' erinnern an Mauseohren

Fotos: jm/bzg, Pippert Gartenbau

Die Poinsettien-Saison hat begonnen

Vier Poinsettien-Anbieter auf dem bzg erzählen, worauf Sie und ihre Kunden sich in dieser Saison freuen können:

„Die Poinsettiensorte 'Christmas Mouse' vom Stuttgarter Züchter Selecta one habe ich in diesem Jahr in meinem Betrieb in Offenbach etwas ausgebaut", berichtet Holger Conrad. An seinem bzg-Stand in Gang 5 Nord, bietet er die Sorte mit den runden Hochblättern, die tatsächlich an Mauseohren erinnern, in diesem Jahr auch in den Größen T17 und T23 an. Aber er hat auch Poinsettien-Sorten von den Züchtern Syngenta und Dümmen Orange im Angebot. „Meine Vielfalt macht das Sortiment aus. Generell biete ich Poinsettien-Eintrieber im 6cm-Topf, Mehrtrieber im 7cm-Topf, Midis im 10er- und auch 9er-Topf, Standard-Ware im T13 und auch T12, Grosspflanzen im 17er-, 20er- und 23er-Topf. Als Einkaufstipp zeigt Conrad auf: „Die Floristen sollten wie immer auf gute Qualität achten und nicht primär auf den Preis, denn der sortimentsfremde Handel wird immer billiger sein als das gut geführte Blumengeschäft. Daher sollte man sich beim Kunden wenigstens mit spürbar besserer Qualität und Sortiment absetzen."

„Das Poinsettien-Angebot aus meinem Betrieb in Friedberg hat sich in den vergangenen Jahren kaum verändert", berichtet Burkard Höfler, der am bzg in Gang 6 Süd sein Weihnachtsstern-Sortiment anbietet. „Sonderformen, wie große Büsche, Stämmchen und Pyramiden werden aktuell etwas stärker nachgefragt. Das große Farbspektrum führt nicht zur Verdrängung der roten Farbe. Auch eine höhere Stückzahl kann durch das mehr an Farben nicht verkauft werden. Die Prinzettias haben ihren eigenen Marktanteil, zeitlich vor den Poinsettien, sie werden seit Mitte Oktober bereits verkauft," weiß Höfler. Die eigentliche Nachfrage nach Poinsettien auf dem bzg beginnt ab Anfang bis Mitte November. Bei den Sondersorten hat sich nur die Sorte 'Winter Rose' als Schnitt-Poinsettie einen Marktanteil. Diese Sorte wird neben anderen auch bei Einstieler-Minis im 5 cm-Topf verwendet. Höfler bietet auf dem bzg in Frankfurt vom 5 cm-Topf bis 13 cm-Topf alle Topfgrößen an.

Pippert Gartenbau (Bad Homburg) hat die Poinsettien-Kultur neu in seinen Kulturplan aufgenommen. „Aufgrund unser Holzhackschnitzelheizung haben wir die Möglichkeit, günstiger und CO_2-neutral zu heizen", erklärt Christian Pippert, das spielte auch bei den Überlegungen, Poinsettien zu produzieren, eine Rolle. Außerdem sei die Kultur auch für die ausgebildeten Gärtner im Betrieb eine neue Herausforderung. Ihre Expertise sei vor allem bei der Kultur von Ampeln und Hochstämmchen wichtig. „Auch für unsere beiden Azubis ist die Kultur interessant", sieht Christian Pippert. Alexandra Pippert stellt das neue Sortiment vor: „Wir bieten Poinsettien in den Topfgrößen T10,5 und T13 an, darüber hinaus Ampeln und Stämmchen. Die Sorte 'Winterose' gibt es zur Verwendung als Schnittblume." Eine Besonderheit bei den Topfgrößen T10,5 und T13: „Wir verwenden seit diesem Jahr den Pflanztopf PCR Recyclable, der zu 100 Prozent recyclingfähig ist." Für diese Pflanztöpfe wird in der Herstellung PCR-Kunststoff verwendet, dessen Material aus Abfällen stammt, die im europäischen Ausland und zum Teil auch in Deutschland entsorgt wurden. Als Einkaufstipp sagt Alexandra Pippert: „Unsere Kunden sollten auf stabile und feste Pflanzen achten" und ergänzt: „Die Winterrose ist eine sehr interessante Schnittblume, der man mehr Beachtung schenken sollte. Sie hat eine sehr lange Haltbarkeit. Im Hinblick auf die coronabedingten Probleme, die es bei der Einfuhr von Schnittblumen und deren Preisentwicklung, sowie Haltbarkeit geben kann, ist es sicher interessant für viele FloristInnen, hier über den Tellerrand zu schauen und sich den regionalen Pflanzen auch im Winter zu zuwenden."

Am Stand von Gartenbau Völker (Mainhausen) in Gang 8 Süd finden bzg-Kunden eine breite Auswahl an Poinsettien in den Größen 8er-Topf Mini verzweigt, 12er-Topf verzweigt, 13er-Topf verzweigt, sowie Container im 23er-Topf. „Neben der Auswahl verschiedenster Größen bieten wir auch alle in verschiedenen Farben an", zeigt Peter Völker auf und spricht den Floristen Mut zu, in den nächsten Wochen in ihren Geschäften auch eine breite Auswahl an Weihnachtssternen zu präsentieren. „Die Kunden müssen zuhause bleiben und werden dieses Jahr sicher mehr Wert auf ein weihnachtlich geschmücktes Heim legen." teba

Fotos: links: To Kühne, rechts: Steffen Matthes, Blumenbar

Blumenbar

Modernes trifft Altes – Blütenreiches trifft Stylisches, so könnte man den Eindruck zusammenfassen, den der Kunde gewinnt, wenn er die Blumenbar in der Eckenheimer Landstrasse in Frankfurt besucht.

Manchmal ist Nicola Dworok mit ihren Ideen einen Schritt voraus. „Aber als Trendsetter möchte ich mich nicht bezeichnen“, erzählt sie lachend. „Ich liebe naturnahe luftige Sträuße und bunte Blütenkränze. Seit längerer Zeit arbeiten wir auch viel mit getrockneten Blüten und Materialien. Das gefällt auch meinen Kunden sehr gut“, beobachtet die engagierte Floristmeisterin, die ihr Handwerk an der Meisterschule in Gelsenkirchen bei Ursula Wegener verfeinert hat, die ihren Schülern viel Freiraum für experimentelle Darstellungen ließ, erinnert sich Nicola Dworok. „Während ich in verschiedenen Fachgeschäften gearbeitet habe, reifte immer mehr der Wunsch, mich selbstständig zu machen.“ 2004 war es soweit. Mittlerweile arbeitet sie in einem sechsköpfigen Team in der Blumenbar: „Ich habe drei festangestellte Floristinnen und zwei Aushilfen.“

Die Blumenbar an der Eckenheimer Landstrasse liegt mitten in einem Wohngebiet. „Es gibt Restaurants und Cafés in der Umgebung, U-Bahn und Bus-Haltestellen, aber wir liegen nicht an einer klassischen Einkaufsstraße“, zeigt Nicola Dworok auf. „Daher haben wir relativ viele Stammkunden. Die, so freut sie sich, haben uns auch in diesem Jahr während der Coronapandemie sehr unterstützt. Eine kontaktlose Lieferung und Abholung funktionierten reibungslos. Sogar Kunden, die eigentlich schon gar nicht mehr in der Nähe wohnen, kommen immer noch zur Blumenbar, um florale Werkstücke einzukaufen.

„In unserem rund 70 Quadratmeter großen Laden – mit 30 Quadratmeter Verkaufsfläche – arbeiten wir sehr saisonal. Dabei verbinde ich sehr gerne Altes mit Neuem“, erzählt Nicola Dworok. „Manchmal ist es schrill und bunt, aber immer stilvoll mit einem Augenzwinkern.“

Blumenbar
Eckenheimer Landstraße 74
60318 Frankfurt
Inhaberin: Nicola Dworok
Telefon: 0 69/59 79 59 65
E-Mail: blumen@blumenbar.net
Internet: www.blumenbar.net
Öffnungszeiten:
Montagvormittag nur auf Vorbestellung
Dienstag – Freitag: 9:00 – 18:30 Uhr
Samstag 9:00 – 14:00 Uhr

Fotos: v.l.n.r. Goethehaus Frankfurt, Blumenbar

Ungewöhnliche florale Kunststücke – ganz naturnah

So erklärt sich von selbst, dass die Floristmeisterin gerne auf Flohmärken umherstreift und mit geschultem Kennerblick gleich sieht, welche Exponate sich für ihre Blumenbar eignen. So wird schon mal ein alter Puppenkopf zum Gefäß für ein duftiges Blütengesteck oder ein ausgedienter Emailletopf erhält eine Blumenfüllung. Die Ideen scheinen dem Team der Blumenbar nicht auszugehen. Denn eines ist sicher: „Blumen machen einen Raum erst richtig lebendig," sagt Nicola Dworok ihren Kunden und ergänzt: Blumen schaffen Ambiente und tragen sehr zum Wohlbefinden bei. Dies gelte auch in Geschäftsräumen.

Für ihre Geschäftskunden arbeitet das Team vor allem am Montag. „Da haben wir unseren Laden geschlossen und fertigen Werkstücke für die Blumenabos und Daueraufträge." Auch fürs Homeoffice werden Blumen und Pflanzen bestellt.

Zu den Geschäftskunden gehört beispielsweise auch das Goethe Museum. „Jedes Jahr zu Goethes Geburtstag, am 28. August, schmücken wir die Räume des Museums", erzählt Nicola Dworok. „Wir kennen uns mittlerweile gut in den Räumlichkeiten aus und können jedes Mal ganz individuelle Werkstücke fertigen, die die einzelnen Exponate des Museums noch einmal mehr in Szene setzen." Von der Taufe bis zur Trauerfeier gestaltet das Blumenbar-Team Werkstücke mit viel Phantasie und Herzblut. Absprachen werden im persönlichen Gespräch getroffen. Bilderalben helfen dabei, die Wünsche des Kunden zu konkretisieren.

Das Richtige ist auch stets vorhanden, wenn die Floristmeisterin dreimal in der Woche auf dem Blumengroßmarkt Frankfurt einkauft.

In Sachen Pflanzen kauft Nicola Dworok ein, was ihr gefällt und inszeniert vor dem Laden fast schon einen kleinen Garten. „Auch in Kästen und Kübeln können kleine Landschaften entstehen, die über lange Zeit Freude bereiten. Ob einjährige Blütenpracht oder zauberhafte Staudenzusammenstellungen, wir finden für den Kunden das Richtige."

Das Richtige ist auch stets vorhanden, wenn die Floristmeisterin dreimal in der Woche auf dem Blumengroßmarkt Frankfurt einkauft. „Ich freue mich immer sehr auf einheimische Ware. In den Wintermonaten ist das schwierig. Aber ein gut sortiertes Schnittblumenprogramm lässt auch dann keinen Wunsch offen. Bestimmte Ware bestelle ich gerne im Vorfeld", ergänzt Nicola Dworok. Was aus der Blütenpracht vom bzg entsteht, zeigt sie auch über Facebook und Instagram (instagram.com/blumenbar/), um ihre Kunden auf dem Laufenden zu halten und immer wieder Appetit auf florale Kunstwerke zu machen. teba

Fotos: bzg v. l. n. r. Aufsichtsratsvorsitzende Karin Neugebauer, Hartmut Butzbach, Vorstandsvorsitzender Christian Pippert

Herr Butzbach – seit 30 Jahren unser Mann für alle Fälle

Seit nunmehr 30 Jahren gibt es ihn, in der Verwaltung des Frankfurter Blumengroßmarktes. Ein liebenswerter Mensch und gleichzeitig eine verlässliche Größe. Einer, der die Probleme anderer löst und mit der notwendigen Gelassenheit und Erfahrung eines sehr guten Buchhalters souverän im Hintergrund den Laden am Laufen hält. Wir sprechen natürlich von Hartmut Butzbach!

Herr Butzbach kam am 1. Oktober 1990 zum Blumengroßmarkt. Er kam, um zu bleiben. Nun konnte er am 1. Oktober 2020 sein 30. Firmenjubiläum feiern. Aufsichtsrat, Vorstand, Geschäftsführung und Kollegen des bzg kamen zum Gratulieren und Bedanken. Herrn Butzbach ist es über all die Jahre hinweg gelungen, den wechselnden und wachsenden Anforderungen in einer sich immer schneller wandelnden Arbeitswelt gerecht zu werden. Eine beachtliche und nicht selbstverständliche Leistung. Mit Ansprachen, einer Urkunde und einem schönen Präsentkorb wurde seine Arbeit, Loyalität und absolute Verlässlichkeit, im Rahmen einer kleinen Feier, gewürdigt.

In 30 Jahren passiert so einiges und wir wollen die Gelegenheit nutzen und Herrn Butzbach, den langjährigsten Mitarbeiter des bzg, zu Wort kommen lassen. So haben wir in einem Interview mit ihm gesprochen.

Lieber Herr Butzbach, auf welche Kuriositäten können Sie heute schmunzelnd zurück blicken?
Da gibt es sicher einige zu nennen. Zum Beispiel in der IT, die Belange betreue ich ja auch am Großmarkt. Da sind mir besonders die Umstellung der Postleitzahlen von vier- auf fünfstellig, das „Millennium – das Jahr 2000 Problem“ oder die Euro-Umstellung in Erinnerung. Das war sehr spannend und aufregend. Oder ein Absturz unseres Servers an einem Pfingstwochenende, da habe ich geschwitzt, bis wir die Daten gerettet hatten. Der Server wurde dann eiligst über Pfingsten repariert, sodass es am Pfingstdienstag so war, als wäre nie etwas gewesen. Auch die legendäre Kantine Förster in der „Blumenstubb“ ist mir unvergessen. Dort gab es, ganz bodenständig, morgens um 7 Uhr Schnitzel, Steaks und Pommes für die Gärtner. Da wurde dann auch schon mal so manches Glas gehoben. Für die Gärtner war das von der Tageszeit her ja dann schon wie nachmittags. Die Geschichte, die mich am meisten bewegte, war die Rettung eines Mitgliedes, das am Stand zusammengebrochen war. Nur durch die glückliche Anwesenheit der beiden „richtigen Männer“ (Sanitäter) konnte er reanimiert und dadurch sein Leben gerettet werden. Das war sehr dramatisch und aufwühlend damals.

Welchen Bezug haben Sie zu Blumen und Pflanzen? Und haben Sie eine Lieblingsblume?
Ja, ich habe Lieblingsblumen – mir gefallen Rosen und Gladiolen sehr gut und ich mag in der Winterzeit die verschiedenen Weihnachtssterne sehr gerne.

Was macht für Sie der Flair des Blumengroßmarkts aus?
Hier am Blumengroßmarkt gefällt mir das täglich bunte Treiben und die farbliche Vielfalt. Und ich mag die Menschlichkeit und gelebte Bodenständigkeit. Ich bewundere unsere Gärtner und Händler für die anstrengende Arbeit. Schon ab 0 Uhr, spätestens aber ab 1 Uhr nachts wird die Ware angeliefert und an die Stände gebracht. Dann wird verkauft und der Tag geht dann nach der Marktzeit im Betrieb weiter.

Und bei Ihrer Arbeit?
In meinem Aufgabenbereich ist der dauernde Wandel (speziell in der Computertechnik) eine echte Herausforderung und irgendwie „Fluch und Segen“ zugleich. Das macht meine Arbeit abwechslungsreich und so kommt es mir vor, als seien meine 30 Jahre hier im bzg wie im Fluge vergangen.

Lieber Herr Butzbach, vielen Dank für Ihre Worte und Einblicke. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Freude und bleiben Sie gesund. bzg

Fotos: jm/bzg

Neu bei Cirener-Sulzer – Gang 9, Süd: Schleifendruck auf Bestellung

Als Symbol einer innigen Verbundenheit steht in der christlichen Welt seit jeher die Trauerschleife. Die Tradition reicht weit zurück, bis in die Zeiten des Barock. Die Vielfalt ist groß und längst geht es nicht mehr nur um Schleifen für einen traurigen Anlass. Tatsächlich spielt es keine Rolle, welches Werkstück damit verbunden werden soll, denn eine individuelle Anfertigung erlaubt es, jede Anforderung zu bedienen.

Lange Jahre waren am Blumengroßmarkt für dieses Segment Firma Speck sowie deren Nachfolger die ersten Ansprechpartner. Das wird sich nun verändern, nachdem bei den Verantwortlichen die Entscheidung gefallen ist, sich aus diesem Geschäft vollständig zurückzuziehen.

Mit einem Ende geht häufig ein Neubeginn einher und so ist es auch in diesem Fall. Das Schleifensegment wird durch das Unternehmen Cirener-Sulzer weitergeführt und auch weiterentwickelt. Vorzustellen braucht man das Unternehmen aus Fernwald mit ihrem Stand in Gang 9, Süd vermutlich nur kaum jemanden von Ihnen. Cirener-Sulzer ist ebenfalls seit unzähligen Jahren mit frischen Schnittblumen und floristischen Bedarfsartikeln eine verlässliche Größe auf unserem Blumengroßmarkt.

Schon seit geraumer Zeit produziert und vertreibt Firma Cirener-Sulzer individuell bedruckte Schleifen. Da lag es auf der Hand, sich diesem Themenfeld weiter zu öffnen. Gesagt, getan! Das Unternehmen kann nun seiner Kundschaft eine große Auswahl an Kranz- und Querbändern, Glückwunschbändern, Kranzschleifen und Trauerbändern bieten. Mit über 30 verschiedenen Farben und Breiten wird den individuellen Farbwünschen entsprochen und mit den verschiedensten Schriftarten und Symbolen bedruckt.

Damit alles schnell und rund läuft, wurden zusätzliche neue Drucker angeschafft. Auch das Bestellwesen wurde verbessert und durch eine Systemoptimierung der Bestellprozess angepasst. Damit wurde die Nutzung für die Kundschaft deutlich erleichtert. Die Schleifen können nun vom Geschäft der Kunden aus, direkt am PC konfiguriert und bestellt werden. Und dass dies einfach zu machen ist, das versicherte Erik Cirener uns unlängst bei einem Gespräch.

Auf der Internetseite www.cs-blumenhandel.de finden Sie alles, was benötigt wird. Selbsterklärende einzelne Schritte, die dabei helfen die Bestellung schnellstmöglich abzuschließen. Wer von Montag bis Freitag bis 16.30 Uhr (Samstag bis 10.30 Uhr) eine Bestellung aufgibt, bekommt seine Ware bestenfalls bereits am nächsten Morgen am Stand auf dem Blumengroßmarkt ausgeliefert. Und sollte es mal gar nicht passen, dann kommt die Bestellung per Post zum Kunden. bzg

Wir haben ein großes Angebot von regional produzierten Blumen und Pflanzen. Nutzen Sie die Nachfrage – Kunden zeigen vermehrtes Interesse an regional erzeugten Produkten.

Wir unterstützen Sie: Werden Sie Markenpartner bei „Ich bin von HIER!“. Anträge erhalten Sie bei uns im Blumengroßmarkt.

Ich bin von HIER! ®
Blumen und Pflanzen von Gärtnern aus der Region

Rückblick auf

2020 Zeit für Neues

informieren. einkaufen. wissenstransfer.

Zum Auftakt unserer Themenwoche „!ZeitfürNeues“ hieß es „Stifte raus“ für Handlettering mit Franziska Deißler. In entspannter und fröhlicher Atmosphäre zeigte Franzi den Teilnehmern, wie sich mittels Pinselstiften und fachlicher Anleitung, die schönsten geschwungenen Schriftzüge entwerfen lassen. Es zeigte sich, Handlettering ist das Schönzeichnen von Buchstaben und kann auch mit einer eher unleserlichen Handschrift erlernt werden :-). Wie bei allem im Leben erreicht sich wahre Meisterschaft durch Übung und Wiederholung. Fast meditativen Charakter hat diese Kunstform und sie ergänzt sich einfach perfekt zum Thema Blumen und Floristik.

Ein wunderbarer Ausflug in die Welt des Schönschreibens. bzg

Tags darauf folgte der erste Floristik-Workshop mit Christina Müglich. Unter dem Motto „Floraler Winter“ kamen auf den ersten Blick eher unübliche Materialien zum Einsatz – mit Ruck-Zuck-Beton und unter „ständigem Rühren“ entstanden selbstgegossene Gefäße im angesagten Betondesign. Das gestalterische Spannungsfeld der organischen Strukturen der Pflanzen und des statischen Beton interpretieren das Thema „Floraler Winter“ auf eine innovative Weise. Durch den hohen Praxisbezug lassen sich diese Werkstücke gut vorbereiten und später in kleinen Serien fertigen.

Die Teilnehmer freuten sich über den fachlichen Austausch abseits des Tagesgeschäfts. Mit Ihren fertigen Werkstücken haben sie Ihre neue Inspirationsquelle auch gleich mitnehmen können.

Statisch trifft organisch – Floraler Winter im Spannungsfeld. bzg

Fotos: jm/bzg

Am Mittwoch folgte der zweite Floristik-Workshop mit Tina Arnold. „Herbstliches und Adventliches“ mit Trockenblumen stand auf der Agenda. Also hieß es „Heißklebepistolen und Bindedraht raus und ran an die Strohblumen“. Einige der Teilnehmer kannte die (mittlerweile wieder sehr angesagten) Trockenfloralien aus früheren Tagen und war gespannt auf eine Neuinterpretation. Nachdem die erste Skepsis verflogen war, zeigten sich mannigfaltig gestaltete Flower-Loops und Trockengestecke. Der persönliche Austausch und eine gute Atmosphäre sorgten für eine positive Stimmung. Durch Ihre langjährige freiberufliche Tätigkeit u.a. als Trendscout hat Frau Arnold den richtigen Blick für die schnelle, effektive Umsetzung von Trends. Von den Teilnehmer war zu hören: alles kommt wieder, nur anders!

Das Revival der Trockenblumen weckt neue Kreativität. bzg

Fotos: jm/bzg

Bilder des vom FDF ausgerufenen hessischen Azubi-Wettbewerbs. Gesucht wurde der beste Strauß, der schönste Erntekranz und das gelungenste herbstliche Gesteck.

1. Platz Florina Plachta (Blütesiegel, Frankfurt) für den besten Strauß und den besten Erntekranz.

Fotos: teba

2. Platz Livia Reißig (Blumenhaus Chrysanthem, Darmstadt) für das beste Gesteck.

Fotos: teba

3. Platz Alysha Kremer von der Wiesbadener Jugendwerkstatt.

Fotos: teba

Herzlichen Dank an alle Teilnehmer und die glücklichen Gewinner.

Fotos: teba

FDF Präsidentin Gabriele Link bedankt sich bei bzg Geschäftsführer Michael Schoser mit einem Blumenstrauß. Mit diesem Erntekranz konnte Florina Plachta die Jury überzeugen und gewann den ersten Platz. bzg

Fotos: teba, jm/bzg

Fotos: jm/bzg

Stiltrends 2021: Natur und Menschlichkeit im Fokus

Für das Jahr 2021 kristallisieren sich vier Stiltrends heraus: **Human Touch, Balanced Biotope, Recentered Stage** und **Crazy Illusions,** jeweils unterteilt in Indoor und Outdoor. Durch die intensive Medienarbeit und die weite Verbreitung auch über andere Branchen-Institutionen haben die Stil-Inhalte spür- und messbaren Einfluss auf die stilbewussten Konsumenten.

Die schon Anfang 2020 erarbeiteten Trendvoraussagen wurden aufgrund der Corona-Pandemie noch einmal überarbeitet. Übergeordnet werden Respekt vor der Natur und Menschlichkeit als gesellschaftliche Leitbilder definiert. Im Einzelnen lassen sich die vier Trends für 2021 wie folgt darstellen:

Human Touch: Im Indoor-Bereich werden warme Farbtöne einer Farbfamilie zusammengefasst, frische und getrocknete Materialien kombiniert. Organische, oft fließende Formen und weiche Texturen dominieren. Regional erzeugte Produkte spielen eine immer größer werdende Rolle. Im Outdoor-Bereich sind ebenfalls weiche Formen angesagt. Wie in Japan werden die Beete hügelig und Begrenzungen oder Hecken sind gebogen – runde Formen dominieren. Rosa bleibt en vogue, Rot und Braun stehen für Gemütlichkeit und Vertrauen.

Crazy Illusions stehen im Gegensatz zu oben beschriebener Stilrichtung, die Gesellschaft ist halt vielschichtig. Im Outdoor-Bereich werden tradierte Gestaltungsregeln bewusst überwunden, auffällige Pflanzen stehen im Zentrum. Alles ist möglich, Hauptsache Konventionen werden gebrochen. Das gilt ebenso für die Indoor-Gestaltung, die mit extremen Farbgegensätzen arbeitet. Extravagant und nicht (nach überliefertem Empfinden) geschmackvoll soll es sein. Tropisch-exotische Blüten und Pflanzen wie Bromelien oder gefärbtes Pampasgras gehören zu den „verrückten Illusionen."

Recentered Stage: Individualismus ist eine zentrale Triebfeder in den westlichen Gesellschaften, anders sein als andere bleibt eine Maxime. Gegensätze ziehen sich an, Pastellfarben stehen neben Lila, Blau neben Gelb. Klare Linien und geometrische Formen erinnern an Bauhaus-Gestaltungsprinzipien. Gefäße und Vasen erhalten mehr Eigenleben, sie sind gestalterisch mindestens gleichberechtigt zu Pflanzen oder Sträußen. Die Menschen wollen ihre Eigenständigkeit unter Beweis stellen, nahezu verwegene Gestaltungen im Wohn- und Gartenbereich sollen dies dokumentieren.

Balanced Biotope steht für die Verantwortung, die immer mehr Menschen für die Natur übernehmen wollen. Daher dominieren indoor Naturtöne, auch Grün gewinnt an Bedeutung. Ob im Wohnbereich oder Garten: Umweltfreundliche Materialien werden immer wichtiger. Recycling lautet das Zauberwort, nicht stylisch oder clean, sondern robust oder verwittert soll der Gesamteindruck sein. Holz und Stein spielen daher eine große Rolle. Bei Menschen, die diesem Stiltrend folgen, gehört der Begriff Nachhaltigkeit in den Wortschatz.

Die Trendpropheten betonen, dass die Corona-Pandemie die Menschen verstärkt auf das „Zuhause und die direkte Umgebung" blicken lässt. Die guten Umsätze der grünen Branche in 2020 bestätigen dies, die Perspektiven sind also nicht schlecht. Zumal sich unabhängig von den oben beschriebenen Trends Segmente für den Blumenfacheinzelhandel herausgebildet haben, die zuvor kaum eine Rolle spielten: Etwa der Hype um Gemüsepflanzen im Frühjahr oder der Boom bei Baumschulprodukten wie Obstbäume und Beerensträucher im Herbst. Martin Hein

Fotos: jm/bzg

Erst Recherche, dann kaufen

Die Einigkeit war selten so ungeteilt: Die Institute, die sich mit Handelsforschung beschäftigen, haben beobachtet, dass sich das Einkaufsverhalten in den Zeiten der Corona-Einschränkungen so schnell verändert hat, wie sonst nur in einem halben Jahrzehnt. Wie nicht anders zu erwarten, spielt dabei die Internet-Welt eine besondere Rolle.

In den ersten sechs Monaten der Corona-Pandemie ist der Online-Handel in Deutschland um rund 16 Prozent gewachsen. Die Tatsache an sich überrascht nicht, die Höhe der Steigerungsrate ist allerdings bemerkenswert. Bemerkenswert ist es ebenfalls, dass auch die Lebensmittellieferdienste an der Entwicklung deutlich partizipierten. Bisher taten sich die deutschen Konsumenten eher schwer damit, bei Lebensmitteln solch einen Service anzunehmen. Die Vorbehalte bezüglich Frische und ganz allgemein Qualität waren zu groß. Die Corona-Pandemie hat aber anscheinend eine Schleuse geöffnet. Wird sich die Schleuse wieder schließen? Eher nicht.

Interessant ist aber auch, dass es zu einer grundsätzlichen Veränderung im Gebrauch der Online-Einkaufsmöglichkeiten gekommen ist. Nahezu jeder Einzelhändler wird sich noch gut an Kunden erinnern, die zunächst einmal ins Fachgeschäft kamen, sich dort beraten ließen – um dann die Produkte bei Online-Anbietern zu kaufen. Dieses ärgerliche Verhalten hat sich mittlerweile gedreht. Immerhin bei drei Vierteln (!) aller stationären Käufe geht nun eine Online-Recherche voraus – erst danach wird im Geschäft gekauft. Die Beratungsfunktion (oder auch nur die Preisrecherche) ist von der analogen in die Online-Welt gerutscht.

Wer nicht online präsent ist, den gibt es nicht

Das heißt zunächst einmal für den stationären Einzelhandel insgesamt: Wer nicht online präsent ist, der ist für viele Konsumenten gar nicht mehr existent. Vor allem für die jüngeren Verbraucher (die Kunden von morgen), denn gerade für die ist die Online-Recherche eine Selbstverständlichkeit. Wobei nur noch selten der Computer eingesetzt wird, das Smartphone hat die Rolle übernommen.

Es kommt für den Erfolg im Einzelhandel zukünftig also sehr darauf an, auf das Handy der Kunden zu kommen. Für den Blumeneinzelhandel erscheint das gegenwärtig noch nicht so wie für andere Branchen entscheidend zu sein. Auch für kleinere Blumenfachgeschäfte oder den Wochenmarkthandel wird es wichtig werden, ebenso wie für Gartencenter. Vielleicht wird es in ländlichen Gebieten aber nicht so wesentlich sein, wie in einer Metropole wie Frankfurt. Für alle gilt aber gleichermaßen: Die Herausforderung für die gesamte Branche ist da!

Die Corona-Monate haben ebenfalls gezeigt, dass es noch eine andere bedeutende Entwicklung im Konsumverhalten gibt – die auf den ersten Blick gegenläufig erscheint. Über 60 Prozent der Verbraucher gaben in Befragungen an, dass sie auf die **„buy local"** Kampagnen reagiert haben. Es gibt also so etwas wie ein Solidaritätsgefühl mit den Nachbarschaftsgeschäften. Das basiert beileibe nicht nur auf der Corona-Krise, diese Hinwendung der Konsumenten zum **„kleinen Laden um die Ecke"** wird von den Handelsforschern schon länger beobachtet. Wobei sich die Online-Recherche und die letztendliche Entscheidung für den Kauf in einem Nachbarschaftsladen ja nicht ausschließen.

Home-Office ändert Einkaufsverhalten

Beide Aspekte werden langfristig eine besondere Dynamik entfalten, wenn sich die Arbeitswelt wirklich so rasant in Richtung Home-Office entwickelt, wie nun vorausgesagt wird. Bei repräsentativen Umfragen im Sommer konnten sich über 70 Prozent der Unternehmen sehr gut vorstellen, zukünftig verstärkt auf den Ausbau der Home-Office-Angebote zu setzen.

Sollte es wirklich dazu kommen, würde das auch im Einkaufsverhalten viel verändern. Zahlreiche Dinge des alltäglichen Bedarfs, zu dem an dieser Stelle auch Blumen und Pflanzen gezählt werden, wandern bei dem täglichen Weg von der Arbeitsstelle nach Hause in den Einkaufskorb. Wenn diese Wege aber in großem Stil wegfallen, dann verlagert sich auch der Einkauf in Richtung Wohnung/Home-Office. Also weg aus den Zentren und den Stadtteilen mit viel Bürofläche. Es wird in den kommenden Jahren eine der spannendsten Handelsfragen sein, wie sich das entwickeln wird. Martin Hein

Impressum
bzg aktuell
Erscheint jährlich viermal
Herausgeber
Blumen- und Zierpflanzengroßmarkt Rhein Main eG
An der Festeburg 31 · 60389 Frankfurt am Main
Telefon: 069/947602-0 · Internet: www.bzg-ffm.de
E-Mail: info@bzg-ffm.de
Auflage
2.500 Stück
Redaktion
Leitung: Michael Schoser (ms), (verantwortlich)
Mitarbeit: Therese Backhaus-Cysyk (teba), Martin Hein, Jennifer Moritz (jm)
Grafische Gestaltung
Jennifer Moritz, bzg Grafik-Design, Mediengestaltung u. Kommunikation
E-Mail: moritz@bzg-ffm.de
Öffnungszeiten
Marktzeit
Montag – Samstag: 5:00 bis 8:30 Uhr
Tagesverkauf
Montag – Freitag: 5:00 bis 15:00 Uhr
Samstag: 5:00 bis 9:00 Uhr

Bitte beachten: Maskenpflicht in der gesamten Markthalle!

mainflower
» Sommerflor
» Stauden
» Schnittgrün
» Schnittgehölze
» Adventskränze
Mainflower Blumengroßhandel
Inh. Christian und Ilona Lang / Hauptstraße 81
97320 Mainstockheim / Tel. 0175 68 10 638
Online: www.main-flower.de

CIRENER SULZER
BLUMENHANDELS GMBH
Schleifendruck bei Cirener-Sulzer
Gang 9 – 10 Süd
Cirener-Sulzer Blumenhandels GmbH
Ruhberg 3 · 35463 Fernwald · T 06404.64261 · F 06404.64251
BZG Frankfurt · An der Festeburg 31 · 60389 Frankfurt am Main
T 069.471059 · F 069.471054
info@cs-blumenhandel.de · www.cs-blumenhandel.de

Pippert
GARTENBAU
Auf der Schanze 65 61352 Bad Homburg
Telefon 06172-43819 Telefax 06172-44989
Eriken
Azaleen
Beetpflanzen
Balkonpflanzen

Gartenbau & Kranzbinderei
R. Krammich
Kränze - Körbe
Gefäße
aus
Nahtur
materialien
Adventkränze
Tannengrün
Girlanden
Bindegrün
Moos
Gräser
Schnittgehölz
&
Koniferen
Gartenbau&Kranzbinderei
REIMUND KRAMMICH
Bommersheimer Str. 87
61440 Oberursel
Tel. 0 61 71 - 63 14 70
Fax 0 61 71 - 63 14 72
Reimund 0171 - 738 08 00
Falk 0179 - 498 63 83