



bzg *aktuell*

Ausgabe 4/2022

Das blumige Magazin des Frankfurter Blumengroßmarktes

Frankfurts
blumigster
Marktplatz



Titelbild und Fotos: jm/bzg, Walter Guhn, Familie Guhn

Editorial



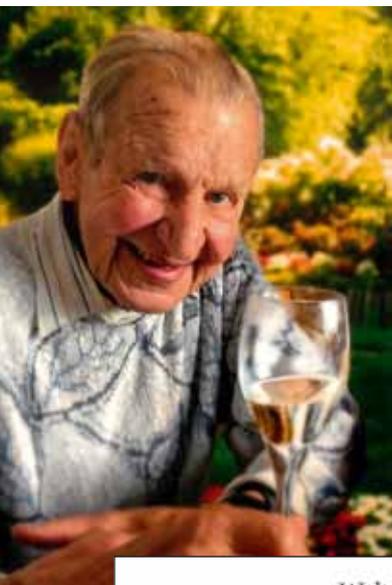
Liebe Kundinnen und Kunden,

es sind wahrlich keine einfachen Zeiten, in denen wir uns derzeit befinden. Die zahllosen negativen Berichterstattungen der Medien sorgen für Verunsicherung, die bei vielen geradewegs in eine innere Blockade führt. In den Gesprächen mit Ihnen wird deutlich, dass in alle Richtungen gedacht und überlegt wird. Es ist richtig dies zu tun, allerdings muss der Blick auf die Zahlen dabei ein wesentlicher Aspekt sein. Zwar liegen die diesjährigen Umsätze hinter den beiden Pandemie-jahren zurück, jedoch deutlich über dem Referenzjahr 2019. Vertraut man also auf die aktuellen Erhebungen, so stehen die Zahlen doch tatsächlich deutlich gegen das weithin angenommene Bauchgefühl. Das ist nicht nur ein positives und hoffnungsvolles Signal für das vierte und letzte Quartal, sondern belegt auch, dass die Kunden dem Fachhandel treu bleiben.

Unbestritten steht fest, dass der Stellenwert von Blumen und Pflanzen in den vergangenen Jahren gewachsen ist. Gerade jetzt in der dunklen Jahreszeit, in der sich die Menschen wieder in ihr Zuhause zurückziehen, ist der Wunsch nach einem gemütlichen Heim groß. Und genau hier kommen die Adventsbücher und Ihre kreative Adventsfloristik ins Spiel. Zeigen Sie Ihren Kunden die Schönheit und Wertigkeit von Blumen und Pflanzen, die Sie täglich im Großmarkt frisch und auch aus regionalem Anbau beziehen können. Nur wenn das Auge einen imposanten Blick einfangen kann, bleibt es daran hängen und es wird dadurch die gewünschte Aufmerksamkeit erreicht. Zeigen Sie in und am besten auch vor Ihrem Geschäft Blumen- und Pflanzenpräsenz und unterstreichen damit Ihre Kompetenz. Die Adventzeit ist dafür absolut geeignet.

Eine leider traurige Nachricht haben wir von Familie Guhn erhalten, denn mit Walter Guhn ist einer der Mitbegründer der Genossenschaft des Blumengroßmarktes verstorben. Walter Guhn engagierte er sich viele Jahre außerordentlich in den Gremien des Blumengroßmarktes und hatte wesentlichen Anteil an der gesamten Entwicklung. Bis zuletzt arbeitete er in seiner Gärtnerei, kam zusammen mit seiner Tochter noch auf den Großmarkt. Besonders schön ist, dass er just bei den Dreharbeiten zum Film des HR hier auf dem Markt war und interviewt werden konnte. Damit bleibt er uns nicht nur in guter, sondern auch lebendiger Erinnerung.

Dies ist die letzte Ausgabe für das Jahr 2022 und wir sagen Danke für Ihr Interesse an unseren Themen, für Ihre Ideen und Anmerkungen. Danke sagen wir auch für Ihre Besuche und Einkäufe über das Jahr hinweg. Wir wünschen Ihnen für den Schlussspurt viel Erfolg und jetzt schon auch besinnliche Weihnachtstage. Starten Sie in das neue Jahr mit einer positiven Haltung, Ihr Gegenüber nimmt das wahr und bekommt ein gutes Gefühl. Und zuletzt bedenken Sie bitte, Handel be- und übersteht nur durch Wandel und der Blumengroßmarkt steht fest an Ihrer Seite. In diesem Sinne alles Gute für 2023.



Mit vorweihnachtlichen Grüßen
Michael Schoser



Falkenhof Krammich



Blumen See Dufour

Fotos: grundrausch

„Ich bin von HIER!“ vorgestellt: Produzent und Markenpartner

Wer produziert eigentlich für „Ich bin von HIER!“? Ein Besuch bei den Krammich´s in Oberursel-Bommersheim

Ein sonniger Tag auf dem Falkenhof. Reimund Krammich steht mit seinem Sohn Falk auf den Blumenfeldern der Familie, der Himmel ist blau, mit freier Sicht auf die Skyline von Frankfurt. Um sie herum arbeiten viele fleißige Hände, die die Blumen mit größter Sorgfalt säubern, schneiden und binden. Denn was viele nicht wissen – Blumenernte ist auch heute noch echte Handarbeit.

Seit 25 Jahren verkauft Familie Krammich an ihrem Stand auf dem Frankfurter Blumengroßmarkt ihre regional erzeugten Produkte. Von zu Beginn fünf Quadratmeter ist der Stand mit einem vielfältigen Angebot auf über 200 angewachsen. Falk war schon als Kind mit dabei, allerdings vor allem in Gang 7 anzutreffen, denn da gab es damals in der Cafeteria „Duplo“. Falk, der auch dem Aufsichtsrat der Genossenschaft angehört, wird den Betrieb fortführen, denn regional produzierte Produkte haben Zukunft. Natürlich auch weiter im Familienverbund, denn seine Schwester Inka ist heute schon jeden Tag am Stand in der Markthalle anzutreffen. **Lesen Sie den ganzen Artikel hier:**

<https://www.ichbinvonhier.de/index.php/portraits/portrait-krammich>

Ein Blumenhaus mit langer Tradition: Zu Besuch bei Blumen See Dufour in Bad Homburg

Beim Bummeln auf der belebten Louisenstraße sticht einem dieses kleine, liebevoll dekorierte Blumengeschäft sofort ins Auge. Bleibt man an dem bunten Aufbau vor dem Laden stehen, duftet es nach frischen heimischen Blumen und Topfpflanzen. Wenn man genauer hinsieht, kann man hier mitten in der Stadt im Sommer sogar einer Schar von Bienen bei der Arbeit zusehen. Tritt man ein, wird man mit einem herzlichen Lachen von einem jungen Team begrüßt.

Seine Gärtnerinnen und Gärtner bei denen Jochen Dufour einkauft kennt er schon lange, denn für regionale Blumen und Pflanzen fährt er regelmäßig persönlich in den Blumengroßmarkt Frankfurt. In seinem traditionsreichen Geschäft, immerhin besteht es seit über 125 Jahren, erkennt man die heimisch produzierten Gewächse sofort an dem dezenten Etikett mit der Aufschrift „Ich bin von HIER!“.

Stellen Kunden Fragen rund um die Pflanzen, ihrer Herkunft oder zu den produzierenden Gärtnereien, alles kein Problem, ganz im Gegenteil – das gesamte Team steht gerne Rede und Antwort. **Lesen Sie den ganzen Artikel hier:** <https://www.ichbinvonhier.de/index.php/portraits/portrait-dufour>





Fotos: verblümt



„Verblümt“ – Floristik mit blühender Fantasie

Wenn Julia Bräumer Blütenstiele in Händen hält, lässt sie ihrer Fantasie freien Lauf. So entstehen feinste Arrangements und wilde Wiesenmischungen, die seit neuestem ihre Kunden in und um Frankfurt-Oberrad begeistern.

Am liebsten streift Julia Bräumer durch Wald und Wiesen. Mit einer Rebschere in der Hand sammelt sie Wildwuchs wie Gräser oder Wildkräuter, die sie kombiniert mit farbenfrohen Blüten vom Blumen-großmarkt Frankfurt in ihren Händen zu besonderen Werkstücken verwandelt. „Ich gestalte Blumensträuße, Gestecke und Kränze zu allerlei Anlässen, schmücke Hochzeiten, begleite Beerdigungen oder beglücke meine Kunden mit Blumenabonnements“, erzählt die engagierte Floristin, die sich ihren ganz persönlichen Stil durch Ausbildung und kreativer Arbeit in einer Vielzahl von namhaften Fachbetrieben erarbeitet hat.

„Blumen lagen wahrscheinlich schon in meiner Wiege“, gesteht Julia Bräumer. „Im Blumenladen meiner Familie lernte ich laufen und war von klein auf mit der Branche in Kontakt. Rückblickend hätte ich nicht gedacht, dass ich in die grünen Fußstapfen von Urgroßeltern, Großeltern und Eltern trete. Eher blindlings entschied ich mich für die Ausbildung zur Floristin.“ Mit der Auszeichnung zur Prüfungsbesten in der Tasche hielt es die frisch gebackene Floristin nicht mehr in ihrer Heimat Karlsruhe. Sie wollte praktische Erfahrungen sammeln und andere Betriebe und Geschäfte kennenlernen. „Nach Stationen in Weinheim und Baden-Baden bot sich mir die Chance bei Caroline Rankers und Felix Geiling-Rasmus in ihrem Geschäft Blütesiegel zu arbeiten. So kam ich vor acht Jahren nach Frankfurt.“ Zuletzt arbeitete sie im „Blütenraum“ bei Birgit Reichart.

„Irgendwann reifte der Wunsch, mich selbstständig zu machen“, hebt Julia Bräumer hervor. „Doch gleichzeitig sah ich die große Verantwortung vor Augen, die ein eigenes Geschäft mit sich bringt. Hohe Mietpreise in Ballungszentren und lange Öffnungszeiten schreckten mich ab. Wobei die eigentliche Verantwortung für eigene Aufgaben und dem Freiraum selbstständig zu arbeiten, mich dagegen sehr reizte.“

verblümt.

Inhaberin: Julia Bräumer
Mathildenstraße 13
60599 Frankfurt am Main
Telefon 0157/31626102
E-Mail hallo@verbluemt.com
www.verbluemt.com
www.instagram.com/julia_braeumer/



Fotos: verblümt



Die Blumen für ihre Aufträge kauft Julia Bräumer frisch und nachhaltig, den Aufträgen entsprechend auf dem Blumengroßmarkt Frankfurt ein.

Ein Glücksfall war schlussendlich die Begegnung mit Ute ReuBenzehn. Ein Besuch ihrer Blumenwerkstatt in Frankfurt-Oberrad brachte Anfang dieses Jahres den Stein ins Rollen. Die gemeinsame Lösung lautet: „Kooperation“.

„In ihrer Blumenwerkstatt kann ich selbstständig arbeiten, bei großen Aufträgen unterstützen wir uns und teilen die Arbeit. Wir vertreten uns im Urlaub gegenseitig. Und das Beste für uns und natürlich unsere Kunden: Unsere beiden Stile ergänzen sich hervorragend“, freut sich Julia Bräumer.

„Wir arbeiten beide sehr natürlich. Utes Motto ‚Ich mische nach Herzenslust Farben, Jahreszeiten, Traditionen und Materialien‘ hat mich von Anfang an begeistert“, erzählt die Floristin. „Während ich selbstständig nach eigenen Ideen arbeiten kann, profitiere ich von ihrem Wissen. Wir tauschen uns aus und können uns aufeinander verlassen“, sind ihre Erfahrungen nach nur wenigen Monaten der Zusammenarbeit.

Die Blumenwerkstatt liegt in einem lauschigen Hinterhof in Oberrad. Während Ute ReuBenzehn kein Ladengeschäft mit regulären Öffnungszeiten anbot, ihre Kunden vorbestellten, oder wenn das Hoftor offenstand, spontan in die Werkstatt hineinschauen, bietet Julia Bräumer nun einen regelmäßigen Verkauf am Freitag und Samstag zu festen Öffnungszeiten an. „Der Verkauf von frischen, wildgebundenen Sträußen und vielen anderen natürlichen Gestaltungen findet im Freien statt – ähnlich wie auf dem Wochenmarkt,“ zeigt sie auf und freut sich auf den persönlichen Kontakt mit Kunden aus Oberrad und Umgebung.

„Zudem kann man mich für kreative Workshops und Junggesellenabschiede buchen. Sogar mit Kindergruppen arbeite ich mittlerweile.“ All’ das funktioniert via Mail, Telefon oder ganz persönlich. Die meisten Aufträge erhält sie durch ihre aktive Werbung in den sozialen Medien und durch Empfehlungen.



Die Blumen für ihre Aufträge kauft Julia Bräumer frisch und nachhaltig, den Aufträgen entsprechend auf dem Blumengroßmarkt Frankfurt ein. Auch das ist ein Vorteil der Kooperation. „Wir müssen – außer bei Veranstaltungen – nicht zu zweit zum BZG fahren, sondern kaufen für alle Aufträge gemeinsam ein – verbucht wird getrennt. Das spart Spritkosten und Zeit“, zeigt Julia Bräumer auf. „Ich komme gerne zum Blumengroßmarkt – es ist schon eine ‚eigene Welt‘. Ich fahre nach Bedarf zur Großmarkthalle, das kann einmal in der Woche, oder auch jeden Tag sein. Ich kenne alle Anbieter auf dem BZG und freue mich über das umfangreiche, frische und regionale Angebot. Auch den morgendlichen Plausch mit Anbietern und Kollegin*innen möchte ich nicht missen.“

Ob es dauerhaft mit der Kooperation klappt? „Das wollen wir in der nächsten Zeit herausfinden.“ Die beiden kreativen Floristinnen haben sich ein Jahr Zeit gegeben, um zu schauen wie ihre Zusammenarbeit auf Dauer klappt.

Eines ist sicher, die Kunden können von dem frischen, individuellen Angebot profitieren, das stets mit sehr viel Leidenschaft zur Blüte entsteht. Derzeit haben sich die Räume in eine Adventswerkstatt verwandelt. Dort können Kunden nach Herzenslust stöbern, nach Anmeldung sogar die Kunst des Kranzwickeln lernen und ihren eigenen Advents-Kranz binden. teba



Fotos: Hasenhündl, Wagenhan

Saisonalität erzeugt Aufmerksamkeit

Winterliches Weiß, reduzierter Einsatz von Blüten, Zweige, Holz, Kork und Rinde als Kontrast zu einer ausgewählten Designer-Einrichtung: Die Inspirationsstrecke zur Saisonalität zeigt eine schon klassische Winter-Floristik.

Die Winterfloristik hat zwei Seiten und richtig relevant wird sie erst im Januar. Bis zum 24. Dezember beherrschen in Form und Farbgebung weihnachtliche Elemente die Präsentationen des Blumenfach Einzelhandels. Doch gleich nach den Festtagen möchten die Konsumenten etwas anderes sehen als Rot, Gold und Grün. Darin liegt eine Chance, die von den allermeisten Blumenfachgeschäften auch genutzt wird - nach den Weihnachtstagen wird unmittelbar umdekoriert.

Die zwei Seiten der Weihnachtsfloristik ergeben sich aus der Tatsache, dass viele Menschen gleich zum Jahresbeginn das Frühjahr herbeisehen. Die Blumenerzeuger kommen diesem Wunsch nach, gleich zum Jahresbeginn sind Frühjahrsblüher, insbesondere Tulpen, verfügbar. Es sollte aber durchaus berücksichtigt werden, dass man der eigentlichen Frühjahrszeit den saisonalen Charakter nimmt, wenn man schon zu Jahresbeginn stark auf die Frühlingfarben und ihre Produkte setzt.

Daher hat die Gestalterin Sarah Hasenhündl auch nur ein Werkstück in ihrer Serie zur Winterfloristik mit Frühjahrsanspielungen verknüpft. Das Gros der Arbeiten stellt die Winterattribute ins Zentrum. Das ist zunächst einmal die Farbe Weiß, die in dieser Inspirationsserie durch die Ausstattung der mit Designmöbeln eingerichteten Location verstärkt wird. Da die Natur im Winter karg ist, nehmen auch die Werkstücke diese Zurückhaltung auf. Eher spärlich eingesetzte Blüten, bemooste Zweige, Holz und Rinde sind wesentliche Elemente.

Sarah Hasenhündl legt Wert auf die Feststellung, dass „alle Materialien auf dem Blumengroßmarkt gekauft wurden“. Auch im Winter, der im Vergleich zu den anderen Jahreszeiten nicht mit einer enormen Fülle an heimischer Flora aufwartet, finden sich also auf den Blumengroßmärkten ausreichend Produkte, die eine anspruchsvolle Floristik ermöglichen. „Es macht doch gerade den Reiz der Blumen-

großmärkte als Einkaufsstätte aus, dass dort neben regionaler Erzeugung die Groß- und Importhändler das Portfolio ergänzen“, findet die Floral-Designerin aus Ettlingen.

Sie sieht sich selbst als „eingefleischte Regionalistin“, daher sind auch viele Blumensorten selbst in dieser Inspirationsserie zum Winter Produkte aus heimischen Gärtnereien. Sie aber ausschließlich auf regionale Erzeugung zu fixieren, hält Sarah Hasenhündl für nicht machbar und auch nicht sinnvoll. „Wir würden uns dann in unseren gestalterischen Möglichkeiten selbst beschneiden und unnötig eingrenzen“, ist sie überzeugt.

Regionalität findet sich aber auch da wieder, wo sie dem Betrachter nicht automatisch bewusst ist. Die Korke für das Gefäß mit den Schneeglöckchen wurden im nachbarschaftlichen Weinladen besorgt, die Tischdekoration mit den verschiedenen Glasschälchen steht auf einem Holzbalken, der bei der Renovierung eines Fachwerkhäuses abfiel, ein weiterer Balken aus Eiche stammt von einem Kirchenanbau.

Sarah Hasenhündl zählt zu den „Jägern und Sammlern“ unter den Floristen. Sie ist ständig auf der Jagd nach Dingen, die einen außergewöhnlichen Charakter haben. Solche Dinge werden mitgenommen und gesammelt, „auch dann, wenn ich nicht sofort weiß, was ich damit machen will“. So lagen auch die Magnolienzweige lange Zeit in einer Ecke, bis sie dann in der Tischdekoration mit den Glasschälchen Verwendung fanden. „Eigentlich überall, wo ich bin, schaue ich nach, ob es etwas gibt, das ich möglicherweise gebrauchen kann“, erklärt die Vizemeisterin der deutschen Floristen (2016). Sie empfiehlt: „Augen offenhalten“.

Die an dieser Stelle vorgestellten Werkstücke heben in ihrer Gesamtheit den saisonalen Charakter des Winters hervor. Niemand würde auf die Idee kommen, die Kreationen mit einer anderen Jahreszeit in Verbindung zu bringen. Diese Saisonalität ist ein wesentlicher Baustein zeitgemäßer Floristik. Von der Individualität eines jeden floristischen Werkstückes einmal abgesehen, bietet die Fixierung auf die Saisonalität ein hohes Maß an Unterschiedlichkeit. Und genau das wünschen sich die Konsumenten, genau das erzeugt Aufmerksamkeit. Martin Hein





Seminar „Advent und Winterzeit“ Mehmet Yilmaz übernahm kurzfristig für den erkrankten Gregor Lersch



Wie gerne wäre Gregor Lersch wieder einmal nach Frankfurt gekommen, das betonte er mehrfach in den Telefonaten gegenüber dem Geschäftsführer des Großmarktes, Michael Schoser. Er hatte sich so darauf gefreut und dann das: Corona – zwei Tage vor Beginn des Seminars! Eigentlich eine Katastrophe, doch dank Mehmet Yilmaz, der sich selbst als Ziehsohn von Gregor Lersch bezeichnet und seit seiner Kindheit mit ihm zusammenarbeitet, kam es anders. Mehmet Yilmaz stimmte sich kurzerhand mit Gregor Lersch ab, übernahm dessen Konzeption und alles was bis dahin vorbereitet war und leitete das Seminar – großartig! Einige der angemeldeten Teilnehmer sprangen ab, was wirklich schade ist. Denn Mehmet Yilmaz, Florist unter den Top fünf der Welt, kennt die Branche sehr genau und entwickelt immer wieder Neues und Inspirierendes. So auch während des Seminars, bei dem die Teilnehmenden sehr aufmerksam bei der Sache waren und wunderbare Werkstücke herstellten. bzg



Fotos: v.l.n.r. Blumenbüro Holland

Trend-
thema
Nostalgie

Zimmerpflanzen: Vertrautes in neuem Gewand

Wenn sich um uns herum die Welt immer schneller verändert und stabile Konstruktionen ins Wanken geraten, schöpfen viele Menschen Vertrauen aus Bewährtem. Das mag zwar erst einmal etwas pathetisch klingen, Trendexperten sehen aber für den Herbst/Winter 2022 bei Zimmerpflanzen einen Trend zu nostalgischen Blühpflanzen, die ebenso ein Comeback feiern wie etwa Pflanzensammlungen.

Poinsettien verzaubern mit ihrem weihnachtlichen Flair und sind ebenso wie die in jeder Altersgruppe beliebte Amaryllis in den letzten Monaten des Jahres aus keinem Geschäft wegzudenken. Wer sich darüber hinaus mit dem Trendthema „Nostalgie“ auseinandersetzen möchte, kann bei „altmodisch“ blühenden Pflanzen etwa zu Usambaraveilchen greifen, die beispielsweise in vielen verschiedenen Sorten zusammengestellt werden können.

Das Usambaraveilchen, botanisch *Saintpaulia ionantha*, stammt aus dem ostafrikanischen Usambaragebiet (Tansania). Daher erklärt sich auch der Name der Pflanzenart, die zur Familie Gesneriengewächsen (*Gesneriaceae*) gehört und mit dem eigentlichen Veilchen (*Viola*) nicht verwandt ist. In Kultur stehen heute Kreuzungen verschiedener Wildarten, die ein breites Farb- und Formenspiel zulassen. Die ausdauernden, krautigen Usambaraveilchen bilden eine Blattrosette mit ihren fleischigen Blättern, die meist dunkelgrün sind und eine flaumige Behaarung aufweisen. An den passenden Standorten kann diese 20 cm hohe und breite Zimmerpflanze das ganze Jahr über blühen. Dabei bilden sich achselständige Blütenstände, diese tragen mehrere Blüten mit gelben, leuchtenden Staubblüten. Dekorieren lassen sich neben den traditionellen „Blauen“ auch Sorten in Weiß und Rosa. Mehrfarbige Züchtungen oder solche mit gewellten oder fransigen Blütenblatträndern sowie gefüllte Blüten kommen beim Kunden gut an. Pflagetipp: Grundsätzlich sollte es im Zimmer

nicht kühler als 15°C sein, am besten sind gleichbleibende Temperaturen zwischen 18 und 25°C bei hellem nicht vollsonnigem Standort. Besonders beliebt eine erhöhte Luftfeuchtigkeit, wie in Küche oder Bad.

Einen hohen Wiedererkennungswert beim Kunden dürfte *Kalanchoe blossfeldiana* haben, auch bekannt als **Flammendes Käthchen**. Gerade im Zuge des Klimawandels werden sie seit jüngster Zeit auch für Wechselbepflanzungen auf Gräbern häufiger verwendet. Als Zimmerpflanze gelten die ursprünglich aus warmen, trockenen Gefilden Afrikas und Asiens stammenden Dickblattgewächse (*Crassulaceae*) als pflegeleichte Gesellen, die gerade Einsteigern viel Freude bereiten können. Zwischen 5 und 25°C wird jede Temperatur gut getragen – also auch ein in diesem Winter vielleicht etwas kühlerer Wohnraum. Als größter Fehler gilt das „Über-Gießen“, denn sie kommen dank ihrer fleischigen Blätter auch längere Zeit ohne Wasser aus. Dank unzähliger Züchtungen gibt es hinsichtlich der Blütenfarben bis auf Blautöne kaum Grenzen. Mittlerweile sind neben gefüllten und gewellten Blüten sogar dreifarbig auf dem Markt.

Dank vieler neuer Züchtungen sind **Elatior-Begonien** (*Begonia* × *hiemalis*) zu einer umfangreichen Gruppe in der Begonienfamilie herangewachsen, die sich mit ihrer Palette an Blütenfarben von Weiß, über Gelb, Rosa, Rot und Pinktönen in den nächsten Monaten für den Innenraum eignen, ja sogar im Sommer auch für Outdoor, in Gefäßen und auf Beeten. Leuchtend große, einfache und gefüllte Blüten stillen gerade an trüben Tagen die Sehnsucht nach Farbe. Am besten stehen die Begonien an hellen Fenstern, pralle Sonne ausgenommen und fühlen sich bei 16 bis 20° Celsius am wohlsten. Der Wurzelballen dieser Schiefblattgewächse (*Begoniaceae*) sollte nicht austrocknen, regelmäßiges Gießen mit lauwarmem Wasser (ohne Staunässe zu produzieren) dankt die Elatior-Begonie mit toller Farbenpracht.



Fotos: v.l.n.r. Blumenbüro Holland

Nostalgisch wird es auch bei der Auswahl von Grünpflanzen. Zur Dekoration des Themas eignet sich beispielsweise der **Geweihefarn** (*Platycerium bifurcatum*), der beim Kunden dank seiner Elchgeweih-ähnlichen Blätter garantiert ins Auge fällt. Das Tüpfelfarngewächs stammt aus Australien und mag es hell bis sonnig. Im Winter sollte der Geweihefarn nur mäßig gegossen, immer abgetrocknet werden und kommt dann sogar mit Temperaturen von 10 bis 15 Grad zurecht. Sein auslandender und überhängender Wuchs macht ihn als Ampelpflanze ideal.

Keinesfalls altmodisch, aber passend ist *Fatsia japonica*, die **Zimmer-Aralie**, der man schon ein bisschen mehr Platz einräumen sollte, denn ihre gezackten, grünen, sieben- bis neunlappigen Blätter können im Alter bis zu 40 cm breit werden. Das aus den Lorbeerwäldern Japans stammende Araliengewächs kann im Zimmer ein bis zwei Meter hoch wachsen. Die dekorativen Grünpflanzen fühlt sich bei 18°C wohl. Je höher die Temperatur wird, desto luftfeuchter sollte es sein.

Einen hohen Wiedererkennungseffekt haben auch **Maranten**, wie etwa *Maranta leuconeura*, die aus Brasilien stammt. Als dekorative Blattpflanze, gerne für die Ampel oder auf einem Regal, sollte sie idealerweise nicht austrocknen. Auch bei ihr gilt: Je wärmer der Standort – ideal sind 20 bis 25°C, desto feuchter darf die Luft sein, besonders im nächsten Sommer. Achtung: Kalkhaltiges Gießwasser verursacht auf Dauer Flecken auf den dekorativen Blättern der Marante, das gilt auch bei den Usambaraveilchen. teba



Farben und Materialien

In der Farbpalette zeigt sich der Trend in zarten, gedämpften Pastelltönen und dunkle, beruhigend wirkenden Farben. Gezeigt werden Retro-Formen – neu interpretiert – und klassische Muster, wie beispielsweise Karos. Bei den Materialien werden Keramik sowie geschliffenes, buntes Glas sowie Samt, Wolle und Geflecht, aber auch dunkle Holzarten und Naturstein in Szene gesetzt.



Fotos: v.l.n.r. Blumenbüro Holland

Schnittblumen im Winter 2022: Sehnsucht nach Nostalgie

Ebenso wie bei den Zimmerpflanzen dreht sich bei Schnittblumen in den nächsten Monaten alles um nostalgische Blüten, blicken die Trend-Experten voraus. Rose, Nelke und Co. sollen nicht nur die Sehnsucht nach Nostalgie stillen, sondern auch eine warme und üppige Innenausstattung schaffen. Ob mit einem einzigen Blütenstiel je Vase oder mit einem gelungenen Arrangement – jede Blume bekommt viel Aufmerksamkeit und die Wertschätzung, die sie verdient.

In Sträußen kann die Kombination aus frischen und getrockneten Blumen beim Kunden viel Aufsehen erregen. Die Farbpalette reicht von zarten, gedämpften Pastelltönen bis hin zu dunklen, beruhigenden Farben. Die spiegeln sich auch in den passenden Vasen und Gefäßen wider. Die Schnittblumen-Auswahl für diesen Trendstil ist groß auf den Blumengroßmärkten und kann solange es die Saison zulässt aus regionaler Produktion stammen. Gehölz- und Beerenzweige, wie Birkenzweige, Johanniskraut und vieles mehr stehen auch aus der Region zur Auswahl.

Aber wenn in den Wintermonaten Rosen und Co. importiert werden, so haben stellvertretend für viele regionale Schnittblumen-Erzeuger Roland und Thomas Dercks aus Kempen-St. Hubert die nächste Saison schon vor Augen. Die Brüder bieten ab 1. Januar auf dem Blumengroßmarkt Düsseldorf Tulpen aus eigener Produktion in 90 Sorten an, dabei sind immer 20 bis 30 verschiedene Tulpen-Sorten gleichzeitig im Angebot.

Die Brüder Dercks sind sich sicher: „Die Tulpe ist eine energiesparende Kultur“. Eine Aussage, die gerade in Zeiten der Energieknappheit zuversichtlich stimmt und für Florist*innen ein Verkaufsargument sein kann. Der Grund: Die Energie fürs Wachstum hat die Tulpe in ihrer Zwiebel gespeichert und um diese „herauszukitzeln“ steht sie zwar beheizt, aber nur sehr kurze Zeit und auch Zwiebel an Zwiebel sehr eng mit vielen

Tulpen auf dem Quadratmeter. Die **Tulpe** zeigt sich ungebrochen mit einer fröhlichen Ausstrahlung und steht in unzähligen Farben von Weiß, Rot, Gelb, Rosa, Violett, Orange, Grün oder mit mehrfarbigen Blütenblättern zur Auswahl. Auch die Formenvielfalt der Tulpe sind ein Fest für jeden Betrachter. In ihrer Symbolik sind Tulpen heute nicht minder wertvoll als früher.

Die **Anemone** verfügt über große Blüten und ähnelt mit ihrem schwarzen Herzen und den kräftigen Stängeln dem Mohn. Anemonen sind in Weiß, Rosa, Rot bis Violett und in Blau erhältlich. Es gibt mehr als 100 Sorten am Markt, einige Blüten bestehen aus einem einzigen Kranz aus Blütenblättern, andere haben sogar mehrere. Tipp fürs Kundengespräch: Die Anemone geizt nicht mit ihrer Symbolik und steht für Erwartung, Sorgfalt und Ehrlichkeit.

Besonders die „goldene“ **Chrysantheme** ist willkommen im aktuellen Trend. Mit gelben, orangefarbenen oder feurigen Blütenblättern bringen die entsprechenden Sorten Wärme in den Raum.

Die klassische **Rose** passt ebenso perfekt zu diesem Trend. Der Kunde kennt sie wie keine andere Blüte und hat bestimmt schon viele Erinnerungen an die „Blume der Liebe“. In dieser Saison passen vor allem die Sorten mit der Farbe Orange oder Gelb.

Bouvardia, benannt nach Charles Bouvard, seines Zeichens Leibarzt von Ludwig XIII und Leiter des königlichen botanischen Gartens in Paris, gefällt mit ihren sternförmigen kleinen Blüten in weiß, rosa, rot oder violett. Sie überzeugt mit einer großen Wirkung – als Einzelstiel und somit als Hauptdarstellerin, oder auch in Kombination.



Die **Nelke** gilt als Vintage-Blüte schlechthin, symbolisiert sie doch Leidenschaft und Romantik. Im 15. und 16. Jahrhundert entschieden sich die Maler der Renaissance nicht ohne Grund für die Nelke als Statistin bei der Darstellung von Verlobungsszenen. Und diesbezüglich hat sich laut der Trend-Experten bis heute nicht viel verändert. Die Vintage-Blume mit ausgefrans-ten Blütenblättern sieht romantisch und zeitlos aus, ohne zu viel Aufmerksamkeit zu erregen und ist lange haltbar. Oft bietet sie sogar einen leichten Duft. Mit ihrer Farbenvielfalt hat der Florist beeindruckende Möglichkeiten mit Grün, Tiefviolett, dunklem Rot, fluoreszierendem Gelb, Champagner, zartem Orange, Lachsrosa, Weiß oder mit einer Kombination dieser Farben. Dazu kommen verschiedenste Formen von großblüti-gen Edelnelken bis hin zu Spraynelken.

Bereits mit einer einzelnen Orchideenrispe lässt sich ein Stillle-ben schaffen. Besonders geeignet sind dazu **Cymbidien** mit ihrem langen Stängel und den vielen, langlebigen Einzelblüten in Rot, Violett, Rosa, Orange, Gelb oder zweifarbig. teba





Fotos: jm/privat

Umweltschutz vor Wirtschaftswachstum

Wenn die Preise steigen, treten andere Aspekte beim Kauf von Konsumgütern zurück – so die landläufige Meinung. Doch stimmt diese These in ihrer Eindeutigkeit wirklich? Mehrere Untersuchungen zeigen ein anderes Bild.

Die These hört sich logisch an: Wenn die Inflation um sich greift, werden die Verbraucher vorsichtig. Sie schauen nur noch auf die Preise und schieben andere Produkteigenschaften, auf die sie zuvor geachtet haben, zur Seite. Solch eine Preissensibilität kann sicher jeder Konsument an sich selbst beobachten, zumal wenn von den Medien wie gegenwärtig unablässig Krisenstimmung verbreitet wird. Doch diese verständliche Reaktion (vor allem bei Verbrauchern, die eh jeden Euro umdrehen müssen) ist nur in Teilen richtig.

Dies legen zumindest einige Umfragen nahe, die in der zweiten Hälfte dieses Jahres veröffentlicht wurden. Besonders interessant war eine Untersuchung der Direktbank ING, die sich mit dem Verhältnis von Preissensibilität und Umweltschutz beschäftigte. In dieser repräsentativen Umfrage sprachen sich 51 Prozent der Befragten dafür aus, dass Umweltschutz auch zulasten von Wirtschaftswachstum priorisiert werden soll. Über die Hälfte der Deutschen haben also trotz der Rezessionsängste die Dringlichkeit des Umweltschutzes nicht verdrängt. Wichtig dabei: Es gibt in der Frage eine Reihe von Unentschlossenen, doch nur 14 Prozent lehnt die oben genannte Priorisierung ab.

Allein diese Konsumentenhaltung legt nahe, dass der Blumenfacheinzelhandel sicher nichts verkehrt macht, wenn er auch in der jetzigen Situation die positiven Aspekte, die in der regionalen Erzeugung von Blumen und Pflanzen liegen, hervorhebt. Zumal die Umfrage ebenfalls ergab, dass 41 Prozent der Befragten ihre Kaufgewohnheiten schon auf mehr Nachhaltigkeit umgestellt haben. Weitere 31 Prozent können sich vorstellen, dies in Zukunft zu tun.

Allerdings findet es die Hälfte der Deutschen schwierig, beim Einkauf die Nachhaltigkeit von Produkten zu beurteilen. Darin liegt eine Chance für den beratungsintensiven Blumenfacheinzelhandel. Der kann im Kundengespräch die positiven Nachhaltigkeitsaspekte wie etwa die kurzen Transportwege bei der regionalen Erzeugung einfließen lassen. Der Systemhandel, die Supermärkte, die Discounter oder die Baumärkte können dies nicht.

Wie wichtig die Produktionsbedingungen unter dem Stichwort Klimawandel insbesondere jungen Menschen sind, zeigt eine Untersuchung der Bertelsmann-Stiftung. Befragt nach den Ängsten, die die Jugend hat, wurde an erster Stelle (83 Prozent) der Tod von Familienangehörigen genannt. Es folgte mit 82 Prozent die Angst davor, dass sich der Krieg in der Ukraine nach Deutschland ausweitet. Direkt danach, mit 80 Prozent, kam die Angst vor dem Klimawandel.

Erwähnt werden sollte in dem Zusammenhang, dass den jungen Menschen Freiheit mit 75 Prozent wichtiger ist als ein gutes Gehalt (44 Prozent). Eine Forsa-Umfrage stützt die Vermutung, dass sich bezogen auf den Konsum insbesondere bei jungen Menschen ein Wandel ergeben hat. Immerhin 84 Prozent der von Forsa Befragten befürworten das Teilen von Produkten aus Gründen der Nachhaltigkeit. Genannt wurde insbesondere das Teilen von Kleidung.



Fotos: jm/privat

Darin liegt eine Chance für den beratungsintensiven Blumenfachhandel.

Nun lassen sich die Produkte des Blumenfachhandels schlecht teilen. Doch das Teilen ist ja nur Ausdruck des Wunsches nach Langlebigkeit, nach Wiederverwertung. Und möglicherweise kommt aus dieser Haltung das aktuelle Faible vieler jungen Menschen für grüne Zimmerpflanzen. Die kann man pflegen, sie leben lange – und werden dadurch zu „Mitbewohnern“ jenseits der Wegwerfgesellschaft.

Bezogen auf die von Nachhaltigkeitswünschen geprägten Konsumenten unserer Tage hat der Blumeneinzelhandel klar erkennbare Felder, die den Verbrauchern besonders wichtig sind. Dies sind der Pflanzenschutzinsatz, der Gebrauch von Torf und der hohe Verbrauch von Plastik. In allen drei Feldern hat der deutsche Gartenbau, der über die regionalen Blumengroßmärkte vermarktet, die Nase vorn.

Das deutsche Pflanzenschutzgesetz gehört zu den schärfsten weltweit, der Einsatz von Nützlingen ist weit verbreitet. Der Einsatz von Torf geht immer weiter zurück, die Forschung nach Ersatz läuft auf Hochtouren. Die Blumengroßmärkte (und somit auch ihre Kunden) sind Vorreiter beim Thema Mehrwegtrays, die Plastikberge durch Einwegtrays werden in großen Teilen über den Systemhandel verursacht. Es gibt also eine Reihe von stichhaltigen Argumenten, die zeigen, wie eng Nachhaltigkeit und regionale Produktion zusammengehören.

Dem Trend zu nachhaltiger Produktion und zu verantwortlichem Handel folgt auch immer mehr der Systemhandel, insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel. Edeka und Rewe haben schon vor Jahren das Thema Regionalität für sich entdeckt, nachdem die Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte mit der Marke „Ich bin von HIER!“ eine Vorreiterrolle übernommen hat. Mittlerweile werben auch Discounter mit dem Begriff Nachhaltigkeit.

Einen weiteren Schritt in diese Richtung kündigte im Sommer der Rewe-Konzern an. Er will zukünftig Abschied nehmen von den gedruckten Werbeprospekten und Handzetteln. Der Schritt „reduziert nicht nur unseren CO₂-Fußabdruck massiv, er ist auch ein weiterer Meilenstein im Rahmen unserer Klimaziele“, hieß es in einer Pressemitteilung. Lobenswert – doch könnte man ja auch einmal danach fragen, wieviel CO₂ eigentlich durch die Anpflanzungen des deutschen Gartenbaus gebunden wird? Martin Hein

Holen Sie sich unsere Winter-Plakate

Unser Service für Sie: Jetzt im Foyer am Haupteingang aussuchen und mitnehmen!





Mitmachen
und
gewinnen!

JE VERKAUFSTAG EIN GEWINN!



Auch im Jahr 2022 möchten die Anbieter Ihnen mit dem bzg-Adventskalender in der Vorweihnachtszeit wieder eine Freude bereiten. An jedem Verkaufstag, bis einschließlich zum 23. Dezember, gibt es täglich für Sie die Chance dabei zu sein.

Also: Mitmachen und gewinnen. Und so geht's :

An jedem Verkaufstag steckt ein anderer Anbieter des Blumengroßmarktes hinter einem Türchen des bzg-Adventskalenders und stellt an diesem Tag aus seinem Sortiment den Tagesgewinn. Den bzg-Adventskalender Baum finden Sie auch in diesem Jahr wieder in der Markthalle.

Dort erfahren Sie an jedem Morgen der Verkaufstage im Dezember bei welchem Anbieter an diesem Tag das Türchen aufgeht. Am Stand des Anbieters erhalten Sie Ihre Teilnahmekarte. Diese füllen Sie vollständig aus und werfen sie in die ebenfalls sich am Stand befindende Losbox. Die Ziehung erfolgt täglich direkt nach Marktschluss. Wenn Sie gewonnen haben, erhalten Sie noch am selben Tag eine Mitteilung. Wir gratulieren ganz herzlich und Sie holen Ihren Gewinn direkt beim Anbieter oder in der Gartenbauabteilung binnen drei Tagen ab (nach Ablauf der drei Tage erlischt Ihr Anspruch auf den Gewinn). bzg



In Form einer Vernissage fand am Sonntag im Anschluss des Seminars ein neues Veranstaltungsformat am Blumengroßmarkt statt.

Mehmet Yilmaz präsentierte und erläuterte die von ihm hergestellten Werkstücke.

Im Anschluss kam es zum regen Austausch mit den rund 100 Besucherinnen und Besuchern. bzg



Florale Vernissage mit Mehmet Yilmaz



Fotos: jm/bzg

Geschichten vom Großmarkt

Grafik/Fotos: jm/bzg v.l.n.r. Christian Pippert überreicht Wolfgang Wollrab ein Präsent, Michael Schoser überreicht Hartmut Butzbach einen Blumenstrauß, Gruppenfoto mit „Neurentner“ Hartmut Butzbach

Zwei bewegende Verabschiedungen

Am Blumengroßmarkt gab es Ende September gleich zwei Verabschiedungen. Das ist sehr schade, denn es sind langjährig gute und enge Verbindungen gewesen.

Herr Wolfgang Wollrab, nicht nur langjähriger Anbieter auf dem Markt, sondern bis zuletzt Mitspieler für die Belange der Gärtner, schied ordnungsgemäß in diesem Jahr aus dem Vorstand aus. Über 25 Jahre gehörte er den Gremien der Genossenschaft an und setzte das Engagement seines Vaters, einem der Gründer und erster Vorstand der Genossenschaft, erfolgreich fort.

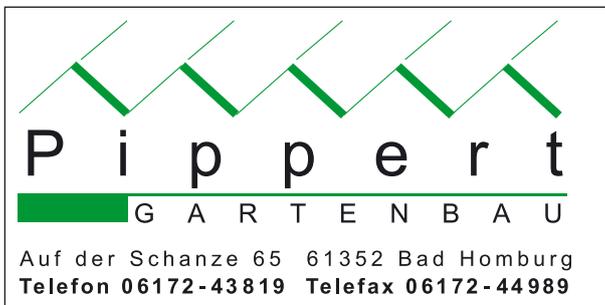
Als Vorstandsvorsitzender hielt Christian Pippert bei einer kleinen Feier die Laudatio, in der er auf die Entwicklung und verschiedenen Eckpunkte Herrn Wollrabs Handelns näher einging und ihm für 25 Jahre aktives Mitwirken dankte. Als überzeugter „Gießkannenbewässerer“ bekannt, bekam Herr Wollrab, neben einem Präsentkorb, eine original ca. 60 Jahre alte, aber noch völlig intakte, Schneidkanne als Andenken überreicht.

Herr Hartmut Butzbach, es wird kaum jemanden geben der ihn nicht kennt! Er hatte sich nach stolzen 32 Jahren entschieden, vom Blumengroßmarkt in die Rente zu wechseln. „Mit Herrn Butzbachs Weggang geht eine Ära zu Ende“, so der Geschäftsführer Michael Schoser in seiner Ansprache und Verabschiedung von Herrn Butzbach. Damit er im Ruhestand trotzdem nicht ohne die von ihm so geliebten Süßigkeiten auskommen muss, bekam er einen entsprechenden Präsentkorb überreicht.

Dass beide außerdem einen großen Blumenstrauß, gebunden aus regional angebauten Blumen, überreicht bekamen, versteht sich von selbst.

Der Abschied von den Kollegen und Kolleginnen war sehr emotional. Nichtsdestotrotz gab es auch jede Menge Gründe zum Lachen, denn Herr Butzbach bekam ein gerahmtes T-Shirt mit der sehr zutreffenden Aufschrift: „Rentner 2022. Eine echte Legende verlässt das Gelände“ überreicht. Zudem wurde der bei den Anbietern und den Kollegen eingesammelte Geldbetrag an ihn überreicht und eine extra für ihn angefertigte Schärpe, die aus dem Schleifendrucker von Firma Cirener-Sulzer kam, ihm feierlich übergelegt. *bzg*





Ab Januar 2023 ist der TAGESVERKAUF bis 13.00 Uhr geöffnet!

Energieeinsparen durch neue Öffnungszeiten im Tagesverkauf

Das Thema Energie betrifft uns alle – auch unseren Blumengroßmarkt. Da auch wir uns in der Pflicht sehen unseren Beitrag zu leisten, haben wir Überlegungen angestellt, wie wir Energie einsparen können. Bei detaillierter Prüfung aller Verbräuche wurde auch bei den Öffnungszeiten des Tagesverkaufes, der von Montag bis Freitag bis 15 Uhr stattfindet, ein nicht zu vernachlässigendes Einsparpotenzial ermittelt. Um dieses zu nutzen, wurde die Entscheidung getroffen, die Öffnungszeiten ab dem **01. Januar 2023** anzupassen.

Demnach wird der Tagesverkauf ab Januar und damit das Einkaufen von montags bis freitags in der Markthalle **bis 13 Uhr** möglich sein. Bitte beachten Sie die neue Öffnungszeit und planen diese für Ihren Besuch ein.

60 Jahre bzg – bringen Sie uns Ihre Bilder von früher!

Natürlich wollen wir diesen Anlass auch hervorheben und medial begleiten. Für eine Idee, die wir gerne umsetzen möchten, freuen wir uns über Ihre Unterstützung.

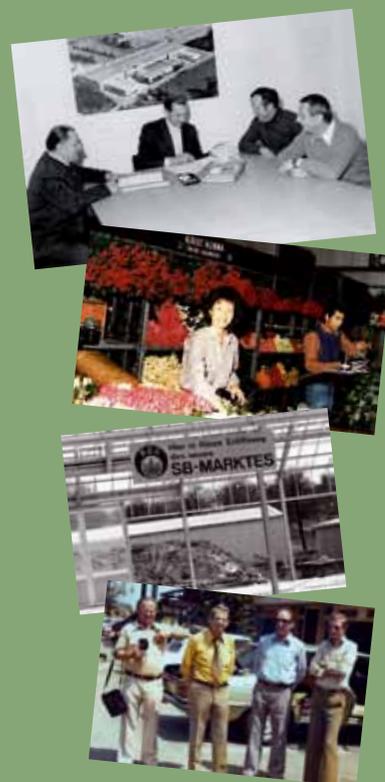
Kramen Sie doch bitte in Ihren Schubladen und Festplatten: Wir sind sicher, dass Sie ein, zwei oder vielleicht auch mehrere Fotos finden werden, die Sie an besondere Momente im und mit dem Blumengroßmarkt in den letzten Jahren erinnern. Wir würden uns darüber freuen, wenn Sie uns diese für eine kurze Zeit zur Verfügung stellen würden.

Erzählen Sie uns auch die Geschichten, die Sie am Großmarkt erlebt haben. Ob lustig oder ernst, alles was Ihnen einfällt, nehmen wir gerne mit auf.

Schreiben Sie uns und senden Sie uns Ihre Bilder per E-Mail an:
info@bzg-ffm.de

Oder Sie geben Ihre Fotos bei uns in der Verwaltung bei Frau Moritz ab. Auch Ihre Geschichte ist bei Frau Moritz gut aufgehoben. Zögern Sie nicht, nur durch Ihre Mithilfe kann dieses Vorhaben, zur Freude aller, gelingen.

Wir sagen bereits jetzt schon vielen Dank. Unter allen Rückmeldern verlosen wir drei Einkaufsgutscheine in Höhe von jeweils 50,- € bzg



Impressum bzg aktuell

Erscheint jährlich viermal

Herausgeber

Blumen- und Zierpflanzengroßmarkt Rhein Main eG

An der Festeburg 31 · 60389 Frankfurt am Main

Telefon: 0 69/94 76 02-0 · 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 · Kommunikation

E-Mail: moritz@bzg-ffm.de

Öffnungszeiten

Marktzeit

Montag – Samstag: 5:00 bis 8:30 Uhr

Tagesverkauf ab Januar 2023

Montag – Freitag: 5:00 bis 13:00 Uhr

Samstag: 5:00 bis 9:00 Uhr