

# Zierpflanzen ökologisch – Anbau und Absatz in der Schweiz, Holland und Deutschland

**Bettina Billmann und Otto Schmid**

Gleichnamiger Beitrag aus Ökologie & Landbau Nr. 109, Heft 1/99

*Die Bedeutung der Öko-Zierpflanzen ist zwar immer noch gering, doch das Interesse an ihnen wächst. Seitdem Anfang 1996 in der Schweiz die erste europäische Tagung zum Thema „Biologischer Zierpflanzenbau“ stattgefunden hat, werden an immer mehr Verkaufsstellen solche Zierpflanzen angeboten. Die Autoren ziehen Bilanz und zeigen auf, was getan werden muss, damit diese Pflanzen den ihnen gebührenden Platz am Markt einnehmen können.*

## **Bio-Zierpflanzen – erster Auftritt in der Öffentlichkeit**

Anlass der Tagung vor drei Jahren in Wädenswil/CH war die Veröffentlichung einer Studie, die vom Schweizer Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) in Auftrag gegeben und vom WWF Schweiz und der COOP Schweiz finanziert worden war. Sie zeigte, dass der biologische Anbau von Blumen und Zierpflanzen mangels Informationen und Erfahrungen in der Praxis noch schwierig, aber durchaus möglich ist. Produziert wurden die Bio-Zierpflanzen damals auf der Basis der EU-Verordnung bzw. der allgemeinen Richtlinien der Verbände, denen sich einige Produzenten angeschlossen hatten – spezielle Richtlinien für die Zierpflanzenproduktion gab es nicht.

Ebenso waren Beratung und Weiterbildung für Produzenten oder Umstellungswillige sowie Produzentenorganisationen in Deutschland und der Schweiz so gut wie gar nicht vorhanden. In Holland gab es die GEA, eine 1993 gegründete Tochtergesellschaft der Bloemenveiling Aalsmeer, die die Produktion und den Absatz von Bioblumen durch Weiterbildung von Produzenten und ein spezielles Verkaufskonzept steigern wollte.

Wesentlich schwieriger als die Produktion erwies sich die Vermarktung der Bioblumen. Die Kundschaft war sich der Bedeutung einer biologischen Zierpflanzenproduktion für den Umweltschutz kaum bewusst und demnach auch wenig bereit, Änderungen in Sortiment und Aussehen der Blumen sowie höhere Preise zu akzeptieren.

Seit 1996 hat sich die Zahl der Produktionsbetriebe in der Schweiz, in Deutschland und in Holland verdoppelt. Auch im Hinblick auf die Vermarktung sowie die Organisation und Weiterbildung der Produzenten hat sich in den drei Ländern einiges getan:

### **Schweiz**

In der Schweiz gibt es seit Januar 1996 Richtlinien für den biologischen Zierpflanzenbau (vgl. Kasten, S. 31). Im März 1996 wurde in der Ostschweiz ein Pilotprojekt gestartet mit dem Ziel, die Vermarktung von Bioblumen in Gartencentern zu untersuchen und zu verbessern. Eine im Rahmen dieses Projektes durchgeführte Kundenbefragung, die im Mai 1996 veröffentlicht wurde, zeigte zwar, dass die Sensibilität und Kenntnis bezüglich Bioblumen noch gering ist. Doch vor allem bei der Kundschaft, die auch sonst Bioprodukte kauft, bestehen durchaus Kaufinteresse und Bereitschaft, höhere Preise zu akzeptieren. Inzwischen sind einige Blumenabteilung der Supermarktkette COOP in der Basler Region sowie einige Gartencentern und Blumenläden mit Erfolg in die Vermarktung von Blumen und Jungpflanzen aus ökologischer Erzeugung eingestiegen.

Im Herbst 1996 wurde in der Schweiz die Vereinigung biologisch produzierender Gartenbaubetriebe (VBPG) gegründet, deren ca. 50 Mitglieder sich regelmäßig zum Erfahrungsaustausch treffen. Und innerhalb der BIO SUISSSE (Dachorganisation der Schweizer Biobetriebe) wurde eine Fachkommission für den Biogartenbau geschaffen, in der neben vier Produzenten auch der Fachhandel, Großverteiler, eine Konsumentenorganisation und die Beratung des FiBL vertreten sind. Die Fachkommission trifft sich zwei- bis dreimal im Jahr und bespricht Richtlinienfragen, Absatzstrategien und die Sortimentsgestaltung.

Die Verkaufserfahrungen 1998 bestätigen, dass es größerer Anstrengungen bedarf, die Supermarktketten am Verkauf von Bioblumen und Biozierpflanzen zu interessieren. Wo die regionalen Einkaufsverantwortlichen hinter dem Projekt stehen, sind die Voraussetzungen besser.

## Niederlande

In den Niederlanden erfolgte Anfang 1997 eine Neuorientierung: Zum 31.12.1996 schloss die GEA ihre Tore. Etwa zur gleichen Zeit nahm eine staatliche Beraterin für den ökologischen Zierpflanzenbau ihre Arbeit auf. Sie organisierte eine Forschungsgruppe, die Erfahrungsaustauschgruppe „Ökologischer Zierpflanzenbau“, der zur Zeit ca. 70 Produzenten angeschlossen sind, sowie die Stiftung „Ökologische Zierpflanzen“, in der – vergleichbar mit der Fachkommission der BIO SUISSE – Produktion, Handel und Beratung vertreten sind. Die Betriebe, die früher der GEA angeschlossen waren, vermarkten jetzt ihre Ware entweder über den privaten Großhandel De Schoof, oder die Blumen gehen über die Vermarktungsgemeinschaft BIOSFEER an die Blumenauktion Vleuten.

## Deutschland

In Deutschland haben sich vor allem die Verbände BIOLAND und NATURLAND der Zierpflanzenproduktion angenommen. Zum ersten bundesweit organisierten Bioblumen-Seminar im September 1996 legten sie Entwürfe für die Zierpflanzenbau-Richtlinien vor. Inhaltlich schließen sich diese weitgehend den Regelungen der BIOSUISSE an (s. Kasten). Anfang 1997 präsentierte die AGÖL, der deutsche Dachverband für den ökologischen Landbau, eine landesweite Adressenliste mit über 100 Betrieben, die ökologisch produzierte Zierpflanzen anbieten. Organisationen auf übergeordneter Ebene wie der VBPG in der Schweiz oder die Stiftung „Ökologische Zierpflanzen“ in Holland fehlen jedoch in Deutschland bisher ebenso wie eine spezielle Beratung für Produktion und Handel, so dass die Öffentlichkeitsarbeit für Bioblumen sowie die Vernetzung der Produzenten untereinander und mit dem Handel nicht recht in Gang kommen. Ausnahmen bilden hier die 1996 von acht BIOLAND-Betrieben im Raum Oldenburg/Bremen gegründete Erzeugergemeinschaft „Pflanzenkontor“ für Stauden und Baumschulware sowie die 1997 gegründete Arbeitsgemeinschaft ökologischer Baumschulen, der etwa 15 Betriebe angeschlossen sind.

In der Vermarktung konnten in Deutschland bisher nur kleine Fortschritte erzielt werden. Das Angebot ist zurzeit noch sehr gering. Bedarf für Bioblumen scheint aber vorhanden zu sein. So findet sich z. B. auf den neun Öko-Wochenmärkten in Hamburg bisher nur ein Stand, der auch Blumen anbietet; eine Befragung zeigte auch hier, dass das Interesse der Kundschaft an Bio-Zierpflanzen groß ist (Ökologie & Landbau 107, 3/1998). Auf der Großhandelsebene gab es – im Unterschied zur Schweiz und Holland – in Deutschland noch keinen Marktauftritt.

## Gute Marktchancen

Angesichts der gegenwärtigen Lage auf dem Arbeitsmarkt und in der Wirtschaft rangiert der Umweltschutz in der Gunst der Verbraucher an untergeordneter Stelle. Dem entspricht ein zurzeit begrenztes Interesse an Bioblumen und eine eher geringe Akzeptanz für höhere Preise. Die Prognosen für den Marktanteil der Öko-Zierpflanzen liegen bei 3-5 %, in einzelnen Regionen und Segmenten sogar höher. Diese Nachfrage ist noch lange nicht bedient. Deshalb sind für Produzenten, die mit Überzeugung und Professionalität eine Umstellung anstreben, die Chancen gut, sich auf dem Markt zu etablieren.

Erfolgreich in der Vermarktung sind zurzeit vor allem Betriebe, die ihr Blumenangebot an den Sektor Kräuter und Jungpflanzen anknüpfen sowie eine zentrale Verkaufsfläche bzw. einen eigenen Bereich für dieses Angebot vorsehen. Außerdem ist ein vielseitiges Sortiment von Vorteil. Zusammenschlüsse und ein Austausch von Pflanzen sind zu empfehlen, wie sich auch am Erfolg der o. g. Erzeugergemeinschaft „Pflanzenkontor“ zeigt, die inzwischen einen Katalog zusammengestellt hat und ihre Ware auch auf dem Versandweg absetzt.

Für Produktion und Handel gleichermaßen haben sich außerdem die folgenden Empfehlungen herauskristallisiert:

- Premium-Qualitäten anbieten: bewusst auf hochwertige Ware hinarbeiten
- Die Struktur der Kundschaft (s. Kasten) und die Möglichkeiten der Vermarktung vor Beginn der Produktion gut ausleuchten, danach klare Entscheidungen treffen und auf wenige Wege konzentrieren
- Frühzeitige und kontinuierliche Zusammenarbeit mit den Abnehmern, vor allem im Hinblick auf das Sortiment
- Zusammenarbeit mit anderen Biobetrieben; Anbau- und Absatztipps – auch aus der Landwirtschaft – sowie moralische Unterstützung können gerade in der Umstellungszeit sehr hilfreich sein
- Gute Ausbildung des verantwortlichen Personals und umfassende Aufklärung der Kundschaft über Vorteile der biologisch angebauten Zierpflanzen, z. B. durch Etiketten, Flugblätter, Herkunftsangaben, Tage der offenen Tür oder Seminare in Volkshochschulen
- Schaffung einer Blumen-Kultur im wahrsten Sinne des Wortes durch Einbindung der Blumen in ein Umfeld aus Kunst, Sinnlichkeit und Naturverbundenheit.

## Ausblick

Für die Zukunft des biologischen Zierpflanzenbaus lassen sich die folgenden drei Thesen formulieren:

- Die integrierte und die biologische Produktion werden aufgrund der – auch in Verbraucherkreisen zunehmend erkannten – Notwendigkeit einer nachhaltigen Wirtschaftsweise auf Dauer die gute fachliche Praxis in der Zierpflanzenerzeugung sein.
- Der Begriff „Gute Qualität“ wird nicht mehr nur Aussehen und Haltbarkeit, sondern auch gute Arbeitsbedingungen und umweltverträgliche Produktionsweisen beinhalten.
- Mit der Bio-Zierpflanze kaufen die Verbraucher ein Stück „heile Welt“. Viele sind bereit, dafür mehr zu bezahlen – wenn man sie über die Gründe für höhere Preise umfassend aufklärt. Deshalb muss nicht nur die Produktion, sondern auch der Handel transparent sein und den ethischen Anforderungen der Kunden entsprechen.

Der Handlungsbedarf, der angesichts dieser anvisierten Entwicklung besteht, ist gewaltig. Die Ergebnisse der notwendigen Maßnahmen werden auf der Ebene der Vernetzung und der Forschung nicht nur dem biologischen Zierpflanzenbau zugute kommen, sondern dem gesamten Gartenbau. Insgesamt ist davon auszugehen, dass es einige Jahre Aufklärungs- und Aufbauarbeit sowohl in der Produktion als auch im Handel geben wird, bevor die Bioblumen am Markt den ihnen gebührenden Platz einnehmen.