

9 Themen, die Sie im Blick behalten sollten

Rupert Fey ist Pflanzenexperte und Marktkenner, Torsten Brämer weiß, welche Themen Hobbygärtner bewegen – gemeinsam blicken sie auf die Trendthemen der nächsten Monate und Jahre.

1. Pflanzen laufen

„Der Garten ist der sichere Hafen in einer unsicheren Welt“ – trotz der Preisanpassungen, der Kaufzurückhaltung und der Krisenstimmung hat die Branche 2023 Umsätze gemacht, vor allem bei den lebenden Sortimenten. Hartware und vor allem Möbel, Grills & Co. hatten erneut ein schwieriges Jahr. „Wir haben ein Sortiment, was die Leute jedes Jahr wieder haben wollen, das ist gigantisch, keine Branche hat das. Die Modebranche muss das mühsam über Trends initiieren. Wenn wir aber das erste Mal fünf Grad plus und Sonnenschein haben, müssen wir keine

Werbung machen, dann geht's ab“, so Rupert Fey.

Was sich aber auch zeigt: Zierpflanzen werden ohne Nutzen zum Luxus. Schön allein reicht einfach nicht mehr, die Kunden suchen auch den Nutzen der Pflanzen, und der ist da, wir müssen es nur erzählen. Pflanzen sind Insektenfutter, Menschenfutter, Schattengeber, Lebensraumschaffer, Problemlöser, Trostdemwaxer, Stimmungsaufheller oder Luftverbesserer. „Wir haben ein geiles Produkt, das die Leute haben wollen – wir müssen nur an der Story arbeiten“, erklärt Rupert Fey.

3. Regionale Sortimente sind gefragt

Regionalität ist kein neues Thema, eignet sich aber wunderbar für den Fachhandel, weil es sich von einer Kette schwer kopieren lässt – ein Vorteil, den der Fachhandel ausspielen sollte. Ein schönes Beispiel dafür sind Erdbeeren, für die der Kunden gern zwei Euro mehr pro Schale zahlt, wenn sie aus regionalem Anbau sind. Regionale Pflanzen sind nachhaltig und wachsen viel besser, weil sie besser an den Standort angepasst sind. Die Kombination von regional und saisonal ist ein Verkaufs-Booster. Das zeigt das Beispiel Spargel wunderbar: Wenn es immer Spargel gäbe, wäre das Thema längst tot. „Wir müssen unsere Saisonhöhepunkte feiern, nach dem Motto: jetzt ist es am schönsten. Wir denken immer, alle wissen das, aber das ist ein Trugschluss“, erklärt Rupert Fey. Die Kunden sind oft genug ahnungslos, das Wissen ist in den Generationen verloren gegangen.

2. Biodiversität wird immer wichtiger

Mittlerweile haben viele Hobbygärtner verstanden, dass Biodiversität ein wichtiges Thema ist, die meisten wissen aber nicht, was sie tun können – das ist der perfekte Ansatzpunkt für den Fachhandel, hier mit Tipps und den richtigen Sortimenten beiseite zu stehen: Zu zeigen, wie man nicht gegen, sondern mit der Natur gärt. Zudem finden gerade Veränderungen im Pflanzensortiment statt, regionale Wildpflanzen sind im Kommen, im Fachhandel aber vielfach noch nicht erhältlich. Das Thema „Wilde Ecke“ ist in den sozialen Netzwerken unter dem #wildeecke ein totales Hypethema. Um die Biodiversität im Garten zu fördern, ist ein Verzicht auf Pflanzenschutzmittel notwendig. Kunden brauchen dazu die entsprechende Beratung. „Die interessiert es brennend, wie sie ihre Pflasterfugen ohne Gift sauber bekommen und den Teich algenfrei. Zeigen Sie die entsprechenden Alternativen“, erklärt Torsten Brämer.



Torsten Brämer
gründete 2014 die heute größte

deutschsprachige online Garten Community „Wir sind Garten“ in den sozialen Medien mit mehr als 750.000 Followern auf Instagram, Facebook, TikTok und YouTube.
wirsindgarten.de

4. Klima-angepasstes Gärtnern im Fokus

Klima-angepasste Bepflanzung – da sind Angebote und Ideen gefragt, wie man mit weniger Wasser auskommt und was bei Hitze und Trockenheit noch gut funktioniert. „Da gibt es tolle Ideen, die müssen wir den Kunden anbieten“, erklärt Torsten Brämer. Dach- und Fassadenbegrünung wird wichtiger und ist ein tolles Fachhandelsthema – man braucht die Pflanzen, das System, viel Material und vor allem Know-how und Beratung. Zudem rückt die Entsiegelung von Flächen rund ums Haus mit dem Blick auf das Mikroklima und die Biodiversität in den Fokus der Hobbygärtner – bieten Sie Alternativen für Schottergärten, viele wissen gar nicht, was sie mit der Fläche machen sollen. Wasserflächen im Garten werden an Bedeutung gewinnen – wichtig für die Biodiversität, der Miniteich geht in den sozialen Medien total ab. Auch der Hausbaum wird eine Renaissance erleben, weil er wertvollen Schatten liefert.

5. Nachhaltigkeit ist ein Megatrend

Viele Fachhändler gähnen bei dem Thema schon, aber die Kunden beschäftigen sich (erst) jetzt damit und fragen sich, was sie selbst tun können, um nachhaltiger zu gärtnern. Zeigen Sie, wie man im Garten Wasser sparen kann – wie man es sammelt, wie man richtig gießt und dass Mulchen helfen kann. Zeigen Sie, wie sich chemiefrei gärtnern lässt – mit Nützlingen und Pflanzenstärkungsmitteln beispielsweise. „Derzeit wird die Brennesseljauche als Pflanzenstärkungsmittel im Netz total abgefiebert“, erklärt Torsten Brämer. Auch das Thema Balkonkraftwerke, das eigene Erzeugen von Energie ist für viele spannend. Das Thema Mikroplastik rückt zudem ins Auge – Gießkannen sind dann gern mal aus Metall, statt aus Kunststoff. Den Torfeinsatz zu reduzieren und zu vermeiden, berührt die Menschen, sie müssen aber bei der Umstellung begleitet werden.

6. Die Kunden brauchen Hilfe

„Das Wissen der Kunden über Blumen und Pflanzen schwindet, gleichzeitig wächst die Bedeutung der sozialen Medien als Informationsquelle“, erklärt Torsten Brämer. Wie düngte ich in Zukunft? Wie komme ich ohne Torf aus? Wie gärtner ich bei Hitze und Trockenheit? Welche Pflanzen helfen der Biodiversität? Wie gieße ich richtig? Die Menschen haben viele Fragen, darauf müssen Fachhändler Antworten geben. „Sie können auch nicht erwarten, dass die Kunden zu Ihnen kommen und diese Fragen stellen,

manchmal wissen sie gar nicht, was sie nicht wissen“, erklärt Torsten Brämer. Händler sollten Lösungen aufzeigen: die idealen Pflanzen für den Sonnenbalkon und die richtige Bewässerung, beispielsweise. „Und fangen Sie weit genug unten an, viele trauen sich nicht, die ganz einfachen Fragen zu stellen“, fügt Torsten Brämer hinzu. Zudem kommen jedes Jahr die gleichen Fragen, deshalb man kann gut das wieder aufnehmen, was man im letzten Herbst gemacht/gepostet hat.



BLICK AUF DEN PFLANZENMARKT

WIR BRAUCHEN MEHR ABSTIMMUNG ZWISCHEN PRODUKTION UND HANDEL

Wir sind noch in der Findungsphase nach der Pandemie und den folgenden Krisen. Alle Branchenteilnehmer stecken noch viel Energie in den Versuch, Mengen und Verkaufszeiträume besser in den Griff bekommen. Wie viel ist genug, ist die Frage aller Fragen über alle Sortimente. Wir müssen Mengen und Verkaufszeiträume besser in den Griff bekommen und dafür braucht es mehr Abstimmung zwischen Handel und Produktion. Es wird noch viel zu viel ins Blaue produziert – ohne Rücksprachen mit dem Handel.

Vermutlich werden wir bei den Pflanzen in diesem Jahr einen leichten Mengenzuwachs haben, 2023 war es phasenweise knapp. Das Preisniveau wird sich wohl um das in diesem Jahr einpendeln. Je nach Produkt dauert es noch, bis wir da in ruhigere Fahrwasser kommen. Das wird noch mindestens ein Jahr brauchen, bis wir wieder ein gleichmäßigeres Angebot und damit stabile Preise haben.

Langfristig sehen wir einen Rückgang der Produktionsflächen in Deutschland, zumindest regional. Viele kleine Betriebe geben auf. In den zentralen Regionen

werden die Flächen weiter betrieben, aber die Betriebe, die weit ab von Vermarktung oder zentraler Logistik sind, tun sich schwer, den regionalen Marktzugang zu haben. Dadurch werden wir an Sortimentsbreite verlieren – die Frage wird dann sein, wo die regionale Ware herkommt. Gleichzeitig ist regionale und saisonale Produktion unser größtes Plus. Wer als Händler gute regionale Gärtnereien im Umfeld hat, sollte sie unterstützen.

Rupert Fey

7. Urban Jungle wächst nach wie vor

„Grünpflanzen im Haus waren die einzige stabile Warengruppe 2022“, erklärt Rupert Fey. Der Trend hält an und hat viele verschiedene Ausprägungen. Es gibt die Sammler und Vererber, die Grünpflanzen auch als „Haustier-Ersatz“ hegen und pflegen. Grüne Zimmerpflanzen sind zudem ein Kult, Stichwort panaschierte Monstera. Auch Moosbilder und -wände erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. „Wer auf diese Sortimente setzt, sollte sich im Netz umschauen, worüber sich die Community austauscht, aber vielleicht auch im Netz anbieten, die Kunden kommen nicht zwangsweise ins Gartencenter“, erklärt Torsten Brämer. Rupert Fey ergänzt: „Das ist eine Kundenschicht, die den Fachhandel gar nicht kennt. Die bevorzugten

Quellen für den Einkauf von Blumen und Pflanzen sind hier der Wochenmarkt, Blume2000, Supermärkte und Onlinehändler – hier müssen wir sehen, wie wir die als grüne Branche überhaupt erreichen.“ Zimmerpflanzen sind ein tolles Thema, das man nicht das ganze Jahr mit Vollgas machen muss, hier sollten wir zeigen, was wir haben – teure Trendpflanzen statt einfach nur Grün, auch Zubehör anbieten, beispielsweise Deko oder Werkzeuge zum Umtopfen. „Schädlinge sind ein riesen Thema, wegwerfen geht nicht, Kunden geben alles dafür, dass die Läuse weggehen. Händler sollten Sprechstunden für die Kunden anbieten, wo sie mit ihren Pflanzen kommen können“, rät Torsten Brämer.

8. Smart Gardening im Auge behalten

Das ist ein Megathema, in dem auch viel Umsatz steckt – das sollte der Handel im Auge behalten. Gerade Bewässerung ist mit Blick auf die Klimakrise ein riesiges Thema, das den Verkauf von Bewässerungsprodukten anfeuern wird. Es wird Kulturen geben, die man weiterhin bewässern will, da sind smarte Bewässerungssysteme spannende Sortimente, auch für Balkon- und Terrassengärtner.

So ein System sollte auf der Verkaufsfläche vorgeführt werden und vor allem sollte deutlich gemacht werden, dass Tröpfchenbewässerung den Wasserverbrauch senkt – das ist ein wichtiges Verkaufsargument. Und wenn die torffreien Substrate noch stärker Verwendung finden, wird das Thema noch relevanter, sind die beiden Experten überzeugt.

9. Trendthema Selbstversorgung

„Vom Beet direkt in den Mund – das ist die kürzeste Lieferkette der Welt“, erklärt Torsten Brämer. Der Trend zur Selbstversorgung ist ungebrochen. Dabei kommt es nicht auf die Gartengröße an: Auch auf der Fensterbank lassen sich Kräuter und Naschpflanzen selber ziehen. „Die Tipps, wie man seinen im Supermarkt gekauften Basilikum richtig umtopft, sind ein Renner im Netz“, erklärt Torsten Brämer. Auch Hochbeete sind ein ungebrochener Trend, dazu kommen vertikales Gärtnern und Indoor-Farming. Aber auch Microgreens sind gefragt. „Zudem sind Beeren auf dem Balkon oder der Terrasse ein absolutes Hypethema“, erklärt Rupert Fey

Text: **Grit Landwehr**



Besuchen Sie uns
auf der IPM in Essen:

Halle 2, Stand 2D37

MIX IT!

Mit Floragard Perlite und Vermiculite bieten Sie Ihren Kunden die Möglichkeit, Erden nach ihrem Bedarf anzupassen. Ab sofort in der 5 Liter Kleinverpackung erhältlich.



WWW.FLORAGARD.DE