bzg aktuell

Ausgabe 1/2020

Journal des Frankfurter Blumengroßmarktes für Kunden und Geschäftsfreunde

Valentin & Valentina

Titelbild und Foto: jm/bzg

Editorial

Liebe Kundinnen und Kunden des bzg,

die erholsamen Tage sind zwar noch nicht lange her, doch längst sind wir wieder in den Alltag eingetaucht. Für uns bedeutet *Eintauchen,* tief Luft holen und loslegen: Voller Elan gehen wir mit Ihnen gemeinsam das neue Jahr an.

Zu Beginn des Jahres ist es eine spannende Frage, wohin die Reise beim Einkaufen zukünftig gehen wird. Welche Chancen und Herausforderungen werden sich ergeben? Eine Ablösung des örtlichen Einzelhandels würde zum Beispiel eine Veränderung von Strukturen ganzer Städte und Gemeinden nach sich ziehen und damit zwangsläufig auch Geschäftsgrundlagen aufheben. Alles über das Internet einkaufen – möchten wir das? Die Kommunikation wäre zumindest nicht dieselbe. Die Optik und Haptik der Produkte, die gerade in unserer Branche so wichtig sind, gibt es dort erst gar nicht. Von der Individualität und Kreativität ganz zu schweigen.

Ein Gedanke der sich fortsetzt. Woher beziehen Sie die Waren für Ihren Verkauf? Beim Produzenten und Händler hier im bzg? Also bei dem, den Sie kennen, dem Sie vertrauen und bei dem Sie genau wissen, welche Qualität er Ihnen bietet? Genau daraus ergibt sich für Sie ja ein entscheidender Vorteil, den Sie nutzen können und sollten. Andere Verkaufssysteme können unserer Auffassung nach in den genannten Aspekten nämlich nur sehr schwer mithalten.

Auch das Thema Vielfalt spielt eine bedeutende Rolle. Wenn wir zunehmend online einkaufen verlieren wir die Vielfalt und zugleich unsere regionale Identität. Ganz besonders in Zeiten, in denen es mehr denn je um Nachhaltigkeit und Klimaschutz geht, sind Überlegungen, wo wir unsere Waren für den Verkauf einkaufen, sehr wichtig und werden über unsere gemeinsame Zukunft mitentscheiden.

Trotzdem möchten wir uns den neuen Wegen natürlich nicht verschließen. Es macht Sinn, die digitalen Möglichkeiten zusätzlich optimal einzusetzen. Unserem Aufruf, uns in den sozialen Medien (auf Instagram unter: blumengrossmarkt_ffm) zu folgen, sind viele von Ihnen nachgekommen. Darüber freuen wir uns sehr! So schaffen wir es, Sie immer auf dem Laufenden zu halten, damit Sie wissen, was im bzg vorwärtsgeht.

Alles, was bei uns vorwärtsgeht, ist unserem täglichen Antrieb geschuldet und so hat sich auch hier in unserem Printmedium etwas verändert. Auch daran haben wir gearbeitet und präsentieren uns ab dieser Ausgabe mit geänderter Optik, auch im Stil etwas anders und öffnen mit neuen Rubriken die Blickrichtung. Wir freuen uns, wenn es Ihnen gefällt, Sie die Zeit beim Lesen genießen und wir Ihnen inhaltlich das bieten, was Sie interessiert.

Zum Abschluss möchte ich Ihnen noch einen kleinen Ausblick geben und Sie schon auf die FloraTrend am Sonntag, dem 22. März aufmerksam machen. Dieser Tag wird ganz im Zeichen des Frühlings stehen. Sie dürfen sich auf viele interessante Angebote freuen. Merken Sie sich den Termin gerne jetzt schon vor.

PS: Unsere neue Plakatserie liegt für Sie zur kostenlosen Mitnahme im Foyer bereit.

Herzliche Grüße und jeden Tag einen guten Einkauf bei uns im bzg wünscht Ihnen

Michael Schoser
Geschäftsführender Vorstand

Fotos: pixabay

Die grüne Seite

Baum des Jahres 2020 – Robinie (Robinia pseudoacacia)

Zur Überraschung mancher hat das Kuratorium **„Baum des Jahres“** die **Robinie (Robinia pseudoacacia)** zum Baum des Jahres 2020 auserkoren. Überraschend – gilt sie doch als invasive Art, bietet aber auch die Chance als Stadtbaum das Klima zu verbessern, da sie gut mit städtischem Klima und schwierigen Bodenverhältnissen zurecht kommt. Auch als Bienenweide spielt sie eine wichtige Rolle bei der Bestäubung anderer Arten. Andererseits ist sie für unsere heimische Flora eine Konkurrenz, denn sie ist eine Meisterin im Besiedeln der unwirtlichsten Lebensräume und verdrängt so stickstoffarme Naturräume wie Magerrasen oder Binnendünen und deren Pflanzenbestand. Es bleibt die Verantwortung sich mit Weitsicht diesem Thema zu widmen.

Tier des Jahres 2020 – der Europäische Maulwurf (Talpa europaea)

Die Deutsche Wildtier Stiftung ernennt den unter Naturschutz stehenden **Europäischen Maulwurf (Talpa europaea)** zum Tier des Jahres 2020. Maulwürfe sind zwar keine bedrohte Art. Wegen ihrer besonderen ökologischen Funktion, verdienen sie jedoch mehr Wertschätzung. Die Stiftung will mit ihrer Entscheidung darauf aufmerksam machen, wie wichtig die Artenvielfalt unterhalb der Erdoberfläche ist. Mehr Informationen hierzu finden Sie unter:
https://www.deutschewildtierstiftung.de/aktuelles/tier-des-jahres-2020-stollengraeber-aus-leidenschaft
Quelle: Deutsche Wildtier Stiftung

Hochstamm Deutschland: Streuobst soll Kulturerbe werden

Hochstamm Deutschland möchte die Hochstamm-Streuobstwiesen auf die Liste des Immateriellen Kulturerbes der UNESCO bringen. Die Anerkennung als immaterielles Kulturerbe soll bei den Streuobstwiesen für die dringend benötigte Aufmerksamkeit sorgen und mit dazu beitragen, die Natur sowie die Streuobstkultur und das damit verbundene Wissen zu erhalten.

Die Landkarte der Hochstamm-Streuobstwiesen bekommt Jahr für Jahr mehr Lücken. Mit jeder der Wiesen geht ein besonderes Stück Natur verloren, das vielen bedrohten Tier- und Pflanzenarten ein einzigartiges Habitat bietet. Wo die alte Kulturlandschaft mit den hochstämmigen, großkronigen Obstbäumen verschwindet, verschwinden auch zahllose alte Obstsorten; robuste, perfekt an die regionalen Bedingungen angepasste Bäume, mit außergewöhnlichen Aromen und Geschmacksvariationen.

Nicht zuletzt geht mit dem Verlust der Baumwiesen auch traditionelles Wissen zu deren Pflege und Bewirtschaftung sowie zur vielfältigen Nutzung und Weiterverarbeitung des Obsts verloren. Der Verein Hochstamm Deutschland e. V., möchte zeigen, was Streuobstwiesen so besonders macht und Sie einladen, die Wiesen und Produkte aus heimischem Streuobst (neu) zu entdecken und zu genießen. Denn Streuobst ist bestes, regional erzeugtes Premium-Obst.
Quelle: https://www.hochstamm-deutschland.de/

Fotos: Heilblumen (2), teba (7)

Heilblumen
Burgstraße 12/Bahnhofsvorplatz
63619 Bad Orb
Inhaberin: Silke Heil
Telefon: 0 60 52/68 36
E-Mail: info@heilblumen.de
Internet: www.heilblumen.de
Öffnungszeiten:
Montag–Freitag: 8.00–18.30 Uhr
Samstag 8.00–13.00 Uhr

Heilblumen

Blumen vom Floristen

Einen besonderen Tag erlebten am 1. Oktober nicht nur die Kunden sondern auch das Heilblumen-Team. Floristin Silke Heil hatte zum 25-jährigen Firmenjubiläum in ihr Reich nach Bad Orb eingeladen und feierte in blumiger Kulisse.

Schon Wochen vorher stieg die Vorfreude. Die Vorbereitungen wurden konkreter und gipfelten in tagelang andauernder Dekoration und Gestaltung der Verkaufsfläche. „Die Mühe hat sich gelohnt", erzählt Silke Heil und freut sich, dass ihr Jubiläumsfest von vielen Kunden so gut angenommen wurde. „Wir haben den Laden nicht nur entsprechend dekoriert, sondern auch für uns Fünf im Team entsprechend jedem Typ Haarkränze mit Hortensien, Orchideen, Rosen oder Eucalyptusblättern gebunden", berichtet Silke Heil rückblickend. „Es gab Kuchen, Häppchen und Sekt für die Kunden. Und jeder verließ den Laden mit einer Rose als Geschenk".

Für den Jubiläumstag hielt Silke Heil zudem eine ganz nachhaltige Information für ihre Kunden bereit: „Seit dem Jubiläumstag haben wir die Folienverpackung endgültig abgeschafft. Damit möchten wir einen Beitrag für eine plastikfreiere Welt leisten." Nahezu alle Kunden sind von dieser Idee angetan.

Nicht nur zum Jubiläum dekoriert Silke Heil ihren rund 60 Quadratmeter großen Ladenraum mit viel Liebe zum Detail. „Jahreszeitlich gestalten wir immer wieder neu und setzen den Raum – der stilvoll mit Stuckdecke und Kronleuchter wirkt – in Szene", erzählt die engagierte Floristin. „Wir bieten Floristik für jeden Anlass – von klassisch bis modern." Als Geschenke oder für die eigenen vier Wände findet der Kunde in zentraler Lage von Bad Orb eine breite Auswahl an Schnittblumen und Topfpflanzen.

Seit dem Jahr 2000 lebt und arbeitet Silke Heil in ihrem historischen und denkmalgeschützten Haus direkt neben dem alten Bahnhofsgebäude. „Unsere Kunden können kostenlose Kurzzeitparkplätze vor der Tür nutzen und wir haben zwei Ladeneingänge zur Wahl, zum einen über die Bahnhofstraße/Bahnhofsvorplatz und zum anderen von der Burgstraße über unseren kleinen Vorgarten." Nicht nur das Haus als Kulturdenkmal hat Silke Heil damals bei der

25 Jahre Heilblumen in Bad Orb

„Auf dem Blumengroßmarkt in Frankfurt finde ich eine große Auswahl."

Suche nach einem neuen Ladengeschäft begeistert. Auch der kleine Park direkt vor der Türe und das Umfeld mit Geschäften, wie einer seit 100 Jahre bestehenden Metzgerei, Versicherungen und Behörden gefielen ihr. Bereits 1994 kam Silke Heil, die in Fulda ihre Ausbildung zur Floristin absolviert hat, nach Bad Orb und machte sich erstmals 1994 mit einem eigenen Laden selbstständig. Den Umzug in das „Kulturdenkmal" hat sie bis heute nicht bereut. Seit September hat sie ihre Verkaufsfläche, die komplett auf einer Ebene liegt, geteilt und für den rechten Teil einen Mieter gesucht, der dort ein Café betreibt. „Das wird gut angenommen", beobachtet Silke Heil „und bringt uns auch Kunden, die vor oder nach dem Kaffeehausbesuch bei uns vorbeischauen."

Für die Flächenreduzierung sprechen gleich mehrere Gründe. „Die Kunden tun sich heute sehr schwer bei ihren Entscheidungen", sieht Silke Heil. „Das beobachten wir immer wieder, besonders, wenn die Auswahl zu groß ist. Darüber hinaus haben wir uns von ‚zu viel' Dekoartikeln verabschiedet." Das neue Konzept ist dem Laden von Silke Heil gut bekommen. Mobile Regale, Tische und Kommoden in hellen Tönen passen sich an und bieten Platz für individuelle Werkstücke. Sie reichen von putzigen kleinen Sträußen bis hin zu individuellen Modellen, wie einem afrikanischen Strauß oder einem Künstlerstrauß, der passend zur jeweils gewünschten Kunstrichtung gefertigt wird.

„Wir bemühen uns, durch neue Ideen und Materialien unsere Floristik vielseitig und interessant zu gestalten", erzählt Silke Heil. „Auf dem Blumengroßmarkt in Frankfurt finde ich eine große Auswahl dafür." Zwei bis dreimal pro Woche fährt sie von Bad Orb nach Frankfurt zum Einkauf. Neben Materialien, Topf- und Schnittblumen kauft sie auf dem BZG in der Beet- und Balkonpflanzensaison auch ein kleines Repertoire an Pflanzen für den Außenbereich ein.

Individuell arbeiten Silke Heil (Foto: 3.v.re.) und ihr vierköpfiges Team, darunter eine Auszubildende im zweiten Lehrjahr, auch bei floristischen Werkstücken in den Bereichen Hochzeit, Trauer, Dekorationen und Firmenkunden. Geliefert wird im gesamten Stadtgebiet von Bad Orb und in die Nachbargemeinden, wie Jossgrund, Bad Soden-Salmünster oder Biebergemünd und auf Anfrage in andere Orte.

Während die Kunden das Jahr über aus dem Stadt- und Ortsgebiet kommen fahren viele Ende November sogar 50 bis 100 Kilometer, um ihre traditionelle Adventausstellung zu besuchen. „Das ist jedes Mal ein Highlight", freut sich Silke Heil. „Diesmal haben wir drei Weihnachtswelten für unsere Kunden inszeniert mit den Themen ‚Tanz der Zuckerfee', ‚Hütten-Weihnacht in Zimt' und ‚Weihnachten im Dschungel'. Kurzfristig hatten wir uns dazu entschieden, im 2. Obergeschoss des Hauses die Ausstellung zu erweitern. Es gab wieder ein sehr gutes Feedback für unsere Dekorationen und die 220 Werkstücke, die wir gefertigt hatten. Neben dem Thema ‚Tanz der Zuckerfee', das sehr gut ankam, begeisterte das Thema ‚Weihnachten im Dschungel' besonders unsere jungen Kunden."

25 Jahre waren ein Grund zum Feiern und sind ein Zeugnis für Beständigkeit, dennoch betont Silke Heil, „wir müssen uns ständig verändern, um für unsere Kunden attraktiv zu bleiben". Einziger Wermutstropfen sieht die engagierte Floristin derzeit in der Schwierigkeit, neue Mitarbeiter zu gewinnen. „Trotz individueller Abstimmungen und Bonusleistungen". Eine Situation, die nicht nur in Bad Orb nachdenklich macht und Silke Heil selbst manchmal eine 100-Stunden-Woche beschert. „Dennoch habe ich große Freude an meinem Beruf", unterstreicht sie und freut sich jetzt auf das Frühjahr mit seiner bunten Blütenpracht. teba

Fotos: bzg

Rege Teilnahme beim bzg Adventskalender

Auch im vergangenen Dezember hieß es wieder: Mitmachen und an jedem Verkaufstag gewinnen! Im Gang 4 war unser Adventskalender am Nikolausstiefel dekoriert. Jeden Tag gingen voller Spannung die „Türchen auf" und die bzg Kunden konnten Ihre ausgefüllte Teilnahmekarte in die Losbox am jeweils teilnehmenden Stand einwerfen.

Wir freuen uns über die rege Teilnahme und gratulieren nochmals ganz herzlich den glücklichen Gewinnern!
Einige der Gewinner sehen Sie hier in unserer Bildergalerie mit ihren Tagesgewinnen. bzg

Fotos: jm/bzg

Ausblick auf den Frühling – setzen Sie auch 2020 auf regionale Produkte!

„Ich bin von HIER!“ steht für Blumen und Pflanzen aus ihrer Region. Im Umkreis von rund 100 Kilometern rund um den Blumengroßmarkt Rhein-Main produzieren Ihre Anbieter alles, was das Herz Ihrer Kunden begehrt. Jetzt in den ersten Monaten des Jahres stehen in breiter Vielfalt farbenfrohe Blüten im Fokus, wie Primeln, Ranunkeln, Bellis und Violen im Topf. Auch die breite Palette der Zwiebelblüher, wie Tulpen und Narzissen haben Saison. Ebenso stehen Zwiebelblüher bei den Schnittblumenhändlern hoch im Kurs. Ein Arm voller Tulpen darf auf dem Einkaufswagen in diesen Wochen nicht fehlen. All diese regional kultivierten Arten und Sorten bieten Ihnen eine sehr gute Qualität hinsichtlich kräftigem Blattwerk, haltbarer Blüten und guter Durchwurzelung der Pflanzen. Und das nicht nur wegen der kurzen Transportwege.

Gegenüber Ihren Kunden können sie zudem mit gutem Gewissen behaupten, dass die „Ich bin von HIER!“-Produkte nach deutschem Pflanzenschutzrecht und Arbeitsrecht produziert wurden. Umweltstandards sind für die regionalen Produzenten eine ständige Herausforderung. Biologischer Pflanzenschutz, wie etwa der Einsatz von Nützlingen, moderne Klimasteuerung in der Kultur, Biogas-Abwärmenutzung sind nur einige Punkte, die in heimischer Kultur immer wieder auf dem Prüfstand stehen.

Zudem werden beim Recycling, dem Einsatz von Mehrwegsystemen hohe Standards eingehalten und das zieht sich durch die gesamte Kette – von der Produktion beim Gärtner bis zum Blumengroßmarkt. Halten Sie in der Markthalle Ausschau nach dem Label „Ich bin von HIER!“. teba

Ostern – Zusatzgeschäft mit Geschenkideen

Auch wenn Ostern nicht das Potential für den Geschenkerausch hat wie Weihnachten, lässt sich das Thema sehr gut floristisch aufnehmen. Die Dekoration ist in den Frühjahrsmonaten geprägt von der breiten Palette an Frühjahrsblühern wie Primeln, Bellis, Ranunkeln, Vergissmeinnicht und der schier unerschöpflichen Vielfalt an Zwiebelblühern im Topf und als Schnittblume. Wer sich bei den aktuellen Farbtrends umschaut, der entdeckt, dass in diesem Jahr Farben so richtig Fahrt aufnehmen. Dabei setzen kräftige Töne wie Rot oder Orange Akzente und die finden sich in der Frühjahrblüten-Palette in Hülle und Fülle. Wer es dezenter mag, der bietet seinen Kunden eine Szenerie in Pastelltönen etwa in Türkis, Grau oder Aqua an. Großes Thema – und das über das gesamte Jahr sind Blautöne – die Pantone-Farbe 2020 lautet „Classic Blue“.

Aber auch verwaschene Nuancen in Grün sind „in“. Angelehnt an die Natur spielen Erdfarben und weiche Grautöne eine Rolle. Passend dazu können in der Osterzeit floristische Ideen mit Kordel und Schnur umwickelte Moosbälle, -Herzen oder Kränze und in Kombination mit bunten Blüten kreiert werden. Auch Nester mit Federn sind beliebt. Ob schwebende Werkstücke, gepflanzte Schalen oder Gestecke mit österlichen Attributen – wenn nach den Osterfeiertagen das jeweilige Accessoire entfernt werden kann, hat der Kunde noch immer ein frühlingshaftes Werkstück. Ein Mehrwert, den Sie kommunizieren sollten. Viele Kunden interessieren sich immer öfter für nachhaltige Produkte. Sie fragen nach Umweltaspekt und Herkunft. Hierzu können natürliche Materialien herausgestellt werden. Auch DIY-Ideen sind gefragt. In die Dekoration lassen sich dazu etwa natürliche Eiermalfarben integrieren. teba

Fotos: jm/bzg

Was sind eigentlich Hashtags? – Wo findet Florales im Internet statt?

Wie fange ich mit Instagram an? Ist das nicht kompliziert? Und was sind überhaupt diese Hashtags?

Haben Sie sich das auch schon einmal gedacht? Dann können wir Sie ermutigen – so schwer ist Instagram gar nicht. Es ist vielmehr die Möglichkeit mit Ihren Kunden auf recht unkompliziertem Weg in Interaktion zu treten und Ihre Waren und Werkstücke regelmäßig ins rechte Licht zu rücken. Zeigen Sie, was Ihre Floristik und Ihr Angebot so besonders macht.

Auf Instagram können Sie sukzessive Ihre Bilder präsentieren und so eine Anhängerschaft generieren. Folgen Sie Ihren Lieblings-Stylisten und Designern und schauen von den Besten ab, wie Instagram funktioniert. Denn wer Fan ist und seine Begeisterung teilt, der ist sympathisch und steckt auch andere mit seiner Begeisterung an!

Allein mit dem ***Hashtag #Florist** erscheinen über 8,6 Millionen Beiträge bei Instagram. Florales spielt sich also auch im Internet ab. Warum sollten Sie dieses Potential dann nicht für sich nutzen? Ein Account ist schnell eingerichtet und schon kann es losgehen.

***Hashtags sind Filterworte, mittels derer Sie Ihre Beiträge markieren, damit Sie bei Instagram auch gefunden werden.**

Wenn Sie sich einen blumigen Instagram-Namen geben oder noch besser, den Namen Ihres Unternehmens, haben Sie den ersten Schritt auch schon getan. Falls Sie in Ihrem Betrieb ausbilden, sind Ihre Auszubildenden eine gute Anlaufstelle für Fragen zu „Social-Media“. Die „Generation Z“ kennt sich meist hervorragend damit aus. Zeigen Sie den Spaß an Ihrer Arbeit und den Kunden Ihre fertigen Werkstücke. Durch Ihre Auszubildenden haben

Besuchen Sie den bzg auf Instagram: https://www.instagram.com/blumengrossmarkt_ffm/

Sie interne Unterstützung und Sie übertragen Ihnen ein verantwortungsvolles Projekt. Wenn die ersten „gefällt mir“ Herzen eingesammelt sind, ist das ein weiterer Ansporn für gute Leistungen und eine zusätzliche Belohnung für die geleistete kreative Arbeit. Auch der Team-Gedanke wird dadurch gestärkt!

Als Inspirationsquelle ist Instagram unschlagbar. Es ist von Vorteil, wenn Sie wissen, wie sich neue Trends entwickeln und was Sie davon nutzen können. Damit Instagram aber nicht zum befürchtenden „Zeitfresser“ wird, hilft die Erstellung eines Redaktionsplans. Stellen Sie darin die Themen zusammen, die Sie gerne mit Ihren Followern teilen wollen.

Das können Ankündigungen zu Veranstaltungen sein, feste Grundthemen wie jahreszeitliche Dekorationen, Hochzeitsfloristik, Beet- und Balkon oder auch die Trauerfloristik. Zeigen Sie Ihr Alleinstellungsmerkmal und testen Sie, was am Besten bei Ihren Followern ankommt. Und Sie werden sehen, Instagram macht richtig viel Spaß! jm

https://www.instagram.com/bluetesiegel_frankfurt/

https://www.instagram.com/blumenballenbergerkronberg/

https://www.instagram.com/hochparterregelnhausen/

Fotos: Blütesiegel, Blumen Ballenberger, Hochparterre

Für Sie entdeckt – unsere bzg Kunden bei Instagram

Wenn Sie gerne in unserer neuen Rubrik vorgestellt werden möchten, freuen wir uns auf Ihre Anfrage via Instagram

Freudig haben wir festgestellt, dass Sie unserem Aufruf, uns bei Instagram zu folgen, nachgekommen sind. Daher möchten wir an dieser Stelle in dieser neu geschaffenen Rubrik bzg Kunden die Möglichkeit geben, Ihren Instagram Auftritt zu präsentieren. Auf diese Weise können wir die grüne Branche noch stärker vernetzen. Schneller und direkter Austausch von Informationen und Einblicke in Ihr tägliches Schaffen. Also worauf warten?

Ein sehr positives, schönes Beispiel für einen floralen Insta-Auftritt ist Blütesiegel aus Frankfurt.

https://www.instagram.com/bluetesiegel_frankfurt/

Tolle Bilder und floristische Highlights – perfekt inszeniert! Das Blütesiegel-Team arrangiert seine außergewöhnlichen Kreationen gekonnt und auf hohem Niveau. Da folgen wir sehr gerne!

Vier Generationen floristische Erfahrungen und Praxis – Blumen Ballenberger aus Kronberg versorgt seine Follower mit regelmäßigen Updates. Themen sind Blumensträuße

https://www.instagram.com/blumenballenbergerkronberg/

für alle Anlässe, jahreszeitliche Dekorationen, Hochzeitsfloristik und Impressionen aus dem Ladengeschäft in Kronberg.

Gegenseitig auf Insta entdeckt: Hochparterre aus Gelnhausen verbinden hyggen Scandi-Stil mit Blumenarrangements – und das alles im tollen historischen Fachwerkhaus. Ausgesuchte Lieblingsstücke mit Liebe fürs Detail in Szene gesetzt.

https://www.instagram.com/hochparterregelnhausen/

Dazu gibt es persönliche Beratung in historischem Ambiente – Entschleunigung und Produkte zum Anfassen und Fühlen.

Sind Sie bzg Kunde und würden gerne in einer der nächsten Ausgaben mit Ihrem Instagram Account vorgestellt werden? Dann kontaktieren Sie uns via Instagram. bzg

https://www.instagram.com/blumengrossmarkt_ffm/

Fotos: bzg, pixabay, unsplash

Rezept

Lavendel-Thymian-Zitronen-Salz

300 g grobkörniges Meersalz
4 El getrockneter Lavendel
3 El frischer Thymian
Abrieb einer Bio-Zitrone

Zubereitung

Die Lavendelblüten vom getrockneten Lavendel abstreifen und mit 300 g grobkörnigen Meersalz mischen.

Anschließend 3 EL frische Thymianblätter (getrocknete funktionieren auch) und den Abrieb einer Bio-Zitrone hinzufügen.

Alle Zutaten gut durchmischen, in saubere, trockene Gläser füllen und für eine Woche durchziehen lassen.

Das Lavendel-Thymian-Zitronen-Salz passt gut zu Gemüse- und Fischgerichten. Guten Appetit!

Arzneipflanze des Jahres: Lavendel

Dank seiner vielfältigen Nutzung in der Geschichte und den neu vorliegenden Forschungsergebnissen wurde der Echte Lavendel (Lavandula angustifolia) für 2020 zur Arzneipflanze des Jahres gewählt. Lavendel ist ein Multitalent. Nicht nur wir Menschen nutzen seine Vorteile, auch Insekten wie Bienen, Hummeln oder Schmetterlinge werden von den verlockend duftenden Blüten angezogen. Mit seinen violetten Blütenstielen, den graugrünen, behaarten Blättern verorten ihn viele im südlichen Europa. Die blühenden Lavendelfelder etwa in der französischen Provence entfalten ihre besondere Wirkung. Wer sich nach Züchtungen umschaut, der wird in England fündig. Besonders im sonnenreichen, trockenen Süden Großbritanniens wächst der mediterrane Halbstrauch prächtig.

Als Arzneipflanze hat der Lavendel eine lange Geschichte. Früher wurde die Pflanze für Waschwasser und Bäder genutzt. Hildegard von Bingen empfahl den Echten Lavendel zur äußerlichen Anwendung und gegen Ungeziefer. Seit dem späten 19. Jahrhundert wird er als Mittel bei nervösen Zuständen und gegen Schlaflosigkeit verwendet.

Auch in der Küche kann Lavendel sehr gut mit anderen Gewürzen wie Thymian, Salbei oder Rosmarin kombiniert werden. Zudem lassen sich Blütenstände trocknen und als Duftkräuter verwenden.

Lavendel als Topf oder im Container eignet sich auch in unseren Gefilden, um Garten, Balkon oder Terrasse zu verschönern. Dazu bietet etwa Pippert Gartenbau aus Bad Homburg, Gang 4–5 Süd, in der Saison ein breites Angebot aus regionaler Produktion (Ich bin von HIER!) verschiedenster Sorten wie ‘Siesta’, ‘Hidcote blue’, ‘Dunkle Hidcote’, ‘Peter Pan’, ‘Rosea’, ‘Beate’ oder ‘Lex Bleus Antoine’ an. „Unser Schwerpunkt liegt auf der Topfgröße 12, wir produzieren Lavendel aber auch im T 19 und T 23 (3 und 5 Liter)“, erklärt Alexandra Pippert und ergänzt: „Besonders beliebt ist die bekannte Sorte ‘Hidcote blue’ bei vielen Kunden. Aber auch weiße und rosablühende Sorten werden nachgefragt. Geschaut wird besonders nach kompakten Pflanzen in guter Qualität.“ Ein weiterer Anbieter von Lavendel ist Holger Conrad aus Offenbach, Gang 4 Nord, der die Sorten ‘Aromatica Early Blue’, die etwa Mitte Mai auf den Markt kommen, ‘Aromatica Blue Compact’, ab Juli, sowie ‘Les Bleus thierry’, für August/September, produziert. Neben Standardtöpfen bietet Conrad auch größere Lavendelpflanzen im Container an.

teba

Fotos: pixabay (1), jm/bzg

Frühjahrs FloraTrend 2020 – mit bzg-Wissenstransfer Angeboten

Kommen Sie am 22. März 2020 zur Messe **FloraTrend** auf „Frankfurts blumigsten Marktplatz".

An diesem Sonntag öffnen wir den Marktplatz für Sie von 7 – 16 Uhr.

Das Angebot wird durch zahlreiche Gastaussteller bereichert – von jahreszeitlichen Dekoartikeln, Blumenzwiebeln, Schmetterlings- und Bienenpflanzen, Stauden, Floristikbedarf etc. – erhalten Sie alles, was ihr Floristenherz begehrt.

Zusammenkommen! Nutzen Sie diesen Messetag, neben dem Einkaufen, auch als Treffpunkt um miteinander zu sprechen und sich gegenseitig auszutauschen. Gönnen Sie sich etwas Zeit, treffen Sie Kollegen und Händler und nehmen gemeinsam Platz an der langen „Tafel der guten Ideen" – dem „bzg-Ideen-Austausch-Blumen-Tisch". Freuen Sie sich zudem auf kreativen, inspirierenden Tischschmuck. Beides finden Sie im Mittelgang auf „Frankfurts blumigstem Marktplatz". Und nicht zu vergessen, Leckeres für Leib und Seele wird Ihnen an diesem Messetag natürlich auch geboten.

Aus unserer Rubrik bzg-Wissenstransfer können Sie auf spannende Themen hoffen!

Der Zutritt ist nur für Fachbesucher möglich. Eintrittskarten erhalten Sie gegen Fachnachweis. Eintrittskarten kosten 10,– Euro.
Für bzg-Kunden ist der Eintritt frei.

Wir freuen uns darauf, Sie auf der Messe zu sehen! bzg

Pippert
GARTENBAU
Auf der Schanze 65 61352 Bad Homburg
Telefon 06172-43819 Telefax 06172-44989

Eriken
Azaleen
Beetpflanzen
Balkonpflanzen

Unsere neue Plakatserie liegt für Sie zur kostenlosen Mitnahme im Foyer bereit!

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)
Jennifer Moritz (jm)

Grafische Gestaltung
Jennifer Moritz, bzg Marketing
E-Mail: moritz@bzg-ffm.de

Termine 2020

Freitag, 14. Februar 2020
Sonderverkauf Valentinstag 8:30 bis 15 Uhr

Sonntag, 22. März 2020
Frühjahrs-FloraTrend von 7 bis 16 Uhr

Samstag, 28. März 2020
Im Konrad-Zuse-Hotel Hünfeld:
FDF Floral-Event 2020
11 – 13 Uhr: Workshop „Mit Draht flechten“
14 – 16 Uhr: Workshop Florale (Geschenk-) Verpackungen
ab 19.30 Uhr: Dinner-Show mit Sven Jaspers und Sophia Gärtner
Möchten Sie dabei sein? Auch Nichtmitglieder sind herzlich willkommen!
Infotelefon 0 69/47 87 47 52
(Ulrike Linn, FDF Hessen-Thüringen)

Öffnungszeiten

Großmarkthalle
Montag – Samstag: 5:00 bis 8:30 Uhr

SB-Gartenbaumarkt
Montag bis Freitag: 5:00 bis 15:00 Uhr
Samstag: 5:00 bis 9:00 Uhr
Telefon: 0 69/94 76 02-18 und -23
Fax: 0 69/94 76 02 28
E-Mail: gartenbau@bzg-ffm.de

Frankfurts blumigster Marktplatz

bzg aktuell

Ausgabe 2/2020

Journal des Frankfurter Blumengroßmarktes für Kunden und Geschäftsfreunde

Titelbild und Fotos: jm/bzg

Editorial

Liebe Kundinnen und Kunden,
… und plötzlich war alles anders! Wir haben es gemeinsam erlebt: In kürzester Zeit hat sich vieles verändert. Fast gleichzeitig entwickelt sich aber auch viel Raum für Neues.

Mit unserem persönlichen Schreiben an den hessischen Wirtschaftsminister, Tarek Al-Wazir, konnten wir mit überzeugenden Argumenten maßgeblich an der Wiederöffnung des Blumenhandels mitwirken. Seine Rückmeldung mit der Information der Verkaufsfreigabe bekamen wir noch in der Nacht, in der der Beschluss gefasst wurde, wodurch die Information dann schnell zu Ihnen gelangen konnte.

Unser Fokus war und ist immer darauf ausgerichtet, unseren Großmarkt für Sie geöffnet zu halten. Glücklicherweise ist uns das bisher durch gezielte Maßnahmen und die vorgenommenen Anpassungen auch gelungen. Für Ihre Unterstützung dabei möchte ich mich herzlich bei Ihnen bedanken.

Kreative Lösungen für kurzfristig auftretende Veränderungen fordern jeden von uns. Aber es ist toll, was sich entwickelt hat und auf die Schnelle umgesetzt wurde. Es zeigte sich einmal mehr, wie kreativ unsere Branche ist.

Eine unserer Ideen, mit Blumen eine Freude zu bereiten, konnten wir gemeinschaftlich mit unseren Schnittblumenhändlern umsetzen. Die Dankeschön-Tulpen-Verteil-Aktion in den Frankfurter und Offenbacher Krankenhäusern führte auf allen Seiten zu großer Freude und Dankbarkeit. Im Innenteil erfahren Sie mehr dazu.

Die Saison für Beet und Balkon ist in vollem Gange. Unsere Großmarkthalle steht in voller Pflanzenblüte. Die starke Nachfrage deutet daraufhin, dass Garten und Balkon in diesen Zeiten eine besondere Bedeutung zukommen. Zeigen Sie Ihre Vielfalt und Besonderheiten ihres Sortiments aus den Gärten der Region. Ich wünsche Ihnen alles Gute, bleiben Sie gesund und weiterhin kreativ.

Herzliche, sonnige Grüße
Michael Schoser
Geschäftsführender Vorstand

Bienenaktion Samentütchen – aktiv mitmachen!

Auch in diesem Jahr heißt es wieder „Wir schwärmen für Euch“. Ab sofort können Sie die beliebten Samentütchen mit Bienen- und Schmetterlingsfreundlichen Samenzusammenstellungen bei uns im Blumengroßmarkt Frankfurt käuflich erwerben. Die Aktion war im letzten Jahr schon ein großer Erfolg und wird daher auch in diesem Jahr weitergeführt. Machen Sie wieder mit beim Schutz bestäubender Insekten – ein kleines Fleckchen hat jeder für ein Stück Blumenwiese übrig. Damit die Artenvielfalt gestärkt und erhalten bleibt! bzg

Fotos: pixabay, jm/bzg

Beet- und Balkonpflanzen zaubern ein Menü für Insekten

Die Angebotspalette für Balkon, Terrasse oder Beet ist mittlerweile unendlich breit. Immer mehr Kunden wünschen sich neben blütenreichen Sorten für Balkonkasten und Kübel auch etwas zum Naschen. Dies kommt Insekten wie Bienen, Hummeln und Schmetterlingen zu Gute. Sie lieben die Vielfalt. Wichtig bei der Auswahl sind vor allem nektar- und pollenreiche Sorten, wie im Beet- und Balkonpflanzen-Sortiment beispielsweise Bidens (Zweizahn), Euphorbia (Zauberschnee) oder Scaevola (Fächerblume). Interessant: Die Zierpflanzen-Experten der Lehr- und Versuchsanstalt in Heidelberg haben herausgefunden, dass sogar die Blütenfarbe entscheidet. In Versuchen mit Bidens lockten die rosa- und weißblühenden Sorten die Insekten besonders an, noch vor rot-gelben oder gelben Sorten. Beim Zauberschnee zeigten die locker wachsenden Sorten den meisten Zuspruch, gegenüber kompakt wachsenden. Bei den Kräutern zählen besonders mediterrane Gattungen wie Salbei, Thymian und Oregano, aber auch Küchenkräuter wie Borretsch oder Melisse-Sorten zu den Insektenmagneten. Im Mix lassen sich einjährige Blüten wie Tropaeolum (Kapuzinerkresse) oder Kornblumen kombinieren, sie sind sogar essbar. Nahezu unerschöpflich ist das Sortiment bei den Stauden, die Liste reicht von A(chilla) bis V(eronica), die mit einem Nektar- und Pollen-Angebot auch zur Biodiversität beitragen. Die Anbieter auf dem Blumengroßmarkt – wie Firma Höfler, Pippert, Wolf, Frank und Völker – schaffen mit ihrer Vielfalt und Qualität beste Voraussetzungen, für ein blumiges Erfolgserlebnis bei Ihren Kunden.

teba

Fotos: jm/bzg

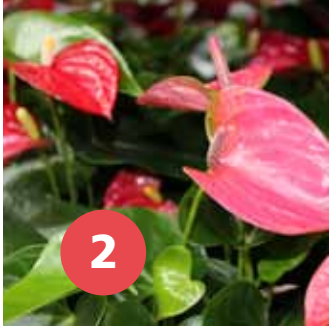
Platz ist in der kleinsten Nische – Mega-Trend: Zimmerpflanzen

Seitdem angesagte Restaurants und moderne Geschäfte ihre Räume mit Grünpflanzen dekorieren, Stoffe und Tapeten mit botanischen Mustern angeboten werden, der Kunde sich für große, grüne Blätter und robuste Wuchsformen interessiert – sind Zimmerpflanzen wieder „in" und gelten als Megatrend. Besonders Grünpflanzen haben dabei die Nase vorn. Sie bieten rund ums Jahr eine grüne Kulisse im eigenen Heim und schmeicheln der Seele. Nicht erst seit der Corona-Pandemie und dem Wunsch, sein Zuhause gemütlich und naturnah zu dekorieren, gilt „Grün" als gesund.

Neben Pflegetipps wie Wassergabe oder Lichtbedürfnisse kann im Verkaufsgespräch gezielt beraten werden, wo, welche Zimmerpflanze idealerweise Einzug halten kann.

Während fürs Wohnzimmer oft sogenannte Statement-Pflanzen wie Phoenix, Cycas oder Yucca erwünscht sind, aber auch Regale, Tischchen und Kommoden Platz für Philodendron, Epipremnum und Asplenium bieten, sollten im Badezimmer Grünpflanzen dekoriert werden, die eine hohe Luftfeuchtigkeit vertragen, wie Farne, Asparagus oder Spathiphyllum. Für die Küche eignen sich neben essbaren Kräutern für die Arbeitsfläche kleine Wiederholungen – wie mehrere Kalanchoe oder Echeverien – auf dem Esstisch. Arbeitszimmer sind gerade in diesen Wochen wieder in den Focus gerückt. Sie vertragen, je nach Größe, Pflanzen, die das Wohlbefinden fördern und pflegeleicht sind. Ein großer Solitär-Kaktus kann ebenso dekoriert werden, wie Anthurie, Ficus oder Chlorophytum.

Nicht vergessen: Abgerundet wird das Erscheinungsbild der Zimmerpflanze mit einem passenden Übertopf. Farbe, Muster und Material – erlaubt ist was gefällt. Der Kunde lässt sich sicher gerne inspirieren. teba



Blumengroßmarkt Frankfurt – Top 5 der Zimmerpflanzen

Übrigens die Monstera wurde u.a. durch Instagram zur angesagten „Trendpflanze“

1. Sansevieria – Bogenhanf

Schon zu Urgroßmutterzeiten war der Bogenhanf mit seinen aufrecht stehenden, lanzettlichen Blättern ein Hingucker. Die Blätter wachsen aus dicken Rhizomen und enden oben in einer stacheligen Spitze. Scherzhaft wird die krautige Sukkulente somit auch „Schwiegermutterzunge“ genannt. Besonders für lufttrockene Büro- und Wohnräume ist sie geeignet und absolut pflegeleicht. Im Winter kann die aus Südafrika stammende Zimmerpflanze nahezu trocken stehen.

2. Anthurium – Flamingoblume

Die Flamingoblume stammt aus den tropischen Regenwäldern und beeindruckt mit ihren roten, rosafarbenen, weißen oder sogar gefleckten Hochblättern mit gelbem Blütenkolben. Anthurien sollten vor Zugluft geschützt, an hellem bis halbschattigen Standort ohne direkte Sonneneinstrahlung aufgestellt werden. Empfindlich reagiert die tropische Zimmerpflanze auf völlige Trockenheit, auch im Winter. Es sollte unbedingt auf entkalktes, zimmerwarmes Wasser geachtet werden.

3. Monstera – Fensterblatt

Die Gattung Monstera hat sich zur Trendpflanze unter den Zimmerpflanzen entwickelt und ist mit ihren großen, im jungen Stadium glattrandigen, später vom Rand her eingeschnittenen Blättern sehr dekorativ. Ältere Exemplare vertragen auch lichtärmere Standorte, gegossen wird mäßig, aber regelmäßig. Ab und zu können die großen Blätter auch besprüht werden. Empfohlen wird die Monstera für größere Gefäße als Solitärpflanze.

4. Chamaedorea – Bergpalme

Hell, aber sonnengeschützt liebt es die Bergpalme, denn bei praller Sonne bleichen ihre zarten Palmwedel aus und bilden braune Flecken. Im Sommer sollte sie regelmäßig gegossen werden, auch ein Tauchbad einmal pro Woche wird empfohlen. Aber Vorsicht, sie mag keine Staunässe. Im Sommer kann sie auch zeitweise ins Freie, an einen geschützten Platz auf Balkon oder Terrasse umziehen.

5. Crassula – Dickblatt

Die Gattung Crassula vereint eine ganze Reihe verschiedenster Dickblattgewächse und ist ideal für einen sonnigen Standort. Als Südafrikanerin kommt sie mit sehr wenig Wasser aus. Lediglich im Winter sollte sie weniger gegossen werden und auch kühler stehen, um einem Vergeilen und Blattverlust vorzubeugen. Mit ihrem aparten Erscheinungsbild gefällt sie nicht nur als Zimmerpflanze, sondern kann auch als Strukturbildner im Sommer auf Gräber gepflanzt werden. teba

Fotos: bzg, Unsplash

Rezept

Schnelle Salsa Verde

1 Bund glatte Petersilie
½ Bund Minze nach Wahl
150 ml kaltgepresstes Olivenöl
3 kleine Knoblauchzehen
Saft und Abrieb einer
½ Bio-Zitrone
1 EL Pinienkerne

Zubereitung

Petersilie und Minze waschen und in der Salatschleuder trocknen. Die groben Stile der Petersilie entfernen und die Petersilie fein hacken. Von der Minze nur die Blätter abzupfen und ebenfalls zerkleinern. Den Knoblauch grob schneiden. Die Pinienkerne grob hacken.

Nun alle Zutaten zusammen mit dem Olivenöl in einen Mixer geben oder mit einem Stabmixer fein pürieren.

Die schnelle Salsa Verde ist ein idealer Begleiter zu gegrilltem Fleisch, gegrilltem Lamm, gegrilltem Gemüse und gerösteten Kartoffeln

Kräuter – aromatische Töpfe für In- und Outdoor

Kräuter, die vor dem Verzehr frisch geerntet werden, erhalten das beste Aroma. Längst haben Topfkräuter Einzug auf Balkon oder Terrasse gehalten. Auch wer keinen Garten oder Balkon hat, kann sich verschiedene Töpfe auf die Fensterbank stellen. Frische Kräuterstiele können jederzeit abgeerntet werden und bieten viele Vitamine.

Die Vielfalt der Kräuter ist mittlerweile beachtlich und die Anbieter auf dem bzg – wie die Gärtnerei Friderich (79361 Sasbach) im SB-Verkauf oder die Firma Seidel (61194 Niddatal) in Gang 6 – 8 Nord – bieten eine breite Auswahl von A wie Ananasminze über I wie Italienische Petersilie bis Z wie Zitronenmelisse.

So manch ein Kunde hat bei der Vielfalt etwa im Bereich der Minzen schon eine richtige Sammelleidenschaft entwickelt. Präsentieren lassen sich die Kräutertöpfe beispielsweise passend zu Koch-Vorlieben. Wer die heimische Küche bevorzugt, mit Suppen und Braten, hat einen großen Bedarf an klassischen Pflanzen wie Petersilie, Schnittlauch, Dill oder Kerbel. Wer die mediterrane Küche liebt, kauft Basilikum, Salbei, Rosmarin oder Oregano. Liebhaber der asiatischen Kochkunst können mit frischem Zitronengras, Currykraut oder japanischer Petersilie ihre Gerichte würzen.

Neben Kräutern für Speisen lassen sich auch aromatische Sorten für fruchtig, frische Getränke mit entsprechenden Accessoires wie Gläser und Servietten dekorieren.

Interessant sind darüber hinaus Kräuter-Kombitöpfe. So hat Friderich beispielsweise acht verschiedene Kräuter-Kombitöpfe (Salatschüssel, Grillmeister, Gourmet-Topf, Asia Kombi, Cocktail, Teatime, Wilde Zeiten und Suppentopf) zusammengestellt, die hinsichtlich ihrer Anforderungen prima in einen Topf passen. Es gibt zwei Varianten, einmal im 23 cm-Standardtopf (fünf Liter, mit drei Pflanzen) sowie im Neun-Liter-Topf mit fünf Pflanzen plus Kräuterschere als Extra.

Auch bei Seidel sind große Solitärs wie beispielsweise Rosmarin als Busch im 25 cm-Topf und sogar als Hochstämmchen im Sortiment.

Thema: Indoor-Kräuter

Eine Reihe Kräuter sind für den Indoor-Bereich auf Regal und Fensterbank zu empfehlen. Dazu bietet die Gärtnerei Friederich etwa den Zimmerknoblauch, mit seinen langen schmalen weiß-bunt gestreiften Blättern und lilafarbenen Blüten. Auch Kardamom (Zimtblatt), der Frucht-Salbei mit seinen fruchtig-süßen Blättern oder der Zypern-Basilikum kann der Kunde im Zimmer kultivieren. Der pflegeleichte Vietnamesische Koriander wächst üppig Grün und gefällt mit seiner Blattzeichnung. Und wer nach einer Hängepflanze sucht, der kann Limonaden-Thymian (Thymus x citriodorus ‘Cascata Lemonade’) wählen. Mit seinem hängenden Wuchs und fruchtigen Duft ist diese Neuheit 2020 eine Bereicherung im umfangreichen Thymian-Sortiment. teba

Einfach mal „Danke“ sagen

Der Blumen-fachhandel sagt Danke!

12.000 Tulpen

200 Krankenstationen

Herzlichen Dank an die Firmen:

Cirener-Sulzer

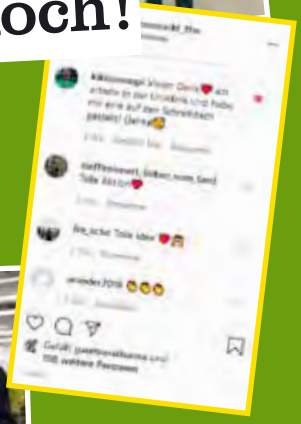
Blumen Dietz

Minicuci

bzg

Die Vorbereitungen

Daumen hoch!



Individualisierte Grußkarten

Startklar!

Auf den LKW und los geht‘s!

Direkte Nachbarn

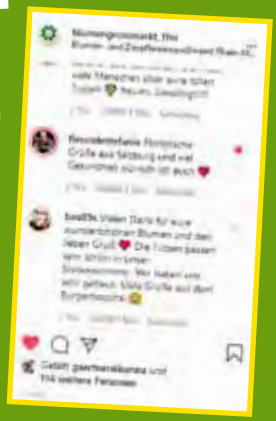
Einen ganz lieben Gruß an die Verantwortlichen der Blumengroßmarkthalle. Dies ist eine ganz tolle Geste und ich bedanke mich jetzt schon für den Blumengruß. Diesem Dank schließt sich die Klinikleitung und ich an.

Alles Gute und bleiben Sie gesund.
Rita Krötz

BG Unfallklinik

Lieber Herr Schoser,
Ihnen ganz herzlichen Dank, alle MitarbeiterInnen haben sich sehr gefreut! Gerne können Sie mir auch das Handy-Foto schicken, das Sie mit Ihnen und mir gemacht haben. Danke im Voraus.
Beste Grüße und bleiben Sie bitte gesund!

Karoline Ohlmeier
Öffentlichkeitsarbeit/Sekretariat Betriebsarzt
Sankt Katharinen-Krankenhaus GmbH



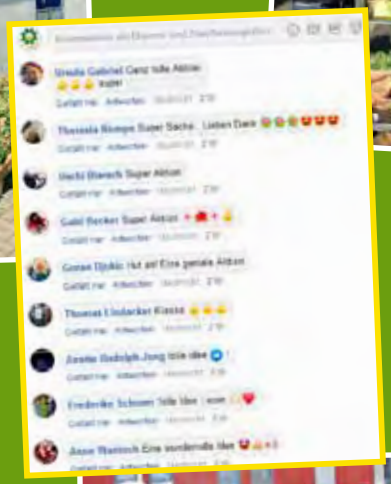
St. Katharinen Krankenhaus

Klinik Rotes Kreuz

Nachricht Klinik Rotes Kreuz

Hospital Heiliger Geist

Universitätsklinik



Liebe Damen und Herren vom Blumengroßmarkt,

wir haben uns sehr über Ihr großzügiges Geschenk gefreut! In allen Stationszimmern sprießten plötzlich die Tulpen und9 haben den Patienten und uns sehr gut getan!

Herzliche Grüße aus der Uniklinik,
Waltraud Pfeilschifter (Neurozentrum)

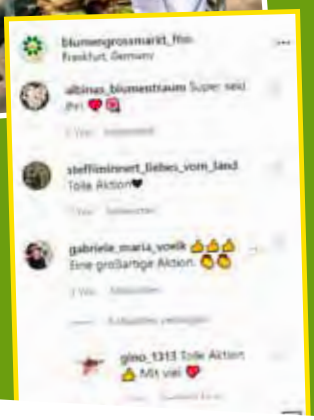
Krankenhaus Nordwest

Klinikum Frankfurt Höchst

„Blumen sagen mehr als Worte“: Frankfurter Blumengroßmarkt und seine Blumengroßhändler spendieren Überraschungssträuße für die Stationen des Klinikums Frankfurt Höchst

Im Namen des Frankfurter Blumengroßmarktes sowie der Blumenhändler Firma Minicuci, Firma Cirener-Sulzer und Blumen Dietz möchte Schoser allen Schwestern, Pflegern, Ärzten für ihr unermüdliches Engagement in dieser schwierigen Zeit Danke sagen: „Blumen sind das Lächeln der Erde und in diesem Sinne soll dieser Gruß all denen Freude bereiten und zu einem Lächeln verhelfen, die in dieser anstrengenden Zeit besonders gefordert und für die Erkrankten da sind.“ Auch Klinikgeschäftsführerin Dr. Dorothea Dreizehnter und Pflegedienstdirektorin Corinna Schreier freuten sich über die gelungene Überraschung: „Wir finden dies eine tolle Aktion und bedanken uns beim Blumengroßmarkt und den beteiligten Blumenhändlern recht herzlich für diesen bunten Lichtblick, der vielen unserer Beschäftigten ein Lächeln ins Gesicht gezaubert hat – DANKE!“

St. Elisabethen Krankenhaus



DANKE DANKE DANKE
Sehr geehrter Herr Schoser,
wir möchten Ihnen und Ihrem Team auf diesem Wege nochmals unseren ganz herzlichen Dank ausdrücken, für Ihre großartige Idee, unserer Klinik in den schwierigen Zeiten Blumensträuße zu spenden. Sie haben unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine sehr große Freude bereitet, die Augen haben geleuchtet, als die wunderschönen Blumensträuße überbracht wurden.
Nochmals herzlichen Dank für Ihren Einsatz. Bleiben Sie alle gesund und bereiten Sie noch ganz vielen Menschen Freude mit den Blumen.

Sana Klinikum Offenbach

...
anbei erhalten Sie die Fotos von der Blumenspendenübergabe von heute Morgen. Wir möchten uns noch einmal im Namen aller Mitarbeiter bei Ihnen für die tolle Unterstützung bedanken. Viele Grüße aus Offenbach und bleiben Sie weiterhin gesund!
Mit freundlichen Grüßen
Marcel Pino, Unternehmenskommunikation

Bürgerhospital

Vielen Dank für eure wunderschönen Blumen und den lieben Gruß. Die Tulpen passen sehr schön in unser Stationszimmer.
Wir haben uns sehr gefreut.
Viele Grüße aus dem Bürgerhospital ☺

Liebes bzg-Team,
wir möchten uns nochmals ganz herzlich bei Ihnen für das „Blumen-Dankeschön" an unsere Mitarbeiter bedanken. Alle Sträuße sind mit viel Freude und Begeisterung entgegengenommen wurden, Danke für Ihre Anerkennung.

Wir wünschen Ihnen und Ihrem Team alles Gute.

Ketteler Krankenhaus

„Wir haben rund 40 bis 50 Freiland-Rosen-Sorten im Programm“

Fotos: jm/bzg

Pfingst(-Rose) trifft auf Topfpflanze

Bekannt ist Konrad Hofmann seit vielen Jahren auf dem Frankfurter Blumengroßmarkt mit seiner breiten Vielfalt an Freilandschnittrosen. Frische, dicke Freilandrosen-Sträuße, dass ist und war für viele bzg-Kunden ab Mai am Stand der Steinfurther – Gang 5 Nord – ein großes Highlight.

Im vergangenen Herbst hat Konrad Hofmann gemeinsam mit seinem Sohn Marco eine GbR gegründet und bietet seitdem auf dem bzg Topfpflanzen an. „Unser Schwerpunkt liegt auf saisonalen Topfpflanzen, die wir das ganze Jahr hindurch anliefern möchten. Neben einem Sortiment an Beet- und Balkonpflanzen findet der bzg-Kunde auch Zimmerpflanzen bei uns“, erklärt Marco Hofmann, der vielen bzg-Kunden schon seit klein auf bekannt ist.

Die Hofmanns haben sich damit ein zweites Standbein geschaffen, um jahrrund als Anbieter in Frankfurt präsent zu sein. Neben dem Pflanzenhandel wird das Schnittblumen-Angebot nicht vernachlässigt.

„Wir haben rund 40 bis 50 Freiland-Rosen-Sorten im Programm“, unterstreicht Marco Hofmann. Bei der Sortenauswahl wird auf gute, gesunde und haltbare Rosen-Sorten Wert gelegt, die im Sommer lange frisch halten. „Unsere Kunden bevorzugen derzeit besonders Englische Rosen, deren Blüten rund und gefüllt sind.“ Ende Mai ist es wieder soweit. Dann kann der bzg-Kunde täglich frisch aus einer Fülle an Freilandrosen aus regionaler Produktion seine Favoriten auswählen. Meist bis November – bis zum ersten Frost – liefert Hofmann seine Rosen an.

Seit Anfang Mai bis Mitte Juni kommt Hofmann mit Pfingstrosen nach Frankfurt. 12 bis 15 verschiedene Sorten – vom traditionellen rot über rosa bis hin zu weiß – blühen diese opulenten Schnittblumen, die bei den Floristen gerne in saisonalen Sträußen verwendet werden. teba

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)
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

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

Neu eröffnet! Das Marktbistro in neuem Glanz!

Gang 6 – Süd
Ich bin von HIER!
Blumen und Pflanzen von Gärtnern aus der Region
Burkard Höfler
Gartenbau
An den Weilerwiesen 1
61169 Friedberg-Ockstadt
Telefon 0 60 31/35 80
Fax 0 60 31/59 39
E-Mail hoefler.friedberg@freenet.de
Blühende Sommerstauden in hervorragender Qualität
Großes Sortiment an Beet- und Balkonpflanzen

Das bzg-Marktbistro erstrahlt in neuem Glanz. Nach dem Umbau bekommen die Kunden im gewohnt schnellen Service leckere Kaffeespezialitäten, Kuchen, Stückchen, Brot und belegte Brötchen im neuen Ambiente. Die Fans herzhafter Snacks können sich auf heiße Würstchen und Schnitzel freuen. Ab sofort gibt es zur Vermeidung von Müll, den #MAINBECHER im bzg Marktbistro. Dieser umweltfreundliche, lokale Bio-Mehrweg-To-Go-Becher ist für einmalige 3 € erhältlich. Uns so geht es: Pfandmarke im #MainBecher-Café oder Kiosk Ihrer Wahl gegen den Mehrweg-Bio-Pfandbecher tauschen und Heißgetränk genießen. Benutzten Becher im nächsten Café abgeben und gegen die Pfandmarke eintauschen.
Mehr Infos gibt es unter: https://www.mainbecher.de/faq/#cup

bzg aktuell

Ausgabe 3/2020

Journal des Frankfurter Blumengroßmarktes für Kunden und Geschäftsfreunde

Titelbild und Fotos: jm/bzg

Editorial

Liebe Kundinnen und Kunden,

das Jahr 2020 hat uns schon so einige Überraschungen, Veränderungen und Erneuerungen gebracht. Nur Weniges ist noch so, wie wir es aus unserer Erfahrung und der Vergangenheit kannten.

Blumen und Pflanzen haben, nach einer kurzen Phase der Unsicherheit, erfreulicherweise den Weg in die Wohnungen, auf die Balkone und in die Gärten gefunden. Und sogar mehr als wir oder Sie vielleicht erwartet hätten. Das ist mehr als erfreulich und ich bin davon überzeugt, dass dies nachhaltig wirken wird. Denn die Menschen haben den Spaß und das Interesse an der Natur wieder für sich entdeckt.

Als Ersatz für ein zusätzliches saisonales Angebot, das Sie aus der Vergangenheit von unseren Veranstaltungen FloraTrend und Trend im Advent kennen, entstand ein neues Konzept. Es unterscheidet sich nicht nur im Zeitpunkt, Angebot und Ablauf, sondern auch in seiner Durchführbarkeit. Es ermöglicht uns eine Umsetzung ohne Genehmigungsverfahren durch die Behörden. Dies sichert zum einen die Veranstaltung an sich und zum anderen eine gute Einkaufsmöglichkeit für Sie. Die von Ihnen vielfach geäußerten Wünsche, Bedarfe und auch zeitliche Komponenten wurden in die Gesamtüberlegungen mit eingebunden. Entstanden ist **„!ZEITfürNEUES“**.

„!ZEITfürNEUES“ steht für Einkaufen, Informieren sowie Wissenstransfer und wird erstmalig innerhalb einer Woche veranstaltet.

Einkaufen: Zusätzliche Anbieter, die für Ihren Bedarf an Artikeln für die kommende Saison sorgen, werden am Mittwoch und Donnerstag (7 – 15 Uhr) das Angebot in der Ladehalle erweitern. Bekannte, aber auch neue Anbieter präsentieren das Herbst- und Weihnachtssortiment.

Informieren: Am Freitag sind dann an gleicher Stelle auch die wichtigsten bzg-Lieferanten (7 – 13 Uhr) mit ihren Produkten und Neuheiten vertreten.

Wissenstransfer: An vier Nachmittagen (Mo, Di, Mi & Fr, Beginn jeweils 15:30 Uhr) erwarten Sie und Ihre Mitarbeiter interessante Workshops. **Christina Müglich** widmet sich dem „Floralen Winter“ und **Tina Arnold** erarbeitet „Herbstliches und Adventliches“. Aber auch andere sehr angesagte Themen, wie Handlettering oder Social-Media stehen auf dem Programm.

Auch thematisieren wir Ausbildungsbildungsberufe, denn sie sind für unsere Branche enorm wichtig. Zum AZUBI-Wettbewerb, veranstaltet durch den FDF, treffen sich am Mittwoch (10 bis 17 Uhr) die jungen Kreativen in der Markthalle. Schauen Sie, was der Nachwuchs kann und motivieren Sie die Newcomer.

Alle Veranstaltungen werden von Montag bis Freitag in der Kalenderwoche 39, vom 21. bis 25. September stattfinden. Weitere Informationen finden Sie im Innenteil und natürlich auch auf unserer Homepage (www.bzg-ffm.de).

Es lohnt sich für Sie! Nehmen Sie sich **„!ZeitfürNeues“** Herzlich Willkommen. Wir freuen uns auf Sie!

Michael Schoser
Geschäftsführender Vorstand

Fotos: jm/bzg, FDF Landesverband Hessen-Thüringen e.V.

Neuheiten und Ausblicke

Farbtrends im Herbst und Advent 2020

Die Adventszeit 2020 wartet sowohl mit Klassikern, wie üppig geschmückten Weihnachtsbäumen, als auch mit für Weihnachten eher ungewöhnlicheren Farbkombinationen auf. So treffen diesjährig warme Goldtöne (Dukatengold) auf Cognac und hellere Brauntöne. Rot wird in diesem Jahr mit Silber kombiniert. Salbeigrün ist auch im Herbst und Advent weiter ein Thema. Gerne werden natürliche Materialien verwendet. Mutigere setzen Akzente in Blau, denn die Pantone-Farbe des Jahres 2020 ist Classic Blue.

Trockenblumen werden uns auch im Herbst und Advent begleiten (mehr dazu auf den Seiten 6 und 7). Dies unterstützt den Trend zu natürlich anmutenden Materialien und dem Streben nach Ursprünglichkeit. Daher werden diese Trockenfloralien gerne mit erdigeren und Terrakotta-Tönen verarbeitet. Highlights werden hier durch Gelbtöne (auch in der Trendfarbe Curry) gesetzt. Es blitzt das Revival der 1970er Jahre auf, welches sich aktuell immer weiter in den Fokus schiebt.

Beerentöne kombiniert mit Schwarz sorgen für dramatische, eher mystisch anmutende Dekorationen. Die Verwendung hochwertiger Produkte hebt die Wichtigkeit des Weihnachtsfests für die Familie hervor. Gerade in Zeiten der Kontaktbeschränkungen ist eine warme, gemütliche Dekoration die perfekte Unterstützung für ein stimmiges Wohn- und Weihnachtsgefühl. So feiern wir Weihnachten 2020 im Zeichen von neu entdeckter Zusammengehörigkeit, Wärme und Mitmenschlichkeit. bzg

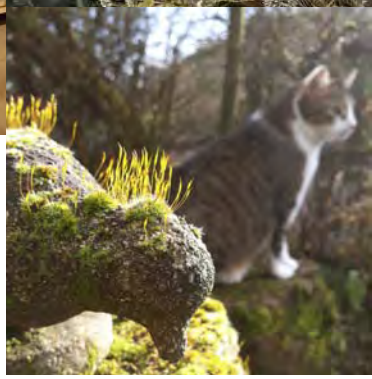
Hessischer Azubi-Wettbewerb 2020 Mittwoch, 23. September 2020, 10–17 Uhr im Rahmen unserer Aktionswoche !ZeitfürNeues

Am Mittwoch, den **23. September 2020** findet in der Zeit von **10 bis 17 Uhr** der **Hessische Azubi-Wettbewerb 2020** im **Blumengroßmarkt Frankfurt** statt. Wir sind gespannt auf die entstehenden Arbeiten in den drei vorgegeben Disziplinen „Strauß", „Erntekranz" und „herbstliches Gesteck". Bei allen drei Aufgabenstellungen kommen herbstliche Blüten, Pflanzen sowie natürliche Materialien zum Einsatz – es erwarten uns sicher vielfältige Gestaltungslösungen.

Die Plätze 1 bis 3 werden prämiert. Die Organisation und Ausführung des Wettbewerbs liegt beim Fachverband Deutscher Floristen, Landesverband Hessen-Thüringen e.V. mit den Regionen Mitte, Rhein-Main und Süd in Zusammenarbeit mit den Berufsschulen Willy-Brandt-Schule (Gießen), Philipp-Holzmann-Schule (Frankfurt) und der Landrat-Gruber-Schule (Dieburg).

Die **Siegerehrung** und die **Preisverleihung** finden um **16 Uhr** im **Blumengroßmarkt Frankfurt** statt.

Die während des Wettbewerbs entstandenen Arbeiten werden im Rahmen unserer Aktionswoche **„!ZeitfürNeues"** bis Freitag im bzg ausgestellt. Nutzen Sie die Möglichkeit den Auszubildenden beim Wettbewerb über die Schulter zu schauen und sich an den fertigen Werkstücken zu erfreuen. Wir sind schon sehr auf den Ideenreichtum der angehenden Floristen gespannt. bzg



Fotos: Das kleine Landhaus

Das kleine Landhaus

Ein großer, verträumter Garten und der dekorierte Innenhof eines restaurierten Bauernhofes lassen alle Kunden staunen, die das erste Mal in „Das kleine Landhaus“ kommen. Anette Staab hat mit Hilfe ihrer Familie eine unverwechselbare Kulisse geschaffen und bietet ein breites Spektrum an floristischen Leistungen.

„Sobald die Kunden unseren Innenhof betreten, sich in der ehemaligen Scheune und im Stall umschauen und dann durch den Garten schlendern, haben sie die Hektik des Alltags vergessen,“ beobachtet Anette Staab, die vor zehn Jahren den Schritt in die Selbständigkeit wagte. Besonders im weitläufigen Garten fühlen sich die Kunden wohl und genießen die Ruhe, während sie sich umschauen. „In den einzelnen Gartenzimmern bieten wir viele Ideen. Manch ein Kunde würde die Kulisse gleich in seinen eigenen Garten mitnehmen. Besonders diejenigen, die gerade in einem Neubaugebiet in ihr neues Haus eingezogen sind, können es kaum erwarten, bis alles grünt und blüht“, erzählt Anette Staab.

Als gelernte Floristin mit Erfahrungen in verschiedenen Blumenfachgeschäften war die Idee, den Bauernhof aus Familienbesitz mit Scheune, Stall, dekorativem Innenhof und weitläufigem Garten als Verkaufsfläche für Floristik und Gartenideen zu nutzen, erst gar nicht geplant, „und stieß gerade bei den Dorfbewohnern hier in Westerngrund, eher auf Skepsis“, erzählt Anette Staab. Die meisten Kunden kommen von auswärts in die kleine Gemeinde im unterfränkischen Landkreis Aschaffenburg. Doch nach und nach überzeugte sie auch Kunden aus Westerngrund mit ihren Ideen.

Das kleine Landhaus
Lindenstraße 5
63825 Westerngrund
Inhaberin: Anette Staab
Telefon: 0 60 24/58 41
E-Mail: anette.staab@t-online.de
Internet: www.kleineslandhaus.de
Öffnungszeiten:
Montag geschlossen
Dienstag – Freitag:
9:00 – 12:30 Uhr und 14:30 – 18:30 Uhr
Samstag 9:00 – 14:00 Uhr

Das kleine Landhaus – Floristik und Gartentrends

Neben dem gesamten Spektrum an floristischen Leistungen für persönliche Feste wie Hochzeiten, Trauerfeiern, Geburtstage und ähnliches, für die Anette Staab stets individuelle Wünsche umsetzt, bietet sie ausgewählte Floristik- und Dekoartikel zu diesen persönlichen Anlässen. „Unser Anspruch ist es, mit unseren Kreationen das besondere Etwas zur Atmosphäre des jeweiligen Anlasses beizutragen. Wir fertigen Sträuße, Tischschmuck und vieles mehr. Außerdem bieten wir Objektdesign, wie zum Beispiel das Ausdekorieren von Schalen, Floraldesign sowie Grabpflege“, unterstreicht die engagierte Floristin.

Ob ausgefallene Pflanzen oder die „schönen Dinge für Zuhause“, wie Lampen, Klein- und Gartenmöbel, skandinavische Teppiche, Decken oder auch Geschirr – der über 100 Jahre alte Bauernhof bietet für die Präsentation die passende Atmosphäre. Diese nutzt Anette Staab regelmäßig für Events. „Mehrmals im Jahr veranstalten wir für unsere Kunden eine Ausstellung mit liebevoll ausgewählter Floristik und Dekoartikeln. Besonders die Advents- und Weihnachtsausstellung lädt unsere Kunden ein, sich auf die festlichen Tage einzustimmen. Dabei sorgen floristische Werkstücke für noch mehr Feierlichkeit im eigenen Zuhause“, zeigt Anette Staab auf, wie es in diesem Jahr werden wird, bleibt abzuwarten. „Mit unserer Ausstellung in der Sommerzeit wollen wir den Kunden die Möglichkeit bieten, sich in unserem dekorierten Garten Inspiration fürs Arbeiten im eigenen Garten zu holen“.

„Mindestens einmal in der Woche schaue ich mich morgens auf dem bzg ausgiebig um“

Für den Einkauf von Schnittblumen und Topfpflanzen fährt Anette Staab regelmäßig zum Blumengroßmarkt nach Frankfurt. „Mindestens einmal in der Woche schaue ich mich morgens auf dem bzg ausgiebig um. Dabei kaufe ich am liebsten ‚mit den Augen ein‘,“ sagt Anette Staab und überlegt bei ihrem Aufenthalt im bzg, was ihren Kunden gefallen könnte. „Besonders in den Sommermonaten lassen sich mit den opulenten Blüten aus regionalem Anbau wunderbare Werkstücke zaubern“.

Für die breite Palette an Dekoartikeln in ihrem „kleinen Landhaus“ nutzt Anette Staab, die Nähe des Messestandortes Frankfurt und besucht alle großen Fachmessen wie die Tendence oder Christmas World. Aber auch auf anderen Fachmessen in Deutschland hält sie Ausschau nach individuellen Einzelstücken, die sich gut in die Kulisse ihres kleinen Landhauses einpassen. teba

Fotos: jm/bzg, Werkstücke Corinna Wachsmann

„!Nachgefragt“

Boho, sehr angesagt!

Die Nachfrage der Floristen nach getrockneten Materialien explodierte im vergangenen Jahr förmlich, der Großhandel stand quasi vor Beschaffungsproblemen. Der Trend wird in diesem Herbst weitgehend ungebrochen sein, „wir haben uns durch höhere Vorbestellungen darauf eingestellt“, meint Jürgen Scherer, Inhaber der Minicuci GmbH.

Der plötzliche Kundenwunsch nach getrockneten Materialien kam im vergangenen Herbst nicht nur für viele Floristen überraschend, auch der Großhandel war ob der großen Nachfrage irritiert. Jürgen Scherer ortet den Ursprung dieses Hypes „in den sozialen Netzwerken“, insbesondere Instagram hat bei der Verbreitung dieser neuen-alten „Mode“ eine wichtige Rolle gespielt. Diese Entwicklung ist ein gutes Beispiel dafür, wie stark mittlerweile der Einfluss der „Netzwerke“ auf das Massen-Konsumverhalten ist. Schließlich waren getrocknete Floralien das letzte Mal zu „Omas Zeiten“ populär, jahrzehntelang galten Pampasgras, Strohblumen und Co. modisch als verstaubt. Und dann plötzlich, in kürzester Zeit, sind sie wieder hip.

In den Produzentenländern, hauptsächlich Italien und Spanien, wurde in diesem Jahr „mehr angebaut“ weiß Jürgen Scherer. Die Engpässe im vergangenen Jahr lagen unter anderem daran, dass einige holländische Firmen „vieles weggekauft“ haben, als der Trend, der nicht deutsch, sondern europäisch ist, richtig greifbar wurde. Das wird in diesem Jahr so nicht passieren, die Erzeuger haben auf die zusätzliche Nachfrage reagiert.

Für Jürgen Scherer kommt der Trend aber nicht aus dem Nichts, „schon vor zwei Jahren konnte man etwa auf der Kanton-Fair in China eine Hinwendung auf das Styling der 1970er erkennen, auch bei Möbeln.“ Damals, vor 50 Jahren, waren getrocknete Materialen bei den Omas aber ebenfalls bei den damals jungen Konsumenten populär. „Allerdings ist heute die Floristik vielfältiger“ verweist JürgenScherer auf die Tatsache, dass das Bekannte in einem zeitgemäßen Styling erscheint.

Er verweist auf den Eukalyptus-Boom in den vergangenen Jahren. „Solche, durch das Internet entstandene Moden verschwinden fast so schnell, wie Sie entstanden sind, nach drei, vier Jahren wird die Nachfrage oft durch einen anderen Hype ersetzt.“ Umso wichtiger ist es für die Floristen, jetzt daran zu partizipieren. Die Anbieter des bzg helfen dabei.

Fotos: jm/bzg, Werkstücke Corinna Wachsmann

So werden auch weisse Strohblumen von Reimund Krammich auf Rose getrimmt – diesen Farbton hält er für 2020 als besonders relevant.

Trocken, keinesfalls verstaubt

Nicht nur der Großhandel des bzg, auch die Erzeuger haben auf den Konsumententrend der getrockneten Floralien reagiert. Etwa Reimund Krammich, der in diesem Jahr mehr als noch 2019 getrocknete Strohblumen, Getreide, Nigella, Statizie und Co. anbietet.

„Schon jetzt fragen die Floristen danach", bemerkte Reimund Krammich Mitte Juli, doch die große Nachfrage nach getrockneten Materialien für die Floristik erwartet er „ab September". Das ist bekanntlich traditionell der Beginn der „Exoten-Saison", wozu sich dann auch getrocknete Exoten aus Übersee, etwa die imposanten Proteen, gesellen.

Die Ausweitung des getrockneten Programms bei deutschen Gärtnern zeigt, wie schnell diese auf eine sich verändernde Nachfrage reagieren. Schließlich waren getrocknete Materialien in der Floristik viele, viele Jahre in der Versenkung verschwunden. Dementsprechend hatten sich auch viele Erzeuger von diesem Segment verabschiedet. Getrocknet wurde eigentlich nur noch das, was sich dazu eignet und frisch nicht verkauft wurde. Das Angebot der regionalen Erzeuger wurde so in Breite und Tiefe zunehmend dünner.

Die Nachfrage nach dem getrockneten Segment kam 2019 „von den Floristen, kaum aus dem Wochenmarkthandel", hat Reimund Krammich beobachtet. Das nicht nur er, sondern auch andere Erzeuger den Trend wahrgenommen haben, zeigt, dass „ich schon gefragt wurde, ob ich für andere färben kann." Ein wichtiger Hinweis, denn während gefärbte Frischblumen vielen Verbrauchern suspekt sind, gilt diese Abneigung bei getrockneten Floralien nicht.

So werden auch weiße Strohblumen von Reimund Krammich auf Rosa getrimmt – diesen Farbton hält er für 2020 als besonders relevant. Auch Gräser und Getreide werden gefärbt. Preislich schlagen die zusätzlichen Arbeitsgänge kaum zu Buche und kosten als getrockneter Bund unwesentlich mehr. Martin Hein

2020

Zeit für Neues

informieren. einkaufen. wissenstransfer.

23. + 24. September 7–15 Uhr

Einkaufen

!ZEITfürNEUES“ steht für Einkaufen, Informieren sowie Wissenstransfer und wird erstmalig innerhalb einer Woche veranstaltet. Alle Veranstaltungen werden von Montag bis Freitag stattfinden.

Einkaufen:
Zusätzliche Anbieter, die für Ihren Bedarf an Artikeln für die kommende Saison sorgen, werden am Mittwoch und Donnerstag (7–15 Uhr) das Angebot in der Ladehalle erweitern. Einen Auszug der Anbieter finden Sie auf diesen Seiten.

Informieren:
Am Freitag sind dann an gleicher Stelle auch die wichtigsten bzg-Lieferanten (7–13 Uhr) mit ihren Produkten und Neuheiten vertreten.

Wissenstransfer:
An vier Nachmittagen (Mo, Di, Mi & Fr, Beginn jeweils 15:30 Uhr) erwarten Sie und Ihre Mitarbeiter interessante Workshops. Christina Müglich widmet sich dem „Floralen Winter“ und Tina Arnold erarbeitet „Herbstliches und Adventliches“. Aber auch andere sehr angesagte Themen, wie Handlettering oder Social Media stehen auf dem Programm.

Pfaudler & Riemenschneider

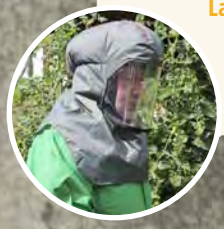
Metallobjekte für Haus und Garten aus eigener Künstlerwerkstatt
Ladehalle

Korb Krines

Geflecht für Haus und Garten, Gartendeko
Ladehalle

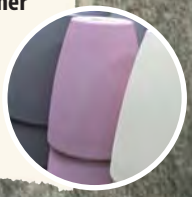
Grecori

Arbeitssicherheit & Service GmbH
Schutzbekleidung, Atemschutz
Ladehalle



Fischer Keramik

Keramik für Gärtner und Floristen
Ladehalle



A.S. Exclusiv

Professionelle Klebepistolen, hochwertige Klebesticks, Floristenbedarf
Ladehalle

NDT Passion for Pottery

Hochwertige Outdoor u. Indoor Keramik
Ladehalle

Wein & Secco Köth

Wein & Secco
Ladehalle

Prott Dekodesign

Dekoratives für Herbst und Weihnachten
Ladehalle

Energetix Magnetschmuck

Magnetschmuck & Wellness Energetix
Ladehalle

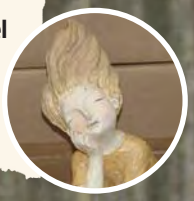
2020

Zeit für Neues

informieren. einkaufen. wissenstransfer.

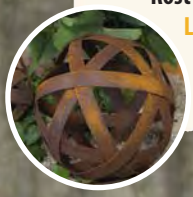
Florales und Mehr, Domann

Floristenbedarf, Deko- und Weihnachtsartikel
Ladehalle



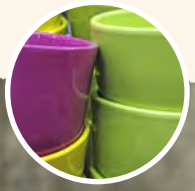
DEWOGA

Dekorationen für Haus und Garten, Rost Deko Artikel
Ladehalle



Werner Keramik

Keramik für Gärtner und Floristen
Ladehalle



Markus Hamm

Schleifendrucker, Heissprägeautomaten
Ladehalle

P.O.S. GmbH

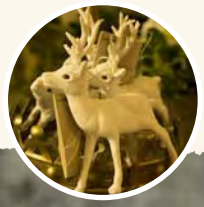
LED Beleuchtung für Floristen
Ladehalle

Gärtnerei Technik

Inneneinrichtung für Gewächshäuser, Klimasteuerung, Tische, Schattierung, Bewässerung, Lüftung
Ladehalle

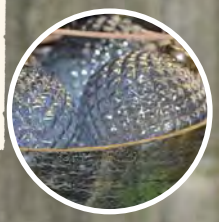
Iphigenie Metzler

Floraldesign und Wohndecor
Haupteingang Blumenstubb



Minicuci Deko Spezial

Sonder-Dekoartikel für Herbst und Weihnachten
Ladehalle



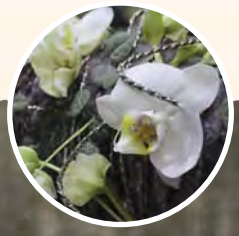
Informieren

FDF Hessischer Azubi-Wettbewerb Mittwoch, 23.9.2020, 10 - 17 Uhr

Am Mittwoch, den 23.9.2020 findet in der Zeit von 10 bis 17 Uhr der Hessische Azubi-Wettbewerb statt. Die Plätze 1 bis 3 werden prämiert. Die Siegerehrung findet um 16 Uhr im bzg statt. Im Anschluss können die im Rahmen des Wettbewerbs entstandenen Arbeiten bis Freitag im bzg bewundert werden.

+ Freitag, 25.9.2020 7 - 13 Uhr

Persönliche Beratung der Firmen Brill Substrate, Telcom Dekotöpfe, Archut Erden, Celaflor, Neudorff, Hauert-Manna Dünger, SHW, Mesto, Felco, Oscorna, Kaczmarek



2020

Zeit für Neues

informieren. einkaufen. wissenstransfer.

Wissenstransfer

Woche 39
21. – 25. September

Montag, 21.9.2020
11:30 – 14:00 + 15:30 – 18:00 Uhr

Handlettering-Workshop

„Schön- und Pinselschrift“
(Technik, Material, Hangtags)

Franziska Deißler

Dozentin für Handlettering
Kreatives Schönschreiben
Künstlerin mit Messeauftritten bei der Creativeworld 2018 & 2019

„Handlettering“ ist der Überbegriff für den Bereich der gezeichneten und gemalten Buchstaben, die Kunst der schönen Buchstaben. Es geht beim Lettering aber gar nicht so sehr um Ihre Handschrift, sondern vielmehr darum, mit den Buchstaben etwas zu gestalten und zu kreieren.

Franziska Deißler weiß ganz genau, dass Handlettering immer mehr im Trend liegt. Hangtags, Karten, Schleifen oder einfach die Ladentafel neu beschriften. Schön Geschriebenes fällt auf. Die Liste der Möglichkeiten ist lang. Doch wie beginne ich damit und welches Material eignet sich? Für dieses breite Gebiet brauchen wir verlässliche Informationen.
Diese liefert Franziska Deißler mit anschaulichen Beispielen und zeigt Ihnen die richtige Technik. Sie werden überrascht sein, wie schnell Sie lernen und wie rasch Sie eigene Kreationen entwickeln. Das Ganze macht nicht nur großen Spaß, sondern beweist sich durch seine Unverwechselbarkeit als Alleinstellungsmerkmal für Ihr Unternehmen.

Punkt. Punkt. Strich – lernen Sie das Schreiben neu!

2020

Dienstag, 22.9.2020
15:30, (ca. 3 Std.)

Floristik-Workshop

„Floraler Winter“
Inspirationen zur kommenden Jahreszeit

Christina Müglich

Hessische Floristik-Landesmeisterin 2018
Floristmeisterin, Teilgesellschafterin von
Blumen Link Eichenzell,
Ausbilderin für Floristen (seit 2015),
MDR Garten-Floristin 2018, Weihnachtsshow im MDR
zum Thema Advent, Goldene Rose – Berlin 2018,
4. Platz Fleurop Floristdemo 2019

„Floraler Winter“ ist alles andere als grau.
Frau Müglich gibt Ihnen in diesem Workshop umfangreiche Inspirationen für die Floristik in der dunklen Jahreszeit. Gemeinsam hantieren Sie mit unterschiedlichen Materialien und fertigen Werkstücke an. Christina Müglich steht Ihnen dabei mit ihrer ausgesprochenen Kreativität und umfangreichen Erfahrung zur Seite. Sie tauschen sich aus und entwickeln gemeinsam Ideen. Sie bekommen Anregungen, die Sie zur sofortigen Umsetzung in Ihrem Alltag benötigen.
Ein Workshop mit unmittelbaren Alltagsbezug!

Teilnehmen lohnt sich!

Wissenstransfer

2020 Zeit für Neues

informieren. einkaufen. wissenstransfer.

Anmeldeschluss 14.9.2020

Mittwoch, 23.9.2020
15:30, (ca. 3 Std.)

Floristik-Workshop

„Herbstliches und Adventliches“
(auch mit Trockenblumen)

Tina Arnold

Freiberufliche Floristikmeisterin
Trendscout für Produkt- und Musterentwicklung
Internationale Leitmessen in Europa und Asien
Mitglied Prüfungsausschuss – IHK Darmstadt

„Herbstliches und Adventliches“ in kreativen, aber auch in ausgefalleneren und gewagteren Lösungen anzubieten – dafür steht Tina Arnold. Durch Ihre Tätigkeit als Trendscout, viel auf den internationalen Leitmessen unterwegs, verfügt sie über den Blick für das Besondere. Neues zu erkennen, einzuschätzen was zum Trend wird, Materialien zu prüfen und auf deren Verarbeitbarkeit hin auszuprobieren, ist Tina Arnolds Element. Aber nicht nur das: Wichtig und letztendlich entscheidend ist die Umsetzbarkeit. Floristen sind kreative Menschen und suchen immer wieder Neues. Gelebt wird aber vom Verkauf des Kreierten. Und genau darauf fokussieren Sie sich gemeinsam in ihrem Workshop. An Beispielen, die gemeinsam erarbeitet werden, lassen sich die Erfahrung und Einflüsse ablesen, die zu wunderbaren Ergebnissen führen.

Machen Sie mit!

Freitag, 25.9.2020
15:30, (ca. 3 Std.)

Social-Media-Workshop

„Instagram! TikTok!“
Social-Media-Posts: warum, wie und wann?

Daniel Zoll

Redaktionsleiter Radio JAM FM Berlin
Moderator u.a. bei Mercedes Benz, Google, UEFA
Sein Account hat über 10.000 Follower

Instagram hat die Welt erobert und man kommt kaum daran vorbei. Dieser Kanal ermöglicht einen schnellen Weg zu Ihren Kunden und zu denen, die es werden sollen.
Daniel Zoll ist ein Hochkaräter aus der Social-Media-Branche. Als Nutzer, Spezialist, Speaker, Coach, Influencer und Berater zeigt er, wie einfach der Einstieg in die Instagram-Welt ist.
Mit Begeisterung und tollen Beispielen erklärt er, was nötig ist, um anzukommen.

Bereits über 10.000 Menschen folgen Daniel Zoll auf seinem Kanal „einfachdan“. Diese Expertise gibt er an Sie weiter. Im Austausch gibt er Ihnen viele nützliche Tipps und Tricks und Sie kreieren Fotos und Videos. Sie werden verstehen, worauf es ankommt, was Sie tun können oder vielleicht besser lassen sollten.

Und jetzt auch noch „TikTok“!
Was uns diese neue Videowelt bringt und wie wir uns in ihr bewegen können, erklärt Ihnen Daniel Zoll.
Zukunft anpacken – Smartphone mitbringen!

Begrenzte Teilnehmerzahl – jetzt anmelden und Platz sichern!

Gebühr je Workshop inkl. Material 95,– €, jede weitere Person aus Ihrem Unternehmen 25,– €
Anmeldung unter: info@bzg-ffm.de oder direkt auf dem Großmarkt.
Zulassung nach Anmeldeeingang. Anmeldeschluss 14.09.2020

Weitere Infos unter: www.bzg-ffm.de

Tik Tok

Foto: Friedhofsgärtnerei Bleckwehl, Frank-Peter Bleckwehl (Mitte) mit Team

Für Frank-Peter Bleckwehl ist der entscheidende Begriff „Beratung."

Friedhofsgärtner Frank-Peter Bleckwehl im Gespräch

In der bzg aktuell gehen wir dem journalisitischen Prinzip, Sachverhalte, die kritisch zu sehen sind, nicht einfach schön zu schreiben nach. Dies trifft für das Friedhofsgeschäft zu, bei dem seit Jahren Veränderungen zu beobachten sind, leider nicht zum Guten.

Aber die gute Nachricht: Bezogen auf die Friedhofsgärtner hat die Corona-Krise keine weitreichend negativen Auswirkungen gehabt. Das meint zumindest Frank-Peter Bleckwehl, der in der Stadt und dem Umland von Frankfurt auf 23 Friedhöfen rund 2000 Gräber betreut. Zwar musste auch er seine beiden Blumengeschäfte kurzzeitig schließen, doch im Kerngeschäft „gab es so viel Arbeit wie selten", reflektiert er. Ein Grund: „Die Angehörigen hatten mehr Zeit, sich um die Gräber zu kümmern."

Das ist es aber auch schon mit den guten Nachrichten, denn einen negativen Einfluss hatte die Corona-Krise durch die vielerorts gültige Beschränkung der Trauergäste. Weniger Trauergäste heißt weniger Trauerfloristik. Das war spürbar, zumal der schon viele Jahre anhaltende Trend, um Geldspenden für wohltätige Zwecke statt Trauerfloristik zu bitten, ungebrochen ist.

Dies ist nur ein augenfälliger Aspekt, der den Wandel der Trauerkultur prägt. Nicht nur die zunehmenden Kirchenaustritte zeigen, dass sich die deutsche Gesellschaft immer mehr von christlichen Traditionen und Ritualen verabschiedet, wozu die Friedhofskultur gehört. „Die Entwicklung gibt es seit etwa 20 Jahren, in den vergangenen fünf Jahren hat sie aber noch zugenommen", meint Frank-Peter Bleckwehl. „Es beginnt bei der Erziehung. Die Kinder begleiten ihre Eltern nicht mehr zum Besuch auf den Friedhof, für sie wird das Thema Tod oft gänzlich ausgespart. Daher fehlt jeder Bezug zur Friedhofskultur." Frank-Peter Bleckwehl hat reagiert: Er hat gemeinsam mit anderen Friedhofsgärtnern am Tag des Friedhofs in Frankfurt Führungen für Kinder angeboten und verteilt auch einen „Bestattungsknigge" (entwickelt von der Treuhandstelle für Dauergrabpflege), der grundsätzliche Verhaltensregeln für den Friedhofsbesuch erläutert.

DIA DE LOS MUERTOS – TAG DER TOTEN

Der „Dia de los Muertos" wurde 2003 von der UNESCO zum Meisterwerk des mündlichen und immateriellen Erbes der Menschheit ernannt und 2008 in die Repräsentative Liste des immateriellen Kulturerbes der Menschheit übernommen. Wir möchten mit unserem Plakat zum „Dia de los Muertos" das Thema Trauerfloristik einmal anders in den Fokus stellen.

Kann man etwas dagegen unternehmen, dass das, was die Ethnologen „Ahnenkult" nennen und was die UNESCO als immaterielles Kulturerbe ausgezeichnet hat, immer mehr verschwindet? Frank-Peter Bleckwehl verweist auf eine Kampagne der Treuhandstellen, die vor etwa zehn Jahren die Trauerkultur erfolgreich thematisierte. „Leider lief die Kampagne nur ein paar Jahre und wurde dann nicht weitergeführt."

Fotos: jm/privat, Hauptfriedhof Frankfurt

*aus einer anderen Kultur

Der gesellschaftliche Wandel ist ein grundsätzlicher Aspekt – es gibt aber ebenfalls profanere Entwicklungen. Gegenwärtig entstehen immer mehr Rasen- oder Baumgräber, nicht wenige Friedhofsverwaltungen beraten in diese Richtung. „Angeblich will man den Hinterbliebenen die Grabpflege ersparen“, nennt Frank-Peter Bleckwehl ein oft angeführtes Argument. Durch diesen Trend werden die Grabstätten immer trister, obwohl die Mehrheit der Menschen, so Untersuchungen, weiterhin ein „würdevolles Grab“ wünschen. „Wenn ich die Möglichkeit bekomme zu beraten, entscheiden sich 99 Prozent der Hinterbliebenen für eine Dauergrabpflege“, ist die Erfahrung von Frank-Peter Bleckwehl.

Doch sind die Friedhofsgärtner nicht die ersten, die zu Beratungsgesprächen gerufen werden. Neben den Friedhofsverwaltungen zählen die Bestatter zu denen, die den Erstkontakt pflegen. Kaum jemand traut es sich zu sagen, doch die Wahrheit ist: Nicht alle Bestatter haben ein Interesse daran, in Richtung Grabpflege oder auch Blumenschmuck für Sarg und Grab zu beraten. Oft geht es nur um die unmittelbaren Kosten für das Begräbnis (etwa die Preise für Sarg und Grabstein) – wie das Grab in zwei Jahren aussieht, spielt oft keine Rolle. Darunter leiden auch schon seit Jahrzehnten die mit dem Sarg- und Grabschmuck beauftragten Floristen.

Wie sehr sich die Menschen von den Traditionen der Trauerkultur abwenden, zeigt sich auch zu den Totengedenktagen im November. „Das Geschäft hat sich quasi halbiert“, meint Frank-Peter Bleckwehl. „Früher verkauften wir zu den Gedenktagen rund 60 Kerzen, heute vier oder fünf.“ Ein ähnlich drastischer Rückgang ist beim Grabschmuck zu verzeichnen.

So absurd es klingt, die Friedhöfe werden immer leerer. Waren noch für die Kriegsgeneration Familiengräber üblich, passen heute „auf solch eine Fläche sechs bis acht Urnengräber“, erläutert Frank-Peter Bleckwehl. Zudem sind mit den Friedwäldern Alternativen außerhalb der Friedhöfe entstanden. Das Ergebnis: So mancher Friedhof arbeitet nicht mehr kostendeckend.

Frank-Peter Bleckwehl ist mit Blick auf seine Branche aber auch selbstkritisch. „Früher war es selbstverständlich, dass neue Auszubildende, die das erste Mal auf dem Friedhof arbeiten, älteren Herrschaften unaufgefordert halfen, wenn diese auf dem Friedhof schwer zu tragen hatten. Heute muss man die neuen Auszubildenden darauf hinweisen.“

Unterm Strich kann man also festhalten: Schwierig, schwierig, schwierig. Lässt sich dieser Wandel aufhalten, gar umdrehen? Ebenfalls schwierig, handelt es sich doch um eine gesamtkulturelle Entwicklung, die sich beileibe nicht nur in Deutschland beobachten lässt. Schwierig heißt aber nicht unmöglich, schließlich hat auch die Kampagne der Treuhandgesellschaften Früchte getragen. Und generell leben wir ja in Zeiten, in denen insbesondere junge Menschen Traditionen wieder neu für sich entdecken. Wobei auch der Aspekt, dass Friedhöfe mit ihrem oft alten Baumbestand im weitesten Sinne Parklandschaften sind, die zur Erholung, Besinnung oder, um ein Modewort zu nutzen, zur Entschleunigung beitragen.

Für Frank-Peter Bleckwehl ist der entscheidende Begriff „Beratung.“ Immer da, wo es möglich ist, sollte das Thema Trauerkultur angesprochen werden. Der Hinweis auf das immaterielle Kulturerbe kann dabei hilfreich sein. Frank-Peter Bleckwehl verweist in dem Zusammenhang auf ein Wort des deutschen Nationaldichters Goethe, der sinngemäß sagte: Auf dem Friedhof erkennt man, wie sich ein Volk verhält. Martin Hein

„Regionale Anbieter stärken – das würde ich mir wünschen!“

Fotos: jm/bzg

Was sich Angela Merkel so wünscht.

Der Wunsch kam von höchster Stelle. Noch niemand sprach von Corona (dafür aber alle über die Klimakatastrophe) als Angela Merkel in einer Pressekonferenz am 3. Februar sagte: „Regionale Anbieter stärken – das würde ich mir wünschen!“ Ihre Landwirtschaftsministerin sekundierte tags darauf: „Wenn wir wollen, dass regional produziert wird, dann müssen wir auch die Preise dafür zahlen.“ Heute, nach den Erfahrungen der Corona-Krise, lässt sich sagen: Diese beiden Sätze würde wohl die überwiegende Mehrheit der aufgeklärten Verbraucher unterschreiben.

Ganz klar, die Konsumenten sind in den vergangenen Jahren und speziell noch einmal durch die Corona-Krise achtsamer geworden. Und solidarischer, was sich in der Bevorzugung kleinerer lokaler Geschäfte, deutlich spürbar auch im Blumeneinzelhandel, zeigte. Es wird nicht mehr einfach so, sondern zunehmend strategisch konsumiert, der Kauf wird zur bewussten Entscheidung. Wobei es nicht mehr so wie früher vor allem um (Nobel-) Marken geht, sondern zunehmend um das Wohl unseres blauen Planeten.

Eine immer größere Anzahl der Verbraucher ist also offen für den Wunsch der Bundeskanzlerin. Und der lokale deutsche Gartenbau, die Blumengroßmärkte und ihre Kunden haben genau die Produkte, die dazu passen. Blumen und Pflanzen, die durch kurze Transportwege die Ökobilanz verbessern, die dadurch frisch und von hoher Haltbarkeit sind, die in der Regel aus Familienbetrieben stammen, in denen nach deutschem Arbeitsrecht und unter den Umweltstandards des schärfsten Pflanzenschutzgesetzes Europas gehandelt wird. Hinzu gesellt sich die nur durch den deutschen Gartenbau garantierte Vielfalt, mit der sich der Fachhandel vom Systemhandel abheben kann. Was will man mehr? Marketingprofis reiben sich angesichts so vieler Produktvorteile die Hände.

Und was macht der Blumeneinzelhandel daraus? Nicht nichts, aber doch auf jeden Fall zu wenig! Es gibt unbestreitbar zu wenig Blumenfachgeschäfte, Gartencenter und Wochenmarkthändler, die ihre Regionalware gut sichtbar für die Kunden als solche auszeichnen. Das ist nicht schade, nein, das ist fast fahrlässig! Es ist doch alles da: Die Produkte, der zunehmend ausgeprägte Konsumentenwunsch danach, selbst die Werbemittel. Das oft gebrauchte Argument des Zeitaufwandes für die Bestückung er Kennzeichnung (z.B. Ich bin vin HIER!) ist doch nur vorgeschoben. Man kann dem Pflanzen- und Blumenfachhandel eigentlich nur zurufen – das könnt ihr besser!

Die Entwicklungen im Blumeneinzelhandel zeigen doch alle in eine Richtung. Der ungebrochene Trend nach naturhaften Gestaltungen, das Revival der grünen Zimmerpflanzen, die Renaissance von Trockenmaterialien – all das entspringt dem Wunsch nach Harmonie. Dazu zählt auch Harmonie mit der Umwelt – wobei wir wieder bei der Regionalität, dem Wunsch von Angela Merkel, wären.

Zwei Aspekte wurden in den vergangenen Corona-Monaten von ALLEN Blumengroßmärkten hervorgehoben.
1. Die spürbar gestiegene Nachfrage nach Regionalware.
2. Die enorme Kreativität, mit der der Blumeneinzelhandel die Geschäfte am Laufen hielt.

Wie schön wäre es, wenn sich diese Kreativität auch mehr bei der simplen Kennzeichnung der Regionalware zeigen würde. Martin Hein

Margit Strak, Fotos: FlowerStyle byMargit, LaMalea, Morgentau Floristik

https://www.instagram.com/la.malea/

https://www.instagram.com/morgentaufloristik/

Einfallsreichtum. Drei Beispiele.

Drei Floristinnen berichten, wie sie die vergangenen Monate meisterten und wie sie neue Ideen umsetzten, die ihnen wiederum ganz neue Wege öffnen.

FlowerStyle by Margit, **Margit Strak** aus Königstein (www.flowerstyle.de) betreibt neben ihrem Ladengeschäft mit Floristik für alle Anlässe auch einen Youtubekanal „So geht Floristik“ mit mehr als 9.000 Abonnenten und postet regelmäßig Neuigkeiten auf Instagram unter „flowerstyle_by_margit“ sowie auf facebook unter „flowerstyle-koenigstein“. „Nach angeordneter Schließung meines Blumenfachgeschäfts am 18. März habe ich am folgenden Tag ein Video auf meinem Youtubekanal (https://www.youtube.com/c/MargitStrak) veröffentlicht, in dem ich die Situation erzählt habe und meine Youtuber um Bestellung von Osterkränzen bat, als Unterstützung“, erzählt Margit Strak. „Als Dankeschön für diese Bestellungen hatte ich das Porto übernommen. Von dem Ergebnis war ich überwältigt: Wir haben noch nie so viele Osterkränze gemacht wie in diesem Jahr und hatten trotz Ladenschließung richtig gut zu tun. Zusätzlich hatte ich mich mit der Umstellung auf ein neues Newsletter-Tool beschäftigt. Denn auch nach erlaubter Wiedereröffnung hatten wir nur in der zweiten Wochenhälfte geöffnet mit zahlreichen Vorbestellungen dank des Newsletters, in dem die aktuellen Angebote standen. Die Kunden haben das super angenommen.“ Mittlerweile öffnet „FlowerStyle by Margit“ wieder jeden Tag von Montag bis Samstag. „Allerdings haben wir eine Kürzung in der ersten Wochenhälfte beibehalten, mit der wir sehr glücklich sind“, unterstreicht Margit Strak.

„Normalerweise werde ich für Messen, Veranstaltungen und Events gebucht“, erzählt die freiberufliche Floristmeisterin **Tina Arnold** La Malea aus Dreieich, (www.lamalea.de). Mit dem 1. März ging die Auftragslage für mich um 100 Prozent zurück. Auch meine Tätigkeit als Trendscout auf großen Leitmessen in China und Indien konnte ich nicht mehr wahrnehmen“. Die beiden ersten Monate während der Corona-Zeit waren sehr frustrierend, erinnert sich Tina Arnold.

„Auf den Zug aufzuspringen und einen Blumen-Lieferservice anzubieten, dafür habe ich nicht das Kundenklientel. Zunächst hatte ich die Hoffnung, dass ab Mitte Mai, mit dem Muttertag, alles wieder normal laufen würde. Das war leider ein Irrglaube. Ich war zwar innerhalb der Muttertagswoche gut gebucht und jeden Tag im Einsatz, aber mehr leider auch nicht. Das normale Tagesgeschäft läuft bei den meistern Blumengeschäften mittlerweile wieder sehr gut, dennoch fehlen immer noch große Events, für die ich gebucht werde.“ Nachdem Tina Arnold Ende Mai merkte, dass sich auf dem Event-Markt auch in den nächsten Wochen nichts bewegen würde, musste sie handeln. „Mein Plan war, meinen Bekanntheitsgrad in den sozialen Netzwerken zu vergrößern.“ Seitdem postet sie auf Instagram jeden Tag mindestens eine Story. Ein- bis zweimal pro Woche gibt es einen neuen Post und aktuell noch unregelmäßig ein Video. „Mein erster Versuch ein DIY-Videos zu produzieren, das meinen Ansprüchen gerecht wurde, war sehr anstrengend und eine echte Herausforderung“, erinnert sie sich. „Perfekt – unperfekt“ wurde zu ihrem Motto, mit dem sie Erfolg hat. „Als Folge meiner täglichen Post auf Instagram wurden neue Kunden auf mich aufmerksam und ich erhielt Buchungen. Aktuell möchte ich meine Website relaunchen und für Herbst/Weihnachten kann ich mir vorstellen, auch DIY-Workshops anzubieten.“ –> Workshop im bzg am 23.9.2020

„Bei uns in Bayern mussten wir zügig komplett schließen“, erinnert sich **Linda Zander** von Morgentau Floristik aus Aschaffenburg (www.morgentau-floristik.de). „Wir haben direkt unseren bereits bestehenden Instragram-Account genutzt, um mehrere Foto-Stories zu posten und für unsere Kunden im Umkreis von 20 Kilometern einen kostenlosen Lieferservice eingerichtet, der sehr gut funktionierte“. Bei Instragram zählte Zander rund 700 bis 800 neue User. Nachdem sie ihr Geschäft mit integriertem Café wieder öffnen durfte, verzeichnete sie sofort wieder ein gutes Tagesgeschäft. Auch das Café – und dabei besonders die Außenterrasse – wird sehr gut besucht. „Da viele Kunden mehr Zeit in ihren eigenen vier Wänden verbracht haben, beobachteten wir beispielsweise auch bei größeren Objekten, wie hochwertigen Glasvasen, eine besondere Nachfrage. Die Kunden wollten es sich zuhause einfach schön machen“, erzählt Linda Zander. teba

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 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

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

MINICUCI
BLUMEN · GROSSHANDEL

Minicuci Deko-Spezial · Top-Angebote auf der Sonderplatzierung in der Ladehalle

Minicuci GmbH
Schnittblumen und -grün
Schmickstraße 45 · 60314 Frankfurt
Telefon 0 69-47 20 79 · Fax 0 61 01-4 89 60
Mobil 0172-7 33 66 40
E-Mail Minicuci@aol.com · www.minicuci.com

bzg aktuell

Ausgabe 4/2020

Journal des Frankfurter Blumengroßmarktes für Kunden und Geschäftsfreunde

Frankfurts blumigster Marktplatz

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

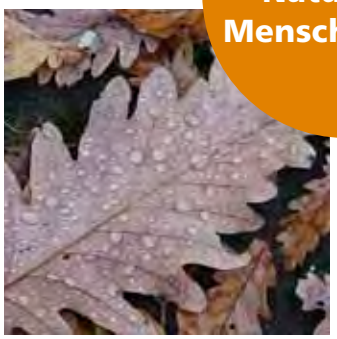
Herzlichen Dank an alle Teilnehmer und die glücklichen Gewinner.

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

Im Fokus: Natur und Menschlichkeit



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