



Im vergangenen Jahr erhielt die PlusPlants-Gruppe den „Innovationspreis Gartenbau“ in der Kategorie Kooperation/Betriebsorganisation.

Voneinander lernen und gemeinsam werben

Gärtnerverband „PlusPlants“ im Aufwind

Im Jahr 2012 präsentierten sich erstmals sieben mittelständische Gartenbaubetriebe unter dem Namen „PlusPlants“ gemeinsam auf der Internationalen Pflanzenmesse in Essen. Ihr Anliegen: Eine Marke mit nachhaltiger Produktion in Deutschland schaffen. So beziehen die Betriebe mehr als die Hälfte ihrer Energie aus regenerativen Quellen. Inzwischen hat sich die Gruppe gefestigt – sowohl was die Vernetzung als auch die Außendarstellung betrifft.

Neben den selbst gesteckten Zielen beim Energieverbrauch verbindet die Betriebe noch mehr: Sie sind alle nach dem Global G.A.P.-Standard zertifiziert. Ihr gemeinsames Anliegen: Sie wollen ihre Existenz durch nachhaltige und umweltfreundliche Maßnahmen sichern. Das geschieht intern beispielsweise durch gemeinsam genutzte IT-Systeme, aber auch extern, vor allem durch ein gemeinsames Marketing unter dem Markennamen „PlusPlants“. So treten sie gemeinsam bei großen Branchentreffen wie der IPM, den

Landgard-Ordertagen oder der Messe „Plantarium“ im niederländischen Boskoop auf.

GmbH als starker Rahmen für die Marke

Im Juli 2013 wurde nun die PlusPlants GmbH im Handelsregister eingetragen, um die Marke weiter entwickeln zu können. Denn drei weitere Gartenbaubetriebe haben mittlerweile Interesse an diesem Firmenverband bekundet und werden ihm wahrscheinlich beitreten. Das Ziel ist es, dass der

Verband der PlusPlants-Betriebe bis 2015 die „Top Ten“ der Topfpflanzen anbieten kann. Somit würde er nicht nur von der Qualität, sondern auch von der Quantität her für Abnehmer aus dem Handel interessanter werden. „Obwohl wir eng zusammenarbeiten, im Vertrieb ist jeder Betrieb doch auch selbst gefordert“, meint Rupert Fey, der das Zusammenwachsen der Mittelständler zunächst als Berater betreut hatte und nun die PlusPlants GmbH als Geschäftsführer leitet – neben seiner Tätigkeit als Unternehmensberater

im Gartenbau. Da die Betriebe unterschiedliche Produkte liefern und diese immer besser abstimmen, besteht kaum Konkurrenz zwischen den einzelnen Mitgliedern.

Fortbildung und Gedankenaustausch

Die Betriebe hätten sich im Lauf der vergangenen zwei Jahre wesentlich besser kennengelernt, meint Rupert Fey: „Die Inhaber treffen sich jeden Monat zum Erfahrungsaustausch.“ So entsteht ein interner gesunder Wettstreit in der Betriebsentwicklung. Am „Mitarbeiterstag“, der einmal im Jahr stattfindet, trifft man sich im größeren Rahmen mit jeweils fünf Beschäftigten aus jedem Betrieb. Auch einige Auszubildende haben nach einem Jahr zu einem anderen Mitgliedsbetrieb gewechselt. Dadurch könnten sie ihre Erfahrungen in der Ausbildung sinnvoll erweitern. „Letztes Jahr haben wir einen Innovationstag gemeinsam mit einigen Züchterfirmen gemacht“, berichtet Fey. Die beteiligten Lieferanten seien sehr engagiert dabei gewesen. Für sie sei es durchaus interessant, sich auch abseits einer großen Messe direkt bei den sieben beteiligten Betrieben vorzustellen und gemeinsam Vermarktungspläne zu schmieden. Daraus entstanden sind zwei Pilotprojekte zur Vermarktung der Topfpflanzen aus den Mitgliedsbetrieben. „Denn Nachhaltigkeit ist toll, aber Innovation ist auch sehr wichtig“, meint Rupert Fey.

„Schmucke Blätter“ und „Schatzinsel“

Zwei neue Konzepte von PlusPlants setzen Impulse für das Sommergeschäft. Felix Wison von „Hethor Flowers“ in Schermbeck: „Mit der „Schatzinsel“ wollten wir halb vergessenen Artikeln wieder Aufmerksamkeit verschaffen. Wir haben dabei auf große Ware gesetzt: ideal, um Lücken noch zu füllen und vor allem mit frischer Ware noch Umsätze zu generieren.“ Auf den „Schatzinsel“-CC-Containern fand sich eine abgestimmte Mischung von Angelonia, Bracteantha, Coleus und Sunpatiens. Das Werbematerial umfasst Plakate in den Größen A4 und A3 sowie dazu passende Topper für die CC-Container.

Für das Konzept „Schmucke Blätter“ produzierten die PlusPlants-Gärtner Peter Aldenhoff und Manfred Rieke gemeinsam die Ware. „Hier ging es um Immergrüne Sommerartikel, die gemeinsam in drei verschiedenen Wuchsformen kombiniert werden

können“, berichtet Rupert Fey. „Die Nachfrage nach beiden Konzepten in Fachgärtnercentern und Cash- & Carrymärkten war größer als das Angebot unserer beteiligten Gärtnereien.“ Er sieht das als gutes Zeichen und will im kommenden Sommer wieder mit neuen Handelsaktionen den Absatz beleben.

Innovationspreis gewonnen

In der Branche wird das PlusPlants-Modell mit Interesse wahrgenommen. So hat PlusPlants im vergangenen Jahr den „Innovationspreis Gartenbau“ in der Kategorie Kooperation/Betriebsorganisation gewonnen: „Für den Zusammenschluss von Gartenbaubetrieben unter einer gemeinsamen Dachmarke für besonders ressourcenschonend und sozialverträglich erzeugte Zierpflanzen“, wie es der Parlamentarische Staatssekretär Dr. Gerd Müller bei der Preisverleihung anlässlich des Deutschen Gartenbautags 2012 formulierte. Und bei den diesjährigen TASPO-Awards ist PlusPlants gleich zweimal nominiert: Als „Betriebsgründung des Jahres“ und „Kooperation des Jahres“. Rupert Fey sieht sich durch solche Anerkennung in der Branche bestätigt: „Das Thema Nachhaltigkeit wird auch im Zierpflanzenbau künftig eine wachsende Bedeutung haben. Denn wenn die Produkte auch im Markt der Zierpflanzen einander immer ähnlicher werden, werden für den Konsumenten bei seiner Kaufentscheidung gute, faire und transparente Produktionsbedingungen eine immer wichtigere Rolle spielen.“

Walter Liedtke, pressto



Fotos: Plus Plants

Auf den „Schatzinsel“-CC-Containern finden sich unter anderem Strohblumen, Buntnesseln und Springkraut.

markt.egrün
newsletter

Der Newsletter für
die Gartencenterbranche

Jetzt kostenlos
abonnieren!

Anmeldung unter
www.markt-in-gruen.de



Verlag Siegfried Rohn
GmbH & Co. KG
Postfach 41 09 49 • 50869 Köln
Telefon: 0221 5497-291
Telefax: 0221 5497-130
service@rohn.de
www.rohn.de



Die beste
Viola aller Zeiten.

- www.wave-rave.eu
- CoolWaveDeutschland
- coolwaveviola

