



Fairtrade-Partner: (von links) Thomas Bousart, Katharina Schwab, Claudia Brück, Sonja Dümmen und Rupert Fey



Mit bekanntem Label: So könnten noch in diesem Jahr Fairtrade-Weihnachtssterne im Einzelhandel aussehen

Fotos: Heinrich Dreßler

Fairtrade-Topfpflanzen: Den Anfang machen Poinsettien

Nach den am Markt etablierten Fairtrade-Schnittblumen aus südlichen Ländern – vor allem Rosen – sollen jetzt auch Fairtrade-Topfpflanzen auf den Markt kommen. Zunächst geht es um Poinsettien. Neu ist, dass ein Teil der Produktion in Europa erfolgt. Der Jungpflanzenanbieter Dümmen ist an dem Projekt beteiligt und stellte seine Aktivitäten bei einer Pressekonferenz auf der IPM vor, zusammen mit dem Verein TransFair und der Gärtner-Gruppe PlusPlants.

Bei Fairtrade geht es um bessere Arbeitsbedingungen in südlichen Ländern, sagte Claudia Brück, stellvertretende Geschäftsführerin von TransFair e. V. (Köln). Die Beschäftigten stünden im Fokus. Fairtrade-Schnittblumen seien seit 2005 auf dem deutschen Markt und wurden ein Erfolg, so Brück. Laut TransFair wurden im Jahr 2013 weltweit 624 Millionen Fairtrade-Blumen verkauft. Über 50.000 Blumenarbeiterinnen und -arbeiter hätten von insgesamt mehr als fünf Millionen Euro Fairtrade-Prämie profitiert. Der Großteil der Schnittblumen werde im Lebensmitteleinzelhandel

verkauft, aber es führten auch immer mehr Fachhändler faire Blumen.

Interessante neue Kategorie

Katharina Schwab, Produktmanagerin Blumen bei TransFair, hält den Topfpflanzenbereich einschließlich der Beetpflanzen und der tropischen Grünpflanzen für eine sehr interessante neue Fairtrade-Kategorie. Man hoffe, damit die Erfolge bei Schnittblumen auf den Bereich der Mutterpflanzenhaltung und Jungpflanzenproduktion übertragen zu können, da die Bedingungen und Probleme dort ähnlich seien. Die Fairtrade-Standards wur-

den im November 2014 entsprechend erweitert, sagte Schwab. Die neue Kategorie umfasse die gesamte Stecklings- und Jungpflanzenproduktion in Afrika, Asien und Lateinamerika mit tausenden von Beschäftigten. Die Produktion sei sehr arbeitsintensiv, mehr als bei den Schnittblumen. Zertifiziert werde die ganze Produktionskette (die Nordbetriebe dabei nach Handelsstandard), um die Nachverfolgbarkeit zu gewährleisten.

Das System sei offen, es könne sich also jeder Gärtner zertifizieren lassen. Grundvoraussetzung für das Zertifikat

sei, dass die Produktion (einschließlich der Mutterpflanzenhaltung) überwiegend im Süden stattfindet, erklärte Schwab. Gefordert würden in Europa der Einsatz von 20 Prozent Torfersatzstoffen im Substrat sowie die Beachtung der Pflanzenschutzmittel-Verbotsliste von TransFair. Der Verbraucher kann über eine Nummer oder einen QR-Code am Endprodukt feststellen, wo die Stecklinge herkommen und wer die Pflanze fertig kultiviert hat. Insgesamt sei TransFair sehr erfreut über die aktuelle Entwicklung, sagte Schwab. Bisher war nur die Zertifizierung vollständig im Süden produzierter Fertigware möglich.

Dümmen sei mit seinen zertifizierten Standorten in Äthiopien und Deutschland weltweit der erste Produzent von Fairtrade-Stecklingen, erklärte Thomas Bousart, Verkaufsleiter Europa bei dem Jungpflanzenanbieter. Die mit starker Unterstützung durch TransFair erfolgte Fairtrade-Zertifizierung in diesem Jahr sei für Dümmen ein weiterer Schritt nach „Red Fox takes care“ 2009 und dem Soziallabel MPS-SQ 2012. Die Motivation des Unternehmens basiere auf dem Aspekt einer nachhaltigen Produktion ebenso wie auf dem der Verkaufsförderung.

Man erhoffe sich einen Mehrwert durch die „Fairtrade-Story“. Die Produkte sollen neue (jüngere) Verbraucher-Segmente ansprechen und generell das Image der Branche und ihrer Erzeugnisse verbessern. Im Gegensatz zu anderen Labels sei Fairtrade klar nach außen gerichtet. Das Label habe einen hohen Bekanntheitsgrad und genieße das Vertrauen der Verbraucher. Der Marktanteil bei Schnittrosen in Deutschland liege inzwischen bei 25 Prozent. Der Handel sei derzeit aber auch „sehr fordernd“ und Dümmen wolle auf mögliche Veränderungen vorbereitet sein.

Für Bousart wäre ein Anteil von 20 Prozent Fairtrade-Stecklingen ein Erfolg. Dies hänge davon ab, dass der Handel mitziehe. Fairtrade-Ausgangsmaterial werde nur geliefert, wenn entsprechende Bestellungen des Produzenten vorliegen. Sonja Dümmen kündigte an, das Fairtrade-Angebot im kommenden Jahr auch auf Beet- und Balkonpflanzen und hier vor allem auf Pelargonien auszuweiten. Fairtrade sei für Dümmen eher ein Imagethema, kein reines Poinsettienthema.

Genug Fairtrade-Jungpflanzen

In Äthiopien ist Dümmen seit 2003 ansässig. Auf 40 Hektar Gewächshausfläche produziert das Unternehmen rund 50 Millionen Poinsettien- und 100 Millionen Pelargonien-Stecklinge. Da die gesamte Produktion zertifiziert ist, könne Dümmen den europäischen Markt ausreichend mit Fairtrade-Jungpflanzen versorgen, so Bousart.

Sonja Dümmen sieht eine unterschiedlich starke Nachfrage der Verbraucher in den einzelnen Ländern, gut sei sie vor allem in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Großbritannien. Ob die „Geiz ist geil“-Mentalität den Absatz bremse, sei mangels Erfahrungen mit Fairtrade-Topfpflanzen nicht einzuschätzen. Ein höherer Preis – vielleicht sogar um 50 Cent – sei notwendig, da die Fairtrade-Prämie ja sonst von Dümmen, den Gärtnern und/oder dem Handel aufgebracht werden müsste, was nicht beabsichtigt ist und nach Ansicht der Beteiligten auch nicht „fair“ wäre.

Im äthiopischen Betrieb von Dümmen sind bis zu 2200 Arbeitskräfte beschäftigt. Zehn Prozent des Stecklingsertrags – Bousart nannte einen Cent pro Poinsettien-Steckling – sollen ihnen als Fairtrade-Prämie zugute kommen. Über die Verwendung entscheidet ein Arbeiter-Komitee

Jetzt 2 Ausgaben gratis testen!

Gärtnerbörse
Das Magazin für Zierpflanzenbau

Profitieren Sie als Produzent, Vermarkter & Zulieferer!

100% ZIERPFLANZENBAU gibt es nur hier!

Themen u.a.

- Neue Sorten
- Pflanzenschutz, Kulturtechnik
- Gewächshaustechnik, Maschinen
- Heizung & Energie
- Dünger & Substrate
- Betriebswirtschaft
- Unternehmen im Portrait
- Markt & Handel

Tel. +49 (0)531 38004-39
www.gaertnerboerse.de/das-Heft

► vor Ort. Weitere Aspekte des Fairtrade-Bausteins „Faire Arbeit“ sind sichere Arbeitsbedingungen, Arbeitsverträge und Vereinigungsfreiheit.

Zum Baustein „Fairer Handel“ hieß es, dass der Einzelhandel mit dem Fairtrade-Label vertraut sei und eine zunehmende Nachfrage verzeichne. Die Handelskette sei transparent. „Fair Schenken“ ist der dritte Baustein. Der Verbraucher hat beim Kauf ein gutes Gefühl. Das Label ist mit positiven Attributen besetzt und vertrauenswürdig, die Ware verspricht einen Mehrwert. Gerade in der Weihnachtszeit möchten die Menschen Gutes tun – eine günstige Ausgangslage für die Fairtrade-Poinsettien. Diese sollen im Handel klar erkennbar sein, wozu diverse Werbematerialien bereitstehen. Um die mit Fairtrade verbundene Botschaft und den Mehrwert zu vermitteln, sei die Kommunikation ein wichtiger Faktor, sagte Sonja Dümmler. Dabei dürfe der Hinweis nicht fehlen, dass die Pflanze in Afrika und auch in Deutschland produziert wurde.

PlusPlants macht den Anfang

Damit das Fairtrade-Projekt ein Erfolg wird, müssen sich deutsche Produzenten nach Fairtrade-Standard zertifizieren lassen. Den Anfang will die PlusPlants-Gruppe machen, die ihre Überlegungen hierzu vorstellte. Für PlusPlants-Geschäftsführer Rupert Fey ist die Fairtrade-Zertifizierung der Gruppe ein logischer Schritt – dieser Baustein habe gefehlt. Die neun Betriebe der Gruppe produzieren jährlich etwa 25 Millionen Pflanzen, davon etwa 1,5 Millionen Poinsettien. Der Anteil der Fairtrade-Ware sei derzeit noch offen. Jedenfalls werde „nichts ins Blaue hinein produziert“, sagte Fey. Der Absatz müsse sichergestellt sein. Vorgesehen ist große Ware im 12er- bis 19er-Topf. Marketingmaterial sei vorhanden.

Der Hauptmarkt für PlusPlants ist Deutschland. Mit Zertifizierungen wie Global-GAP habe die Gruppe bereits Erfahrungen. Fey hält den Zeitpunkt für die Einführung von Fairtrade-Topfpflanzen für richtig, der Markt sei hierfür bereit. Die Frage sei aber, ob sich der „Mehrwert“ der Pflanzen in einem höheren Preis niederschlage.

Katharina Schwab sagte, dass es Partner wie Dümmler und die PlusPlants-Gruppe brauche, um die Kette vom Südbetrieb bis zum Einzelhandel zu schließen. Für Dümmler erklärte Maik Epping, dass man den Marktauftritt gemeinsam forcieren wolle. TransFair habe das Thema bei der Fachgruppe Jungpflanzen angestoßen und Dümmler sei daraufhin eingestiegen. Ein positiver Aspekt sei die Verwaltung der Fairtrade-Prämie durch die Beschäftigten vor Ort. Frank Silze, Vorsitzender der Fachgruppe Jungpflanzen, sieht beim Thema Fairtrade „große Möglichkeiten“.

Wenige Tage nach der IPM teilte der Vermarkter Landgard mit, bei der Vermarktung der Fairtrade-Poinsettien mit Dümmler zusammenarbeiten zu wollen. Landgard sei bereits für den Handel mit Fairtrade-Schnittblumen zertifiziert, Topfpflanzen würden folgen. Interessierte Landgard-Gärtner unterstütze der Vermarkter bei der Zertifizierung. Dabei spielten unter anderem der Einsatz von Pflanzenbehandlungsmitteln sowie die Dokumentation der Warenflüsse eine wichtige Rolle. Landgard bringe seine Kontakte zum Handel und zu Nichtregierungsorganisationen mit ein. Der genossenschaftliche Gedanke und das Fairtrade-Konzept passten gut zusammen.

Wie Rupert Fey nach der IPM ergänzend zur Pressekonferenz mitteilte, sind einige Details noch in der Abstimmung, zum Beispiel die Frage, ob auch der Handel Fairtrade-zertifiziert sein muss oder nur die Produktion.

Heinrich Dreßler

PLUSPLANTS VERSPRICHT 10.000-EURO-SPENDE

Neben ihrer Beteiligung am Fairtrade-Poinsettien-Projekt stellte die PlusPlants-Gruppe auf der IPM noch eine weitere „faire“ Aktion vor. Die PlusPlants-Gärtner haben nach Angaben von Rupert Fey, dem Geschäftsführer der PlusPlants GmbH, dem Verein „Herzenswünsche“ für 2015 eine Spende von mindestens 10.000 Euro versprochen, die zum Beispiel aus einem Betrag von zehn Cent bei 100.000 Pflanzen resultieren könnte (Zahlen und Sortiment variabel). Man suche derzeit Handelspartner für diese Aktion und habe auch die Veiling Rhein-Maas darauf angesprochen. Unabhängig davon seien die 10.000 Euro aber „gesetzt“. Marketing und PR für diese Aktion steuert Rupert Fey mit seiner Agentur beyond-flora nach eigenen Angaben kostenlos bei.

Für den vor 22 Jahren gegründeten Verein „Herzenswünsche“ mit Sitz in Münster stellte Vorstandsmitglied Ute Weingarten dessen Ziele vor. Es gehe darum, schwerkranken Kindern und Jugendlichen Hoffnung zu vermitteln, indem ihnen unter anderem außerhalb des Krankenhaus-Alltags ein besonderer Wunsch erfüllt wird. Bundesweit seien hierfür 63 ehrenamtliche Helfer aktiv. Auf Verwaltungskosten sollen nach Angaben von Weingarten weniger als zehn Prozent des Budgets entfallen. dre