

AUF TOUR IN BERLINS STARTUP-SZENE

Grün für temporäre Arbeitsplätze

Drei Tage lang haben die Mitglieder und Partner von Plusplants ihre Betriebe verlassen, um sich auf Ideensuche in die Bundeshauptstadt zu begeben. Bei der jährlichen Klausurtagung wollten sie in Berlin herausfinden, wie man die junge Zielgruppe für Pflanzen begeistern kann. Eine Befragung von Start-up-Unternehmen konnte das Rätsel ansatzweise lösen.



Schöne und gesunde Pflanzen heranzuziehen, das ist ihre Profession. Den Gewächsen mit fairer Produktion Nachhaltigkeit zu verleihen und mit ihnen anspruchsvolle Kunden zu begeistern, das ist die Leidenschaft der Gärtner, die sich in Plusplants als Gruppe zusammengeschlossen haben.

Die neun inhabergeführten Betriebe verstehen ihr Gärtnerhandwerk. Das zeigt sich immer wieder im Verhalten ihres treuen Kundenkreises sowie in Zertifikaten und Anerkennungen. Aber so, wie eine blühende Pflanze regelmäßiger Pflege bedarf, so werden die Plusplants-Partner nicht müde, nach neuen Wegen der Vermarktung zu suchen. Was nützte ihnen beispielsweise der Nachhaltigkeitskompass, der beste Qualität und Haltbarkeit mit dem geringstmöglichen Aufwand an Ressourcen und Umweltbelastung anzeigt, wenn eines Tages bei den Menschen kein Interesse mehr bestehen

würde, sich eine Pflanze ins Wohnzimmer, auf den Balkon, in den Garten oder an den Arbeitsplatz zu stellen? Das wäre der sogenannte Worst Case und zugleich der Albtraum eines jeden Gärtners.

Die Plusplants-Profis wollen herausfinden, wie ihre potenziellen Kunden von morgen und übermorgen ticken. Längst haben sie festgestellt, dass die, die sie in Zukunft erreichen wollen, nicht in großer Zahl in die Gärtnereien und Blumengeschäfte kommen. Deshalb treibt sie die Sorge mehr und mehr an, ob ihre Anstrengungen und Erfolge bei denen, die zukünftig das gesellschaftliche Leben bestimmen, überhaupt wahrgenommen werden. „Heutzutage wird fast alles online gehandelt, warum nicht auch exklusive Pflanzen?“ Diese Frage stellen sich die Tagungsteilnehmer und suchen nach einer praktikablen Antwort.

Einige Gärtner der Gruppe hatten den Verkauf über das Internet „schon auf dem

Beste Stimmung herrscht bei der Jahrestagung 2018 der Plusplants-Gruppe in Berlin.

Schirm“, aber es habe sich nicht so entwickelt wie erwartet. Die sozialen Netzwerke wollen sie nutzen, einfach effizienter werden und Leute ansprechen, die im Netz auf allen Kanälen unterwegs sind. „Bei denen müssen wir Lust auf blühende Blumen wecken“, sind sie sich einig. Besonders die jungen Kollegen, der eigene Nachwuchs, setzt sich dafür ein.

„Wo lässt sich der Sache besser auf den Grund gehen als in Berlin?“, meint Rupert Fey, Plusplants-Geschäftsführer und Inhaber von Beyond-Flora. Er gibt seit Jahren das Konzept der Plusplants-Gruppe vor und organisiert die jährlichen Klausurtagungen, die „immer wieder Anlass zu Manöverkritik und Kursfestlegung der nächsten Ziele und Jahre“ sind, wie er betont. Außerdem ist jede

dieser Zusammenkünfte, von denen es mittlerweile sieben gab, eine „Festigung der Gemeinschaft und des Austausches“.

BESTEHENDE STRUKTUREN AUFBRECHEN

Als Schwerpunktthemen für 2018 hat Rupert Fey Kommerzielle Innovationen, Junge Zielgruppen, Digitalisierung und Disruption auf die Agenda gesetzt. Was hat Letzteres im Gartenbaubetrieb zu suchen? Das Wort Disruption leitet sich aus dem Englischen ab und bedeutet, etwas zu unterbrechen, zu zersprengen oder aufzubrechen. Übertragen auf die Wirtschaft, verfolgt eine disruptive Idee das Ziel, bestehende Strukturen und Organisationen aufzubrechen und im Falle des Erfolgs zu zerstören. In der Start-up-Szene ist der Begriff gängig, galt vor drei Jahren sogar als das „Wirtschaftswort des Jahres“.

So entwickelte Rupert Fey das Vorhaben, die Plusplants-Jahrestagung 2018 in die Start-up-Szene nach Berlin zu legen. Für ihn war klar: „Eine disruptive Idee kann nicht eine simple Weiterentwicklung sein, sondern soll eine komplette Neuentwicklung mit ganz neuen Ansätzen hervorbringen.“

Die Bundeshauptstadt sei ein aufregendes Pflaster, meinen viele Touristen. Berlin ist aber auch die Geburtsstadt vieler neuer Trends und gilt als die Start-up-Metropole in Deutschland. In Berlin-Mitte sind besonders viele Start-ups angesiedelt. Unternehmen wie Zalando, ImmobilienScout24 oder Zanox hatten hier ihren Start. Viele hatten ihren Sitz anfangs in Coworking Spaces, in

Einrichtungen, die so neu und kreativ sind wie die Szene an sich (siehe Kasten). In solch einen Coworking Space lud Rupert Fey die Gärtner zur Tagung ein: „Wir wollten bewusst eine Art Kulturschock auslösen.“ Gärtner seien oft nicht nah genug an den jungen Käufern. „Die urbanen Lebensformen kann man nicht im Betrieb verstehen, wo man sich abseits der Städte befindet“, ergänzt er. Man müsse das Gegenteil tun. „Mittenrein: inklusive lactosefreier Milch, veganen Lebensstils, neuer Arbeitswelten, öffentlichen Nahverkehrs und begrenzten Raums für Blumen und Pflanzen.“

Was lag näher, als die eigene Jugend, die neue Gärtnergeneration, in die moderne Tagung einzubeziehen? So sind 2018 erstmals auch die Junioren der Gruppe, Eva-Maria Aldenhoff, Luca Acquistapace, Jörn Greiving und Marco Rieke, dabei. Sie halfen schon bei der Vorbereitung, denn es war geplant, einige Start-ups zu befragen, was sie von Blumen und Pflanzen halten. Jeder Gartenbaubetrieb hat dafür einen Fragebogen entwickelt. Diese sind den Coworkern vorab zur Verfügung gestellt worden. „So ein Experiment hat sich im Gartenbau noch niemand getraut“, freut sich Rupert Fey über die Initiative, „Plusplants tagt drei Tage in Berlin im Herzen der Start-up-Szene.“

WAS START-UPS MIT PFLANZEN VERBINDEN

Der erste Schock für die Gärtner beim Betreten des Coworking Spaces am Rosenthaler Platz, einem einst prachtvollen 20er-Jahre-Haus mit traditionsreicher Gastrono-



Am Ende der Berlin-Tour steigen die Gärtner auf die Räder und erkunden die Großstadt.

mievergangenheit in Berlins Mitte, ist die pflanzenfreie Zone: Kein einziges Gewächs ist auf den nackten oder mit Kabeln und elektronischen Geräten bestückten Arbeitstischen zu sehen. Auf breiten Fensterbänken liegen Kissen, die zum Sitzen einladen. Passen Pflanzen hier nicht ins Design? Oder ist niemand da, der sich um Pflanzen kümmern könnte? Ja, vermisst eigentlich jemand hier eine Pflanze?

Die Antworten der Coworker geben einen gewissen Aufschluss. Zu den Mustern der Rembrandt-Hortensie äußern sie spontan ihre Gedanken. „Draußen, schöner Hof oder Bauerngarten, tolle Farbe, prächtig, pflegeleicht, blühfreudig“ kommen darin ebenso vor wie „die wird bei mir (hoffentlich nicht) eingehen“. Auf die Frage, wo sie diese Pflanze am liebsten kaufen würden, sagen fast 40%: „im Gartencenter“. Jeweils knapp 30% verweisen auf Floristen oder eine Gärtnerei, wenige auf einen Baumarkt. Für den Supermarkt entscheidet sich hier keiner. Mit welchem Zusatzwissen die potenziellen Kunden auszustatten seien, fragen die Gärtner und werden mit der Blühdauer, Farbvariationen, der möglichen Größe im Topf, Überwinterungsmöglichkeit und Bodenbeschaffenheit sowie dem Zeitpunkt des Umtopfens konfrontiert. Insgesamt werden neun Produkte auf diese Weise befragt, die meisten mit neuem Marketing sowie einer kurzen Marktreife von zwei bis drei Jahren.

Auf nachhaltige Produktion von Pflanzen zu achten gibt bei diesem Beispiel lediglich ein Drittel der Befragten an. Bei anderen

AUS DEN USA

INFO

Was ist ein Coworking Space?

Die Idee und Bezeichnung des Coworking Space stammen aus den USA, wo Start-ups, Freelancer und Kreative einen zeitlich flexiblen Arbeitsplatz in offen gestalteten Büros anmieteten. Als Coworking wird daher das räumliche Zusammenarbeiten von Personen auf flexibler und freiwilliger Basis bezeichnet. Der Space ist dabei der gesamte Raum, in dem das geschieht. Es können kleine oder große Büroräume, ganze Etagen oder Hallen sein.

Der Coworker findet eine bestimmte Ausstattung vor, die je nach Vertrag variieren

kann. Über die räumliche Zusammenarbeit hinausgehend, stehen offene Arbeitsbereiche zur Verfügung, womit eine Kommunikation untereinander möglich ist. Es gibt zum Teil offene Küchen- oder Loungebereiche und Besprechungsräume. Ein „echter Space“ bietet zudem zielgruppenspezifische Programme an, die das Ziel haben, Start-ups in ihrem Business zu unterstützen, die Bildung der Gemeinschaft zu stärken oder neue Interessenten zu gewinnen. So gesehen ist ein Coworking Space mehr als eine Arbeitsplatzvermietung.



Die Mitglieder und Partner von Plusplants in der Bundeshauptstadt: Eva-Maria Aldenhoff, Marco Rieke (links) sowie Jörn Greiving, Luca Acquistapace und Jürgen Bäumer (rechts) werten Fragebögen aus.

Produkten liegen die Werte höher. Jeweils 42% meinen, sie würden die Rembrandt-Hortensie für den Eigenbedarf oder als Geschenk kaufen. Platz für Pflanzen haben 46% im Garten. Nur wenige räumen ihr einen Platz auf der Fensterbank ein, aber immerhin 18% eine Fläche auf dem Balkon.

Die Frage, ob sie im Space, also an ihrem temporären Arbeitsplatz, gern Pflanzen hätten, bleibt offen. Die Gärtner bringen mit ihren grünen Taschen und den vorwiegend herauswippenden Rembrandt-Hortensien

Wie sieht die Zukunft junger Spaceworker und wie die erfahrener Gärtner aus?

auf ihre Art grünes Leben in das Haus. *Hydrangea macrophylla* „Rembrandt“ steht für kompaktes Wachstum, starke Blumendolden und kräftige Stiele. Zudem zeigen die Blüten während des Wachstums einen spannenden Farbwechsel. Ganze zwölf Jahre Züchtung stecken dahinter. Sollte diese Arbeit das Gegenstück zu den modernen Start-ups sein? Wie sieht die Zukunft der jungen Spaceworker und wie die der erfahrener Gärtner aus? Beim Zusammentreffen beider Gruppen prallen Welten aufeinander. Dennoch, die Gespräche bringen beiden Seiten Erkenntnisse und ein gewisses Verständnis füreinander.

Vor der Tagung dachten die Teilnehmer über die Ideen, Gedanken und Probleme dieser Zielgruppe nach. Die Gespräche in Berlin machen möglich, die Erkenntnisse den jeweiligen Produkten zuzuordnen, sie zu analysieren und auszuwerten. „Plusplants gewinnt so einen wertvollen Vorsprung in der Ansprache der zukünftigen Kunden und Marktinsights“, stellt er fest und verbucht das als Erfolg für die ganze Gruppe. Das Resümee des Organizers lautet: „Die Zukunft ist schon da. Es ist oft keine Hochglanzdesignerwelt, sondern eine neue Lebenswelt mit ganz anderen Herausforderungen.“ Begeistert ist er von den vier jungen Leuten aus den eigenen Reihen, „wie die sich eingebracht haben“.

Noch etwas wird durch die Tagung in Berlin klar, was wohl bisher eine nicht zu kommentierende Selbstverständlichkeit war: Die Plusplants-Betriebe produzieren alle in Deutschland und sind im Besitz und unter Leitung der Familien. „Und das seit Generationen“, betont Rupert Fey. Hier glaubt man an den Produktionsstandort Deutschland, trotz höchster Auflagen und teils schwieriger Kostenstruktur. „Zum Wohle unserer strukturschwachen Regionen wirtschaften wir gemeinsam im Team mit insgesamt über 200 Mitarbeitern, schaffen und erhalten damit wertvolle Arbeitsplätze und unsere Existenz. Wir haben klare Regeln, ab wann ein Produkt unter dem Namen Plusplants im Markt erscheinen darf.“

Das soll so bleiben. Traditionelles Arbeiten und moderner Vertrieb sind zwei Seiten

MITGLIEDER

Das ist Plusplants

Die Mitgliedsbetriebe von Plusplants sind: Acquistapace Gartenbau in 26655 Westerstede, Aldenhoff in 46514 Schermbeck, Artmeyer Baumschule in 48477 Hörstel-Riesenbeck, Engels Pflanzen in 50259 Pulheim, Freese Gartenbau in 26629 Großefehn, Greiving Gartenbau in 49835 Wietmarschen, Hedera Lüske in 49844 Bawinkel, Hethor Flowers in 46514 Schermbeck und Rieke Blumen in 49509 Recke-Steinbeck. Ausführlich haben wir über die Mitgliedsbetriebe in Ausgabe 5/2018 unter „Zusammen stark“ berichtet. Online finden Sie den Artikel auf www.dega-gartenbau.de unter dem Webcode **DEGA4166**.

einer Medaille. Mit dieser Erkenntnis wird es auch gelingen, neue Arbeitsformen für den grünen Markt zu erschließen und Coworkern in Clean Spaces klarzumachen, dass ein blühendes Gewächs neben dem Laptop durchaus sphärische Kraft entwickeln und den Erfolg der digitalen Arbeit fördern kann.

TEXT: **Sabine Meißner**, Berlin

BILDER: **Rupert Fey**,

ZEICHNUNG: **Octus - Fotolia**

DIE AUTORIN



Sabine Meißner

ist diplomierte Betriebswirtin (FH) und hat leitende Tätigkeiten in Hotel, Verlag und zuletzt in der

Industrie ausgeübt. Seit 2008 arbeitet sie freiberuflich als Journalistin, erstellt Firmenprofile und schreibt für Fachzeitschriften sowie Handelskammermagazine. Sie hat sich auf die Gebiete Gartenbau, Naturstein und Friedhofskultur spezialisiert. Über zwei Jahrzehnte lebte und arbeitete die gebürtige Berlinerin in Franken, bevor sie 2017 in ihre Heimatstadt zurückgekehrt ist. In ihrer Freizeit widmet sie sich neben der Familie besonders gerne den Pflanzen im Garten und auf dem Balkon.