

TASPO SPEZIAL

SONDERVERÖFFENTLICHUNG PELARGONIEN



TASPO SCANA®

Saisonstart mit Pelargonien:
„Die Vielfalt ist einzigartig“



— Der neue — TASPO GartenMarkt Newsletter!

Erhalten Sie monatlich unseren exklusiven Newsletter per E-Mail.
Handverlesene Informationen, branchennah und praxisbezogen!

→ **NEUGIERIG GEWORDEN?**

Registrieren Sie sich unter
www.taspo.de/gartenmarkt/newsletter



Ab Mai
neu und
kostenlos!

Storytelling mit Pelargonien: Florale Zeitreise



Sie sind im Sortiment die absolute Nr. 1 bei Beet- und Balkonpflanzen: Pelargonien begleiten die grüne Branche seit Jahrhunderten. Sie erhalten jetzt dank der Initiative „Pelargonien for Europe“ einen neuen Auftrieb. Die ersten Aktionen laufen in diesem Jahr an. Im Sinne von Storytelling ist die Geschichte der Pelargonie deutlicher herauszustellen. Sie begleitet uns und ist aufgrund neuer Züchtungen stets modern geblieben. Wir bieten Ihnen diesmal eine Zeitreise von Ideen für die Inszenierung bis zu den Neuheiten der Saison sowie einen kleinen Ausblick für die Zukunft an. Gehen Sie mit auf Entdeckungsreise zu einem blühenden Klassiker, der uns schon so lange zur Seite steht. Pelargonien haben es verdient, nicht nur die Preisleitpflanze zu sein, sondern auch in der Darstellung mehr Aufmerksamkeit zu bekommen. Sie sollten wertiger präsentiert werden, damit sich andere Formen, neue Sorten, ein breiteres Sortiment darstellen lassen. Nur die Standardware ist für Fachmärkte nicht ausreichend. Es müssen Besonderheiten, große Säulen und Ampeln aufgebaut werden, damit Pelargonien wieder Auftrieb bekommen. In diesem TASPO Spezial präsentieren wir auch einen Spezialisten, der sich mit Hochstämmen

und Säulen eine Marktnische geschaffen hat. Es sind diese Spezialisten, die in der Kulturtechnik gärtnerische Akzente setzen. Im Verkauf lassen sich andere Größen und schöne Formen gut aufbauen. Bemerkenswert sind Präsentationen, die Pelargonien in einem neuen Licht zeigen. Hierzu gehört es, stets die Neuheiten hervorzuheben, die den Unterschied ausmachen. Daher sollten Duftpelargonien mit Kochrezepten in den Mittelpunkt gerückt werden, damit der Kunde sie wie Genusspflanzen zu sehen bekommt. Es gilt, die Vielfalt der Pelargonie trendy aufzubauen. Begleiten Sie uns dabei!



Thomas Viehweg gehört mit zu den Gärtnern, die stets Neues ausprobieren. Denn auch bei Pelargonien gilt es, stärker die Geschichte zu erzählen. Machen Sie mit?

und Säulen eine Marktnische geschaffen hat. Es sind diese Spezialisten, die in der Kulturtechnik gärtnerische Akzente setzen. Im Verkauf lassen sich andere Größen und schöne Formen gut aufbauen. Bemerkenswert sind Präsentationen, die Pelargonien in einem neuen Licht zeigen. Hierzu gehört es, stets die Neuheiten hervorzuheben, die den Unterschied ausmachen. Daher sollten Duftpelargonien mit Kochrezepten in den Mittelpunkt gerückt werden, damit der Kunde sie wie Genusspflanzen zu sehen bekommt. Es gilt, die Vielfalt der Pelargonie trendy aufzubauen. Begleiten Sie uns dabei!

Andreas von der Beeck

AUS DEM INHALT



Fotos: AvdB

Gehen Sie mit auf eine florale Zeitreise? Zeigen Sie die Wildformen, Besonderheiten und alten Sorten. Denn Pelargonien faszinieren in Form – Farbe – Duft! Wir präsentieren Ihnen schöne Werkstücke, die eine Floristmeisterin gestaltet hat. Ab Seite 4.



Auch die Kampagne „Pelargonien for Europe“ bietet interessante Anregungen, wie sich Pelargonien perfekt präsentieren lassen. Lesen Sie selbst ab der Seite 10.



Wir stellen gute Produzenten heraus. Hierzu gehört auch Thomas Fährenkemper, der auf hängende Pelargonien setzt. Ab Seite 17.



Erfurt wird jedes Jahr zum Mekka für Pelargonien-Liebhaber, da der ega Park über 500 Sorten präsentiert. Mehr ab Seite 11.

Impressum

TASPO Spezial ist eine Sonderveröffentlichung und erscheint als Verlagsbeilage in der TASPO 19/2017.

Redaktion

Andreas von der Beeck
andreas.vonderbeeck@haymarket.de

Verlagsleitung

Uwe Schütt

Anzeigenleitung

Christian Rueß

Grafik/Layout

Sigert GmbH, Braunschweig

Druck

Heider Druck GmbH, Bergisch Gladbach

Verlag

Haymarket Media GmbH
Postfach 8364, 38133 Braunschweig
Telefon: 05 31-3 80 04-0
Telefax: 05 31-3 80 04-25

Geschäftsführung

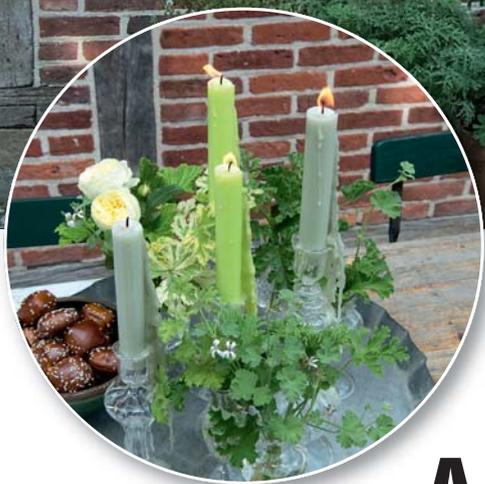
Brian Freeman

Diese Sonderveröffentlichung entstand in Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen der grünen Branche. Wir danken für die freundliche Unterstützung.





Die Geschichte der Pelargonie gibt gute Ansatzpunkte für das Marketing am POS, um sie aufzuwerten.



Inszenierung für Pelargonien ist alles: Ambiente aufbauen

Storytelling bei Pelargonien fängt mit der Inszenierung am POS an. Aber auch Ausstellungen und besondere Orte bieten sich für Fotoshootings an.

Hier ist es das Freilichtmuseum Mühlenhof, das eine ansprechende Kulisse für Duft-, Blattschmuck- sowie alte Sorten von Pelargonien bietet. Pflanzensammler sind immer wieder auf der Suche nach Raritäten und sie sind oft eine gut situierte Kundengruppe, die der Fachhandel mit historischen Pelargonien begeistern kann.

Der Markt für Pelargonien ist in den letzten sechs Jahren nicht gewachsen. Die Preisleitpflanze steht oft im Fokus des Interesses, aber wird am POS eher „stiefmütterlich“ behandelt. Die DGG Fachgruppe Pelargonien hat sich als Liebhabergruppe auf den Weg gemacht, einen kleinen Beitrag zu leisten, um das Image der Pelargonien wieder aufzupolieren. Das gleiche Ziel verfolgt die Initiative „Pelargonien für Europa“ auf internationaler Ebene für das Handelssortiment. Viele vergleichbare Initiativen zeigen, dass Pelargonien weiterhin gefragt sind. Sie haben Freunde, die Pelargonien schätzen. ►



Schöne Inszenierungen sind hierbei unverzichtbar.



Der blühende Klassiker hat eine enorme Vielfalt für den Fachhandel zu bieten.



Floristische Interpretationen sind gefragt.



Alte Sorten und Neuheiten bieten sich an.



Hierin liegen neue Chancen für den Handel.



Es gilt, Pelargonien stärker in Szene zu setzen.

Ausstellung in Steinfurt



Karen Pohlmann liebt Pelargonien.

Die DGG Fachgruppe Pelargonien führt vom 5. bis 13. August 2017 eine Pelargonien-Ausstellung im Kreislehrgarten Steinfurt unter dem Motto „Pelargonien in Form, Farbe, Duft“ durch. Darüber hinaus wurde der Kreislehrgarten Steinfurt für die Sommerbepflanzung von führenden Züchtern und Jungpflanzenfirmen mit Pelargonien aus dem aktuellen Handelssortiment unterstützt. Sie sollen die Verbraucher über aktuelle Trends bei Pelargonien informieren. Gemeinsam wollen die Initiatoren dafür sorgen, dass diese Ausstellung als Plattform für Pelargonien-Liebhaber aus dem Fachhandel dient. Viele aktuelle Projekte zeigen, dass sich Pelargonien wieder im Aufwind befinden und es genügend Menschen wie Karen Pohlmann gibt, die sich für den Klassiker einsetzen.

Fotos: AvdB

► Weiteres Wachstum ankurbeln

Gerade für Raritäten, alte Sorten und Duftpelargonien bietet sich der Fachhandel an, da dort Beratung stattfinden kann. Der Kunde von heute will eine Geschichte rund um die Pflanze haben. Es reicht nicht aus, nur ein großes Preisschild anzubringen und das dann als Konzept zur Verkaufsförderung zu bezeichnen.

Duftpelargonien zu den Kräutern

Thomas Ackermann von Regines Gartenmarkt in Schönstedt zeigt, dass man Duftpelargonien auch als Genusspflanze hervorheben kann. Im Rahmen eines Dinners werden die Speisen mit Pelargonie gewürzt. Nur dieser Kundenevent macht es möglich, Duftpelargonien vermehrt anzubieten.

Pelargonien als Strukturpflanze

Auf den nächsten Flower Trials wird der Blattschmuck bei Pelargonien eine wachsende Bedeutung besitzen. So wird *Elsner pac* eine Pelargonie hervorheben, die eine ausgeprägte schokoladenartige Zone besitzt. Das Unternehmen gehört zu den Jungpflanzen-Unternehmen, die ein breiteres Sortiment an Besonderheiten präsentiert. Die niederländische Gärtnerei van der Haak gehört ebenfalls mit zu den Initiatoren der Gruppe „Pelargonien for Europe“. Sie bietet eine Vielzahl an historischen Sorten an, die gerade im englischen Markt gefragt sind. Es ist eine Chance für Fachgärtnercenter, die das Besondere suchen und für ihre Kunden bieten wollen. Es gilt, sich mit Sortimenten hervorzuheben.

Sie dürfen nicht vergleichbar mit Pelargonien für Baumärkte und Discounter sein. Blattschmuck-Pelargonien werden mit neuen Sorten und den besten Klassikern als Strukturpflanze einen guten Auftritt erlangen und sich im Markt stärker positionieren. Besonders in England waren sie immer beliebt und mit besonderen POS-Aktionen lässt sich auch bei uns ein Comeback erreichen. Dies ist keine gute Chance, sich zu differenzieren. Dies ist im Zeitalter des Hyperwettbewerbs zwingend erforderlich, denn noch billiger zu verkaufen kann jeder. Der Fachhandel kann mit Raritäten punkten, wenn er Pelargonien wieder in Szene setzt.

*Andreas von der Beek
(Münster)*

Junge Menschen mit Erlebnissen begeistern

Sommerfeeling mit Pelargonien dient als Anregung.

Mit Musterpräsentation lassen sich junge Menschen für den Kauf von Pelargonien motivieren. Es gilt, im Verkauf ein Ambiente mit Pelargonien aufzubauen. Der Kunde von heute will Anregungen und mehr Ideen haben. Gerade moderne Sorten sind vielseitig einsetzbar und daher ist das Ambiente unverzichtbar. Diese Sonderflächen sind nicht nur am Eingang, sondern möglichst unmittelbar in der Nähe der Ware zu etablieren.

Neben dem Hauptsortiment lassen sich gerade Raritäten in solchen Situationen perfekt aufnehmen. Dies ist besonders gut mit Duftpelargonien oder buntblättrigen Sorten als Strukturpflanze darstellbar. Gerade weil der Naschgarten und auch Urban-Gardening-Projekte wachsen, so lassen sich Duftpelargonien wie Kräuter positiv hervorheben. Hier gilt es, die Hauptdufrichtungen abzubilden. Dufrichtungen wie Zitrone oder Cola sind besonders beliebt und unverzichtbar.

Naschkörbe mit Duftpelargonien sind daher bestens geeignet. Im Gartencenter können diese fertig gepflanzten Körbe gut in der Selbstbedienung angeboten werden. Bemerkenswerte Situationen sind hiermit als Anregungen gedacht.

Darüber hinaus gilt es, Pelargonien als Blühwunder für sonnige Plätze aufzuzeigen. Ideen sind gefragt: Denn wie lässt sich besser ein Sommerfeeling vermitteln?

Zusammenarbeit ausbauen

Duftpelargonien sollten stärker zum Kräutersortiment gerückt und mit Rezepten positiv hervorheben werden. Sie sind in Kombination mit blühenden Klassikern bestens geeignet, um neue Akzente im Verkauf zu setzen. Hierauf sollten Fachgartencenter mehr Wert legen. Außerdem sind so junge Menschen verstärkt zu gewinnen.

*Andreas von der Beek
(Münster)*

Ätherische Öle liefern den Duft

Der Duft entsteht durch ätherische Öle, die sich in der Pflanze bilden. Das „Naturparfüm“ entfaltet sich beim Reiben der Blätter zwischen den Finger, man geht davon aus, dass die Pflanzen diesen Duftmechanismus als Schutz vor pilzlichen und tierischen Schädlingen sowie als Schutz vorm „Gefressenwerden“ entwickelt haben.

Pelargonien sind direkt in Körben zum Mitnehmen zu pflanzen.



Marc Peters und Klostersgärtner Matthias Alter freuen sich über die positive Resonanz der Kundschaft.



Zusammenarbeit setzt neue Maßstäbe: Sortiment wächst weiter!

Praxistest: Die neuen Sorten im Toscana® Sortiment kommen beim Kunden gut an. Dies zeigte sich bei einer Musterpräsentation in Maria Laach.

Viele gute Nachrichten gab es in diesem Jahr über das Toscana® Sortiment. Neuheiten und innovative Konzepte werden umgesetzt und die Zusammenarbeit mit der Firma Endisch setzt zugleich einen weiteren Meilenstein in der Entwicklung. Auf den Flower Trials 2017 werden diese Neuheiten und Informationen entsprechend positiv herausgestellt. In der Klostersgärtnerei Maria Laach wurde ein Musteraufbau erstellt, der zeigte, dass sich die Präsentation von Pelargonien perfekt auswirkt. Es gab viele Stimmen, die das Sortiment lobten und die Toscana® Pelargonien als Augenweide hervorhoben. Im Verkauf kommt es in den nächsten Woche darauf an, dass sich diese positive Stimmung auswirkt.

Besondere Nachrichten gab es unlängst, als über die Zusammenarbeit von Endisch mit Florensis berichtet wurde. Verkaufsleiter Hagen Kalläne erklärte hierzu: „Wir freuen uns, mit der Firma Endisch einen innovativen und erfolgreichen Partner für die weitere Entwicklung des Pelargonien Sortiments gefunden zu haben. Beide Sortimente, das bisherige Toscana® und das Endisch Sortiment, haben verschiedene Schwerpunkte und setzen unterschiedliche Akzente. Mit der Kombination beider Portfolios können wir unseren Kunden ein ausgesprochen zeitgemäßes, modernes Sortiment anbieten. Die Sortimentsbreite bietet dem Produzenten, dem

Handel und vor allen Dingen auch dem Endverbraucher Raum für vielfältige, individuelle Lösungen.“

Sortiment mit vielen Highlights

Besondere Sortimentshighlights der Toscana® Pelargonien sind immer wieder eine Augenweide. Dies sind bei Zonale: Die Toscana® Magic Eyes Kollektion beinhaltet eine besondere Auswahl von gezüchteten Augensorten stehender Pelargonien. Besonders hervorzuheben ist die Sorte Toscana® DCM Linus, eine dunkellaubige zonale Sorte, hellrosa und mit kräftig rot-rosa Mitte blühend.



GMX Josina



Verkaufsförderungsmittel stärken Absatz.

Toscana[®] DCM Linus erfreut sich bereits seit Jahren steigender Beliebtheit und entspricht voll dem aktuellen Farbtrend. Daneben lässt sich passend die Sorte Toscana[®] DC Tammo platzieren, eine ebenfalls dunkellaubige Sorte.

Dunkellaubige Neuheiten

Auffallend bei Toscana[®] DC Tammo ist die besonders kontrastreiche Farbzeichnung.

Sie hat ein kräftiges Pink mit fast purpurfarbener Mitte. Seit diesem Jahr gibt es neu die Sorte Toscana[®] DMX Nancy. Sie ist ein echter Eyecatcher, ebenfalls dunkellaubig und mit schöner, ausgeprägter Zonierung. Lila-purpur gezeichnete Blüten mit dunkelroter Mitte – diese Blütenfarbbezeichnung ist einzigartig und gleichwohl Garant für einen Abverkauf in Rekordzeit. Mit ihren besonders großen Blütenbällen und dem kräftigen und gleichzeitig gut kontrollierbaren Wuchs ist Toscana[®] DMX Nancy die Qualitätssorte für 12- bis 13-Zentimeter-Töpfe und somit nicht nur ein Geheimtipp, sondern ein „Muss“ für Ihr persönliches *Pelargonium* Toscana[®] Sortiment.

Rot ist unverzichtbar

Kein Weg führt am „klassischen Rot“ vorbei. Mit der seit drei Jahren erfolgreich am Markt platzierten Sorte Toscana[®] GM Senna bietet Florensis den „Allrounder“ für Ihr *Pelargonium* zonale Sortiment. Toscana[®] GM Senna zeichnet sich durch eine natürliche, exzellente Verzweigung, einen homogenen Wuchs, schönste Zonierung und eine reiche, frühe Blüte aus.

Das „besondere Rot“ erhalten Sie mit Toscana[®] DCM Bernd, sie stellt jedes andere „Rot“ in den Schatten. Diese dunkellaubige, stehende Geranie trägt intern die Farbbezeichnung „Shiny Dark Red“ und zieht mit ihrer fluoreszierenden Farbwirkung jeden Pelargonienfreund in ihren Bann.

Die Peltaten sind beeindruckend

Die Aushängeschilder im Toscana[®] Hängegeranien Sortiment sind Sorten Toscana[®] GMX Ruben, Toscana[®] GMX Paula und Toscana[®] GMX Josina. Es sind stark wachsenden Sorten, die dennoch kontrolliert kultiviert werden können, die Grundlage für höchste Kundenzufriedenheit auch beim Endverbraucher. Die halbgefüllten Hängetypen decken mit ihren Farbzeichnungen den Großteil der vom Kunden gewünschten Farben ab. Toscana[®] GMX Ruben hat ein sehr edles, dunkles, samtiges Rot. Toscana[®] GMX Paula entwickelt sich

Bedeutung und Geschichte

Florensis

Von Beginn an hat der deutsche Florensis Außendienst das Toscana[®] Sortiment verkauft. Erstmals in 2002 in Zusammenarbeit mit der Firma Silze Jungpflanzen aus Weener. 2011 erfolgte die Übernahme des Toscana[®] Züchtungsprogramms zusammen mit Perry van der Haak und Ball FloraPlant. Gleichzeitig wurde die Züchtung von Weener nach Hendrik-Ido-Ambacht verlegt und der Generationenwechsel bei den Züchtern vollzogen. Seitdem ist die Hauptzüchtungsstation und Eliterhaltung für Pelargonien in Hendrik-Ido-Ambacht ansässig. Parallel gibt es weitere Versuchsstandorte in Österreich, Portugal und zwei weitere in den USA. Daneben setzt Toscana Breeding auf fünf Mutterpflanzenstandorte verteilt auf die Länder Kenia (2x), Äthiopien (2x, ab 2017 mit neuem *Pelargonium* Spezialbetrieb) und Spanien. Ab 2018 wird das Sortiment von Toscana[®] mit dem Sortiment von Endisch verstärkt, sodass ein noch umfassenderes Angebot für die Kunden zur Verfügung steht.

durch ihre ideale Frühzeitigkeit in Kombination mit der klassischen rein roten Blütenfarbe zum Bestseller im Sortiment. Ins Auge des Betrachters sticht die Blütenfarbe von Toscana[®] GMX Josina, ein fluoreszierend leuchtendes, kräftiges Pink. Diese Farbzeichnung zieht die Aufmerksamkeit auf sich. Dieses zeigte sich auch beim Musteraufbau in der Klostersgärtnerei Maria Laach, da gerade bei Frauen die fluoreszierende Farbwirkung gut ankam. Dies ist ein wichtiger Schritt, um junge Menschen für Pelargonien zu begeistern.



GMX Okka



GMX Malaika



GMX Paula



GM Eva



Pelargonium for Europe: Start der Kampagne!

Es ist eine gute Idee, Pelargonien in aktuellen Wohntrends aufzuwerten.

„Pelargonium for Europe“ ist die Marketinginitiative von führenden europäischen Jungpflanzenunternehmen. Diese lobenswerte Initiative wurde im Jahr 2016 mit dem Ziel gegründet, den Pelargonienabsatz in Europa zu fördern und langfristig zu sichern. Die Aktivitäten von „Pelargonium for Europe“ starten 2017 in neun europäischen Ländern mit einer internationalen Kampagne und ersten Ansätzen für die Pressearbeit. Der Erfolg wird sich erst langfristig zeigen, wenn die Kampagne mit Mitteln der Europäischen Union ausgestattet und weiter ausgebaut werden kann.

Heute ist die Züchtung und Produktion von Pelargonien ein weltweites Geschäft. Jedes Jahr werden zahlreiche neue Sorten entwickelt. Das aktuelle Pelargoniensortiment im Handel umfasst weit mehr als 500 verschiedene Sorten. Die meisten davon gehen dabei auf einige wenige der etwa 280 bekannten Wildarten zurück. In Gewächshäusern in Äthiopien, Kenia, Mexiko und Guatemala wachsen die Mutterpflanzen der modernen Pelargonienarten im dort herrschenden sonnigen Klima heran. Von diesen Mutterpflanzen werden Jahr für Jahr Millionen von Stecklingen geerntet, die dann per Flugzeug in ihre Bestimmungsländer gebracht werden, wo sie in Produktionsgärtnereien zu verkaufsfertigen Pflanzen heranwachsen. Diese Arbeitsteilung hat sich vielfach bewährt.

Zusammenarbeit ausbauen

Aktuell werden allein in Europa jedes Jahr etwa 500 Millionen Pelargonien verkauft. Und ein Ende dieser Erfolgsgeschichte ist nicht in Sicht, stellt die Marketinginitiative „Pelargonium for Europe“ heraus. Allerdings machen Erhebungen in Deutschland deutlich, dass die Verkaufszahlen

Marketing im Handel verbessern

Oft werden Pelargonien im Handel nur mit einem großen Preisschild beworben und die Ware wird kaum in Szene gesetzt. Hier kann der Fachhandel sich stärker profilieren und mit Sonderformen, Raritäten und Inszenierungen in Wohntrends einen Beitrag zur Differenzierung leisten. Gerade Wohntrends wie der Vintage Style sind ein Ansatzpunkt, Pelargonien besser in Szene zu setzen.



Im Vintage Style wirkt der Klassiker trendy.



Ideen mit Pelargonien.



seit sechs Jahren auf einem hohem Niveau leicht rückläufig sind. Die Standardware gerät oft unter Preisdruck und das Image als Preisleitpflanze schadet der Pelargonie oft, da die Vergleichbarkeit des Angebots für den Verbraucher leicht zu realisieren ist. Sonderformen, neue Ideen und die Inszenierung in aktuellen Wohntrends lassen die Pelargonie wieder in einem besseren Licht erscheinen. Hierzu kann die Initiative der führenden Jungpflanzenfirmen einen sinnvollen Beitrag leisten, wenn sie auch am Point of Sale sichtbar wird. Hierzu gibt es erste Ideen. Das Ziel der Kampagne ist es, auch mit Mitteln der Europäischen Union den Absatz der Pelargonien wieder anzukurbeln. Es bleibt zu hoffen, dass diese Initiative mittelfristig nachvollziehbare Erfolge darstellen kann.

Fotos: PFE



Mekka für Pelargonien-Liebhaber: Sortenschau in Erfurt



Engagiert: Jürgen Meister und Melanie Trinks.

Eine beeindruckende Vielfalt an Pelargonien präsentiert der egapark.

Melanie Trinks und Jürgen Meister setzen sich im egapark in Erfurt für Pelargonien ein. Sie schaffen es, viele Neuheiten, blühende Klassiker und ausgefallene Sorten sowie Raritäten für Liebhaber zu präsentieren. Es gibt wenige Standorte in Deutschland, die ein solches Spektrum zeigen können. Zur BUGA 2021 ist eine große Raritätenausstellung über Pelargonien in der Planung. Aber auch bis dahin lohnt sich der Weg nach Erfurt auf jeden Fall, da es einen interessanten Sortenüberblick gibt.

Das Außergewöhnlichste ist auf den ersten Blick die Sortenvielfalt. In über 500 Sorten präsentiert sich die Pelargonie auf dem Rendezvousplatz im Zentrum des Parks. Anhaltende Blühdauer, große Sortenauswahl und die Leuchtkraft der vielen Blüten machen sie zu der mit Abstand beliebtesten Balkonpflanze. Neben den Neuheiten zeigt der Park auch alte Sorten wie 'Bundeskanzler', 'Volkskanzler', 'Kardinal' oder 'Weiße Königin'. Die Liste der Raritäten ist sehr lang und für Fans der Pelargonien unverzichtbar. Hinzu kommt das aktuelle Handelssortiment der führenden Jungpflanzenfirmen, die ihre Bestseller und Neuheiten in Erfurt ausstellen.

Leidenschaft für Pelargonien: Der egapark gehört auch dem Netzwerk Pflanzensammlungen an und ist ein prominentes Gründungsmitglied der DGG Fachgruppe Pelargonien.



Heimat für Pelargonien

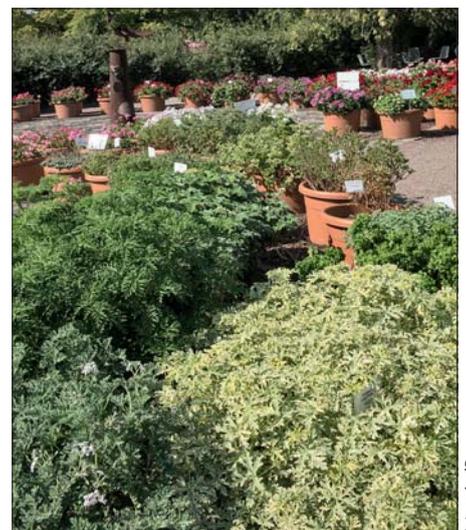
Jürgen Meister ist in der Region auch als MDR Fernsehgärtner sehr bekannt und gilt als ein ausgewiesener Fachmann für alle Gartenfragen. Er ist regelmäßig auf Tour für die TV-Sendung MDR Garten, wenn es in den Gärten der Region Probleme gibt.

Seine Kollegin und Mitstreiterin Melanie Trinks kümmert sich jetzt verstärkt um die Ausbildung sowie um die jährliche Pelargonien-Ausstellung. Die ega Gärtnerei kultiviert die Pelargonien für die Sonderschau selbst. Die Gärtnerei ist außerdem für die Ausbildung der jungen Nachwuchstalente sowie zur Überwinterung des umfangreichen Kübelpflanzensortiments und die Anzucht der Raritäten unverzichtbar. Gerade zur BUGA 2021 wird Erfurt noch stärker in den Fokus rücken.

Andreas von der Beeck
(Münster)



Die Präsentation ist jedes Jahr ein Highlight.



Pelargonien haben in Erfurt eine gute Heimat.

Fotos: AvdB



Die Familiengärtnerei Lütke-Dorhoff setzt auf Differenzierung und bietet auch Säulen von Pelargonien an. Die nächste Generation wirkt bereits mit.

Attraktive Säulen bei Pelargonien: Erfolg mit Sonderformen

Die Suche nach Sonderformen von Pelargonien führt sehr schnell in die Gärtnerei Lütke-Dorhoff aus Oelde, die sich mit Säulen und Ampeln einen guten Namen gemacht haben. Denn so häufig werden Pelargonien nicht außerhalb des üblichen Standardsortiments produziert. Die Vergleichbarkeit ist normalerweise schnell möglich, aber mit Säulen von Pelargonien hat man ein Alleinstellungsmerkmal. Hier hat man schon mal eher ein Beschaffungsproblem und daher ist die rechtzeitige Ordnung unverzichtbar. Die Qualität der Säulen ist gelungen.

Die gesamte Familie ist in der Gärtnerei aktiv und schnell wird klar, dass das ein Eckpfeiler für den Erfolg ist. Trotz der langen Kulturzeit von gut zehn Monaten zahlen sich die Pelargoniensäulen für die Gärtnerei Lütke-Dorhoff aus. Die Pelargonien werden im Kurztag kultiviert, um die frühzeitige Blütenbildung zu vermeiden. Seit gut neun Jahren bilden die Säulen und Stämmchen ein wichtiges Standbein. Aber es werden noch 1,8 Millionen andere Topfpflanzen pro Jahr produziert. Es wird also nicht langweilig.

Säulen als Besonderheit

Die Pelargoniensäulen werden aus Sorten von Peltaten, Grandiflorum sowie der Duftpelargonie Perfume gebildet. Frank Rellecke hierzu: „Wir legen in unserer Gärtnerei einen besonderen Augenmerk auf Säulen und Stämmchen. Wir produzieren 36.000 Stück hiervon und die Pelargonien sind nur ein kleiner Anteil, aber bei Bedarf lässt sich das weiter ausbauen. Aber nur wenn es konkrete Bestellungen gibt, denn die Kultur ist sonst zu anspruchsvoll und zeitintensiv.“

Lange Kulturzeit einplanen

Die lange Kulturzeit bei den Säulen von Pelargonien lässt sich rechtfertigen, wenn gezielt für den Markt produziert wird und die Menge dem Bedarf entspricht. Hierzu gehört sehr viel Kulturerfahrung und eine Menge von Know-how, damit es termingerecht gelingt. Der höhere Verkaufspreis wird auch benötigt, damit das Produkt gut gelingen kann. Hier hat sich das Gärtnerteam eine Menge von Kulturerfahrung erarbeitet, die sich jetzt im Zeitalter der Überproduktion auszahlt.



Fotos: AvdB

Erfolgreiche Familiengärtnerei in Oelde

1963 wurde die Gärtnerei von Leo und Marga Lütke-Dörhoff gegründet. 2004 wurde der Betrieb an Tanja (geb. Lütke-Dörhoff) und Ehemann Frank Rellecke übergeben. Auf mittlerweile 18.000 Quadratmeter Gesamtfläche werden etwa 1.800.000 Topfpflanzen pro Jahr produziert, 30.000 Stämmchen und 6.000 Ampeln, macht das Unternehmen deutlich. Die nächste Generation ist bereits in die Gärtnerei eingestiegen. Spezialisiert auf Beet- und Balkonpflanzen in vielen Sorten und Sonderfarben sowie Alpenveilchen und Weihnachtssterne in allen Farben und Größen hat sich die Gärtnerei fest etabliert. Das Unternehmen Lütke-Dörhoff setzt auf kompetente Mitarbeiter, die dafür sorgen, dass der Betrieb reibungslos funktioniert und die Qualität der Pflanzen gut ist. Weitere Informationen: www.ld-oelde.de

1963 wurde die Gärtnerei von Leo und Marga Lütke-Dörhoff gegründet. 2004 wurde der Betrieb an Tanja (geb. Lütke-Dörhoff) und Ehemann Frank Rellecke übergeben. Auf mittlerweile 18.000 Quadratmeter Gesamtfläche werden etwa 1.800.000 Topfpflanzen pro Jahr produziert, 30.000 Stämmchen und 6.000 Ampeln, macht das Unternehmen deutlich. Die nächste Generation ist bereits in die Gärtnerei eingestiegen. Spezialisiert auf Beet- und Balkonpflanzen in vielen Sorten und Sonderfarben sowie Alpenveilchen und Weihnachtssterne in allen Farben und Größen hat sich die Gärtnerei fest etabliert. Das Unternehmen Lütke-Dörhoff setzt auf kompetente Mitarbeiter, die dafür sorgen, dass der Betrieb reibungslos funktioniert und die Qualität der Pflanzen gut ist. Weitere Informationen: www.ld-oelde.de

Nächste Generation wirkt bereits mit

In der Gärtnerei Lütke-Dörhoff kann man positiv in die Zukunft blicken, da auch die nächste Generation gerade die Meisterschule absolviert hat und jetzt schon im Betrieb mitwirkt. Wie in vielen Produktionsbetrieben steht und fällt der Erfolg auch hier mit dem Einsatz der Familie. Stetige Modernisierungen waren erforderlich, damit das Unternehmen auf dem neuesten Stand steht. Die Gärtnerei arbeitet überwiegend für den indirekten Absatz und arbeitet dabei mit den führenden Großhändlern zusammen. Der eigene Fuhrpark hilft dabei, um schnell lieferfähig zu sein. Aber ohne den Einsatz von Speditionen können die Saisonspitzen nicht abgedeckt werden.

Der Verkauf ab Gärtnerei hat sich stetig entwickelt, aber bei einer Betriebsgröße von 1,8 Hektar mit den klassischen Produkten aus dem deutschen Zierpflanzenbau ist die überregionale Vermarktung unverzichtbar. Hier haben sich in den letzten Jahrzehnten verlässliche Partnerschaften entwickelt, weil die Gärtnerei mit Qualität und Service überzeugen kann. Bei der Ausweitung der Mengenproduktion setzt man auf Differenzierung und erweiterte diese behutsam, damit die Balance gewahrt bleibt. Es gilt, eine Überproduktion zu vermeiden. Das ist bisher gut gelungen.

Andreas von der Beeck
(Münster)



Pelargonien Säulen in bester Qualität.



Blütenflor im Langtag.



Die Kulturzeit beträgt zehn Monate.



Das Ergebnis überzeugt.



Antonia Feindura setzt Akzente

Züchtung mit Herz und Seele: Weltweite Akzente

Die Sortenschau in Dresden zeigt die gesamte Bandbreite des Sortiments auf.

Konsumenten schätzen den geringen Pflegeaufwand der Pelargonien, die weit gefächerten Farben und vielseitigen Einsatzmöglichkeiten. Im Sortiment von Elsner pac® findet sich die ganze Bandbreite der Gattung wieder und auch 2017 sorgen neue Sorten für frischen Wind, den die Pelargonien gut gebrauchen können. Die enge Verzahnung aller Schritte von der Züchtung bis zur Jungpflanze bildet die Grundlage für ein Qualitätsprodukt. Das macht den Erfolg des Familienunternehmens aus. In der eigenen Sortenschau in Dresden zeigt Elsner pac® sein Sortiment. Auch die FlowerTrials® sind als Neuheiten-termin unverzichtbar.

Neuheiten als Erfolgsmotor: Zur *Pelargonium zonale pac*® Chocolate Cherry gesellen sich zwei weitere Sorten und bilden die Serie pac® Chocolate, die hinsichtlich Wuchs und Blüte für die Produzenten ein Gewinn ist. Sie haben im Vergleichsanbau überzeugt, da die Sorten einheitlich wachsen und früh blühen. Das Laub mit der sehr großen und stark ausgeprägten Zone bildet einen attraktiven Kontrast zur reichen Blüte in Apricotfarben und leuchtendem Rosa.

Die pac® Happy Face® Apricot ist eine von drei Neuheiten bei den *Pelargonium peltatum*. Durch den stark verzweigten und runden Pflanzenaufbau ist der Wuchs im Gewächshaus beherrschbar und bildet reichblühende Pflanzen.



Alle Neuheiten sind auf den FlowerTrials und in der eigenen Sortenschau in Dresden zu sehen, wie den Blickfang pac® Pinkerbell®





pac® Chocolates wird eine Serie.

Fortschritt aus Tradition

pac®

www.pac-elsner.com

Bei Elsner pac® arbeitet man bereits seit Jahrzehnten intensiv an der Züchtung von Pelargonien. Das P in dem Firmenlogo steht für diese Gattung. Der Namen Elsner ist Symbol für eine lange Familientradition, der sich bis heute alle verpflichtet fühlen. Es gibt hier unbestreitbar ein sehr großes Sortiment für den Markt, aber gerade bei dieser Hauptkultur sind Verbesserungen im Wuchs oder anderen Produktionseigenschaften für den Gärtner sehr wichtig. Neue Wuchsformen, Blütenmuster und Farben sorgen dafür, dass diese wichtige Pflanze auch für die Konsumenten attraktiv bleibt. Im Jahr 2014 feierte die Elsner pac® Jungpflanzen GbR ihr 125-jähriges Firmenjubiläum. Das Unternehmen strebt stets nach der besten Qualität. Weitere Informationen bietet www.pac-elsner.com.

Neben den klassischen Edelpelargonien, die in der Serie Aristo® enthalten sind, gibt es seit einigen Jahren die pac® Candy Flowers®. Diese sind Edelpelargonien mit sehr früher und üppiger Blüte, welche nicht nur durch Vernalisation, sondern auch durch Licht angeregt wird. Nach der Nutzung im Haus können die Sorten einen wettergeschützten Standort auf Balkon oder Terrasse beziehen und blühen dort den ganzen Sommer weiter. Moderne Wohntrends verwischen die Übergänge zwischen drinnen und draußen. In den letzten Jahren nutzen viele Menschen Balkon und Terrasse als zweites Wohnzimmer. Dazu passt eine Pflanze, die das Wohnen nach draußen mit verlagert, wie die pac® Candy Flowers®

Raspberry Red. Dies ist eine Sorte mit dem typischen mittelstarken und gut verzweigten Wuchs sowie roten Blüten mit dunkler Zeichnung.

Fortschritte für Produzenten

Den traditionellen Schwerpunkt der Züchtungsarbeit bei Elsner pac® bilden die Pelargonien, doch ist daneben mit der Angelonienserie pac® Angelos, welche hängende und stehende Typen umfasst, den sonnentoleranten Neu-Guinea-Impatiens pac® Impacio®, robusten und frühblühenden *Isotoma* und weiteren Kulturen ein buntes Sortiment entstanden. Die Selektion neuer Sorten findet immer auch unter Berücksichtigung von Merkmalen wie robustem Laub, unifor-

mer Pflanzenentwicklung und Kältetoleranz in der Kultur statt. Daneben spielen die Haltbarkeit auf dem Transport und in der Vermarktung eine wichtige Rolle.

Marke für Qualität

Elsner pac® produziert in Gärtnereien in Dresden und Thiendorf sowie in Partnerbetrieben und eigener Produktionsfläche im Süden Stecklinge und Jungpflanzen für die weltweite Vermarktung. Sind Sie neugierig geworden? Bis Ende September ist die Elsner pac® Sortenschau nach Voranmeldung in Dresden jederzeit zu besichtigen. Der Weg lohnt sich auf jeden Fall, um die gesamte Vielfalt des Angebots zu sehen.





Gleichbleibende Qualität im großen Stil: Spezialist für Peltaten

Peltaten werden auf 4,2 Hektar auf Querrinnen kultiviert. Die Gärtnerei Fahrenkemper setzt auf Spezialisierung.



Kaum eine Jahreszeit eröffnet mehr Chancen, um sich mit blühenden Pflanzen zu profilieren. Das Genießen beginnt auf der Gartenparty und zaubert eine blühende Kulisse für das zweite Wohnzimmer. Die Terrasse und der Balkon sind auch weiterhin bevorzugte Präsentationsmöglichkeiten für Beet- und Balkonpflanzen. Pelargonien sind weiterhin die Nr. 1, aber schöne Pflanzenkonzepte inspirieren, um sich mit Produkten zu profilieren, die neue Farbtrends aufgreifen. Hier setzt auch die Gärtnerei Fahrenkemper aus Ahlem ganz auf Pelargonien. Die Gärtnerei produziert heute auf 4,2 Hektar unter Glas und setzt hierbei auf die Rinkenkultur. Das Unternehmen hat Erfolg mit einer enormen Spezialisierung.

Tim Fahrenkemper aus Ahlem hat das Konzept verfeinert und weiter ausgebaut, das sein Vater einst prägte. Der Absatz erfolgt komplett indirekt und man hat keinen Privatverkauf. Bei der Gärtnerei Fahrenkemper startet man sehr früh mit Pelargonien und verzichtet daher komplett auf das handelsübliche Frühlingpaket. Die eigene Vermehrung startet rechtzeitig, um große Mengen in gleicher Qualität anliefern zu können. Bei den Farbtrends hat die Zweifarbigkeit bereits einen Anteil von 30 Prozent.

Jeder CC-Container wird zwar individuell gepackt, aber überwiegend werden fünf Farben pro Container zusammengestellt. Dieser gemischte Blütenflor von Peltaten hat sich bewährt und lässt sich im Fachgartencenter gut absetzen. Fahrenkemper bietet sehr früh ein umfassendes Programm an Peltaten an, das im großen Stil kultiviert wird. Er kann damit auch größere Kunden gut bedienen, die gleichbleibende Qualität benötigen.



Tim Fahrenkemper baute das Konzept aus.



Auf jeder Lage wird eine Farbe platziert.

Fotos: AvuB



Eigener Fuhrpark

Gerade in der Hauptsaison ist die permanente Lieferfähigkeit unverzichtbar. Wer hier mithalten kann, der hat gewonnen. Daher setzt Tim Fährenkemper konsequent auf die eigene Logistik. Er kann jederzeit sagen, wo der jeweilige LKW genau ist und wann er beim Kunden ankommt. Hier überlässt man nichts dem Zufall. Der Fuhrpark besteht aus drei 40 Tonner LKWs sowie einem 12 Tonner LKW. Die Hauptsaison startet ab Kalenderwoche 13 bis zur Woche 22. Es wird immer ein kompletter LKW angeliefert, um die Frachtkosten optimal zu gestalten. Tim Fährenkemper hierzu: „Wir können uns jederzeit dem Wettbewerb stellen, da für unsere Kunden die Lieferung in gleichbleibender Qualität unverzichtbar ist.“

*Andreas von der Beeck
(Münster)*



Die Produktion ist perfekt organisiert.



Über 100 Saisonkräfte werden beschäftigt.

Spezialist für Pelargonien und Cyclamen

Die Gärtnerei Fährenkemper wurde von Heinrich Fährenkemper 1963 gegründet. Die Produktion startete mit Gemüse und Zierpflanzen, die er auf dem Wochenmarkt und über den Privatverkauf vermarktete. Die Vermarktungsstruktur ändert sich 1971 mit dem Eintritt bei der NBV. Ab jetzt wurden die Zierpflanzen nicht nur auf dem Wochenmarkt verkauft, sondern auch über die Vermarktungsorganisation am Niederrhein. Später erfolgt der Absatz nur noch indirekt. Die Gärtnerei wird stetig ausgebaut. Im Jahre 2010 realisiert man einen Anbau von etwa zwei Hektar am Stammbetrieb. Weitere Informationen sind unter www.fahrenkempergartenbau.de zu finden.

Anzeige

„Gut + sicher bewurzelt“

HerkuPak™
Anzuchtssysteme
für Vliestöpfe

- ◆ Sichere Drainage
- ◆ Spezielle Zellform für optimale Luftumspülung
- ◆ Schnelle und sichere Bewurzelung und Wurzelentwicklung

HP D 104/4P-28

Infos und Muster unter
Telefon 08573 96030
www.herkuplast.com

Vertrauen
Sie dem Original.



Innovation auf den Flower Trials 2017: Konzept setzt Maßstäbe

Auf den FlowerTrials® 2017 wird das neue Calliope®-Sortiment herausgestellt. Es wird bei führenden Gärtnern kultiviert.

Das neue Calliope®-Sortiment ist erstmals auf den FlowerTrials® 2017 zu bestaunen: Vom 13. bis 16. Juni wird Syngenta FloriPro Services®, am Standort in De Lier (Niederlande), mit einer ganzen Reihe spannender neuer Produkte und Konzepte das Publikum der diesjährigen FlowerTrials® begeistern. Das neue Calliope®-Sortiment ist der Star unter den Neuheiten des Jahres 2017. Zahlreiche Möglichkeiten der Syngenta FloriPro Services® Produktpalette sowie eine Übersicht des Serviceangebotes und dessen Vorteile werden den Fachbesuchern vorgestellt.

Ziel der Präsentation ist es, den Mehrwert für die gesamte Lieferkette aufzuzeigen – von der Markteinführung über die Produktion bis hin zur wirkungsvollen Platzierung im Handel. Es beginnt ein neues Zeitalter mit Calliope®.

Innovation bei Pelargonien

Das Motto lautet: „the easy way to colour your life“ mit Calliope®. Das neue Calliope®-Sortiment ist die Nr. 1 Innovation 2017 und das Ergebnis aus



Die neuen Super Cascade überzeugen durch Blütenreichtum.



Sie sind in den Farben Red, Rosé, Salmon und Violett lieferbar.



In der Kultur sind sie



zusammengefassten 120 Jahren Züchtungserfahrung von Syngenta Flowers. Zudem ist es die Antwort auf die Bedürfnisse der heutigen Konsumenten – eine hervorragende Gartenperformance, eine große Auswahl intensiver Farben und noch mehr Blüten. Das auf den FlowerTrials® erstmals vorgestellte Calliope®-Konzept bietet ein völlig neues Verbrauchererlebnis. Mit einer wirkungsvollen Marke am Point of Sale, kombiniert mit den überzeugenden und einzigartigen Eigenschaften der Calliope®, werden Konsumenten Jahr für Jahr wieder zugreifen. Calliope® bietet Lösungen von der Produktion bis zum Endverbraucher und schafft dadurch mehr Wert für alle. Den Qualitätsstandard immer weiter zu erhöhen, ist das Ziel, welches Syngenta mit neuen Konzepten und Neuheiten herausstellt. In De Lier ist das gesamte Sortiment zu sehen. Bereits im Probeanbau zeigten sich die hervorragenden Leistungen der neuen Calliope®-Serie. Hiervon waren die beteiligten Gärtnereien Wehrich in Straelen und Viehweg in Issum begeistert. Bei Thomas Viehweg konnte auch die neue Peltatum-Serie Super Cascade direkt überzeugen. Sie kommt mit drei ansprechenden Farben Red, Rosé, Salmon in den Handel. Durch die gute Verzweigung wird pro Topf nur ein Steckling oder eine Jungpflanze benötigt.



Es werden im neuen Calliope®-Sortiment alle Farben abgedeckt.



Neuheit bei Syngenta: Das Calliope®-Sortiment wird auf den FlowerTrials® 2017 vorgestellt.



problemlos zu kultivieren.



Für Gärtner gehören die neuen Super Cascade einfach dazu.

Qualität und Beratung



FloriPro Services® ist die Vertriebsorganisation von Syngenta für Europa, Afrika und den Mittleren Osten (EAME). Das Unternehmen vermarktet qualitativ hochwertige Jungpflanzen für die Kultur von Zimmerpflanzen, Beetpflanzen und Stauden und bieten darüber hinaus Saatgut und unbewurzelte Stecklinge in einer breiten Sortenauswahl an. Syngenta FloriPro Services® arbeitet mit einem engagierten Netzwerk, um dem Produktionsgartenbau für eine bessere Profitabilität ein breites Produkt- und Serviceangebot bieten zu können.

**JETZT
EINREICHEN!**

TASPO
AWARDS 2017

powered by



Wir danken unseren Partnern für die Unterstützung der TASPO Awards 2017:



Jetzt bis zum
19. Mai 2017 bewerben!

Alle Infos erhalten Sie auch unter
+49(0)531 38004-48,
events@haymarket.de
oder **www.taspoawards.de**