



Bilder: Reidel,
LVG Heidelberg

Petra Reidel

Sommertagung Beet- und Balkonpflanzen an der LVG in Heidelberg

Aktiv in die Zukunft - Großflächige Werbung als Eyecatcher, Zukunftsperspektiven der Branche und beeindruckende neue Sortenmerkmale

Welche Botschaften auf 10 Quadratmetern auch junge Menschen begeistern, erklärte Florian Neu den über 150 Gartenbauunternehmern in seinem Vortrag über die Vorzüge der Plakatwerbung. Garry Grueber warf als jahrelanger Pflanzenzüchter bei der Firma cultivaris einen gewagten Blick in die Zukunft des Produktionsgartenbaus und der Pflanzenzüchtung. Mehr im Jetzt bewegte sich die Sortenvorstellung von Ute Ruttensperger, die die aktuellen Versuchsergebnisse zu neuen TOP-Sorten im Beet- und Balkonbereich vorstellte.

Plaktiv hat Zukunft

Sie sind echte Hingucker, selbst für Millennials, so jedenfalls beschreibt Florian Neu, Geschäftsführer der NeuWerbung GmbH, die Wirkung von Plakatwänden. Gerade die jüngeren Kunden lesen kaum noch Tageszeitung und auch der Fernseher ist für diese Generation schon lange nicht mehr das Hauptmedium. Durch die zunehmende Mobilität ist das Radio zwar vielgenutzt, bietet jedoch wenig Regionalität und somit hohe Streuverluste in der Werbung. Außer Haus gehen jedoch 91,2 Prozent aller Befragten im Alter von 14 bis 30 Jahren laut der Trendanalyse Mediennutzung aus dem Jahr 2014 mindestens einmal am Tag und genau dieses Verhalten bringt die Plakatwerbung ins Spiel. Dank der Smartphones können die Informationen dann sofort detailliert nachrecherchiert werden. Schön, wenn der Leser dann feststellt, dass es der Gärtner um die Ecke ist. „Regionales ist zurzeit absolut angesagt beim Verbraucher“, so der 27-Jährige. Ein unaufdringliches

Plakat, nach dem KISS-Prinzip gestaltet (keep it short and simple bzw. halte es kurz und einfach) kann schnell zum gewünschten Kundenkontakt führen. „Plakate bieten Mehrfachkontakte, sind somit sehr effektiv und ein günstiges Werbemedium“, führt Neu weiter aus. Dass die Werbung zum Betrieb passen muss, versteht sich von selbst. Ebenso wichtig ist die passende Platzierung und der richtigen Zeitpunkt, beispielsweise Muttertag oder Valentinstag, wenn es um den Zugewinn von Laufkundschaft geht. Hierin hat das Unternehmen fast 50 Jahre Erfahrung und ist mit seiner Vermarktungsgesellschaft „Plakatunion“ der Marktführer, wenn es um Städte mit weniger als 100.000 Einwohner geht, was in der Regel perfekt zur grünen Branche passt. „Plakatwerbung kann mit keinem Knopf abgedreht werden, ist mit 10 Quadratmetern unübersehbar und verfügt über eine hohe Akzeptanz, da sie keine Unterbrechung, wie beispielsweise die Filmwerbung, darstellt“, erklärt Neu. Manchmal hat man sogar Glück und die Werbung hängt länger als bezahlt, wenn sich kein





Nachmieter findet. Das berichtete ein Unternehmer begeistert, der regelmäßig von Kunden auf seine Plakate angesprochen wird.

Blick durch die Glaskugel

Wie die Zukunft im Gartenbau aussieht, weiß niemand und Vorhersagen sind immer schwierig. Garry Grueber, selbstständiger Berater und managing partner in Cultivaris North America/Global Breadfruit, wagte dennoch einen mutigen Blick aus seiner Sicht und aufgrund seiner 30-jährigen Erfahrung in der Produktentwicklung auf das, was kommen könnte. Die bereits spürbare Wasserknappheit und die schwindende Biodiversität sieht Grueber als große Zukunftsproblematik. Das genetische Potenzial vieler Wildarten geht hierdurch unwiederbringlich verloren und somit fehlen diese Gene in der Züchtung, beispielsweise für die immer wichtiger werdende Trockenheitsresistenz. Fünf große Massensterben hat die Erde schon hinter sich. Der Mensch könnte zum Auslöser des sechsten Artensterbens werden. Bis zum Jahr 2050 werden laut Hochschätzungen zwischen neun und zehn Milliarden Menschen auf der Erde leben. Der Fleischkonsum in den Entwicklungs- und Schwellenländern steigt laufend an. Reich wird reicher, arm wird ärmer und die Mittelschicht schwindet, so die Prognosen im sozialen Bereich. „Wir werden als Gesellschaft immer „bunter“ und unser Leben verlagert sich konstant in die Städte“, so Grueber. „Die zunehmende Digitalisierung und die soziale Vernetzung führt zu kritischen, bestens informierten „Primadonna-Verbrauchern“, skizziert er. Wie schön, dass die Lieblingsbeschäftigung der über Fünfzigjährigen die Gartenarbeit ist, das macht Hoffnung für die Branche. Auch der Drang nach Entschleunigung wird immer größer, ebenso der Wunsch möglichst natürlich und nachhaltig zu leben. „Das alles passt gut zum Gartenbau und eröffnet neue Marktchancen“, erklärt Grueber. Die Entwicklung zu immer mehr Grün in der Stadt, der Trend zur urbanen Landwirtschaft und das urbane Gärtnern zeigen den Umbruch bereits deutlich. „In zehn Jahren wird es keine Süd-Betriebe mehr für die Stecklingsproduktion geben“, prophezeit Grueber anstehende grundlegende Veränderungen, denn die moderne LED-Technologie wird bald die Sonnenstunden ersetzen. Der Verbraucher ist ein ungeduldiger Kunde geworden, weshalb Convenience-Produkte, also bequeme Produkte wie vorgepflanzte Zusammenstellungen, immer beliebter werden. Stauden werden deshalb immer häufiger als Topfpflanzen kultiviert, eine Idee, die sich langsam auch beim Gemüse durchsetzt. Pflanzen,



Bilder: Reidel, LVG Heidelberg

die durch ihre imposante Erscheinung den Verbraucher in Erstaunen versetzen, haben laut Grueber Zukunft, zudem sind drei Viertel der Verbraucher aufgeschlossen für Neuheiten. Zurzeit beschäftigt sich die Pflanzenzüchtung intensiv mit Sedum- und Sempervivum-Arten, auch Freilandkakteen und Freilandsukkulenten, die mit städtischen Bedingungen gut klar kommen, werden an Bedeutung gewinnen. Sogenannte Crossover-Pflanzen, die zwar nicht winterhart sind, dafür aber monatelang mit Blütenpracht punkten, kommen beim Kunden ebenfalls gut an.

Grueber rechnet für die Zukunft mit ganz neuen Gartentypen auf kleinstem Raum. „Hierfür werden neue Pflanzen benötigt, die robust, pflegeleicht, resistent gegen Trockenheit und Hitze, aber dennoch ganzjährig attraktiv sind“, beschreibt der Experte die Zukunftsaufgaben der Züchtung. Kakao-, Bananen- und Zitruskulturen sind in Not. Die Panamakrankheit oder auch Tropical Race genannt, ist eine aggressive Pilzart und könnte langfristig das Aus für die Banane bedeuten. Nicht besser ergeht es derzeit den Kaffeepflanzen. Hier ist die Züchtung und Forschung dringend gefordert, resistentes Pflanzenmaterial auf den Markt zu bringen. Bestimmte Sorten des Brotfruchtbaumes sind in der Lage, mit ihren fußballgroßen Früchten eine vierköpfige Familie zu ernähren. „Cultivaris verteilte bisher 80.000 dieser mikrovermehrten Pflanzen in über 30 tropischen Ländern, um eine nachhaltige Nahrungsquelle für die Bevölkerung zu etablieren“, erzählt Grueber. Für ihn ist es außerordentlich wichtig, dass die heranwachsende Generation nicht den Kontakt zur Natur verliert, denn man kann später nur für etwas kämpfen, das man kennt und schätzt. Hier nimmt er die Gartenbaubetriebe in die Pflicht, sich dem Nachwuchs mit aktiven Aktionen wie beispielsweise der Gründung einer Europa-Minigärtner-Gruppe zu widmen.

Sortentrends 2016

Ute Ruttensperger, Leiterin des gartenbaulichen Versuchswesens an der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt für Gartenbau in Heidelberg, präsentierte den Unternehmern in ihrem Vortrag die farbenfrohen und gut entwickelten TOP-Sorten unter den Neuheiten. „Die Witterungsbedingungen nach dem Auspflanzen waren mit viel Regen und wenig Sonne nicht optimal für die Pflanzenentwicklung. Die Sorten, die uns trotzdem beeindruckten, haben somit sogar noch mehr Potenzial“, erklärte Ruttensperger eingangs. Große kräftige gut gefüllte Blüten mit schöner Leuchtkraft

produziert die Dahlien-Sorte Grandiala Sunny Flame (Floripro), die sich auch als recht robust mit buschigem Aufbau erwies. „Die neuen Dahlien-sorten sind häufig dunkellaubig, was in der Kultur-führung keinerlei Unterschied macht, aber einen interessanten Farbkontrast zur Blüte erzeugt“, so die Expertin. Die Sorte ‚Red-Yellow Bicolor‘ der Serie Dahlegria (Florensis) bleibt im Freiland sehr kompakt und trägt große Blüten. „Der Wuchs der rosafarbenen Sorte ‚Red - Pink Bicolor‘ war am Anfang sehr locker, wurde jetzt aber ebenfalls dicht und wir sind gespannt, wie sie sich über den Sommer entwickelt.“ Bei den Begonien gab es in diesem Jahr viele Neuheiten: Die Unbelievable-Serie (Dümmen Orange) verfügt über zwei neue Farben mit gefüllten Blüten. Die Sorte ‚First Kiss‘ verzweigt sehr schön, die gelbe ‚Tweetie Pie‘ besitzt einen etwas schwächeren Aufbau und die rosafarbenen Blüten der Sorte ‚Upright Salmon‘ sorgen für einen herrlichen Kontrast zum dunklen Laub. Die Saatgut-Begonien ‚Megawatt‘ (Pan-American Seed) haben sich bei diesem feuchten Wetter sehr gut und auf stabilen Stielen entwickelt. Die Sorte ‚Funky‘ (Benary) sieht auch im Kübel prima aus. Ruttensperger ist gespannt, was aus dieser neuen, generativ vermehrten Serie noch zu erwarten ist. Als dottergelb strahlende Neuheit präsentiert sich die Bidens-Sorte ‚Golden Empire‘ (Danziger). Laut Ruttensperger ist sie vor allem ein schönes Topfprodukt, die Nachblüte dürfte gerne noch üppiger ausfallen. Dicht gepackt mit kurzen Trieben und leichter zu kultivieren als die bekannte Sorte ‚Beedance Painted Red‘, zeigte sich die Neuheit ‚Blazing Glory‘. Ein kleiner Nachteil ist das stärkere Verblässen der Blüten bei extremen Wetterbedingungen. Beeindruckend große und leuchtende Blüten gepaart mit einer zufriedenstellenden Nachblüte bonitierte das Team um Ruttensperger bei der Bidens-Sorte ‚Golden Sunstar‘ (Bongartz).

Die neue Calceolaria-Sorte ‚Sunny Walker‘ (Kientzler) kommt mit zwei Farbsorten in orange und gelb auf den Markt. „Beide Farben verzweigen sehr gut und schieben jetzt im Freiland viele neue Triebe nach. Das sieht nach einer sehr guten Regenerationsfähigkeit aus“, freut sich Ruttensperger. Calibrachoa Chameleon (Westhoff) gibt es in acht Sorten und die Farbausprägung ist lichtabhängig. Als besonders farbintensiv und wunderbar im Freiland als Ampelpflanze geeignet, erwies sich die Sorte ‚Double Pink Yellow‘. Eher verwaschen, unruhig und ohne Leuchtkraft präsentierte sich dagegen die Sorte ‚Lavender Sorbet Impr.‘. Osteospermum sind ein willkommener Farbtupfer und die Serie Double Fun bringt mit der Sorte ‚Pink Bicolor‘ einen interessanten

Farbaspekt ins Sortiment. Dennoch existiert auch hier nach wie vor das bekannte Problem der verhaltenen Nachblüte.

Bei den Pelargonien fällt die neue Serie Brocade (Dümmen) auf. Mit ihrem interessanten Kontrast bei der Blattfärbung, bietet sie als Blattschmuckpflanze einen verhältnismäßig starken Blütenansatz.

Die bereits im letzten Jahr hoch ausgezeichnete Petunia ‚NightSky‘ (Selecta one) begeistert auch in diesem Jahr. Mit kurzer Kulturdauer, einem kompakten Pflanzenaufbau und großen markanten Blüten wird sich sich einen festen Platz im Sortiment sichern. „Sie fällt auf, wird vom Kunden gut angenommen, aber leider auch von den Schnecken geliebt“, ergänzt Ruttensperger. Die schönste Blütenzeichnung stellt sich bei einer Tagtemperatur zwischen 14 und 24 ° Celsius, kombiniert mit einer Nachttemperatur von 11 bis 17 ° Celsius ein. Kühlere Temperaturen bringen hellere, wärmere Temperaturen dunklere Blüten hervor. Die Amore Serie (Danziger), mit herzförmiger Zeichnung der Blüten, bezeichnet Ruttensperger als gut durchgezüchtet. In das Cosmos-Sortiment kommt Bewegung. Eine erste, deutlich kompakter wachsende Sorte wurde als ‚Exp‘ (Plantinova) eingereicht. Allerdings sind deren Blüten deutlich kleiner als die der Vergleichssorten.

Bio lässt kräftig wachsen

Acht verschiedene Bio-Profidünger laufen derzeit im Test mit einer Pflanzkombination aus Balkontomate, -paprika, Basilikum und Lavendel sowie Erdbeeren. Dieser Versuch ist den Bedürfnissen des Urban Gardening geschuldet und bringt bislang überraschend gute Ergebnisse. Zur Bevorratung wurden die Dünger direkt in das durch Mikroorganismen belebte Bio-Substrat gepackt, welches so die Nährstoffe durch Mineralisierungsprozesse pflanzenverfügbar macht. Davor erfolgte eine exakte Bedarfsberechnung der ausgewählten Bepflanzung. Zurzeit zeigen alle Pflanzen in den Balkonkästen ein sehr gutes Wachstum und setzen reichlich Früchte an.

Die Bewertung der neuen Sorten durch die LVG, die Sortenschau der anwesenden Züchter, Substratanbieter, Dünger-Hersteller und Anbieter von Kulturgefäßen, aber auch die möglichen Rundgänge im Freiland, ermöglichten einen aktuellen und praxistauglichen Einblick in die Vielfalt des aktuellen Produkt- und Sorten-Angebotes. ■



Petra Reidel
blätterwerk
redaktionsbüro
Tel: 07033/ 460630
info@blaetterwerk-
redaktionsbuero.de