Auch wenn in einigen Bundesländern die Blumenfachgeschäfte (mit eingeschränkten Sortimenten) öffnen dürfen, wird der Valentinstag 2021 eine große Herausforderung für die Branche.
Foto: imago images/agefotostock

Blumen zum Valentinstag

Überblick über den Zierpflanzenanbau in Deutschland

Am 14. Februar ist Valentinstag – Zeit für Blumen! Doch woher kommen sie und wie steht es um den Zierpflanzenbau und die Vermarktung? Eberhard Walther, vom Beratungsteam Gartenbau des Landesbetriebs Landwirtschaft Hessen, gibt Einblicke in den Zierpflanzenanbau in Deutschland und in das Konsumentenverhalten – nicht nur zum Valentinstag.

Der Valentinstag soll auf den Bischof Valentin von Terni zurückgehen, der im dritten Jahrhundert nach Christi lebte und um dessen Person sich viele Legenden ranken. Weil er junge Paare christlich getraut haben soll (was damals noch verboten war), wurde er am 14. Februar 269 von den Römern hingerichtet. Heute wird dieser Tag als „Tag der Liebenden" begangen.

Der Anbau von Schnittblumen im Freiland zum Selbstschneiden hat sich in den letzten Jahren ausgeweitet. Das Angebot kommt häufig von landwirtschaftlichen Betrieben.
Foto: Lehmkühler

In Deutschland und in vielen anderen Ländern wird der Valentinstag traditionell mit dem Schenken oder Versenden von Geschenken gefeiert. Damit soll eine besondere Wertschätzung, Zuneigung oder gar Liebe zum Ausdruck gebracht werden. Umfragen zu Folge sind 75 Prozent der Präsente Blumengeschenke – und das kommt gut an. Denn über 80 Prozent der Befragten finden „Blumiges" zum Valentinstag auch genau richtig – Quelle: Statista.

Die Sprache der Blumen ist in ihrer Symbolik von großer Bedeutung. Mit der Auswahl der Blumen und ihrer Farben werden Gefühle und Empfindungen zum Ausdruck gebracht.

Am Valentinstag stehen auf der Beliebtheitsskala Rosen nach wie vor an erster Stelle, gefolgt von Chrysanthemen und Tulpen.

Mehr Blumen zum Selbstschneiden

Wie eine Marktstudie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft belegt, wurden im Jahr 2018 Blumen und Zierpflanzen im Wert von 8,7 Mrd. Euro in Deutschland gehandelt. Schnittblumen hatten daran einen Anteil von 34 Prozent. Rund 35 Euro gaben Kunden in 2018 durchschnittlich für Sträuße aus. Seit einigen Jahren entwickelt sich auch ein Markt für Schnittblumen und Topfpflanzen aus ökologischem Anbau.

In Hessen beispielsweise ist sowohl die Anbaufläche von Schnittblumen und Topfpflanzen als auch die Anzahl von Zierpflanzenbaubetrieben seit Jahren rückläufig. Verantwortlich sind häufig hohe Energiekosten für die Unterglasproduktion, hohe Personalkosten und vielerorts die Betriebsstrukturen. Die meist stark spezialisierten Zierpflanzenbaubetriebe verfügen nur über kleine Betriebsflächen, oftmals unter einem Hektar.

In Deutschland haben Schnittblumen nach Angaben von Proplanta einen Anteil von 35 Prozent an der Zierpflanzenproduktion. Unter Glas sind dies vor allem Rosen, Gerbera, Freesien, Montbretien; im Freiland Tulpen, Rosen und Sonnenblumen.

Der Anbau von Schnittblumen im Freiland „zum Selbstpflücken" hat sich in den letzten Jahren ausgeweitet. Er findet häufig auch in landwirtschaftlichen Betrieben statt, immer öfter unter ökologischen Anbaubedingungen.

Das Gros an Schnittblumen wird importiert

Um die hohen Bedarfe insbesondere am Valentins-, Frauen- oder Muttertag zu decken, werden große Mengen aus anderen Ländern importiert. 84 Prozent der nach Deutschland importierten Schnittblumen stammen aus den Niederlanden, wobei ein Großteil der Blumen nicht dort produziert, sondern als Reexport gehandelt wird.

Dabei schneiden importierte Schnittblumen, was Klimabilanz und Nachhaltigkeit angeht, laut Ökotest nicht unbedingt schlechter ab als heimisch produzierte Ware – auch wenn sie von weit her eingeflogen werden: In Süd- und Mittelamerika sowie Afrika, aus denen die meisten Schnittblumen stammen, kann im Freiland produziert werden. Das Heizen von Gewächshäusern entfällt.

Wie Proplanta mitteilt, wird bei Importen weiterhin in zunehmendem Maße Wert auf Herkünfte aus dem Fairtrade-Handel gelegt. Das Siegel steht nicht nur für faire Löhne, sondern unter anderem auch für einen reduzierten Pflanzenschutzmitteleinsatz. Nach Kaffee sollen Schnittblumen das zweitwichtigste Produkt im Fairtrade-Handel sein, wobei Rosen mit 95 Prozent am stärksten vertreten sind.

Immer mehr Konsumenten kaufen im Discounter

Nach der Marktstudie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft aus dem Jahr 2018 werden Schnittblumen und Zimmerpflanzen auf verschiedenen Handelsstufen an Endverbraucher vermarktet. Hiernach haben Blumenfachgeschäfte nur noch einen Marktanteil von 25 Prozent. In Gärtnereien und Baumschulen liegt der Vermarktungsanteil 2018 bei 11 Prozent, in Gartencentern bei 13 Prozent. Die Vermarktung über Wochenmärkte liegt bei nur 4 Prozent.

Zuwächse in der Vermarktung verzeichneten hingegen Baumärkte, Supermärkte, Discounter und sonstige Vermarkter wie Möbelhäuser oder Tankstellen. Hier werden häufig wenige Produkte wie Monosträuße schnell vermarktet. Der Anteil dieser Sträuße macht mittlerweile 84 Prozent des Jahresumsatzes im Schnittblumensektor aus, wie die Marktstudie des Bundesministeriums für Landwirtschaft und Ernährung belegt.

Zu besonderen Anlässen zum Fachhändler

Es ist festzustellen, dass zu besonderen Anlässen – wie am Valentinstag – bevorzugt Misch-

BLUMENGESCHÄFTE IM LOCKDOWN

Unterschiedliche Regelungen im LW-Gebiet

In Hessen dürfen Blumenläden, Floristen und Gärtnereien mit Endverkauf unter Beachtung der bekannten Corona-Regeln derzeit öffnen (Baumschulen bleiben für den Publikumsverkehr geschlossen). In Rheinland-Pfalz ist die Regelung anders: Hier sind bis einschließlich 14. Februar – dem Valentinstag – alle Blumengeschäfte, Gärtnereien und Baumschulen geschlossen beziehungsweise haben auf Werkstattbetrieb umgestellt. Auf Vorbestellung sind Abhol-, Liefer- und Bringdienste erlaubt.

Der Fachverband der Floristen rät, den Blumengruß schon drei bis vier Tage vor dem Valentinstag zu bestellen. Tipps für die Geschäfte, die in der aktuellen Situation verkaufsfördernd wirken können, gibt das LLH-Beratungsteam Gartenbau auf seiner Webseite, darunter:

- Kundenaufkommen am Valentinstag entzerren: Öffnungszeiten am Samstag (13.2.) verlängern, am Sonntag (14.2.) öffnen
- Vorbestellungen/Abholservice: Bestellungen per Telefon entgegennehmen und eventuell an einer gesonderten „Abholstation“ ausgeben
- Lieferservice anbieten und kommunizieren
- Bedienzeit verkürzen: bereits gebundene Sträuße zum Mitnehmen anfertigen und auch als Muster ausstellen; fertige Arrangements erleichtern die Selbstbedienung: zum Beispiel aufdekorierte Topfpflanzen, mit und ohne Übertopf, mit kurzer Info zur Pflege, zum Standort oder zu einem Zusatznutzen wie Duft, Haltbarkeit, Farbe, Gesundheit
- Schilder mit Hinweisen zu den Corona-Verhaltensregeln: Hinweis über zusätzliche Schutzmaßnahmen für die Kunden, zum Beispiel regelmäßiges Lüften der Verkaufsgewächshäuser, breite Wege, große Verkaufsfläche

„Alle Maßnahmen können nur wirken, wenn der Kunde auch darüber informiert wird. Deshalb hat die Kundenkommunikation, wie Website, soziale Medien, Zeitungsanzeigen, Schaufenster-Werbung, eine besonders hohe Priorität“, rät LLH-Gartenbauberaterin Mechthild Borchert. *LW*

sträuße im Blumenfachhandel gekauft werden. Hier finden die Kunden neben einer großen Auswahl auch umfangreiche Beratung, zum Beispiel zur Herkunft. Im Fachgeschäft wird zunehmend Ware aus regionaler und ökologischer Produktion nachgefragt.

Logo „Ich bin von Hier!“ Die Regionalität wurde auf einen Radius von 100 km (in Ausnahmefällen 150 km) rund um den jeweiligen Blumengroßmarkt begrenzt. Mehr zu der Regional-Marke gibt es im Netz unter www.ichbinvonhier.de.

Blumengroßmärkte mit Regional-Marke

Mit dem 2013 von der Vereinigung deutscher Blumengroßmärkte eingeführten Siegel „Ich bin von Hier!“ dürfen sich Fachgeschäfte und Gärtnereien schmücken, die sich verpflichten, nur regionale Ware zu vermarkten. Aktuell führen deutschlandweit circa 1 000 Betriebe dieses Label. Das Siegel signalisiert den Kunden Regionalität, kurze Transportwege und vor allem Frische der Blumen. ■