

TERMINE

BAUMSCHULE

24.02.
Bad Zwischenahn
Niedersächsische Gartenakademie
Erstellung eines Notfallordners (Teil 2)
Seminar unter Leitung der Referentin Wiebke Wohler
Kontakt: Tel.: 044 03-9796-54; E-Mail: gartenakademie@lwk-niedersachsen.de; www.nds-gartenakademie.de

26.02.
Bad Zwischenahn
Niedersächsische Gartenakademie
Düngung in Containerkulturen und im Freiland
Seminar unter der Leitung der Referenten Heinrich Beltz und Martin Posner
Kontakt: Tel.: 044 03-9796-54; E-Mail: gartenakademie@lwk-niedersachsen.de; www.nds-gartenakademie.de

27.02.
Ellerhoop-Thiensen
Gartenbauzentrum Schleswig-Holstein
Pflanzenschutz in Stauden
Seminar aus der Reihe „Pflanzenschutz“
Kontakt: Tel.: 043 31-94 53-217; E-Mail: seminar-gartenbau@lksh.de; www.lksh.de

17.05. bis 26.05.
Westerstede
Rhododendronschau „Rhodo“
Kontakt: Tel.: 044 88-194 33; E-Mail: touristik@westerstede.de; www.rhodo.de

GEMÜSEBAU

25.02.
Zerbst/Anhalt – Ortsteil Jütrichau
19. Pflanzenschutz-Anwenderseminar der Landesanstalt für Landwirtschaft, Forsten und Gartenbau (LFG)
Gemüsebau
Kontakt: Tel.: 03471-33 43 50; E-Mail: noe.lopez@lflg.mlu.sachsen-anhalt.de; www.lflg.sachsen-anhalt.de

ZIERPFLANZENBAU

26.02.
Bad Zwischenahn
Niedersächsische Gartenakademie
Pflanzenschutz – Sachkunde-Fortbildung Zierpflanzenbau
Referent: Dr. Thomas Brand
Kontakt: Tel.: 044 03-9796-54; E-Mail: gartenakademie@lwk-niedersachsen.de; www.nds-gartenakademie.de

27.02. bis 28.02.
Hannover-Lahe
Hotel der Föhrenhof
Mitgliederversammlung der Ciopora Deutschland
Gemeinschaft der Züchter vegetativ vermehrter Zier- und Obstpflanzen
Kontakt: Tel.: 0511-762-192 88; E-Mail: juergen.grunewaldt@genetik.uni-hannover.de

OBSTBAU

23.02. bis 26.02.
Grünberg
Bildungsstätte des Deutschen Gartenbaus
Die Obstbaumanagerin 2014
Leitung: Jörg Disselborg
Kontakt: Tel.: 030-20 00 65-23; www.obstbau.org

Kurzfristigere und weitere Termine unter www.taspo.de

Zukunftsinitiative für Schleswig-Holstein geplant

Ziel ist, im Land verbandsübergreifend einen Prozess anzuknüpfen, der Betriebe „abholt und mitnimmt“. Von Claudia Kordes

Das gesamte Spektrum des produzierenden Gartenbaues traf sich am 21. Januar im Gartenbauzentrum Ellerhoop. Rund 120 Gäste, darunter Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Verbänden, nahmen nach den jeweiligen Mitgliederversammlungen an einer gemeinsamen Sitzung teil, die der Landesverband Schleswig-Holstein im Bund deutscher Baumschulen (BdB) und die Landesgruppe Schleswig-Holstein des Gartenbauverbandes Nord zum ersten Mal gemeinsam durchgeführt haben. Insgesamt positive Stimmungen mit guten Aussichten für das Jahr 2014 prägten die Veranstaltung.

Zukunftsstrategie für den Gartenbau in Schleswig-Holstein

„Jeder Unternehmer muss sich mit der Zukunft auseinandersetzen“, forderte Branchenkenner Helmuth M. Huss. In seinem Vortrag zum Thema „Zukunftsstrategie Gartenbau Schleswig-Holstein“ stellte der Projektleiter der Marketingberatung Co Concept die Ergebnisse des zweiten Zukunftskongresses Gartenbau (die TASPO berichtete mehrfach) vor. Gleichzeitig zeigte er auf, was getan werden muss, um den Gartenbau in Schleswig-Holstein als leistungsfähige, wettbewerbsstarke Branche im In- und Ausland zu verankern.

Der Gartenbau ist mit tollen Produkten und innovativen Unternehmen ein wichtiger Teil der deutschen Agrarwirtschaft. Damit das in Zukunft so bleibt, hat das Bundeslandwirtschaftsministerium die „Zukunftsstrategie Gartenbau“ initiiert. Denn die Herausforderungen werden immer größer: knapper werdende Ressourcen, neue technologische Entwicklungen, Klimawandel, Liberalisierung und Globalisierung der Märkte, veränderte Konsumentenpräferenzen, sich wandelnde gesellschaftliche Rahmenbedingungen und die steigende Bedeutung der Zusammenarbeit in Wertschöpfungsketten. Doch wohin geht die Reise? Diese einfache Frage kann aufgrund der Vielschichtigkeit der Branche und ihrer Produkte nicht pauschal beantwortet werden. Ziel des Projektes ist, Stärken, Potenziale und Chancen des deutschen Gartenbaues zu identifizieren und Risiken frühzeitig zu erkennen. Zudem sollen konkrete Strategien erarbeitet, Forschungs- und politischer Handlungsbedarf erkannt sowie den Betrieben Impulse und Entscheidungshilfen gegeben werden.

Damit es überhaupt losgehen kann, wurde im Anschluss an den ersten „Zukunftskongress Gartenbau 2009“ zunächst eine wissenschaftliche Grundlage erarbeitet. Eine Arbeitsgruppe, bestehend aus dem Johann Heinrich von Thünen-Institut und dem Leibniz-Institut für Gemüse- und Zierpflanzenbau unter Mitwirkung des Dienstleistungszentrums Ländlicher Raum „Rheinpfalz“ und des Beratungsinstitutes Co Concept, bereitete folgende Themenfelder auf: Gesellschaft im Wandel, Menschen im Gartenbau, Wettbewerbsfähig-



Landesverbandsvorsitzender Axel Huckfeldt (l.) und Helmuth M. Huss. Foto: C. Kordes

keit, neue Herausforderungen wie Klimawandel, Energie, Technik und Arbeit sowie zukünftige Produkte und Dienstleistungen des Gartenbaues. Einen intensiven Praxisbezug garantierten Workshops, in denen Akteure entlang der gesamten gartenbaulichen Wertschöpfungskette beteiligt waren.

Gravierende Veränderungen im Umfeld der Gartenbaubetriebe

Wichtige Ergebnisse sind, dass sich im Umfeld von Gartenbau-Unternehmen gravierende Veränderungen abzeichnen. In allen Sparten wächst die Zahl großer Betriebe zu Lasten kleiner Unternehmen. Betriebe, die im Wettbewerb verbleiben, versuchen, durch Produktivitätssteigerungen ihre Wettbewerbsfähigkeit und Positionierung am Markt zu verbessern. Bei all diesen Überlegungen stoßen Unternehmen aber rasch an Grenzen. Es zeigt sich nämlich, dass die Abnehmer bei vielen dieser Maßnahmen mitspielen müssen oder man auf die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen angewiesen ist. Denn der größte Teil der deutschen Gartenbauproduktion erreicht Kunden nicht direkt, sondern über mehrstufige Absatzsysteme. Dazu kommt, dass auch die Produktion selbst arbeitsteilig ist, wie zum Beispiel Jungpflanzenbetriebe, die Ware zur Weiterkultur an Containerbaumschulen liefern.

In seinem Beitrag stellte Huss zentrale Aspekte des zweiten „Zukunftskongresses Gartenbau“ heraus. Kernelement ist die „Wertschöpfungskette Gartenbau“. Diese beschreibt den Weg bis zum fertigen Produkt als eine Aneinanderreihung einzelner Prozesse vom Lieferanten bis hin zum Konsumenten. Die Prozesse werden von Faktoren wie wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen, technischem Fortschritt, Umwelt sowie soziologischer und demografischer Entwicklung beeinflusst. Da der Konsument die Kaufentscheidung trifft, ist es für die in der Kette beteiligten Unternehmen wichtig, nicht nur das Endprodukt, sondern den gesamten Prozess



Überblick über die Ausstellungsfläche „Pinneberger Baumschulland“ auf der Internationalen Gartenschau (igs) Hamburg 2013. Foto: BdB IV 5-H

entsprechend der Erwartungen der Verbraucher zu organisieren.

Genau wie in der Industrie, sind mittlerweile auch im Gartenbau Produktion, Weiterverarbeitung, Transport und Vermarktung zum größten Teil arbeitsteilig organisiert. Die Koordinierung der Wertschöpfungsketten ist ein komplexes Unterfangen, denn aufgrund der untereinander vernetzten Unternehmen besteht ein hoher Bedarf an Abstimmung zwischen allen Beteiligten.

Als sei die Koordination untereinander nicht komplex genug, muss sich die grüne Branche dauerhaft neuen Herausforderungen stellen, die die Wertschöpfungskette beeinflussen: Darunter die zunehmende Globalisierung und Liberalisierung der Märkte, der demografische und gesellschaftliche Wandel, die Veränderungen der Konsumentenpräferenzen und die steigenden Anforderungen an den Verbraucher- und Umweltschutz.

Was ist zu tun für den Gartenbau in Schleswig-Holstein

Was ist also zu tun, um den Gartenbau in Schleswig-Holstein als leistungsfähige, wettbewerbsstarke Branche im In- und Ausland zu positionieren? Die Teilnehmer wurden durch den Beitrag von Huss in ihrer Vermutung bestätigt, dass eine wesentliche Aufgabe darin bestehen wird, sich selbst und die Produkte stärker in der Öffentlichkeit in Wert zu setzen und deutlich stärker zu verankern. Laut Huss sollten dazu drei Strategien gefahren werden:

- die Inwertsetzung der Produkte beim Verbraucher,
- die Effizienzsteigerung und
- der Beitrag zur Lebensqualität.

Zur Inwertsetzung zählt unter anderem, die Ware nicht zu verramschen, Kommunikationskampagnen zu fahren, die passenden Produkte für die jeweilige Zielgruppe zu definieren und den Vertrieb zu optimieren. Die Effizienzsteigerung solle im Betrieb durch Kostenmanagement und Technologie-Einsatz erzielt werden, aber auch durch Kooperationen und Absatz-Professionalisierung.

In Sachen Lebensqualität geht es laut Huss vor dem Hintergrund der alternden Bevölkerung und dem Fachkräftemangel

zum einen um die attraktive Arbeitsplatzgestaltung inklusive attraktiver Entlohnung sowie die Lebensraumgestaltung auf der Verbraucherseite. Denn der Gartenbau schaffe Produkte, die beliebt und gesund sind. „Wir müssen den Beitrag, den die Baumschulen zur Steigerung der Lebensqualität leisten, noch deutlicher machen“, forderte Huss. „Wenn wir die Preise immer tiefer und tiefer ansetzen, haben wir schon verloren.“ Der Grund dafür sei, dass der Verbraucher gerade, wenn er das Produkt nicht kennt, über den Preis entscheidet. Hier bestehe Kommunikationsbedarf um zu erläutern, warum eine Pflanze, Dienstleistung oder das Obst und Gemüse so wertvoll ist.

Regionale Zukunftsinitiative für zweites Halbjahr geplant

„Die auf dem Zukunftskongress erarbeiteten Strategien sind meist noch sehr abstrakt und allgemein gehalten“, sagt BdB-Landesverbandsgeschäftsführer Dr. Frank Schoppa. „Wir wollen im ersten Halbjahr dieses Jahres einen Förderantrag stellen, um Co Concept als Prozessmanager mit einzubinden und nach der Sommerpause eine regionale Zukunftsinitiative zu starten. Ziel ist es, im Gartenbau Schleswig-Holstein verbandsübergreifend einen lebendigen, praxisorientierten Prozess anzuknüpfen, der die einzelnen Betriebe abholt und mitnimmt.“

Von Seite des Verbandes soll das Projekt um aktuelle Themen ergänzt werden. Bei bestimmten Themen wie der „Inwertsetzung von Leistungen der Gartenbauwirtschaft“, so Schoppa, „haben wir mit dem Pinneberger Baumschulland bereits eine hervorragende Ausgangsbasis geschaffen, die es zu erhalten und zu erweitern gilt.“

Im nächsten Schritt geht es jetzt um eine Standortbestimmung für Schleswig-Holstein und die Entwicklung von Strategien für die einzelnen Fachsparten unter Zusammenarbeit von Betrieben, Politik, Kammer und Verbänden. Mit den bereits gestarteten Kampagnen zur Nachwuchswerbung und zum Image sowie dem allgemein befürworteten Umzug der BdB-Zentrale nach Berlin seien bereits gute Voraussetzungen geschaffen worden, um den Herausforderungen der Zukunft erfolgreich zu begegnen. ■