



**Produktion
B&B-Tests
in LVG**

Besonderes
Augenmerk auf
regenfeste Sorten **Seite 9**



**Dienstleistung
Bienengärten
auf Friedhöfen**

Paten übernehmen
Flächen zunächst
für fünf Jahre **Seite 17**



**TASPO GartenMarkt
Weingärtner
eröffnet neu**

In Verden entstand der
zweite Markt mit Local
Hero-Konzept **Seite 4**

Schlaglicht

Therese Backhaus-Cysyk

Gewächshäuser für Kreativität. Visionäre Bürokonzepte sind mit tristen Großraumbüros aus dem letzten Jahrhundert heute nicht mehr vergleichbar. Digitalisierung, Globalisierung und geänderte Kommunikationsformen treiben laut Experten die Veränderungen an, was Auswirkungen auf die Gestaltung der Büros haben soll. „Das Büro ist Steuerungsinstrument für alle Prozesse, die die Welt verändern“, erklärt Prof. Jan Teunen, Experte für Unternehmenskultur, gegenüber conceptued in München. Mit Hinweis auf die Hirnforschung plädiert er für ein qualitativ hochwertiges Umfeld und hohe Qualität im Umgang miteinander. „Kreativität braucht Dünger“, sagt Prof. Teunen, „und der heißt Schönheit“. Er zweifelt nicht daran, dass Büros „Gewächshäuser für Kreativität“ werden müssen. „Die Firmen müssen geflutet werden mit Schönheit.“ Denn von den Büros könne die Energie ausgehen, die Welt zu verändern. Der Experte untermauert seine These mit einem Blick zurück in die Geschichte. Das Büro sei erfunden worden, um Kostbares zu schützen. „Heute sind das Kostbare in den Büros die Menschen und ihre Kreativität.“ Beides werde ungenügend geschützt. Es bleibt abzuwarten, wie Firmen in ihren Plänen für neue Büros Teunens Thesen aufgreifen. Aber vielleicht setzen sie gerade auf den von ihm erwähnten Aspekt Gewächshäuser. Denn Licht und Pflanzen sorgen ja bekanntlich seit jeher für Wohlbefinden und fördern die Konzentration.



„florum“ – Baumschulmesse in Ellerhoop eröffnet

Die „florum“, neue Fachmesse für Grün im Norden, wurde am Mittwoch, 16. August 2017, mit einem zweitägigen Fachvortragsprogramm, Science Slam, Führungen und Präsentationen eröffnet. Noch bis zum 25. August haben 75 namhafte Baumschulen ihre Türen für Fachbesucher geöffnet. Die Veranstalter erwarten rund 2.500 Fachbesucher. Die nächste „florum“ wird im August 2019 zusammen mit der Messe Baumschultechnik stattfinden. Foto: BdB-Landesverband Schleswig-Holstein

**In dieser Ausgabe:
Messejournal Spoga+Gafa**

2017 setzt die Spoga+Gafa in Köln neue Maßstäbe als Trend-, Kommunikations- und Themenplattform: Neben Erlebniswelten zu „Smart Gardening“, „Akku“, „Outdoor-Küchen“ geben „Pflanzen Mehrwertinsel“ Impulse für den POS. Im Gartencafé und der Halle 6 erwartet Sie an den drei Messtagen vom 3. bis 5. September ein hochkarätiges Rahmenprogramm zu Brennpunkthemen der Branche mit Vorträgen, Interviews und den TASPO Talks. **Termine im Spoga+Gafa Messejournal Seite 4 bis 6.** (rve)

Mit abstimmen beim TASPO Award bester Internetauftritt

Stimmen Sie mit ab bei den TASPO Awards 2017! Auch in diesem Jahr können Sie als Leser in der Kategorie „Bester Internetauftritt“ über den Gewinner mitentscheiden. Die Vorauswahl der fünf Nominierten durch unsere Fachjury erfolgte nach verschiedenen Kriterien, darunter visueller Eindruck der Webseite, technische Umsetzung, allgemeine Darstellung des Unternehmens und dessen Angebote, Anknüpfung an soziale Netzwerke oder was zu den Menschen im Unternehmen zu erfahren war. Nun sind Sie dran, Ihre Stimme zu vergeben. Noch bis zum 31. August kann für den Publikumspreis der TASPO Awards unter www.surveymonkey.de/r/taspoawards-bester-internetauftritt abgestimmt werden. (red.)



**Ab 2018 runderneuerte
Premium-Prüfung**

Künftig steht vor allem das individuelle Profil der Betriebe im Mittelpunkt. Von **Katrin Klawitter**

Hannover. Es war schon etwas ungewöhnlich, dass Olaf Beier, Vorsitzender des Bundesverbandes Einzelhandelsgärtner (BVE), extra nach Hannover-Ahlem gekommen war, um die Besucher des diesjährigen dortigen Beet- und Balkonpflanzentages persönlich zu begrüßen. Aber Beier hatte eine Mission: Gemeinsam mit seinen Vorstandskollegen im BVE arbeitet er bereits seit dem Frühjahr an einem neuen Konzept für das bundesweite Qualitätszeichen „Premium Gärtnerei“.

Mit der Überarbeitung soll das Qualitätszeichen wieder attraktiver für den gärtnerischen Fachhandel werden. „Wir möchten weit mehr Betriebe als bisher für die Teilnahme begeistern.“ Das wünschen sich Beier und seine Kollegen im BVE. Denn sie sehen das Qualitätszeichen als ein wichtiges Instrument, um Einzelhandelsgärtnereien mehr aus dem

Wettbewerb herauszuheben. „Unser Ziel heißt Premiumgärtnerei 2020 und soll für die Betriebe weiterhin ein wichtiger Betriebscheck mit Hilfe zur Selbsthilfe sein“, so der BVE-Vorsitzende.

Gemeinsam sitzen BVE- und Prüfungsmittglieder derzeit daran, die Prüfkriterien zu überarbeiten. Unter anderem erstellt Dr. Gabriele Weimann, Beraterin der Landwirtschaftskammer Niedersachsen und langjährige Leiterin der niedersächsischen Premium-Prüfkommission, ein Handbuch mit den wichtigsten „Big Points“ der Prüfung, mit deren Hilfe sich jeder Betrieb auf die Prüfung vorbereiten kann.

Außerdem will man künftig mit einem deutlich vereinfachten Punkteschema testen, dafür aber mit detaillierterem Kriterienkatalog. Immer im Fokus soll dabei stehen, welches Profil der einzelne Betrieb nach außen zeigen will – und ob

alles, was er an inner- und außerbetrieblichen Aktivitäten und Außendarstellung umsetzt, zu seinem eigenen Profil passt. „Damit wird es künftig nicht mehr unbedingt wichtig sein, ob ein Betrieb beispielsweise auch einen Anteil Eigenproduktion hat oder ob er bestimmte feste Kriterien alle erfüllt – wichtig ist nur, dass alles zum Profil passt“, erläuterte Beier näher.

Parallel dazu will der BVE die PR für die Premiumgärtnereien intensivieren. Regelmäßige Beiträge sind geplant, damit der Verbraucher immer wieder etwas über Premiumgärtnereien liest. Die Botschaft an ihn: „Wir sind die Experten, kommen Sie zu uns, hier werden Sie beraten.“ Mit den ersten Testprüfungen nach neuem Schema beginnen die Niedersachsen bereits in diesem Herbst, bundesweit soll das neue Prüfkonzept 2018 an den Start gehen.

Anzeige



INTERNATIONAL
K[®]
1913
we make it grow
www.klasmann-deilmann.com

KOMMENTAR

Exploring Retail 2017: Daten immer wichtiger



Der gläserne Kunde: Für den Umgang mit Daten aus Kundenkontakten braucht es dringend ein Konzept. Siehe auch den Beitrag zur „Exploring Retail 2017“ im TASPO GartenMarkt auf Seite 6 und 7

Von Claudia Kordes
studierte Fachjournalistin und Marketingberaterin,
gelernte Baumschulgärtnerin
E-Mail: claudia.kordes@koju.de

Das Auskundschaften der Handelswelten geht Hand in Hand mit der Erforschung des Kunden. Mit jedem Klick im Internet hinterlassen wir Spuren, die unser Denken und Handeln messen und analysieren lassen. Auch außerhalb des Netzes werden durch Überwachungskameras, Sensoren, intelligente Kühlschränke und mitdenkende Fahrzeuge Informationen über uns gesammelt. Nach aktuellen Schätzungen werden bis zum Jahr 2020 bis zu 50 Milliarden Gegenstände mit dem Internet verbunden sein und Daten sammeln, die im großen Stil dazu genutzt werden Menschen zu analysieren und in Schubladen zu stecken. Moderne Analysetools ermöglichen auch, aus Datenschnipseln relativ genaue Schlüsse über Personen zu ziehen, die von Bildung und Charakter bis hin zur Gesundheit und Kreditwürdigkeit reichen. Durch intelligentes Marketing schafft es die Industrie, dass Verbraucher neue Dienste und Produkte ohne Skepsis nutzen und bereitwillig ihre Daten preisgeben. Immer neue Möglichkeiten werden erfunden, um den Verbraucher immer umfassender zu durchleuchten. Eine Studie ergab, dass bei 20 der beliebtesten Fitness-, Wellness- und Gesundheits-Apps die Daten der Anwender an 70 Drittfirmen weitergegeben wurden. Unter solchen Umständen besteht kaum eine Chance nachzuvollziehen, was mit den eigenen Daten passiert.

Datenanalysen sind an sich nichts schlechtes, schließlich verlangt der Kunde selber ja nach immer individuelleren Produkten, Lösungen und Angeboten. Diese können ihm aber nur angeboten werden, wenn er seine Wünsche äußert und Daten preisgibt, die zu Verbesserungen von Diensten oder Produkten führen. Gleichzeitig will der Verbraucher, dass Unternehmen, Hersteller, Industrie und Handel jederzeit „gläserne“ Organisationen sind, die uneingeschränkt darüber Auskunft geben, was sie wo, wie und unter welchen Umständen produzieren oder handeln, beschwert sich andererseits aber, dass er inzwischen selbst längst zum „gläsernen Kunden“ geworden ist. Diese Entwicklungen gehen auf beiden Seiten Hand in Hand, und es gibt unbestritten viele positive Anwendungen. Doch die allseitige Transparenz, die nach sich zieht, dass unser Leben zunehmend von Algorithmen bestimmt wird, macht ein neues Konzept des gesellschaftlichen Umgangs mit Daten dringend nötig.

Was denken Sie? Wie haben Sie die neue Baumschulmesse Florum erlebt?

Die Vorträge hatten ein hohes Niveau

Am vergangenen Mittwoch startete die Baumschulmesse „florum“ im Kreis Pinneberg mit einem ganztägigen Vortragsprogramm einschließlich Führungen durch das Versuchsareal des Gartenbauzentrums in Ellerhoop. Am Donnerstag wurde das ganztägige Programm fortgesetzt. Die TASPO fragte am zweiten Tag des Vortragsprogramms Gastgeber, Vortragende und Besucher nach ihrem Eindruck von diesem neuen Messeformat im Bereich Baumschule.



VERANSTALTER Messegeschäftsführer Dr. Frank Schoppa:

„Es gab viel Lob für Format und Aufmachung der Messe, vor allem von den eigenen Leuten. Beim ‚Get together‘-Abend waren auch viele Aussteller anwesend, sodass es einen intensiven internen Austausch gab. So ein Vortragsprogramm bekommt man ja auch nicht alle Tage geboten. Allerdings: Wir hätten uns noch mehr Besucher gewünscht.“



GASTGEBER Hendrik Averdieck vom Kompetenzzentrum Baumschule in Ellerhoop war an beiden Nachmittagen sowohl als Vortragender als auch bei den Führungen aktiv:

„Zur Eröffnung am Mittwochmorgen waren bestimmt 170 der 200 Sitzplätze im großen Saal besetzt. Im Laufe des Tages und auch am Donnerstag hätten es aber noch mehr Besucher sein können. Allerdings darf man auch nicht vergessen, dass jeweils drei Veranstaltungen – jeweils ein Vortrag in den beiden Hörsälen und eine Geländeführung – parallel

angeboten wurden. Ich habe bei den Führungen den Themenbereich Düngung und weitere Versuche betreut und festgestellt, wie positiv überrascht die Besucher von der Vielfalt der Versuche waren.

Die Resonanz auf die Vorträge war sehr positiv. Die Gäste haben gute Fragen gestellt. Ich empfand es als anregend, dass teilweise auch die anderen Referenten an den Vorträgen teilnahmen und so eine fachliche Diskussion auf hohem Niveau entstand.“



REFERENT Alexander Borgmann gen. Brüser, Berlin, seit zwei Jahren selbstständig mit der Firma Arbor revital Borgmann gen. Brüser & Sternberg GbR, vor seinem Vortrag befragt:

„Wir sind von Prof. Dr. Balder angesprochen worden, ob wir hier nicht über unsere Forschungsarbeiten berichten wollen und haben zugesagt. Und nun sind wir sechs, die im Rahmen des Science Slams auf der ‚florum‘ über unsere Arbeiten sprechen. Meine Masterarbeit hatte den Titel ‚Untersuchungen zur Revitalisierung von urbanen Gehölzpflanzungen‘. Die war natürlich viel umfangreicher. Davon habe ich nun 29 Folien herausgezogen, aber es sind überwiegend Bilder, wenig Text. Es ist aber immer noch eine Herausforderung, diese in den zur Verfügung stehenden zehn Minuten vorzustellen. Das neue Format ‚Science Slam‘ wird sicher einige Zuhörer anlocken. Ich bin gespannt auf die Resonanz.“



BESUCHER Bernd-Hinrich Wiese, Gärtner aus Schulensee bei Kiel:

„Ich bin mit meiner Familie sozusagen ‚auf Durchreise‘ hier und wollte mich informieren, was die ‚florum‘ so zu bieten hat.

Das Vortragsprogramm und die Referenten ließen viel erwarten. Schade nur, dass die Zeiten der Vorträge so eng getaktet waren. Herrn Sander, einen der Referenten, kenne ich persönlich, aber 45 Minuten Vortragslänge waren für mich fast zu kurz. Ich glaube, ich besuche die für mich interessanten Baumschulen eher mal nach der ‚florum‘. Dann hätte ich mir noch mehr Technik, also Maschinen-Aussteller, hier gewünscht, aber das wird dann 2019 bei der zweiten ‚florum‘ sicher anders werden.“



BESUCHER Hans-Hinrich Harder, Baumschuler aus Bullenkuhlen, Kreis Pinneberg:

„Mich hat besonders der Vortrag von Prof. Dr. Hartmut Balder über die Wertschöpfungskette von Gehölzen interessiert. Und die beiden folgenden Beiträge werde ich mir auch noch anhören. Unser Betrieb gehört nicht zu den Ausstellern der ‚florum‘, aber wir haben ja nur zehn Kilometer Anfahrt bis zum Gartenbauzentrum, sodass ich mir anschauen kann, was hier so geboten wird.

Insgesamt sind die Vortragsthemen eher auf die Planer ausgerichtet als auf die Produzenten, aber das ist auch gut so. Ich hätte mehr Besucher von außerhalb erwartet. Es müssten eigentlich alle Kunden der Pinneberger Baumschulen kommen, schließlich ist das hier ein top aktuelles Bildungsangebot.“ (jen)

Melden Sie sich

Gern veröffentlichen wir auch Ihre Meinung oder Ihren Leserbrief:
TASPO-Redaktion
E-Mail: red.taspo@haymarket.de

Impressum



151. Jahrgang, 2017
Unabhängige Fachzeitung für Produktion, Dienstleistung und Handel im Gartenbau.
Gegründet 1867 in Erfurt als Thalackers Allgemeine Samen- und Pflanzen-Offerte
ISSN 0177-5006

Regelmäßig enthalten
TASPO-Messejournal
TASPO GartenMarkt (11 x jährlich)
TASPO GalaBauReport (12 x jährlich)

Leitung Gesamtdirektion
Iris Anger [ia]

Ressortleitung Aktuell
Lorenz Wieland [hiw] (verantwortlich)

Ressortleitung Produktion
Dr. Heinrich Dreßler [dre]

Ressortleitung Dienstleistung
Matthias Hinkelammert [hin]

Ressortleitung Handel
Renate Veth [rve]

Redaktion
Andrea Eggers [aeg], Janina Linneweh [jl],
Christian Mannsbart [cm], Marie Schröder [ms],
Daniela Sickinger [ds], Marion Sippel-Boland [sibo]
Telefon 0531 38004-810; red.taspo@haymarket.de

Ständige Mitarbeiterin
Katrin Klawitter [kia],
Therese Backhaus-Lysyk [teba]

Redaktion Süd
Matthias Hinkelammert [hin]
Hauptstraße 54, 79356 Eichstetten
Telefon 0531 38004-42
matthias.hinkelammert@haymarket.de

Redaktion West
Gabriele Friedrich [fri]
Everhardstraße 65, 50823 Köln
Telefon 0531 38004-75
gabriele.friedrich@haymarket.de

Redaktion Nord
Liebgard Jennerich [jen]
Stargarder Straße 1, 23689 Pansdorf
Telefon 04504 78868, Telefax 04504 78878
l.jennerich@gmx.de

Grafik/Layout
Kathrin Weiß

Verlag
Haymarket Media GmbH
Postfach 83 64, 38133 Braunschweig
Telefon 0531 38004-0, Telefax 0531 38004-40

Geschäftsführung
Brian Freeman

Verlagsleitung
Uwe Schütt

Anzeigenleitung
Christian Ruelß

Anzeigenverkauf
Jacob Krakow, Telefon 0531 38004-32
jacob.krakow@haymarket.de
Irena Nadel, Telefon 0531 38004-57
irena.nadel@haymarket.de

Anzeigendisposition
Christiane Potratz (verantwortlich)
Telefon 0531 38004-38
Bianca Przywara
Telefon 0531 38004-26
anzeigendispo@haymarket.de

Die TASPO erscheint wöchentlich freitags.
Schluss der Anzeigenannahme Dienstag 12 Uhr.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 52 vom 1.1.2017.

Vertrieb/Marketing
Silke Burkert
silke.burkert@haymarket.de

Leserservice/Abo
Telefon: +49 (0)531 38004-39
Fax: +49 (0)531 38004-63
E-Mail: leserservice@haymarket.de

Druck
Heider Druck GmbH, Bergisch Gladbach

Bezugspreise
Inland: Print: jährlich 202,80 € (156 € Grundpreis + 12 € IT-Pauschale für den Zugang zum E-Paper Archiv + 34,80 € Versand); Studenten und Azubis 156 € (109,20 € Grundpreis + 12 € IT-Pauschale für den Zugang zum E-Paper Archiv + 34,80 € Versand); Einzelheft 5,20 €. E-Paper: jährlich 159,99 €; Einzelheft digital 3,99 €. Print+digital: jährlich 235,20 € (156 € Grundpreis + 34,80 € Versand + 44,40 € E-Paper-Anteil); Studenten und Azubis 188,40 € (109,20 € Grundpreis + 34,80 € Versand + 44,40 € E-Paper-Anteil). Alle Preise inklusive Mehrwertsteuer.
Ausland: Print: jährlich 245,40 € (156 € Grundpreis + 12 € IT-Pauschale für den Zugang zum E-Paper Archiv + 77,40 € Versand); E-Paper: jährlich 159,99 €; Einzelheft digital 3,99 €. Print + digital: jährlich 277,80 € (156 € Grundpreis + 77,40 € Versand + 44,40 € E-Paper-Anteil). Alle Preise exklusive Mehrwertsteuer.

Die Abonnementsdauer beträgt ein Jahr. Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht acht Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums schriftlich gekündigt wird. Bestellungen direkt beim Verlag.

Mit Annahme eines Manuskriptes erwirbt der Verlag sämtliche Rechte, insbesondere das Recht, dieses Manuskript in anderen Objekten des Verlages noch einmal zu verwenden. Die mit dem Namen des Verfassers oder seinen Initialen gekennzeichneten Artikel geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar.



Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V., verbreitete Auflage (tVA) 9.375 Exemplare (IWW 2117)



Arbeitsgemeinschaft europäischer Gartenbauverlage



Der CO₂-neutrale Versand mit der Deutschen Post

