

«Vom Hochbeet auf den Teller»: Netzwerkpflege ist alles

Möglichkeiten, die Produktpalette zu zeigen, boten bis anhin Gartenmessen. 2020 hat Corona das verunmöglicht, und auch 2021 boten sich für Zierpflanzenzüchter, Produzenten von Garten-Deko-Elementen oder Erden nur wenige Möglichkeiten dazu. Ein Trupp recht unterschiedlicher Protagonisten der Grünen Branche zeigte, wie es trotzdem gehen kann – einfach anders.

Text und Fotos: Judith Supper

Stattliche zwölf Journalisten konnte ein bunt gemischtes Team aus Personen, die in der Grünen Branche keine Unbekannten sind, für den Event «Vom Hochbeet auf den Teller» gewinnen. Stattgefunden hat dieser Ende August in der Lenzerheide (GR). Zu den Organisatoren zählten JardinSuisse, das Hotel Schweizerhof, Schaniel Gartenbau Floristik AG, Green Pflanzenhandel, Multikraft, die Pflanzenproduzenten Volmary und Lannes, Ricoter sowie die Sager Gartengalerie AG. Zusammengehalten wurde alles durch Irène Nager von Nager Promotions, die seit 2004 mit JardinSuisse zusammenarbeitet.

Sie luden zunächst am Sonntag in die Gärtnerei Schaniel in Malans (GR) ein, abends ins Hotel Schweizerhof. Das Ziel war auf den ersten Blick ein eher ungreifbares, entpuppte sich auf den zweiten dann als gelungene Marketingveranstaltung. Pflanzenneuheiten, Hochbeete, torffreie Erden, Pflanzenstärkungsmittel; all das zusammengehalten durch ein kulinarisches Fest im Restaurant «Scalottas», wo Küchenchef Hansjörg Ladurner (15 Punkte GaultMillau) die Anwesenden verköstigte. Keine Massenveranstaltung, sondern im Gegenteil ein Anlass für ausgewählte Gäste. Journalisten nicht nur von der Fachpresse, sondern auch von Publikumsmedien wie 20 Minuten, Architektur- und Gartenmagazinen sowie Blogger waren beim Anlass anwesend. Zum abschliessenden Gruppenfoto lächelte die 20-Minuten-Redaktorin ebenso freundlich in die Kamera wie der Produzent von Pflanzenstärkungsmitteln. «So ein Hochbeet», war die abschliessende Meinung des Architektur-Journalisten, «brauche ich auch.»

Warum nicht medial zelebrieren?

Netzwerkpflege ist das Schlüsselwort. Begonnen hatte es mit Claudia Züllig Landolt, der Chefin des Schweizerhofs. Für den Innenbereich ihres Hotelgartens wünschte sie



In etwa drei Jahren möchte Norbert Schaniel die gesamte Produktion im Beet- und Balkonpflanzen-Bereich sowie Gemüse-Setzlinge torffrei produzieren.

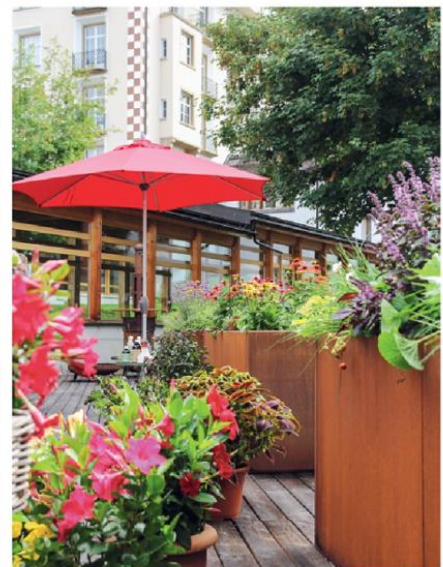
sich strukturierende Hochbeete. Irène Nager von Nager Promotions kam dieser Wunsch zu Ohren. Seit 2007 betreut sie das Hotel mit dem grössten Alpen-Hamam der Schweiz. Zu ihrem Netzwerk gehört auch Green Pflanzenhandel. Franco Schröthenthaler, der bei Green Pflanzenhandel für den Verkauf Ostschweiz, die Region Zürich und das Tessin zuständig ist, erfuhr davon und reiste mit der Freundin ins Hotel. Dort traf er auf die Hotelchefin. Und langsam nahm eine Idee Gestalt an. Denn: Ein Hochbeet benötigt Erde. Es muss bepflanzt werden. Damit die Hotelgäste lange Freude daran haben, muss es gepflegt werden – oder optimal mit denjenigen Substanzen ausgestattet sein, welche stärkend auf die Pflanzengesundheit wirken. Und wenn schon so viele unterschiedliche Player zusammenkommen – warum das Ereignis nicht medial zelebrieren?

Was im Gedächtnis blieb

Nach dem Event wussten die Anwesenden, welche Problematik hinter dem globalen

Torfabbau steckt und welche Anstrengungen ein Produktionsbetrieb wie die Gärtnerei Schaniel unternimmt, um den eigenen Torfeinsatz zu reduzieren – und um ihn in drei Jahren auf null gebracht zu haben. Sie hatten erfahren, dass in den vergangenen Jahren die gärtnerische Produktion vom Strukturwandel stark betroffen war, dass jedes Jahr mehrere Betriebe schlossen oder ihre Produktion einstellten, dies dank innovativen Betrieben aber nicht zu einer Verminderung der in der Schweiz produzierten Menge geführt hat. Es als Konsequenz also ein grossflächiges Verschwinden von kleinen Dorfgärtnereien gegeben hatte. Und dass die Wirtschaftsleistung der Grünen Branche bei jährlich 600 Millionen Franken liegt und damit deutlich höher ist als im Weinbau, Obstbau oder Getreideanbau in der Schweiz.

Nun fragt man sich, warum eine Journalistin von 20 Minuten diese Zahlen interessieren. Letztlich hängt alles mit dem durch die Pandemie befeuerten Interesse am



Die Journalistinnen und Journalisten bekamen in der Lenzerheide Informationen zu den Themen Pflanzenneuheiten, Hochbeete, torffreie Erden und Pflanzenstärkungsmittel.

Gärtnern zusammen. Gärtnern und Kulinarik haben während der Covid-19-Pandemie eine Initialzündung erhalten, die noch immer anhält – und wohl noch für die nächsten drei, vier Jahre weiter andauern wird. Auch Populärmedien benötigen grüne Inhalte, und das Interesse der anwesenden Journalistinnen und Journalisten deutete an, dass auch in deren Redaktionen das Interesse daran gross ist.

Luft nach oben

Am folgenden Montag hatten die Veranstalter die Chance, sich und ihre Produkte zu präsentieren – was sie auch taten. Anwesend war auch Lukas Hader von Multikraft, der eigens aus dem österreichischen Pichl bei Wels mit der frisch angetrauten Ehefrau angereist war. Es ist kaum zwei Jahre her, dass Multikraft und Green Pflanzenhandel ihre Kooperationsgemeinschaft gegründet haben. «Vor einem Jahr», erzählt Schlüssel, «haben etwa drei Schweizer Gartencenter die Multikraft-Produkte eingesetzt. Heute

werden sie von 53 Gartencentern vertrieben. 70 bis 80 Schweizer Produzenten setzen die Substanzen in der Pflanzenproduktion ein.» Hinzu kommen botanische Gärten, Institutionen, die öffentliche Hand – und sogar Gartenbauer, welche die Substanzen im Rahmen eines effektives Abos gezielt bei den Kunden einsetzen – und grossen Zulauf erführen. Doch es gebe «noch viel Luft nach oben», so Lukas Hader.

Multikraft gehört zu den ersten Unternehmen, das die Anwendung von Effektiven Mikroorganismen in grossem Massstab professionalisiert haben. 2003 hat das Unternehmen grossflächig mit der Produktion der biologisch ungefährlichen Substanzen begonnen, 2009 gründete es ein eigenes DNA-Labor. Mittlerweile vertreibt Multikraft die Produkte in 35 Ländern weltweit, mit einer klaren Kurve nach oben. In der Schweiz sei die Zugänglichkeit zum Thema besonders spürbar gewesen, so der Multikraft-Geschäftsführer. Die Sensibilität anderer Länder wie beispielsweise

Deutschland sei noch lange nicht so weit – ganz zu schweigen vom Grossproduzenten Holland.

Nachahmung erwünscht?

Giardina, Öga: 2022 ist das Jahr, in dem endlich wieder grosse Gartenbaumessen stattfinden. Die Sehnsucht danach ist gross. Gleichzeitig hat der Event «Vom Hochbeet auf den Teller» gezeigt, dass Netzwerkpflege unerlässlich ist. Denn die Streuung hat funktioniert. Anwesende wie Remo Vetter alias der «Lazy Gardener», welcher fast vier Jahrzehnte das Alfred-Vogel-Gesundheitszentrum in Teufen AR leitete, konnten damit einen Beitrag auf tvo-online und einen weiteren auf dem Nachrichtenportal nau.ch verbuchen. Und auch für alle anderen Sponsoren wird der Anlass für entsprechende Aufmerksamkeit gesorgt haben.