

Schnittblumen

„Made in Germany“



am Dienstag, 25. Juni 2013,
im Versuchszentrum Gartenbau Straelen
Hans-Tenhaeff-Straße 40-42 in 47638 Straelen



In Zusammenarbeit mit dem

Versuchszentrum Gartenbau Straelen/Köln-Auweiler
der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen
und

mit freundlicher Unterstützung der

Landwirtschaftskammer
Nordrhein-Westfalen

 **Veiling Rhein-Maas**

Warum diese Veranstaltung?

Eine Strategie für die Zukunft unserer Branche muss lauten

In Wert setzen von Blumen und Pflanzen.

Dabei geht es um die Erhöhung sowohl der **Wertschätzung** als auch der **Wertschöpfung**.

Eine neue Untersuchung über das Nachfrageverhalten bei Blumen und Pflanzen zeigt, dass die Wertschätzung unserer Produkte bei jüngeren Verbrauchern abnimmt oder nicht mehr vorhanden ist. Schnittblumen spielen in ihrem Leben nur noch eine untergeordnete Rolle. Wenn diese jüngeren Menschen ihre jetzige Einstellung zu Schnittblumen beibehalten, werden sie, auch wenn sie älter sind und in höhere Einkommensklassen kommen, keine großen Ausgaben für diese Produkte leisten. Bei dieser Entwicklung müssen wir in 20 Jahren mit einem deutlichen Nachfragerückgang rechnen.

Die Antwort auf dieses Problem ist die **Erhöhung der Wertschätzung**, d. h. Einstellungsänderungen, die bei den Verbrauchern zu erreichen sind. Das ist eine Aufgabe aller, die zukünftig im Sektor oder am Sektor verdienen wollen.

Wenn Blumen immer billiger werden, haben sie für die Käufer immer weniger Wert und verkommen zu einem Wegwerfartikel. Ein Imagewandel zum Luxusgut, das sich dennoch jeder leisten kann, ist angesagt. Untersuchungen zeigen, dass nach der Geiz-ist-geil-Welle die Verbraucher tendenziell, trotz Wirtschaftskrise, wieder mehr Geld für wertigere Dinge ausgeben. Wie verhält es sich bei Schnittblumen?

Zum anderen muss die **Wertschöpfung** mit Blumen erhöht werden. Die Erzeugerlöhne müssen die Kostensteigerungen abdecken können und das Kapital u. a. für notwendige Innovationen und Investitionen liefern. Die Sortimente dürfen nicht an Attraktivität verlieren. Das Verbraucherinteresse an den Produkten muss erhöht werden.

Hier sind alle Teilnehmer der Lieferkette gefragt. Wie kann die Wertschöpfung in der Lieferkette erhöht werden, damit alle Stufen zu einer ausreichenden Erlössituation kommen? Und welche Chancen haben dabei Schnittblumen „Made in Germany“?

Darum diese Veranstaltung!



Jan Roelofs
Präsident BGI



Frank Zeiler
Geschäftsführer BGI

Programm

12:30 Uhr Eintreffen der Teilnehmer - Imbiss mit Brötchen und Suppe

13:00 Uhr Begrüßung

- **Jan Roelofs** – Präsident BGI e.V. www.bgi-ev.de
- **Andrew Gallik** – Versuchszentrum Gartenbau Straelen/Köln-Auweiler www.landwirtschaftskammer.de

Moderation

- **Dr. Marianne Altmann** – CO CONCEPT, Luxemburg www.coconcept.eu

13:15 Uhr Fakten: Den Markt kennen

Vorstellung der wichtigsten Kennzahlen von der Produktion bis zum Verbraucher

Der Konsumentenmarkt für Schnittblumen

- **Britta Biegler** – AMI, Bonn www.ami-informiert.de

Produktion von Schnittblumen in Deutschland

- **Dr. Marianne Altmann** - CO CONCEPT, Luxemburg

13:45 Uhr Konzepte: Meine Idee ist . . .

Am Markt begegnen sich sehr unterschiedliche Konzepte für die Vermarktung von Schnittblumen. Wir zeigen einige Ideen aus Produktion und Handel.

Wir sind von hier!

- **Peter Hecker** – Geschäftsführer Blumengroßmarkt Düsseldorf eG, Vorstandsmitglied der Vereinigung deutscher Blumengroßmärkte (VDB) www.bgm-duesseldorf.de

Flower Label Programm 2.0

- **Dr. Karlheinz Kröll** – Blütenpracht, Köln www.bluetenpracht.com

Zukunftsforum Wochenmarkt

- **Werner Schnitzler** – Zukunftsforum Wochenmarkt GmbH, Düsseldorf

Produktionsbetriebe

- **Hans-Peter Heinen** - Blumen Heinen, Willich-Neersen
Unter Glas / Freiland www.blumen-heinen.net
- **Ralf Schmitz** – Gärtnerei Schmitz, Straelen
Unter Glas / Freiland, Spezialität Gerbera

15:00 Uhr **Impuls: Florale Street Art**

*Neue Zielgruppen entdecken mit Schnittblumen „Made in Germany“ -
Neue Medien einsetzen und Soziale Netzwerke nutzen*

*Eine Aktion von „Bloom`s“ mit **Klaus Wagener**, Weltmeister der Floristik und **Jürgen Herold**, Deutscher Meister der Floristen www.blooms.de*

mit freundlicher Unterstützung der



Veiling Rhein-Maas



15:30 Uhr **Pause** - Kaffee und Kuchen

16:00 Uhr **Forum: Gemeinsam ins Gespräch kommen**

Mehr Wertschöpfung mit Schnittblumen, geht das überhaupt? Und dann auch noch „Made in Germany“?

Wir wollen mit Ihnen und weiteren ausgewählten Spezialisten aus Produktion und Handel ins Gespräch kommen.

Teil 1: Mein Statement lautet . . .

Gesprächspartner:

- **Markthandel: Werner Schnitzler** – Zukunftsforum Wochenmarkt, Düsseldorf
- **Facheinzelhandel: Klaus Dahlmann** – Blumen Dahlmann, Münster
www.blumen-dahlmann.de
- **Shop in Shop: Peter Hanke** - Alice im Blumenland, Straelen-Herongen
www.alice-im-blumenland.de
- **Lebensmittelhandel: Ralf Philippi** – Einkauf Blumen REWE, Köln
www.rewe-group.com
- **Produktion: Christian Wans** - Wans Rosen, Straelen www.wans-gartenbau.de
- **Produktion: Franz-Josef Hoffacker** – Sommerblumen und Gräser, Wesel-Büderich www.hoffacker-natuerlich.de

Zu diesem Themenkomplex werden die Diskutanten gebeten, ihre Sicht der Dinge kurz zu erläutern.

Kernfragen:

- 1.) Was können Sie zur Absatzsicherung und zur Realisierung von Mehrwert tun?
- 2.) Welche Ansprüche haben Sie an Ihre vor- und nachgelagerten Partner?
- 3.) Wo sehen Sie gleiche Ziele? Wo sehen Sie Zielkonflikte?
- 4.) Wie können Zielkonflikte aus Ihrer Sicht für mehr Wertschöpfung in der Lieferkette gelöst werden?
- 5.) Was können wir gemeinsam tun?

Teil 2: Moderierte Diskussion aller Teilnehmer

18:00 Uhr **ENDE**



Anmeldeschluss: Mittwoch, 19. Juni 2013

Teilnahmegebühr: Die Teilnahmegebühr in Höhe von **25,- €** wird durch das Versuchszentrum Gartenbau bei Eintreffen am Veranstaltungsort **in bar** kassiert.

Veranstaltungsort: Versuchszentrum Gartenbau Straelen
Hans-Tenhaeff-Straße 40-42
47638 Straelen
Telefon: 02834 / 704-0
Fax: 02834 / 704-137
e-mail: straelen@lwk.nrw.de



Verband des Deutschen Blumen- Groß- und Importhandels e.V.
Veilingstraße B102 in 47638 Straelen-Herongen

Ansprechpartner: Frank Zeiler – Geschäftsführer | Thomas Wittenburg – PR-Manager
Phone: +49 – 2839 / 5682-732 | E-Mail: info@bgi-ev.de | Web: www.bgi-ev.de