

## TERMINE

## BAUMSCHULE

**22.11. bis 25.11.**  
Grünberg, Bildungsstätte des Deutschen Gartenbaus  
**Gehölz- und Staudentage 2020**  
Kontakt: [www.bildungsstaette-gartenbau.de](http://www.bildungsstaette-gartenbau.de)

**24.11.**  
Wolbeck, Bildungszentrum Gartenbau und Landwirtschaft  
**Gehölze für Hecken und formale Gärten – Klassiker und Raritäten**  
Kontakt: [www.gartenbauzentrum.de](http://www.gartenbauzentrum.de)

**27.11. bis 29.11.**  
Grünberg, Bildungsstätte des Deutschen Gartenbaus  
**Gehölze und Bäume für das öffentliche Grün der Zukunft – Klimawandel und Co. : Was pflanzen wir in der Zukunft?**  
Kontakt: [www.bildungsstaette-gartenbau.de](http://www.bildungsstaette-gartenbau.de)

## ZIERPFLANZENBAU

**28.10.**  
Rommerskirchen, Gärtnerei Köllen  
**Bio-Zierpflanzen-Jahrestagung im Corona-Modus – Regionale Betriebsbesichtigungen**  
Kontakt: [www.gaertnerei-koellen.de](http://www.gaertnerei-koellen.de)

**28.10.**  
Straelen, Bio Gartenbaubetrieb Rankers  
**Bio-Zierpflanzen-Jahrestagung im Corona-Modus – Regionale Betriebsbesichtigungen**  
Kontakt: [www.lvg-heidelberg.de](http://www.lvg-heidelberg.de); [www.labio.de](http://www.labio.de)

**19.11.**  
Köln Auweiler, Gartenbauzentrum, Gartenstraße 11  
**Pflanzenschutztag NRW für den Zierpflanzenbau in Köln-Auweiler**  
Kontakt: Tel: 0221 5340401 E-Mail: [pflanzenschutztag-zb@lwk.nrw.de](mailto:pflanzenschutztag-zb@lwk.nrw.de)

**06.12. bis 08.12.**  
Heidelberg, Marriott Hotel  
**Azerca-Wintertagung**  
Kontakt: [www.azerca.de](http://www.azerca.de), E-Mail: [info@azerca.de](mailto:info@azerca.de)

## FRIEDHOF

**29.10.**  
Dortmund  
**Seminar „Friedhof: Verkehrssicherungspflichten und aktuelle Fragen des Bestattungsrechts“**  
Kontakt: [www.vhw.de](http://www.vhw.de)

**29.10.**  
Hannover, Hotel Loccumer Hof  
**Seminar „Friedhofsgebühren rechtssicher kalkulieren: Veränderungen in der Friedhofskultur und die Auswirkungen auf die Gebührenkalkulation in Niedersachsen“**  
Kontakt: [www.vhw.de](http://www.vhw.de)

**05.11. bis 07.11.**  
Leipzig, Messe **denkmal 2020**  
Europäische Leitmesse für Denkmalpflege, Restaurierung und Altbausanierung  
Kontakt: [www.denkmal-leipzig.de](http://www.denkmal-leipzig.de)

**08.12.**  
Großbeeren, Lehr- und Versuchsanstalt für Gartenbau und Arboristik (LVGA)  
**2. Großbeereener Tag der Friedhofsgärtner und -verwalter**  
Kontakt: <https://bit.ly/3nqelRO>

## GALABAU

**23.10. bis 25.10.**  
Grünberg, Bildungsstätte des Deutschen Gartenbaus  
**Gepflanzte Perspektiven: Raumgestaltung im Garten**  
Kontakt: [www.bildungsstaette-gartenbau.de](http://www.bildungsstaette-gartenbau.de)

**26.10.**  
Münster-Wolbeck, Bildungszentrum für Gartenbau  
**Seminar „Anschluss an Fassaden und Außenwände ohne Mängel ausführen“**  
Kontakt: [www.gartenbauzentrum.de](http://www.gartenbauzentrum.de)

**26.10. bis 27.10.**  
Grünberg, Bildungsstätte des Deutschen Gartenbaus  
**Modernes Grünflächenmanagement – die Bedeutung für Planung, Steuerung und Instandhaltung von Freiräumen**  
Kontakt: [www.bildungsstaette-gartenbau.de](http://www.bildungsstaette-gartenbau.de)

**28.10.**  
Online-Seminar  
**Online-Seminarreihe „Vom Schottergarten zum Traumgarten“**  
17.30 – 18.30 Uhr  
Kontakt: [www.galabau-web-akademie.de](http://www.galabau-web-akademie.de)

**29.10. bis 31.10.**  
Freising, Akademie Landschaftsbau Weihenstephan  
**Fortbildungslehrgang „Betriebsführung Kompakt“ Modul 7 Marketing und Kundenbindung**  
Kontakt: [www.akademie-landschaftsbau.de](http://www.akademie-landschaftsbau.de)

**04.11.**  
Leinfelden-Echterdingen, Haus der Landschaftsgärtner  
**Seminar „Die Plankostenrechnung – Erfolg beginnt mit Überblick. Für mehr Sicherheit und bessere Ergebnisse“**  
Kontakt: [www.galabau-bw.de](http://www.galabau-bw.de)

**Aktueller Stand: 6. Oktober 2020**  
Angaben ohne Gewähr

# ZBG-Tagung: Märkte im Gartenbau



Betriebswirtschaftliche Fachtagung des ZBG: Diesmal Online

Fotos: ZBG/privat

Märkte als Leitthema der 58. Betriebswirtschaftliche Fachtagung des Zentrums für Betriebswirtschaft im Gartenbau (ZBG). Ein Novum in diesem Jahr: Die Veranstaltung fand digital statt, mit ca. 60 Teilnehmenden und großem Engagement in den Diskussionen.  
Von Sascha Westphal, ZBG

**W**ie Direktvermarktung erfolgreich funktionieren kann, stellte Gundula Holm vom Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF) Fürth vor.

## Regionale Vermarktung: Beispiel Ihre RegionalGärtnerei

In dem Verbund „Ihre RegionalGärtnerei“ sind derzeit 45 Betriebe aus allen Regierungsbezirken Bayerns organisiert, mit dem Ziel die Eigenproduktion von Zierpflanzen, Baumschulware und Stauden durch die regionale Direktvermarktung stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit zu rücken.

„Gerade jetzt in der aktuellen Krisenzeit besinnen sich die Verbraucher zurück auf regionale Werte“, so Holm, „Regionalität hat beim Verbraucher nicht nur einen hohen Stellenwert; sie führt auch zu Sympathie zum Unternehmen; auch kleine Betriebe erhalten durch Vernetzung und Kooperation die Möglichkeit für eine effektive Öffentlichkeitsarbeit“. Es entstehen regionale Partnerschaften, aus welchen man Wertschöpfungsketten aufbauen und stärken kann.

Die daraus entstehenden Synergien fließen bei „Ihrer RegionalGärtnerei“ in ein Gemeinschaftsmarketing: weißer RegionalGärtner-Topf mit Logo, einheitliche Werbemittel und eine gemeinsame Website ([www.ihre-regionalgaertnerei.de](http://www.ihre-regionalgaertnerei.de)). Aus Nachhaltigkeitsaspekten verpflichten sich die Betriebe auf eine umweltschonende Produktion, auf einen weitestgehend regionalen Bezug von Saatgut und Jungpflanzen sowie zur Bindung von qualifizierten Mitarbeitern und zur Förderung von Nachwuchskräften.

## Corona verdeutlicht Rolle des betrieblichen Risikomanagements

Die Corona-Krise hat gezeigt, wie schnell Unternehmen durch ein unvorhersehbares Ereignis große Umsatzeinbußen hinnehmen müssen. „Die Volatilität der Umsätze ist aber auch ohne Corona in der Landwirtschaft und dem Gartenbau vergleichsweise hoch“, erklärte Prof. Dr. Martin Odening von der Humboldt Universität Berlin. „Die Betriebe unterliegen nicht nur externen Risiken, wie Risiken des Marktes, sondern auch internen betrieblichen Risiken im Produktionsprozess“. Dazu gehören neben dem Klima zukünftig auch vermehrt Risiken durch Quarantäneschadorganismen.

Um auf solche Ereignisse gut vorbereitet zu sein, stehen den Unternehmen unterschiedliche Risikomanagementstrategien zur Wahl. Diese reichen von Versicherungen und Liquiditätsreserven über die Diversifikation des Sortiments und der Absatzformen bis hin zu Terminkontrakten oder Wetterderivaten. Aufgrund des Interesses der Teilnehmenden wird es vom ZBG einen Workshop zu Risikoinstrumenten geben.

## Direktvermarktung über Marktschwärmerei

Über einen weiteren innovativen Direktvermarktungsweg informierte Prof. Dr. Guido Recke von der Hochschule Osnabrück. Bei der „Marktschwärmerei“ können Kunden landwirtschaftliche Produkte per Online-Bestellungen ordern und an einem innerstädtischen „Gastgeberort“ von den Erzeugern abholen. Durch das Vorabbestellen sowie -bezahlen kann Überproduktion vermieden werden – gerade für kleinere Betriebe eine Chance. Zudem kann man so ein anderes Klientel als auf dem Wochenmarkt erreichen.

„Eine erfolgreiche Marktschwärmerei steht und fällt mit den Gastgebern“, resümiert Prof. Recke. Sie sollten selber aus Erzeugerreihen kommen, für ein vielfältiges Produktangebot sorgen und einen attraktiven Standort wählen. Sein Fazit: besonders durch die Corona-Krise hat sich ein großes (Kunden-) Potenzial für dieses Prinzip entwickelt.

## Evaluierung der Förderungen von Erzeugerorganisationen

Dr. Walter Dirksmeyer vom Thünen-Institut für Betriebswirtschaft stellte Ergebnisse der Evaluierung der Nationalen Strategie für nachhaltige Operationelle Programme der Erzeugerorganisationen für Obst und Gemüse (EO) vor. EOs werden im Rahmen der Gemeinsamen Marktorganisationen Obst und Gemüse (GMO) unter Einhaltung einer Vielzahl an Bedingungen mit dem Ziel gefördert, die Wettbewerbsfähigkeit der Mitgliedsbetriebe zu steigern.

Die Evaluierung zeigt: Der Wert der vermarkteten Erzeugung ist über die letzten Jahre gestiegen, obwohl die EOs stark an Mitgliedern eingebüßt haben. Die Schwankungen im Absatzwert sind bei den EOs erheblich geringer verlaufen als bei der deutschen Gesamtproduktion, was auf stabilere Abnehmerbeziehungen hinweist. „Auf welche einzelnen Maßnahmen die positiven oder auch negativen Effekte zurückzuführen sind, lässt sich kaum isolieren“, resümiert Dr. Dirksmeyer.

## Erzeuger: Absatz über den LEH

In ihrem Vortrag „Wie tickt der Lebensmittelhandel? Anforderungen an und Möglichkeiten für regionale Vermarkter“ gab Frau Heike Zeller, aHEU München einen spannenden Einblick in den Umgang des Handels mit den Erzeugern. Neben den Voraussetzungen für die Listung bei Lebensmitteleinzelhändlern standen die zu verhandelnden Konditionen im Vordergrund ihrer Ausführungen. „Leider tauchen im Verlauf oder nach Abschluss von Verhandlungsgesprächen immer noch unlautere Handelspraktiken auf“, führt Zeller an. Das BMEL finalisiert hierzu einen Gesetzentwurf, um die Position der Erzeuger zu stärken.

„Der LEH in Deutschland steht unter hohem Druck“, gab Zeller zu bedenken. Besonders durch die Digitalisierung wurde das Marktvolumen der Onlinekäufe stetig erhöht. Dennoch: „Der LEH erreicht die meisten Kunden und interessiert sich für regionale Produkte. Und: Auch im LEH stehen hinter den Entscheidungen Menschen“, schloss Zeller ihren Vortrag ab. Die Expertin rät: „Beziehungen und Marken aufzubauen, erzeugen Sie öffentlichen Druck!“.

## Gartenbaumärkte – Transparenz für alle Beteiligten notwendig

Robert Luer stellte die Neuerungen beim Betriebsvergleich vor. „Egal, welche Wege man beschreitet, neue Strategien müssen

finanzierbar sein und der Erfolg messbar“, so Luer.

Der Betriebsvergleich 4.0 wurde um zahlreiche neue Funktionen erweitert. Besonders für einzelne Gruppen sind Sonderauswertungen sehr hilfreich für das Monitoring auf neuen konzeptionellen Wegen. Für den aktuellen Halbjahresvergleich wurde der neue Beratungsbrief vorgestellt, bei welchem konsequent auf eine Visualisierung der Kennzahlen in Abbildungen gesetzt wurde. Wichtige Trends sind so einfacher identifizierbar. Darüber hinaus wurde der Service des ZBG erweitert, so dass der Aufwand für die teilnehmenden Unternehmen und Steuerberatungen deutlich reduziert ist ([www.zbg.uni-hannover.de/halbjahresvergleich](http://www.zbg.uni-hannover.de/halbjahresvergleich)).

## Fazit der Tagung

Kooperative Ansätze in der Vermarktung sind ein Erfolgsgarant. Aber auch Kreativität in den Vermarktungsstrategien ist gefragt, wobei eine konsequente Orientierung an den Bedürfnissen bestimmter Konsumentengruppen erfolgsbestimmend ist. Ganz gleich, ob bei der direkten oder indirekten Vermarktung, eines wurde für beide Wege deutlich: Vertrauen, Verlässlichkeit durch intensiven Dialog und Kontakt zum Abnehmer, das heißt der Aufbau von Wertschöpfungspartnerschaften in der Lieferkette ist angesagt. Der Tagungsband ist unter dem Link ([www.zbg.uni-hannover.de/transfer/fachtagungen](http://www.zbg.uni-hannover.de/transfer/fachtagungen)) zu bekommen.



Heike Zeller



Robert Luer



Prof. Dr. Guido Recke



Gundula Holm



Dr. Walter Dirksmeyer



Prof. Dr. Martin Odening