

Es grünt so grün im Gartencenter

Warum trotz Liebe zur Gartenarbeit immer mehr Technik Einzug in Schweizer Gärten hält

Gut 4,5 Mrd. Fr. geben Herr und Frau Schweizer jährlich für ihre Gärten aus. Dabei soll die grüne Oase vor allem wenig Arbeit machen.

Birgit Voigt

Jetzt drängeln sich die Kunden wieder durch die Gänge und beladen die extragrossen Einkaufswagen. Sie suchen Lückenfüller in der mickrigen Lavendelreihe, Ersatz für die eingegangene Aprikose und eine Ladung Fiederpolster-Pflanzen, um dem Unkraut den Boden streitig zu machen. Im Frühling inspizieren rund um den Globus die Menschen erst ihre Gärten, Terrassen und Balkone, betrauern die Pflanzenleichen, die der Winter hinterlassen hat, und fahren dann ins Gartencenter.

Im letzten Jahr gab der gärtnernde Teil der Menschheit sage und schreibe 83 Mrd. Fr. aus nur für Pflanzen, Dünger, Werkzeuge, Erden, Töpfe und anderes mehr. Zum Beispiel für Rasenmäher: 6,5 Mrd. Fr. für das richtige Vehikel, um den perfekten Schnitt zu erzielen. Verglichen mit 2011 stiegen die Ausgaben im Gartendetailhandel um 10%, globale Wirtschaftskrise hin oder her. Die Studie des Marktforschungsunternehmens Euromonitor erfasst dabei nur einen Teil der Ausgaben, die die Leute in ihre grünen Oasen stecken.

In der Schweiz fliessen erhebliche Mittel in die Verschönerung des Gartens. Insgesamt dürften es nach einer Aufstellung des Gärtnerverbandes Jardin Suisse jährlich über 4,5 Mrd. Fr. sein. Dabei lässt der Begriff «Garten» Raum für Interpretation: Zwischen dem «Pflanzplatz» für den Gemüse-selbstversorger, dem Schrebergarten-Idyll und dem stilisierten «Aussenraum» einer Villa liegen Welten.

Vor allem pflegeleicht

Der in Rapperswil-Jona ansiedelte Gartengestalter Simon Rüegg erfüllt mit seiner Firma Parc's die Gartenträume von mehrheitlich Gutverdienenden. «Die Menschen wollen heute in ihren Gärten wohnen», sagt Rüegg. Es wird dementsprechend



Inspirationsquelle: Besucherinnen der Messe Giardina betrachten ein Blütenmeer. (Zürich, 15. 3. 2017)

«ingerichtet». «Der Garten soll wohnlich sein, natürlich und schön aussehen, gleichzeitig aber wenig Pflege erfordern.» Deshalb zieht in die Gärten immer mehr subtile Technik ein: Rasenroboter und Bewässerungsanlagen erledigen einen Teil der Arbeiten, die die Kunden scheuen.

Auch Johannes Zulauf, Co-Geschäftsführer des Gartencenters Zulauf im aargauischen Schinznach Dorf, benennt den geringen Pflegeaufwand als Priorität vieler Kunden, wenn der Garten neu angelegt werde. Kiesflächen mit wenigen Pflanzen seien gefragt, weil sie vermeintlich wenig Arbeit machten. «Doch hier irren sich die Leute. Eine gescheite Bepflanzung verursacht, wenn einmal

eingewachsen, weniger Aufwand.» Für Zulauf ist zwar die neue Begeisterung vieler Städter für die Zucht einer eigenen Tomate auf dem Balkon erfreulich. Doch der Trend zum verdichteten Bauen wirft für den Unternehmer auch existenzielle Fragen auf. «Die Flächen, die es da zu bepflanzen gilt, brauchen wesentlich weniger und viel kleineres Pflanzenmaterial als der Garten eines Einfamilienhauses.»

Die Dienstleistungen der rund 3800 Garten- und Landschaftsbau-Betriebe mit 20 000 Beschäftigten erfreuen sich seit Jahren in der Schweiz einer steigenden Nachfrage. Sie erzielten den Löwenanteil des Branchenumsatzes, rund 3,5 Mrd. Fr. im Jahr

2014. Neuere Zahlen gibt es nicht. Tendenziell halte der Aufwärtstrend an, sagt Jardin-Suisse-Geschäftsführer Carlo Vercelli. Dabei ist der Einsatz eines Landschaftsgärtners für die Neugestaltung kein günstiger Spass. Für Budgets unter 50 000 Fr. lohnt sich der Beizug der Experten nicht.

Extremer Wettbewerb

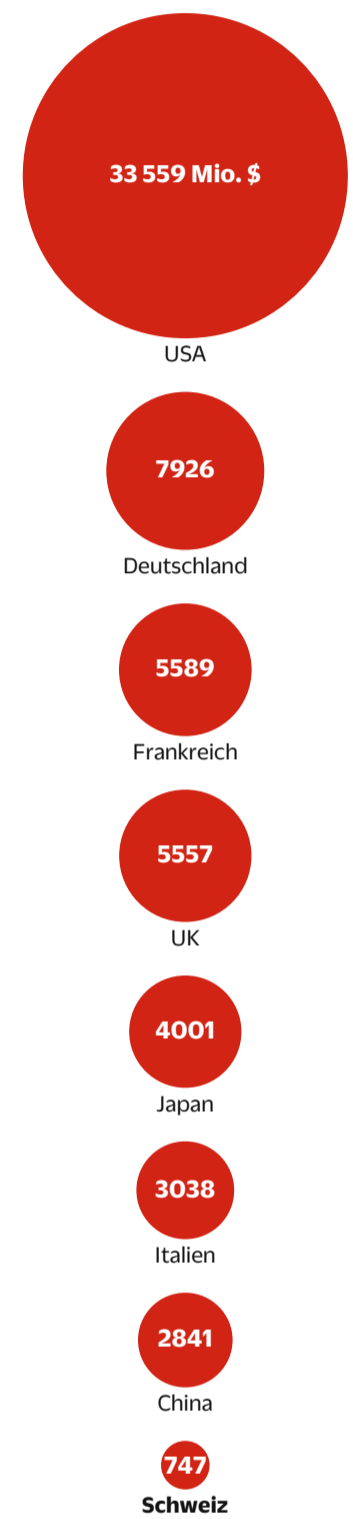
Deutlich weniger komfortabel ist in der Schweiz die Situation der Produzenten von Zier- und Baumschulpflanzen. Trotz der neuen Lust aufs Grüne kämpfen sie seit Jahren mit sinkenden Umsätzen, die sich auch in den Zahlen für den gesamten Gartendetailhandel niederschlagen (siehe Grafik unten links). Die Rückgänge sind dabei nicht einem Mengenschwund, sondern vor allem stetig sinkenden Preisen geschuldet. Die Schweizer Pflanzenproduzenten konkurrieren ohne Schutzwall mit den Anbietern aus den Niederlanden und anderen EU-Ländern. Von 2004 bis 2016 hat die Menge der importierten Pflanzen um 40% zugenommen, wertmässig gingen die Einfuhren im gleichen Zeitraum um 2,8% zurück auf 543 Mio. Fr.

Zwar hätten die lokalen Gartenpflanzen-Hersteller ihren Anteil am Heimmarkt bei gut der Hälfte halten können, sagt Carlo Vercelli, «aber der Preisdruck ist irrsinnig». Der resultierende Strukturwandel sei unübersehbar: «Die Grossen werden stärker, die Kleinen verschwinden oder spezialisieren sich.» Der Verband strengt sich an, mit Herkunftsmarken wie «Schweizer Pflanzen» und «Suisse Garantie» den Endkunden dafür zu gewinnen, einen etwas höheren Preis zu bezahlen.

Die insgesamt 24 000 Beschäftigten der Branche werden aber auch dann nicht reich. Kürzlich vereinbarten Arbeitgebermitglieder des Verbandes mit den Arbeitnehmern neue Mindestlöhne. Bei 4200 Fr. für Angestellte im gärtnerischen Detailhandel und 4650 Fr. für einen Gartenbauer mit drei Jahren Berufserfahrung fängt jetzt die Lohnskala an. Der Beruf bleibt einer, den man vor allem aus Liebe zu Blume, Baum und Strauch ergreift.

Spendable Gärtner

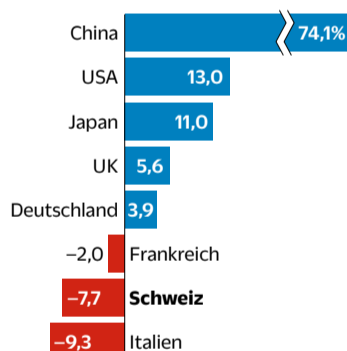
Umsätze im Garten-Detailhandel nach Ländern, 2016



Quelle: Euromonitor International

China blüht

Ausgabenveränderung in % für Gartenbedarf nach Ländern 2011-16



Quelle: Euromonitor International

Auto fahren mit Reifen aus Löwenzahn-Saft

Continental investiert 35 Millionen Euro in ein Projekt, das die Abholzung von Regenwald stoppen könnte.

Susanne Ziegert, Berlin

Ihren Spitznamen wird die Materialforscherin Carla Recker vom Reifenhersteller Continental wohl nicht so schnell ablegen. Intern ist die junge Frau als «Mrs. Löwenzahn» bekannt, Bilder zeigen sie vor blühenden gelben Wiesen. Ferienbilder sind das jedoch nicht, sondern Fotos aus einem Zukunftsprojekt.

Die Entwicklungsabteilung des Unternehmens arbeitet gemeinsam mit Wissenschaftlern daran, Naturkautschuk aus Löwenzahn zu gewinnen. Die ersten Reifen wurden bereits erfolgreich erprobt. In fünf bis zehn Jahren, so die Vision, kann die Wiesenblume in der Serienproduktion eingesetzt werden.

Wissenschaftler des Fraunhofer-Instituts für Molekularbiologie an der Universität Münster haben den Milchsäure des Löwenzahns für die Kautschukgewinnung wieder-

entdeckt. Bereits 1905 hatten Forscher daran gearbeitet. Die Pflanze gilt als anspruchslos, wächst in gemässigtem Klima und auf kargen Böden und muss somit keine Nahrungsmittelproduktion verdrängen. Dagegen sind die Anbauflächen für den Kautschukbaum, *Hevea brasiliensis*, begrenzt. Er wird in Monokultur-Plantagen vor allem in Südostasien kultiviert, die durch das starke Nachfragewachstum an ihre Grenzen kommen. «Durch zusätzliche für den Anbau erschlossene Flächen ausserhalb des Kautschukgürtels kann der Druck auf den Regenwald verringert werden, der sich aus der wachsenden Nachfrage nach Naturkautschuk ergibt», erklärt Carla Recker, die seit acht Jahren an dem Projekt arbeitet.

Noch gibt es kein synthetisches Material, das ähnliche Eigenschaften hat wie Naturkautschuk. 10 bis 41% der Pneus bestehen aus dem Stoff. Die Versuche der Wissenschaftler der Universität Münster zeigten, dass vor allem der russische Löwenzahn einen besonders hohen Anteil des Gummi-Rohstoffs produziert und sich als künftige Basis für die Indus-

trieproduktion eignet. Gemeinsam mit den Wissenschaftlern und einem Anbaubetrieb wurden Züchtungen entwickelt, die doppelt so gehaltvoll sind wie die wild wachsende Pflanze. Die interdisziplinäre Projektgruppe erarbeitete Methoden für den Anbau, die Ernte und die Verarbeitung. Dabei kamen teilweise ungewöhnliche Apparate zum Einsatz - wie etwa eine Maschine für die Spinaternte.

Beim ursprünglichen Verfahren werden die Wurzeln von den Blättern getrennt und aussortiert, für den Löwenzahn wurde der Prozess umgekehrt. Die Wurzeln werden in einer eigens entwickelten Mühle zerkleinert und dann in die Reifenmischung eingebracht. Im ersten Schritt wurden 20 Winterreifen hergestellt, mit dem Logo der Pflanze und dem neuen Markennamen Taraxagum, angelehnt an die botanische Bezeichnung der Pusteblume.

«Zahlreiche Tests zuerst auf Prüfmaschinen und danach auf trockener und nasser Fahrbahn sowie unter winterlichen Bedingungen haben gezeigt, dass die Eigenschaften vergleichbar sind -



Materialforscherin Carla Recker vor einem Löwenzahnfeld.

dabei ist die Sicherheit am wichtigsten», erklärt Continental-Sprecher Alexander Bahlmann. Man sei überzeugt, dass die Industrialisierung von Löwenzahn eine sinnvolle Sache sei.

Auch als Reifen für Lastwagen und in der Schwingungstechnik von Fahrzeugen wurde das Material erfolgreich getestet. Der neue Rohstoff habe eine deutlich bessere CO₂-Bilanz durch den Wegfall von langen Transportwegen, der Anbau könnte in der Nähe der

Werke stattfinden. Zudem kann die Gewinnung flexibel gesteuert werden. Von der Saat bis zur Ernte vergehen nur acht Monate, eine Kautschukplantage ist erst sieben Jahre nach dem ersten Spatenstich bereit für die Ernte.

Ob sich das Vorhaben betriebswirtschaftlich rechnet, hängt von den stark volatilen Weltmarktpreisen ab, die durch die zunehmende Nachfrage weltweit langfristig steigen dürften. Die Kosten für den Löwenzahn-Kautschuk

lassen sich erst nach einer Ausweitung der Produktion im Industriemasstab einschätzen. In den Aufbau der Produktion investiert Continental in den nächsten fünf Jahren 35 Mio. €, das Landwirtschaftsministerium half mit 2,4 Mio. € Fördergeld.

In Kürze soll der Bau des Taraxagum Lab in der Stadt Anklam im wenig bevölkerten nordöstlichen Bundesland Mecklenburg-Vorpommern beginnen. Bis 2021 soll dort eine Anlage mit über 20 Mitarbeitern aufgebaut werden, wo sich die bisher für Laborbedingungen entwickelten Prozesse bewähren müssen.

Bis jetzt wird der Löwenzahn auf 15 ha angebaut, die Flächen sollen auf 800 ha ausgeweitet werden. Landwirte aus der Region sollen künftig auf ihren Flächen die gelben Blumen ansäen, die noch weiter zu optimieren seien. «Wenn eine Hektare Fläche eine Tonne Material ergibt, ist der Löwenzahn wettbewerbsfähig», sagt Bahlmann. Noch laufen Tests des Materials für weitere Anwendungen. In fünf bis zehn Jahren soll der Löwenzahn dann für die Produkte eingesetzt werden.