LZ-Rheinland

Artikel vom 13.09.2023 · Ausgedruckt am 26.11.2026, 07:18 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/landgard-mitgliedsbetriebe-verzeichnen-gute-nachfrage-nach-heidepflanzen

Landgard-Mitgliedsbetriebe verzeichnen gute Nachfrage nach Heidepflanzen



Calluna-Produzent Steffen Bratfisch
Foto: privat

Auch wenn in den letzten Tagen der Hochsommer nochmal eine Extra-Runde gedreht hat: Mit dem September ist die Herbstsaison bei den Landgard-Mitgliedsbetrieben in vollem Gang. „Wir haben in der letzten Woche mit der Auslieferung der erste Callunen begonnen und sind, Stand heute, mit der Saison sehr zufrieden. Die Produktionsbedingungen hier im Rhein-Main-Gebiet waren in diesem Jahr für Heidepflanzen sehr gut, so dass unsere Ware eine Top-Qualität hat“, freut sich Steffen Bratfisch. Seit 2016 leitet der 42-Jährige in dritter Generation das Familienunternehmen Gartenbaubetrieb Bratfisch GbR in Obertshausen. „Die Kultur von Heidepflanzen gehört bei uns seit den 50er-Jahren quasi zur Familientradition. Außerdem sind wir eine der ersten Gärtnereien, die ‚Beauty Ladies®‘ in Lizenz kultiviert haben. Dadurch können wir natürlich auf einen enormen Erfahrungsschatz zurückgreifen.“

Auf rund drei Hektar produziert Gartenbau Bratfisch heute ein breites Sortiment an rund 450.000 Callunen und Eriken der verschiedensten Sorten. Die Nachfrage nach Heidepflanzen ist bei dem Familienbetrieb Bratfisch in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Laut AMI sicherten sich die Callunen auch 2022 – gemeinsam mit Geranien – den ersten Platz unter den Top 10 der Beet- und Balkonpflanzen in Deutschland. „Dabei sind neben knalligen Farben und mehrfarbigen Pflanzen jetzt auch Mischbepflanzungen mehr und mehr im Kommen“, so Steffen Bratfisch. „Neu in unserem Sortiment ist zum

Beispiel eine Kombination aus Erica carnea und der Calluna vulgaris ‚Skyline' von ‚Beauty Ladies®', die wir exklusiv für die Landgard-Cash & Carry-Märkte produzieren. Die Kombination aus hochwertigen Pflanzen, neuen Ideen und dem richtigen Marketing ist extrem wichtig."

Die Verbindung verschiedener Herbstklassiker zu einer stimmigen Gesamtpräsentation ist auch die Grundidee, die hinter dem Verkaufskonzept „Herbstkunst" steht. In der KW 38 und 39 zeigt Landgard in den Cash & Carry-Märkten und auch online, wie beliebte Herbstprodukte zu einem Blickfang am Point of Sale werden können. „Angesichts des allgegenwärtigen Fachkräftemangels haben Floristen im stressigen Berufsalltag oft zu wenig Zeit für Kreativarbeit. Konzepte wie ‚Herbstkunst' sind eine gelungene Basis, um saisonale Produkte am eigenen PoS in Szene zu setzen. Die Praxistipps geben wertvolle Anregungen, wie das Grundthema mit passenden Pflanzen kreativ umgesetzt und interpretiert werden kann. So entsteht ein stimmiges Gesamtkonzept, das für den Fachhandel eine echte Arbeitserleichterung sein kann", findet Klaus Wagener, Floristmeister und Kreativ-Leiter BLOOM's.

Quelle: Landgard