

Preisträger Deutscher Innovationspreis Gartenbau 2018

Kategorie „Technik“

Mayer GmbH & Co.KG Maschinenbau und Verwaltung, Heidenheim, für ihr Topfmagazin „Potjet“

Die Firma Mayer GmbH & Co.KG in Heidenheim hat mit dem neuen Topfmagazin „Potjet“ eine Optimierung bei der Topfvereinzelnung in der Topfmaschinenteknik entwickelt.

Die Automatisierung in der Zierpflanzenproduktion in Töpfen hatte mit der Entwicklung der Topfmaschine ihren Anfang genommen. Diese Maschinen füllen Töpfe mit Substrat. Die gestapelten Töpfe vorher zuverlässig zu vereinzeln, stellt die Entwickler vor knifflige Herausforderungen. Dies gilt ganz besonders für sehr große Töpfe und die Verwendung unterschiedlicher Topfgrößen.

Hier setzt das von Mayer entwickelte Magazin „Potjet“ neue Maßstäbe. „Potjet“ ist geeignet für runde magazinfähige Kunststofftöpfe von 12 – 40 cm Durchmesser und kompatibel mit den meisten Topfmaschinen von der Fa. Mayer und auch anderer Hersteller. Nie war die Umstellung für unterschiedliche Topfgrößen einfacher und schneller. Die innovative Lösung zur Vereinzelnung von Kunststoff-Blumentöpfen arbeitet mit vier sich drehenden Schnecken und benötigt so keinen Wechsel der Topfeingaben wie bei herkömmlichen Topfmagazinen. Ebenso ist sichergestellt, dass immer nur ein einzelner Topf eingesetzt wird. Diese Entwicklung stellt eine große Arbeitserleichterung für viele Gartenbaubetriebe im Produktionsprozess dar, insbesondere weil das System an bereits vorhandenen Topfmaschinen nachgerüstet werden kann.

Kategorie „Kooperation/Betriebsorganisation/Unternehmenskonzepte“

Bund deutscher Friedhofsgärtner (BdF), Bonn, für das Projekt „NaturRuh - Natürlich Erinnern“

Das Konzept „Natur Ruh – Natürlich Erinnern“ ist ein Ansatz, durch den (BdF), im Verbund mit Unternehmen und Treuhandgesellschaften, Friedhöfe attraktiv naturnah gestalten will. Die Gräber verschmelzen bei dem Konzept mit der Rahmenbepflanzung, in der Staudenmischungen mit jahreszeitlichen Blühaspekten verwendet werden, Nistkästen und Futterstellen für Tiere aufgestellt werden und Gehölze als Insekten- und Bienenweiden integriert sind. Damit wird der ökologische Wert von Friedhofsflächen durch biologische Vielfalt gesteigert und zugleich eine neue Form der Gestaltung von Grabflächen und der Rahmenbepflanzung der gesamten Anlage etabliert. Areale, die auf Friedhöfen nach dem „Natur Ruh-Konzept“ entwickelt werden, sind gärtnerisch betreute Grabanlagen mit unterschiedlichen Beisetzungsmöglichkeiten. Insgesamt entsteht damit auch für Friedhofsgärtnereien ein nachhaltiges Geschäftsmodell, da die Pflege der Flächen und Gräber über einen Dauergrabpflegevertrag geregelt wird.

Mit dem Innovationspreis soll das Konzept als innovativer Ansatz gewürdigt werden, der friedhofsgärtnerische Dienstleistungen an veränderte Nachfragemuster anpasst. So wird der ökologische Wert von Friedhofsflächen weiter gesteigert und im Konzept, beispielsweise durch die Empfehlung zur Verwendung torfreduzierter Substrate, auch bei der Anlage und Pflege ökologischen Anforderungen Rechnung getragen. Zugleich werden durch die Dauergrabpflege und die naturnahe Ausgestaltung der Flächen maßgebliche gesellschaftliche Entwicklungen in der Trauerkultur aufgegriffen. Durch die Kooperation von Unternehmen, Treuhandgesellschaften und Verband konnte ein differenziertes Konzept ausgearbeitet werden, bei dem gute Marktchancen zu erwarten sind. Bereits jetzt kooperiert eine Vielzahl von Unternehmen, was auf eine hohe

Akzeptanz auf dem Teilmarkt der naturnahen Bestattungen schließen und auf eine inspirierende Wirkung für die gesamte Branche hoffen lässt.

Gärtnerei Anne Niemann in Petershagen in Kooperation mit dem Beratungsunternehmen beyond Flora GmbH für die „Veggie Sisters – Marke für Gemüse- und Salatjungpflanzen“

Die Marke Veggie Sisters hat im Trend liegende Gemüse- und Salatjungpflanzen erfolgreich in den Markt eingeführt. Die Marke richtet sich besonders an eine junge und urbane Zielgruppe, die an modernen, vegetarisch orientierten Ernährungsformen interessiert ist. Dazu wurden Sorten und Sortimente zusammengestellt, die sich an die speziellen Geschmäcker der Zielgruppe richten. Junge Familien mit Kindern werden über ein spielerisches Layout, markante Etiketten, Topfbedruckungen und ein YouTube-Videos angesprochen. Der Facebookauftritt mit Tipps zu Anbau, Pflege, Ernte und Verwendung in der Küche sowie am Grill fördert die Interaktion mit den Endverbrauchern.

Mit dem Innovationspreis Gartenbau soll gewürdigt werden, dass Gemüse- und Salatjungpflanzen als eine herkömmliche Produktgruppe mit Hilfe moderner Markenführung aus der Vergleichbarkeit gehoben wurden. Zudem ist die Marke Veggie Sisters in der Lage, ganz neue Kunden für den Eigenanbau im Garten zu begeistern, sodass der Trend zum „Urban Gardening“ hier für ein konkretes Markenkonzept nutzbar gemacht worden ist. Da sich Märkte immer stärker ausdifferenzieren und dabei unterschiedlichste Trends in Richtung Gesundheit, Nachhaltigkeit, Regionalität, Do it Yourself, etc. an Bedeutung gewinnen, entstehen für kleinere und mittlere Gartenbaubetriebe zunehmend neue Chancen. Die Landgärtnerei Niemann hat diese Chancen durch eine konsequente Verbraucherorientierung, ein Gespür für aktuelle Trends und die Nutzung moderner Kommunikationskanäle vorbildlich genutzt und sollte andere Marktteilnehmer im Gartenbau inspirieren.