

Wissenstransfer der Projektergebnisse des Projektes „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“

G. Hüfing

Berichte aus Energie- und Umweltforschung

40/2010

Impressum:

Eigentümer, Herausgeber und Medieninhaber:
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
Radetzkystraße 2, 1030 Wien

Verantwortung und Koordination:
Abteilung für Energie- und Umwelttechnologien
Leiter: DI Michael Paula

Liste sowie Downloadmöglichkeit aller Berichte dieser Reihe unter
<http://www.nachhaltigwirtschaften.at>

Wissenstransfer der Projektergebnisse des Projektes „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“

DI Gerda Hüfing
Die Wiener Volkshochschulen GmbH
"die umweltberatung"-Wien

Wien, Dezember 2009

Ein Projektbericht im Rahmen der Programmlinie



Impulsprogramm Nachhaltig Wirtschaften

Im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie

Vorwort

Der vorliegende Bericht dokumentiert die Ergebnisse eines Projekts aus der Programmlinie FABRIK DER ZUKUNFT. Sie wurde im Jahr 2000 vom Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie im Rahmen des Impulsprogramms Nachhaltig Wirtschaften als mehrjährige Forschungs- und Technologieinitiative gestartet. Mit der Programmlinie FABRIK DER ZUKUNFT sollen durch Forschung und Technologieentwicklung innovative Technologiesprünge mit hohem Marktpotential initiiert und realisiert werden.

Dank des überdurchschnittlichen Engagements und der großen Kooperationsbereitschaft der beteiligten Forschungseinrichtungen und Betriebe konnten bereits richtungsweisende und auch international anerkannte Ergebnisse erzielt werden. Die Qualität der erarbeiteten Ergebnisse liegt über den hohen Erwartungen und ist eine gute Grundlage für erfolgreiche Umsetzungsstrategien. Anfragen bezüglich internationaler Kooperationen bestätigen die in FABRIK DER ZUKUNFT verfolgte Strategie.

Ein wichtiges Anliegen des Programms ist es, die Projektergebnisse – seien es Grundlagenarbeiten, Konzepte oder Technologieentwicklungen – erfolgreich umzusetzen und zu verbreiten. Dies soll nach Möglichkeit durch konkrete Demonstrationsprojekte unterstützt werden. Deshalb ist es auch ein spezielles Anliegen die aktuellen Ergebnisse der interessierten Fachöffentlichkeit zugänglich zu machen, was durch die Homepage www.FABRIKderZukunft.at und die Schriftenreihe gewährleistet wird.

Dipl. Ing. Michael Paula
Leiter der Abt. Energie- und Umwelttechnologien
Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie

Inhaltsverzeichnis

1.	Kurzfassung.....	5
2.	Projektabriss.....	7
3.	Einleitung.....	10
4.	Ziele des Vorhabens.....	11
5.	Inhalte und Ergebnisse des Projektes	13
5.1	Fachtagung und Tagungsband.....	13
5.1.1	Fachtagung: Nachhaltige Produkte im Gartenfachhandel.....	13
5.1.2	Tagungsband der Fachtagung	16
5.2	Beratung von KonsumentInnen	16
5.2.1	Garten-Hotline Tel. 01/ 803 32 32.....	16
5.3	Gezielte Öffentlichkeitsarbeit.....	17
5.3.1	Pressekonferenz	17
5.3.2	Presseaussendungen	19
5.3.3	Newsletter von "die umweltberatung" Österreich.....	19
5.3.4	Homepage www.umweltberatung.at	19
5.3.5	Messestände.....	20
5.3.6	Vorträge an Wiener Volkshochschulen, StammkundInnenaussendung ..	21
5.3.7	Fachartikel.....	21
5.4	Weitere Ergebnisse	22
6.	Detailangaben in Bezug auf die Ziele der Programmlinie	24
7.	Schlussfolgerungen zu den Projektergebnissen	27
8.	Ausblick und Empfehlungen	28
9.	Abbildungsverzeichnis.....	30
10.	Literaturverzeichnis.....	31
11.	Anhang	33
11.1	Einladung Tagung	33
11.1	StammkundInnenaussendung.....	33
11.1	Nachlese Sustainable Talk - ÖGUT	33

1. Kurzfassung

Der Gartenbereich boomt und die Nachfrage nach Gartenprodukten steigt. Laut RegioPlan Consulting ist das Marktvolumen für Gartenbedarf in Österreich seit 2002 um rund 27 % auf knapp 670 Mio. € im Jahr 2007 gestiegen. Vor allem in wirtschaftlich schwierigen Zeiten wird auf die Gestaltung und Pflege der privaten Grünoase (Wohnumfeld) sehr viel Wert gelegt und vermehrt Ausgaben getätigt.

Eine vermehrte Verwendung von nachhaltigen Gartenprodukten bei der Gartengestaltung bzw. -pflege in Österreich bedeutet einen wesentlichen Beitrag zum Umweltschutz und reduziert die Klimabelastungen. Nachhaltige Gartenprodukte stellen auf Grund ihrer umweltschonenden, energiearmen Herstellung und/oder Ressourcen schonenden Beschaffenheit bzw. umweltfreundlichen Entsorgungsmöglichkeit eine deutliche Verbesserung gegenüber konventionellen Produkten dar.

Um den Anteil an nachhaltigen Garten-Produkten im Handel zu fördern, wurden die Ergebnisse des Projektes „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ durch dieses Folgeprojekt gezielt und effizient an alle betroffenen Zielgruppen weitergegeben und die beteiligten StakeholderInnen im Gartenbereich vernetzt.

Eine sehr gut besuchte Fachtagung mit Produktbörse informierte die HändlerInnen, ProduzentInnen, VertreterInnen der öffentlichen Grünräume und GartenplanerInnen bzw. GärtnerInnen und ermöglichte einen Erfahrungsaustausch und die Entwicklung von neuen Produktideen. Parallel dazu wurden die neuesten nachhaltigen Garten-Produkte durch Firmen vor Ort vorgestellt. Eine Vernetzung von der Produktion über den Handel, die Gartenplanung sowie -pflege wurde im Rahmen der Tagung ermöglicht.

Die KonsumentInnen (NutzerInnen und AnwenderInnen der nachhaltigen Garten-Produkte) wurden durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit und durch zahlreiche Fachberatungen bei der Garten-Hotline von "die umweltberatung" Wien über nachhaltige Gartenprodukte informiert und beraten.

Durch eine erhöhte Nachfrage und eine Sensibilisierung des Handels und der Gartenbranche wurde das Angebot an nachhaltigen Produkten im Handel verbessert und die Umsätze in diesem Produktbereich erhöht.

Dieses Projekt konnte dazu beitragen, den Anteil und die Produktpalette der nachhaltigen Garten-Produkte im österreichischen Handel zu erhöhen. Durch den vermehrten Konsum und die Verwendung dieser umweltfreundlichen Produkte erhöht sich die Qualität der Grünräume wie Gärten, Terrassen und Balkone als gesunder Naherholungsbereich. Die Lebensqualität im Wohnumfeld steigt und durch die Reduktion des Ressourcenverbrauches und der Abfallmengen wird ein wesentlicher Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz in Österreich geleistet.

Durch das Projekt „Nachhaltige Garten-Produkte“ wurden zahlreiche andere Institutionen auf das Thema Nachhaltige Garten-Produkte aufmerksam. Im Rahmen des österreichischen Umweltzeichens ist derzeit ein Einkaufsratgeber für Garten-Produkte in Arbeit und eine Umweltzeichenrahmenrichtlinie für Gartenzubehör ist seit 1.1.2010 wirksam. Der Anteil an Garten-Produkten wurde bei der Aktion der Nachhaltigen Wochen 2009 erhöht. Das Projekt wurde für den ÖGUT- Preis 2009 in der Kategorie „nachwachsende Rohstoffe“ nominiert.

Durch Gespräche mit dem Gartenfachhandel und Beobachtungen im Handel konnte "die umweltberatung" feststellen, dass das Angebot an nachhaltigen Gartenprodukten im Handel vielfältiger geworden ist. Durch eine erhöhte Sensibilisierung der KonsumentInnen und das bessere Angebot sind auch die Umsatzzahlen gestiegen. Einige Gartenfachmärkte und Baumärkte mit Gartenfachabteilungen planen bereits eine Erweiterung des Sortiments an nachhaltigen Gartenprodukten für die kommende Gartensaison 2010.

2. Projektabriss

Ausgangslage:

Der Gartenbereich boomt und die Nachfrage nach Garten-Produkten steigt. Die Haushaltsausgaben der ÖsterreicherInnen für den Garten sind (laut einer Studie von RegioPlan) in den letzten Jahren um 22 % gestiegen. Das Marktvolumen für den Gartenbedarf lag 2007 bei 670 Millionen Euro.

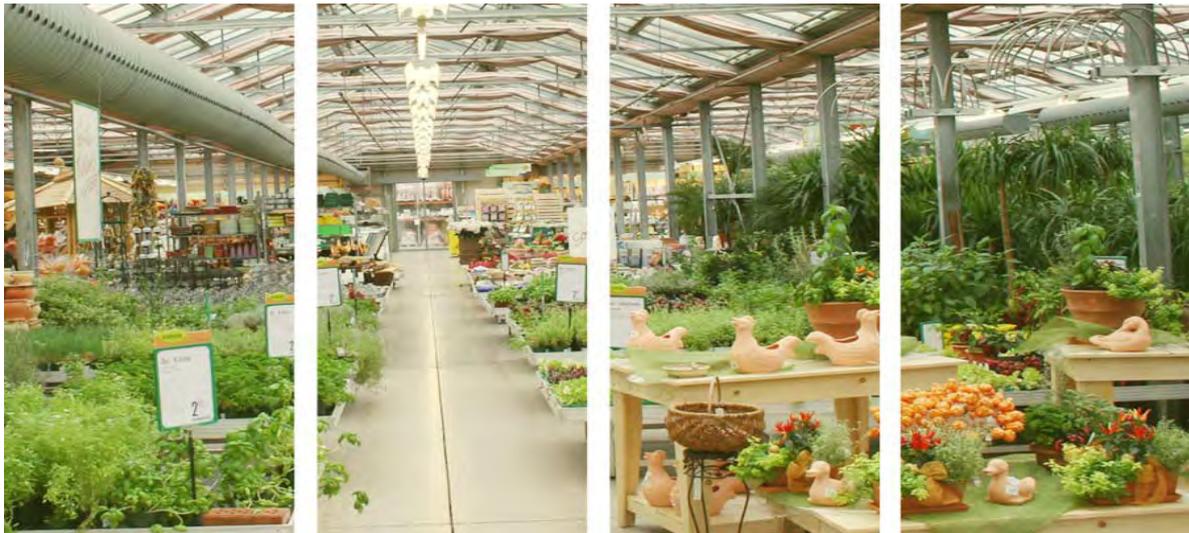


Abbildung 1: Gartenprodukte (c) die umweltberatung Wien

Das Angebot an Nachhaltigen Garten-Produkten im österreichischen Handel ist für die KonsumentInnen noch nicht zufriedenstellend. Gleichzeitig sind diese Produkte noch zu wenig bekannt. Eine Sensibilisierung des Handels und der KonsumentInnen für das Thema Nachhaltige Garten-Produkte ist für die Verbesserung des Angebotes und einer Steigerung des Konsums dieser Produkte noch notwendig.

Nachhaltige Garten-Produkte stellen auf Grund ihrer umweltschonenden, energiearmen Herstellung und/oder Ressourcen schonenden Beschaffenheit bzw. umweltfreundlichen Entsorgungsmöglichkeit eine deutliche Verbesserung gegenüber konventionellen Produkten dar. Die Umweltbelastungen können durch nachhaltige Produkte im Grünraum wie Bio-Pflanzen und Saatgut, kompostierbare Bindematerialien und Mulchfolien, torffreie Erden, organische Dünger, heimische Steine oder Holz aus nachhaltigem Anbau deutlich reduziert werden.

Eine Vernetzung im Bereich Nachhaltige Garten-Produkte von der Produktion über den Handel sowie der Beratung bzw. Gestaltung und Pflege sowie Konsum hat bisher in Österreich noch nicht statt gefunden.

Inhalte und Zielsetzungen:

Um den Anteil an Nachhaltigen Garten-Produkten im Handel zu fördern wurden die Ergebnisse des Projektes „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ durch dieses Projekt gezielt und effizient an verschiedene Zielgruppen weitergegeben und die beteilig-

ten StakeholderInnen im Gartenbereich vernetzt. Handel, ProduzentInnen und KonsumentInnen wurden über nachhaltige Gartenprodukte informiert und für das Thema sensibilisiert. Das Angebot an nachhaltigen Produkten für den Grünraum ist im Handel vielfältiger und attraktiver geworden. Gleichzeitig steigt auch die Nachfrage von Seiten der KonsumentInnen und in weiterer Folge die Verkaufszahlen. Diese Produkte werden vermehrt verwendet. Der Ressourcenverbrauch und die Umweltbelastungen sinken. Durch die Steigerung des Bekanntheitsgrades und höhere Umsatzzahlen wurde die Produktion angeregt, alternative, nachhaltige Waren zu entwickeln und in weiterer Folge herkömmliche und nicht so umweltfreundliche Produkte zu ersetzen.

Methoden:

Die Ziele wurden mit folgenden Methoden erreicht:

- Eine Fachtagung mit Produktebörse informierte die HändlerInnen, ProduzentInnen und GartenplanerInnen bzw. GärtnerInnen und ermöglichte einen Erfahrungsaustausch und die Entwicklung von Produktideen.
- Die Tagungsinhalte wurden in einem Tagungsband zusammengefasst. Dieser steht online unter www.umweltberatung.at/gartenprodukte als Download zur Verfügung.
- Eine Garten-Hotline informierte KonsumentInnen in der Gartensaison 2009 gezielt zu nachhaltigen Gartenprodukten.
- Gezielte Öffentlichkeitsarbeit durch ein Pressegespräch, laufende Presseaussendungen, Fachartikel, Vorträge, Messeauftritte, Infostände, Newsletter und Homepageartikel ermöglichten eine gesteigerte Medienpräsenz des Themas Nachhaltige Garten-Produkte in der österreichischen Medienlandschaft.

Schlussfolgerung:

Durch intensiven Wissenstransfer ist es in diesem Projekt gelungen Nachhaltige Garten-Produkte bekannter zu machen und Informationsdefizite teilweise auszugleichen. So konnten diese weniger bekannten Waren bereits ein wenig aus der Nische in Richtung Trendprodukt gehoben werden.

Durch eine erhöhte Nachfrage nachhaltiger Produkte wurde das Angebot im Handel erhöht. Bei ansprechender Präsentation und Information bzw. Beratung wurden diese Produkte auch vermehrt im Handel nachgefragt und gekauft.

Eine gezielte, kompetente Beratung der KonsumentInnen zu Nachhaltigen Garten-Produkten wurde über die Garten-Hotline von "die umweltberatung" Wien ermöglicht.

Dieses Projekt konnte den Anteil der Nachhaltigen Garten-Produkte im österreichischen Handel erhöhen. Auf Grund der umweltschonenden, energiearmen Herstellung und/oder Ressourcen schonenden Beschaffenheit bzw. umweltfreundlichen Entsorgungsmöglichkeit leisten diese Produkte einen wesentlichen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz.

Ausblick:



Gärtnern ist Lifestyle: Der eigene Garten oder Grünraumraum ist nicht nur ein Hobby. Die Bedeutung dieses wichtigen Erholungsbereiches vor dem Wohnzimmer wird immer wichtiger.

Abbildung 2: üppige Ernte mit nachhaltigen Gartenprodukten
© G. Hüfing

Die Beschäftigung mit der eigenen Grünoase und deren Gestaltung ist modern geworden und topp aktuell. Es ist daher zu erwarten, dass die Umsatzzahlen für Gartenprodukte steigen werden.

Für eine tiefere Verankerung des Themas Nachhaltige Garten-Produkte und die Steigerung bzw. Bewahrung des Bekanntheitsgrades ist eine weitere intensive Öffentlichkeitsarbeit sehr wichtig.

Die Tagung fand ein sehr positives Echo und war ein wichtiges Medium für den Informationsaustausch und die Vernetzung der StakeholderInnen im Grünraumbereich. Eine regelmäßige Veranstaltung dieser Tagung würde das Thema Nachhaltige Garten-Produkte ausdauernd etablieren, Netzwerke und die Entwicklung neuer Produktideen fördern.

Eine nachhaltige, ökologische und Ressourcen schonende Gartenbewirtschaftung ist die Grundlage für die Erhöhung der Lebensqualität, Bewahrung eines gesunden Bodens, sauberen Wassers und guter Luftqualität. Natur- und Umweltschutz beginnt zu Hause und vor der eigenen Haustür.

3. Einleitung

"die umweltberatung" Wien hat im Rahmen des Projektes „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ das Angebot nachhaltige Garten-Produkte am Markt erhoben und die Vermarktungsstrategien analysiert.

Basierend auf der Erhebung des Ist-Zustandes entwickelte "die umweltberatung" Empfehlungen und praktische Anregungen, um eine gute Positionierung und Erhöhung des Angebotes an Nachhaltigen Garten-Produkten im Fachhandel zu erreichen.

Durch gezielten Wissenstransfer wurden die Erkenntnisse in diesem Projekt an die StakeholderInnen weitergegeben. Eine Vernetzung im Bereich Nachhaltiger Garten-Produkte von der Produktion über den Handel sowie der Beratung bzw. Gestaltung und Pflege und Konsum hat bisher in Österreich noch nicht statt gefunden.

Nachhaltige Produkte liegen derzeit allgemein im Trend und erfreuen sich deutlicher Umsatzsteigerungen. So verzeichnet der österreichische Lebensmittelhandel im Bereich Bio-Lebensmittel starke Zuwächse, die im zweistelligen Bereich liegen. Nach Bio-Lebensmitteln und Naturkosmetik erobern derzeit ökologisch und fair hergestellte Textilien den europäischen Markt. In den Konsumpräferenzen der KonsumentInnen ist eine deutliche Tendenz von „innen nach außen“ zu beobachten. Zuerst wurden Bio-Lebensmittel gekauft. Sie werden direkt aufgenommen. Danach stieg die Akzeptanz für Bio-Kosmetik. Sie wird direkt auf die Haut aufgetragen. Dann gewann die nächste Schicht an Bedeutung, nämlich Ökotextilien, die direkt auf der Haut getragen werden.

Nach einer ökologischen Gestaltung der Wohnumwelt ist der Kauf von ökologischen Gartenprodukten der nächste logische Schritt. Die KonsumentInnen wollen sich in einer gesunden Umgebung aufhalten. Gerade in der Zeit der Wirtschaftskrise wird mehr Zeit zu Hause verbracht und versucht, das persönliche Wohnumfeld inkl. Grünraumbereich so angenehm wie möglich zu gestalten, um die Lebensqualität zu erhöhen. Laut RegioPlan Consulting sind die Haushaltsausgaben in Österreich im Gartenbereich seit 2002 um rund 22 % gestiegen.

Das Angebot an Nachhaltigen Garten-Produkten im österreichischen Handel ist für die KonsumentInnen noch nicht zufriedenstellend. Gleichzeitig sind diese Produkte noch zu wenig bekannt. Eine Sensibilisierung des Handels und der KonsumentInnen für das Thema Nachhaltige Garten-Produkte ist für die Verbesserung des Angebotes und eine Steigerung des Konsums dieser Produkte noch notwendig. Nachhaltige Garten-Produkte stellen auf Grund ihrer umweltschonenden, energiearmen Herstellung und/oder Ressourcen schonenden Beschaffenheit bzw. umweltfreundlichen Entsorgungsmöglichkeit eine deutliche Verbesserung gegenüber konventionellen Produkten dar. Die Umweltbelastungen können durch nachhaltige Produkte im Grünraum wie Bio-Pflanzen und Saatgut, kompostierbare Bindematerialien und Mulchfolien, torffreie Erden, organische Dünger, heimische Steine oder Holz aus nachhaltigem Anbau deutlich reduziert werden.

4. Ziele des Vorhabens

"die umweltberatung" Wien hat im Rahmen des Projektes „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ das Angebot an nachhaltigen Garten-Produkten am Markt erhoben und die Vermarktungsstrategien analysiert. Basierend auf der Erhebung des Ist-Zustandes gibt "die umweltberatung" Empfehlungen und praktische Anregungen, um eine gute Positionierung und Erhöhung des Angebotes an nachhaltigen Produkten zu erreichen. Eine Sensibilisierung des Handels und der KonsumentInnen für das Thema Nachhaltige Garten-Produkte ist für die Verbesserung des Angebotes und eine Steigerung des Konsums dieser Produkte noch notwendig.

Ziele des vorliegenden Projektes:

- Nachhaltiges Wissenstransfer der Ergebnisse des Vorgängerprojektes aus „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“.
- Die Ergebnisse und Erkenntnisse wurden an die AkteurInnen der Gartenbranche sowie die KundInnen weitergeleitet und somit eine Basis für den nachhaltigen Ein- und Verkauf von nachhaltigen Gartenprodukten geschaffen.
- Vernetzung der StakeholderInnen: Durch die Vernetzung von ProduzentInnen und Handel auf der Fachtagung „Nachhaltige Produkte im Gartenfachhandel“ konnte ein Erfahrungsaustausch stattfinden. Alle AkteurInnen wurden bei der parallel stattfindenden Produktbörse über die neuesten Nachhaltigen Garten-Produkte informiert und beraten.



Blumentöpfe (c) G. Hüfing

- Entstehung bzw. Entwicklung von innovativen Produkten: Durch eine aktive Vernetzung der AkteurInnen kann der Markt um innovative nachhaltige Produkte im Gartensektor erweitert werden.

Abbildung 3: Kompostierbare

- Steigerung der Nachfrage – aus der Nische zum Trendprodukt: Eine gezielte Informations-, Beratungs- und Öffentlichkeitsarbeit steigerte den Bekanntheitsgrad der Nachhaltigen Garten-Produkte und erhöhte die Nachfrage im Handel. Durch eine gesteigerte Nachfrage der KonsumentInnen nach nachhaltigen Garten-Produkten wurde das Angebot im Handel vielfältiger. Bei ansprechender Präsentation und Information bzw. Beratung werden diese Produkte vermehrt nachgefragt und gekauft. Somit sind diese Produkte für die KonsumentInnen attraktiver und leichter erwerbbar.
- Beitrag zum Klima und Umweltschutz: Durch ein breites attraktiv angebotenes Sortiment an Nachhaltigen Garten-Produkten werden diese Waren vermehrt verwendet

und somit ein wesentlicher Beitrag zum Klima- und Umweltschutz in Österreich geleistet. Der Ressourcenverbrauch wird reduziert und die Abfallmengen im Grünraumbereich verringert.

5. Inhalte und Ergebnisse des Projektes

Folgende Aktivitäten und Maßnahmen wurden für den Wissenstransfer erfolgreich durchgeführt:

5.1 Fachtagung und Tagungsband

5.1.1 Fachtagung: Nachhaltige Produkte im Gartenfachhandel

Marktnische oder Trendprodukt?

Freitag, 20.2.09 auf der Universität für Bodenkultur

Die Fachtagung informierte die AkteurInnen der Gartenbranche über die Ergebnisse des Vorprojektes und aktuelle Trends am österreichischen Gartenfachmarkt. Diese Veranstaltung bot Raum für Erfahrungsaustausch sowie zur Entwicklung nachhaltiger Produktideen. Eine Produktausstellung gab einen Überblick über die neuesten nachhaltigen Produkte am Gartenmarkt. Die Veranstaltung ermöglichte eine Vernetzung von Produktion und Handel sowie Gartenplanung und Gartenpflege. Die Tagung wurde von über 140 interessierten Personen besucht. Der Großteil der TeilnehmerInnen beurteilte die Tagung mit sehr gut oder gut. Der Wunsch nach einer Wiederholung der Tagung für die nächste Gartensaison wurde vielfach geäußert.

Die Tagung „Nachhaltige Garten-Produkte“ fand noch vor der Gartensaison 2009 statt, damit die Umsetzungen noch in der gleichen Saison stattfinden konnten. Das kompakte Programm gliederte sich in 3 Teile:



Abbildung 4: Vortrag - Fachtagung (c) M. Kupka

- Vormittags wurden Inputs zu Nachhaltigen Garten-Produkten sowie deren Vermarktung in Vorträgen gegeben. Die wichtigsten Erkenntnisse und Ergebnisse aus dem Projekt „Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel positionieren“ wurden präsentiert.



Abbildung 5: Workshop - Fachtagung (c) M. Kupka

- Nachmittags wurden in Workshops gemeinsam praxisorientierte Lösungsansätze und Umsetzungshilfen für problembehaftete Bereiche des Themas erarbeitet.



Abbildung 6: Produktebörse - Fachtagung (c) M. Kupka

- Parallel fand eine Produktebörse über nachhaltige Gartenprodukte statt. Hier hatten 18 Firmen die Möglichkeit, ihre neuesten Nachhaltigen Garten-Produkte zu präsentieren.

Im Zuge dieser Tagung entstand eine intensive Vernetzung der AkteurInnen der Gartenbranche. Möglichkeiten für Diskussionen, gezielten Erfahrungsaustausch und fachliche Gespräche wurden zahlreich genutzt.

Alle Inhalte der Tagung und die Ergebnisse der Workshops wurden in einem Tagungsband zusammengefasst. Dieser steht allen TeilnehmerInnen und InteressentInnen online auf www.umweltberatung.at/Gartenprodukte zur Verfügung.

Die Tagung wurde nach ökologischen Kriterien organisiert (Anreise, Biocatering, Einladungen, usw.).

Ausblick und Resumée der Tagung



Alle Teilnehmenden äußerten sich begeistert davon, dass durch die gute Mischung der Eingeladenen von ProduzentInnen, HerstellerInnen, VerkäuferInnen, MarketingleiterInnen, ForscherInnen, BeraterInnen, FördergeberInnen, RichtlinienherausgeberInnen und KonsumentInnen ein längst fälliger und effizienter Austausch an Erfahrungen und Meinungen stattfinden konnte.

Abbildung 7: Diskussionsmöglichkeiten - Fachtagung (c) M. Kupka

Kontakte wurden geknüpft, Erfahrungen und Wünsche ausgetauscht. Von Seite der KonsumentInnen kam der Wunsch, dass es möglichst viel Auswahl an Bio-Produkten geben sollte. Die Information, wo man welche Produkte erhält, und die Kennzeichnung fehlen oft völlig. Auch die Platzierung und Erkennbarkeit in den Märkten sollte an einer einzigen, wichtigen Stelle für alle Bioprodukte sein. Ebenso besteht zum Thema „Nachhaltige Garten-Produkte“ ein Informationsdefizit. KonsumentInnen bevorzugen eine direkte persönliche Fachberatung im Geschäft.

Nachhaltige Garten-Produkte finden bei den KonsumentInnen besten Anklang über Werte wie Genuss, Wohlbefinden und Gesundheit. Der Begriff „Nachhaltigkeit“ ist nicht geeignet und spricht die Zielgruppen nicht adäquat an. Zukünftige Hauptzielgruppe könnten die LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) sein, MarktforscherInnen zufolge könnte der Marktanteil bis zu 50 % betragen.

Prinzipiell war großer Optimismus im Bio-Segment trotz Finanzkrise spürbar. Die persönliche



Begeisterung gilt als ein Haupt-Kauf-Kriterium, Qualität und Preis müssen aber stimmen. Da 60 % der Kaufentscheidungen am Point of Sale im Geschäft getroffen werden, sind die Positionierung und Erkennbarkeit sehr wichtig. Das Bio-Niederpreissegment ist ein wichtiges Marktsegment im Bio-Bereich geworden. Dieser Bereich ist gerade zu Zeiten der Wirtschaftskrise im Steigen begriffen.

Abbildung 8: Vernetzung der StakeholderInnen - Fachtagung (c) M. Kupka

Die TeilnehmerInnen haben mit einem sehr positivem Ausblick und vielen neuen Informationen und Ideen die Tagung verlassen.

Die hohe TeilnehmerInnenzahl bei der Tagung zeigte, dass sich Nachhaltige Garten-Produkte im Aufwind befinden.

5.1.2 Tagungsband der Fachtagung

Der Tagungsband fasst alle wichtigen Informationen zu Nachhaltigen Garten-Produkten und die Ergebnisse der Tagung zusammen und wurde den TeilnehmerInnen und auch anderen InteressentInnen online bereits Anfang März 2009 auf der Homepage <http://www.umweltberatung.at/gartenprodukte> zur Verfügung gestellt. Die Daten zum Tagungsband hatten bereits 1912 Page Views (Stand 3.11.09)

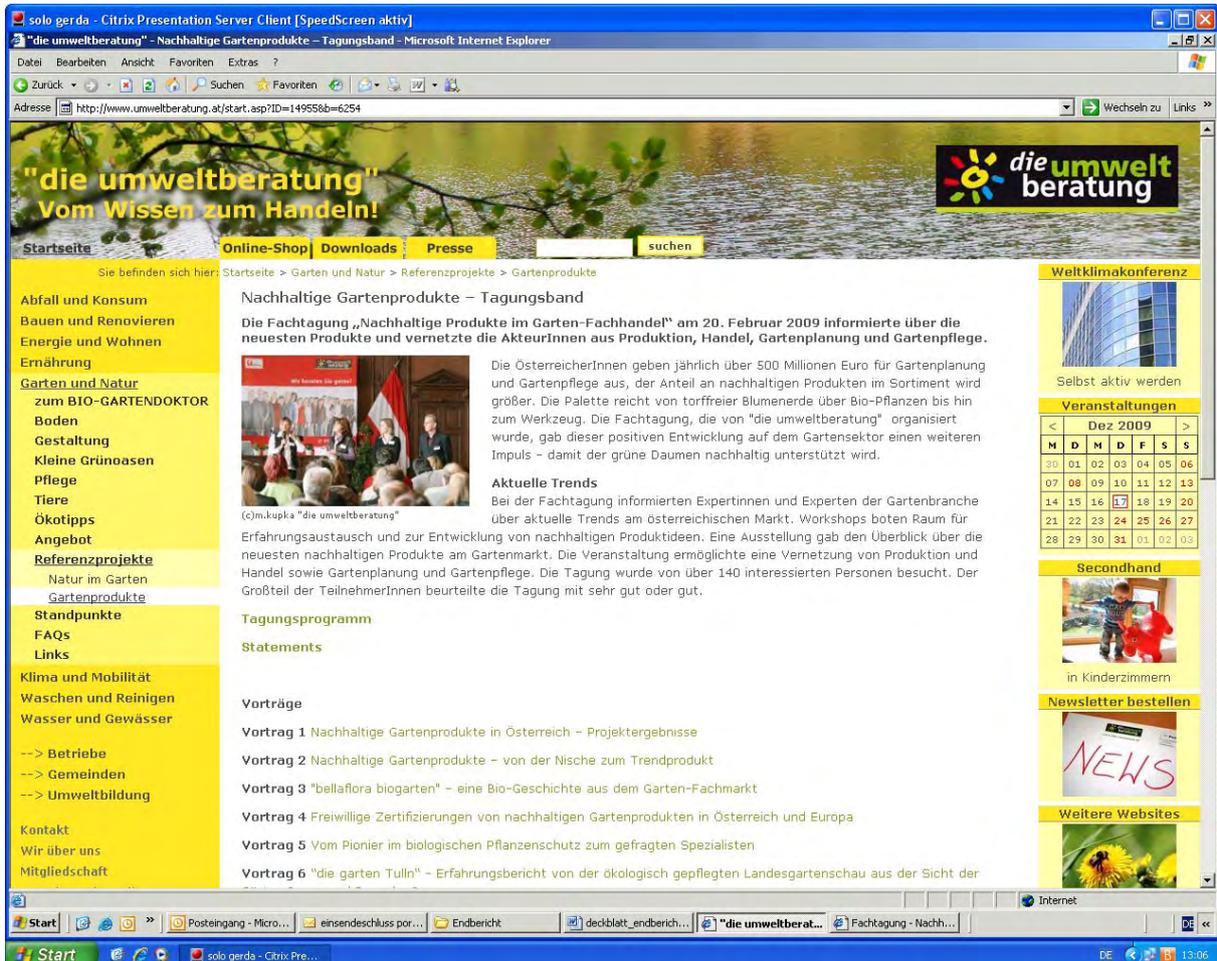


Abbildung 9: Tagungsband online (c) M. Kupka

5.2 Beratung von KonsumentInnen

5.2.1 Garten-Hotline Tel. 01/ 803 32 32

Durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit stieg die Nachfrage an nachhaltigen Gartenprodukten. An der Garten-Hotline (Tel.: 01/ 803 32 32) wurden die KonsumentInnen von MitarbeiterInnen von "die umweltberatung" Wien kompetent zu Nachhaltigen Garten-Produkten vom 26.2.09 bis 31.10.09 (Gartensaison 2009) informiert und beraten. Die aktuelle Produktpalette von nachhaltigen Gartenprodukten wurde laufend recherchiert bzw. aktualisiert.

Die Hotline konnte 1.145 Anfragen zum Themenbereich Nachhaltige Gartenprodukte verzeichnen. Die Beratungen dauerten je nach Beratungsaufwand zwischen 5 - 60 Minuten pro Anruf. Die reine Gesamtberatungszeit betrug ohne Recherchen ca. 135 Stunden in der Gartensaison 2009.



Im Zuge der Beratungen wurden ca. 5.000 Infomaterialien zu den Themen Nachhaltige Gartenprodukte, Nachhaltig Gärtnern und Naturnahe Gartengestaltung versendet.

Abbildung 10: Garten-Hotline (c) M. Kupka

5.3 Gezielte Öffentlichkeitsarbeit

Durch Fachartikel, Presseaussendungen sowie eine Pressekonferenz, Informationsmaterialien und persönliche Beratungen an Infoständen bei Messen und Veranstaltungen wurde die österreichische Bevölkerung für das Thema Nachhaltige Garten-Produkte sensibilisiert und informiert. Der Informationsstand bzw. das Wissen und der Bekanntheitsgrad dieser Produkte erhöhten sich, und in weiterer Folge stieg, wie wir durch Gespräche mit der Branche erfahren haben, die Nachfrage nach diesen Waren. Die Öffentlichkeitsarbeit gliederte sich in folgende Bereiche:

5.3.1 Pressekonferenz



Im Zuge der Tagung wurde eine Pressekonferenz abgehalten, die ein breites Medienecho fand. Unter anderem waren VertreterInnen von Kurier, Gärtner und Florist sowie Ö1 Wissenschaftsredaktion anwesend. VertreterInnen der Wissenschaft, der Wirtschaftskammer, öffentlicher Gärten und der KonsumentInnen waren auf dem Podium.

Abbildung 11: Podium der Pressekonferenz (c) M. Kupka

Folgende Statements erfolgten zum Thema Nachhaltige Garten-Produkte:

Künftiges Forschungsfeld: die Vermarktung

„Viele Produkte des ökologischen Gartenbaus, wie torffreies Pflanzensubstrat und kompostierbare Blumentöpfe, stellen aus wissenschaftlicher Sicht hochwertige Alternativen zu herkömmlichen Produkten dar. Wie die Konsumentinnen und Konsumenten sensibilisiert werden können, damit sie verstärkt zu diesen Produkten greifen, sollte eine wesentliche Frage bei künftigen Forschungsaktivitäten sein“, betont O. Univ.Profⁱⁿ. Mag^a. Drⁱⁿ. Karoline Jezik von der Universität für Bodenkultur, Department für Angewandte Pflanzenwissenschaften und Pflanzenbiotechnologie.

Gärtner und Floristen: Verantwortung für nachfolgende Generationen

„Ich sehe es als unsere Verpflichtung gegenüber künftigen Generationen, sorgsam mit Luft, Boden und Wasser umzugehen. Im Gemüsebau setzen die Wiener Gärtnerinnen und Gärtner zum Beispiel Nützlinge ein, um den Einsatz von Spritzmitteln zu reduzieren. Und im Handel sind wir bemüht, verstärkt Ware mit Qualitätssiegeln anzubieten, wie zum Beispiel dem Siegel von Fair Flowers Fair Plants“, weist Lorenz Pridt, Wiener Landesinnungsmeister für Gärtner und Floristen, auf die Aktivitäten seiner Innung hin.

Sorgsamer Umgang mit Umweltressourcen in den Wiener Stadtgärten

„Die Wiener Stadtgärten haben Umweltziele definiert, die den sorgsamen Umgang mit Ressourcen, die Reduktion von Schadstoffen, Abfallvermeidung und Energieeffizienz beinhalten. Die von der Abteilung entwickelte und verbindliche „Richtlinie zur Pflanzung und Jungbaumpflege von Straßenbäumen“ in Verbindung mit der „Sortimentsliste der Straßenbäume für Wien“ bringen uns zum Beispiel diesen Umweltzielen näher“, berichtet Ing. Helmut Fuchs von der MA 42 – Wiener Stadtgärten, Teamleiter bei PUMA - Programm Umweltmanagement im Magistrat der Stadt Wien und Abfallbeauftragter der Abteilung.

Nachhaltig Gärtnern: Gut für Umwelt und Gesundheit

„Je mehr auch die Hobbygärtnerinnen und -gärtner zu nachhaltigen Produkten greifen und je größer das Angebot ist, desto besser ist das für Gesundheit und Umwelt. Deshalb veranstaltet "die umweltberatung" die heutige Tagung und bietet ab März an der Garten-Hotline praktische Tipps zum nachhaltigen Gärtnern an“, erklärt DIⁱⁿ Gerda Hüfing, Projektleiterin und Gartenexpertin von "die umweltberatung" Wien. Das Sortiment Nachhaltiger Garten-Produkte reicht von Bio-Samen und Bio-Pflanzen über Dünger, torffreie Erde, Gartenmöbel und Nützlinge bis zu Geräten und Werkzeug.

Garten-Hotline

"die umweltberatung" informiert unter 01/ 803 32 32 über Nachhaltige Garten-Produkte – von torffreier Blumenerde für Zimmer und Balkon über Bio-Saatgut bis hin zum schadstoffarmen Rasenmäher für den Garten. Gärtnern ist eine Leidenschaft, in die ÖsterreicherInnen viel Zeit, viel Liebe zum Detail und jährlich über 670 Millionen Euro investieren. Damit diese Investitionen verstärkt in nachhaltige Gartenprodukte fließen, startet "die umweltberatung" rechtzeitig zu Saisonbeginn die Gartenhotline.

5.3.2 Presseaussendungen

Im Zuge der Gartensaison wurde durch regelmäßige Presseaussendungen von "die umweltberatung" Wien auf Nachhaltige Garten-Produkte aufmerksam gemacht. Das Echo der Medien war sehr zufriedenstellend. "die umweltberatung" Wien konnte im Pressespiegel 2009 bis Ende Oktober 50 Beiträge zum nachhaltigen Gärtnern vermerken. Die Themen wurden von der Medienlandschaft in Österreich zahlreich aufgegriffen: Ö1, Radio Wien, Ökonews, Fonds Gesundes Österreich (www.gesundesleben.at), Standard, Kurier, Gärtner und Florist, Fair Wohnen, Rathauskorrespondenz der Stadt Wien, Marktcheck, Klimabündnis, Bundesverband der österreichischen Gärtner, Umweltdachverband, Bezirkszeitungen, Lebensart, Badener Zeitung, Brigitte Österreich, Renovation, Die ganze Woche, Wiener Zeitung.

Nummer	Presseaussendungen Nachhaltige Gartenprodukte von "die umweltberatung" Wien	Aussendetermin
1	Nachhaltige Gartenprodukte	20. Feber 2009
2	Start Gartenhotline	26. Feber 2009
3	Biosaatgut und Biopflanzen	2. März 2009
4	Torffreie Erde, Mulchstoffe	16. März 2009
5	Werkzeug	27. April 2009
6	Kompostierbares Gartenmaterial - Folien Bindschnüre	15. Juni 2009
7	Gartenmöbel	14. Juli 2009
8	Badefreuden - Teich, Schwimmbad	27. Juli 2009
9	Kinderspielgeräte	10. August 2009
10	Bewässerung	18. August 2009
11	Komposter	10. September 2009
12	Steine im Garten	23. September 2009
13	Häcksler	5. Oktober 2009

Abbildung 12: Überblick der Presseaussendungen

5.3.3 Newsletter von "die umweltberatung" Österreich

Im Email-Newsletter von "die umweltberatung" Österreich wurden Artikel zu nachhaltigen Gartenprodukten regelmäßig an je 2700 InteressentInnen weitergeleitet. Auch in Newslettern verschiedener anderer Institutionen wurde dieses Thema aufgegriffen: Garten und Haus, Natur im Garten, Fonds Gesundes Österreich, Klimabündnis, www.marktcheck.at

5.3.4 Homepage www.umweltberatung.at

Auf der Homepage www.umweltberatung.at/gartenprodukte wurden laufend Informationen zu nachhaltigen Gartenprodukten eingetragen. Bis Ende Oktober erfolgten in der Projektlaufzeit 13.407 Page Views auf diese Seite. Ca. 272.000 Infomaterialien zum Thema Nachhaltige Gartenprodukte, Nachhaltig Gärtnern und Naturnahe Gartengestaltung wurden als Download heruntergeladen.

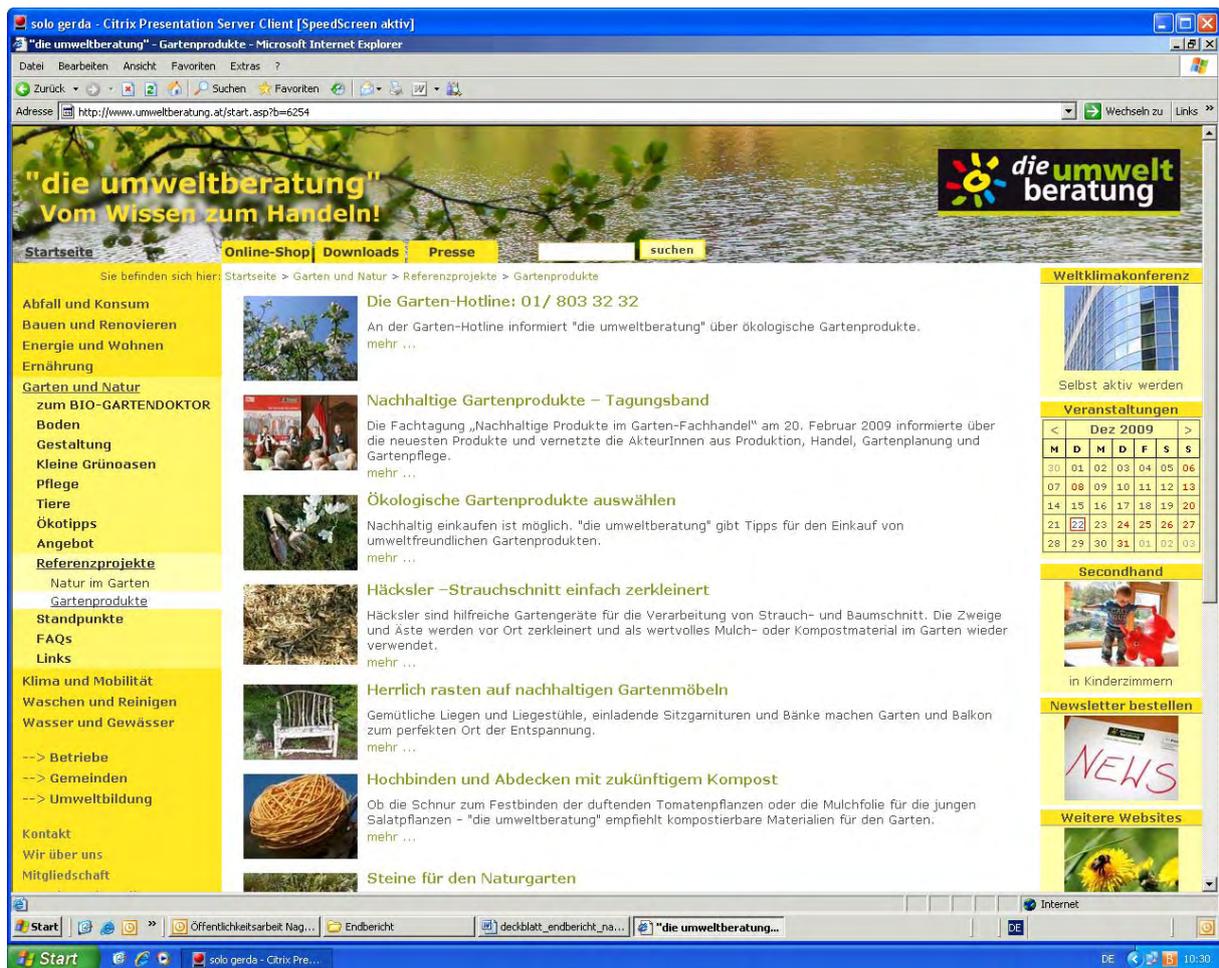


Abbildung 13: www.umweltberatung.at/gartenprodukte

5.3.5 Messestände

Auf folgenden Messeständen wurde zum Thema Nachhaltige Gartenprodukte von "die umweltberatung" Wien beraten:



Bauen & Energie: 19.-22.2.09 Wiener Messegelände

Diese Veranstaltung war mit ca. 50.000 BesucherInnen sehr gut besucht. 30.000 Interessierte haben den Informationsstand von "die umweltberatung" Wien wahrgenommen und ca. 1.000 KundInnen wurden direkt am Stand oder bei Vorträgen erreicht.

Raritätenbörse: 17.-19.4.09 im Botanischen Garten Wien

Über 5000 BesucherInnen kamen zu dieser Veranstaltung. Ca. 400 KundInnen informierten sich direkt am Stand von "die umweltberatung" Wien zum Thema „Nachhaltig Gärtnern“.

Abbildung 14: Messestand Bauen & Energie (c) M. Kupka

Im Zuge der Beratungen auf diesen Messen wurden ca. 3.200 Infomaterialien zu den Themen Nachhaltige Garten-Produkte und Nachhaltiges Gärtnern verteilt.

Die Kleingartenmesse 27./28.11.09 fiel leider nicht mehr in die Projektlaufzeit. Diese Veranstaltung ist jedoch ein wichtiger Event für den Garten und Grünraumbereich im Großraum Wien. "die umweltberatung" Wien beriet auch hier im Bereich Nachhaltige Garten-Produkte.

5.3.6 Vorträge an Wiener Volkshochschulen, StammkundInnenaussendung



Die Wiener Volkshochschulen haben den Vortrag über nachhaltige Gartenprodukte in ihr Programm aufgenommen. Leider wurden diese Vorträge wenig gebucht und mussten abgesagt werden.

Als Alternative wurde eine StammkundInnenaussendung von "die umweltberatung" Wien mit diesem Thema an ca. 1.950 Interessierte versendet. Den genauen Text entnehmen Sie bitte dem Anhang.

Abbildung 15: Titelbild – StammkundInnenaussendung – Nachhaltige Garten-Produkte © Pendl

5.3.7 Fachartikel

In den Zeitschriften Kleingärtner, Garten und Haus sowie Wirtschaft und Umwelt wurden zum Thema Nachhaltige Garten-Produkte und Nachhaltig Gärtnern von "die umweltberatung" Wien Fachartikel veröffentlicht:

<u>Kleingärtner Artikel 2009</u>	
Februar	Nachhaltige Produkte für die eigene Grünoase – Gärtnern mit dem nachhaltigen Daumen
März	Lebendiges Grün auf kleinstem Raum
April	Naturnahe Kinderspielgärten
Mai	Grüner Dschungel im Reich der Kinder - Zimmerpflanzen
Juni	Grünes Kinderparadies – Pflanzen für Kinder im Garten
Juli, Aug	Tierisch viel los im Gartenteich
Sept.	Reiche Ernte im eigenen Garten
Oktober	Ergonomisch Gärtnern
November	Gärten der Erinnerung – ökologisch gepflegt
<u>Wirtschaft und Umwelt 2009</u>	
Ausgabe 3/09 Im Herbst ist Pflanzzeit	
<u>Garten und Haus 2009</u>	
April	Ein Garten voller Lieblingspflanzen
Mai	Vielfalt auf Balkon und Terrasse

Abbildung 16: Überblick Fachartikel

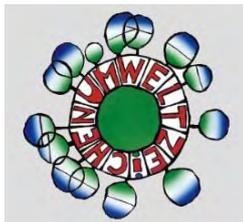
5.4 Weitere Ergebnisse



Durch das Projekt „Nachhaltige Gartenprodukte“ wurden zahlreiche andere Institutionen auf das Thema nachhaltige Gartenprodukte aufmerksam. Nachhaltiges Gärtnern und Nachhaltige Gartenprodukte wurden durch verschiedene Aktionen thematisiert:

Abbildung 17: bunte, vielfältige Ausblicke im Garten (c) G. Hüfing

- Im Rahmen des österreichischen Umweltzeichens ist derzeit ein Einkaufsratgeber für Garten-Produkte in Arbeit. Dieser soll zum Beginn der Gartensaison 2010 entweder als Online- oder Druck-Version veröffentlicht werden.
- Eine Umweltzeichenrahmenrichtlinie für Gartenzubehör UZ 61 ist seit 1.1.2010 gültig. "die umweltberatung" Wien arbeitete beratend bei der Erstellung mit. Das Umweltzeichen bietet den KonsumentInnen eine Orientierung bei der Produktwahl für umwelt-



freundliches Gärtnern. Die Richtlinie umfasst folgende Produktgruppen: Gartenwerkzeug (ohne Motor), Produkte für Bewässerung, Pflanzbehälter, Hilfsmittel zum Gärtnern, Hochbeete und Kompostbehälter, Produkte für die Tierwelt. Nähere Informationen finden Sie auf www.umweltzeichen.at.

- Der Anteil an Garten-Produkten wurde bei der Aktion der Nachhaltigen Wochen 2009 erhöht. Weitere Informationen finden Sie unter www.nachhaltigewochen.at.
- Am 12. Oktober 2009 fand anlässlich der Nachhaltigen Wochen ein Sustainable Talk zum Thema „**Sag mir, wo(her) die Blumen sind ...**“ – **Regionale Zierpflanzenproduktion in einer globalisierten Welt**“ statt. Die Veranstaltung wurde von der Österreichischen Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) im Auftrag des Lebensministeriums organisiert. Eine Vertreterin von "die umweltberatung" Wien nahm als ExpertInnen an dieser Diskussion teil. Die Nachlese entnehmen Sie bitte dem Anhang.
- Das Projekt „Nachhaltige Gartenprodukte“ wurde für den ÖGUT- Preis 2009 in der Kategorie „Nachwachsende Rohstoffe“ nominiert. Nähere Informationen finden Sie unter http://www.oegut.at/de/events/umweltpreis/2009_je_upreisverleihung.php

- Durch Gespräche mit dem Handel und Beobachtungen in den Geschäften konnte



"die umweltberatung" feststellen, dass das Angebot an nachhaltigen Gartenprodukten im Handel vielfältiger geworden ist. Durch eine erhöhte Sensibilisierung der KonsumentInnen und das bessere Angebot im Handel sind auch die Umsatzzahlen gestiegen. Einige Gartenfachmärkte und Baumärkte mit Gartenfachabteilungen haben bereits eine Erweiterung des Sortiments an Nachhaltigen Gartenprodukten für die kommende Gartensaison 2010 in Planung.

Abbildung 18: reichhaltiges Angebot im Gartenfachcenter © G. Hüfing

- Der Markt für Gartenbedarf boomt und die nachhaltige Angebotspalette wächst in diesem Bereich. Ob im privaten Hausgarten, im Gartenfachhandel, in den öffentlichen Grünflächen oder Gärtnereien – Nachhaltige Garten-Produkte werden immer gefragter und haben sich vielfach bewährt. Die verstärkte Verwendung Nachhaltiger Garten-Produkte bei der Gartengestaltung bzw. -pflege leistet einen bedeutenden Beitrag zum Umweltschutz, reduziert die Klimabelastungen und schont die Ressourcen.

6. Detailangaben in Bezug auf die Ziele der Programmlinie

Bei der Tagung wurden Handel, Verkauf, AnwenderInnen und BeraterInnen **service-, dienstleistungs- und nutzenorientiert** vernetzt. Nachhaltige Garten-Produkte wurden bei der Tagung im Rahmen der Produktebörse den AkteurInnen der Gartenbranche praktisch vorgezeigt. Das motiviert zum Empfehlen, Verkaufen und zur Anwendung. Dadurch wurden Beratung und Angebot verbessert. Vermarktungsstrategien und Marketingtipps für Nachhaltige Garten-Produkte, die stark dienstleistungs- und nutzenorientiert vermarktet werden müssen, rundeten das Angebot für TagungsteilnehmerInnen ab. Wichtige Adressen, Eckdaten, Zahlen und Informationen stehen im Tagungsband für Interessierte als Download zur Verfügung. Durch die praxisnahe Beratung an einer Garten-Hotline wurden die Kundinnen und Kunden effizient informiert. Durch eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit wurden die KonsumentInnen über den Nutzen, die Anwendung, Bezugsquellen und Vorteile der Nachhaltigen Garten-Produkte informiert.

Ein erhöhter Anteil an Nachhaltigen Garten-Produkten bei der österreichischen Gartengestaltung bzw. -pflege bedeutet einen wesentlichen Beitrag zum Umweltschutz und reduziert die Klimabelastungen. Nachhaltige Garten-Produkte stellen auf Grund ihrer umweltschonenden, energiearmen Herstellung und/oder Ressourcen schonenden Beschaffenheit bzw. umweltfreundlichen Entsorgungsmöglichkeit eine deutliche Verbesserung gegenüber konventionellen Produkten dar. Sie werden **energie- und materialeffizient** hergestellt und umweltschonend transportiert.

Ziel des durchgeführten Projektes ist es, **verstärkt erneuerbare Ressourcen zu nutzen**. Viele Produkte im Gartenfachhandel können durch Produkte aus nachwachsenden, regionalen kompostierbaren Rohstoffen ersetzt werden. "die umweltberatung" hat über 800 Nachhaltige Garten-Produkte analysiert und Kriterien zur Produktauswahl erstellt. So sind verrottbare Gartenfolien oder Bindschnüre auf den ersten Blick oft schwer von Kunststoffprodukten zu unterscheiden. Eine gezielte Information quer durch das Gartensortiment an der Garten-Hotline für KonsumentInnen und eine Beratung zu speziellen Produkten bot in diesem Projekt ökologische Alternativen. Weiters konnte durch eine Vernetzung von ProduzentInnen und Handel auf der Tagung die Entwicklung von Alternativprodukten aus nachhaltigen Ressourcen beschleunigt werden (z. B. verrottbare Blumentöpfe aus regionalen, nachwachsenden Rohstoffen).

Manche Gartenprodukte sind derzeit noch nicht aus recycelten Rohstoffen erhältlich (z. B. Kunststoffprodukte wie Häcksler und Mäher). Bei diesen weist "die umweltberatung" verstärkt auf **recyclierbare Alternativen** hin (z. B. Kunststoffprodukte mit dem Blauen Engel) und klärt KonsumentInnen und EinkäuferInnen über Vor- und Nachteile auf. "die umweltberatung" versucht weiters die Produktion von innovativen, nachhaltigen Produkten anzuregen, was sich durch die Vernetzung von ProduzentInnen und Handel auf der Tagung schneller entwickeln kann.

Da der Markt der Nachhaltigen Garten-Produkte in Österreich derzeit noch klein ist, zeichnen sich zukunftsverträgliche Entwicklungen durch **Flexibilität und Adaptierung** vorhandener Umstände aus. Teilweise können herkömmliche Produktionsstätten genutzt bzw. durch geringe Adaptierungen für die Produktion von Nachhaltigen Garten-Produkten verwendet werden. So können beispielsweise Kunststoff-Blumentöpfe einfach durch die Wahl eines anderen, bereits zertifizierten erneuerbaren Ausgangsmaterials ohne große Investitionen in bereits vorhandenen Fabriken durch verrottbare Töpfe ersetzt werden. Durch die erhöhte Nachfrage entstehen ein erhöhtes Angebot und Produktvielfalt. So werden z.B. biologisch produzierte Pflanzen aus der Region in größerer Vielfalt an leicht erreichbaren Orten erhältlich.

Durch das Vorgängerprojekt haben sich gute Kontakte zu Firmen und Handel gebildet. Durch Rückfragen und Kontaktgespräche wurde bereits im Vorfeld dem **Risiko**, dass die Tagung nicht gut besucht werden könnte, **vorgebeugt**. Großes Interesse wurde aus der Gartenbranche zu diesem Thema signalisiert. Firmen, die nachhaltige Produkte präsentieren wollen, bekundeten bereits im Vorfeld ihr Interesse an der Tagungsteilnahme. "die umweltberatung" verfügt über eine umfangreiche Datenbank, in der zahlreiche VertreterInnen der Gartenbranche gespeichert sind. Weiters bestehen durch die über 20-jährige Beratungstätigkeit in diesem Bereich sehr gute Kontakte zu den AkteurInnen der Gartenbranche. Durch zahlreiche

Tagungsorganisationen wurden bereits wichtige Erfahrungen gesammelt. Dieses Wissen floss in das Projekt ein. In der über 20-jährigen Hotline-Erfahrung konnte "die umweltberatung" Erfahrungen sammeln, wie sie die Anfragen zu bestimmten Themen (z.B. Reparaturnetzwerk, Ökotextilien) steigern und dadurch eine effiziente, konsumentInnenorientierte Telefonberatung durchführen kann. Durchschnittlich werden ca. 50.000 Beratungen pro Jahr per Telefon oder EMail durchgeführt. Die Medienarbeit von "die umweltberatung" ist sehr erfolgreich. Jährlich erscheinen ca. 300 Beiträge in den verschiedensten Medien. Auf Grund der Kenntnisse von "die umweltberatung" konnten durch professionelle und erfahrene Arbeit die Fehlerquellen so klein wie möglich gehalten und Risiken vorausschauend vermieden werden.

Alles, was in der Region erzeugt wird, schon das Klima durch kurze Transportwege und **sichert Arbeitsplätze in der Region**. Wir weisen in unserem Projekt vor allem auf österreichische Produkte und österreichische Firmen hin. Durch die Tagung in Österreich findet eine Vernetzung zwischen Firmen und Handel in Österreich statt. Dadurch können innovative Ideen entwickelt und der heimische Markt gestärkt werden. So werden beispielsweise bei ausreichender Nachfrage weitgereiste Kokos- und Bambusfasern durch österreichisches Abfallholz ersetzt, die in regionalen Betrieben verarbeitet werden. Durch Nachhaltige Garten-Produkte wird die Verkehrsbelastung reduziert. Die Vermeidung von Chemikalien und Giften hält Pflanzen, Boden und Trinkwasser gesund. Umweltbelastungen werden reduziert. Dadurch wird ein gesunder Naherholungsbereich gesichert und die **Lebensqualität in Österreich gesteigert**.

7. Schlussfolgerungen zu den Projektergebnissen

- Durch intensiven Wissenstransfer in diesem Projekt ist es gelungen, Nachhaltige Garten-Produkte bekannter zu machen und Informationsdefizite teilweise auszugleichen. So wurden diese Nischenprodukte zum neuen Trendprodukt..
- KonsumentInnen und auch ProduzentInnen sowie der Handel wurden für dieses Thema sensibilisiert. So wurde das Angebot im Handel verbessert und gleichzeitig stieg auch die Nachfrage nach diesen Produkten.
- Auf der Fachtagung konnten alle StakeholderInnen vernetzt und informiert werden. Die hohe BesucherInnenzahl hat "die umweltberatung" sehr überrascht und erfreut. Dies zeigt das große Interesse an Nachhaltigen Garten-Produkten in Österreich. Eine Fortsetzung dieser Tagung wurde vielfach gewünscht.
- Viele andere Institutionen und die Medienlandschaft in Österreich haben das Thema nachhaltiges Gärtnern aufgenommen und Projekte gestartet bzw. Öffentlichkeitsarbeit geleistet.
- Bei der Garten-Hotline und auf Messeständen konnte auf Grund der Kenntnisse und Qualifikationen der MitarbeiterInnen von "die umweltberatung" individuell und professionell zu Nachhaltigen Garten-Produkten beraten werden. Die hohe Zahl der Beratungen zeigt das große Interesse der Bevölkerung an diesem Thema und einen hohen Informationsbedarf.
- Durch intensive Recherchen wurde die Produkteliste aktualisiert und auf über 800 Produkte erweitert. Das Fachwissen der ExpertInnen von "die umweltberatung" Wien konnte erweitert und vertieft werden.

8. Ausblick und Empfehlungen

Das Marktpotenzial im Gartenbereich ist in Österreich viel versprechend. So belegen Studien in Deutschland, dass bei gleichzeitiger Kaufzurückhaltung in vielen Bereichen der Wirtschaft die Erholung im eigenen Garten oder Balkon an Bedeutung zunimmt („Cocooning“ bzw. „Homing“¹) und die VerbraucherInnenausgaben in diesem Bereich deutlich steigen. Laut



RegioPlan Consulting ist das Marktvolumen für Gartenbedarf seit 2002 um rund 27 % auf knapp 670 Mio. € im Jahr 2007 gestiegen. Der Garten hat in den vergangenen Jahren als "Nahest-Rückzugsgebiet" an Bedeutung gewonnen. 2,2 % der Fläche Österreichs ist Gartenland, dies entspricht einer Fläche von ca. 184.500 ha²).

Abbildung 19: Vielfalt bei Nachhaltigen Garten-Produkten © G. Hüfing

Laut dem deutschen Zukunftsinstitut suchen besonders junge Familien Häuser aber auch Wohnungen mit der persönlichen Grünoase. Dieser Trend schlägt sich bereits seit geraumer Zeit auch wirtschaftlich bei Baumärkten, Gartencentern und GartengestalterInnen nieder. Nachhaltige Gartenprodukte befinden sich jedoch derzeit noch in einem Nischenmarkt. Die Sensibilität der Bevölkerung für nachhaltige Gartenprodukte steigt. Die neue Zielgruppe der LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) bildet einen viel versprechenden Zukunftsmarkt für nachhaltige Produkte. Diese Gruppe konsumiert gern und bewusst, wenn die Produkte am Markt verfügbar sind.

In Zeiten der Corporate Social Responsibility muss auch der Handel mit der Ausweitung seines Sortiments auf nachhaltige Produkte reagieren. Derzeit ist Klimaschutz DAS große Thema. ÖsterreicherInnen geben in Befragungen an, dass die Klimaproblematik für sie wichtig ist und auch zu Verhaltensänderungen führt. Es ist also zu erwarten, dass die KundInnen ein Angebot an nachhaltigen Produkten auch im Gartenbereich vermehrt annehmen werden.

Für eine bessere Verankerung des Themas Nachhaltige Garten-Produkte und die Steigerung bzw. Bewahrung des Bekanntheitsgrades ist eine weitere intensive Öffentlichkeitsarbeit notwendig.

Die Tagung fand ein sehr positives Echo und war ein wichtiges Medium für den Informationsaustausch und die Vernetzung der StakeholderInnen im Grünraumbereich. Eine regel-

¹ Megatrend nach Faith Popcorn. Der Mensch hüllt sich in einen Kokon, er kapselt sich ein und nutzt die eigene Wohnung vermehrt als Lebens-, Einkaufs- und Arbeitswelt. Dieses Verhalten fördert die Informationsbeschaffung und den Konsum über elektronische Medien.

² Stand 1. Jänner 2005, Statistik Austria

mäßige Veranstaltung dieser Tagung würde das Thema Nachhaltige Garten-Produkte ausdauernd etablieren, Netzwerke und die Entwicklung neuer Produktideen fördern.

9. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Gartenprodukte (c) die umweltberatung Wien.....	7
Abbildung 2: üppige Ernte mit nachhaltigen Gartenprodukten © G. Hüfing.....	9
Abbildung 3: Kompostierbare Blumentöpfe (c) G. Hüfing	11
Abbildung 4: Vortrag - Fachtagung (c) M. Kupka	13
Abbildung 5: Workshop - Fachtagung (c) M. Kupka.....	14
Abbildung 6: Produktebörse - Fachtagung (c) M. Kupka	14
Abbildung 7: Diskussionsmöglichkeiten - Fachtagung (c) M. Kupka.....	15
Abbildung 8: Vernetzung der StakeholderInnen - Fachtagung (c) M. Kupka	15
Abbildung 9: Tagungsband online (c) M. Kupka	16
Abbildung 10: Garten-Hotline (c) M. Kupka.....	17
Abbildung 11: Podium der Pressekonferenz (c) M. Kupka.....	17
Abbildung 12: Überblick der Presseaussendungen	19
Abbildung 13: www.umweltberatung.at/gartenprodukte	20
Abbildung 14: Messestand Bauen & Energie (c) M. Kupka	20
Abbildung 15: Titelbild – StammkundInnenaussendung – Nachhaltige Garten-Produkte © Pendl	21
Abbildung 16: Überblick Fachartikel.....	21
Abbildung 17: bunte, vielfältige Ausblicke im Garten (c) G. Hüfing.....	22
Abbildung 18: reichhaltiges Angebot im Gartenfachcenter © G. Hüfing	23
Abbildung 19: Vielfalt bei Nachhaltigen Garten-Produkten © G. Hüfing	28

10. Literaturverzeichnis

Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft mbH (CMA): Marktstudie Gartenerlebnis – Eine Untersuchung bei Gartenbesitzern in Deutschland. Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und Ernährungswirtschaft GmbH, Bonn, 2007.

Die Verbraucher Initiative e.V.: Leitsysteme für nachhaltige Produkte im Einzelhandel. Verkaufsfördernde Verbraucherkommunikation am Point of Sale, Berlin, 2005

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL): Betriebsmittelliste für den ökologischen Landbau in Deutschland. Heinelt Service+Druck, Frankfurt am Main, 2007

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL): Hilfsstoffliste. Zugelassene und empfohlene Hilfsstoffe für den biologischen Landbau in der Schweiz. Binkert Druck AG, Laufenburg, 2007

Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL): Pflanzenschutzempfehlungen für den Biogemüseanbau. p.80. Binkert Druck AG, Laufenburg, 2007.

Garten Guide: Profi-Tipps und Tricks für den Garten und die besten Adressen Österreichs ; Anna M. Del Medico; KGV Marketing- und VerlagsgesmbH; Österreich, 2007

InfoXgen- Arbeitsgemeinschaft transparente Nahrungsmittel: Betriebsmittel und Verarbeitungsrichtlinien – Betriebsmittelkatalog für die biologische Landwirtschaft in Österreich. Enzersfeld, 2007

Karmasin Motivforschung: Natur im Garten. Eine repräsentative Befragung von 400 Gartenbesitzern aus Niederösterreich, Wien, 2007

Kreutzer Fischer & Partner Marktanalyse: Branchenradar® Gartengestaltung in Österreich 2008. Studie, Wien, 2008

Leitfaden zur Vermarktung von Ökotextilien im Einzelfachhandel: “die umweltberatung“ ; Bundesministerium für Verkehr und Technologie (BMVIT), Wien, 2006

Marketagent.com.: Handels-Check: Baumärkte und Gartencenter. Online research, Wr. Neudorf, 2007

Marketagent.com.: Online Shopping – „rosige Aussichten“. Online research, Wr. Neudorf, 2005

Pachernegg N.: Blühender Garten wird verlängertes Wohnzimmer. Medianet spezial, 15.5.08, Wien, 2008

Schweiger G. ,Schrattenecker G.: Werbung. Eine Einführung. Lucius & Lucius, Stuttgart, 2001

Sinus Sociovision: Nachhaltig geht! Rückschlüsse des Bio-Booms für den Non-Food Bereich. Vortrag im Rahmen des Workshops „Initiative zeigen – nachhaltig handeln“ der VERBRAUCHER INITIATIVE e.V., Berlin, 2007

Wenzel E., Kirig A., Rauch C.: Zielgruppe LOHAS. Wie der grüne Lifestyle die Märkte erobert. Zukunftsinstitut GmbH, Kelkheim, 2007

Zolles M. : Schickes, nachhaltiges Leben. LOHAS. Biorama, Wien, 2/2007

Quellen im Internet:

www.ama.at

www.bio-austria.at

www.biogaertner.de

www.blauer-engel.de

www.fibl.org

www.fsc.org

www.garten.or.at

www.gartenbau.or.at

www.gartenmesse.at

www.gartenundhaus.at

www.gesundesleben.at

www.marktcheck.at

www.natureplus.org

www.naturimgarten.at

www.natur-im-garten.at

www.oegut.at

www.oeko-forum.ch

www.oekoweb.at

www.pefc.at

www.umweltberatung.at

www.umweltzeichen.at

www.wwf.at

www.xertifix.de



11. Anhang

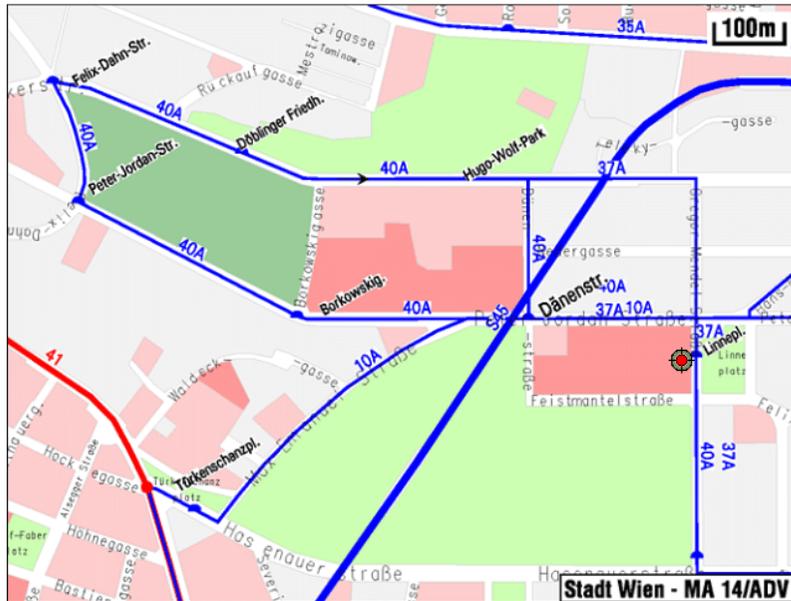
11.1 Einladung Tagung

11.1 StammkundInnenaussendung

11.1 Nachlese Sustainable Talk - ÖGUT

Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln:

Buslinien 10A, 37A, 40A



Anmeldung für die Tagung bis 30. Jänner 2009

"die umweltberatung" Österreich

Fax: 01/877 60 99-13

E-Mail: oesterreich@umweltberatung.at

Informationen zur Veranstaltung und Anmeldung für die Produktausstellung:

DI Gerda Hüfing, "die umweltberatung" Wien

1100 Wien, Buchengasse 77/ 4. Stock

Tel.: 01/803 32 32-55

E-Mail: gerda.huefing@umweltberatung.at

www.umweltberatung.at/Gartenprodukte

Fachtagung



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Angewandte Pflanzen-
wissenschaften und Pflanzenbiotechnologie

Nachhaltige Produkte im Garten-Fachhandel
Marktnische oder Trendprodukt?

Freitag, 20. Februar 2009

9:00 bis 17:00 Uhr

ACHTUNG! Geänderter Tagungsort:

Universität für Bodenkultur,
Gregor Mendel Haus, Festsaal,
1180 Wien, Gregor Mendel Straße 33



Tagungsprogramm

- 9:00 **Empfang und Registrierung der TeilnehmerInnen**
Bio-Frühstück
- 9:30 **Eröffnung**
Ronald Juza Leiter "die umweltberatung" Wien
Karoline Jezik Leiterin Department für angewandte Pflanzenwissenschaften und Pflanzenbiotechnologie
Sabine List BMVIT
- 9:45 **Nachhaltige Gartenprodukte in Österreich – Projektergebnisse**
Gerda Hüfing, "die umweltberatung" Wien
- 10:05 **Nachhaltige Gartenprodukte – von der Nische zum Trendprodukt**
Elisabeth Tangl, "die umweltberatung" Wien
- 10:25 **"bellaflora biogarten" – eine Bio-Geschichte aus dem Garten-Fachmarkt**
Nikolaus Doderer, bellaflora
- 10:50 **Kaffeepause**
- 11:30 **Freiwillige Zertifizierungen von nachhaltigen Gartenprodukten in Österreich und Europa**
Josef Raneburger, Lebensministerium
- 11:50 **Vom Pionier im biologischen Pflanzenschutz zum gefragten Spezialisten**
Sabine Pleininger, biohelp
- 12:10 **“die garten Tulln“ - Erfahrungsbericht von der ökologisch gepflegten Landesgartenschau aus der Sicht der GärtnerInnen und BesucherInnen**
Fiona Kiss, "die umweltberatung" Niederösterreich
- 12:30 **Kompostierbare Blumentöpfe im Praxis-Test**
Martin Schlagmitweid, Boku - Institut für Garten, Obst- und Weinbau
- 13:00 **Bio-Buffer und Besuch der Produktausstellung**

14:00 Vertiefende Workshops mit folgenden Themen:

14:00 -15:00

Das Österreichische Umweltzeichen - ein interessantes Marketing auch für Sie?

Wer steckt dahinter, Bekanntheitsgrad, bisherige Entwicklung, Vernetzungsmöglichkeit, Richtlinien für den Garten, der Weg zur Auszeichnung, Aufwand, Kosten und Wert des Umweltzeichens

VKI – Oswald Streif

Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

Neue Marktchancen, Erfahrungen in der Umsetzung, Abschätzung des Marktpotenzials, Umsetzungsprobleme

bellaflora – Nikolaus Doderer

Was brauchen KonsumentInnen und BerufsgärtnerInnen für die nachhaltige Gartengestaltung und -pflege?

Bedarfs- und Produkthanforderungen an nachhaltige Gartenprodukte, bestehendes Sortiment, Erfahrungen und Verbesserungspotenziale, Gebrauchsfreundlichkeit

"die umweltberatung" NÖ – Fiona Kiss

15:00-16:00

Innovative Produkte – welche Produkte fehlen am österreichischen Markt?

Entwicklung von neuen Produktideen, Aufspüren von Marktlücken, fehlende Produkte, Registrierungssituation von Pflanzenschutzmitteln in Österreich, Zugänglichkeit und Bekanntheit von biologischen Produkten, fehlende Kommunikation zwischen Profibereich und Haus-/Kleingartenbereich

biohelp – Sabine Pleininger

Marketing für nachhaltige Gartenprodukte – ähnlich oder doch ein wenig anders?

Zielgruppen erkennen und richtig ansprechen, Produktpolitik, Kommunikation, Preispolitik, Verkaufsförderung am Point of Sale

"die umweltberatung" Wien – Elisabeth Tangl

Einkaufsratgeber für nachhaltige Gartenprodukte – ein Instrument zur Information der KundInnen und zur Erhöhung des Marktanteils?

Inhalte, Produktkategorien, Gestaltung, Verteilung, Vermarktung, Finanzierung

"die umweltberatung" Wien – Gerda Hüfing

16:00 Präsentation der Workshop-Ergebnisse und Abschlussdiskussion

17:00 – 19:00 Gemütlicher Ausklang bei Getränken und Bio-Snacks

Moderation: Christa Ruspeckhofer, "die umweltberatung" NÖ

Garten - Hotline 01/803 32 32

"die umweltberatung" Wien bietet an der Garten-Hotline Beratung zu ökologischen Gartenprodukten und gibt Einkaufstipps. Unsere Expertinnen und Experten erleichtern die Auswahl ökologischer Gartenprodukte – von torffreier Blumenerde für Zimmer und Balkon über Bio-Saatgut bis hin zum schadstoffarmen Rasenmäher für den Garten. Sie beraten individuell bei der biologischen Gartenpflege und Gartengestaltung.

Mo-Do, 9-16 Uhr, Fr 9-13 Uhr
www.umweltberatung.at/gartenprodukte

Österreichische Post AG
Info.Mail Entgelt bezahlt

Info und Beratung:

"die umweltberatung" Wien
1100 Wien, Buchengasse 77/4.Stock

01/803 32 32
service@umweltberatung.at
www.umweltberatung.at

Infomaterial für das ökologische Gärtnern

„Ökologische Gartenprodukte“ Infoblatt € 1,50 plus Versand

„Gärten, die Kinder lieben“ Infoblatt € 1,50 plus Versand

„Hochbeet“ Infoblatt € 1,50 plus Versand

„Weidenbau - Weidenhäuser beleben den Garten“ Infoblatt € 1,50 plus Versand

„Saatgut und Pflanzen aus biologischem Anbau“ Infoblatt € 1,50 plus Versand

„Schnecken ohne Schrecken“ Infoblatt € 1,50 plus Versand

„Kräuter“ kostenlose Broschüre

„Natur-Nische Hausgarten“ kostenlose Broschüre

„Buntes, Duftendes & Essbares vom Fensterbrett“ kostenloses Poster

Das Projekt „Wissenstransfer - Nachhaltige Gartenprodukte“ inklusive Garten-Hotline wird im Rahmen der Programmlinie „Fabrik der Zukunft“ durchgeführt. Diese Programmlinie wird im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie durch die Forschungsförderungsgesellschaft abgewickelt.

Die Hotline für den grünen Daumen

Gärtnern - Hobby oder Leidenschaft?

Für viele Menschen ist das Gärtnern mehr als ein Hobby - es ist eine Leidenschaft. Und diese lassen sich die ÖsterreicherInnen auch etwas kosten. Jährlich werden ca. 190 € pro Haushalt für den Gartenbedarf ausgegeben. Der Großteil der Produkte, die über den Ladentisch gehen, wird konventionell produziert. Aber das Angebot an umweltfreundlichen Produkten wird ständig größer.

Wussten Sie, dass ...

- fast die Hälfte der Gartenausgaben für Pflanzen getätigt wird? Der Rest verteilt sich auf Erden, Saatgut, Geräte und Gartenmöbel.
- bereits zwanzig verschiedene torffreie Erden im Handel erhältlich sind?
- benzinbetriebene Gartengeräte auch mit Alkylatbenzin funktionieren? Dieses Benzin hat im Vergleich zu herkömmlichem Benzin einen um bis zu 95 % geringeren Schadstoffausstoß.
- bei der Herstellung von einem Kilo Kunstdünger ca. 2 Liter Erdöl verbraucht werden?

Gut für Umwelt und Gesundheit

In Hausgärten wird oft wesentlich mehr gespritzt und gedüngt, als in der herkömmlichen Landwirtschaft. Umweltschonende Gartenprodukte und biologische Gartenpflege bringen viele Vorteile: Bio-Saatgut und Bio-Pflanzen, natürlicher Dünger und der Verzicht auf chemische Spritzmittel ermöglichen eine gesunde Ernte im Garten. Gleichzeitig wird der Schadstoffeintrag in Boden, Grundwasser und damit in die Nahrungskette verringert. Durch den Kauf von torffreier Blumenerde bleiben wertvolle Moorlandschaften erhalten. Nützlingsunterkünfte locken Gartenhelfer an. Und wer sich auf einer Gartenbank aus heimischem oder FSC-Holz ausrüstet, trägt zur Schonung der tropischen Regenwälder bei.

Ökologische Gartenprodukte

Umweltschonend Gärtnern ist möglich! Die ExpertInnen von "die umweltberatung" untersuchten rund 700 Gartenprodukte auf ihre Nachhaltigkeit. Sie recherchierten bestehende Labels und Kennzeichnungen für ökologische Gartenprodukte. Bei der Beurteilung wurden Aspekte der Ökologie, soziale Kriterien, Auswirkungen auf die Gesundheit und die Regionalität der Produkte berücksichtigt.

Auch die Gebrauchstauglichkeit und Langlebigkeit der Produkte wurden einbezogen. Das Ergebnis sind praktische Einkaufstipps zu den gängigsten Gartenprodukten.

Tipps zum nachhaltigen Gärtnern

- Pflegen Sie Ihren Garten mit Geräten, die mit Muskelkraft oder Ökostrom betrieben werden, wie zum Beispiel Spindelmäher, Gartenschere oder Rechen. Damit halten Sie sich fit und reduzieren gleichzeitig CO₂ Ausstoß und Lärm!
- Sparen Sie Wasser durch Regenwassernutzung, Tröpfchenbewässerung am Morgen, Mulchen und die optimale Pflanzenauswahl.
- Setzen Sie Ihrem Dach eine grüne Haube auf! Dachbegrünungen speichern Regenwasser, puffern Temperaturen und verlängern die Lebensdauer des Daches.
- Bevorzugen Sie heimische Bio-Pflanzen. Diese sind robust, an unser Klima angepasst und bieten Lebensraum und Nahrung für viele Tiere.
- Düngen Sie mit Kompost oder organischem Dünger. Damit versorgen Sie Ihre Pflanzen optimal und vermeiden mit hohem Energieverbrauch hergestellten Kunstdünger.

Nachlese Sustainable Talk, 12.10.2009

Am 12. Oktober 2009 fand anlässlich der Nachhaltigen Wochen ein Sustainable Talk zum Thema „**Sag mir, wo(her) die Blumen sind...**“ – **Regionale Zierpflanzenproduktion in einer globalisierten Welt**“ statt. Die Veranstaltung wurde von der Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT) im Auftrag des Lebensministeriums organisiert.

Nach der Begrüßung durch Projektleiterin Barbara Schmon (BMLFUW) diskutierten VertreterInnen von Wirtschaft, Verwaltung und NGOs am Podium über Fragen der Definition, Rückverfolgbarkeit, Nachhaltigkeit und Förderung regionaler Zierpflanzenproduktion:

Walter Bayerl (Bundesinnung der Gärtner und Floristen, WKÖ), Gerda Hüfing (die umweltberatung), Michaela Schwaiger (Abt. III/10-Obst, Gemüse, Sonderkulturen-BMLFUW), Albert Trinkl (Bundesverband der Österreichischen Gärtner), Sophie Vessel (FIAN – Food First Informations- und Aktions-Netzwerk, FLP – Flower Label Program) und Elfriede Stopper (BIO AUSTRIA).

Die Kernaussagen des Podiums kurz zusammengefasst:

***Zierpflanzenproduktion in Österreich** ist gekennzeichnet durch die kleinbetriebliche Struktur und vergleichsweise hohe Produktionskosten. Die klimatischen Bedingungen machen eine Ganzjahresproduktion schwierig bzw. nur durch hohen Energieeinsatz (für Beleuchtung und Heizung von Glashäusern) möglich. Von November bis Februar müssen daher bis zu 80 % der Blumen importiert werden. Zierpflanzen werden vom Samen oder Steckling aus in österreichischen Gärtnereien produziert, die Eigenproduktion von Vermehrungsmaterial in Österreich ist eher gering.*

*Der **Mehrwert der regionalen Zierpflanzenproduktion** im Sinne der Nachhaltigkeit liegt in der Erhaltung der Betriebsstrukturen (Arbeitsplätze) und der regionalen Versorgung mit Qualitätsware, außerdem werden tendenziell Transportwege verkürzt und die KonsumentInnen haben die Möglichkeit, direkt in Kontakt mit den ProduzentInnen zu treten und die Produktionsbedingungen kennen zu lernen. Im Idealfall zeichnen sich regional produzierte Pflanzen durch eine bessere Anpassung an den Standort und eine vielfältige Palette an regionalen Spezialitäten (Bsp. regionale Apfelsorten) aus.*

*Die Pro-Kopf-Ausgaben für Schnittblumen, Topfpflanzen und Baumschulwaren in Österreich liegen an 3. höchster Stelle in der EU, was den hohen Stellenwert dieser Produktgruppe zeigt. Die **Frage nach Herkunft und sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen** ist allerdings bisher nur für wenige KonsumentInnen kaufentscheidend.*

Regionale Produktion von Blumen und Zierpflanzen ist für die KonsumentInnen „direkt an der Pflanze“ im Gegensatz zu Lebensmitteln nur schwer erkennbar, einzelne Projekte wie Blumentöpfe mit Bundesländer-Logos zeigen einen möglichen Trend.

*Im **sozialen Bereich** gibt es bereits einige **Initiativen und Labels**, die die Arbeitsbedingungen der ArbeiterInnen in der Zierpflanzenproduktion thematisieren. Das Label FLP (Flower Label Program) etwa garantiert die Einhaltung arbeitsrechtlicher und Umweltstandards in südlichen Ländern, ein Pilotprojekt adaptiert derzeit die sozialen und ökologischen Kriterien des Labels für eine biologische und regionale Produktion in Deutschland. Auch die Labels FFP (Fair Flowers Fair Plants) und FAIRTRADE stehen für eine soziale und ökologische Zierpflanzenproduktion.*

*Die **biologische Produktion von Zierpflanzen** steckt anders als bei Lebensmitteln noch in den Kinderschuhen. Verstärkte Forschung und Beratung auf der ProduzentInnenseite als auch Bewusstseinsbildung bei den KonsumentInnen ist hier dringend notwendig. Eine generelle Orientierung hin zu **ökologischeren Produktionsweisen** ist allerdings feststellbar – Bsp. Nützlingseinsatz, Energieeffizienzmaßnahmen – auch hier gibt es jedoch deutlichen Unterstützungsbedarf für die ProduzentInnen.*

*Um eine nachhaltige regionale Zierpflanzenproduktion in Österreich zu stärken, müssen Anstrengungen zum **Erhalt der bestehenden Betriebe** gesetzt und diese in ihrer **Orientierung hin zu ökologischen und sozialen Verbesserungen** dauerhaft unterstützt werden. Gleichzeitig dazu muss eine **Bewusstseinsbildung bei den KonsumentInnen** erfolgen und der Mehrwert regionaler Produktion verstärkt am Point of Sale kommuniziert werden. Importe von fair produzierten Zierpflanzen aus südlichen Ländern stellen eine sinnvolle Ergänzung zur regionalen Produktion dar.*

Im Anschluss an die Beiträge der Podiumsgäste sorgte ein interessiertes Fachpublikum für angeregte Diskussionen und wertvollen Erfahrungsaustausch.

AnsprechpartnerInnen:

Projektleitung:

Dr. Barbara Schmon, Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft
barbara.schmon@lebensministerium.at

Fachliche Unterstützung:

DlIn Julia Elpons, Österreichische Gesellschaft für Umwelt und Technik (ÖGUT)
julia.elpons@oegut.at, 01-315 63 93-34