

**BMBF-GEFÖRDERTES PROJEKT
NACHHALTIGE PRODUKTION UND VERWENDUNG VON
ZIERPFLANZEN**

Kurzinformation



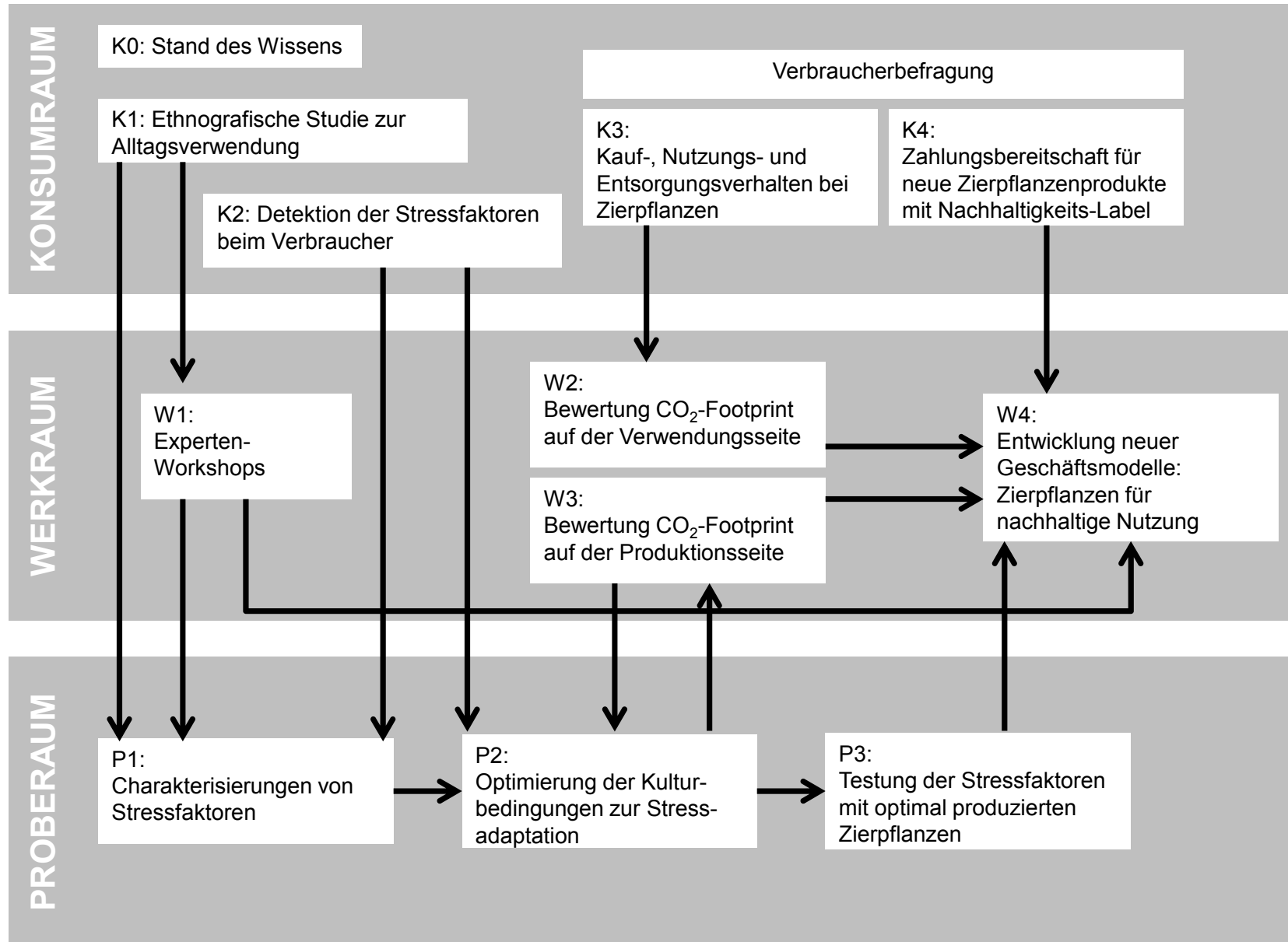
KURZBESCHREIBUNG

- Zierpflanzen sind integraler Bestandteil der Lebens- und Konsumwelt von Menschen. Drei von vier Haushalten kaufen mindestens einmal im Jahr eine Zierpflanze. Im Projekt soll das in großem Ausmaß vorhandene Nachhaltigkeitspotenzial durch Entwicklung neuer Geschäftsmodelle genutzt werden. Derzeit sind die Umweltbedingungen in der Produktion auf Wuchsleistung und Verkaufsqualität optimiert und berücksichtigen nicht die späteren Alltags- und Umweltbedingungen beim Verbraucher. Dadurch zeigen Zierpflanzen dort Stresssymptome. Daneben fehlt vielen Verbrauchern heute die notwendige Kompetenz in der Pflanzenpflege. Produktausfälle sind die Folge.
- Das Projekt soll in einer interdisziplinären Struktur zum einen Bewertungsmodelle auf Basis des Carbon Footprint für die Nachhaltigkeit in der Wertschöpfungskette Zierpflanzen erarbeiten. Zum anderen sollen in ethnografischen Studien erstmals detailliert die späteren Verwendungskontexte und Umweltbedingungen bei den Verbrauchern ergründet und darauf aufbauend in Anbauversuchen neue Produktionsverfahren für stressadaptierte Zierpflanzen getestet werden. In Zusammenarbeit mit Partnern aus Produktion und Einzelhandel sollen nachhaltige Produktkonzepte entstehen und ihre Akzeptanz in einer Verbraucherstudie untersucht werden. Durch die ins Projekt eingebundenen Unternehmen können die Erkenntnisse unmittelbar in die Praxis umgesetzt werden.

ZIELSETZUNGEN

- Es soll ein tiefgründiges Verständnis des Verbraucherverhaltens bei Zierpflanzen und der Hemmnisse für nachhaltige Verwendung von Zierpflanzen gewonnen werden.
- Es sollen die entscheidenden Stressfaktoren im Verwendungsbereich detektiert und beschrieben werden. Dabei soll es keine Rolle spielen, ob der Stress vom Konsumenten ausgeht oder durch diesen nicht beeinflusst wird.
- Die Umweltbelastung soll mit dem Konzept des „Carbon bzw. CO₂-Footprints“ auf beiden Seiten gemessen werden, um so ein Ausgangsniveau für nachhaltige Wirtschafts- und Konsumweisen beschreiben zu können.
- Daraufhin sollen Geschäftsmodelle erarbeitet werden, um die Produktion bzw. das Produkt besser auf die spätere Nutzung auszurichten.
- Ein Nachhaltigkeits-Label soll hinsichtlich der Anwendungsmöglichkeit und Erfolgsaussichten auf dem Markt geprüft werden.
- Insgesamt können die Ansprüche und Wünsche der Konsumenten stärker berücksichtigt werden, ohne die Erfordernisse der Produzenten und des Handels außer Acht zu lassen.
- Nachhaltigere Produkte und Konsummuster können etabliert werden, sodass sich ökologische, soziale und ökonomische Vorteile ergeben.

ARBEITSFELDER DER PROJEKTBEARBEITUNG



ZEITPLANUNG

Zeitplanung												
Jahr	2015				2016				2017			
Quartal	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
KONSUMRAUM												
K0: Stand des Wissens												
K1: Alltagsstudie												
K2: Stressfaktoren												
K3: Nutzungsverhalten												
K4: Zahlungsbereitsch.												
WERKRAUM												
W1: Experten-Workshop												
W2: PCF Verwender												
W3: PCF Produzenten												
W4: Geschäftsmodelle												
PROBERAUM												
P1: Charakterisierung												
P2: Stressadaptation												
P3: Testung												

PROJEKTBETEILIGTE

- Professur für Gartenbauökonomie der Hochschule Geisenheim (Prof. Sparke)
- Institut für Urbanen Gartenbau und Zierpflanzenforschung der Hochschule Geisenheim (Prof. Mibus-Schoppe)
- Fachgebiet für Marketing und Management Nachwachsener Rohstoffe am Wissenschaftszentrum Straubing (Prof. Menrad)
- Pflanzen Kölle
- PlusPlants Gruppe
- W. Kordes' Söhne
- Rosa Danica
- Selecta Klemm
- Bundesverband Deutscher Gartenfreunde e. V.
- Redaktion MEIN SCHÖNER GARTEN (Burda Verlag)
- LWK Niedersachsen, LVG Ahlem
- Sächsisches Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie; Abt. Gartenbau Dresden-Pillnitz
- Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau