

## Kompakt

- Mo Haus-Rat
- Di Crash-Test
- Mi Durch-Klick
- Do Recht-Eck
- Fr Schlag-Wort
- Sa Stil-Leben

## Wem gehört die Armlehne?

Was schickt sich, was geht gar nicht? Gemeinsam mit Experten gehen wir in der Rubrik „Stil-Leben“ Benimm- und Gewissensfragen auf den Grund.

VON SANDRA MARKERT

Gerecht teilen bedeutet, dass jeder gleich viel bekommt, zum Beispiel vom Kuchen. So lernen es schon Kinder. Setzt man sich jedoch als Erwachsener in einen Flugzeugsitz, einen Kinossessel oder ein Zugabeteil, funktioniert das Prinzip „jeder bekommt ein gleich großes Stück“ nicht mehr. Zumindest nicht bei der Armlehne.

Vor allem wenn sehr breite Menschen sich neben eher schmale Personen setzen, geht die pure Überlegenheit an Masse oft mit einem größeren Besitzanspruch auf die mittlere Armlehne einher. Gefallen lassen muss man sich das laut den Experten vom Knigge-Rat aber nicht, schließlich gehört die Lehne beiden Sitznachbarn – egal wie klein, groß, schmal oder breit diese sind. Auch der Grundsatz „wer zuerst kommt, mahlt zuerst“, gilt für den Besitzanspruch einer Armlehne nicht, sagt die Stuttgarter Karriereberaterin Claudia Lüdemann.

Selbst ein Zu-spät-Kommer im Kino kann also durch dezentes Anstupfen ein Stückchen Platz auf der gemeinsamen Lehne einfordern. Verteidigt der Nachbar unnachgiebig sein Revier, vertreibt man ihn aber nicht mit dem spitzen Ellenbogen, sondern mit dem freundlichen Hinweis, dass man auch einen Arm mit Platzbedarf besitzt.

Glück im Unglück hat lediglich, wer im Flugzeug den mittleren Platz in einer Dreier-Reihe erwirbt. Da es dort ohnehin beengter zugeht als an Gang oder Fenster, hat man Anspruch auf beide Armlehnen. Bevor der Platz jetzt aber noch durch eine zurückgeklappte Rückenlehne weiter vergrößert wird, sollte man sich aber auf jeden Fall umdrehen und den Hintermann warnen. Denn vielleicht hat dieser gerade einen Kaffee vor sich stehen, den er nicht auf der Hose haben möchte. Und vielleicht steht sogar noch ein Stückchen Kuchen daneben, den der Hintermann nicht teilen möchte – zumindest nicht mit dem Boden.

## Buch-Tipp

### Die eigenen vier Wände

Niedrige Immobilienzinsen verlocken dazu, sich eine Wohnung zu kaufen. Der neue Ratgeber „Eigentumswohnung: Auswahl und Kauf“ (19,90 Euro) der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg liefert hierzu viele Tipps und Checklisten. Zu kaufen in den Beratungsstellen oder unter [www.vz-bw.de/ratgeber](http://www.vz-bw.de/ratgeber). (mar)

## Zahl des Tages

# 64

Prozent aller Todesfälle bei Kindern unter fünf Jahren gehen auf Infektionen zurück. Sie wären somit nahezu vollständig vermeidbar gewesen, so die Forscher der Weltgesundheitsorganisation WHO. Im Jahr 2010 starben 4,9 Millionen Kinder dieser Altersgruppe an Krankheiten wie Lungenentzündung, Durchfall oder Malaria. Mit insgesamt 7,6 Millionen Todesfällen ist die Kindersterblichkeit seit dem Jahr 2000 um 26 Prozent gesunken. (dpa)

## Kontakt



Sandra Markert Regine Warth

Fragen, Anregungen, Kritik? Melden Sie sich bei uns.

E-Mail: [wissenswert@stn.zgs.de](mailto:wissenswert@stn.zgs.de)

Telefon: 07 11 / 72 05 - 79 79  
Montag bis Freitag von 13 bis 15 Uhr

[www.stuttgarter-nachrichten.de/wissen](http://www.stuttgarter-nachrichten.de/wissen)

# Vergissmeinnicht sind Mamas Liebling

Wie die regionalen Gärtner gegen die Konkurrenz aus dem Ausland ankämpfen

Diesen Sonntag wird fast überall auf der Welt Muttertag gefeiert. Für die Gärtner bedeutet das Schwerstarbeit: Sie müssen nicht nur massenweise Blumen auf den Markt bringen, sondern sich auch gegen die billige Importware aus Holland und Afrika wehren. Inzwischen auch mit regionalen Gütezeichen.

VON REGINE WARTH

STUTTGART. Muttis Liebling blüht blau-weiß. In dicken Bündeln liegen die Vergissmeinnicht auf dem Containerwagen von Gärtner Gert Hieber. Aber nicht mehr lange. Seit 3 Uhr morgens steht der Gärtner auf dem Stuttgarter Blumenmarkt. Alle paar Minuten stoppt einer der metallenen Einkaufswagen, die über den Betonboden der Halle rattern, und ein Käufer stellt drei, vier Sträuße hinein. Ein Griff in die Wechselgeldschublade, „tschüss“, der Nächste, bitte. „Der Mai“, sagt Gert Hieber. „Der ist die Hölle.“ Jeder will Blumen. Vor allem vor dem Blumenfeiertag schlechthin: dem Muttertag.

Pünktlich zum zweiten Maisonntag steht die Blumenbranche parat, die stets in diesem Monat ein gigantisches Sortiment an Schnittblumen und Topfpflanzen anbietet und es nonchalant dem Mutti-Motto unter-schiebt: „Lasst Blumen sprechen.“ Mit Erfolg: Nach Berechnungen der Agrarmarkt Informationsgesellschaft (AMI) gaben die Deutschen im Jahr 2011 in der Muttertagswoche für Schnittblumen oder blühende Topfpflanzen rund 175 Millionen Euro aus. Damit war der Umsatz der Muttertagswoche im Schnitt doppelt so hoch wie in einer normalen Woche. Kein Wunder also, dass die Blumenbranche alle Kräfte mobilisiert, um den Verkauf nochmals anzukurbeln.

Im Stuttgarter Großmarkt spricht an diesem Morgen die Masse für sich: ein Meer an Farben in aller Herrgottsfrühe – Gerbera, Flieder, Wicken und zig Eimer mit Rosen. Blüten wie hingepinselt, prall und groß. 48 Gärtnerbetriebe verkaufen auf rund 4000 Quadratmeter Fläche alles, was grünt oder blüht. Hier ist die Verteilerstation der Gärtner aus der Region. Hier laufen Floristen mit eiligem Schritt durch die blühenden Reihen, den Containerwagen hinter sich herziehend, in den alles eingeladen wird, was sich gut verkauft.

Geerntet wurden die Blumen tags zuvor, nun werden sie in Lieferwagen mit Reutlinger, Göppinger oder Ulmer Kennzeichen geladen und nur wenige Stunden später im Blumengeschäft ausgepackt. Jetzt muss nur noch einer kommen: der Kunde.

### Längst locken Supermärkte mit viel günstigeren Rosen aus Ostafrika

Doch der geht nicht nur in die Blumengeschäfte – längst locken Baumärkte und Supermärkte mit Sträußen aus Ostafrika oder Südamerika. Immer mehr und immer billiger. Laut der AMI stammen etwa neun von zehn Schnittblumen, die in Deutschland verkauft werden, aus dem Ausland. Die Niederländer sind für Deutschland der mit Abstand wichtigste Außenhandelspartner im Blumenbereich. Im Jahr 2011 exportierten sie Schnittblumen für etwa 753 Millionen Euro nach Deutschland. Wegen der klimatischen Vorteile äquatorialer Regionen werden jedoch viele Blumen wie Rosen, Nelken, und Alstromerien in Ecuador und Kolumbien sowie Israel angepflanzt. Auch Italien gehört zu den Großen in der Branche.

Blumen sind ein globalisiertes Produkt, doch an der Blüte steht nicht, woher sie kommt – geschweige denn, unter welchen Umständen sie gewachsen sind. Und so kämpfen die deutschen Gärtner einen harten Kampf gegen die übermächtige Konkurrenz aus dem Ausland – mit den üblichen Hürden: höhere Energiekosten, höhere Löhne, teurere Anbauflächen und dann noch die Transportkosten.

Harald Ege steht im Gewächshaus inmitten einem blauen, roten, weißen, grünen Blumenfeld. Der hundert Jahre alte Familienbetrieb in Remseck im Kreis Ludwigsburg hat sich auf Topfpflanzen spezialisiert. Auf knapp 7000 Quadratmetern wachsen Ageratum, Petunien, Begonien und Fuchsien. Drinnen herrschen 30 Grad. Wird es draußen kalt, surrt es laut, und ein schwarzer Filter wird zugezogen, so bleibt die warme Luft über den Pflanzen, wie eine Decke. Über Schläuche bekommen sie Wasser, Mineralien und Nährstoffe, vom Computer nach Bedürfnissen berechnet. Alles was hier wächst, soll dies unter besten Bedingungen tun.

Harald Ege ist ein Gärtner der alten Schule. Was nicht wächst, wie es soll, wird nicht radikal aussortiert. Aber Geld bringt es ihm



Auf dem Stuttgarter Blumenmarkt gehören Rosen aus Holland zum harten Geschäft mit dazu



Floristen laden in die Containerwagen alles, was sich in ihren Geschäften gut verkauft



Harald Ege glaubt an die Vernunft der Kunden: „Die Pflanze muss für sich sprechen“

auch keines ein. Er zieht zwei Töpfe Ageratum aus den Reihen. Beide wurden zum gleichen Zeitpunkt gepflanzt, haben die gleichen Nährstoffe, die gleichen Mengen an Wasser erhalten. Die eine Pflanze zählt fünf Blüten, die andere nur drei. „Sehen Sie“, sagt er. „Das ist mein Dilemma.“ Auf dem Markt bringen mehr Blüten mehr Geld. Was unter fünf Blüten liegt, ist praktisch unverkäuflich, selbst wenn er es für die Hälfte des Preises anbieten würde. „Solche gibt's beim Baumarkt billiger“, sagt er.

Dafür hält die Importware aus dem Baumarkt oft nicht so lange, ist zudem meist vollgepumpt mit Pestiziden und Giftstoffen. Das weiß Ege. Der Kunde weiß das oft nicht. Der freut sich eher über den günstigen Preis. Und wenn das Pflänzchen eingegangen ist, dann kauft er sich eben ein neues.

Doch wie sich dagegen wehren? Harald Ege zuckt mit den Schultern. Er weiß, dass in der Genossenschaft über ein Gütezeichen

## Info

### Muttertag

Der Muttertag fußt auf der Idee der Amerikanerin Ann Jarvis und ihrer Tochter Anna. 1907 wurde der zweite Sonntag im Mai in West Virginia und Philadelphia als allgemeiner Ehrentag für alle Mütter gefeiert. 1908 beteiligten sich bereits 45 US-Staaten. 1914 erklärte der US-Kongress den Muttertag zum Staatsfeiertag.

In Deutschland setzten sich seit den 1920er Jahren die Blumenhändler für die Feier eines Muttertages ein, die Nationalsozialisten machten 1933 den zweiten Mai-Sonntag zum offiziellen Festtag.

Später beteiligten sich die Blumenhändler am 1950 gegründeten Müttergenesungswerk von Ely Heuss-Knapp, der Frau des ersten Bundespräsidenten Theodor Heuss. Sie verkauften in ihren Geschäften die Papierherzchen, und das Müttergenesungswerk warb für den Kauf von Blumen. Nach wie vor werden am Muttertag Spenden für das Müttergenesungswerk gesammelt. (dapd)



Fotos: Fotolia/Kovalenko (4)

ist es ein Fehler, aber ein Aufkleber kommt mir nicht an die Blumen.“ Er glaubt an die Vernunft des Kunden. „Da bin ich konservativ.“ Die Pflanze muss für sich sprechen.

Im Stuttgarter Großmarkt sprechen an einigen Ständen die Blumen zwei Sprachen: Deutsch und Holländisch. In Folien eingepackt, stecken die Rosensträuße von niederländischen Blumenhändlern zwischen heimischen Gerbera und Bartnelken. Es ist einer der größten Stände im Großmarkt, betrieben wird er von der Gärtnerei Kurz aus Korntal-Münchingen im Kreis Ludwigsburg, die längst kein reiner Gartenbaubetrieb sondern ein richtiges Unternehmen ist.

Die Geschäftsführerin Marianne Kurz sitzt im heimischen Betrieb und geht die Bestellungen für das Muttertagsgeschäft durch. Vor der Tür des Büros entpacken Arbeiterinnen eine Lieferung Rosen aus Südamerika und bringen sie auf eine einheitliche Länge. Die Chefin kennt die Meinung ihrer Kollegen über die Schnittblumenflut aus den Niederlanden und die Überlegungen für ein gemeinsames regionales Label. Doch sie diskutiert nicht lange drum herum. „Die Situation ist, wie es ist“, sagt sie. Und sowieso nicht mehr zu ändern. Also hat sie sich mit der Konkurrenz arrangiert – und handelt selbst mit Rosen, hauptsächlich aus Ecuador. „Wegen ihrer großen Köpfe“, wie sie sagt. An diese kommen keine deutschen Rosen heran.

### Vorausnahmen, was der Kunde will, ist das Schwierigste in der Branche

In ihren Gewächshäusern wachsen stattdessen vor allem Gerbera. Gelb, orange, rosa, mit dunklem Auge oder hellem. Die Farbe wechselt mit dem Geschmack der Kunden. Und der wechselt häufig. Sie zeigt auf eine perfekte Gerbera – mit einer Blüte in der richtigen Größe. Aber ihre Farbe, sagt Kurz und biegt am Stiel hin und her – sie ist den Kunden zu hell, zu grell. Die Sorte fliegt raus. Kurz zuckt mit den Schultern. „Das Vorausnahmen, was der Kunde will, ist das Schwierigste am Geschäft mit den Blumen.“

Ihr Betrieb kann es sich leisten auszuprobieren. 15.000 Quadratmeter misst die Anbaufläche. In den Glashäusern, die noch in den 1970er Jahren erbaut worden sind, wachsen Tausende von Gerbera, Levkojen und Bartnelken – teils für den Verkauf am Stuttgarter Großmarkt, größtenteils für ihren eigenen Handel. Ihre Kunden kommen aus Augsburg oder Aalen – manche sogar mehrmals am Tag. „Das Geschäft ist schnelllebig geworden“, sagt Kurz. Es gibt keine Großbestellungen mehr. Mit den kleinen Liefermengen gehen die Händler kein Risiko ein – zumindest in den Zeiten zwischen Muttertag und Valentinstag. Da orientieren sie sich an der direkten Nachfrage.

Über den Dächern des Großmarkts ist längst die Sonne aufgegangen. In den Hallen gleißt immer noch kaltes Neonlicht auf die bunte Pracht. Die Regale leerer sich. Noch schnell einen Strauß Lilien hier mitgenommen, dort eine Palette Hortensien. Der Geschäftsführer des Blumengroßmarktes, Valentin von Vacano, streift durch die Reihen. Er kennt die Mitglieder der Genossenschaft, weiß, wer mehr unter dem Kampf gegen die Konkurrenz zu leiden hat und wer weniger. Leicht sei es für keinen, sich als Familienbetrieb gegen die Großen zu behaupten. Eine Lösung, aus dem Dilemma rauszukommen, sieht er nur darin, immer wieder für die Qualität der regionalen Blumen zu werben. „Doch am Ende ist es eben der Kunde, der entscheidet“, sagt von Vacano.



Für den Gärtner Roland Sauer ist ein Gütezeichen für Blumen aus der Region ein Verkaufsplus

diskutiert wird, mit dem die Kunden auf die Qualität aus der Region aufmerksam gemacht werden sollen. Bei Gemüse gibt es schon ähnliche Versuche.

### Teils werben die Gärtner mit regionalen Gütezeichen für Qualität

Manche von Eges Kollegen haben dies schon in die Tat umgesetzt und ein eigenes Gütezeichen entwickelt, wie Roland Sauer. Der Gärtner aus Schwaikheim hat seit 2011 an seinen Flamingoblumen blau-grüne Anhänger geknüpft, die er auf dem Großmarkt präsentiert. „Plus aus der Region“, ist darauf zu lesen, daneben der Stuttgarter Fernsehurm. Laut Sauer ein Verkaufs-Plus: „Das macht dem Kunden die Kaufentscheidung leichter“, sagt Sauer.

Harald Ege lässt nachdenklich seine Finger über die Pflanzen streichen. „Vielleicht