



Ein mutiger Visionär, der das Miteneinander als Erfolgsrezept sieht: Matthias Haudenschild, Geschäftsführer agrotropic ag.

Informieren und inspirieren!

TEXT Denise Yannouis BILDER zVg

Wir machen gemeinsame Sache: agrotropic ag, Spezialist für Rosen aus Ecuador und Afrika, trägt in den nächsten zwei Jahren mit 12 Publikportagen zur Berichterstattung in unserem Magazin über Florist Beiträge Geschäftsführer Matthias Haudenschild nach den Beweggründen.

Florist: agrotropic geht neue Wege und engagiert sich fachlich und finanziell für die Floristen. Warum? Matthias Haudenschild: Wir sehen auf unseren Einkaufspreisen zu unseren Farmen- und Partner-Produzenten viele

Sachen Qualität verkauft. Wir finden das falsch und die Antwort darauf muss unserer Meinung nach neue Kreativität sein, die die Kundschaft überrascht und überzeugt! Dazu wollen wir einen allerseits gewinnbringenden Beitrag leisten.



Stehen die Themen für alle zwölf Beiträge schon fest?

Zum Teil. Wir wollen unserem Kreativ-Team jedoch auch Raum für neue Ideen und aufkommende Trends lassen. Ideenansätze gibt es genug: Woher kommen welche Rosenarten, was sind ihre Spezialitäten, wer sind die Gärtner, was lässt sich mit welcher Rose machen? Es gibt so viele Geschichten und Interpretationsmöglichkeiten zu dieser Königin unter den Blumen. Aber es ist wie beim Kochen: Die Zutaten gibt es schon, lange – doch die neuen Kombis sind die Überraschung! Das gilt auch für die Gärtner: Sie freuen sich natürlich, wenn sie sehen, was für fantastische Kreationen aus ihren Produkten entstehen. Das wiederum fördert ihr Verständnis für die Wünsche der Kreativ- und zum Beispiel nach langen Stielen oder lockeren Blütenrispen. Gleichzeitig glauben wir aber auch, dass im Markt die Zeit reif ist für einen Beitrag unsereis, der Banalisierung des Produkts «Blumen» ein starkes Gegenargument zu liefern. Hier sehe ich auch eine Verpflichtung unserer Branche, die Kundschaft emotional abzuholen, Bedürfnisse zu wecken und Freude zu bereiten!

Wissen denn Floristen nicht genug über Rosen?

Die Rose nimmt in der Floristik seit jeher eine klassische Rolle ein. Eventuell gerade deswegen hat sie in den letzten Jahren aber an Aufmerksamkeit verloren. Dabei sind klassische oder komplizierte Rosen wie Spray-, Duft- oder Victorian Rosen enorm vielfältig einsetzbar, wie wir gerade jetzt bei den trendigen Sträußen mit ihren lockeren Aufbau feststellen. Doch sie erfordern auch mehr Aufmerksamkeit und Mut. Plus verändert sich parallel dazu zur Zeit auch gerade viel bei den Züchtern und Produzenten – angefangen bei den Farben, den Blütenköpfen,

den Grössen, den Formen oder auch der Anordnung und Füllung der Blüten. Aus dieser Vielfalt dürfen wir schöpfen und wir wollen dies inspirierend teilen.

Dann geht es also auch um Weiterbildung und Produkte-Infos?

Ja sicher, da können wir enorm viel Fachwissen teilen! Doch auch die Inspirationsquellen speisen: Wie lassen sich die Rosenarten einzigartig verarbeiten? Wie lassen sie sich spannend inszenieren? Und wenn wir schon beim Storytelling sind: Was gibt es für erstaunliche Geschichten und Wissen für die Kundschaft? Plus das grosse Feld der ganzen botanischen und geschichtlichen Aspekte: Warum duften gewisse Rosen und andere nicht, warum haben sie überhaupt Stacheln und wieso feiert plötzlich eine Blume ihr Comeback?

Das setzt Fachleute voraus. Wer sind die Macher dieser Serie bei agrotropic?

Die Vernetzung mit allen diesen Aspekten und das Fachwissen betrachte ich als grundlegend. Dazu haben wir ein ganz einzigartiges Spezialisten-Team am Start: Jeanne Gabriel und Maja Frauenfelder decken den floristische, trendigen und handwerklichen Bereich ab. Ich trage mit meinen engen Kontakten zu den Produzenten die Neuheiten und Informationen rund um den nachhaltigen Anbau bei. In enger Zusammenarbeit mit Bernhard Schmid und seinem Fachhandlungssteam. Und wir können auch auf den wertvollen Support unserer Qualitätssicherung, Verarbeitung und Logistik zählen.

Ein solch interdisziplinäres Team bei einem Importeur überrascht!

Uns sind die Wurzeln unserer Blumen genauso wichtig wie die Schönheit der Blütenblätter. Wir sind neugierig und leidenschaftlich. Darum wollen wir immer

wissen, woher etwas kommt, wie es wächst und wer die Pflanzen hegt und pflegt. Deshalb sind wir vor Ort und kaufen auch vor Ort ein weil es uns ein zentraler Anhaltspunkt ist, dass unsere Blumen möglichst nachhaltig und fair produziert werden. Wir unterhalten seit vielen Jahren enge Beziehungen. Das ist unser grosser Marktvorteil denn damit bekommen wir oft kleinere Mengen zugehalten sowie Ratfragen oder neue Entwicklungen bevor diese überhaupt als Massenware verfügbar sind. Das macht uns auch zu einem «Spezialitätendamen» für Rosenliebhaber. Immer auf qualitativ sehr hohem Niveau.

Doch die wirklich ausschlaggebende Qualität sind die Möglichkeiten unserer Produzenten für floristische Kreationen! Genau da wollen wir ansetzen: Wir wollen Floristen mit all unserem Wissen und unseren Kräften unterstützen und aufzeigen, wie viel Potential in unseren Blumen drinsteckt! Das ist uns mit den ersten beiden Reportagen im vergangenen Jahr gelungen – und das soll in den 12 weiteren seine Fortsetzung finden. Zeigen, inspirieren und unterstützen. ✨

AGROTROPIC AG: EIN UNTERNEHMEN DER FAMILIE BÜNGGENSEN SEIT 1976.

Der Importeur ist auf Schnittblumen und Schnittgarn aus Ecuador, Kenya und Sri Lanka spezialisiert. Er verfügt über eine anspruchsvoll gearbeitete Lieferantebasis mit Fokus auf soziale und ökologische Standards. Agrotropic ist ein Gartenbau in Kenya und Sri Lanka betrieblig.

Das Unternehmen ist auf Qualität, Sortiment und Trends ausgerichtet. 60 Mitarbeiter arbeiten in Büro und Verarbeitung im Nebbau nach Minergie Standard in Oberrhein.

