



Der Kulturverlauf der Versuchspflanzen wird auch mit Bildern dokumentiert



Theo und Sabine Gauweiler



Helianthus 'F, Junior', eine Topfsorte



Helianthus 'Pro Cut Orange'

Premium Sunflowers in Lustadt

Begeisterung für Sonnenblumen

Kundennutzen und Spezialisierung sind das Konzept des jungen Unternehmens Premium Sunflowers, das Saatgut von besten Sonnenblumen-Sorten und umfassendes Wissen bietet.

GÄRTNER & FLORIST

Gauweiler hat auch einen Floristenabschluss und deshalb, wie er sagt, „eine Floristendenke. Ich schaue Sonnenblumen nicht bloß mit den Augen eines Produzenten an, für mich sind sie immer auch florales Objekt.“ Die Blumenkünstler unter den Kunden sind ihm dafür dankbar.

Das Buch war schuld. Theo Gauweiler hatte schon länger mit dem Gedanken gespielt, doch erst das Buch „Marketing-Tipps“ von Bodo Schäfer gab ihm den Mut, sich auf den Saatguthandel mit pollenlosen Sonnenblumen zu spezialisieren – trotz aller Bedenken im Umfeld, dass die Nische viel zu klein sei.

Schäfer empfiehlt, persönliche Stärken zu nutzen. Gauweilers Stärken sind seine „kommunikative Art“, wie er es nennt, und sein Wissen über Sonnenblumen. Seit fast 20 Jahren produziert er *Helianthus* für den Schnitt und sammelte Erfahrungen. Nun erweiterte er sein Angebot. Unabhängig von der Gärtnerei Gauweiler ist der Saatguthandel „Premium Sunflowers“ entstanden. „Premium“ bedeutet: Die Firma will ihren Kunden nur die besten Sorten anbieten. Für Gauweiler heißt das vor allem pollenlose Sorten.

Unabhängig bleiben

Abgesehen davon, dass die Zahl der (Pollen-) Allergiker in der Bevölkerung wächst, spricht nach Gauweilers Meinung in erster Linie die deutlich längere Haltbarkeit in der Vase für diese Sonnenblumenvarianten. Wichtig ist ihm, von Züchtern unabhängig zu sein: „Vertreter der Saatgutproduzenten bieten dem Gärtner oft nur Sorten des jeweiligen Züchters an. Als unabhängiger Saatguthändler suche ich weltweit nach den besten Sorten, teste sie selbst in meiner Gärtnerei und ordere nur, was ich für gut befunden habe.“

Die meisten Sorten, die Premium Sunflowers im Angebot hat, kannte Gauweiler dank seiner langjährigen Kontakte zu Züchtern bereits. Trotzdem war er im vergangenen Jahr viel unterwegs: in Deutschland, in den Niederlanden, in Großbritannien.

Im Zweier-Team

Nachdem in seinem Betrieb Ende Oktober die Ernte abgeschlossen war, entwickelte er mit einer Agentur das Konzept für sein neues „Baby“. Werbematerial wurde gedruckt, Gauweiler kümmerte sich um die Internetpräsenz. Seit Ende 2003 gibt es die Firma „Premium Sunflowers – seeds & more e.K.“. Ehefrau Sabine hat zusätzlich zu ihrem eigenen Job und zur Sorge um die zwei Töchter, die Buchhaltung übernommen. Außerdem aber, lacht sie, sei sie „Mädchen für alles“: Ist ihr Mann unterwegs, begrüßt sie die Besucher, nimmt Telefonate entgegen, kümmert sich um das Büro. Einmal wöchentlich erledigen sie gemeinsam den administrativen Teil: Dann werden die Päckchen gepackt, Rechnungen geschrieben. „Ohne Sabine wäre das gar nicht machbar“, bekennt Theo Gauweiler.

Neben Qualität ist Service die zweite tragende Säule in seinem Konzept. Aus gutem Grund: Als Produzent fühlte er sich oft von den Saatgutvertretern allein gelassen. Informationen zu Kulturverlauf und Schäden konnten sie ihm selten zur Verfügung stellen. Diese Lücke will er schließen. Um seinen Kunden einen echten Mehrwert zu bieten, sammelt er Wissen wie andere Leute Briefmarken.

Versuche in Heidelberg

Ein Beispiel dafür sind die umfangreichen Untersuchungen, die er in diesem Jahr startet. Fuhr er bislang nur als Seminarteilnehmer zum „Sonnenblumentag“ der Lehr- und Versuchsanstalt Heidelberg, regte er nun als Geschäftsführer von Premium Sunflowers gemeinsame Testreihen mit der LVG zum Thema pollenlose Sonnen-

blumen an. Grund für Gauweilers Engagement: „Glaubwürdigkeit! Die Kunden sollen sich nicht nur auf meine Angaben verlassen müssen, sondern auch Informationen von einer neutralen Quelle bekommen.“

So werden nun in Heidelberg sechs Schnittsorten (verschiedene Züchter), alle gelb mit schwarzer Mitte, die am häufigsten verkaufte Form, unter verschiedenen Bedingungen beobachtet: unter Glas und im Freiland, mit und ohne Vliesabdeckung oder Lochfolie. Außerdem gibt es einen reinen Sortenvergleich von 25 pollenlosen Sonnenblumen, die zum größten Teil noch nicht auf dem Markt sind. Pflanzhöhe, Internodienlänge, Spross-, Blüten- und Pflanzendurchmesser, Anzahl der Blattpaare und der Knospen/Blüten pro Pflanze werden ebenso wissenschaftlich dokumentiert wie Entwicklung und Wachstumsverlauf der Pflanzen. Und das mit

drei verschiedenen Aussaatterminen. In abgespeckter Version testet Gauweiler das Gleiche in seiner heimischen Gärtnerei.

Doppelte Feldarbeit

Bereits am Telefon, als wir den Gesprächstermin für diesen Artikel vereinbarten, hatte er sich entschuldigt: „Es gibt aber noch fast nichts zu sehen!“ Nun, das wäre auch etwas viel verlangt. Ende April kann in unseren Breiten auch der beste Gärtner keine gelb leuchtenden Felder mannshoher Blumen herbeizaubern. Vor Ort findet sich dann doch etwas für die Kamera: Auf dem Feld, zum Teil unter schützendem Vlies, läuft der erste Satz pollenloser Schnitt-Sonnenblumen auf – winzig noch, aber schon kräftige Pflänzchen. Neben dem Klassiker ‘Sunrich Orange’ ist das vor allem Gauweilers Favorit ‘Pro Cut Orange’, seiner An-

sicht nach eine echte Alternative zur „Sunrich“-Serie. Im ungeheizten Gewächshaus stehen die Töpfe mit der neuen Sorte 'F₁ Junior'. „Bestes Saatgut von Premium Sunflowers für die Gärtnerei Gauweiler“, schmünzelt der doppelte Geschäftsführer, „ich verkaufe mir sozusagen selbst meine Ware.“

Wenige Schritte weiter, auf den Versuchsbeeten, verheißen Etiketten zukünftige Wunderdinge. „Die meisten dieser Sorten sind Randsortiment. Der Durchschnittsproduzent wählt eine, höchstens zwei Sorten. Die machen 90 bis 95% des Gesamt-Sonnenblumenmarkts aus. Was ich hier veranstalte, ist eindeutig Mehraufwand, um Kunden beraten zu können“, sagt Gauweiler.

Er will den Kulturverlauf seiner Versuchspflanzen genau dokumentieren: Digitalbilder vom Zwei-Blatt-Stadium bis zur Blüte, Notizen über die zeitliche Entwicklung, die Haltbarkeit und manches andere. Das soll einmal als Anhaltspunkt oder Vergleichsmöglichkeit für die Kunden von Premium Sunflowers dienen: Bildmaterial und sonstige Informationen sollen ins Internet gestellt werden.

Info-Datenbank und Forum im Internet

Welche Bedeutung dem Internet in Gauweilers Saathandelskonzept zukommt, wird schnell deutlich. Die ständig wachsende Datenbank auf seiner Website ist das zentrale Kundenbindungsinstrument. Neben der Dokumentation der eigenen Versuchsreihen finden Interessenten dort eine Fülle von Publikationen anderer Quellen zur *Helianthus*-Kultur. Das Spektrum ist breit und umfasst unter anderem die Düngung von Freilandschnittsonnenblumen, Pflanzenschutzmittel für Sonnenblumen, Einfluss von Assimilationslicht auf den frühen Anbau von Schnittsonnenblumen unter Glas, detaillierte Studien und molekulargenetische Untersuchungen über die Ursachen zytoplasmatischer Pollensterilität bei der Sonnenblume.

Die Datenbank wird ergänzt durch eine Liste der Marktpreise auf *Helianthus*-Versteigerungen seit 2000, Linksammlungen (zum Beispiel zu Wetterdaten) und eine Sammlung von Schadbildern. Bei letzterer ist sogar die Gliederung wählbar: nach dem zeitlichen Entwicklungsstadium der Pflanze, nach den betroffenen Pflanzenteilen oder nach Schaderregern.

Eine andere Einrichtung der Website ist das Forum. Theo Gauweiler möchte dort eines Tages Feedback von seinen Kunden bekommen, um selbst lernen und seinen Service optimieren zu können. Hauptidee ist jedoch, das Forum als Plattform für *Helianthus*-Interessenten zu etablieren: sich austauschen und von anderen lernen, lautet die Devise. Unter dem Schlagwort „Best practice transfer“ ist das in der Wirtschaft längst gängige Praxis. Bislang aber kommt Feedback nur im Gespräch, das Forum dümpelt noch vor sich hin. „Ich gehe neue Wege und bin nicht sicher, wo ich damit lande“, bekennt Gauweiler und ergänzt: „Unter Gärtnern ist in puncto Erfahrungsaustausch, gerade auch übers Internet, noch viel Unsicherheit verbreitet.“

Datenbank, Forum – solch umfangreiches Engagement im Netz ist natürlich Aufwand. Wie viel Arbeitszeit investiert der Geschäftsführer von Premi-

Neue Sonnenblumen 2004

'F ₁ Junior' pollenfrei	Blüte: Gelb mit dunkler Scheibe Typ: zwergwüchsig verzweigt Verwendung: Schalen-, Topf- und Beetkultur Höhe: 60 cm (ohne Hemmstoffbehandlung) Blütendurchmesser: 12 cm Kulturdauer bis Blüte: 55 Tage Saatgewicht: circa 40 Samen pro g
'F ₁ Pro Cut Orange' pollenfrei	Blüte: Drei orange Blütenblattkreise mit schwarzer Scheibe Typ: einstielig Verwendung: Schnittblume mit geraden, biegungsfesten Halsen Höhe: 150 cm Blütendurchmesser: 12 bis 15 cm Kulturdauer bis Blüte: 50 Tage, tageslängenneutral Saatgewicht: circa 22 Samen pro g
'F ₁ Pro Cut Bi - Color' pollenfrei	Blüte: zweifarbig (Verlauf Mahagoni bis Gelb nach außen) mit schwarzer Scheibe
'F ₁ Pro Cut Lemon' Pollenfrei	Blüte: Lemon mit schwarzer Scheibe
'F ₁ Peach Passion' pollenfrei	Blüte: 3 bis 5 pfirsichfarbene Blütenblattkränze mit grüner Scheibe Typ: verzweigt Verwendung: Schnittblumen und Rabatte Höhe: 120 cm Blütendurchmesser: 9 bis 12 cm Kulturdauer bis Blüte: 55 Tage Saatgewicht: circa 40 Samen pro g

um Sunflowers in seine Website? Ein schräger Blick von Sabine Gauweiler: „Wo hört deine Arbeit auf und wo fängt dein Hobby an?“ Verlegenes Schmünzeln ist die Antwort. Theo Gauweiler hat mehr als nur ein rein wirtschaftliches Interesse an diesem Projekt. Dennoch: „Wir sind ein kleiner Saatguthandel. Vertreter wie bei den Großen, die über Land fahren und die Kunden vor Ort abklappern, sind für uns gar nicht machbar. Wir setzen daher auf andere Strategien. Eine davon ist das Internet.“ Denn das ermöglicht eine breite Streuung, einen großen Wirkradius.

Gauweiler sieht seinen Markt zwar vorrangig in Deutschland, Österreich und der Schweiz, letztlich aber in ganz Europa. „Bislang ist das noch Zukunftsmusik, aber da will ich hin.“ Der Trend sei eindeutig: Während Kundenkreise vor Ort in Zukunft eher schrumpfen werden, erschließt die online-Vermarktung neue Abnehmer, glaubt Gauweiler. Schon 50% der Bestellungen gehen bei Premium Sunflowers über den Internet-Shop ein. Die anderen 50% kommen per Telefon. Allerdings waren die Anrufer häufig zuerst im Internet. Wie der Interessent, der – klingelnd – unser Gespräch unterbricht, um sich genauer nach dem Angebot zu erkundigen. Im Sommer, so das Ergebnis der kurzen Verhandlung, will er vorbeikommen und sich die Sorten mal anschauen.

Das Konzept von Premium Sunflowers kommt offenbar an: „Bestellungen für Saatgut werden oft schon im September/Oktober aufgegeben. Dafür, dass wir die Firma gegründet haben, nachdem eigentlich die Messen für die diesjährige Saison gelesen waren, läuft es erstaunlich gut. Das Interesse ist auf jeden Fall da“, berichtet Gauweiler.

Text und Bilder:
Dr. Stefanie Rudolph,
Frankfurt/Main

REKORDVERSUCH

Höchste Sonnenblume der Welt

Ein letzter Beweis gefällig, dass sich bei Gauweilers alles um die Sonnenblume dreht: Sie wagen einen Rekordversuch. Die höchste Sonnenblume der Welt wollen sie bei sich wachsen lassen. Um ins Guinness Buch zu kommen, müsste die Superpflanze circa 8 m hoch werden. Einen geschützten Standort im Garten haben sie schon ausgesucht: direkt vor dem selbst gebauten mehrstöckigen Spielhaus für die Töchter, dort könnte man die Riesenblume auch noch in luftiger Höhe festbinden. Gauweilers haben Erfahrung: Vor drei Jahren standen sie schon einmal im Buch der Rekorde. Damals verwandelten sie den Schalenbrunnen auf dem Markt in Neustadt/Weinstraße mit vielen Helfern in einen riesigen Sonnenblumenstrauß. Anschließend wurden die Blumen zugunsten einer Hilfsorganisation verkauft. Ob's diesmal wieder mit dem Eintrag klappt?