

Timm & Co. „Gute alte Zeit“ mit Handarbeit und Pferden.
aus: Deutsche Baumschule 1974



„Maschineninvestitionen für einen Markt von morgen...
- Ladearbeiten im Quartier“.

Der Absatz von Gehölzen - Streifzug durch 50 Jahre

Was war das früher für eine Arbeit in den Baumschulen mit dem Versand von Gehölzen: Ballen stechen, Pflanzen vorsichtig rausnehmen, Jute-Ballenleinen drum und wenn der Wagen mit den Pferden oder mit dem Schlepper kam, mußten alle anpacken und aufladen. Ab ging es mit den Pflanzen in die Versandhalle. Pflanzen wieder abladen, zu den einzelnen Aufträgen tragen und dicht zusammenstellen. War der Versandtermin gekommen: Pflanzen wieder aufladen und zur Bahn damit und wieder abladen. Besser war es, wenn per Lkw versandt wurde. Da sparte man wenigstens einmal das Abladen. So war das vor 50 Jahren mit dem Versand und Absatz von Gehölzen.

Die Produktionsbaumschulen auf dem Lande setzten an Handelsbaumschulen und Garten- und Landschaftsbaubetriebe in den Ballungsgebieten ab. Diese hatten die Verbindung zu den Behörden und nahmen an den Ausschreibungen teil. Die Chefs dieser Vorort-Baumschulen fuhren zum Einkaufen (aber nicht nur dazu) meistens für wenigstens zwei Tage zu den Produktionsbaumschulen nach Pinneberg oder ins Ammerland oder anderswohin. Das änderte sich in den 60ern. Die Behörden, die üblicherweise nur einen Rabatt von zehn bis 15 Prozent von den Vorort-Baumschulen erhielten, merkten, daß sie wesentlich mehr Rabatt bekamen, wenn sie selber in die Produktionszentren fuhren und dort einkauften. Damit war für die Baumschulen in den Ballungsgebieten das Geschäft „weg“. Sie mußten sich anders orientieren. Für sie wurde Anfang der 60er der Endverbraucher als Kunde entdeckt. Den mußte man in die Baumschulen locken. Häufig hatte er

gerade sein Häuschen gebaut und brauchte Pflanzen für seinen Garten. Anfangs ging der Baumschuler noch mit ihm durch die Quartiere, und der Kunde durfte sich die Pflanzen einzeln aussuchen. Für die Baumschulen ein kostenträchtiges Geschäft und dazu für den Kunden noch mit „Dreck“ an Schuhen und Kleidung verbunden. Also legte man Beete für die Gehölze an. Und damit der Kunde nicht ganz so viel Schmutz an die Schuhe bekam, wurden die Wege mit Platten ausgelegt. Die gekauften Pflanzen wurden per Hand oder mit der Schubkarre zur Kasse transportiert, die Quittung von Hand auf einen kleinen oder auch großen Zettel geschrieben. Das Geld, noch vom Fachpersonal kassiert, landete in einer kleinen Handkasse. Anschließend galt es, die Ware mit der Schubkarre zum Auto zu fahren oder zu tragen. Eine Verfahrensweise, die so umständlich und unrationell war, daß wir sie uns heute gar nicht mehr vorstellen können.

Andere Länder kamen den Bedürfnissen der Kunden schon mehr entgegen. In den USA hatte man erkannt, daß die Kunden so nicht „behandelt“ werden wollten. Schon in den 60ern lockten Pflanzencenter Kunden an. Hier waren die Pflanzen auf Hochbeeten oder auf Tischen zusammengestellt, wie der Autor 1964 bei einem Studienaufenthalt selber feststellte. Der Kunde konnte die Ware ohne große Bückvorgänge betrachten und sich die Pflanzen aussuchen, die seinen Wünschen entsprachen. In Selbstbedienung setzte er sich die Pflanzen auf einen mitgeführten Wagen und bezahlte an einer Kasse am Ausgang. Dazu war kein Fachpersonal nötig. Heute ist das alles selbstverständlich. Damals war es eine Revolution im Verkauf. Pfliffige Baumschuler und Zierpflanzler griffen die Idee auf, die ihnen Klette in Vorträgen nach Besuchen in den USA vermittelte. Einer der ersten war Dinger senior. Er führte schon 1960 die Selbstbedienung ein. Aus einer Baumschule



Deutsche
Baumschule
1958:

Das endlose Band ermöglicht es, die Etiketten mit der Schreibmaschine zu beschriften, den Vorteil, den kein anderes Etikett hat. Es ist klar, daß diese Etiketten nur für den Versand in Frage kommen. Krüssmann

wurde so im Laufe der Zeit eines der imposantesten und bekanntesten deutschen Gartencenter.

Der Einkauf von Gehölzen war für den Endverbraucher immer mit Schmutz verbunden. Also sann man hier auf Abhilfe. Einige Baumschulen haben die Pflanzen in Folie einballiert. Die Gartencenter hielten Zeitungs- oder Packpapier für die Kunden bereit, damit diese ihr Auto nicht schmutzig machten. Der einfachere Weg kam Ende der 60er, als Baumschuler die Idee aufgriffen, Gehölze in Containern zu ziehen. Das war schwieriger als gedacht. Die Firma Dinger zum Beispiel begann 1968 Rosen in Containern zu ziehen.

Die Container bestanden aus großen, schweren Tontöpfen, die häufig zu Bruch gingen, sich schlecht stapeln ließen und an denen auch die Kunden keinen Gefallen fanden. Kunststofföpfe gab es noch nicht. Aber mit diesem Verfahren waren Rosen fast ganzjährig zu verkaufen. Das war der entscheidende Schritt vorwärts.

Deutsche Baumschule 1958: Krüssmann berichtet von Ziergehölzen in fertigen Packungen, gesehen in einer amerikanischen Baumschule und Rosenpflanzen in Cloverset-Töpfen, ebenfalls zum Mitnehmen.



Viele Baumschuler wollten diesen Produktions- und Absatzweg nicht mitgehen. Für „richtige“ Baumschuler gehörten Pflanzen in die Erde und nicht in einen Topf. Außerdem waren für sie die im Boden im Freiland gezogenen Pflanzen die „besseren“ Pflanzen. Zierpflanzler konnten sich schon eher mit einer Anzucht in Töpfen anfreunden. Die Tontöpfe waren ihnen allerdings zu unhandlich und zu schwer. Also überlegten sie sich etwas anderes. Die ersten Kunststoffcontainer haben Gärtner im Handverfahren hergestellt. Sie kauften Kunststoffeimer, die eigentlich für Haushaltszwecke gedacht waren und bohrten Löcher in den Boden. So waren die Eimer für gärtnerische Zwecke verwendbar. Auch gab es noch keine Folien zur Abdeckung des Bodens. Einige Betriebe asphaltierten die Flächen zur Aufstellung der Container. Das war natürlich keine gute und brauchbare Lösung. So waren sie froh, als endlich Kunststoffolien auf den Markt kamen. Zur Bewässerung gab es auch keine Kunststoffrohre. Diese Technik mußte erst noch entwickelt werden.

Ein weiteres Problem waren die Erden. Für die Anzucht in Containern wurden Substrate in großen Mengen erforderlich. Die waren kaum zu kaufen. Außerdem hatte jeder Betrieb sein „Geheimrezept“ für die Erdenherstellung. Also stellten die Betriebe die Substrate noch im Selbstverfahren her.

Auch die Kunden taten sich mit Kauf von Erde schwer. Erden handlich verpackt in Kunststoffbeuteln gab es nicht. Der Torf war noch in einem unhandlichen Ballenformat, von sechs bis acht Dachlatten zusammengehalten. Sie gingen nur unter großen Mühen in den „Käfer“, das Volksmodell der 60er Jahre.

Dinger beispielsweise löste das Problem, indem er von einer Zuckerfabrik in Köln Zuckersäcke kaufte und Erden und Torf-Erde in die klebrigen Säcke abfüllte. Diese Säcke ließen sich dann unter dem Kofferdeckel des VW-Käfers verstauen.

Die Produktionsfläche für Container hat sich inzwischen stark ausgeweitet, allerdings wird sie in der Statistik leider nicht ausgewiesen. So ist man auf Schätzungen angewiesen. Sie könnte heute bei vielleicht 5 000 Hektar liegen. Mit steigender Anzahl an Pflanzen- und Gartencentern haben sich auch die Verkaufsflächen stark erhöht. Eine Reihe von Baumschulen haben sich inzwischen auf diesen Absatzweg spezialisiert. Dabei tauchen Probleme auf: Die Gartencenter halten kaum Lagerflächen vor. So kommt nur eine Just-in-

Time-Anlieferung in Frage. Das bedeutet, daß besonders im Frühjahr große Nachschubprobleme auftauchen können. Geht der Saisonverkauf bei schönem Wetter so richtig los, muß innerhalb von Tagen oder auch Stunden die Nachlieferung vorgenommen werden. Wer das organisatorisch schafft, ist im Geschäft.

Beim Absatz an Gartencenterketten wird von diesen aber auch eine Unterstützung bei der Warenpräsentation und Werbung gewünscht. Selbstverständlich soll die Ware möglichst mit



Rosenmutterpflanzen in Kunststoffeimern
(aus: Deutsche Baumschule 1973)

„Endverkaufsbau- schule“

BdB-Mitglieder, die als „Deutsche Markenbaumschule“ anerkannt sind, können sich zusätzlich, ohne Mehrkosten, auch als „Endverkaufsbau-
schule“ anerkennen lassen.

Der Name „Endverkaufsbau-
schule“ bleibt solange ein Arbeitstitel, bis er durch einen besseren Namen ersetzt wird. Die Anerkennung als „Endverkaufsbau-
schule“ ist die entscheidende Voraussetzung zur geplanten Gründung einer Werbegemeinschaft mit dem Ziel, diese Gruppe als Sicherheiten garantierende Fachbetriebe in der Öffentlichkeit zu profilieren; dies setzt voraus, daß Angebot, Service und Erscheinungsbild auf ein größtmögliches Maß an Übereinstimmung angeglichen werden.
Januar 1979



Agrarpolitik

In einem Vortrag auf der Wintertagung des BdB in Goslar sprach der damalige Parlamentarische Staatssekretär Fritz Logemann über agrarpolitische Probleme der Baumschulwirtschaft. Damals war die wirtschaftliche Lage vieler Obstbaubetriebe sehr angespannt. Eine Umstrukturierung im Bereich der Obstzüchtung stand bevor, von der treibende Impulse für den deutschen Obstbau erwartet wurden. Die steuerliche Abgrenzung zwischen Landwirtschaft und Gewerbe bedurfte einer Neuregelung. Der Vorschlag des ZVG, eine feste Zukaufsgrenze von maximal 30 Prozent für den Zukauf fremder Erzeugnisse zuzulassen, wurde vom BML begrüßt. Darüber hinaus sollte eine Aufteilung in einen landwirtschaftlichen Produktions- und einen gewerblichen Handelsbetrieb ermöglicht werden.
März 1973

Baumschul-Service beklagt

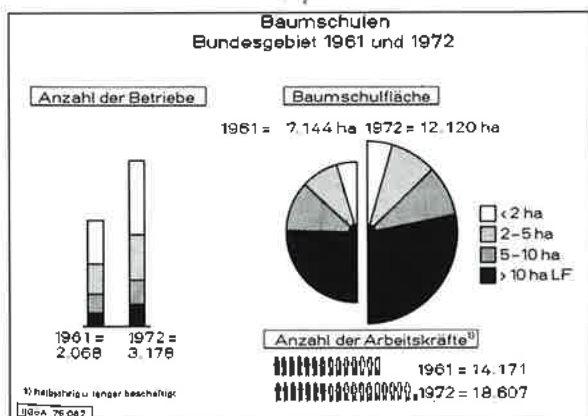
Eine deutlichere Trennung zwischen Produktion und Verkauf empfiehlt der Vorsitzende des Garten-Center-Verbandes, Gunter Dinger, Köln. Zwar sei es verständlich, daß Gärtner ihren Absatz überall suchten, doch leide bei einer Vielzahl von Kundengruppen meist auch der gruppenspezifische Service. Doch gerade der Umfang dieses Services wird zukünftig über Marktanteile entscheiden. Mit Hinweis auf Baumschulen bemängelte Dinger anlässlich der Wintertagung seines Verbandes, daß Wünsche über Unterstützung bei der Etikettierung und Weiterbildung leider immer noch ungenügend erfüllt würden. Auch plötzlich notwendige Nachorder würden leider zu schleppend ausgeliefert. Dinger ermunterte Interessenten, sich auf die Belieferung an Garten-Center zu spezialisieren.

März 1978



Unterschiedliche Vermarktung von Baumschulpflanzen. Dem Garten-Center Pluta in Berlin ist eine große Baumschulabteilung angegliedert.
aus: Deutsche Baumschule 1974

Bildetiketten und eventuell auch gleich mit Preisen ausgezeichnet sein. Auch Plakate und Prospekte werden als angenehm empfunden. Für die direktabsetzenden Baumschulen entwickelten sich die Fach- und Baumarktgartencenter zur großen Konkurrenz. Da eine einzelne Baumschule kein überregionales Profil entwickeln kann, kam den direktabsetzenden Baumschulen im Bund deutscher Baumschulen der Gedanke, ein eigenes Logo für eine gemeinsame Außendarstellung zu entwickeln. Dieses Konzept wurde Ende der 70er Jahre entwickelt und die Bezeichnung Gartenbaumschule eingeführt. Im Jahre 1979 wurden etwa 400 direktabsetzende Baumschulen des BdB's geprüft und die meisten als Gartenbaumschulen anerkannt. Sie konnten 1980 erstmals Flaggen,

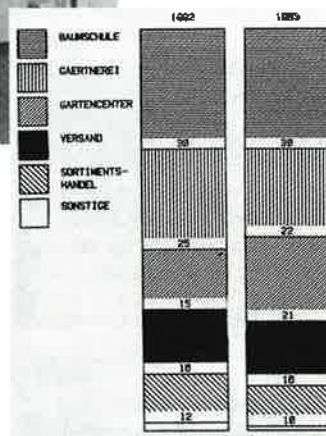


Werbekonzept Garten-Baumschule

Auf der Wintertagung des Bundes deutscher Baumschulen (BdB) in Hannover wurde das neue Werbekonzept der Aktions- und Werbegemeinschaft direktabsetzender Baumschulen vorgestellt, beraten und beschlossen. Schwerpunkte dieses Konzeptes sind u.a. die werbewirksamere Darstellung der Straßenfronten sowie Einfahrten, die Verkäuferschulung, bundesweite Aktionen der Öffentlichkeitsarbeit, eine besondere Pressearbeit und nur für Mitglieder dieser Aktions- und Werbegemeinschaft zu entwickelnde Verkaufshilfen. Zur Startfinanzierung stehen im Jahre 1980 aus Mitteln der CMA 60 000 bis 80 000 Mark zur Verfügung, aufgestockt durch Eigenmittel der Mitglieder.

Februar 1980

Plakate, Etiketten und andere einheitliche Werbemittel erwerben und einsetzen. 1977 haben sich Gartenbaumschulen in einem Tochterverband des BdB, den Gartenbaumschulen e. V. (GBV) zusammengeschlossen. Zur Abwicklung wirtschaftlicher Tätigkeiten wurden die „Maxi-Grün“ GmbH gegründet. Sie dient dazu, die von den GBV-Gremien beschlossenen Maßnahmen an Werbung, Warenhandel und Aktionen umzusetzen. Die Gartenbaumschulen wollen mit diesem Konzept bei den Kunden eine stärkere einheitliche Wiedererkennung und Darstellung gewinnen und sich gegenüber Fachgartencentern und Baumarktgartencentern abheben. Kooperatives Marketing nennt man das heute. Dem GBV gehören rund 200 Gartenbaumschulen an. Neben dem GBV hat der BdB einen Ausschuß Marketing Einzelhandel. Er vertritt die Interessen aller Einzelhandelsbaumschulen im BdB. Er macht allerdings keine Werbeaktionen. Friedhofsgärtnereien und kleinere Garten- und Landschaftsbaubetriebe benötigen nur geringe Mengen an Gehölzen. Für sie war die Fahrt zu Baumschulen in den Produktionszentren zu



Grafiken: GFM/Haushaltspanel, Hamburg, CMA MAFO

Gehölze und Stauden – Marktanteile nach Betriebsformen in Prozent (Vergleich 1982 und 1983).

Deutsche Baumschule 1984

weit und zu kostenintensiv. Sie kauften die benötigten Gehölze in der Regel bei kleineren regionalen Baumschulen ein. Ihren Bedarf an Topfpflanzen deckten die Friedhofsgärtnereien und Endverkaufsbetriebe bei regionalen Großmärkten. Die Großmärkte erkannten hier ihre Chance, für diese Kunden ein zusätzliches Angebot zu schaffen. 1971 nahmen die ersten Großmärkte die Vermarktung von Gehölzen in ihr Angebot auf. Für eingefleischte Baumschuler war dies allerdings kein Absatzweg. Entsprechend zögerlich waren die Baumschulen, Mitglied in einer Genossenschaft zu werden und in dieses Kommissionsgeschäft bei den Genossenschaften einzusteigen. Bei der NBV wurde 1971 erstmalig bei ihrer Niederlassung in Bottrop eine Fläche für Gehölze reserviert. Zehn Baumschulen nahmen die Lieferung von Gehölzen auf. Bis heute hat sich die Anzahl auf 50 Baumschulen gesteigert. So läßt sich feststellen, daß dieser Absatzweg inzwischen durchaus für Baumschulen interessant ist. Auch die Umsätze, die auf diesem Absatzweg von Baumschulen erzielt werden, können sich sehen lassen. Beim Osnabrücker Großmarkt gibt es Baumschulen, die über diesen Absatzweg immerhin im Jahr für rund 400 000 Mark Gehölze absetzen. Insgesamt macht der Erzeugergroßmarkt Osnabrück mit den Gehölzen einen Umsatz von zwei Millionen Mark im Jahr. Bei den Baumschulen, die über Großmärkte absetzen, ist dies allerdings in der Regel nicht der einzige Absatzweg.



**„Alles für den Garten“
- den Leitspruch
beschrieb die Deutsche Baumschule 1973
in einem Bericht über
die süddeutschen
„Läden und Center bei
Dehner“, über Selbst-
bedienung, guten Service
und freundliche
Mitarbeiter.**

Die Baumschulen müssen die Flächen in den Großmärkten selbst pflegen, das heißt mit Ware besetzen und für eine geschickte Präsentation sorgen. Seit 1990 werden Gehölze auch an der Uhr versteigert. Dies geschieht über die Topfpflanzenversteigerung der NBV und UGA in Lüllingen. Hier einige Zahlen: 1997 wurden 963 000 *Hedera*, 638 000 *Buxus*, aber auch 150 000 *Thuja occidentalis* und 150 000 *Chamaecyparis 'Ellwoodii'* abgesetzt. Seit Aufnahme des Verkaufs von Gehölzen hat die NBV diesen Umsatz kräftig steigern können, wie die Tabelle zeigt. Dabei hat diese Genossenschaft allerdings große Schwierigkeiten, Anlieferer für Gehölze zu finden. Die kleineren Baumschulen sind in vielen Fällen Vorlieferanten für große und marktbeherrschende Baumschulen und können daher nicht an die Genossenschaft liefern. Die großen, die von der Menge her sicher in Frage kämen, haben ihre eigenen Absatzwege und daher kein Interesse an einer Anlieferung an die Uhr. Diese Situation ist in den Niederlanden anders. Hier gibt es genügend kleine Baumschulen, die den Absatz über die Versteigerungen oder die Cash- und Carry-Märkte suchen. Die Versteigerungen wünschen sich aber einen besseren Besatz auf der Nachfragerseite. Eine Reihe von deutschen Abnehmern fährt wegen der besseren Einkaufsmöglichkeiten lieber nach Holland.

Ein großer Teil an Baumschulware wird auch zwischen den Baumschulen gehandelt. Laut einer Untersuchung des Institutes für Gartenbauökonomie aus dem Jahre 1991 erzielte der Verkauf an andere Baumschulen einen Anteil von 17 Prozent am Umsatz der BdB-Baumschulen. In Schleswig-Holstein

Jahr	Umsatz in DM
1970	230.145,00
1980	5.780.700,00
1990	17.013.725,00
1998	47.623.739,00

Umsätze der NBV bei Gehölzen.

erreichte bei den Handelsbaumschulen der Absatz an andere Baumschulen einen Anteil von 14 Prozent am Umsatz. Bei den Produktionsbaumschulen lag dieser Anteil sogar bei 68 Prozent. Die Anteile können sich bis 1999 verschoben haben, aber es ist sicher damit zu rechnen, daß der Handel unter den Baumschulen noch immer blüht. Kleinere Baumschulen in den Anbauzentren können häufig keine entsprechenden Verbindungen zu Behörden und Kunden mit einem differenzierten Angebot aufbauen. Kunden verlangen heute aber ein Komplettprogramm. So bleibt diesen kleineren Baumschulen kein anderer Weg, als Zulieferer für größere regionale Baumschulen zu sein. Dies hat für sie allerdings den Vorteil, daß sie sich spezialisieren können und kein eigenes Vertriebsnetz aufbauen müssen. In der Werbung arbeitet man allerdings zusammen.

Im Ammerland haben die Baumschulen im BdB einen gemeinsamen Werbausschuß gegründet. Mit Plakaten werben sie für „Meine Oldenburger“. Die Plakate werden von den BdB-Mitgliedern erworben und an ihre Kunden weitergegeben. Auch auf Ausstellungen wie Buga, Olba, Rhododendron-Tagen und regionalen Verbrauchermessen wird geworben. Eine Zusammenarbeit im Absatz findet jedoch nur sehr begrenzt statt und betrifft vorrangig die Komplettierung von Aufträgen.

Die meisten sind noch Einzelkämpfer nach der Devise: Ich bin ein guter Kultivateur, dann bin ich auch ein guter Verkäufer. Auf der Nachfrageseite gibt es in letzter Zeit erhebliche Konzentrationen, zum Beispiel durch Übernahmen, Aufkäufe und Erweiterungen bei den Gartencenterketten. Diese Marktmacht ist schon aus anderen Bereichen wie dem Lebensmittelsektor bekannt. Das wird auch auf der Angebotsseite zu Konzentrationsbewegungen führen. So ist vorauszusehen, daß sich neue Strukturen aufbauen werden. Mit der sich verändernden Angebots- und Nachfrageseite müssen die Baumschulen fertigwerden. Wer sich den Veränderungen nicht stellt, wird sehen müssen, ob er sich im Markt noch behaupten kann.

Prof. Dr. Hans-Albrecht Dicke, Osnabrück

Wo Betriebsstunden zählen... ist das Beste gerade gut genug!

Mit einem starken und zuverlässigen AS-Motormäher schneiden Sie immer erfolgreich ab!

AS Mulchmeister

Für ökologische Grünflächenpflege. Hohe Flächenleistung, hervorragendes Mulchergebnis.

B+S-Zweizylinder-4-Takt-Motor 10,3 kW (14 PS), 5-Gang-Schaltgetriebe.

Typ AS 84 Tandem-Mulchmeister, Schnittbreite 84 cm.

Typ AS 102 Mulchmeister mit pneumatischem Mäh-Schwenkarm (Stockräumer) für Reihenkulturen. Schnittbreite 102 cm.



Typ AS 102

AS 28 ENDURO Allmäher



Er mäht und zerkleinert meterhohes Gras, Unkraut und Gestrüpp.

AS-2-Takt-Motor 4,4 kW (6 PS), Schnittbreite 65 cm.

AS 830 ENDURO

Der Aufsitz-Geländemäher mit Allmäherformat.



B+S Zweizylinder-4-Takt-Motor 10,3 kW (14 PS). Hydraulikgetriebe für stufenlose Geschwindigkeitsregulierung. Schnittbreite 83 cm.

Ganz groß im Zerkleinern

samix-allesfresser Super

samix-Allesfresser Super S-B 7. Der bärenstarke Profi-Häcksler mit pat. Doppelkammer-technik.



Zur getrennten Verarbeitung von weichem Material und Ästen.

AS-2-Takt-Motor 4,4 kW (6 PS), Astzuführung für Äste bis 65mm Ø, Doppelkeilmotorenantrieb.

Interessiert?

**Einfach anrufen:
Service-Telefon
07977/71-112**

Gerne senden wir Ihnen ausführliche Informationen über das gesamte AS-Programm und beantworten Ihre Fragen.

Fragen Sie auch nach dem aktuellen samix-Häckslerprogramm!

AS-Motor GmbH & Co KG
Lindenstraße 91
74420 Oberrot
Telefon 07977/71-0
Fax 07977/71-259

AS MOTOR
naturverbundene Technik

Tradition die Zukunft gestalten. Wir gratulieren!



H.-J. **Addicks**
Baumschulen

Voßbergweg 25 26203 Westerburg
Fon 0 44 07 / 6847 Fax 0 44 07 / 84 94

Arno
Delger
Baumschulen

Marschstr. 14
26689 Apen/Apermarsch
Tel. 0 44 09 / 97 90 00
Fax 0 44 09 / 9 79 00 99
Handy 0 171 / 577 42 45



BAUMSCHULE
WILHELM KRUSE

Wallenbrücker Straße 14
49328 Melle-Westhoyel
Fon 0 52 26 / 98 98 66
Fax 0 52 26 / 98 98 67
e-Mail: Baumschule-W.Kruse@t-online.de



Zukunft - Pflanzen aus Tradition
Haage
Schwabische
Baumschulen

Grüner Weg 2 - 89340 Leipheim/Donau
Tel. 0 82 21 / 27 90 60 - Fax 0 82 21 / 27 90 25



Qualität von Anfang an

KORDES
Jungpflanzen

Kordes Jungpflanzen Handels GmbH
Mühlenweg 8
D-25485 Bilsen
Telefon 0 41 06 / 40 11
Telefax 0 41 06 / 40 13
e-Mail: Kordes-Jungpflanzen@t-online.de

Horst Holzheu
Pflanzen

Baumschule Holzheu
An den Brookwiesen 22
26655 Westerstede-Klumperesch
Fon 0 44 88 / 31 91
Fax 0 44 88 / 13 40

Baumschule Merz
Rhododendren • Azaleen
Solitärstauden

Kettelerstraße 28
63075 Offenbach a.M.
Fon 0 69 / 86 54 36
Fax 0 69 / 86 54 36
Mobil 0 177 / 472 13 17



LÖPTIEN
BDB-Markenbaumschulen

Klaus Löptien Baumschulen
Hermann-Löns-Straße 42 26160 Bad Zwischenahn
Fon 0 44 03 / 43 22 + 0 44 03 / 94 94 85 Fax 0 44 03 / 5 82 82

Jungpflanzen
Jelten

Koniferen-Jungpflanzen in Tb 9

Hauptstraße 298
26639 Wiesmoor
Tel. 0 49 44-99 01 17
Fax 0 49 44-99 01 37



Buxus

26160 Bad Zwischenahn
Höltjerweg 1
Tel. 0 44 03 / 82 27, Fax 87 69



Staudenkulturen

URSEL WICHMANN

Wallweg 1 • 26215 Wiefelstede
Telefon 0 44 02 / 66 09 • Telefax 0 44 02 / 6 08 72

THALACKER MEDIEN

Thalacker Medien
Postfach 83 64 38133 Braunschweig
Fon 0531 38004-0 Fax 38004-25



FLOR-COOP

Soc. Coop. ar.l.
C. S. Lago Maggiore 2
28010 NEBBIUNO (NO)
Tel. 03 22 / 58 97 55 r.a.
Fax 03 22 / 28 00 91

Camelien - Azaleen - Pieris - Kalmia
Rhododendron - Topf und Ballen
Freiland Pflanzen - Solitär.



Baumschule Fredo Schröder

Bramkampsweg 8 • 26215 Wiefelstede-Dringenburg
Fon 0 44 58 / 8 10 • Fax 0 44 58 / 14 90



Claus Dreher
Baumschulen

Kramerei 10 • 26655 Westerstedde-Halsbek
Tel. 0 44 88 / 93 72 • Fax 0 44 88 / 93 77

Tönjes
BAUMSCHULEN

Rudolf Tönjes
Baumschulen
Nördenholzer Straße 25
27798 Hude
Tel. 0 44 08 / 3 87
Fax 0 44 08 / 78 33

50
**Deutsche
 Baumschule
 Jahre**

**Im Zeichen der
 erfolgreich g**

BRUNS PFLANZEN EXPORT GmbH
 Postfach 11 65
 26146 BAD ZWISCHENAHN
 TEL.: 04403 / 601-0
 FAX: 04403 / 601-135
 Internet: <http://www.bruns.de>
 E-mail: bruns@bruns-pflanzen.wst.uunet.de

BRUNS[®]
 Pflanzen

AARBOMEX[®]

Baumschulen BVBA

DOORNSTRAAT 47B • B-9260 SERSKAMP
 (WETTEREN) BELGIUM

Tel. 00 32-93 69 73 59 • Fax 00 32-93 69 79 98



Baumschulen

Wilhelm Ley Baumschulen
 Baumschulenweg 20 • 53340 Meckenheim
 Postfach 12 08 • 53334 Meckenheim
 Telefon: 0 22 25 / 91 44-0
 Fax: 0 22 25 / 91 44 90
 E-mail: Ley-Baumschule@t-online.de
 Internet: <http://www.Ley-Baumschule.de>

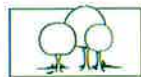
SCIA-Baumschulen
 Wittboldt-Müller

Inh. Uwe Langwald

Weitzmühlener Str. 59
 27283 Verden-Eitze

Fon 0 42 31 / 6 41 95 Fax 0 42 31 / 6 29 07

Gerstenkorn
 Baumschulen



Jägerskamp 4 Tel. 0 44 88 / 7 13 59
 26655 Westerstede Tel. 0 44 52 / 13 69
 Westerstederfeld FAX 0 44 88 / 48 06



Günter Meyer Baumschulen

Inh. Volker Meyer-Hardieck, BdB-Markenbaumschulen
 26441 Jever / Klein Moorwarfen
 Tel. 0 44 61 / 23 50 • Fax 0 44 61 / 38 63
 Internet: <http://www.baumschule-meyer.de>
 E-mail: info@baumschule-meyer.de

BAUMSCHULEN
KLASMANN
 RHODOENDRON - KULTUREN

Klasmannsweg 3
 26219 Bösel-Overlahe
 Tel. 0 44 05 / 43 77
 Fax 0 44 05 / 79 64

**SCHWERTER
 HÜLSBERG**



♦ Baumschule ♦
 ♦ Beerenobst-Anbau ♦

26219 Bösel/Hülsberg
 Telefon 0 44 94/4 48
 Fax 0 44 94/83 01

Borchers

Gerhard Borchers Baumschulen

Woldlinie 60 / Petersfehn
 26160 Bad Zwischenahn
 Telefon 0 44 86 / 14 07 • Telefax 0 44 86 / 61 66



BUNK
 Pflanzenhandel

Wilhelmstraße 16
 25336 Elmshorn
 Telefon 0 41 21 / 9 36 15
 Fax 0 41 21 / 9 48 76

Oldenburger Baumschuljungpflanzen

Leiz

Baumschule Leiz
 Osterende 57 26340 Zetel
 Fon: 0 44 53 / 24 35
 Fax: 0 44 53 / 46 81

Heinje
 BAUMSCHULEN

**Diderk Heinje
 Baumschulen**

Baumschulpflanzen-Handels GmbH + Co. KG
 Kleinscharreler Damm 3a 26188 Jeddelohe
 Fon 0 44 86 / 9283-0 Fax 0 44 86 / 9283-83

Internet: <http://www.heinje.de> e-Mail: baumschule@heinje.de



BRÜNTJEN

DEUTSCHE MARKEN
 BAUMSCHULEN



Omorikastraße 9 - 26655 Giebelhorst - Westerstede
 Telefon 0 44 88 / 27 15 - Telefax 0 44 88 / 7 22 94



**Günther
 Hedemann**
 BAUMSCHULE

Container- und Freilandpflanzen. Das komplette Sortiment für die grüne Branche.

EKERN • EDEWECHTER STRASSE 36 • 26160 Bad Zwischenahn
 TEL. 0 44 03 / 39 93 • Fax 0 44 03 / 5 81 32 • Auto 0 172 / 427 44 06

uk

**Echt stark
 Pflanzen aus Oldenburg**

Baumschule Ubbo Kruse
 Jörnstraße 3, 26160 Bad Zwischenahn/Aue
 Telefon 0 44 03 / 87 77 Telefax 0 44 03 / 8 11 29