



# FDF-NEWSLETTER



www.fdf.de

DER AKTUELLE FLORISTIK-NEWSLETTER | INFORMATIV. NAH AN DER BRANCHE.

## Mai 2026

Die starke Branchen-Vertretung an der Seite der FloristInnen

**Fachverband Deutscher Floristen e.V. -Bundesverband-**

E-Mail: info@fdf.de - www.fdf.de



SMITHERS-OASIS



# FloraLife

●●●●●●● Experts in Flower Care



Blumengroßmarkt Köln eG



**FleuraMetz**  
Successful together



Plantion  
Durch Blumen und Pflanzen verbunden



### Inhalt

Inhalt .....	1
Im FDF stehen die Zeichen auf Neuanfang .....	2
FloristPark International steht zum Verkauf.....	2
Verbände des grünen Handels - Chancen des Muttertags nutzen ! .....	3
Muttertag 2026 – ein guter Tag für die Branche.....	4
Mit Blumen gegen Krebs: FDF ist engagierter Partner .....	5
Deutschen Blumenfee 2027 wird gesucht!.....	6
Aus den FDF-Landesverbänden.....	7
von den Partnern / aus der Branche .....	8

## Im FDF stehen die Zeichen auf Neuanfang

Die FDF GmbH Gelsenkirchen, die wirtschaftliche Vertretung des Fachverband Deutscher Floristen e.V.-Bundesverband, hat aufgrund schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen Insolvenz angemeldet.

Für den Bundesverband als Dachorganisation des Fachverband Deutscher Floristen e.V. markiert diese Entwicklung den Beginn eines umfassenden Transformationsprozesses. Der Verband richtet seine Strukturen neu aus und wird sich künftig viel stärker auf seine Kernaufgaben und die direkte Betreuung der Mitglieder konzentrieren. Freiwerdende Kapazitäten sollen gezielt genutzt werden, um die Unterstützung von Floristik-Unternehmer:innen über die Landesverbände und regionalen Geschäftsstellen noch engmaschiger, persönlicher und praxisnäher zu gestalten.

Mitglieder werden künftig von dieser intensiven Fokussierung auf die originäre Verbandsarbeit profitieren: Tarifarbeit, Unterstützung im Arbeitsrecht, Aus- und Weiterbildung, Jugend- und Nachwuchsförderung sowie ein breit aufgestelltes Veranstaltungs-Management sollen im engen Austausch mit den Mitgliedern organisiert werden – von engagierten Profis für die professionelle Floristikbranche.

### FDF-Präsident Klaus Götz sieht klare Chancen für die Zukunft:

„Nicht nur im FDF, in vielen Unternehmen und Organisationen stehen die Zeichen auf Wandel und Neuanfang! Im Fachverband Deutscher Floristen werden wir uns zukünftig wieder stärker auf die originäre Verbandsarbeit fokussieren. In der FDF GmbH konnten wir über Jahrzehnte über verschiedene Geschäftsfelder Mittel generieren, die eine breite nationale und internationale Aufstellung des FDF e.V. Bundesverbands möglich gemacht haben. Jetzt wird die Verbandsarbeit in unsere Landesvertretungen zurückgeführt. In den Geschäftsstellen sind Ansprechpartner, die eng mit der Branche vertraut und nah an den Mitgliedern sind. Diese Entwicklung wird einen positiven Schub für die gesamte FDF-Community bringen und die Verbandsarbeit sehr viel engmaschiger und effizienter gestalten. Ich blicke positiv auf diese Entwicklungen und die Zukunft im FDF. Floristik-Unternehmer:innen lade ich ein, diese Chancen einer sehr persönlichen, starken Verbandsarbeit zu nutzen und von dem breiten Spektrum der Vorteile für die Mitglieder im Fachverband Deutscher Floristen zu profitieren!“



## FloristPark International steht zum Verkauf

Der FloristPark International in Gelsenkirchen, seit 1997 Sitz des Fachverband Deutscher Floristen e.V.-Bundesverband und der FDF GmbH, bietet seit Jahren Raum für berufsständische Veranstaltungen, Seminare und internationale FDF-Lehrgänge. Aufgrund der derzeit schwierigen wirtschaftlichen Gesamtlage hat die FDF GmbH Insolvenz angemeldet und der FloristPark wird zum Verkauf angeboten. Vermarktet wird die Immobilie durch ein bekanntes Gelsenkirchener Immobilienbüro; die Stadt Gelsenkirchen ist in den Prozess involviert.

Der FloristPark ist Lastenfrei und präsentiert sich als ideales Areal für Lehr- und Fortbildungen aller Art. Gleichzeitig bietet er sich als gemütliches und besonderes Gästehaus im Herzen des Ruhrgebiets an. Eine attraktive Gelegenheit für Organisationen und Gastgeber, die Fachwissen, Begegnungen, Aus- und Weiterbildungen, Workshops und Zusammentreffen aller Art in einem besonderen Ambiente verbinden möchten.

## Verbände des grünen Handels - Chancen des Muttertags nutzen !



Der Muttertag ist immer ein Gradmesser für die Branche. FDF-Pressesprecherin Nicola Fink und Andrea Kirchoff, Geschäftsführerin im Verband des Deutschen Blumen- Groß- und Importhandels e.V. (BGI), haben sich Anfang Mai in Essen getroffen und die Herausforderungen in der Branche aus Sicht der grünen Handelsverbände reflektiert.

Fakt ist, dass wir in Zeiten großer Preissteigerungen und erheblicher Verunsicherungen leben, die sich unmittelbar auf das Konsumentenverhalten auswirken. Hinzu kommen steigende Energie- und Logistik, Lohn- und Betriebskosten, erschwerte Warenbeschaffung durch die Störung globaler Lieferketten, sowie der Fachkräftemangel als gegenwärtige Themen, mit denen sich die Unternehmer:innen im grünen Groß- und Einzelhandel täglich konfrontiert sehen.

Die Fokussierung auf die sogenannten Branchentage wie den Muttertag kann man vor diesem Hintergrund diskutieren. Zum einen, weil sie der Branche einen verkaufstarken Peak geben, aber natürlich immer auch eine mediale Angriffsfläche schaffen.

Andrea Kirchoff und Nicola Fink sind einig, dass sie den Muttertag in seiner emotionalen Strahlkraft schätzen und weiterhin stärken wollen. Gerade in Zeiten, in denen der persönliche Austausch zunehmend durch digitale Kommunikation ersetzt wird, die Menschen sich weniger in Präsenz als online treffen und familiäre und freundschaftliche Bindungen fragiler werden, geben kulturell vereinbarte Anlässe und Traditionen eine Sicherheit, von der eine Gesellschaft profitieren und die sie trotzdem immer wieder auf das Neue zeitgerecht ausrichten und weiter entwickeln kann.

Kirchoff und Fink sind einig, dass Blumen und Florales in diesem Kontext ein Medium mit hoher emotionaler Wirkung sind, das breiten Konsens findet. Der Muttertag bietet deshalb eine Chance, diese positive Wirkung von Blumen, Pflanzen und floraler Gestaltung zu manifestieren und nachhaltig ihre Strahlkraft zu sichern. Sie appellieren an die Verbände und Agenturen in der grünen Branche ebenso wie an alle Tätigen in diesem Bereich, alle Kommunikationskanäle zu nutzen, um das Bewusstsein für den Mehrwert von Blumen und Pflanzen zu stärken und für ihre Sichtbarkeit zu sorgen.

## Online-Blitzumfrage des FDF unter den Mitgliedern im Verband

### Muttertag 2026 – ein guter Tag für die Branche



Relativ unaufgeregt und dabei überwiegend positiv hat die Branche den diesjährigen Muttertag erlebt. Ein Ergebnis, dass vor allem auf guten Vorbereitungen in Personalplanung und Einkauf im Blumenfachhandel basiert hat. Motivierte Mitarbeiter ein vielseitiges Fertigstrauß-Angebot und zielgruppenstimmige social-media Aktivitäten, die als Multiplikator wirkten, waren wichtige Säulen für den Erfolg des diesjährigen Muttertags. Über 50% der Umfrage-Teilnehmer der FDF-Blitzumfrage nach Muttertag freuten sich über einen gestiegenen Umsatz im Vorjahres-Vergleich. Trotzdem bewerten viele Umfrage-Teilnehmer\*innen den Fachkräftemangel als größte Herausforderung. In vielen Blumengeschäften wurden vermehrt junge Neu-Kund\*innen mit Blumenaffinität wahrgenommen. Frühlingssträuße waren mit rund 45% die Topseller zum Muttertag, gefolgt von Fertigsträußen mit rund 35%, Trend-Floristik mit 10% und Pflanzen und Gestecken mit 8%.

Knapp 8% der Umfrage-Teilnehmer\*innen erzielten Umsatzsteigerungen von über 20%. Knapp 30% erreichten eine 10%ige Steigerung und rund 15% gaben eine 5%ige Umsatzsteigerung im Vergleich zum Vorjahr an. Einen gleichbleibenden Umsatz vermerkten rund 40% der Umfrage-Beteiligten und nur 8% der Befragten äußerten einen Rückgang von über 5% im Vorjahresvergleich.

Befragt zu ihren Werbe- und Marketing-Aktivitäten zum diesjährigen Muttertag gaben 28% der Befragten an, verstärkt auf Online-Werbung gesetzt zu haben. Rund 55% erzielten ihre positiven Erfolge durch offensive Auftritte und Posts in Social Media. Das zeigt, wie stark die Branche mittlerweile in diesem Bereich aufgestellt ist. Auf die klassische Print-Anzeige verließen sich nur rund 8%, auch Kundenbindungsprogramme wurden von nur 8% als ergänzendes Marketing genutzt. Demgegenüber gaben allerdings auch 54% der Befragten auch an, dass sie gar keine Werbung oder besondere Strategien zur Stärkung ihrer Verkaufserfolge genutzt haben.

Grundlegend zufrieden mit Qualität und Verfügbarkeit im Einkauf zeigten sich rund 70% der Befragten. Als stärkstes Preissegment wurde Florales in der Spanne von 30€ bis 59€ von rund 75% der Befragten angegeben. Rund 4% vermerkten, dass ihr stärkstes Segment im Bereich 60€ bis 99€ liege und weitere 4% verkaufen im Premiumbereich von über 100€. Hohe Preise im Einkauf beklagen rund 35%, die intensive Nachfrage fokussiert auf einen starken Verkaufstag beklagen 30% und weitere 34% sahen im diesjährigen Muttertag keine besondere Herausforderung.

Als besonders gut und positiv bewerteten die Teilnehmer\*innen der FDF Blitz-Umfrage zum diesjährigen Muttertag die „Servicebereitschaft des Großhandels“, entspannte, gut gelaunte Kunden, die nicht unter Zeitdruck waren, gutes Teamwork und motivierte Mitarbeiter\*innen, positive Erfahrungen mit Blumenautomaten sowie vor allem die Wertschätzung für die Floristik und das Handwerk an diesem besonderen Tag.

DER AKTUELLE FLORISTIK-NEWSLETTER | INFORMATIV. NAH AN DER BRANCHE.

## Mit Blumen gegen Krebs: FDF ist engagierter Partner

### Blumengeschäfte in ganz Deutschland sammeln 96.460 Euro für die Kinderkrebsforschung

Seit 2021 ist der Fachverband Deutscher Floristen e.V./FDF ein engagierter Partner der Blumenkampagne des@kitz\_hd – und damit von Anfang an Teil dieser besonderen Bewegung. Blumen und Florales bringen Freude, spenden Trost, verbinden Menschen und schenken Hoffnung. Gerade diese besondere Kraft machen Blumen zu einem so wertvollen Symbol im Einsatz für die Kinderkrebsforschung.



Freuen sich über das herausragende Kampagnenergebnis: Das Forschungsteam um Projektleiter Maximilian Deng (2. v. r.), Semi Harrabi (1. v. l.), Fabian Allmendinger (4. v. r.), Inga Jessen (3. v. r.) gemeinsam mit der Kampagnenkoordinatorin Frederike Scheurer (1. v. r.) und der Koordinatorin von EU CAN KIDS Johanna Oberhollenzer (2. v. l.).

Krebs ist die häufigste krankheitsbedingte Todesursache bei Kindern und für viele Krebserkrankungen fehlen bis heute wirksame Therapien. Genau hier setzt die Kampagne „Blumen schenken. Hoffnung spenden.“ des Hopp-Kindertumorzentrum Heidelberg (KITZ) an. Vom 20. April bis zum 16. Mai 2026 engagierten sich Floristinnen und Gärtner in ganz Deutschland und sammelten durch den Verkauf von Blumen 96.460 Euro für die Kinderkrebsforschung. FDF-Präsident Klaus Götz gratuliert zu diesem starken Erfolg. „Der Fachverband Deutscher Floristen e.V. FDF unterstützt die Kampagne vom ersten Moment an. Das Thema ist uns eine Herzensangelegenheit und jeden Cent wert. Zudem bietet diese Spenden-Aktion eine wunderbare Gelegenheit, die emotionale und verbindende Wirkung von Blumen und Floralem nachhaltig zu stärken!“.

Der Spendenerlös kommt der internationalen Allianz EU CAN KIDS zugute, um Kindern in Deutschland und Europa besseren Zugang zu einer modernen Krebsmedizin zu ermöglichen. Das „Hopp-Kindertumorzentrum Heidelberg“ (KITZ) ist eine gemeinsame Einrichtung des Deutschen Krebsforschungszentrums (DKFZ), des Universitätsklinikums Heidelberg (UKHD) und der Universität Heidelberg (Uni HD). „Mit rund 360 Teilnehmenden haben sich in diesem Jahr so viele Blumengeschäfte, Gartencenter und Gärtnereien engagiert wie noch nie“, freut sich die Koordinatorin der Kampagne, Frederike Scheurer aus dem KITZ-Fundraising-Team. „Die Kampagne zeigt uns jedes Jahr aufs Neue, was gemeinsames Engagement bewirken kann, und dafür sind wir allen, die sich dafür einsetzen, zutiefst dankbar.“ Unterstützt wurde die Initiative wie in den Vorjahren durch den Fachverband Deutscher Floristen e. V. (FDF) sowie die Fleurop AG, die wieder einen eigenen Charity-Strauß zur Kampagne beisteuerte. Seit dem Start im Jahr 2021 haben die Teilnehmenden und alle Unterstützerinnen und Unterstützer von „Blumen schenken. Hoffnung spenden.“ bereits Spenden in Höhe von rund 586.000 Euro generiert.

DER AKTUELLE FLORISTIK-NEWSLETTER | INFORMATIV. NAH AN DER BRANCHE.

## Deutschen Blumenfee 2027 wird gesucht!

Ab sofort können sich Florist und Gärtner für dieses besondere Amt bewerben. Ein Jahr lang repräsentiert die Deutsche Blumenfee die grüne Branche bei öffentlichen Veranstaltungen, Branchenevents, Empfängen, Messen und politischen Events – modern, zeitgeistig und mit ganz viel Leidenschaft für Blumen und Pflanzen. 🌸

deutsche  
**BLUMEN**  
fee

2026/2027 GESUCHT  
(m/w/d)

**Blumen sind Dein Vibe?**

**Dann ist das deine Chance:  
Werde die nächste deutsche Blumenfee!**

Zeig der Öffentlichkeit, wie viel Leidenschaft in deinem Beruf steckt.  
Voraussetzung: eine Ausbildung als Gärtner:in oder Florist:in.

Jetzt bewerben als Botschafter für Gärtner und Floristen im Amt der deutschen Blumenfee und deine Begeisterung weitergeben!

[Blumenfee2627@derdeutschegartenbau.de](mailto:Blumenfee2627@derdeutschegartenbau.de)

Weitere Informationen:  
[www.deutsche-blumenfee.de](http://www.deutsche-blumenfee.de)

Das Amt bietet einzigartige Erlebnisse, wertvolle Erfahrungen und die Chance, die Vielfalt und Kreativität der grünen Branche sichtbar zu machen.

Jetzt bewerben und Teil einer blühenden Mission werden!

## Aus den FDF-Landesverbänden

### (FDF-Hessen-Thüringen) Bunte Blühwiese auf dem Gartenfest

Die Region Osthessen war wie in jedem Jahr beim Fürstlichen Gartenfest ganz aktiv dabei. Vom 14. bis 17. Mai drehte sich auf dem barocken Schlossgelände diesmal alles um lebendige Gärten – mit summenden Insekten und blühender Vielfalt. Das Sonderthema rückte die Artenvielfalt in den Fokus: Unter dem Titel „Gärten voller Leben“ ging es darum, wie jeder Garten – egal wie groß oder klein – zum Lebensraum für Bienen, Schmetterlinge und Vögel werden kann. Passend dazu bauten Regionssprecher André Gottwald und das 3. Ausbildungsjahr der Eduard-Stieler-Schule unter Leitung von Fachlehrerin Iris Stake einen „Parcours Bienenglück“ auf, der natürlich wieder ein begehrter Selfie-Point war. Viele bunte insektenfreundliche Blumen und ebenso bunte Schmetterlinge lockten Insekten und Besucher gleichermaßen an.



Öffentlichkeitsarbeit für das Handwerk und die Blume beim Fürstlichen Gartenfest  
Foto: FDF-Hessen-Thüringen

Der FDF-Hessen-Thüringen bedankt sich sehr herzlich bei allen Mitwirkenden und seinen Sponsoren Smithers Oasis Germany, Blumen Weisheit und dem Blumengroßhandel FleuraMetz.

### FDF-NRW-Saar

### Out of the box – Experimentelle Floristik auf LaGa in Neuss



Der Landesverband FDF-NRW-Saar lädt ein zur Ausstellung und Werkschau der Gruppe "Florale Gestaltung" auf die Landesgartenschau-Neuss (Donnerstag, 04. Juni, 10 Uhr bis Sonntag, 07. Juni um 18 Uhr). Die NRW-Floristen-Gruppe "Florale Gestaltung" ist seit vielen Jahren für ihre experimentellen kreativen und außergewöhnlichen floralen Inszenierungen bekannt. Jetzt zeigt sie ihre Arbeiten in einer großen Werkschau auf der LaGa in Neuss.

## von den Partnern / aus der Branche

### Große Bühne für Blumen und Pflanzen

„1000 gute Gründe“ bringt Blumen, Pflanzen und Emotionen an den roten Teppich des Deutschen Filmpreises 2026

(Landgard/1.6.2026) Wenn sich Deutschlands Filmbranche zum Deutschen Filmpreis trifft, ist eins klar: Blumen und Pflanzen dürfen bei der feierlichen Verleihung der „Goldenen Lola“ auf keinen Fall mehr fehlen. Mit einer 30 Meter langen Blumenwand verwandelte das Team der Landgard-Initiative „1000 gute Gründe“ am Freitag, 29. Mai 2026, den roten Teppich vor dem Berliner Palais am Funkturm einmal mehr in eine eindrucksvolle Bühne für blühende Stars.



### ©Deutscher Filmpreis 2026 / Eventpress

*Bert Schmitz, Aufsichtsratsvorsitzender der Landgard eG (2.v.l.), überreichte gemeinsam mit Landgard-Vorstand Moritz Krannich (2.v.r.) die Blumen im Rahmen der Veranstaltung symbolisch an die Nachhaltigkeitsbotschafter\*innen des Deutschen Filmpreises 2026 Lea van Acken (3.v.l.), Lucas Reiber (Mitte) und Maria Ehrich (3.v.r.).*

Die florale Inszenierung der Sponsorenwand war in diesem Jahr ganz in Bordeaux, Rosa und Pink gehalten. Rosen, Hortensien, Azaleen, Cosmea, Dahlien, Million Bells und Geranien in seltenen Sorten setzten glamouröse Akzente für Stars, Gäste und Fotografen. So zeigte die opulente Blumenkulisse eindrucksvoll, wie modern, vielseitig und fotogen beliebte Garten-, Beet- und Balkonpflanzen heute sind.

„Es ist immer wieder beeindruckend zu sehen, wie wirkungsvoll unser Team von ‚1000 gute Gründe‘ Aufmerksamkeit und Wertschätzung für grüne Produkte auf dem roten Teppich schafft. Und als Gärtner ist es für mich natürlich besonders schön zu erleben, wie elegant unsere Beet- und Balkonpflanzen vom Niederrhein hier im Scheinwerferlicht wirken und wie viel mediale Präsenz dieses Produktsegment durch die vielen Medienvertreter erhält“, erklärte Bert Schmitz, Aufsichtsratsvorsitzender der Landgard eG und Inhaber des Gartenbaubetriebs Schmitz.

Gemeinsam mit Landgard-Vorstand Moritz Krannich überreichte er die Blumen im Rahmen der Veranstaltung symbolisch an die Nachhaltigkeitsbotschafter\*innen des Deutschen Filmpreises 2026 Lea van Acken, Lucas Reiber und Maria Ehrich. Auch nach der Veranstaltung standen die Pflanzen weiterhin im Mittelpunkt: Als offizielle „1000 gute Gründe-Flower Boys“ überreichten Landgard-Auszubildende einen Großteil der Pflanzen aus der Blumenwand als Gastgeschenk an prominente Gäste und Stars des Abends. Die Aktion hat sich inzwischen zu einer liebgewonnenen Tradition entwickelt. Viele prominente Gäste erzählten auch in diesem Jahr, dass ihre Pflanze vom vergangenen Filmpreis zuhause noch immer weiterwächst – ein schönes Zeichen dafür, wie nachhaltig Pflanzen Freude schenken können