

Strategic approaches for innovation diffusion

Myriam STENGER, CO CONCEPT

Dr. Marianne ALTMANN, CO CONCEPT

Prof. Dr. Monika SCHREINER, IGZ Großbeeren



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft



CO CONCEPT

MARKETINGBERATUNG
ANALYSE - KONZEPTION - IMPLEMENTIERUNG



Introduction - Aims of the Future Strategy



Development of an academical fundament for the Future Strategy of horticulture to **provide scientific decision-making support** for the Federal Ministry for Food and Agriculture (BMEL)

- Changing social and economical determining factors pose new challenges for the horticultural sector. **Which paths** should horticulture follow in the future?
- The dialogues aim at providing precise **recommended actions to the BMEL**
- The future strategy is supposed to serve as a **guideline and decision-making support** for a future-orientated advancement of the horticultural sector in Germany, as well as establishing an **academically verified base for the political course**

Investigation process - Involvement is the first step to implementation

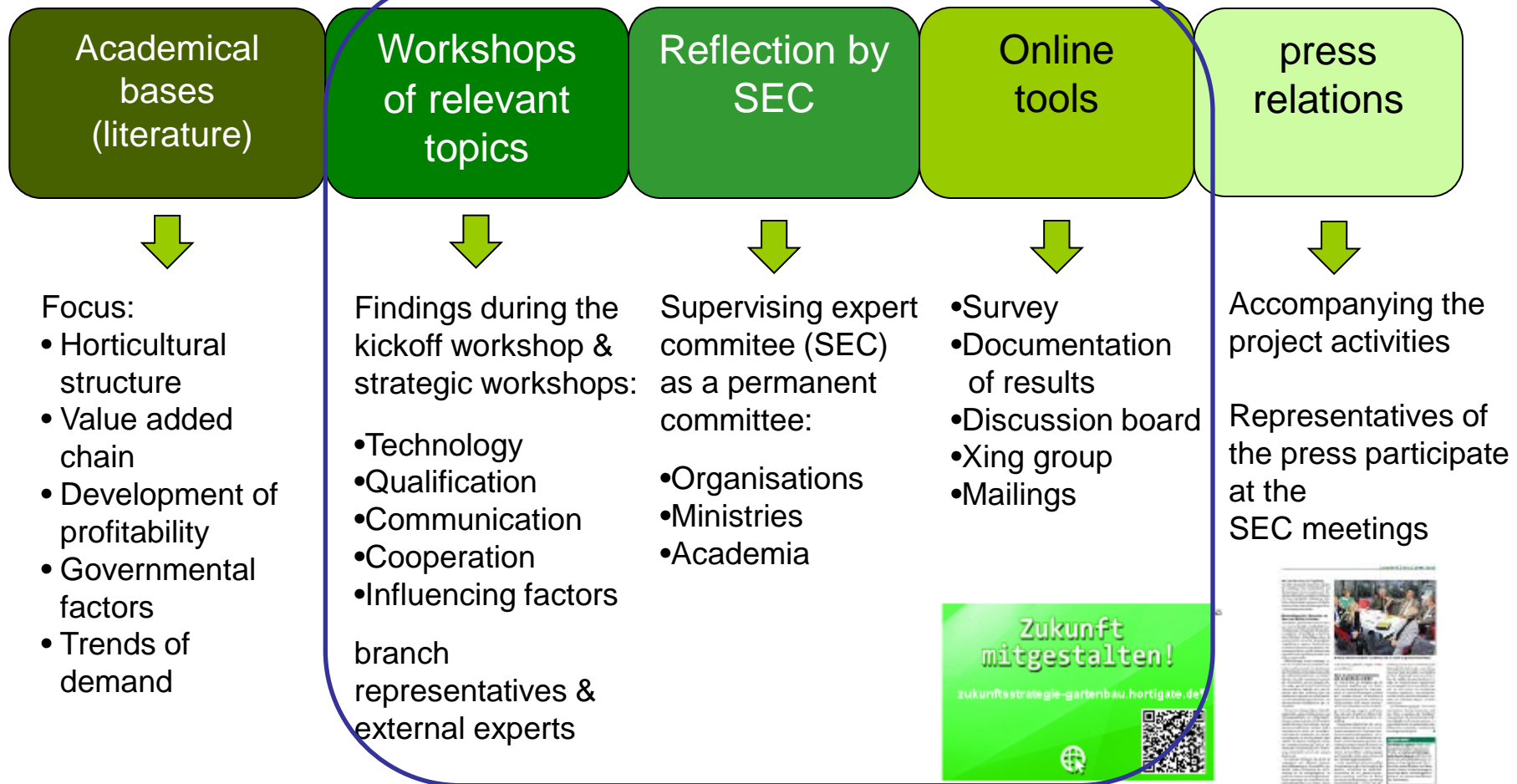


Fresh-cut/convenience, European Horticulture, trade, (chemical) industry, job market/ Demography/ human resources, politicians, consultants, scientists (from various disciplines)

Organisation of the project

Innovative tool: involvement = implementation

of branch representatives, scholars, political representatives & external experts



Project phases - activities



Supervising expert committee (SEC)



Organizations

Industrieverband Gartenbau
Interessenvertretung der deutschen Industrie für den Gartenbau e. V.
AG deutscher Junggärtner (Adj) e.V
Bayerischer Gärtnerei-Verband e.V.
Bund deutscher Baumschulen e.V.
Bund deutscher Friedhofsgärtner
Bundesverband deutscher Pflanzenzüchter
Bundesverband Garten- Landschafts- und Sportplatzbau e.V
Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V.
Fachverband deutscher Floristen
Zentralverband Gartenbau e.V.
Verband deutscher Gartencenter
Industrieverband Gartenbau
Interessenvertretung der deutschen Industrie für den Gartenbau e. V.
Landgard e.G.

Ministries

Ministerium für ländlichen Raum, Ernährung und Verbraucherschutz
(Baden-Württemberg)
Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt (Sachsen-Anhalt)
Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Verbraucherschutz
(Mecklenburg-Vorpommern)
Niedersächsisches Ministerium für den ländlichen Raum, Ernährung,
Landwirtschaft und Verbraucherschutz
Bayerisches Staatsministerium für Landwirtschaft und Forsten
Bundesministerium für Ernährung Landwirtschaft und Verbraucherschutz

Academia

Dienstleistungszentrum Ländlicher Raum Rheinpfalz
Gartenbauzentrum Essen Fachschule für Gartenbau
Hochschule RheinMain
Humboldt Universität Berlin

Participation of 260 practitioners and interdisciplinary experts



Workshop - impressions



Online forum

[Kontakt](#) | [Impressum](#)



zukunftsstrategiegartenbau

[Suche im Portal](#)
[Alle Beiträge](#)

Überblick

[Startseite](#)

[Über das Projekt](#)

[Termine](#)

Mitmachen

[Forum](#)

[Umfrage](#)

[Junggärtner bei Facebook](#)

Archiv

[Projektergebnisse](#)

[Presseinformationen](#)

[Dokumente](#)

Sie können mitmachen – Ihre Meinung ist gefragt!

Ideen, Gedanken und Visionen sind gefragt – die Zukunft des deutschen Gartenbaus liegt in unseren Händen. Gestalten wir unsere Zukunft gemeinsam! Leisten wir alle einen Beitrag dazu, den deutschen Gartenbau in Zukunft weiter voranzubringen.

Tauschen Sie sich aktiv mit uns und anderen über dieses Portal des BMELV-Verbundprojektes „Zukunftsstrategie Gartenbau“ aus, machen Sie mit bei Umfragen und diskutieren Sie in den verschiedenen Foren.

Ihre Meinung ist uns wichtig – klicken Sie sich rein und gestalten Sie Zukunft!

[Forum](#)

[Umfrage](#)

Ergebnisse

Workshop
[» mehr](#)

Forum
 Die Ergebnisse sind noch im Entstehen. Bitte haben Sie noch etwas Geduld.
[» mehr](#)

Umfrage
 Die Ergebnisse sind noch im Entstehen. Bitte haben Sie noch etwas Geduld.
[» mehr](#)

Forschungsbegleitende Arbeitsgruppe (September 2011)



Galerie öffnen

Workshop "Technologie" (Juni 2011)



Galerie öffnen

Themenfindungsworkshop (März 2011)



Galerie öffnen

Print media

14. Juli 2019 | Seite 10 | THEMEN DER WOCHE | Seite 13

Zukunftsstrategie Gartenbau 2030: „Wertschätzung Pflanze verbessern“





Dr. Peter H. Müller, **Dr. Ralf Müller**, **Dr. Ralf Müller**

Die IGZ hat die Zukunftsstrategie Gartenbau 2030 veröffentlicht. Die Strategie ist das Ergebnis einer breit angelegten Konsultation mit Experten aus der Branche. Sie soll die Wertschätzung der Pflanze verbessern und die Lebensqualität der Verbraucher steigern. Die Strategie ist in drei Säulen unterteilt: 1. Wertschätzung der Pflanze, 2. Wertschätzung der Produktion, 3. Wertschätzung der Konsumenten. Die Strategie ist ein wichtiger Baustein für die Entwicklung der Gartenbauindustrie in Deutschland.

Wertschätzung der Pflanze
Die Wertschätzung der Pflanze ist ein zentraler Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Pflanze als Lebewesen zu betrachten und ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen. Dies umfasst die Wahl der Pflanzensorten, die Kulturbedingungen und die Erntezeitpunkte. Die Wertschätzung der Pflanze führt zu einer höheren Qualität der Erzeugnisse und zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher.

Wertschätzung der Produktion
Die Wertschätzung der Produktion ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Produktion zu optimieren und die Kosten zu senken. Dies umfasst die Wahl der Produktionsverfahren, die Wahl der Produktionsstandorte und die Wahl der Produktionsmittel. Die Wertschätzung der Produktion führt zu einer höheren Effizienz der Produktion und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Wertschätzung der Konsumenten
Die Wertschätzung der Konsumenten ist ein dritter wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Bedürfnisse der Konsumenten zu berücksichtigen und ihnen hochwertige Erzeugnisse anzubieten. Dies umfasst die Wahl der Erzeugnisse, die Wahl der Verpackungen und die Wahl der Verkaufsstellen. Die Wertschätzung der Konsumenten führt zu einer höheren Kundenzufriedenheit und zu einer höheren Loyalität der Konsumenten.

Lebhaft gestalten
Die Lebhaft gestalten ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Landschaft zu gestalten und die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern. Dies umfasst die Wahl der Pflanzenarten, die Wahl der Gestaltungsmittel und die Wahl der Gestaltungsmethoden. Die Lebhaft gestalten führt zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Lebhaft gestalten
Die Lebhaft gestalten ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Landschaft zu gestalten und die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern. Dies umfasst die Wahl der Pflanzenarten, die Wahl der Gestaltungsmittel und die Wahl der Gestaltungsmethoden. Die Lebhaft gestalten führt zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

14. August 2019 | Seite 10 | THEMEN DER WOCHE | Seite 13

Zukunftsstrategie Gartenbau 2030: „Effizienz in der Kette steigern“





Prof. Dr. Ralf Müller, **Prof. Dr. Ralf Müller**, **Prof. Dr. Ralf Müller**

Die IGZ hat die Zukunftsstrategie Gartenbau 2030 veröffentlicht. Die Strategie ist das Ergebnis einer breit angelegten Konsultation mit Experten aus der Branche. Sie soll die Effizienz in der Kette steigern und die Lebensqualität der Verbraucher verbessern. Die Strategie ist in drei Säulen unterteilt: 1. Effizienz in der Kette, 2. Effizienz in der Produktion, 3. Effizienz in der Konsumenten. Die Strategie ist ein wichtiger Baustein für die Entwicklung der Gartenbauindustrie in Deutschland.

Effizienz in der Kette
Die Effizienz in der Kette ist ein zentraler Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Kette zu optimieren und die Kosten zu senken. Dies umfasst die Wahl der Produktionsverfahren, die Wahl der Produktionsstandorte und die Wahl der Produktionsmittel. Die Effizienz in der Kette führt zu einer höheren Effizienz der Produktion und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Effizienz in der Produktion
Die Effizienz in der Produktion ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Produktion zu optimieren und die Kosten zu senken. Dies umfasst die Wahl der Produktionsverfahren, die Wahl der Produktionsstandorte und die Wahl der Produktionsmittel. Die Effizienz in der Produktion führt zu einer höheren Effizienz der Produktion und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Effizienz in der Konsumenten
Die Effizienz in der Konsumenten ist ein dritter wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Bedürfnisse der Konsumenten zu berücksichtigen und ihnen hochwertige Erzeugnisse anzubieten. Dies umfasst die Wahl der Erzeugnisse, die Wahl der Verpackungen und die Wahl der Verkaufsstellen. Die Effizienz in der Konsumenten führt zu einer höheren Kundenzufriedenheit und zu einer höheren Loyalität der Konsumenten.

Lebhaft gestalten
Die Lebhaft gestalten ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Landschaft zu gestalten und die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern. Dies umfasst die Wahl der Pflanzenarten, die Wahl der Gestaltungsmittel und die Wahl der Gestaltungsmethoden. Die Lebhaft gestalten führt zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Lebhaft gestalten
Die Lebhaft gestalten ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Landschaft zu gestalten und die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern. Dies umfasst die Wahl der Pflanzenarten, die Wahl der Gestaltungsmittel und die Wahl der Gestaltungsmethoden. Die Lebhaft gestalten führt zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

14. August 2019 | Seite 10 | THEMEN DER WOCHE | Seite 13

Zukunftsstrategie Gartenbau 2030: „Für mehr Lebensqualität sorgen“





Dr. Ralf Müller, **Dr. Ralf Müller**, **Dr. Ralf Müller**

Die IGZ hat die Zukunftsstrategie Gartenbau 2030 veröffentlicht. Die Strategie ist das Ergebnis einer breit angelegten Konsultation mit Experten aus der Branche. Sie soll für mehr Lebensqualität sorgen und die Wertschätzung der Pflanze verbessern. Die Strategie ist in drei Säulen unterteilt: 1. Für mehr Lebensqualität sorgen, 2. Wertschätzung der Pflanze, 3. Wertschätzung der Produktion. Die Strategie ist ein wichtiger Baustein für die Entwicklung der Gartenbauindustrie in Deutschland.

Für mehr Lebensqualität sorgen
Für mehr Lebensqualität sorgen ist ein zentraler Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern und ihnen hochwertige Erzeugnisse anzubieten. Dies umfasst die Wahl der Erzeugnisse, die Wahl der Verpackungen und die Wahl der Verkaufsstellen. Für mehr Lebensqualität sorgen führt zu einer höheren Kundenzufriedenheit und zu einer höheren Loyalität der Konsumenten.

Wertschätzung der Pflanze
Die Wertschätzung der Pflanze ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Pflanze als Lebewesen zu betrachten und ihre Bedürfnisse zu berücksichtigen. Dies umfasst die Wahl der Pflanzensorten, die Kulturbedingungen und die Erntezeitpunkte. Die Wertschätzung der Pflanze führt zu einer höheren Qualität der Erzeugnisse und zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher.

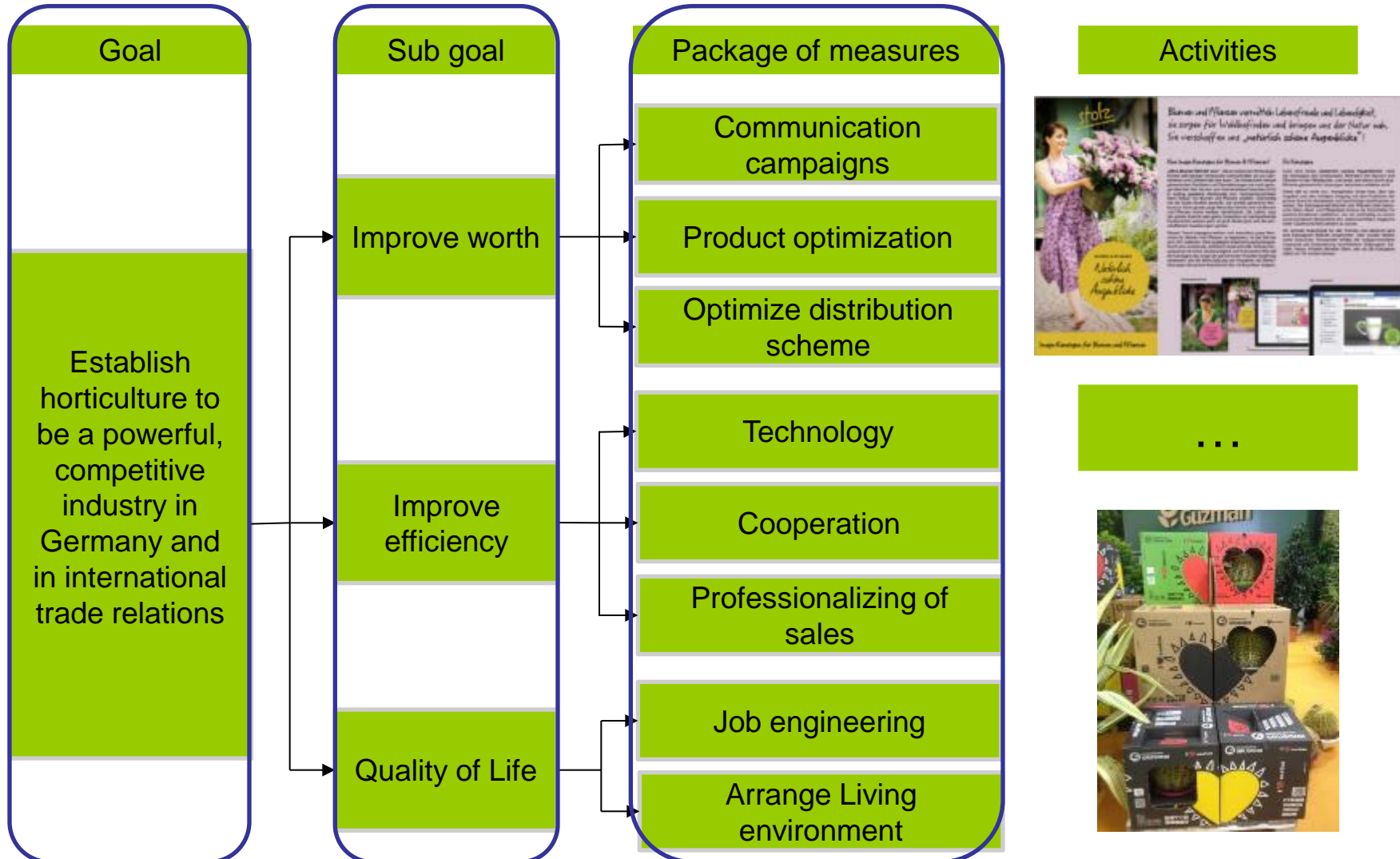
Wertschätzung der Produktion
Die Wertschätzung der Produktion ist ein dritter wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Produktion zu optimieren und die Kosten zu senken. Dies umfasst die Wahl der Produktionsverfahren, die Wahl der Produktionsstandorte und die Wahl der Produktionsmittel. Die Wertschätzung der Produktion führt zu einer höheren Effizienz der Produktion und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Lebhaft gestalten
Die Lebhaft gestalten ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Landschaft zu gestalten und die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern. Dies umfasst die Wahl der Pflanzenarten, die Wahl der Gestaltungsmittel und die Wahl der Gestaltungsmethoden. Die Lebhaft gestalten führt zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

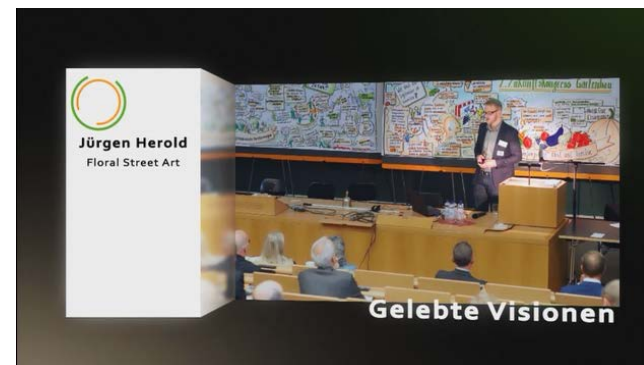
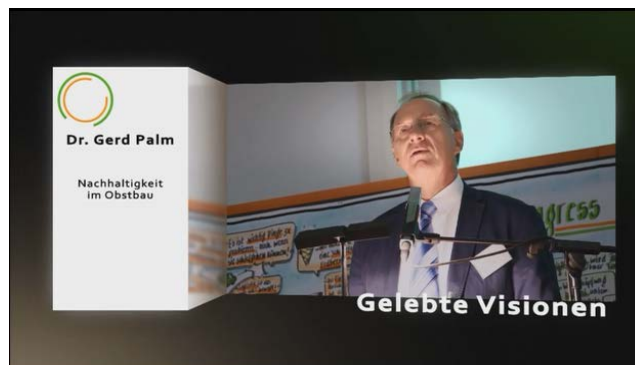
Lebhaft gestalten
Die Lebhaft gestalten ist ein weiterer wichtiger Bestandteil der Strategie. Es geht darum, die Landschaft zu gestalten und die Lebensqualität der Verbraucher zu steigern. Dies umfasst die Wahl der Pflanzenarten, die Wahl der Gestaltungsmittel und die Wahl der Gestaltungsmethoden. Die Lebhaft gestalten führt zu einer höheren Lebensqualität der Verbraucher und zu einer höheren Wettbewerbsfähigkeit der Gartenbauindustrie.

Results

Strategies



Lived visions



The future congress horticulture reveals milestones



Example - Strategic Action Area Qualification

»Ein vielfältiges Ausbildungsangebot: steigert Attraktivität des Berufsstandards für Nachwuchs!«



What do we have to do?

- Shortage of executives
- Motivation and qualification of employees
- Improving teaching aids and conditions

Consequences for the education

- Why do you study horticulture? Motivation?
Deep interest for the „green field“
- Do you would like to have more experience in praxis during universal education?
Clear yes - 90% of the interviewed students
Mentoring by company members, study projects in cooperation with green companies.
- Which suggested improvements do you have for your study courses?
Internships dual to the lectures, case studies



Consequences for the education



ZVG - image and junior horticultural staff advertising



BGL - image and junior horticultural staff campaign

Consequences for the education

Press relations for image and junior horticultural staff advertising

Press releases of green media house reached 4 million newspaper readers.



Diffusion of the results

Report

To download:

<http://coconcept.lu/der-erfolg/interessante-links/>



Print media

www.gznet.de
ZVG GARTENBAU

report

11
 39. Jahrgang · November 2013

Retraktieren und anmelden: www.hortigarte.de

Kreativität
lecker
Genuss
Marktchancen
Technik
Kommunikation
Grün
Stadtgrün
Bioproduktion
Innenraum Begrünung
Friedhofsgärtnerei
Generationsübergreifend
Zierpflanzenbau
Integrationsprofessionalität
Wohnkultur
Arbeitsfreude
gesund
Image

Gartenbau

Obstbau
Lebensfreude
Kooperation
Energie
Landschaftsbau
Zukunftsansichten
Familienbetriebe
Spezialisierung
Rationalisierung
Betriebsentwicklung
Selbstverwirklichung
Wohlbefinden
Vermarktung
Marktorientierung
Verantwortung
Versuchswesen
Gartenerlebnis
Sinngebung
Natur
Garten

Nachhaltigkeit
Tradition
Qualität
Umweltschutz
Management
Automationisierung
Controlling

Stauden
Leben
Gemüsebau
Baumschule
Rationalisierung
Marktorientierung
Verantwortung
Versuchswesen
Gartenerlebnis
Sinngebung
Natur
Garten

Im Blickpunkt: Zukunftskongress Gartenbau gibt Impulse für morgen

Seiten 10 bis 28

Neue Anzeigendungen auf der IGA Hamburg

Seite 6

Ausbildungsstellen gehen in allen Fachrichtungen zurück

Seite 16




www.gznet.de
ZVG GARTENBAU

report

11
 39. Jahrgang · November 2013

Kreativität
lecker
Genuss
Marktchancen
Technik
Kommunikation
Grün
Stadtgrün
Bioproduktion
Innenraum Begrünung
Friedhofsgärtnerei
Generationsübergreifend
Zierpflanzenbau
Integrationsprofessionalität
Wohnkultur
Arbeitsfreude
gesund
Image

Gartenbau

Obstbau
Lebensfreude
Kooperation
Energie
Landschaftsbau
Zukunftsansichten
Familienbetriebe
Spezialisierung
Rationalisierung
Betriebsentwicklung
Selbstverwirklichung
Wohlbefinden
Vermarktung
Marktorientierung
Verantwortung
Versuchswesen
Gartenerlebnis
Sinngebung
Natur
Garten

Nachhaltigkeit
Tradition
Qualität
Umweltschutz
Management
Automationisierung
Controlling

Stauden
Leben
Gemüsebau
Baumschule
Rationalisierung
Marktorientierung
Verantwortung
Versuchswesen
Gartenerlebnis
Sinngebung
Natur
Garten

2. Zukunftskongress Gartenbau

Seiten 10 bis 28

Neue Anzeigendungen auf der IGA Hamburg

Seite 6

Ausbildungsstellen gehen in allen Fachrichtungen zurück

Seite 16




L. DROBOWSKI/IGZ
ARTUELL

11



Zukunft Obst und Gemüse: Gesunde Ernährung ist das Schlüsselwort

Der 2. Zukunftskongress Gartenbau am 10. und 11. September in Berlin gibt Impulse auf die Ernährung für die Zukunft. Bis 2050 soll der Konsum von Obst und Gemüse um 50 Prozent ansteigen. Die Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) hat dies in ihrer aktuellen Ernährungsempfehlung festgelegt. Die DGE fordert, den Obst- und Gemüsekonsum zu verdoppeln. Dies ist eine große Herausforderung für die Gartenbauwirtschaft. Die DGE betont die gesundheitlichen Vorteile von Obst und Gemüse und fordert die Politik und die Bevölkerung dazu auf, dies zu unterstützen. Die DGE hat eine Reihe von Empfehlungen erarbeitet, die die Gartenbauwirtschaft bei der Umsetzung dieser Ziele unterstützen sollen. Diese umfassen die Förderung von Forschung und Entwicklung, die Verbesserung der Produktion und Vermarktung sowie die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren der Lebensmittelkette. Die DGE betont die Bedeutung von Obst und Gemüse für die Gesundheit und die Umwelt und fordert die Gartenbauwirtschaft dazu auf, diese Vorteile zu verankern und zu kommunizieren. Die DGE hat eine Reihe von Maßnahmen erarbeitet, die die Gartenbauwirtschaft bei der Umsetzung dieser Ziele unterstützen sollen. Diese umfassen die Förderung von Forschung und Entwicklung, die Verbesserung der Produktion und Vermarktung sowie die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren der Lebensmittelkette.

Der 2. Zukunftskongress Gartenbau am 10. und 11. September in Berlin gibt Impulse auf die Ernährung für die Zukunft. Bis 2050 soll der Konsum von Obst und Gemüse um 50 Prozent ansteigen. Die Ernährungskommission der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) hat dies in ihrer aktuellen Ernährungsempfehlung festgelegt. Die DGE fordert, den Obst- und Gemüsekonsum zu verdoppeln. Dies ist eine große Herausforderung für die Gartenbauwirtschaft. Die DGE betont die gesundheitlichen Vorteile von Obst und Gemüse und fordert die Politik und die Bevölkerung dazu auf, dies zu unterstützen. Die DGE hat eine Reihe von Empfehlungen erarbeitet, die die Gartenbauwirtschaft bei der Umsetzung dieser Ziele unterstützen sollen. Diese umfassen die Förderung von Forschung und Entwicklung, die Verbesserung der Produktion und Vermarktung sowie die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren der Lebensmittelkette. Die DGE betont die Bedeutung von Obst und Gemüse für die Gesundheit und die Umwelt und fordert die Gartenbauwirtschaft dazu auf, diese Vorteile zu verankern und zu kommunizieren. Die DGE hat eine Reihe von Maßnahmen erarbeitet, die die Gartenbauwirtschaft bei der Umsetzung dieser Ziele unterstützen sollen. Diese umfassen die Förderung von Forschung und Entwicklung, die Verbesserung der Produktion und Vermarktung sowie die Stärkung der Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Akteuren der Lebensmittelkette.

Neue Anzeigendungen auf der IGA Hamburg

Seite 6

Ausbildungsstellen gehen in allen Fachrichtungen zurück

Seite 16



International plant fair (IPM Essen)



Online media

gartenbau profi website showing news and articles related to horticulture and agriculture.

Gabot.de website showing search results and details for a specific article or event.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft website showing navigation and search options.

TRISPO ONLINE website showing a section titled 'ZUKUNFTSSTRATEGIE GARTENBAU' with various sub-sections and images.

CO CONCEPT website showing a section titled 'Zukunftsstrategie Gartenbau' with a video player and text content.

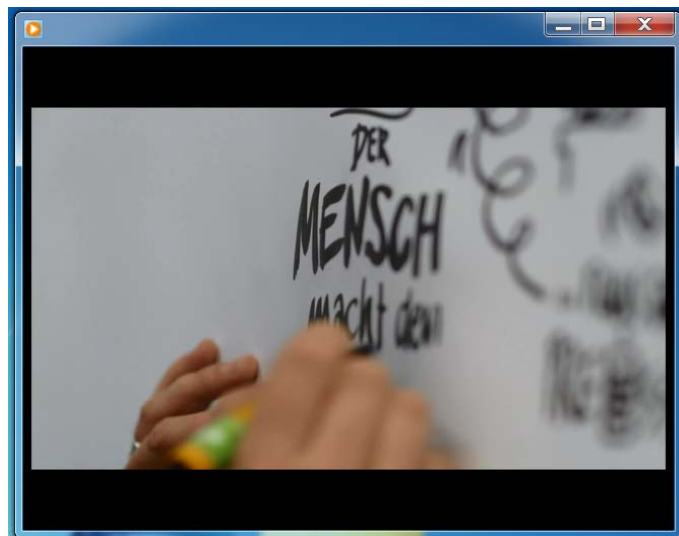
Die Bundesregierung website showing a section titled 'Infomaterial der Bundesregierung' with a download button and related information.

Helix Pflanzen website showing a section titled 'Zukunftskongress Gartenbau 2013: Meinungen und Berichte' with a video player and text content.

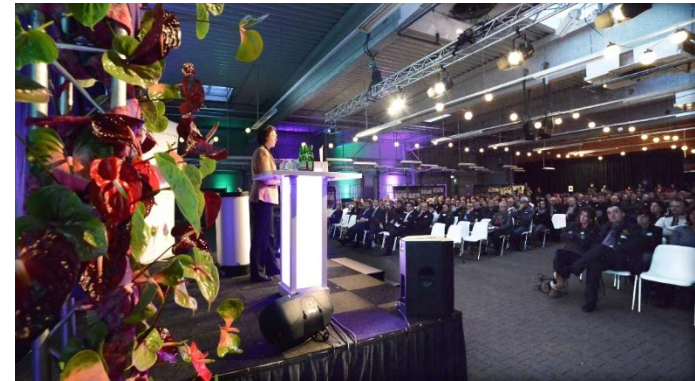
BrickBarn Farming website showing a section titled 'ZUKUNFTSKONGRESS GARTENBAU' with a video player and text content.

Zukunftsstrategie website showing a section titled 'Zukunft gestalten - der Auftrag' with a video player and text content.

Video



Presentations to stakeholders



Presentations to stakeholders

- Schreiner, M., Korn, M., Stenger, M., Altmann, M. (2013): IMPULSE ... aus Lehre und Ausbildung. Vortrag bei food2B – Kompetenzzentrum Berlin-Brandenburg, 24. September 2013, Berlin.
- Schreiner, M., Korn, M., Stenger, M., Altmann, M., Dirksmeyer, W. (2013): Strategie-Ansätze zur Qualifizierung im deutschen Gartenbau. 17. Hochschultage Berufliche Bildung, 13. bis 15. März 2013, Universität Duisburg-Essen.
- Stenger, M. (2013): Zukunftsstrategie Gartenbau, Treffen Wolbecker-Modell, 14. August 2013, Münster-Wolbeck.
- Altmann, M., Stenger, M., Löbke, A. (2013): Zukunftsstrategie für den deutschen Blumengroßhandel; BGI Verbandstag 2013, 13. bis 15. September 2013, Hamburg.
- Schreiner, M., Korn, M., Stenger, M., Altmann, M. (2013): IMPULSE ... aus Lehre und Ausbildung, Vortrag bei food2B – Kompetenzzentrum Berlin-Brandenburg, 24. September 2013, Berlin.
- Schreiner, M., Korn, M., Stenger, M., Altmann, M. (2013): Zukunftsstrategie Gartenbau ... für die Wertschöpfungskette Obst & Gemüse. Kontrollring für den Integrierten Anbau von Obst und Gemüse im Land Brandenburg e. V., 13. November 2013, Großbeeren.
- Löbke, A. (2013): Zukunftskongress Gartenbau - „Die Zukunft endet nicht im September 2013!“, Jahrestagung des Fachverbandes Zierpflanzen, Landesverband Gartenbau Rheinland e.V., 21. November 2013, Straelen.
- Altmann, M. (2013): Zukunftsstrategien für den deutschen Gartenbau; 102. Sitzung des ZVG-Präsidiums, 12. bis 13. Dezember 2013, Berlin.
- Löbke, A. (2014): Zukunft im Gartenbau „Erfolg durch Strategie und Profil“, Jahreshauptversammlung Gartenbauverband Düsseldorf e.V., 10. Februar 2014, Düsseldorf.
- Löbke, A. (2014): „Baustelle Zukunft - Ergebnisse des Zukunftskongress Gartenbau“, Delegiertenversammlung des Wirtschaftsverbandes Gartenbau e.V., 25. Februar 2014, Nienburg.
- Löbke, A. (2014): "Baustelle Zukunft – betreten erwünscht! Zukunftskongress Gartenbau in Berlin" Gartenbautag 2014 des Landesverband Gartenbau Saarland e.V., 11. Februar 2014, Perl Sehdorf.

Presentations to stakeholders

- Altmann, M. (2014): Der Unternehmens-Tüv; Ist das, was für heute „richtig“ ist, auch für morgen noch erfolgreich?, Die informierte Frau - Seminar für Betriebsleiterinnen und Direktvermarkterinnen, 16. bis 19. Februar 2014, Freckenhorst.
- Altmann, M. (2014): „Die Fahne gut gegen den Wind halten – die Pflanzennachfrage von morgen“, Bad Zwischenahner Beet- und Balkonpflanzenseminar 2014, 13. August 2014, Bad Zwischenahn.
- Altmann, M. (2015): Zukunftsstrategie Gartenbau, Gartenbau- und Dauerkulturseminar, Sachverständigen Kuratorium e.V., 1. Juni 2015, Schwerin.
- Altmann, M. (2015): Unternehmen und Produkte verkaufen sich über gute Geschichten – kommunizieren Sie gut!, Die informierte Frau - Seminar für Betriebsleiterinnen und Direktvermarkterinnen, 24 Februar 2014, Freckenhorst.
- Altmann, M. (2015): „In Wert setzten - aktueller denn je!“, 50 Jahre Sagaflor – 50 Jahre Zukunft, 13. Juni 2015, Berlin.
- Altmann, M. (2015): „Die richtige Zukunftsstrategie für neue Konsumenten“ Lindauer Tage 2015: Tag des Gartenbaus, 13. Januar 2015, Lindau.
- Löbke, A. (2015): "Wo sind unsere Kunden hin? Kundentypen früher und heute", Gartenbautag 2015 des Landesverband Gartenbau Saarland e.V., 4. Februar 2015, Tholey.
- Löbke, A. (2015): "Der Zukunft gewachsen – wohin geht es mit dem Gartenbau?", Wintertagung 2015 des Bundesverband deutscher Staudengärtner, 12. Februar 2015, Grünberg.
- Löbke, A. (2015): "Zukunft Gartenbau unter Berücksichtigung der Wertigkeit der Produktgruppe Blumen und Pflanzen", Beratertagung 2015 des Bundesverband der Einzelhandelsgärtnereien, 19. Mai 2015, Dresden.
- Löbke, A. (2015): Von Pflanzenverweigerern zu Pflanzenfans! - Junge Kunden für grüne Produkte begeistern, 21. Bayerischer Marketingtag für Gärtner und Floristen, 8. Juli 2015, Würzburg.

Spin-off projects

Zukunftsstrategie Gartenbau



Future strategy project for horticulture production in HH

EIP-Project e.g. in SH

Train the trainer workshops

Future strategies and future days in several private enterprises

Changing contents at university level

“Lessons learned“

- Involvement is the first step to implementation
- Research design must be a flexible approach
- Involve practitioners actively
(invest time and budget for this task)
- Offer professional moderation and show results
in the situation and as soon as possible afterwards
- Stick to a profound workshop method
- Allow time for the process
- Take advantage of multi channel communication