

INER BELLEVUE THEATER

Florist

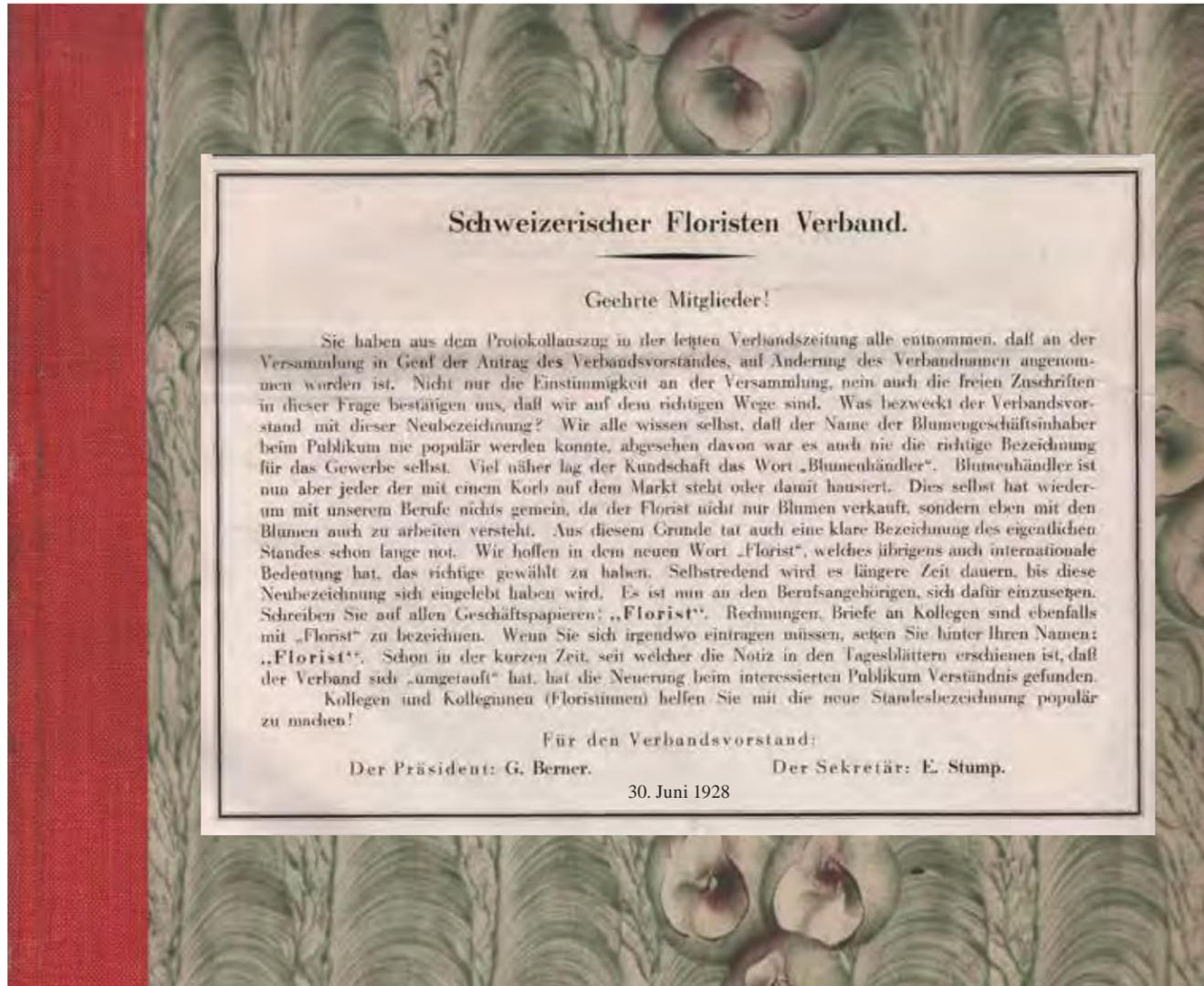
Fleuriste | Fiorista

Nr. 01 | 2020



1920 – 2020

Jahresserie zum hundertjährigen Jubiläum
des Schweizerischen Floristenverbandes



Erster Namenswechsel schon 8 Jahre nach der Gründung: Aus «Verband Schweizerischer Blumengeschäfts-Inhaber» wurde «Schweizerischer Floristen Verband». Premier changement de nom, déjà huit ans après la fondation: L'Association suisse des propriétaires de magasins de fleurs devient l'Association suisse des fleuristes.



Denise Yannoulis
Chefredaktorin
Rédactrice en chef

Nächster Halt: 1920

Liebe Floristinnen und Floristen,
liebe Leser und Leserinnen

Sie bekommen mit diesem Dokument ein grosses Stück Verbandsgeschichte überreicht. Darin finden sich Erinnerungen und Erzählungen von 100 Jahren voller Krieg und Frieden, Enthusiasmus und Verzweiflung, Pioniergeist und Resignation von Generationen von Schweizer Floristinnen und Floristen. Erinnerungen an zähe Männer und starke Frauen, die für ihre Leidenschaft und ihren Berufsstand gekämpft und den Verband zu dem gemacht haben, was er heute ist.

Diese zwölf Folgen unserer Jahresserie 2020 zum Jubiläum erzählen davon. Ich danke allen Beteiligten, die diese spannende Zeitreise möglich gemacht haben.

Prochain arrêt: 1920.

Chères et chers fleuristes,
Chères lectrices, chers lecteurs,

Vous tenez dans les mains tout un pan de l'histoire de notre association. Vous y trouverez des souvenirs et des récits des 100 années de guerre et de paix, d'enthousiasme et de doute, d'avant-gardisme et de résignation qu'ont vécues des générations de fleuristes suisses. Nous nous souvenons d'hommes déterminés et de femmes fortes qui ont lutté pour leur passion et leur métier et ont fait de l'association ce qu'elle est aujourd'hui.

Les douze épisodes de notre série 2020 consacrée à notre anniversaire vous les relatent. Je remercie toutes les personnes qui ont rendu ce captivant voyage dans le temps possible.

Inhalt

04 florist.ch	32 Die starke Hälfte	52 Gute Zeiten, schlechte Zeiten
08 Das Wir-Projekt	36 Der Krisenmanager	56 Blumengeschäfte wird es immer geben
14 Floristik gestern und heute	40 Wer sät, wird ernten	60 Lost & Found
20 #kopfhoch	44 Männer führten Frauen folgten	61 Impressum
26 Eine Briefmarke zum Geburtstag	48 Frische Blumen zur Welt bringen	



TEXT Denise Yannoulis BILDER zVg

florist.ch

Zum hundertsten Geburtstag schenkt sich der Schweizerische Floristenverband einen neuen Namen, einen neuen Auftritt und eine festliche GV im Sommer im Tessin.

Ein runder Geburtstag ist der richtige Moment für Selbstreflexion, Anti-Aging-Aktionen und eine grosse Party! Der SFV lässt nichts aus und feiert den runden Geburtstag ein ganzes Jahr lang! Doch blenden wir kurz zurück: Am 5. Dezember 1920 fand auf Anregung der Zürcher Floristen eine Versammlung mit Kollegen aus Genf, Freiburg, St. Gallen, Winterthur und Brugg statt. Beschlossen wurde die Gründung eines nationalen Verbandes. Sein Name: Schweizerischer Verband der Blumengeschäfts-Inhaber!

Im Namen aller Floristen

Der Verband entwickelte sich, änderte den Namen (siehe Seite 3) und acht Sektionen entstanden mit eigenem Namen und Logo. Ihre Zugehörigkeit zum gleichen Dachverband war nicht immer offensichtlich. Doch um genau diesen Wiedererkennungswert zu steigern und um besser wahrgenommen zu werden, entschied sich der

Verband zu einem grossen Schritt und Geschenk zu seinem 100. Geburtstag: Die Erneuerung des Namens mit einem einheitlichen und frischen Logo.

Ein spannender Prozess begann. Nach diversen Brainstorming-Sitzungen der Arbeitsgruppe SFV2020 standen Fleur Suisse (FS) und florist.ch als Hauptfavoriten fest. «Wir entschieden uns dann für eine Lösung, die erstens für alle Regionen gilt und zweitens die Website gleich im Namen trägt», erzählt Verbandsgeschäftsleiter Urs Meier. «Denn auch eine neue, zeitgemässe und frische Website wurde parallel konzipiert. Der Name sollte daher kurz und bündig und verständlich und die Domain musste noch frei sein. florist.ch erfüllte alle Kriterien.» Danach wurde der Auftrag für Werbeagenturen ausgeschrieben und ein neues Logo gefunden: Eine Knospe mit unterschiedlichen Slogans. In Sitzungen mit den Vorständen der Sektionen und an drei öffentlichen Informations-

veranstaltungen wurde die Wahl der Arbeitsgruppe bestätigt. Danach folgte die Annahme der Namens- und Logoänderung an der Generalversammlung des SFV am 7. März 2019 und nachfolgend an allen acht Sektionen-GVs. Somit heisst der Schweizerische Floristenverband nun seit 1. Januar 2020 offiziell florist.ch.

Riechen wir Kuchen?

Mit dem neuen Namen kommt auch ein grosser Gabentisch mit überarbeiteten Schriftzügen, Logos, Druckunterlagen und neuem Werbematerial daher. Diesen Frühling folgt die eine oder andere Überraschungsrakete bevor dann am 19. Juni die grosse Party, umrahmt von der 100. GV von florist.ch (bravo, Sie haben schon automatisch den neuen Namen gelesen!) und von der Fleurop-GV, in Locarno stattfindet. Es wird ein einmaliger, schöner und gemeinsamer Moment in einer langen und intensiven Verbandsgeschichte. ♣



PAUL FLEISCHLI,
VERBANDSPRÄSIDENT
FLORIST.CH

Transfergespräche

Florist: Wann genau wurde die Suche nach einem neuen Namen angepöf?

Paul Fleischli: Im Vorstand und in den Sektionen wurde schon länger über einen neuen Auftritt nachgedacht. Doch als 2014 der Schreinerverband mit dem Werbeslogan «Der Schreiner Ihr Macher» auftrat, machten wir uns an den Start.

Gab es grosse Diskussionen?

Nur Positive! Das Projekt kam gut voran da es allen sinnvoll erschien. Vermutlich auch angesichts der angespannten Wirtschaftslage. Zehn Jahre früher wäre das Ganze sicher anders abgelaufen.

War man sich auch der damit verbundenen Risiken bewusst?

Natürlich haben wir uns im Vorfeld informiert, doch die Vorteile überwogen. **Dass der Schweizerische Fussballverband auch SFV heisst, war kein Grund?** Paul Fleischli: (lacht) Ich denke, die Verwechslungsgefahr war nie gross.

Fleuriste: Quand exactement le coup d'envoi pour la recherche d'un nouveau nom a-t-il été donné?

Paul Fleischli: Le comité et les sections caressaient depuis longtemps l'idée d'une nouvelle identité visuelle. Mais lorsqu'en 2014, l'Association suisse des menuisiers a sorti son nouveau slogan «Votre menuisier, votre fabricant», nous nous sommes attelés à la tâche.

Est-ce qu'il a eu beaucoup de discussions?

Uniquement des réactions positives! Le projet a rapidement évolué, car tous le trouvaient utile. Probablement aussi à cause de la situation économique difficile. Dix ans plus tôt, ça aurait certainement été autre chose.

Avait-on également conscience des risques associés?

Nous nous sommes bien sûr renseignés au préalable, mais les avantages l'emportaient.

Blütenbildung

In den 100 Jahren Verbandsdasein veränderte sich auch seine Blüte. *Au cours des 100 ans de son existence, le bourgeon de l'association a également évolué.*



florist.ch

florist.ch

Pour son centième anniversaire, l'Association suisse des fleuristes s'offre un nouveau nom, une nouvelle identité visuelle et une assemblée générale festive au Tessin.

Un anniversaire rond est le moment idéal pour une réflexion sur soi, pour des activités anti-âge et pour une grande fête! L'ASF souhaite en profiter et fêtera son anniversaire rond pendant toute une année! Mais revenons quelques années en arrière: sur l'initiative des fleuristes zurichois, une assemblée s'est tenue le 5 décembre 1920, avec la participation de collègues de Genève, Fribourg, St-Gall, Winterthur et Brugg. Ils ont décidé de fonder une association nationale: Association suisse des propriétaires de magasins de fleurs!

L'association a évolué et a changé de nom (voir page 3) et huit sections avec chacune son propre nom et logo ont vu le jour. Leur appartenance à l'organisation faitière n'a pas

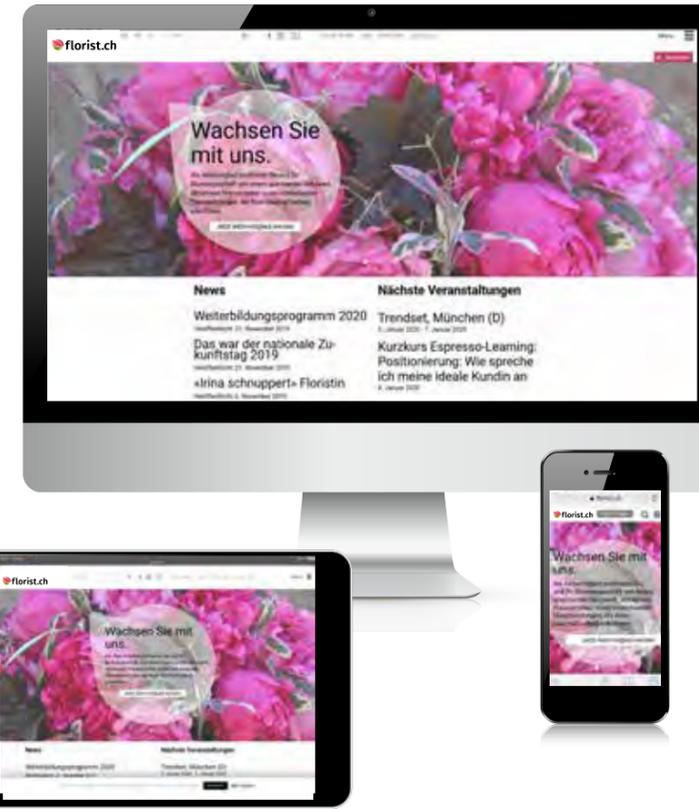
toujours été évidente. C'est précisément pour augmenter son degré de notoriété et obtenir une meilleure visibilité que l'association a décidé de faire un grand pas en avant et de s'offrir un cadeau pour son 100e anniversaire: un nouveau nom et un logo relooké et unifié.

Un processus passionnant a démarré. Diverses séances de brainstorming du groupe de travail ASF2020 ont débouché sur deux favoris, à savoir Fleur Suisse (FS) et florist.ch. «Nous avons finalement opté pour une solution qui s'applique à toutes les régions et qui contient le nom du site Internet», raconte le Directeur de l'Association, Urs Meier. «Car parallèlement, le site Internet a été entièrement remanié et relooké. Le nouveau nom devait donc être court, concis et compréhensible et le domaine Internet devait être disponible. florist.ch remplit tous nos critères.»

Ensuite, un appel d'offres a été lancé auprès de plusieurs agences de publicité et un nouveau logo a été trouvé: un bourgeon avec différents slogans. Lors de réunions avec

les comités directeurs des sections et lors de trois séances d'information publiques, le choix du groupe de travail a été confirmé. Puis, le changement de nom et de logo a été approuvé par l'assemblée générale de l'ASF du 7 mars 2019 et ensuite également par les assemblées générales de toutes les huit sections. De ce fait, l'Association suisse des fleuristes s'appelle officiellement florist.ch depuis le 1er janvier 2020.

Le nouveau nom s'accompagne d'une grande table de cadeaux comme un lettrage remanié, de nouveaux logos et documents imprimés ainsi que du matériel publicitaire correspondant. Au printemps, l'une ou l'autre «fusée surprise» sera lancée, et le 19 juin, une grande fête, encadrée par la 100e assemblée générale de florist.ch et l'assemblée générale de Fleurop, aura lieu à Locarno. Ce sera un moment magnifique et inoubliable dans la longue histoire de notre association, que nous aurons le plaisir de partager ensemble. ♣



WEBAUFTRIFF

Neu im Netz

Ein Geburtstagsgeschenk hat der Verband schon ausgepackt und aufgeschaltet: Seine neue Website! Sie punktet mit starken Bildern, guten Inhalten und ersten neuen Rubriken für Endkunden (Lehrstelleninfos).

L'association a déjà déballé son premier cadeau d'anniversaire: le nouveau site Internet est en ligne! Il séduit par des images fortes, des contenus de qualité et de nouvelles rubriques destinées aux clients finaux (informations concernant les places d'apprentissage).



GIACINTO IN-ALBON,
RESSORTLEITER MARKETING

Viele, viele bunte Logos

Florist: Wie viele Logo-Varianten gab es?

Giacinto In-Albon: Gestartet sind wir mit 80 Varianten aus einer internationalen Ausschreibung. Doch keine überzeugte die Jury zu 100 Prozent. Danach kamen noch drei Vorschläge von Schweizer Agenturen hinzu und aus einem dieser Entwürfe entstand das heutige Logo.

Was wurde gross diskutiert?

Die richtige Farbwahl gab viel zu reden. Gelb war ein totales No-Go, Violett und Blau kamen auch nicht gut an. Das Rennen machten sanfte Pastellfarben und warme Beerentöne.

Wie waren die ersten Reaktionen?

Ausgesprochen positiv – einige Sektionen wollten es schon 2019 einsetzen. Nun ist es endlich soweit und es geht los!

Fleuriste: Combien de versions de logos aviez-vous?

Giacinto In-Albon: Nous avons commencé avec 80 versions issues d'un appel d'offres international. Mais aucun n'a su convaincre le jury à 100%. Puis nous avons reçu trois autres propositions de la part d'agences suisses et partant d'une ébauche, le logo actuel a été créé.

Qu'est-ce qui a donné matière à discussion?

Il a beaucoup été question du choix des couleurs. Le jaune était un no-go absolu, le violet et le bleu n'allaient pas non plus. Des couleurs pastel délicates et des teintes de

baies chaleureuses se sont finalement imposées.

Quelles ont été les premières réactions?

Très positives – certaines sections voulaient déjà le lancer en 2019. Le moment est enfin venu, c'est parti!



GV 2020/AG 2020

Bitte reservieren: 19. und 20. Juni 2020 im Tessin!



Foto Massimo Petrazzini

Mit viel Glanz und Gloria finden im Juni im PalaCinema in Locarno die Generalversammlungen 2020 von Verband und Fleurop statt – eingebettet in eine tolle Geburtstagsfeier in Ascona! Die beiden Termine am Freitag und Samstag bieten sich optimal an für ein schönes, langes Wochenende im Tessin – darum das Datum am besten jetzt gleich notieren und ein Zimmer reservieren!

> florist.ch/generalversammlung

Les assemblées générales 2020 de l'association et de Fleurop auront lieu en juin au PalaCinema à Locarno et seront célébrées avec éclat dans le cadre d'une magnifique fête d'anniversaire à Ascona! C'est l'occasion rêvée de passer un long week-end au Tessin – notez donc les dates et réservez vos chambres!

> florist.ch/fr/assemblee-generale





Die Wiege des Verbandes: Das Zürcher Bellevue mit dem Hotel Goldener Stern (links). Bis 1896 stand noch das alte Kongresshaus auf dem Platz.

Le berceau de l'Association: Le Zürcher Bellevue avec l'Hôtel «Goldener Stern» (à gauche). L'ancienne Maison des congrès était sur la place jusqu'en 1896.

Das Wir-Projekt

Baugeschichtliches Archiv der Stadt Zürich, Foto: Landolt-Arbenz

Die Idee von einem nationalen Floristenverbundes entstand vor einhundert Jahren. Ziel war ein gemeinsames Vorgehen zur Verbesserung wirtschaftlicher Rahmenbedingungen und der Aufbau einer guten Aus- und Weiterbildung. Entstanden ist ein Berufsverband mit ganz viel Wir-Gefühl.

TEXT Denise Yannoulis BILDER zVg

Hotel Goldener Stern, Zürich-Bellevue, 5. Dezember 1920. Die extra angereisten Blumengeschäftsinhaber aus Genf, Freiburg, St. Gallen, Winterthur und Brugg konnten sich gerade noch setzen, bevor der Zürcher Gottlob Berner auch schon lospolterte: «Diese Idee von einem so hohen Blumenzoll auf Blumen, Blätter und Zweige vom Handelsgärtnerverband ist eine Katastrophe für uns alle! Als hätten wir nicht schon genug Sorgen mit diesem neumöglichen

Verzicht auf Blumenkranzspenden. Da müssen wir sofort etwas dagegen unternehmen und auch mehr Reklame machen. Und es braucht jetzt endlich eine richtige Ausbildung für Blumenbinder bei uns in der Schweiz. Darum müssen wir es machen wie die Kollegen hier in Zürich, uns zusammentun und einen gemeinsamen schweizerischen Verband gründen!» Starke Worte und für damalige Verhältnisse ein Riesenprojekt. Doch fünf Monate später erhoben 100 Mitglieder an ihrer ersten

Generalversammlung im Kursaal von Zürich ihre Gläser auf den neuen Verband Schweizerischer Blumengeschäftsinhaber.

Im 19. Jahrhundert waren es Grossgärtnerereien wie die von Theodor und Otto Froebel in Zürich-Seefeld, die um die Jahrhundertwende als wichtige Gartengestalter und als Betreiber einer der grössten Handelsgärtnerereien der Schweiz Grünes hegten, pflegten und gestalteten. Schnittblumen waren bis dahin unbekannt. Die Idee der Sträusse entstand vermutlich als



Eines der ältesten Verbandsdokumente: Originalbeleg aus dem Archiv von Blumen Iseli, Amriswil. Entendre le nom du caissier était déjà un premier avertissement: Document des archives de Blumen Iseli.

Nebenprodukt in den Gartenbetrieben, wo Gärtnerfrauen Blumen zu Bouquets zusammenstellten. Zu kaufen gab es diese im Laufe der Zeit bei Marktfahrern und dann im ersten Blumengeschäft von Froebels an der Zürcher Bahnhofstrasse. Es entwickelte sich ein neuer Beruf, ohne konkretes Berufsbild des Blumenbinders und der Blumenbinderin. 1928 änderte der Verband den Namen in «Schweizerischer Floristenverband».

Wir Netzwerker

Doch nicht nur in der Schweiz wehte in diesen 1920er-Jahren ein neuer Wind durch die Blumenwelt. In Dresden trafen sich amerikanische Vertreter von Florists' Telegraph Delivery USA FTD mit Händlern aus der Schweiz, aus Österreich, Schweden, Dänemark, Norwegen und Finnland. Die Amerikaner betrieben schon seit einiger Zeit eine Auftragsvermittlung untereinander und suchten neue Kooperationsmöglichkeiten mit Überseepartnern. Der deutsche Verbandspräsident Max Hübner, der beseelt war von der Idee einer «Internationalen Blumenspendevermittlung mit Verbandsgarantie», war von den amerikanischen Absichten begeistert. Er versuchte sofort, auch andere europäische Verbandskollegen für das Projekt zu gewinnen. An seiner Seite fand sich ein begeisterter Schweizer Hansdampf namens Elfried Stump, der sich als Sekretär, Visionär und



Elfried Stump: Gründungsmitglied, Verbandssekretär, Redaktor und späterer Präsident Int. Fleurop.

Elfried Stump: membre fondateur, secrétaire de l'Association, rédacteur et plus tard président de Fleurop International.

Mädchen für alles beim Schweizer Verband stark engagierte. Er nahm eine führende Rolle im Aufbau und in der Anbindung der Schweizer Floristen an dieses europäische Projekt «Flores Europae» ein und sorgte dafür, dass der internationale Hauptsitz der «Fleurop» nach Zürich kam. Die Geschäftsbelange der Fleurop Schweiz



Parat für den Blumen-Corso 1931: Heinrich von Arx, von Arx Blumen und Garten, Olten.

En route pour Blumen-Corso 1931 avec le grand-père Heinrich von Arx, Fleurs et Jardin, Olten.

wurden quasi als Profit-Center in den Verband integriert und gemanagt und brachte den Mitgliedern jahrzehntelang und oft über Nacht wertvolle Zusatzaufträge – und wichtige Einnahmen. 1990 entschied der Verband als Non-Profit-Organisation, Fleurop aus seinen Reihen zu entlassen damit diese als gewinnorientiertes Unternehmen arbeiten konnte.



Postkarte eines Lieferanten in den Kriegsjahren: Marken mit 12 x 200 Mio Deutsche Reichsmark.

Carte postale d'un livreur pendant la guerre: des timbres de 12 x 200 mio de «Deutsche Reichsmark».

Wir Unternehmer

In den Anfängen der jungen Organisation standen so wichtige Themen wie die Blumenbeschaffung auf der Agenda. Bis zur Gründerzeit waren nur einheimische Blumen verfügbar – je nach Wetter und Jahreszeit mehr oder weniger.

Dank persönlichen Kontakten nach Italien, Deutschland und Holland began-



Mutige Schweizer Floristen brachen für ihre Wanderjahre nach ganz Europa auf (Blumen J.C. Hanisch, Leipzig 1954, mit einer Korb- und Schalenabteilung sowie Kranzbinderei).

Pendant leurs années de voyage, des fleuristes suisses courageux se sont rendus dans toute l'Europe (Blumen J.C. Hanisch, Leipzig 1954, avec un secteur Corbeilles et Coupes ainsi que Réalisation de couronnes.

nen Floristen neue Lieferkanäle aufzubauen. Bestellt wurde alles per Telegraph oder Postkarte. Altflorist Kurt Iseli Senior erinnert sich: «Wir waren zehn junge Berufskollegen und bildeten eine Einkaufsgemeinschaft. Das funktionierte ganz gut, doch dann kam der Zweite Weltkrieg, wir waren in unserer Aktivzeit weg und unsere Mütter und Frauen zuhause bekamen in den Geschäften überhaupt nichts mehr.» Nach den Kriegsjahren wurden diese Importgeschäfte aus Italien wieder etabliert und immer wichtiger, wie Altflorist Oscar Birchler sich lachend erinnert. «Eine Zeit lang waren die «Nizza-Körbe» der absolute Renner: Wir füllten kleine Bambuskörbe mit Schnittblumen, packten sie in Boxen, drückten einen Deckel drauf – und fertig!» Dekorationsartikel gab es bis in die Fünfzigerjahre keine, Exotisches wie Orchideen erst ab den Sechzigerjahren und nur dank privaten Verbindungen nach Thailand, wie sie Oscar Birchler zufällig hatte.

1942 wurden die ersten Kennzahlen im Blumengewerbe erhoben. Der Arbeitgeberverband bemühte sich, seine Mitglieder auch bei der Betriebsführung zu unterstützen. Ein wichtiges Instrument war dabei die Einführung von Statistiken, um die eigenen Bedürfnisse besser



Im Look der 80er-Jahre: Peter Maurer von Blumen Maurer, Kehrsatz, mit seinem Bus an der Börse. *Avec le look des années 80: Peter Maurer de Blumen Maurer, Kehrsatz, devant la Bourse avec son véhicule.*

einschätzen zu können. Die Zahlen sprachen damals und heute eine klare Sprache: Von 1948 bis 1968 vervierfachte sich die Blumeneinfuhr auf 3,2 Millionen Kilos, der Umsatz stieg in der gleichen Zeit von 5 auf 42 Millionen Schweizer Franken.

Die alte Idee der Einkaufsgemeinschaft war ein Dauerthema. Der Verband organisierte über lange Jahre professionell und im grossen Stil einen gemein-



In der ersten Reihe: Das Blumengeschäft von Gunten setzte bei seiner Kundschaft auf Kinowerbung.

En première ligne: chez ses clients, le magasin de fleurs von Gunten a misé sur la publicité pour le cinéma.

samen Materialeinkauf für seine Mitglieder. Der umfasste die Spedition von Blumen insbesondere aus Holland in die Schweiz.

Angebote wurden an 900 blumenverarbeitende Firmen verschickt und den Interessierten in der Warenbörse verkauft. Doch auch Arbeitsmittel, Dekorationsmaterial oder Nährstofflösungen wie Chrysal waren im Angebot. Der Erlös aus diesen Geschäften wurde für



Floristik und Marketing sahen 1970 definitiv anders aus: Zum fünfzigjährigen Bestehen des SFV gab es in Zürich «Die Jubiläums- und Blumenbindekunstausstellung: Im Traumland der Blüten».

En 1970, l'Art floral et le Marketing avaient un autre aspect: Pour les cinquante ans de l'ASF, il y avait à Zurich «L'exposition Anniversaire et Créations florales: Au pays de rêve des fleurs».

die Finanzierung der Aus- und Weiterbildung verwendet, zusammen mit regelmässigen und grosszügigen Einlagen von Partnerfirmen wie Rolf Galli und Cäsar Fischer. Später gab die Verbandsleitung den gemeinsamen Einkauf bis auf wenige Produkte auf – ohne bei den Anbietern neue Sonderkonditionen für die Mitglieder auszuhandeln.

Wir Vermarkter

«Anstelle von Kranz- und Trauerspenden gedenke man karitativen Organisationen». Dieser neue Passus in Todesanzeigen bedeutete für Floristen eine grosse

Umsatzeinbusse. Wurden doch früher bis zu fünfzehn Trauerkränze für einen Verstorbenen bestellt und an Allerheiligen traditionell auf jedes Grab Kränze mit Chrysanthemen und Eriken gelegt. Der Verband intervenierte seit dem ersten Tag seines Bestehens mit all seinen Kräften und wurde sogar bei Publicitas vorstellig, um entsprechende Druckvorlagen für Todesanzeigen abändern zu lassen – vergebens. Es blieb nichts anderes übrig als zu akzeptieren – und neue Marketing-Ideen ins Leben zu rufen! 1930 wurde der «Muttertag» als Festtag statuiert, später kamen «Der Tag der Kranken» und der

«Valentinstag» dazu. Eine Werbe-Initiative namens KoBlu (Kommission für die Blume), getragen von den Verbänden der Floristen und Gärtner sowie Lieferanten, hatte die intensive Vermarktung der grünen Branche zum Ziel und stattete alle Mitglieder



Da gab es kein Vorbeischaun: Nationale Werbekampagnen mit einheitlichen Sujets für alle.

Et ce n'était pas juste en passant: des campagnes publicitaires nationales avec des sujets homogènes pour tous.

regelmässig mit Plakaten, Klebern und Flyern und die Strassenzüge mit Reklame aus. Ab 1951 wurde für mehrere Ausgaben ein Blumen-Taschenkalender herausgegeben, der für Breitenwirkung sorgte. Die Zeitschrift Florist wurde übrigens bereits ein Jahr nach der Verbandsgründung ins Leben gerufen, um die Mitglieder über Wissenswertes aus der ganzen Branche zu informieren. Schweizweit wurden regionale Blumen-Corsos veranstaltet, üppig dekorierte Publikumsveranstaltungen organisiert und die Floristik an Grossanlässen zelebriert: Werbung in eigener Sache und im grossen Stil.

Wir Ausbilder

Mit der Änderung der Berufsbezeichnung vom Blumengeschäftsinhaber zum Floristen wurde das Berufsbild und seine Ausbildung verstärkt zum Thema. 1930 entstanden als Meilensteine die Einführung eines eidgenössischen Lehrlingsgesetzes für BlumenbinderInnen und 1942 ein Reglement zur Meisterprüfung. Der Zugang zu dieser höheren Berufsausbildung stand für lange Zeit jedoch nur Söhnen von Geschäftsinhabern offen. Junge Frauen

scheuten die Ausbildung lange wegen der verlangten Praxiserfahrung von fünf Jahren, die damals quer stand zur gleichzeitigen Familienplanung. Der Verband organisierte das Lehrlingswesen in der ganzen Schweiz und unternahm immer wieder den Versuch zur Einführung eines gesamtschweizerischen Lehrmittels, was nun 2020 endlich Chancen für eine Umsetzung hat.

1947 gab es einen zusätzlichen Grund, stark in die Weiterbildung zu investieren: Migros begann mit dem Verkauf von direkt importierten Blumen. Nun waren gut ausgebildete Fachleute gefragt!

In den Achtzigerjahren entwickelten sich neue Initiativen im Aus- und Weiterbildungsbereich. Zwischen der Grund- und Meisterausbildung wurde 1986 die Pri-



Eventfloristik in den 80ern: Die TV-Sendung «Musig Plausch» von SRF mit Peter Fleischli on Tour.

Art floral événementiel dans les années 80: L'émission TV de la SRF «Musig Plausch» avec Peter Fleischli en tournée.

moflor (heute Berufsprüfung) eingeführt und 1993 die Floristenschule in Lullier gegründet. Die Schule offerierte zusätzlich einen Lehrgang als Übergang zur Berufsmatur, der bis heute leider Theorie blieb. Doch auch Weiterbildung für die Lehrmeister: Unter der Leitung von Peter Fleischli wurden ab 1990 Berufsbildner-tagungen für gut 600 Teilnehmende durchgeführt. Seit 2019 können Lehrabgängerinnen neu mit dem Projekt «Move-



Das Zeitalter der Frauen in der Schweizer Floristik brach an: Weltcup-Gold für Theres Gruber-Lerch 1972.

L'âge des femmes dans l'Art floral suisse a explosé. Gagnante du Coupe du monde 1972 Theres Gruber-Lerch.

tia» Sprach- und Praxisaufenthalte im nahen und fernen Ausland machen!

Wir Berufswettkämpfer

In den Biografien von Schweizer Floristen finden sich immer Auslandsaufenthalte. Um Neues zu entdecken, verliessen sie die Heimat für Wanderjahre, Praktikums-



oder Saisonstellen in der ganzen Welt. Vermutlich war es dieser Mut, das hohe Know-how und ihre unendliche Leidenschaft für Blumen, die die Schweizer FloristInnen an nationalen und internationalen Wettkämpfen teilnehmen liess. Mit Erfolg: Sie standen immer wieder auf den Siegertreppchen und schrieben Geschichte. 1967 in Stuttgart gewann Ueli Syfrig als erster Schweizer den Europacup, ein Jahr später Alfred Ackermann in Göteborg den ersten Weltcup und 1972 Theres Gruber-Lerch in Amsterdam als erste Schweizerin den Weltcup. Philipp von Arx holte 2003 in St. Gallen an den WorldSkills Gold.

Wir sind die Zukunft

Seit dem 1. Januar 2020 begleitet der Verband seine Mitglieder unter einem neuen Namen: florist.ch. Verband und Sektionen haben damit einen modernen und gemeinsamen Auftritt in ihrer Kommunikation. Ein neues Kapitel in der Verbandsgeschichte – mit ganz vielen Frischzellen für das gute alte Wir-Gefühl! ♣

Die Sektionen

Der Zürcher Verband war die treibende Kraft zur Gründung einer nationalen Verbindung mit regionalen Sektionen.

L'Association zurichoise était la force motrice idéale pour la création d'un groupement national avec des sections régionales.

- 1918 Zürich**
- 1921 Bern-Stadt**
(ab 1.1.2020 Mittelland/Wallis)
- 1929 Suisse Romande**
- 1941 Basel**
(ab 1.1.2020 Nordwestschweiz)
- 1966 Aargau**
- 1966 Bern-Land/Solothurn**
(ab 1.1.2020 Mittelland/Wallis)
- 1967 Ostschweiz/Graubünden**
(ab 1.1.2020 Ostschweiz/FL)
- 1969 Innerschweiz**
(ab 1.1.2020 Zentralschweiz)
- 1971 Ticino**

Le Projet «Nous»

L'idée d'une coopération nationale est née il y a cent ans. L'objectif était une démarche commune pour l'amélioration des conditions-cadres économiques et l'établissement d'une bonne Formation.

Hôtel «Goldener Stern», Zurich-Bellevue, 5 décembre 1920. Les propriétaires de magasins de fleurs venus expressément de Genève, Fribourg, St-Gall, Winterthur et Brugg ont juste pu s'asseoir avant que le zurichois Gottlob Berner se mette à revendiquer: «Cette idée d'une douane des fleurs, de feuilles et de rameaux de l'Association des commerces de détail aussi importante est une catastrophe pour nous tous! Comme si nous n'avions pas déjà assez de soucis avec



Diese Tafel im Geschäft zu haben, war ein Gütesiegel für Qualität und internationale Zugehörigkeit.

Ce tableau noir au magasin était un label de qualité et d'appartenance internationale.

cette nouvelle mode de renoncement aux dons pour couronnes de fleurs. Nous devons donc y remédier et faire plus de publicité. Et une bonne formation en Suisse est nécessaire pour les tresseurs et tresseuses de fleurs. C'est pourquoi nous devons nous réunir et créer ensemble une association suisse!» Des mots forts et un énorme projet pour les conditions de l'époque. Cependant, cinq mois plus tard, 100 membres ont levé leur verre à la première Assemblée générale des propriétaires de magasins de fleurs.

Nous entrepreneurs

Au début de la jeune organisation, des thèmes aussi importants que l'acquisition de fleurs figuraient dans l'agenda. Jusqu'à l'époque de la fondation, seules des fleurs indigènes étaient disponibles – selon le temps. L'été parfois pas du tout. Grâce à des contacts personnels en Italie, Allemagne et Hollande, les fleuristes ont commencé à établir des nouveaux canaux de livraison. L'ancienne idée du groupement d'achats était un thème récurrent. Pendant de longues années, l'Association organisait professionnellement et en grand l'achat commun de matériel pour ses membres, qui englobait l'expédition de fleurs, provenant en particulier de Hollande.

La vente avait lieu dans la Bourse des marchandises. L'offre comprenait également des outils de travail, du matériel de déco ou des substances nutritives comme le Chrysal. Les recettes provenant de ces affaires étaient utilisées pour le financement de la Formation et la formation continue. Plus tard, l'Association a renoncé aux achats en commun, à l'exception de quelques produits.

Nous formateurs

En 1930, des jalons ont été posés pour l'introduction d'une Loi fédérale sur les apprenti(e)s destiné(e)s à réaliser des créations florales et en 1942 pour l'examen de maîtrise. L'accès à cette plus haute formation professionnelle n'était cependant réservé qu'aux fils de propriétaires de magasins de fleurs. Les jeunes femmes ont encore longtemps craint la formation, une pratique de 5 ans, qui interférait avec la planification familiale, était alors exigée. L'Association a organisé le déroulement de l'apprentissage dans toute la Suisse et a régulièrement tenté d'introduire un support pédagogique pour tout le pays, ce qui n'a pas abouti à ce jour. En 1947, il y avait une raison de plus d'investir sérieusement dans la formation continue: Migros commençait à vendre des fleurs importées directement. Des professionnels bien formés étaient dès lors demandés!

Dans les années 80, de nouvelles initiatives ont vu le jour dans le domaine de la Formation et la formation continue. En 1986, entre la formation initiale et la formation pour l'examen de maîtrise, l'examen professionnel Primoflor a été introduit et l'Ecole de fleuristes de Lullier a été fondée en 1993. Celle-ci offrait en plus un cycle de transition vers la maturité profession-



Er holte 2003 für die Schweiz Gold an den internationalen Berufsweltmeisterschaften: Philipp von Arx.

En 2003, il a apporté à la Suisse la médaille d'or des championnats du monde des métiers: Philipp von Arx.

nelle, qui est malheureusement resté lettre morte à ce jour.

Nous sommes l'avenir

Depuis le 01.01.20, l'Association accompagne ses fleuristes sous un nouveau nom: florist.ch. Les différentes sections ont ainsi un nouveau nom, actuel, et avant tout une présentation commune dans leur communication. Un nouveau chapitre dans l'histoire de l'Association et, espérons-le, des cellules fraîches pour la bonne vieille sensation de «Nous». ♣

100 JAHRE VERBAND
100 ANS ASSOCIATION

In jeder Ausgabe beleuchten wir ein Kapitel der Verbandsgeschichte. Als Grundlage dienen uns Familien-Dokumente und viele Gespräche mit Zeitzeugen. Wir danken allen Beteiligten für ihre Unterstützung und Zeit.

Dans chaque édition, nous éclairons un chapitre de l'histoire de l'Association. Nous nous sommes basé(e)s sur des documents de familles, des entretiens et des témoins de l'époque. Nous remercions de leur soutien tous celles et ceux qui ont participé.



Wie sah die Floristik vor hundert Jahren aus? Und wie hat sie sich über die Jahrzehnte entwickelt? Maja Frauenfelder ist mit uns ins Archiv gestiegen.

Floristik gestern

Der 2019 verstorbene Meisterflorist Ueli Martin Syfrig gewann 1967 in Stuttgart den ersten Europacup und erfand später den Brautstrausshalter Bridy.



und heute

Grossflächige Installationen, wie diese Selfie-Wand, sind eine Begleiterscheinung unseres digitalen Zeitalters und fair gehandelte und umweltfreundlich produzierte Werkstoffe, wie diese Fairtrade-Rosen und -Blätter, sind in Zeiten des Klimawandels eine wichtige und notwendige Entwicklung.

TEXT Erika Jüsi BILDER florist.ch und zVg

Die Seiten sind vergilbt, die wenigen Fotos schwarz-weiss. Langsam werden die Bilder zahlreicher und ab den 1990er-Jahren farbig. Das überrascht nicht. Was beim Durchblättern des Florist seit den 1920ern bis heute am meisten verblüfft, ist, wie oft sich alles wiederholt.

«Wir können das Rad nicht neu erfinden», sagt Maja Frauenfelder. Sogar das Braun der 1970er komme langsam wieder. «Alles Totgeglaubte ist irgendwann wieder quicklebendig!» Einzig bei den Teller Geschichten ist die Meisterfloristin skeptisch: «Es würde

mich sehr wundern, wenn die schwimmenden Blumen und Pflanzen wiederkämen.» Aber wer weiss ...

Was sich verändert habe, meint Maja Frauenfelder, sei die Steigerung des Könnens. «Was früher an einer Swissflor der Standard war, wird heute in der Grundbildung unterrichtet.» Und auch die Meisterausbildungen hätten sich weiterentwickelt.

Das Trendkarussell dreht sich

Sie fragt sich, ob man immer den Trends nachrennen sollte. Neues Ausprobieren,

etwas wagen, sei viel wichtiger. «Was die Floristik angeht ist doch fast alles noch gleich wie früher.» Fast.

Wir kennen das von der Mode her. Auch wenn die Schlaghose gerade wieder als neuestes Must-have gilt, will man ja doch nicht wie ein Hippie aussehen. Das schon Dagewesene will der Zeit angepasst werden.

Als ruhender Pol in diesem sich ständig drehenden Trendkarussell gilt die Symbolik. So haben es die Kränze zum Beispiel geschafft, mehr oder weniger konstant «in» zu bleiben – als das kleine Schwarze der Floristik quasi. ♣



MAJA FRAUENFELDER

Die Expertin

Die Meisterfloristin Maja Frauenfelder ist am WZR verantwortlich für den Lehrgang der höchsten Floristikweiterbildung in der Schweiz, der HFP, und Spezialistin in der Produkt- und Sortimentsgestaltung von Agrotropic.

Sie kommentiert auf den kommenden Seiten Werkstücke von den 1920ern bis ins Jahr 2000.



Ein Herz bleibt ein Herz: Aktuelles Werkstück zum Valentinstag von Maja Frauenfelder und ihrer Berufskollegin Jeannine Gabriel.



1922

«Blumige Werkstücke werden heute mit verschleiertem Wachstumspunkt noch natürlicher gestaltet»



1922

Die freie Umrissform: auch heute wieder Trend. Florist 15.1.1922

«Solche Allerheiligenkränze kennen wir auch heute noch, wenn auch eher kleiner»

«Es würde mich wundern, wenn diese Tellergeschichten wiederkämen»



1935

«Schwimmende» Floristik aus den 1930er-Jahren. Florist 31.5.1935



1950

«Auch heute sind die Tischdekorationen wieder blumig, aber oft höher gestaltet»

Tischdekoration von 1950. Die *Nephrolepis* und Werkstücke im Hintergrund teilen sich die Form. Florist 25.6.1950



1965

In alle Richtungen explodierender Brautstraus. Florist 13.10.1965

«Die extreme Staffellung kommt wieder»

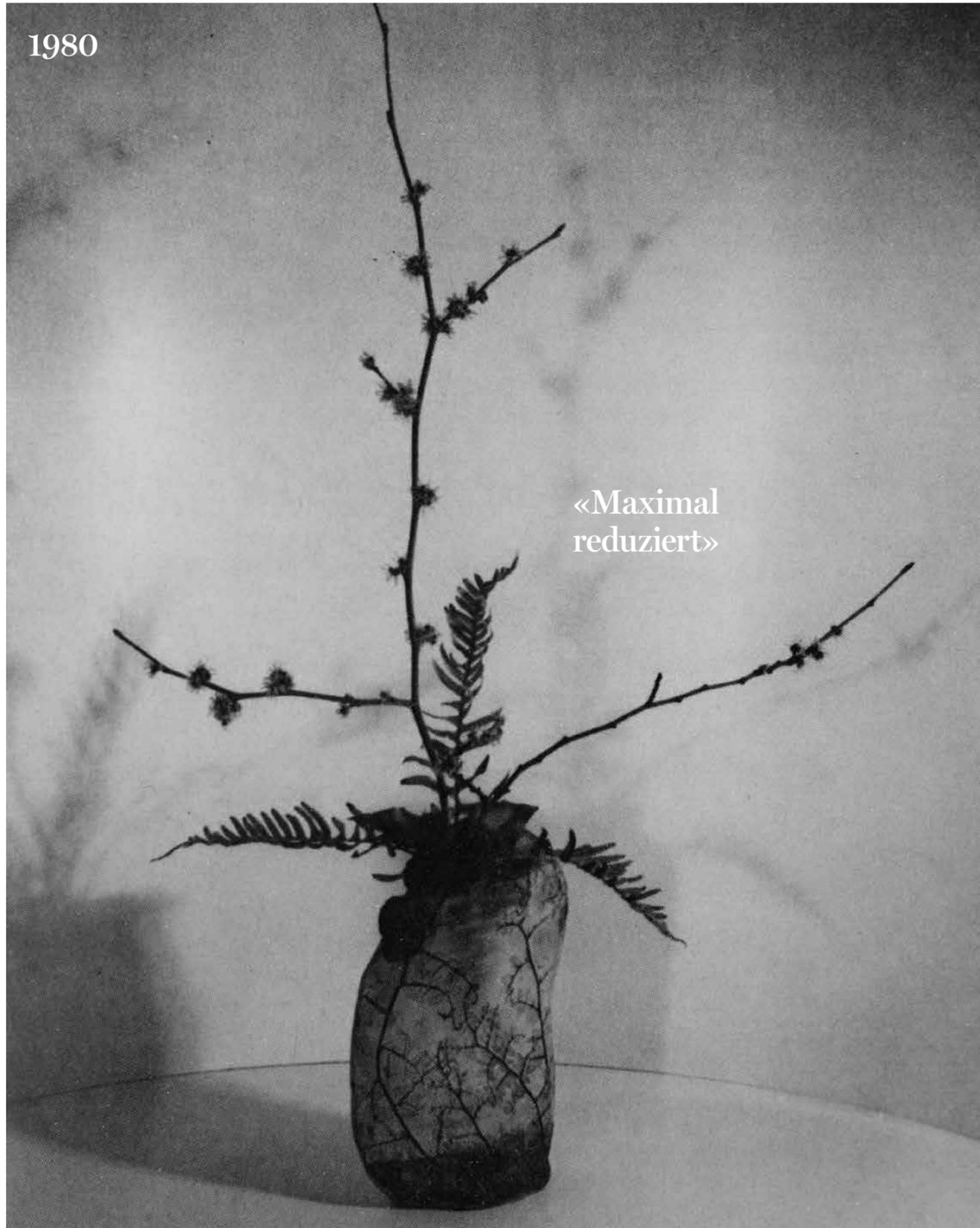


1965

«Exoten waren früher die Ausnahme – heute sind sie nicht mehr wegzudenken»

Zentralvorstandsmitglied E. Dübi (rechts) überreicht dem Zürcher Stadtpräsidenten Dr. E. Landolt 1965 Blumen. Florist 15.4.1965

1980



«Maximal reduziert»

Ikebana lässt grüssen. Florist 15.2.1980

2000



Das Bündel ist und bleibt beliebt. Florist 3/2000 (Februar)

«Selbstgesammeltes aus der Natur sorgt bis heute für Einzigartigkeit»

1995



Das Fehlen der klaren Umrisssform der 1990er ist wieder im Kommen. Florist 13.10.1995

«Natürlich und verspielt, mit unterschiedlichen und harmonischen Oberflächen und Farbkombis»

«Bouquetkränze wurden fast komplett vom Rundum-Blumenkranz abgelöst»



Lehrabschlussprüfungsarbeit von 1994, Tessin.

#kopfhoch

Das Coronavirus führt weltweit zu Verunsicherung, Hamsterkäufen und Expertitis. Und in der Schweiz auch zu blumigen Überraschungen.

TEXT Erika Jüsi BILDER zVg



Frühlingsgruss von der Floristerei Evelyn Beck in Benderr FL



Aebis Blumenparadies, Langenthal AG



Sektion Mittelland-Wallis, Münsingen BE



Donat AG, Wohlen AG haben die meisten Instagram-❤ erhalten.



Blumenhaus Müller, Reiden LU



Emch Floristik, Boswil AG holten mit ihrem Post am meisten 👍 auf Facebook!



Blumen Design Paula Jost, Binningen BL

Die Ereignisse überstürzen sich. Täglich, ja stündlich werden neue Studien, Statistiken, Empfehlungen veröffentlicht und x-fach geteilt. Das Coronavirus ist omnipräsent. Und es bringt auch die Floristikwelt ins Wanken. Um die rasante Verbreitung des Sars-CoV-2 zu stoppen, hat der Bundesrat am 21. März alle Geschäfte geschlossen, die keine Lebensmittel, Heilmittel oder Güter für den täglichen Bedarf verkaufen. Mindestens bis am 19. April. Und jetzt? Warum dürfen die Grossverteiler weiterhin Blumen verkaufen? Dürfen wir Floristen Blumen in der Selbst-

bedienung anbieten? Darf im Hintergrund gearbeitet werden? Darf ich ausliefern?

Viele Fragen und schnelle Entscheidungen

Die vielen offenen Fragen sorgten bei den Geschäftsbetreibenden für Verunsicherung. Kurzarbeitsentschädigungen für die Mitarbeitenden wurden zwar rasch gewährt, aber was ist mit den Geschäftsinhaberinnen? Der Bund verspricht Lösungen – und Geld. Die Sorgen bleiben vorerst akut. Was, wenn das länger geht? Was, wenn nachher nichts mehr so ist wie vorher? Existenz-

ängste kommen auf. Der Verband klärt ab, informiert, interveniert und verlangt, dass auch Grossverteiler den Verkauf von Blumen und Pflanzen einstellen müssen. Bei der Durchsetzung hapert es zwar zuerst, was zu weiterem Unmut und neuen Herausforderungen führt. Soll, darf die Polizei eingeschaltet werden? Den Schweizer Produzenten fallen durch das Wegbrechen der Grossverteiler jetzt ausserdem wichtige Abnehmer weg, was wiederum deren Existenz bedroht. Auf allen Ebenen werden nach bestem Wissen und Gewissen Entscheide gefällt, überprüft und zum Teil



Ginkgo Amriswil und St. Gallen



Blumen Gschwend Neukirch-Egnach und Romanshorn TG



Artfloral Reinach und Oberkulm AG



Sektion Zürich, Lufingen



H. Gosteli AG, Matten b. Interlaken BE



Blumen Weber Langnau im Emmental BE

wieder über den Haufen geworfen. Die Situation ist für alle neu, alle Konsequenzen zu berücksichtigen ist schwierig. Urs Meier, der Geschäftsleiter von florist.ch, hat anstrengende Tage hinter sich. «In solch hitzigen Zeiten ist es wichtig, dranzubleiben, zusammenzustehen und gemeinsam kreativ zu werden», sagt er.

Gerade jetzt!

Am 20. März haben Floristinnen und Floristen in der ganzen Schweiz (ausser dem Tessin, das nicht ausliefern durfte) genau das gemacht. Sie haben ihre positive Energie in ihre Lieferwagen gepackt und sind frühmorgens – oft noch bei Dunkelheit – losgefahren und haben Ortstafeln, Brunnen und Verkehrsschilder in ihrer Umgebung mit Blumen geschmückt. Was ursprünglich als Aktion zur 100-Jahr-Feier des Verbands

geplant gewesen war, hat sich zu einem kraftvollen Zeichen der Solidarität für alle

«Ein ganz schönes Zeichen in dieser Zeit. Danke!»

Simon Graf, Arzt im Kantonsspital St. Gallen

Menschen in dieser schwierigen Zeit gewandelt. Es kam zum richtigen Zeitpunkt. Die Bilder der farbenfrohen Verzierungen unter #kopfhoch wurden auf Facebook fast eine halbe Million Mal angeschaut und tausende Mal geteilt. In den zahlreichen Kommentaren sind eine grosse Dankbarkeit und viel Emotionen zu spüren. Das zeigt einmal

mehr, wie sehr Blumen die Menschen zu berühren vermögen, wie viel Mut, Zuversicht, Freude sie versprühen, wie wichtig sie sind. Gerade in schwierigen Zeiten, gerade jetzt! 🌸



INFORMATION

Dem Heft liegt ein Info-Blatt bei. Der Schweizer Floristenverband florist.ch informiert laufend auf

Une fiche d'info est intercalée dans le magazine. L'Association Suisse des Fleuristes, florist.ch, informe régulièrement sur

> florist.ch.



Blumengraffiti von Cyril Bergmann (Blütenwerk Bern), Bern



Zahlreiche freudige Rückmeldungen zeigten, wie viel die Blumen bewegt haben.



*«Dankeschön!
Ich freue mich riesig, wenn ich bei der täglichen Zustellung etwas Besonderes vorfinde»*

Carmen Prisco, Postangestellte

Not macht erfinderisch

Die Ladentüren bleiben zwar geschlossen, untätig zu bleiben ist aber keine Option.

- Die **Administration** ruft: Formulare wollen ausgefüllt und eingereicht werden.
- Das **Gespräch mit dem Vermieter** oder der Vermieterin kann einen Aufschub oder eine Reduktion der Miete bewirken.
- Vielleicht ist jetzt die Zeit, endlich den geplanten **Webshop** anzugehen oder den Instagram Account zu planen.
- Die **Kundschaft** will über neue Services und Kanäle **informiert** werden.
- Die **Zwangspause kann genutzt werden**, um sich über die Positionierung und die zukünftige Ausrichtung des Geschäfts Gedanken zu machen.

Wer jetzt kreativ und pro-aktiv bleibt, hat die besseren Chancen, unbeschadet aus der Krise hervorzugehen – und ihr im besten Fall sogar etwas Positives abzurufen. 🌸

Erste Hilfe: Selbstbedienung



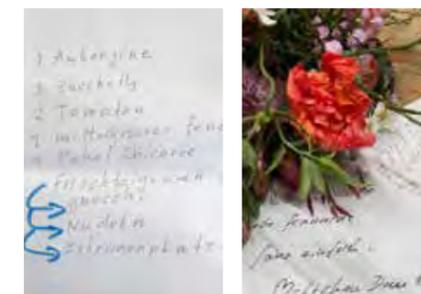
Selbstbedienungsangebot im März bei Blumen Vorderberg in Zürich. Ob diese Verkaufsoption erlaubt ist, wird kantonal sehr unterschiedlich gehandhabt.

Zu Hause bleiben



Florist-Redaktorin Erika Jüsi: Home-Office mit Baulärm und Vierbeiner. Büro mit Aussicht bei WZR-Dozentin Maja Frauenfelder zu Hause.

Auslieferung Plus



Jeannine Ravello von der Blumengarage in Oberwil-Lieli geht für ihre älteren Stamm-Kundinnen gleich noch einkaufen.

Fensterputzen



Lisa Pellanda von L'Artenei Fiori im Tessin lenkt sich mit Hausarbeit ab.

Vernetzen



In verschiedenen Städten schliessen sich Gewerbetreibende zusammen.

«Jetzt legen wir noch einen Zacken zu!»



Denise Yannoulis
Redaktion Florist

Wie geht es euch eine Woche nach der Ladenschliessung?

Was lief letzte Woche noch?

Welche Überlegungen haben dich zur Geschäftsschliessung bzw. -weiterführung bewogen?

Was war dir wichtig und was machst du jetzt?

Wie siehst du die nächsten Tage und Wochen für dein Geschäft?



Monika Laib
Ginkgo, Amriswil und St.Gallen

Es geht uns allen gut und wir sind traurig, doch zuversichtlich am vergangenen Freitag auseinandergegangen. Der Laden ist geschlossen, mein Team zu Hause und ich wende mich nun dem Büro und der Frage zu: Wie weiter?

Wir haben nochmals alles gegeben: Da war noch ein Grossauftrag für Gefässfüllungen, andere Bestellungen und die Vorbereitungen für die schweizweite Überraschungsaktion. Am Abend gingen wir dann auseinander. Das war schon ein ganz emotionaler Moment.

Die Aufwand- und Ertragsbilanz ist momentan sehr schwierig. Denn das Verkaufsgeschäft zu schliessen ist nicht das Gleiche, wie das Geschäft anderweitig weiterzuführen! Jedes Geschäft hat eine individuelle Situation und muss sich fragen: Was macht für uns Sinn – und was nicht?

Ich habe mein Team umfassend informiert und ihm meinen Willen zur Wiederaufnahme des Betriebes versichert. Seither studiere ich sehr intensiv, was auf den Social-Media-Kanälen und um mich herum läuft, und ich habe mich entschieden, jetzt einen Hauslieferdienst aufzugleisen.

Ich persönlich gehe von einer längeren Übergangszeit aus. Jetzt braucht es kreative Antworten auf die Fragen: Wie können wir Kunden auf uns aufmerksam machen und noch verkaufen? Die Initiative unserer Stadt ist für alle nachahmenswert: ig-amriswil-online.ch. Doch bitte immer daran denken: «Hebet eurer Qualität Sorg!»



Peter Hintermann
Blumen Vorderberg, Zürich

Sehr gut! Wir haben eine fantastische Woche hinter uns: Das ganze Team arbeitete auf Hochtouren. Nun hat sich die Situation wieder beruhigt und wir arbeiten abwechselungsweise in 3er-Team im Atelier – mit Abstand.

Wir haben einen Riesenansturm erlebt, die Kundschaft dachte, dass es bald keine Blumen mehr gibt. Doch auch eine herzerwärmende Solidaritätswelle: Eine Kundin bestellte gleich zehn Sträusse, um sich noch bei all denjenigen zu bedanken, die ihr in ihrem Leben Gutes getan haben.

Ein Grund waren Aufträge; die Kundenwünsche sollten noch erfüllt werden. Dann wollte ich das Feld auch nicht kampflös den Grossverteilern überlassen und die Kundschaft an sie verlieren. Und dann die Sorge um mein Team und meine vorgelebte Haltung: Es geht trotzdem weiter!

Die Sicherheit und Gesundheit des Teams war und ist mir das Allerwichtigste! Wir haben Platz und können den Abstand einhalten. Ich schreibe nun Rechnungen und Offerten für geplante Aufträge für Mai und Juni. Und der Chef ist nun morgen an der Reihe und macht zwei Tage frei!

Wir schauen jetzt von Tag zu Tag. Floristen waren schon immer flexibel – jetzt legen wir noch einen Zacken zu! Eine Herausforderung sehe ich in der Balance zwischen digitalem und persönlichem Kundenkontakt. Beide haben ihre Risiken und Chancen. Doch es braucht beides – das sieht man jetzt ganz besonders!

#kopfhoch

Effets floraux du Coronavirus

Le 21 mars, pour stopper la propagation rapide du Coronavirus, le Conseil fédéral a fermé tous les commerces qui ne vendent pas des produits de consommation, des médicaments ou des biens pour les besoins quotidiens jusqu'au 19 avril. De nombreuses questions ouvertes ont suscité de l'insécurité chez les entrepreneurs. Le Conseil fédéral promet des solutions et de l'argent, mais les préoccupations persistent. L'ASF clarifie, informe, intervient et obtient que les grands distributeurs cessent également de vendre des fleurs et des plantes. Urs Meier, le directeur de florist.ch, a des journées harassantes derrière lui. «Dans de telles périodes, il est important de continuer à nous impliquer, à nous serrer les coudes et de devenir créatifs ensemble», dit-il. Le 20 mars, tôt le matin, des fleuristes ont décoré, entre autres, des tables pascales et des fontaines avec des fleurs dans toute la Suisse. Les photos de l'action sur #kopfhoch ont été visionnées presque un demi-million de fois sur Facebook et partagées des milliers de fois.

Et maintenant??

Il s'agit maintenant de remplir des formulaires et de les adresser à votre bailleur pour lui demander une prolongation du délai de paiement du loyer, de configurer le Webshop ou Instagram et d'informer la clientèle de nouveaux services. Et ceux qui utilisent la pause obligatoire pour réfléchir à l'orientation future de leur magasin surmonteront encore plus positivement la crise. 🍀



Blumengalerie Mattmann, Hünenberg ZG



Sektion Zentralschweiz, Buchrain LU



Blumen Vorderberg, Zürich



Julie Savary Créations Florales, Donneloye VD



Kräftig in den Farben und auch im Kleinformat wirkungsvoll: Die Sondermarke zum 100-Jahr-Jubiläum von florist.ch.

Des couleurs intenses et d'un très bel effet dans le plus petit format: le timbre spécial pour le 100e anniversaire de florist.ch.

Eine Briefmarke zum Geburtstag

Bei florist.ch geht die Post ab.

TEXT Erika Jüsi BILDER Die Schweizerische Post, Bunter Hund, Erika Jüsi

Die perfekte Briefmarke für alle Blumenläden ist da: ein leuchtender Blumenstrauß für Einladungen, Offerten oder Dankeskarten. Auch Rechnungen kommen damit sicher besser an. Wer sich welche sichern möchte, bestellt sie besser heute als morgen. Blumige Briefmarken sind nämlich

nicht nur bei Floristen beliebt, das weiss die Post aus Erfahrung. Die einmalige Auflage der 1-Franken-Sondermarke ist ab **7. Mai bis 30.6.2021** (oder so lange Vorrat) in allen Filialen der Post erhältlich. Oder noch besser: sie kann schon heute mit dem **beiliegenden Bestellformular** der Post oder online auf

postshop.ch vorbestellt werden.

Es hat, solange es hat; die Marke wird nicht nachgedruckt und wie viele Exemplare erhältlich sind, gibt die Post jeweils erst zwei Jahre nach Herausgabe bekannt. Aber wie kommt es überhaupt, dass der Schweizer Floristenverband eine eigene Briefmarke bekommt? ☘



Der Sammler

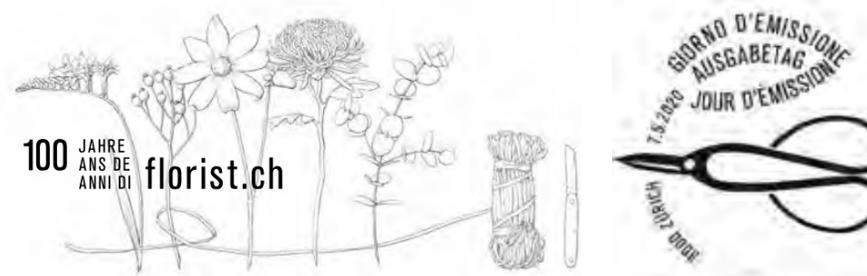
Urs Meier ist Philatelist. Er sammelt Briefmarken seit er sie als 8-Jähriger mit Unterstützung der Grossmutter im Wasserbad von den Couverts ablöste. In seiner Sammlung von mittlerweile rund 50 000 Briefmarken aus der ganzen Welt – darunter ab 1958 sämtliche Schweizer Marken – fehlte ihm aber noch eine: Eine blumige Sondermarke zum 100-jährigen Jubiläum von florist.ch. Also füllte der Geschäftsleiter das fünfseitige Formular aus und schickte den Antrag im November 2018 an die Post. Am 9. Januar 2019 kommt die Zusage. Hurra! Allzu laut durfte er sich allerdings vorerst nicht darüber freuen; bis am 24. Januar 2020 durfte niemand davon erfahren. Das Sujet blieb noch länger geheim, es wurde erst am 27. März 2020 veröffentlicht.



Die leuchtende 1-Franken-Sondermarke ist ab 7. Mai im 10er-Bogen erhältlich.
Le timbre lumineux spécial d'1 franc sera disponible en feuilles de 10 timbres à partir du 7 mai.

Der Auftrag

Die Post lud zwei Illustratoren und eine Fotografin zum Wettbewerb. Der Auftrag: eine druckfertige Marke, bunt und kräftig in den Farben, aber so, dass der Stempel noch gut sichtbar ist, blumig, aber möglichst saisonunabhängig, mit Grün, und das alte Handwerk sollte sie zeigen. Keine Serie, keine Prägung und kein Duft, es sollte eine konventionelle selbstklebende Marke sein. Die interne Briefmarkenkommission der Post entschied sich im August 2019 für den Vorschlag des Zürcher Ateliers Bunterhund Illustration.



Die Vignette, wie die Briefmarke von Bunterhund Illustration designt, wird auf den Ersttagsumschlag gedruckt.
La vignette, également du «Bunterhund Illustration», est imprimée sur l'enveloppe du jour d'émission.

Der Ausgabtagsstempel zeigt eine japanische Blumenschere.
Le tampon-dateur du jour d'émission.

Jetzt Jahresbedarf bestellen

Die Sondermarke kann ab sofort bis 30. Juni 2021 auf postshop.ch bestellt werden (Auslieferung ab 7. Mai). Es hat, solange es hat!

Le timbre spécial peut être commandé dès maintenant et jusqu'au 30.6.21 sur postshop.ch (disponible à partir du 7 mai). Il y en aura tant qu'il y en aura!





Modernes Stillleben im Briefmarkenformat: Der Strauss von Bunterhund Illustration setzt sich bewusst vom klassischen Naturalismus ab.
Natures mortes modernes au format timbre-poste: le bouquet du Bunterhund Illustration se détache volontairement du naturalisme classique.



Dani Pelagatti beim Zeichnen des Strausses.
Dani Pelagatti en train de dessiner le bouquet.



Anita Dettwiler gestaltet die Marke digital farbig.
Anita Dettwiler colore le timbre numériquement.



Beim Ersttagsset darf der Stempel nicht fehlen.
Le tampon ne doit pas manquer dans le set d'émission.

Das Atelier

Das Atelier Bunterhund Illustration ist für seine stimmungsvollen wissenschaftlichen Abbildungen bekannt, darunter auch botanische. Anita Dettwiler und Dani Pelagatti liessen sich nach einem ausführlichen Briefing von der Post und florist.ch von Blumen und Strässen im Internet inspirieren. «Wir haben unsere Ideen mit der Floristin Anita

Leuthold von Wilde Blumen in Winterthur besprochen und begannen mit dem Zeichnen von Blumen, die uns von der Farbe, der Grösse und der Form her gefielen», erzählt Dettwiler. Mit diesen Blumen banden sie solange virtuell einen Strauss, bis er dem Kunsthandwerk entsprach – und auch noch im Kleinformat wirkte. Dann setzten sie ihn zeichnerisch um und erstell-

ten digitale Varianten der Briefmarke in Farbe. Sie entschieden sich, den Strauss unkonventionell in die Ecke zu setzen. Es folgte die Gestaltung des Ausgabestempels, die ebenfalls asymmetrisch ausfiel, und der Vignette für den Ersttagsumschlag, beides wichtige Elemente für passionierte Philatelisten wie Urs Meier. ♣
>bunterhund.ch



Der Botschafter

Botschafter der Sondermarke ist Florist Mario Burkhard von Mario Burkhard Intérieur et Fleurs in Bern und Bolligen. Der zukünftige Sektionspräsident erscheint für die Bekanntmachung der Marke auf dem aktuellen Cover von «Die Lupe», dem Briefmarkenmagazin der Post. Er findet die Marke schön: «Sie ist nicht bünzlig und der Strauss ist sehr passend. Der Boho-Style gefällt mir.»





Un timbre-poste comme cadeau d'anniversaire

La Poste chez florist.ch.

Le timbre-poste parfait pour tous les magasins de fleurs est là! L'unique édition du timbre spécial de 1 franc sera disponible du **7 mai au 30 juin 21** (ou jusqu'à épuisement) dans tous les bureaux de Poste. Il peut également être commandé dès aujourd'hui avec le **bulletin de commande de la poste ci-joint** ou online sur **postshop.ch**. Le timbre ne sera pas réimprimé et les timbres avec des fleurs sont

appréciés, ce que la Poste sait par expérience! Mais comment l'Association Suisse des Fleuristes a-t-elle obtenu son propre timbre-poste? Urs Meier collectionne des timbres depuis l'âge de huit ans. Dans sa collection venant du monde entier il n'en manquait qu'un au philatéliste: un timbre avec des fleurs spécial pour le 100e anniversaire de florist.ch. En novembre 2018, le directeur de l'Association a donc envoyé un mandat à la Poste. La confirmation d'acceptation est arrivée le 9 janvier 2019.

Petit format, grand effet,

Deux illustrateurs et une photographe se sont mis au travail. Leur commande: un timbre prêt à imprimer, bigarré et aux couleurs vives, mais de sorte que le tampon soit

encore bien visible, fleuri, mais si possible indépendant des saisons, avec du vert, et il devait montrer l'ancien artisanat. L'Atelier zurichois «Bunterhund Illustration» a reçu le complément. Anita Dettwiler et Dani Pelagatti se sont inspirés des fleurs et des bouquets sur Internet et ont discuté de leurs idées avec une fleuriste. Ils ont dessiné des fleurs avec lesquelles ils ont lié un bouquet virtuel jusqu'à ce qu'il corresponde à l'œuvre d'art – et qu'il ait également un bel effet dans le plus petit format.

Mario Burkhard de «Mario Burkhard Intérieur et Fleurs» à Berne et Bolligen, a prêté son visage pour faire connaître le magazine philatélique de la Poste, «La Loupe». Le timbre lui plaît. «Il convient très bien. J'aime le style chic et bohème.»

AUS DER SAMMLUNG VON URS MEIER DE LA COLLECTION D'URS MEIER

Die Anderen Les autres

Die florist.ch-Briefmarke ist nicht die erste blumige Schweizer Briefmarke. Kenner Urs Meier hat ein paar besonders schöne Exemplare herausgesucht.

Le timbre de florist.ch n'est pas le premier timbre suisse fleuri. Le connaisseur Urs Meier a sélectionné quelques exemples particulièrement beaux.



Die ersten Blumensujets sind die Schweizer Alpenblumen der Pro-Juventute-Serie von 1943. Ihre eher düsteren Farben sind typisch für die Kriegszeit. Les premiers timbres-poste suisses proviennent de la série de Pro-Juventute de 1943 avec des fleurs des Alpes suisses.



Urs Meiers Liebste: die Gemeinschaftsmarke mit Singapur von 2001. Le favori d'Urs Meier: le timbre spécial crée en 2001 avec Singapour.



Rosen-Serie von Pro Juventute 1972. Série de roses de Pro Juventute 1972.



Stellvertretend für eine ganze Generation Frauen: Ursula Birchler-Richter machte als starke Partnerin an der Seite ihres Mannes gemeinsame Visionen möglich. *Renforcée par la vie: Ursula Birchler-Richter ne s'est laissé abattre à aucun moment. Elle a écrit une partie de l'histoire de l'art floral aux côtés d'Oscar Birchler.*

Die starke Hälfte

In der Geschichte der 100 Jahre Schweizer Floristik hatten vordergründig die Männer das Sagen. Dass ihre Frauen dabei jedoch eine ganz wesentliche Rolle mitgespielt haben, zeigt die Biografie von Ursula Birchler-Richter. Die Floristin und Familienfrau trug still, doch stark dazu bei, dass in den 80er-Jahren ein florierendes Geschäft und das Bildungswesen im Verband entstehen konnten.

TEXT Denise Yannoulis BILDER zVg

Hinter jedem starken Mann steht eine starke Frau. Auf Ursula Birchler-Richter trifft dieses Sprichwort mit Sicherheit zu. Als Enkelin des Fleurop-Gründungsmitglieds Felix Richter und aufgewachsen inmitten einer

angesehenen Floristenfamilie in Leipzig in den Nachkriegsjahren, wurde sie für die Nachfolge vorgesehen und ausgebildet. Sie hatte viel zu verlieren und grosse Hoffnungen zu zerstören, als sie dem Ruf ihres Herzensmannes folgte, um mit ihm

in der Schweiz ein florierendes Geschäft, eine glückliche Familie und das Fundament für ein Aus- und Weiterbildungskonzept für den Verband aufzubauen. An der Seite von Ehemann Oscar und unter seinem Namen Birchler.

Ich, Ursula Rosmarie Elsa, wurde am 1. April 1931 in Leipzig geboren. Meine Grosseltern väterlicherseits, Felix und Liddy Richter, betrieben zwei Blumengeschäfte; 1902 hatte meine Grossmutter noch vor ihrer Hochzeit das Hauptgeschäft im Schauspielhaus eröffnet. Die Filiale an der Frankfurterstrasse kam später dazu und meine Eltern übernahmen sie im Jahr 1934. Dies zu einer Zeit, wo die Wirtschaft am Boden lag. Beide Eltern hatten den Beruf der Blumenbinderei erlernt.

Ein grosses Ereignis war jeweils für uns Kinder, wenn wir mit Oma und Opa in die Ferien ans Meer fahren durften. 1938 fuhren wir nach St. Peter-Ording: Wir bauten mit Opa eine Burg. Diese wurde dann mit gesammelten Muscheln mit dem Schriftzug «FLEUROP» versehen. Fleurop war Opas ganzer Stolz, gehörte er doch zu den Gründungsmitgliedern von 1908.

Blumen in der Kriegszeit

Am 1. September 1939 erklärte Hitler Polen den Krieg. Vati wurde erst ein paar Monate später zum Militär eingezogen. Ab diesem Zeitpunkt hatten wir auch unser



Ursula Richter war seit Kindesbeinen mit dem Fleurop-Spirit vertraut und engagierte sich wie hier als Hostess für das Projekt.

Ursula Richter était familiarisée avec l'esprit Fleurop depuis l'enfance et s'est engagée plus tard comme hôtesse dans le projet commun.



Die Floristen-Familiendynastie Richter in Leipzig mit Grossvater Felix Richter in der Mitte der Gruppe mit einer Blume im Knopfloch. Er war einer der Gründerväter des Fleurop-Projektes in Deutschland.

La dynastie familiale de fleuristes Richter, à Leipzig, avec le grand-père, Felix Richter, au milieu du groupe, orné d'une fleur à la boutonnière. Il était l'un des fondateurs du projet Fleurop en Allemagne.

Geschäft geschlossen. Blumen gab es keine mehr. Ab Frühling 1941 ging ich in die Mittelschule. Insgesamt war ich in 12

Schulhäusern – sie wurden immer wieder zerbombt. Im Winter des letzten Kriegsjahres hatten wir nur noch Unterricht im Wohnzimmer von Professor Friedrich. Jede Schülerin musste dafür ein Brikett mitbringen und Hauschuhe anziehen. Dann kam das Kriegsende am 8. Mai 1945. Eine Woche später zogen die Amerikaner mit ihren Armeefahrzeugen vorn hinaus – und hinten kamen die Russen mit Planwagen und Pferden rein. Am 7. Oktober 1949 wurde die DDR als Staat ausgerufen.

Seit September 1945 war das Blumengeschäft wieder geöffnet, doch die Ware musste man von überall herholen. Ohne Auto, doch mit Fahrrad und Anhänger. Nach der Schule erlernte ich den Beruf der Blumenbinderin im Geschäft meiner Eltern. Mutti hatte immer noch Beziehungen zu ihrem

Heimatort Tamm und zur Gärtnerei Trautmann. Diese produzierten Edelnelken. Manchmal bekamen wir für unser Geschäft einen Karton Frischblumen zugeschickt, den wir dann in den kühlen Keller stellten. Eines Morgens erwartete uns dann aber eine böse Überraschung: Die Ratten hatten sämtlichen Nelken den Kopf abgebissen.

Hinaus in die Welt

Vati gehörte ebenfalls zum Vorstand von Fleurop mit Hauptsitz in Berlin-Lichterfelde. Im Sommer 1950 fand die jährliche Generalversammlung in Hannover statt und Vati bekam die Ausreisegenehmigung aus der DDR. Dort knüpfte er Verbindungen zu Frau Erika Seyderhelm aus Hamburg und organisierte mir dort eine Lehrstelle. Am 1. November 1950 war es soweit: Mit Mutti fuhr ich im Zug in die Nähe der Grenze, wo sie mir noch drei Zehnmarkscheine (West) in die Haare wickelte. Dann trafen wir den Mann, der mich schwarz über die grüne Grenze brachte. In Hamburg angekommen schlief ich in einem Zimmer mit fünf anderen Mädchen. Der Pensionspreis betrug im Monat 75 DM mit Vollverpflegung, als Lohn bekam ich bei Seyderhelm 100 DM im Monat. Am 12. Mai 1952 starb mein Vater und mein Aufenthalt in der BRD war zu Ende. An der Beerdigung zählten wir 50 Kränze in allen Grössen. Ich blieb sechs Wochen in Leipzig und wollte wieder fort. Die Familie war mir zu eng geworden.

Heute kommt der Schweizer!

Ab Dezember 1953 war ich bei der Firma Max Korselt in Frankfurt angestellt. Es war ein grosser Betrieb mit 35 BlumenbinderInnen, Gärtnern und einem Chauffeur. Der Lohn für uns ausgelernenen Binderinnen betrug 35 bis 45 DM. Meine Wochenenden verbrachte ich oft in Friedberg unweit von Frankfurt bei meiner Tante Martha und ihrer Familie, die auch alles Blumenbinder waren. Friedberg ist ja auch bekannt geworden durch Elvis Presley, der dort in der Kaserne stationiert war. Aber für ihn habe ich mich nicht interessiert.

Am 2. Mai 1954 hiess es im Geschäft: Heute kommt der Schweizer! Und er kam: Wir Mädchen standen oben auf der Galerie und sahen Oscar Birchler das Geschäft betreten. Mit Hut. Er und ich freundeten uns über die Monate an und gestalteten unsere Freizeit gemeinsam. Wir hatten Heiratspläne – aber die liessen sich nicht so einfach umsetzen. Ich sollte ja das Geschäft der Grosseletern in Leipzig/DDR übernehmen. Doch wir schafften es und heirateten am 19. August 1955 in der Schweiz. Ich fuhr ein paar Tage später mit einer Aufenthaltsgenehmigung zurück nach Leipzig; Oscar hatte keine bekommen und blieb in Frankfurt bei Korselts. Ich war nun angestellt bei Oma Liddy und Opa Felix. Oscar und ich schrieben uns viele Briefe und Mitte Dezember teilte er mir mit, dass er nicht mehr nach Leipzig komme. Er sah in der DDR keinen Sinn für unsere Zukunft und ich sollte zu ihm in die Schweiz kommen. Ich besuchte seit September die Meisterschule und erwartete die Geburt unseres ersten Kindes.

Schweiz

Am 11. Januar kam unser Sohn Jürgen zur Welt und Oscar bekam zeitgleich eine Daueraufenthaltsbewilligung für die DDR. Doch der Entscheid stand fest: Unsere Zukunft war die Schweiz. An Pfingsten 1956 dampfte ich per Bahn ab, mit Jürgen in einem gut gepolsterten Wäschekorb am Arm. Am Tag danach hatte mein Opa einen totalen körperlichen Zusammenbruch. Meine Grosseletern waren 70 Jahre alt und konnten das Geschäft nicht mehr weiterführen. Mein Bruder Manfred übernahm die Geschäfte und er war gut organisiert: Er verhandelte mit den Gärtnern (was nicht die Zustimmung des Sozialismus fand) und legte sich

auch noch einen Verkaufswagen zu. Verkaufen war kein Kunststück, doch die Beschaffung erforderte viel Geschick! Einmal sagte er zu mir: «Weisst du, wie ein Auto in die Knie geht, wenn du 10000 Gladiolen geladen hast?». Anfang der 1970er-Jahre sagte dann aber der Staat: «Herr Richter, sie können als Privater nicht drei Geschäfte betreiben!». Also gab er ein Geschäft auf.

Ich fuhr mit Jürgen in der Eisenbahn offiziell über die Grenze nach Bamberg, wo uns Oscar mit dem kleinen Fiat Topolino abholte. Wir wohnten bei meinen



Grosser Luxus: Oscar Birchler brachte seine Frau und Sohn Jürgen mit einem Topolino nach Hause.

Grand luxe: Oscar Birchler a conduit sa femme et son fils Jürgen à la maison avec une Topolino.

Schwiegereltern in Pfäffikon und Oscar hatte eine Stelle bei Blumen Kenner in Zürich. Dann dauerte es nicht lange und unser zweiter Bub Beat meldete sich an. 1958 legte Oscar seine Meisterprüfung ab. Wir hatten immer den Plan vom eigenen Geschäft im Kopf. Sein Jugendfreund Victor Feusi hatte ein Blumengeschäft in Genf namens «Fleuriofleure» und seine Frau ein zweites «Rivieraflor». Oscar arbeitete ein Jahr für ihn als Florist – das war die neue Berufsbezeichnung für Blumenbinder. Nach kurzer Zeit wechselte er jedoch als Geschäftsführer zu Frau Schellenberg am Schauspielhaus Pfauen in Zürich. Wir wohnten wieder bei meinen Schwiegereltern in Pfäffikon und im Frühling 1960 kam unsere Tochter Isabel auf die Welt. Ende Jahr fuhr ich zur Beerdigung meiner Mutter nach Leipzig, und Oscar heuerte gleichzeitig als Florist auf dem Kreuzfahrtschiff «Kungsholm» für vier Monate an.

Im Februar 1963 begann Oscar eine neue Herausforderung bei der Firma Pinflor in Thalwil, deren Juniorpartner Ueli Syfrig er noch von seiner Meisterklasse her kannte. Oscar war nun Vertreter für



Drei Generationen Birchler: Oscars Eltern, Ehefrau Ursula und ihre drei Kinder

Les générations: Les parents d'Oscar, l'épouse et ses trois enfants

Artikel, die im Blumengeschäft und in Gärtnereien benötigt wurden. Doch er verkaufte nicht nur diese Artikel, sondern er gab auch Kurse für Gärtner und deren Angetraute (die ja schliesslich mit im Geschäft standen) in der Brautbinderei und der Anfertigung von Kränzen. Im Mai 1965 fanden wir ein Ladenlokal in Zug und der Name stand auch schon fest: «Bellefleur». Doch wie konnten wir uns bei den Zugern einführen? Von Frau Wyss-Froidevaux (ihr Mann war Direktor der



Ein glücklicher Meilenstein für Birchlers: Jürgen übernimmt das Geschäft von Ursula und Oscar.

La reprise du local du magasin à Zoug était le couronnement de leur commerce, «Bellefleur».

Firma Landis & Gyr) bekamen wir circa 100 Adressen von namhaften Zuger Geschäftsleuten. Diese schrieben wir an und überreichten ihnen gleichzeitig ein kleines Arrangement aus Strohblumen

oder ein Kerzengesteck. Die *Helechrysum* wuchsen im Garten in Pfäffikon, Moos und Buchennüssli haben wir im Wald gesammelt. Das war eine gute Reklame und am 14. Dezember eröffneten wir mit einem grossen Apéro offiziell das Geschäft. Am ersten Tag hatten wir einen Umsatz von über 300 Franken.

Der Name «Bellefleur» sollte den Zugern geläufig werden – dank Oscars Ideen! Er schrieb in der Zuger Zeitung einen Kurs aus, der den Teilnehmern zeigte, wie man sein Heim für private Einladungen verschönern kann. Der Ansturm war enorm: 120 TeilnehmerInnen meldeten sich an. Der Preis betrug fünf Franken und ich verkaufte im Anschluss noch Zubehör wie Oasis oder Bumaxit, Drahtwickel, Adventsringe und Kerzen. Daraufhin meldeten sich Vereine für diese Veranstaltungen an. Uns war es recht so. Im September 1970 eröffneten wir unser zweites Geschäft in



Visionär: Oscar Birchler gab früh Floristikkurse und sah das Potenzial für Aus- und Weiterbildungskurse.

Visionnaire: Oscar Birchler a rapidement donné des cours d'art floral et a vu leur potentiel.

der Neustadt-Passage. Und 1981 bekamen wir durch eine Kundin die Möglichkeit, umzuziehen und die Tür zu unserer neuen, geschichtsträchtigen Ladenadresse am Kolinplatz zu öffnen. Im darauffolgenden Winter wurde der Europacup der Floristen in Bergen/Norwegen ausgetragen. Unser Sohn Jürgen war einer der Teilnehmer und gewann den Cup. Es waren hektische Jahre, die wir da am Kolinplatz erlebten. Doch wir hatten auch immer sehr gute Mitarbeitende. Und jedes Jahr bildeten wir auch einen bis zwei Lernende aus. Bis zu 12 Personen beschäftigten wir in der Hochsaison.

Unsere Geschäftsverbindung mit Liefere-

ranten weiteten sich nach San Remo aus. Die Firma Rosenflor belieferte uns wöchentlich von Oktober bis Mai mit italienischen Blumenspezialitäten. Besonders gefragt waren die Coburg-Rosen (sie dufteten und wuchsen unter freiem Himmel) sowie die *Calendula* und Margeriten für kleine, runde Sträusse. Dann der Ginsster, *Mimosa*, Ranunkeln, Anemonen und diverses Grün. Die Sendung kam am Sonntag an, und wenn wir am Abend von meinen Schwiegereltern heimkamen, wurden die Kartons am Bahnhof abgeholt und die Blumen ins Wasser gestellt. So konnten wir am Montagmorgen mit frischer Ware beginnen.

Am 31. Dezember 1987 übergaben wir Barbara und Jürgen das Geschäftsruder. Oscar feierte seinen 60. Geburtstag und wir einen neuen Lebensabschnitt. Wir unternahmen viele Reisen und ordneten unser Leben neu. Es ging jedoch nicht lange und da kam vom Floristenverband eine Anfrage: Ein Vorstandsmitglied war kurzfristig ausgeschieden und Oscar nahm die Berufung mit Begeisterung an. Er kannte die Probleme der Mitglieder und konnte kompetente Antworten und Anregungen geben.

Oscar fuhr nun öfters nach Genf zu den anstehenden Sitzungen. Die Berufsfachschule Lullier wurde gegründet, hauptsächlich für Absolventen der Primoflor. Der Fleuropverband führte auch zwei- bis dreimal im Jahr Testaufträge für angeschlossene Mitglieder durch. Die erteilten Aufträge lieferte das Blumengeschäft an eine Adresse (in der Hauptsache waren es Apotheken, die leicht zu finden waren). Dort wurden die Sträusse von vorher orientierten Fahrern am anderen Tag abgeholt. Die Empfänger der Sträusse bekamen für ihre Mitarbeit einen Fleuropgutschein. Immer zwei Personen bearbeiteten ein Gebiet. Jeder Fahrer musste ca. 20 bis 25 Adressen anfahren, den Strauss in Empfang nehmen und zum Abschluss in die Fleuropzentrale nach Oberengstringen bringen. Am anderen Tag kamen die Tester, begutachteten jeden einzelnen Strauss nach gewissen Richtlinien und erteilten Noten mit Zertifikat.

In all diesen Jahren haben wir mit vielen Reisen die ganze Welt erkundet. Wir sind Zeit unseres Lebens unterwegs gewesen: Auf den Strassen, Gleisen, auf dem Wasser und in den Lüften. Doch wir fühlten immer die Erde unter unseren Füssen. ♣



URSULA BIRCHLER-RICHTER

Nach einem erfüllten Leben und letzten Jahren voller grosser Reisen hat sich Ursula Birchler-Richters Lebenskreis im vergangenen September geschlossen. Ihrer Familie hat sie eine Niederschrift mit den wichtigsten Stationen aus ihrem Leben hinterlassen, aus der wir einige Passagen zum Leben und Schaffen in den letzten beinahe 100 Jahren veröffentlichen dürfen. Wir danken der ganzen Familie Birchler für dieses spannende Zeitdokument und für ihre Fotos aus dem Familienarchiv.

URSULA BIRCHLER-RICHTER

Dans l'histoire des 100 dernières années de l'art floral suisse, c'étaient surtout les hommes qui avaient leur mot à dire. La biographie d'Ursula Birchler-Richter montre que les épouses ont cependant joué un rôle important. La fleuriste et la femme de la famille ont toutefois beaucoup, et calmement, contribué à ce que l'ASF dispose, dans les années 80, d'un magasin florissant et d'un système de formation. Après une vie bien remplie et de nombreux grands voyages ces dernières années, le cycle de vie d'Ursula Birchler-Richter s'est fermé en septembre dernier. Elle a laissé à sa famille un résumé des plus importantes étapes de sa vie, dont nous avons pu publier quelques passages décrivant les 100 dernières années. Nous remercions la famille Birchler pour ce document historique passionnant et les photos de leurs archives familiales. ♣



Nach der behördlich angeordneten Schliessung aller Ladengeschäfte kam nach zwei Monaten die Wiederöffnung unter besonderen Schutzvorkehrungen.
Deux mois après la fermeture ordonnée par les autorités, les magasins ont rouvert leurs portes en prenant des précautions particulières.

Der Krisenmanager

Der Verband wurde in einer Branchenkrise gegründet und musste in seinem Jubiläumsjahr wieder um das Überleben seiner Mitglieder kämpfen. Ein umsichtiges Krisenmanagement führt den Verband 2020 durch den Irrgarten von Covid-19. Geburtstagstorten gibt es hoffentlich im nächsten Jahr.

TEXT **Dense Yannoulis** BILDER **Rico Dettling, zVg**

Zunächst dachten alle, dass China wieder einmal ein Problem hat. Ein Markt mit Wildtierhandel schien ein Virus freigesetzt zu haben. Doch innert weniger Wochen erfasste eine Pandemie die ganze Welt und im Februar 2020 auch die Schweiz. Angesichts der Gefahr des sich rasant verbreitenden Coronavirus rief der Bundesrat den Notstand aus und veranlasste die Schliessung aller Ladengeschäfte. Es folgte die grosse allgemeine Verunsicherung: War Selbstbedienung weiterhin erlaubt? Wo konnte man für sein Geschäft Kurzarbeit anmelden? Was für Verkaufsalternativen gibt es auf die Schnelle und wie kann man nach der Wiedereröffnung die Angestellten, die Kundschaft und sich selbst schützen? Verbands-spitze und die hart geforderten Sektionsleitungen, insbesondere im Tessin und in der Romandie, meisterten eine Herkulesaufgabe. Eine erster Rückblick der Ereignisse im Jubiläumsjahr. ●

Au début, tout le monde pensait qu'il s'agissait d'un problème en Chine. Apparemment, un virus avait émergé d'un marché d'animaux sauvages. Mais en quelques semaines seulement, une pandémie s'est étendue à l'ensemble du monde et a atteint la Suisse en février 2020. Face au danger d'une propagation rapide du coronavirus, le Conseil fédéral a déclaré l'état d'urgence et ordonné la fermeture de tous les magasins. Il s'en est suivi une période d'incertitudes: le libre-service restait-il autorisé? Où pouvait-on déposer une demande de chômage partiel? Comment trouver rapidement des canaux de vente alternatifs et comment protéger le personnel et la clientèle après la réouverture? Les dirigeants de l'association et des sections durement frappées, notamment au Tessin et en Romandie, se sont vus confrontés à une tâche herculéenne. Une première rétrospective des événements qui marqueront l'année de notre centenaire. ●

Chronologie der Ereignisse

01.12.2019: Erste Meldungen über eine mysteriöse Lungenkrankheit, die in der zentralchinesischen Metropole Wuhan ausgebrochen ist, werden publiziert.

23.01.2020: Die chinesischen Behörden riegeln die Elf-Millionen-Metropole Wuhan ab. Das Bundesamt für Gesundheit (BAG) der Schweiz äusserst sich «eher beunruhigt» über die Dynamik und Entwicklung des Coronavirus.

25.01.2020: Die neue Lungenkrankheit erreicht Europa. In Frankreich werden drei Fälle nachgewiesen.

25.02.2020: Im Kanton Tessin wird erstmals ein Fall in der Schweiz bestätigt. Der 70-jährige Erkrankte soll sich in Mailand an einer Versammlung angesteckt haben. Es ist der Beginn einer Flut von behördlichen Weisungen und Massnahmen. Ab jetzt steigen die Zahlen der Infizierten und Toten unablässig.

27.02.2020: «Social Distancing» wird zum Begriff. Das BAG lanciert die Kampagne «So schützen wir uns»: Fleissiges Händewaschen, Abstand halten. Später folgt die dominante Weisung auf Zürcher Plakaten: «Bleiben Sie zuhause. Bitte. Alle.»

28.02.2020: Der Bundesrat erhöht die Alarmstufe offiziell auf «besondere Lage». Grundlage ist das Epidemiegesetz, das dem Bundesrat das Regieren per Notrecht ermöglicht. Der Bund gleist ein Programm für Kurzarbeitszeitentschädigungen für Betriebe in Not auf.

16.03.2020: Der Bundesrat erklärt «die ausserordentliche Lage» für die ganze Schweiz. Restaurants, Geschäfte, Märkte und Freizeiteinrichtungen werden geschlossen. Nur Lebensmittelläden und Gesundheitseinrichtungen dürfen öffnen. Die Grenzen zu allen Nachbarländern werden kontrolliert; der gesamte, internationale Flugverkehr wird weitgehend eingestellt.

Der Assistenzdienst der Armee wird auf 8 000 Armeeangehörige erhöht.

08.04.2020: Der Bundesrat verlängert den Lockdown bis zum 26. April und mahnt, an Ostern zuhause zu bleiben. Besonders der Kanton Tessin bittet um Rücksichtnahme.

27.04.2020: Coiffeure, Baumärkte, Gartencenter und Floristen dürfen als Erste wieder öffnen und die Einschränkungen für Spitäler werden aufgehoben.

29.04.2020: Ab 11. Mai 2020 dürfen alle Läden, obligatorischen Schulen und auch Museen, Bibliotheken, Restaurants und Fitnesscenter unter Schutzauflagen schrittweise wieder öffnen. Grossveranstaltungen wie Festivals und Sportevents mit mehr als 1000 Personen will der Bundesrat nicht vor September erlauben. Am 15. Juni 2020 sollen die Grenzen zu den Nachbarländern wieder öffnen.

Krieg und Frieden

Die letzten 100 Jahre bescherten Schweizer Floristen immer wieder ein wirtschaftliches Auf und Ab.



1914–18 Erster Weltkrieg

Die Schweiz wurde, obwohl vollständig von kriegsführenden Nachbarstaaten umgeben, nicht durch eine Invasion in Mitleidenschaft gezogen. Dennoch stellten die Kriegsjahre Volk und Armee vor schwere, innere Probleme.

1920 Einführung Zoll auf Blumen, Blätter und Zweige

Der Handelsgärtnerverband erliess eine neue Steuer, die den Schweizer Floristen schwer zu schaffen machte. In der Folge solidarisierten sich 100 Schweizer Blumenbinder und gründeten den Verband Schweizerischer Blumengeschäftsinhaber, den späteren Schweizerischen Floristenverband.

1939–45 Zweiter Weltkrieg

Die Schweiz wurde nicht durch eine Invasion in Mitleidenschaft gezogen, doch Wirtschaft, Gesellschaft und Zeitgeschehen waren stark vom Krieg betroffen. Nach der Mobilmachung am 2. September 1939 rückten etwa 450 000 Soldaten in den Aktivdienst ein.



1999 Bilaterale Verträge mit der EU

Diese neuen, noch heute gültigen Verträge zwischen der Schweiz und der Europäischen Union regeln die Beziehungen auf politischer, wirtschaftlicher und auch kultureller Ebene.

2020 Corona-Notstand

Am 28. Februar 2020 stufte der Schweizer Bundesrat die Situation in der Schweiz als «besondere Lage» gemäss Epidemiegesetz ein. Am 16. März 2020 folgte «die ausserordentliche Lage». Die Schweizer Wirtschaft wurde von der vom Bund angeordneten Schliessung aller Läden hart getroffen; die wirtschaftlichen Folgen sind nicht absehbar. Der Staat verschuldet sich in einer kaum vorstellbaren Grössenordnung.

Bilder aus dem Familienarchiv Iseli in Amriswil: Grossvater Ernst im 1. Weltkrieg und fünfte Banknotenserie mit Ausgabedatum 29.03.1956.

Urs Meier, Geschäftsleiter florist.ch

«Es gab nie ein klares Ja oder Nein zur Selbstbedienung!»



Welcher Moment war für Sie der Startschuss zum Handeln?

Wir haben bereits vor dem Lockdown die Antennen ausgefahren und beobachtet,

was an Massnahmen auf uns zukommen könnte. Mit der verordneten Ladenschliessung vom 16. März war dann definitiv klar, dass wir den Hauptfokus unserer Verbandsarbeit auf die Analyse der bundesrätlichen Anordnungen und die Begleitung der Mitglieder ausrichten.

Was bedeutet das im Klartext?

Wir analysierten, was genau der Bundesrat beschlossen hatte. Die zentrale Frage war dabei: Was gilt denn nun eigentlich? Dies war aufgrund unklarer und unvollständiger Erläuterungen teilweise gar nie möglich. So gab es zum Beispiel nie ein klares Ja oder Nein zur Selbstbedienung, was dazu führte, dass einzelne Kantone und ihre Polizei in Eigenregie vorpresch-

ten und unsere Leute komplett verunsicherten. Ab einem gewissen Zeitpunkt haben wir dann aus Vorsicht die allgemeingültige Devise «Keine Selbstbedienung» deklariert.

Waren die zuständigen Behörden in der Zusammenarbeit mit dem Verband konstruktiv?

Wenn einmal die richtige Ansprechperson gefunden war, würde ich sagen: Ja! Als wir den Corona-Delegierten, Daniel Koch, direkt anschrieben, bekamen wir zeitnahe und brauchbare Antworten aus seinem Juristenumfeld. Sehr mühselig wurde die Schlussphase rund um die Schutzkonzepte. Per Zufall haben wir von JardinSuisse erfahren, dass zwei Bundesämter mit dem Gewerbeverband solche Vorgaben für die Grüne Branche entwickelt hatten, ohne die Branchenverbände beizuziehen. Diese Vorgaben kamen nie direkt zu uns!

Wie haben Sie die Mitglieder zeitnah erreicht und informiert?

Nachdem wir uns selbst ein Bild der Lage

gemacht hatten, haben wir jeweils so rasch wie möglich die Mitglieder orientiert. Die aktuellsten Infos wurden laufend zweisprachig auf die Website gestellt und wir haben die Aktiv-Mitglieder achtmal mit Newsletter oder E-Mails informiert.

Wagen Sie eine Prognose, wie es weitergeht?

Ich denke, für die Floristikfachgeschäfte wird sich lange nichts ändern: So lange es keinen Impfstoff gibt, bleiben die Schutzkonzepte gültig. Dies finde ich auch richtig und wichtig, denn die Hygiene- und Abstandsmassnahmen sind das A und O um eine zweite Welle zu verhindern! Die Idioten, die sich nun in den Ausgangsmeilen oder an illegalen Fussballspielen um den Hals fallen, wird man notfalls mit Schliessungen der Bezirke zur Vernunft bringen müssen. Ein erneuter Lockdown würde staatspolitisch und wirtschaftlich zur Katastrophe!

Giacinto In-Albon, Marketingleiter florist.ch

«Kunden kann man auch mit geschlossenem Laden bedienen!»



Mit welchem Moment verbinden Sie den Krisenstart?

Als ich in einer Reportage der Nachrichtensendung «10 vor 10» die Ladenschliessung

von Mario Burkhard in Bern verfolgt habe. Da wurde mir bewusst: Nun werden die Schotten dicht gemacht!

Was waren Ihre ersten Sofortmassnahmen?

Zunächst war allen Beteiligten alles unklar und die Situation chaotisch. Unsere Mitglieder wussten nicht, was Sache war, und alle wollten alles gleich und sofort geregelt haben. Wir haben in der ersten Phase Informationen gesammelt, gebündelt und ausgewertet. Fragen rund um die Uhr telefonisch und schriftlich beantwortet – im Auge des Sturmes auch solidarisch für die ganze Branche.

In einer zweiten Phase ging es um das Schutzmaterial. Woher haben Sie das so rasch bekommen?

Die Schutzscheiben waren bei den Grundversorgern bereits im Einsatz und ihr Bedarf damit früh absehbar. Dank einem guten Kontakt konnten wir innert Wochenfrist 220 Scheiben und Kisten mit Desinfektionsmittel ausliefern. Schlaue Anbieter wollten uns die Streifen für die Abstandsbeschriftungen verkaufen, doch wir konnten diese beim Bund umsonst beziehen.

Sie sind auch Familienmann. Wie brachten Sie alles unter einen Hut?

Homeoffice mit einem Lehrauftrag, dafür ohne Betreuungsangebot erfordert ein anderes Arbeitszeitmodell. Das findet halt auch mal nachts oder am Wochenende statt. Es war mir jedoch immer ein Anliegen, die Informationen rasch zu verarbeiten und weiterzugeben. Die Verschmelzung von Privat- und Geschäftsleben hat ihren Preis und viel Kraft gekostet.

Was ist eine wertvolle Erkenntnis aus dieser Zeit?

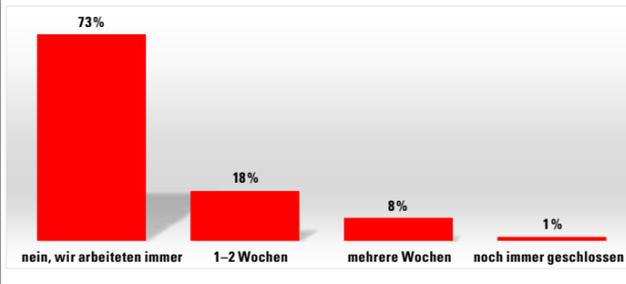
Kunden kann man auch mit einem geschlossenen Ladengeschäft bedienen. Ganz neue Kundenzielgruppen haben den Kanal «Lieferservice nach Hause» entdeckt und sie wollen gerne weiterhin bestellen. Auch den Sack Erde, den sie heuer vom Floristen bekommen haben. Jetzt unbedingt die gesammelten Adressen aufbereiten und die neue Kundschaft weiter bedienen – auch wenn es ein neuer Kraftakt ist. Denn Corona hat die Digitalisierung noch weiter befeuert!

Corona-Umfrage/ Enquête sur corona

Zwei Monate nach der angeordneten Ladenschliessung zog der Verband mittels der Resultate von 76 Betrieben in der Deutschschweiz eine erste Zwischenbilanz (Umfrage 14. bis 25. Mai 2020). Diese fiel den schlimmen Umständen zum Trotz überraschend positiv aus. Spannendster Aspekt: Drei Viertel der Unternehmen haben auch bei geschlossenem Ladenlokal dank Selbstabholung, verrechneten Auslieferungen und teilweise Selbstbedienung durchgehend gearbeitet! Mit knapp zwei Dritteln der «Normalbesetzung» konnten während des Lockdowns immerhin knapp 80% des Vorjahresumsatzes erreicht werden – ein unerwartet gutes Ergebnis! Nach der Wiederöffnung der Ladengeschäfte macht ein gut 20% höherer Umsatz als im Vorjahr Freude. Und trotz des Wegfalls aller gewinnträchtigen Aufträge für Events und Trauerdekorationen wurden immerhin noch 60% des Vorjahresgewinns erreicht. Geradezu fantastisch lief der Muttertag heuer am 10. Mai 2020. Sicher begünstigt durch den Umstand, dass viele andere Geschäfte erst eine Woche später wieder öffnen durften. Doch das Blumengeschäft blühte diesen Frühling in seltener Umsatzpracht auf!

Deux mois après la fermeture ordonnée, l'association a tiré un premier bilan intermédiaire sur la base des résultats de 76 entreprises en Suisse alémanique. Tenant compte des circonstances déplorables, ce premier bilan est étonnamment positif. L'aspect le plus intéressant: trois quarts des entreprises n'ont jamais interrompu leur activité. Le magasin étant fermé, ils se sont rabattus sur les possibilités de retrait et de livraison et, en partie, sur le libre-service. Avec à peine deux tiers de «l'effectif habituel», près de 80% du chiffre d'affaires de l'année précédente ont pu être réalisés durant le lockdown – un résultat meilleur que prévu! Et depuis la réouverture. En dépit de la perte de commandes lucratives dans le domaine des événements et des compositions de deuil, ils ont tout de même atteint 60% du bénéfice de l'année précédente. Et cette année, la Fête des Mères, le 10 mai 2020, a carrément cartonné. Le fait que beaucoup d'autres magasins ont seulement pu ouvrir une semaine plus tard nous a certainement aidés. Côté chiffres, l'éclosion printanière du commerce des fleurs était en tout cas d'une rare beauté!

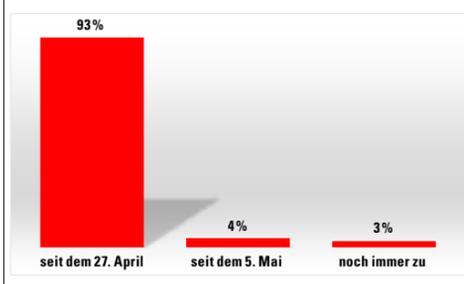
War der Betrieb geschlossen?



Während der Krise haben knapp 73% in ihrem Betrieb durchgehend gearbeitet (im Minimum in einer Filiale).

Durant la crise, près de 73% ont poursuivi leur activité sans interruption (au moins dans une succursale).

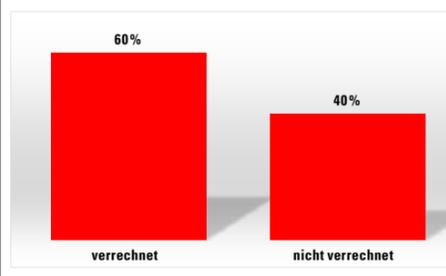
Wiedereröffnung des Ladens



Für den 27. April gab das BAG grünes Licht für die Wiederöffnung von Blumen- geschäften – und 93% öffneten ihre Ladentüren sofort wieder!

L'OFSP a autorisé la réouverture des magasins de fleurs dès le 27 avril – et 93% ont immédiatement ouvert leurs portes!

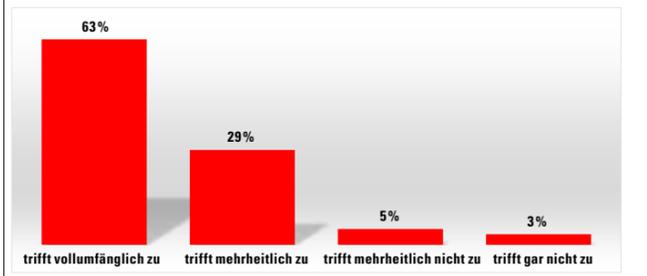
Verrechnung der Zusatzleistungen während der Ladenschliessung



Wirtschaftlich heikel: Zusatzleistungen wie Lieferspesen wurden nicht von allen Geschäften verrechnet. Das führte zu Verlusten.

Un point délicat au niveau économique: les prestations supplémentaires tels que les frais de livraison ne sont pas toujours indiqués et facturés séparément.

War die Unterstützung durch den Verband gut?



Die Arbeit des Verbandes betreffend Informationen und Schutzprodukten/-konzepten wurde von einer grossen Mehrheit positiv gewürdigt.

Une grande majorité a jugé positif le travail accompli par l'association en ce qui concerne les informations et les produits/plans de protection.



Ostschweizer ÜK-Klasse I mit Schwerpunkt Verkauf: Seit 2008 gehören zehn überbetriebliche Kurstage (ÜK) zum Ausbildungsprogramm.

«Wer sät, wird ernten!»

Den Verbandsvätern war eine gute Grundausbildung der Blumenbinderinnen zur Anerkennung ihres Berufsstandes wichtig. Im Laufe der 100 Jahre entwickelte sich daraus ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsangebot für Lernende, Studierende, Sachkundige, Ausbilder und Erfolgshungrige.

TEXT Denise Yannoulis BILDER zVg

Kurt Iseli, der Vater des ehemaligen Ostschweizer Sektionspräsidenten Kurt Iseli, dürfte sich verduzt die Augen gerieben haben, als er 1941 vor einem Blumengeschäft in Thun stand. Denn der junge Mann aus Amriswil/TG war für eine Lehrstelle als Konditor gekommen. Doch sein Vater Ernst hatte ihn ungefragt zur Ausbildung als Blumenbinder in der Fremde angemeldet. Selbstverständlich absolvierte Kurt die Lehre dort und bekam zu seinem Lehrbeginn ein Messer, eine Baumschere, eine Drahtschere sowie zwei Schürzen. Eine weisse für den Kundenkontakt und eine farbige für die Arbeit.

Grundsteinlegung

Den Beruf des Blumenbinders zu erlernen, war ein weiser Entscheid. Denn der Verband machte sich bereits seit seinen Anfängen für ein gutes Aus- und Weiterbildungsangebot für die Floristen stark. Den Startschuss gegeben hatte ein flammender Artikel des damaligen Sektionspräsidenten O. Kirchhofer aus St. Gallen im Verbandsorgan Florist.

Auszug aus Florist 18/1922: «Viel Arbeit und viel Zeit wird die Ausführung dieses Programms kosten. Aber ich bin der festen Überzeugung, dass wir nur durch intensive Arbeit an den jungen Leuten einen wirklich tüchtigen Nachwuchs für unseren Beruf heranbilden können, auch da heisst's: Wer sät, wird ernten! Anlässlich der Versammlung der Blumengeschäfts-Inhaber in Bern, ist an die St. Galler Kollegen der ehrenvolle Auftrag ergangen, die Lehrlingsfrage gründlich zu prüfen und deren Angelegenheiten in die Hand zu nehmen. Dasselbe lautet:

A. Praktikum: Gründliches Erlernen der Behandlung aller Schnittblumen, Kranzbinderei für Vasen, Hochzeiten, Theater und Konzerte, Tafel-, Saal- und Kirchendekorationen, künstliche Kränze und Ladenservice.

B. Theorie über: Zweck und Ziel des Blumengeschäftes im Allgemeinen und den Beruf des Blumenbinders im Besonderen. Grundsätze im Blumengeschäft und in der Bindestube, Offerten für Tafel- und Saaldekorationen mit Kalkulationen, Briefwechsel zwischen Lieferanten, Kundschaft und Geschäftsinhaber, Liefermöglichkeiten in den verschiedenen Jah-

reszeiten bei vorteilhaften Preisen.

C. Fachzeichen: Skizzen für Tafel-, Saal-, Kirchen-, Häuser- und Strassendekorationen. Moderne Lack- und Rundschriften für Warenbezeichnungen im Schaufenster.»

Aus- und Weiterbildung

Nur drei Jahre nach der Einführung eines eidgenössischen Gesetzes zur Meisterprüfung zog 1945 die Romandie mit einem Lehrgang für Meisterfloristen in Lausanne nach. Weitere grosse Etappenziele folgten: Die Aus- und Weiterbildung in den Sektionen wurde aktiv angegangen, neue Angebote für Fachkurse wie beispielsweise «Reklame & Propaganda» realisiert und ein einheitliches Lehrbuch geplant. An ihm versuchten sich zahlreiche Grössen wie Max Helbling, doch das Projekt bleibt bis dato unvollendet. 1957 bekamen die Blumenbinder mit der Revision des Lehrlingsgesetzes die modernere Berufsbezeichnung «Florist/Floristin» und die Lernenden ab 1960 vom BIGA anerkannte Fachlehrer.

Der Aufbau der Wirtschaft in den Nachkriegsjahren und die goldenen 70er- und 80er-Jahre befeuerten auch die Entwicklung des Bildungswesens. Mit einem neuen Zentralvorstand brach eine wichtige Ära im Bildungsressort des Verbandes an. «Oscar Birchler, der grosse Kontaktkünstler und erfolgreiche Geschäftsmann», wie sich Alt-Verbandspräsident Ueli Eugster heute erinnert, «wollte mit einer höheren Ausbildung mehr kaufmännisches Knowhow in die Ausbildung integrieren.» In der Tat gab es Handlungsbedarf: Nach einem halben Jahrhundert männlicher Betriebsamkeit fanden sich 1980 achtzig Prozent Frauen unter den Auszubildenden. Sie brauchten im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf eine Zwischenstufe von der Grund- zur Meisterausbildung.

Peter Hess realisierte 1986 als Hauptverantwortlicher in enger Zusammenarbeit mit Monika Wirth und Fachexperte

Peter Fleischli die erste Primoflor (heute Berufsprüfung BP) auf dem Ausstellungsgelände der «Grün 80» in Basel. Peter Fleischli initiierte 1987 den Nachwuchswettbewerb «Jungflor», der ganze 25 Jahre lang durchgeführt wurde, und engagierte sich stark für die Floristenschule in Lullier. Von 1989 bis 1995 wurden unter seiner Leitung die ersten fünf



Ohne Verband keine Ausbildung: Die QV-Prüfungen 2020 der Sektion Ostschweiz widmeten ihre Aufgabenstellung dem grossen Jubiläum.

Berufsbildnertagungen mit insgesamt über 600 Teilnehmenden durchgeführt. Ab 2002 entwickelte Nicole von Boletzky die BP sowie die Höhere Fachprüfung HFP anhand eines neuen Reglements weiter und führte für den Verband die Vorbereitungskurse durch.

Diese Namen haben von 1980 bis 2010 die bedeutenden Meilensteine in der Geschichte der Aus- und Weiterbildung gesetzt. Sie stehen stellvertretend für einen grossen Verbund von Visionären, Bildungsverantwortlichen, Trainern und Ausbilderinnen. Die in diesen vergangenen hundert Jahren unentwegt daran gearbeitet haben, die Arbeit der Blumenbinder zum Berufsbild der Floristen zu formieren und etablieren. Am Tisch im Geschäft, auf der Bank der Berufsschule oder im heutigen, digitalen Studienraum. Das Ergebnis: Ein Zugang zu einer tiefen Aus- und Weiterbildung auf höchstem Niveau – international. Ohne sie alle wäre diese grosse Aufgabe nicht Wirklichkeit geworden. Ihnen allen gebührt darum unser grösster Respekt und Dank. >

Die Schweizer Bildungslandschaft verändert und entwickelt sich laufend weiter. 2013 startete das Weiterbildungszentrum Kanton Luzern in Sursee (WBZ) mit dem ersten Lehrgang für die Berufsprüfung; ein Jahr später zog das Weiterbildungszentrum Rorschach-Rheintal (WZR) mit einem eigenen BP-Lehrgang nach. Der Verband selbst bietet heute keine Lehrgänge mehr für die BP und HFP an, er überwacht und gestaltet jedoch als ober-



«Für die besondere Braut», Meisterprüfungsarbeit im Jahr 2005 von Katja Elsesser, Blattform Aarau.

tes Organ den Inhalt und die Durchführung aller eidgenössischen Prüfungen.

Von der Börse bis nach Bristol

Seit einigen Jahren bietet der Verband ein

Jahresprogramm mit Kursen an. Die Workshops werden von nationalen und internationalen Referenten wie Gregor Lersch, Franz-Josef Wein oder dem verbandseigenen BlumenPuls-Team geleitet. Seit 2017 profitieren eilige Erfolgshungrige vom «Expresso-Learning», der kurzen Lernsequenz frühmorgens mitten in den Blumenbörsen. Unkompliziert, günstig und praxisbezogen vermitteln FachexpertInnen anderthalb Stunden lang Wissenswertes zu Themenbereichen wie Floristik, Betriebswirtschaft und Kommunikation.

Das jüngste Kind im Bildungsangebot ist der Sprach- und Praktikumsaustausch «Movetia». Die Stiftung des Bundes finanziert Auslandsaufenthalte für frisch ausgebildete Floristinnen und Floristen, die in anerkannten Sprachschulen und Partnerverbänden in den entsprechenden Ländern für eine befristete Zeit lernen, arbeiten und leben können. Im ersten Jahr standen Deutschland, Belgien und England zur Auswahl. Der Verband organisiert dieses Projekt seit 2019. Es ist zeitgemäss, entspricht offensichtlich einem grossen Bedürfnis und erweitert den

Fokus für die internationale Floristik. Bei der Gründung des Verbandes vor 100 Jahren stand der Ausbildungsgedanke



«Wunderbar rund», Themenarbeit für die Blumen Medaille 2020 von Rachel Helfenstein, 2. Lehrjahr, Bernet Blumen Nottwil.

an vorderster Stelle. Der Aufbau der Grund- und später der Weiterbildung, von der Berufsprüfung bis hin zu den Meisterkursen und Zusatzangeboten, erforderte in der Verbandsgeschichte immer viel Innovationsgeist, Flexibilität, Energie und finanzielle Mittel. Auch in schlechten Zeiten hielt der Verband stets an seinem Bildungsauftrag fest. Ganz im Sinne von John F. Kennedys Feststellung: «Es gibt nur eins, was auf Dauer teurer ist als Bildung: Keine Bildung.» ♣

Andrea Müller, Mitglied Zentralvorstand florist.ch, Ressort Bildung

«Die Corona-Krise hat sehr klar gemacht, wohin der Weg führt.»



Was hat sich seit Ihrer eigenen Ausbildung verändert?

Ganz sicher die Digitalisierung. Heute hat man auf einen Mausklick 100 Bilder zu einer Pflanze oder Inspiration verfügbar. Wir haben das immer alles unter grossem Zeitaufwand aus Büchern herausgesucht. Diese Entwicklung ist enorm prägend für unsere Zeit, was wir jetzt in der Coronakrise besonders gespürt haben. Sie hat sehr klar gemacht, wohin der Weg führt.

Auf welches Ereignis in Ihrer Amtszeit sind Sie besonders stolz?

Auf die Zusammenarbeit mit dem Team der Chefexperten der Grundbildung! Gemeinsam haben wir die Rahmenbedingungen für die Prüfung so gut aufgegleist, dass der Bund nur noch sein Häkchen darunter setzen konnte.

Die Prüfungsabsolventinnen haben dieses Jahr wegen der Coronakrise andere Rahmenbedingungen. Wird das ein Vor- oder ein Nachteil für diesen Jahrgang?

Unter dem Strich wird es sich die Waage halten. Einerseits hatten sie dank der Berücksichtigung der Vornoten erleichterte Bedingungen bei der Beurteilung der Berufskennntnis. Andererseits konnten sie nur vier praktische Arbeiten abliefern und die Tagesform musste zu hundert Prozent stimmen. Doch QV-Prüfungen sind immer nur eine Momentaufnahme; die Praxis und Weiterbildungen bringen das Potenzial jeder Absolventin erst richtig an den Tag.

Stichwort «lebenslanges Lernen»: Welche Note geben Sie Ihrem aktuellen Weiterbildungsangebot?

Die Entwicklung der Aus- und Weiterbildung

1922 Die Statuten für das neue Lehrlingswesen werden öffentlich publiziert

1930 Einführung eines eidgenössischen Lehrlingsgesetzes für Blumenbinde

1942 Einführung eines eidgenössischen Gesetzes zur Meisterprüfung

1945 Erster Ausbildungsgang Meisterfloristen in Lausanne

1945 Agenda mit Zukunftsaufgaben für Sektionen

1957 Revision Lehrlingsgesetz mit Namensänderung auf «Florist/Floristin»

1960 Erste Fachlehrer-Konferenz unter der Leitung des BIGA in Olten

1961 Internationaler Demonstrationkurs für Blumenbindekunst in Zürich

1986 Erste Primoflor (heute Berufsprüfung) in Basel

1989 Erste Einführungskurse für Lehrlinge gemäss BIGA (heute ÜK)

1993 Eröffnung der Floristenschule Lullier (mit Angebot Berufsmatura)

2009 Revision Grundausbildung/ Namensänderung Lehrabschlussprüfung auf Qualifikationsverfahren

2015 Letzte Revision der Prüfungsordnung Berufsprüfung BP

2016 Letzte Revision der Prüfungsordnung Höhere Fachprüfung HFP

2018 Letzte Revision der Prüfungsordnung Grundausbildung

2019 Start internationales Austausch-Ausbildungsprojekt «Movetia»

2020 Fünf-Jahres-Überprüfung der Grundbildung

Qui sème, récolte!

La formation initiale constitue la base d'une offre professionnelle de cours de formation et de formation continue.

Trois ans seulement après l'adoption d'une loi fédérale sur l'examen de maîtrise, la Suisse romande a mis en place un cycle de formation pour maîtres fleuristes à Lausanne en 1945. D'autres étapes importantes ont suivi: la formation et la formation continue au sein des sections ont été abordées activement, de nouveaux cours spécialisés ont été proposés et un manuel uniforme a été conçu. En 1980, le pourcentage des femmes apprenties avait grimpé à 80% et pour faciliter la conciliation entre famille et travail, un niveau intermédiaire entre formation initiale et formation de maître (EPS) a été créé. Peter Hess a réalisé la première «Primoflor» (aujourd'hui, examen professionnel EP) sur le site de l'exposition «Grün 80» à Bâle. À partir de 2002, Nicole von Boletzky a continué à développer l'examen professionnel pour l'association et donné les cours de préparation pour les examens EP et EPS. Depuis 2013, les Centres de Formation continue à Sursee et Rorschach proposent les cours de formation et l'association, en sa qualité d'organe supérieur, supervise et définit les contenus et la tenue des examens fédéraux. ♣

Persönlich finde ich unser Bildungssystem mit dem Horizont einer BP und HFP genial. Beide geben eine Wissensvertiefung und Sicherheit in der Gestaltung respektive eine Öffnung gerade im Hinblick auf die Kreativität. Wer diese Ausbildungen nachweisen kann, ist top aufgestellt. Und unsere Branche braucht dringend gut ausgebildete Leute. Denn es gibt jetzt sehr viele Betriebe, die eine gute Nachfolge suchen. Bei den betriebswirtschaftlichen Themen haben wir nachweislich ein Defizit, das sich mit diesen Studiengängen erfolgreich kompensieren lässt.

Machen Ihnen Quereinsteiger ohne Grundausbildung Bauchweh?

Wenn bei Terrassenbepflanzungen das Wissen fehlt, ist das schlecht für die Branche. Auch braucht es für eine fundierte Beratung Fachwissen. Doch Quereinsteiger sind auch

eine Chance: Sie zeigen uns, dass kurzlebige Eventfloristik auch mit weniger Technik funktioniert und akzeptiert wird. Sie probieren vieles einfach mal aus, wo wir uns manchmal selbst etwas im Wege stehen.

Welche Ziele haben Sie und der Vorstand mittelfristig vor Augen? Wohin soll sich das Bildungswesen weiterentwickeln?

In der Ausbildung ist mir die Integration der Digitalisierung ein grosses Anliegen. Mit einheitlichen, modernen Lehrmitteln und gerade im Hinblick auf die bevorstehende Überprüfung und Vollrevision des Bildungsauftrages. Ich bin mir bewusst, dass dies mit sehr viel Arbeit für alle Beteiligten verbunden ist. Doch die Digitalisierung ist auch eine ganz grosse Chance für unseren Beruf. Ein weiterer, wichtiger Fokus liegt auf der Erarbeitung einer guten

Lösung für Quereinsteiger. Damit wir sie fachlich dahin bringen, dass sie unserer Branche als dringend benötigte Arbeitskräfte sinnvoll und gewinnbringend zur Verfügung stehen. Die Coronakrise hat diese Problematik mit einem teilweisen Stellenabbau kurzfristig entschärft – doch das wird sich wieder ändern. Es ist darum enorm wichtig, dass wir selbst aktiv in unseren Betrieben ausbilden! Denn damit sichern wir unseren Berufsnachwuchs. Gleichzeitig sollten wir jedoch auch interessierte Quereinsteigerinnen im Auge behalten – mit ihrem Potenzial für unsere Branche. Denn hier fehlt in unserem Bildungssystem ein offizieller Zugang zur Erarbeitung unseres Fachwissens. Das ist selbstverständlich eine sehr komplexe Aufgabe mit Risiken und Chancen. Doch für unsere Zukunft ist es sehr lohnenswert, darüber nachzudenken. ♣



Elise von Arx in einem Gewächshaus ihrer Familie um 1919.

Männer führten, Frauen folgten

Früher leiteten Männer Unternehmungen und beschäftigten Frauen als Hilfskräfte. Als sich die Ertragslage, die Floristik und in der Folge die Chefs veränderten, übernahmen die Frauen das Geschäft. Am Erfolg waren sie zu jeder Zeit beteiligt.

TEXT UND INTERVIEW Denise Yannoulis BILDER zVg

Irgendwann wurde aus dem Männergeschäft ein Frauenbusiness». Florist Kurt Iseli, ehemaliger Sektionspräsident Ostschweiz/FL und Kenner der Verbandsgeschichte, hat eben noch von den alten Zeiten des Verbandes erzählt, als er diese schlichte, doch brisante Information in einem Nebensatz fallen lässt. «Heute sieht man in den Schulen, in den Betrieben, an den Prüfungen und in den Blumenbörsen überall fast ausschliesslich nur noch Frauen.»

Der Blick in die ältesten Ausgaben unseres Magazins Florist im Archiv gibt ihm recht: Wo man hinschaut nur Männer in schwarzen Anzügen, mit steifen Hemdenkragen und im Laufe der Zeit immer schmaler werdenden Schnurrbärten. Bei der Gründung des Verbandes 1920 wirtschafteten die Männer als Blumengeschäftsinhaber und beschäftigten ihre und andere Frauen als Blumenbinderinnen. Das war damals in der gesamten Schweizer Wirtschaft der Fall und damit in der Blumenwelt nicht anders. Frauen und ihre Leistungen waren daher auch in der Presse kein Thema: Erst ab den 1950er-Jahren ist diese Specie rara um ihrer selbst willen, doch meist noch «unter ferner liefen» in der Berichterstattung im Ansatz auszumachen. Doch die weibliche Präsenz nahm in der Branche stetig zu und ihre Namen tauchten in den Schulen, bei Wettkämpfen, in Produktionsbetrieben und sogar in einem welschen Börsenbetrieb auf. Immer mehr Unternehmerinnen übernahmen oder gründeten Geschäfte und immer mehr Mädchen als Jungs drängten in die Berufsausbildung. Der Verband stellte mit Verena Erna 1999 die erste weibliche Präsidentin und heute trifft man in der Branche überwiegend auf Floristinnen.

Floristik wird feminin

In einer Erhebung des Bundesamtes für Statistik werden 1995 bei 8028 Beschäftigten (Voll- und Teilzeit) bereits 5875 Frauen und nur noch 2153 Männer ausgewiesen; die Zahlen entwickeln sich seither analog weiter (Quelle: BFS-Betriebszählung; Institutionelle Einheiten/Beschäftigte Detailhandel mit Blumen und Pflanzen). Die Feststellung von Florist und Verbandskenner Iseli trifft also zu: Die Frauen haben den Laden übernommen. Über den genauen Zeitpunkt kann nur spekuliert werden, da es keine detaillierten Daten bei Bund und Verband über die letzten 100 Jahre gibt. Die Historikerin für Frauen- und Geschlechtergeschichte Regina Wecker an

der Universität Basel macht wesentliche Gründe bei der negativen Entwicklung der Verdienstmöglichkeiten aus (siehe Box). Genauso wie Floristin und Sektionspräsidentin



Posieren vor zwei Riesenblumenkörben um 1940: Margrit Bachofen, Schwester von Heinrich von Arx.

Monika Laib, die zusätzlich die gravierenden Veränderungen innerhalb der Floristik dafür verantwortlich macht (siehe Interview). Denn die hat sich, zusammen mit neuen Wertvorstellungen der Kundschaft und der damit verbundenen Definition von Floristik, gewandelt. Man kann sagen: Die Floristik hat sich emanzipiert.

Die weibliche Kraft gab es jedoch schon immer – wenn auch oft im Verborgenen. Die nachfolgende Geschichte von Elise Bachofen, die unerwartet und unkonventionell die Fortsetzung einer ganz grossen Floristen-Dynastie sicherte, ist ein beeindruckendes Beispiel dafür.

Elise Bachofen-von Arx

Olten/SO um 1900. Geschäftsinhaber Gustav von Arx konnte stolz sein: Das Familienunternehmen, eine Samenhandlung aus dem Jahr 1802, forderte viel, doch gedieh auch prächtig. Felder, Obstbäume und Gewächshäuser wurden bewirtschaftet und eine Gärtnerei samt Blumenladen belieferte eine wachsende und namhafte Kundschaft. Als Vater freute er sich über drei Söhne, Gustav, Otto und Theodor, die damit die Weiterführung des Familienunternehmens unter dem Namen von Arx sicherten. Denn zu jener Zeit folgten in den Betrieben die Söhne ihren Vätern. Dann waren da auch noch seine beiden Töchter Elise und Margrit, die selbstverständlich auch im Geschäft

gross wurden und mithalfen. Für sie waren jedoch keine Rollen im Unternehmen vorgesehen; sie würden heiraten und als Mütter ihren Platz einnehmen.

Elise von Arx heiratete in der Tat auch Heinrich Bachofen und wurde 1920 Mutter von Heinrich Bachofen Junior. Der Kleine wuchs innerhalb der beiden Familien und mütterlicherseits in einer sehr männlich dominierten Familienriege auf. Leider nur mit Cousinen seitens seiner Onkel. Und alles Warten half nichts: Die männliche Linie der Familie von Arx brachte keine männlichen Nachfolger hervor.

Ein Plan B beziehungsweise E musste her: Schwester Elise. Sie hatte als einzige einen Sohn. Sein Schönheitsfehler: Er hiess Bachofen und nicht von Arx. So kam es, dass Elises Sohn im Alter von 33 Jahren



Der kleine Wuschelkopf unten rechts im Bild rettete eine ganze Familiendynastie: Heinrich Bachofen.

gefragt wurde und einwilligte, von einem seiner Onkel adoptiert zu werden. Um fortan den Mädchennamen seiner Mutter zu tragen: von Arx. Das mag auf den ersten Blick als reine «Administration» erscheinen, doch dürfte dies für Heinrich Junior und seine Eltern von grosser emotionaler Tragweite gewesen sein. Doch auch ein folgenschwerer Strategie-Entscheid, wie sich zeigen würde. Denn neu als Heinrich von



Unternehmerin und Familienfrau Judith von Arx

Arx machte er auch den Weg zur nächsten erfolgreichen Generation von Arx möglich. Heinrich Junior heiratete 1981 die noch junge Judith Hagmann, die das Gartenbauunternehmen über seinen Tod 2008 hinaus weitergeführt

hat. Um es bald Sohn Oliver in die Hände zu geben. Ihr anderer Sohn, Philipp von

Arx, ist mit dem Blumengeschäft der Unternehmung auf Erfolgs- und Expansionskurs. Sein grosses Talent für hochklassige Floristik hat er an Wettkämpfen und Events international gezeigt. Heute führt er vier Blumengeschäfte und fördert als Referent am WZR Rorschach-Rheintal unseren Nachwuchs.

Ohne Mutter Elise, Tochter Elise und Schwiegertochter Judith hätte sich das Unternehmen von Arx in den letzten hundert Jahren nicht zu dem entwickelt, was es heute ist. ♣

> vonarxblumenundgarten.com



PROF. EM. DR. REGINA WECKER, UNIVERSITÄT BASEL

Das meint die Historikerin dazu:

In der Schweizer Wirtschaftsgeschichte finden sich zahlreiche Beispiele, die belegen, dass sich Männer aus wenig lukrativen Berufszweigen verabschieden, dann Frauen übernehmen – doch zu wirtschaftlich schlechteren Bedingungen. Frauen können oft erst dann in bestimmte Berufe eindringen, wenn die wirtschaftliche Lage in den Berufen schlechter wird und sie sich für Männer nicht mehr lohnen. Das Ergebnis ist immer das gleiche: Berufe mit einem hohen Frauenanteil haben niedrigere Verdienstmöglichkeiten und Männer übernehmen die (meist besser bezahlten) Leitungspositionen.

Universität Basel (Bild: Anna Schmidt Photographie)



Bild: Christine Kocher Fotografie

Die neue Frauensache

Der Name Monika Laib steht für eine grosse Floristin, eine erfolgreiche Unternehmerin und engagierte Präsidentin der Sektion Ostschweiz/FL. Florist traf sie und sprach mit ihr über die Gründe, warum nach den Männern heute die Frauen die Blumenwelt regieren.

Florist: Zu Beginn war Floristik ein Männergeschäft, heute ist es fest in Frauenhand. Was hat sich denn da so grundlegend verändert?

Monika Laib: Ich glaube, die Frauen haben sich stark verändert. Sie haben ein Verständnis für Kreativität und Betriebswirtschaft entwickelt. Finanzen und Füh-

ren war früher Männersache; Frauen haben geheiratet, Kinder bekommen und sind dann von der Berufsbildfläche verschwunden.

Das änderte sich dann offensichtlich?

Ich denke, dass Frauen im Laufe der Zeit selbstbewusster wurden, Verantwortung übernehmen wollten und sie sich auch eine leitende Position oder die Geschäftsführung zutrauten. Doch es fand auch ein Strukturwandel innerhalb unserer Branche statt. Ich selbst bin ein gutes Beispiel dafür: Kurt Iseli war eine Institution als Präsident unserer Sektion Ostschweiz. Als Jungfloristin ging ich zwar an die GV, doch ich dachte zu keinem Zeitpunkt an eine Verbandsfunktion. Eines Tages bot er mir nach einem Unternehmerforum die Präsidentschaft an! Ich fiel damals aus allen Wolken und verstehe bis heute nicht, wie es so plötzlich dazu kam.

Könnte es sein dass sich kein passender männlicher Kandidat anbot oder er das grosse Potenzial der jungen Monika Laib erkannte?

Ich denke schon, dass er mir dieses Amt in die Hände legte, weil er überzeugt war, dass ich es in seinem Sinne weiterführen würde.

In den Anfängen waren die Gärtnereien und aus ihnen entwickelte sich das Blumengeschäft. Wie kommt es, dass heute Frauen die Branche dominieren?

Die Arbeit in einem Blumengeschäft ist grundsätzlich kein sehr typisch männlicher Job. Floristik ist in ihrer Veranlagung fein, emotional, gefühlvoll und farbbetont. Das Berufsbild hat sich im Laufe der Zeit immer weiter in diese Richtung entwickelt und wurde fraulicher.

Moment: Der Zeitgeist ist transgender?

Schauen Sie sich die alten Fotos an: Die Floristik im Männerzeitalter war eine andere als heute. Früher waren die Gebinde blumig – doch nicht lieblich. Alles war rot-gelb-blau, formal, streng. Ein paar Sonnenblumen, Nelken und Rosen, lose zusammengebunden. Heute haben wir sinnlichere, verspieltere und weichere Formen plus Pastellfarben in allen Variationen! Das Ganze fein ausgearbeitet und zu einer perfekten Form gestaltet. Diese neue Gefühlswelt ist Frauensache und wird heute nur von wenigen, hochsensiblen Männern ebenfalls empfunden und umgesetzt.

Welche Faktoren könnten im Übernahmeprozess der Frauen eine massgebliche Rolle gespielt haben?

Das Kämpfen, das Daranglauben und das Durchstehen. Das alles sind weibliche Eigenschaften. Als es wirtschaftlich eng wurde, haben die Männer in leitende Funktionen gewechselt und die Frauen trotz tiefer Löhne weitergemacht.

Erinnern Sie sich an frühere grosse Floristinnen?

Es gab da ein paar: Margrit Steinmann aus Winterthur, unsere Chefexpertin der Sektion Ostschweiz. Dann Hilde Stadler, die eine Persönlichkeit in der Branche war. Gleich nach meiner Lehrzeit fiel Monika Reitingen auf, die «Floristik-Design» (heute Rosa Braun) gründete, zusammen mit Rochus Braun.

Sie sind eine erfolgreiche Floristin und Unternehmerin. Was braucht es dazu?

Ein gesundes, gutes Selbstvertrauen. Dann muss man sich als Geschäftsinhaberin für die wirtschaftlichen Aspekte einer Unternehmung interessieren. Ohne das kann man heute nicht mehr erfolgreich Blumen verkaufen. Doch das Allerwichtigste ist der Motor: Freude und Leidenschaft.

Sie verkaufen in Ihren beiden Geschäften sehr viele Pflanzen. Warum?

Pflanzen werden in vielen Blumenläden nicht angeboten oder vernachlässigt. Dabei sind sie enorm wirtschaftlich, haben interessante Margen, sind ein gutes Kundenbindungsinstrument und lassen sich oft mit einem Gefäss zusammen verkaufen! Es macht einen Riesenunterschied, ob eine Pflanze bei einem Grossverteiler steht, in einer Pflanzenschule, bei einem Gärtner oder in einem ausser-



gewöhnlichen Gefäss in einem schönen Blumenladen!

Was ist die Motivation, sich für den Verband so stark zu engagieren?

Das weiss ich sehr genau: Ich bin ein sehr kritischer Mensch! Ich hinterfrage grundsätzlich vieles in meinem Leben. Dort, wo man etwas einbringen oder verändern kann, soll man die Chance dazu ergreifen! Dann ist es die Sache wert, mich und meine Energie einzubringen. Doch es braucht auch Mut, sich so zu exponieren; man macht sich damit nicht nur Freunde.

Der Sektionenrat ist grösstenteils in Frauenhand, doch für den vierköpfigen Zentralvorstand fand sich nur eine Frau. Erstaunt Sie das?

Nein. Genau wie anderswo wirken Männer in der Führungsetage und es mangelt den Frauen an Selbstwertgefühl. Die Arbeit im ZV ist strategischer Art, von der Frauen glauben, dass sie ihnen nicht liegt. Jüngere Frauen wollen in der Familienzeit keine zusätzliche Belastung; ältere denken, sie würden eine solche Funktion nicht mehr stemmen.

Verena Erne ist bisher die einzige Präsidentin in der Verbandsgeschichte. Wann folgt ihr die nächste Frau?

Bestenfalls wenn die Funktion wieder neu zu besetzen ist! Doch zuvor muss die Perle noch gefunden werden (lacht).

Würden Sie zur Verfügung stehen?

Nein, wohl kaum. Nach bald elf Jahren Verbandstätigkeit ist für mich der Zeitpunkt gekommen, mich langsam zurückzuziehen. Auch braucht mich mein Betrieb, und dort will ich meine Nachfolgeregelung achtsam und mit genug Zeit angehen.

Was wünschen Sie dem Verband für die Zukunft?

Der Branche die Einsicht, dass es gemeinsam besser geht! Dass wir toleranter miteinander umgehen und einander mehr helfen. Denn wenn es jedem einzelnen besser geht, dann stünden auch mehr Leute mit mehr Energie und Freude in den Läden. Das Gleiche wünsche ich auch dem Verband: mehr von diesem Wir-Gefühl. Denn es ist unser Verband. ♣

> ginkgoblumen.ch



Frische Blumen zur Welt bringen

Ein Florist wollte vor über 100 Jahren nicht nur Kundschaft in Berlin, sondern auf der ganzen Welt bedienen. Aus seiner Idee entstand ein internationales Netzwerk zur Auftragsvermittlung von Blumen: Fleurop.

TEXT Denise Yannoulis BILDER zVg

Im Archiv von Blumen Krämer in Zürich gibt es ein vergilbtes Büchlein voller Adressen. Auf dem Deckel steht gedruckt Fleurop 1941 und mit krakeliger Schrift der Name Max Hübner. Dieses Büchlein fühlt sich an wie eine kleine Bibel, denn es beweist, dass es fast ein Schweizer war, der Fleurop erfunden hat.



Er ist der geistige Vater von Fleurop: Max Hübner (Ölgemälde aus dem deutschen Fleurop-Archiv).

Die Geschichte beginnt 1908 an der Prinzenstrasse in Berlin-Kreuzberg. Im damaligen Arbeiterviertel betrieb die Familie Hübner ein Blumengeschäft. Sohn Max übernahm zwar das elterliche Geschäft, doch er wollte mehr als Blumen verkaufen – er wollte seinen Berufsstand weiterbringen! Als Präsident des Verbandes Deutscher Blumenbinder V.D.B. gründete er am 17. September 1908 mit 98 anderen Geschäftsinhabern die «Blumenspende-Vermittlungs-Vereinigung».

Seine Idee war so einfach wie überzeugend: Bisher suchte die Kundschaft persönlich Blumen in einem Geschäft aus, das diese, in feuchtes Papier eingewickelt und in einem Karton, an den Bestimmungsort schickte. Diese Reise dauerte oft zu lange für die meisten Blumen. Also entwickelte der schlaue Berliner eine neue Auftragsabwicklung per Vermittlung: Er schrieb dem Kollegen am Zustellort eine Nachricht, der überbrachte den gewünschten Strauss und bezahlte mit einem Verrechnungsscheck. Um Zeit zu sparen, entwickelte Hübner einen Telegramm-Schlüssel, für

den er abgekürzte lateinische Wörter verwendete: Den Fleurop-Code.

Ein Netzwerk rund um die Welt

Die amerikanische FTD (Florists' Telegraph Delivery Association) hatte Max Hübners Idee auch aufgegriffen. Die Initialzündung war eine Blumenaktion des «Mothers' Day Work Clubs», einem Verein, der Müttern die wichtigsten Regeln der Seuchenvorsorge näher bringen wollte. US-Präsident Woodrow Wilson entwickelte aus der Idee flugs den Nationalen Muttertag – und das ganze Land schickte sich gegenseitig Blumen. Sehr zur Freude der FTD, die ihre Kollegen im alten Europa gleich in ihre Organisation einverleiben wollten. Doch dann kam der erste Weltkrieg und beendete die Verhandlungen. In den Nachkriegsjahren und ihrem wirtschaftlichen Aufschwung erhob sich die Idee einer Netzwerkgemeinschaft jedoch buchstäblich wieder aus der Asche. Anlässlich eines wichtigen Treffens 1926 in Dresden beschlossen Blumenhändler aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, den Niederlanden und Belgien sich zusammenzutun. Die Zahlen der angereisten Amerikaner waren ja auch überzeugend genug: 707 000 Bestellungen im Jahr 1925 und 4,2 Millionen Dollar Umsatz.

In der ersten Reihe dieser Verhandlungen sass auch der vife Schweizer Verbandsmitbegründer Elfried Stump. Er und ein kleiner, romantischer Umstand sorgten dafür, dass Zürich zum Nabel der Fleurop-Welt wurde.

Ein halber Schweizer hat's erfunden

Max Hübner fehlte damals in Dresden. Er hatte andere Prioritäten: Er war plötzlich Witwer geworden und brauchte für Familie und Geschäft wieder eine Frau. Vor Jahren hatte er das Ehepaar Krämer kennengelernt, das in Zürich an der Bahnhofstrasse eines der schönsten und angesehensten Blumengeschäfte betrieb. Sein Neffe schrieb dazu in der Familienchronik: «Schon zu Lebzeiten seiner Frau Marie hatte er eine tiefe Verehrung für Frau Frieda Krämer gefasst, worüber Marie oft erbost war.» Nach dem Tod von Marie war



Bevor der Computer kam, wurde die ganze Administration von Hand bewältigt: Verrechnungszentrale von Fleurop Deutschland.

der Weg zu Frau Krämer frei, denn auch Adolf Krämer war 1926 gestorben. Max Hübner heiratete «Frau Blumen Krämer», zog nach Zürich und leitete fortan die Geschäfte bis zu seinem Tod 1946 als Fast-Schweizer von der Schweiz aus.

1927 wurde die gemeinsame europäische Zentrale in Zürich gegründet. Hier fiel auch zum ersten Mal der Begriff Fleurop, aus dem Lateinischen Flores Europae (Blumen Europas). In den Jahren darauf wurde das neue Netzwerk mit zunehmendem Erfolg auf- und ausgebaut, bevor der zweite Weltkrieg das Projekt wieder beendete. 1946 fand erstmals wieder ein europäischer Kongress in Dänemark statt und die europäische Fleurop, die British Interflora und die amerikanische FTD gründeten einen gemeinsamen Weltverband: Die Interflora Incorporation mit Sitz in Chicago! In den Wirtschaftswunderjahren von 1950 bis 1970 blühte der Blumenhandel mit Fleurop weltweit auf. Danach wurde das Geschäft schwieriger. Die Konkurrenz machte Blumen zur Massenware, die Kundschaft wurde immer anspruchsvoller und ein Kulturwandel stellte Werte und Traditionen in Frage. Fleurop geriet zum ersten Mal seit Kriegsende massiv unter Druck und wurde innerhalb des Verbandes zum finanziellen Sorgenkind.

Verband und Fleurop trennen sich

Elfried Stump hatte zu Beginn die «Landesabteilung Schweiz der Fleurop-Interflora» nach Zürich gebracht und in den SFV integriert. Zusätzlich war Zürich auch der Hauptsitz der europäischen Dachver

einigung Fleurop-Interflora. Bis 1990 waren Verband, Fleurop und Fleurop-Interflora in der eigenen Liegenschaft Gämisenstrasse 3 im Kreis 6 von Zürich untergebracht und hatten einen gemeinsamen Präsidenten: Walter Gössi. An der GV vom 23. Juni 1989 entschied sich der Verband nach zwei Jahren intensiver Strategiesitzungen, die Landesabteilung Fleurop vollständig auszugliedern. «Der Entscheid zur Trennung wurde uns von der Rechtsabteilung nahegelegt», erinnert sich Walter Gössi heute. «Fleurop konnte als gewinnorientierte Unternehmung nicht innerhalb einer Nonprofit-Organisation eines Verbandes geführt werden.» Dazu machte den Verbandsmitgliedern die schlechte Finanzlage und ihr Unternehmerrisiko schwer zu schaffen. Also trennten sich die Wege fortan.

Der erste Webshop der Welt

In die gleiche Zeit fällt ein zweites wichtiges Ereignis: Das Zeitalter des Computers begann! Der ehemalige Geschäftsleiter Ueli Eugster bekommt heute noch glänzende Augen beim Gedanken daran: «Die Einführung des «Mercom» war eine Sensation! Das schwedische Gerät übermittelte mittels einer Telefonleitung und einem Motorola-

Modem Bestellungen via Zentrale an die Mitglieder. Die neue Auftragsabwicklung brachte uns enorme Vorteile – doch auch viel Ärger.» Der Wortlaut aus einem damaligen Protokoll wirkt vertraut: «Viele Partner widersetzten sich aber auch, weil sie glauben, sie seien zu alt. Sie wollen den Umgang mit dem Computer nicht mehr lernen und sich die Sachen schon gar nicht von ihrem Lehrling beibringen lassen.»

Ab 1993 öffnete das World Wide Web seine Fenster. Fleurop wollte unbedingt den ersten Platz der Blumenversender vor der Konkurrenz besetzen. Also wurde ein Projekt für eine grosse Website für vorwiegend männliche User in Auftrag gegeben. Darin enthalten war ein Computer-Blumen-Spiel, Angebote in drei Preisklassen, sechs Bestseller und zwei beispielhafte Werkstücke, lieferbar in alle Welt. Der Erfolg übertraf alle Erwartungen: 1998 wurden rund 12000 Aufträge per Internet erteilt. Ein halbes Jahr später waren es doppelt so viele, weitere sechs Monate nochmals 100 Prozent mehr. Im Jahr 2000 überschritt die Zahl der Aufträge die 100 000er-Grenze. Fleurop schrieb damit auch ein Stück IT-Welt-Geschichte und wird heute noch als erster erfolgreicher Webshop gewürdigt.



Originalverzeichnis mit Max Hübners Unterschrift.

Heute ist die Fleurop Interflora (Schweiz) AG seit dreissig Jahren eine eigenständige, kommerziell geführte und sehr erfolgreiche Unternehmung. Sie arbeitet schweizweit mit 350 Blumengeschäften zusammen, international mit rund 50 000 in über 150 Ländern. Was vor über 100 Jahren mit einem dünnen Büchlein und ein paar Adressen von Blumengeschäften in Europa angefangen hat, ist heute eine weltweite Detailhandelsorganisation. ●

Fleurop's Marketing-Motor

Die Fleurop-Interflora AG erarbeitete sich dank Profi-Marketing wieder die Pole-Position auf dem Markt. Florist unterhielt sich mit CEO Jörg Beer über enge Kurven, überhitzte Diskussionen und seine Ideallinie.

Florist: Nach fast 16 Jahren Geschäftsführung: Worauf sind Sie besonders stolz?

Jörg Beer: Auf mein Team! Mir ist es wohl gelungen, ein Team all die Zeit zusammen zu halten, das erst noch allem Neuen gegenüber so offen ist. Wir sind wie ein Schwamm, der Ideen aufsaugt und schaut, was sich damit machen lässt. Ohne dieses Team und diese Fähigkeit wären wir heute nicht da, wo wir sind.

Worauf richteten Sie Ihren Fokus damals bei Ihrem Amtsantritt zuerst?

Im Januar 2005 machte ich einen klassischen ersten Schritt: Eine Standort-

bestimmung mit dem Team und mit einer Marktforschungsstudie. Weil ich unsere Wahrnehmung kennen wollte und die vom Markt. Wir stellten drei Fragen: zum Schenken grundsätzlich, zum Blumenverschenken und zum Image von Fleurop. Wir bekamen sehr gute Noten für unsere Dienstleistungskompetenz. Doch Blumen als Geschenk fielen total durch: Die Befragten gaben fünfzehn gute Artikel zum Verschenken an – aber Blumen kamen erst an sechzehnter Stelle! Die Begründung: Blumen verschenken ist fantasielos, das Image von Fleurop veraltet und der Stil der Sträuße verstaubt. Diese Resultate haben uns damals total getroffen. Also gingen wir über die



Bücher. Wir gaben Werbung in Auftrag, die unser Produkt viel stärker emotionalisieren sollte. Unser Kinospot «Hochzeitstag» wurde Emotion pur und gewann erst noch die Auszeichnung als bester Schweizer TV-Spot aller Zeiten. Wir fragten uns auch: «Wie wird die Idee vom Blumengeschenk weniger fantasielos?» So entstand zuerst die Begleitkarte, dann die Fleurop-Vase usw. Das Ziel war, diesen emotionalen Moment, den Blumen als Geschenk auslösen, über deren Lebensdauer hinaus zu erhalten.

Blumen verkaufen sich nur noch mit Vasen, Hüppen und Honig?

Die Auftragszahlen gingen in den letzten zehn Jahren von 350 000 auf 270 000 zurück. Doch der Markt ist nicht kleiner geworden. Die Erklärung findet sich in der zunehmenden Marktzersplitterung! Fleurop war zu einem Synonym für Blumenvermittler geworden wie Kleenex für Kosmetiktücher. Dazu haben in den Nullerjahren zahlreiche Konkurrenten wie Les Fleurs in der Welschschweiz versucht, unser Modell zu übernehmen.

Die zweite Marktveränderung kam mit dem Smartphone. Die Kundschaft entdeckte plötzlich und ganz einfach neue Anbieter wie Tom Flowers. Und sie fand das spannend! Doch wir sehen, dass wir diesem Gegenwind gut standhalten. Wir haben ein top Image und unsere Zuverlässigkeit ist ein ganz wichtiges Kriterium! Das hat sich jetzt in der Krise gezeigt.

Fleurop gehört zu den Gewinnern der Krise?

Da muss ich jetzt offen und ehrlich zugeben: Wir haben zugeschlagen! Wir waren alle da und haben alles gegeben! Wir waren präsent, man hat uns sofort gefunden und das Angebot stimmte. Das ist der beste Beweis für die gute Arbeit vieler Jahre, auch seitens meiner Vorgänger. Seither haben wir das ganze Jahr vierzig Prozent Mehrumsatz.

Das wird die Aktionäre freuen. Wie ist das Verhältnis grundsätzlich?

An einer Veranstaltung in der Ostschweiz sagte ich vor vielen Jahren einmal mutig: Von nun an machen wir nicht mehr das, was euch Floristen passt, sondern das, was der Markt uns sagt. Tatsache ist: Wir sind der Marketing-Motor von Fleurop. Wir machen Werbung, wir sorgen dafür, dass



Jörg Beer im Fleurop-Shop The Bloomery: «Wir wollten der Marke mit einem eigenen Laden auch ein eigenes Gesicht geben.»

die Aufträge hereinkommen und richtig verteilt werden. Dazu gehört auch, den Markt zu beobachten. Und wenn der Markt sagt, Blumen schenken ist langweilig, dann müssen wir etwas dagegen tun. Genauso braucht es jedoch die wichtige Arbeit der Floristen, denn sie machen das Produkt. Es braucht einen guten Mix in dieser zweigleisigen Wertschöpfung.

Der Fleurop-Shop machte Ärger. Was lief bei dem Projekt schief?

Wir haben das Innovationsprojekt 2011 damals klar kommuniziert. Wir wollten die Distanz zur Verkaufsfreie verkürzen. Uns als Branchenführer ein Gesicht geben. Einen Ort, wo wir Ideen zu Produkten, Ladenführung oder Wirkung von Marketingtools wie Hintergrundmusik, Farben im Verkaufsbereich usw. austesten können. Denn wir hätten uns nie getraut, einen Partner zu bitten, sein Geschäft umzustreichen. Der Shop ist für uns kein Geschäftsmodell, um Geld zu verdienen, sondern ein Marketinginstrument. Gegen innen und aussen.

Was will Fleurop Home?

2017 haben wir Handlungsbedarf ausgemacht. Die sinkenden Auftragszahlen bei den traditionellen Verkaufskanälen wurden vom Internet nicht mehr kompensiert. Eine Umfrage brachte es an den Tag: Auch

junge Kundschaft kauft und verschenkt Blumen – doch will sie ein anderes Angebot. Zudem wussten wir, dass unsere Kundschaft Blumen für sich nicht im Fachhandel kauft. Heute machen wir bei Fleurop Home genau das Gleiche wie bei der Blumenvermittlung: Wir bieten eine Plattform und vermarkten diese. Jeder Partner, der ein passendes Produkt hat, kann das auf diesem Marktplatz verkaufen. Dieser Shop tut keinem Floristen weh, denn er nimmt ihm keinen Umsatz weg.

Fleurop ist heute 30 und macht eine moderne Marketingkarriere. Ein sentimentales «Wir-Gefühl» braucht es für eine erfolgreiche Unternehmung heute nicht mehr?

Das ist so – so hart es auch klingen mag. Marken, die den Anschluss verpasst haben, wie Kodak oder Nokia, sind heute tot. Nicht so Fleurop: Wir sind ein Traditionsunternehmen, das den Innovations-Hut trägt. In unserem Geschäft geht es um gute Business-Partnerschaften. Mit zuverlässigen und hochprofessionellen Partnern, die ihren Auftrag und ihre Aufgaben sorgfältig wahrnehmen. Das ist die Grundlage für ein tolles Produkt, dessen gezielte Vermarktung und den gemeinsamen Unternehmenserfolg. Das hingegen war auch schon früher so – und wird sich auch nie ändern. ●



«Bitte recht freundlich!» Verbandsmitglieder und ihre Frauen im trauten Kreis an der Generalversammlung von 1940. Der Zweite Weltkrieg hatte eben begonnen.

Gute Zeiten, schlechte Zeiten

Unsere Serie handelt von einhundert Jahren Verbandsgeschichte. Als Quelle diente ihr das Archiv dieser Zeitschrift, Erinnerungen von Zeitzeugen und ein paar Statistiken. Schön geordnet erzählen die spärlichen Fakten dennoch einiges von Freud und Leid – und was uns in der Folge noch blühen könnte.

TEXT Denise Yannoulis RECHERCHE Kurt Iseli, Rico Dettling, Urs Meier FOTOS Archiv Florist

Es sind die Fantasten, die die Welt in Atem halten. Nicht die Erbsenzähler.» Ein schönes Zitat von Buchautor und Prä-Astronautiker Erich von Däniken, der seit bald fünfzig Jahren über eierköpfige Aliens, schwarze Löcher und sagenumwobene Ufo-Landepisten schreibt. Recht hat er: Die Welt braucht künftig definitiv viel Kreativität und Fantasie. Je länger ihr Verschleiss und ihre Ausbeutung andauert, umso mehr. Doch wenn es kein Blindflug sein soll, dann brauchen wir auch Ordnung – und mit

ihr auch diese Erbsenzähler. Das wissen gerade Floristinnen und Floristen nur zu gut.

Aktenzeichen gesucht

Zu viel Ordnungssinn beim letzten Umzug der Geschäftsstelle, ein Teilverlust durch einen Brand oder tatsächlich Besuch von Ausserirdischen hatte der Verband in seiner Vergangenheit. Denn weder er noch Fleurop, die siebzig Jahre lang als Abteilung innerhalb des Verbands geführt wurde, haben heute ein Archiv ihrer

Geschichte. Am Sonntag, 5. Juli 1981, wurde in die Büros der SFV-Geschäftsstelle in Zürich eingebrochen und danach ein Feuer gelegt. Ein Rache-Akt eines ehemaligen Mitarbeiters, wie sich später herausstellte. Die Räumlichkeiten wurden verwüstet und ein Teil der Dokumente wurde Opfer der Flammen. Ältere Mitglieder erinnern sich, dass es am späteren Geschäftssitz in der Blumenbörse in Oberengstringen einen Raum als «Museum» mit Dokumenten, Werkzeug und Möbeln gegeben hat. Das Inventar daraus wurde

jedoch nicht mehr an den nächsten Geschäftssitz nach Wangen mitgenommen. Einzig eine Schachtel mit ein paar Devotionalien und die gebundenen 100 Jahrgänge vom Magazin Florist werden dort heute noch aufbewahrt.

Mitten ins Herz

Eine grosse Matrix über die 100 Jahre Verbandsgeschichte gibt es also nicht. Dennoch lassen sich aus den wenigen Zahlen ein paar ganz interessante Fakten ableiten. Angefangen beim Stichwort Nachwuchs: Die untenstehende Grafik mit den Lehrverträgen wirkt auf den ersten Blick wie eine Bretterwand. Das ist kein böses Bild hinsichtlich des Lernvermögens unseres Nachwuchses, sondern eine plakative Demonstration der Frauen. Die (hohen) Latten zeigen den weiblichen Anteil an Floristinnen im Vergleich mit den blauen Zaun-Kappen der Männer seit 1980. Sech-

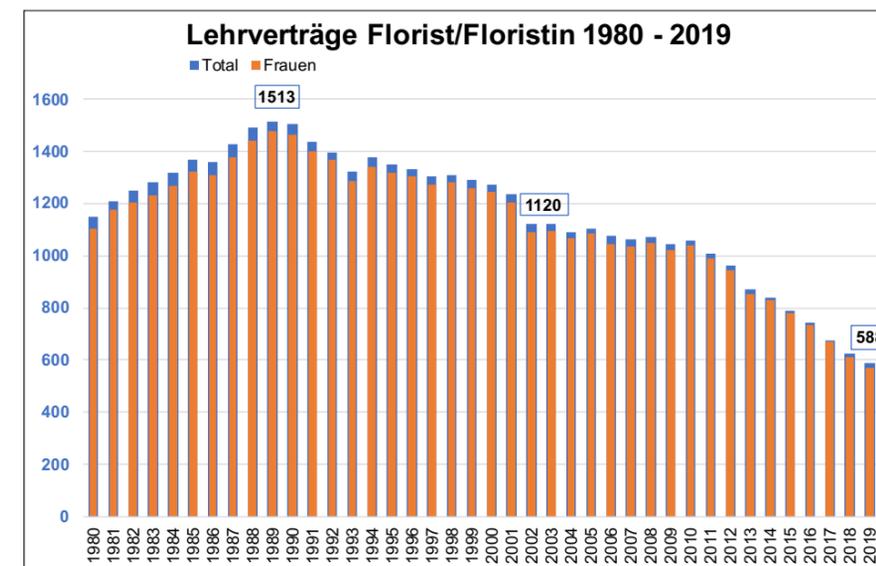
zig Jahre früher wäre der Zaun unter der männlichen Vorherrschaft komplett Blau gestrichen gewesen (siehe Artikel «Männer führten, Frauen folgten», Florist 09/2020). Die Grafik zeigt leider auch schonungslos, wohin der Trend bei der Anzahl Lernenden und damit die Zukunft der ausgebildeten Floristinnen und Floristen geht.

Zahlenpuzzle

Die Themenauswahl für die Erhebungen war eingeschränkt und die Statistiken umfassen teilweise grosse Zeitspannen. Grund dafür ist das Fehlen von betriebswirtschaftlichen Zahlen in den Artikeln des Magazins Florist und veränderte Erhebungsmethoden des Bundesamtes für Statistik. Dennoch liefert die Grafik vom BFS mit Angaben zum Detailhandel mit Blumen und Pflanzen in der Schweiz gute Infos respektive ungute Zahlen zum schweizweiten Beschäftigungsgrad von

Angestellten in der Branche. Für ein Blumengeschäft war das Material früher der grosse Kostenpunkt – und nicht die Löhne. Letztere haben sich in den letzten dreissig Jahren stark verändert, wie die Grafik vom durchschnittlichen Gehaltsanstieg einer Ersten Floristin zeigt. Ganz anders beim Material, das immer billiger geworden ist. Das schöne Beispiel mit der kleinen Erika bei den Pflanzen macht das sehr deutlich und kam dank alter Inserate mit Preisangaben und den persönlichen Aufzeichnungen von Florist Kurt Iseli zustande.

Das Autoren-Team hat in minutiöser Arbeit verfügbare Zahlen und Informationen zusammengetragen. Entstanden ist keine vollständige Daten-Serie über 100 Jahre Floristen-Dasein. Doch eine Folge mit sechs Zusammenfassungen, die darüber berichtet, was in der Geschichte der FloristInnen bisher geschah. ♣



Keine perfekte Welle

1989 wurden gemäss Bundesamt für Statistik total 1513 Lehrverträge für Floristinnen/Floristen registriert. Danach gingen die Zahlen nur noch abwärts: zwanzig Jahre später waren es bereits ein Drittel weniger, nochmals zwanzig Jahre später noch ein Drittel weniger. Es bleibt ein letzter Drittel und die Hoffnung auf einen Trendwechsel.

Die 17 Verbandspräsidenten und eine Verbandspräsidentin von 1920–2020

1920–1921



Hans Rebsamen, Zürich

1921–1923



Georges Erhart sen., Bern

1923–1925



Hans Rebsamen, Zürich

1925–1931



Gottlieb Berner, Zürich

1931–1934

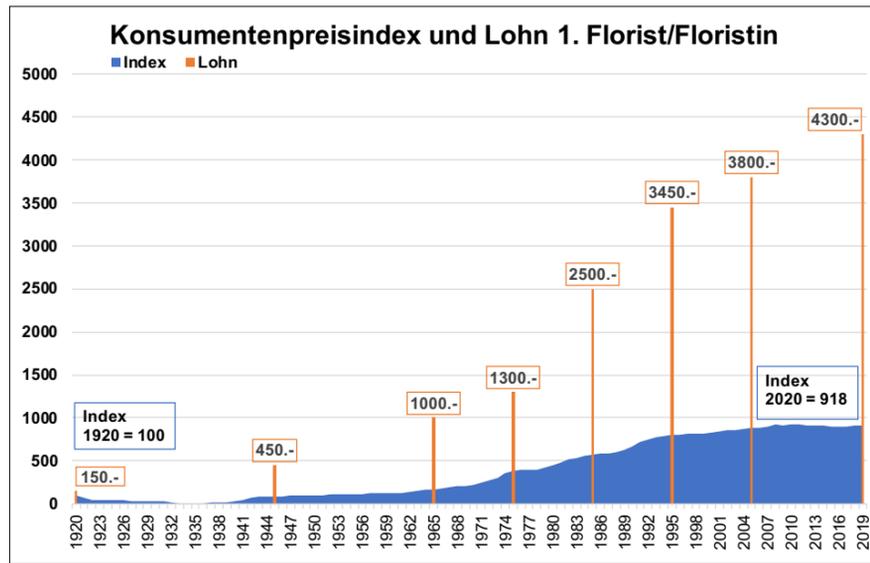


Hans Rebsamen, Zürich

1934–1938



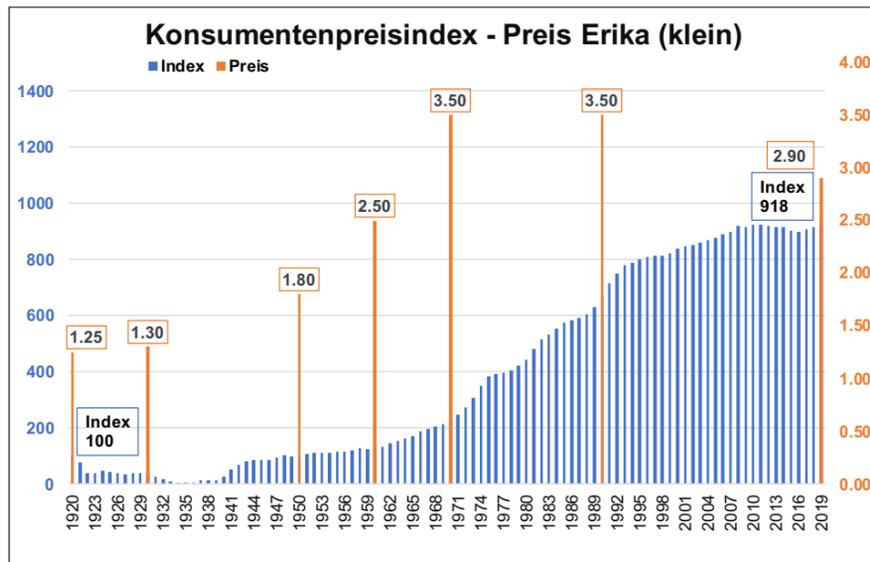
Georges Erhart jun., Bern



Mehr Lohn auf dem Konto und mehr Ware im Korb

Der Lohn einer erfahrenen Floristin (hier: 1. FloristIn) stieg stetig an. Parallel dazu erhöhte sich auch der Index der Konsumentenpreise (blaue Fläche) – doch weniger als der Lohn. Fazit: FloristInnen bekommen heute für ihr Geld mehr Gegenwert. Denn die Teuerung stieg im gleichen Zeitraum geringfügiger an.

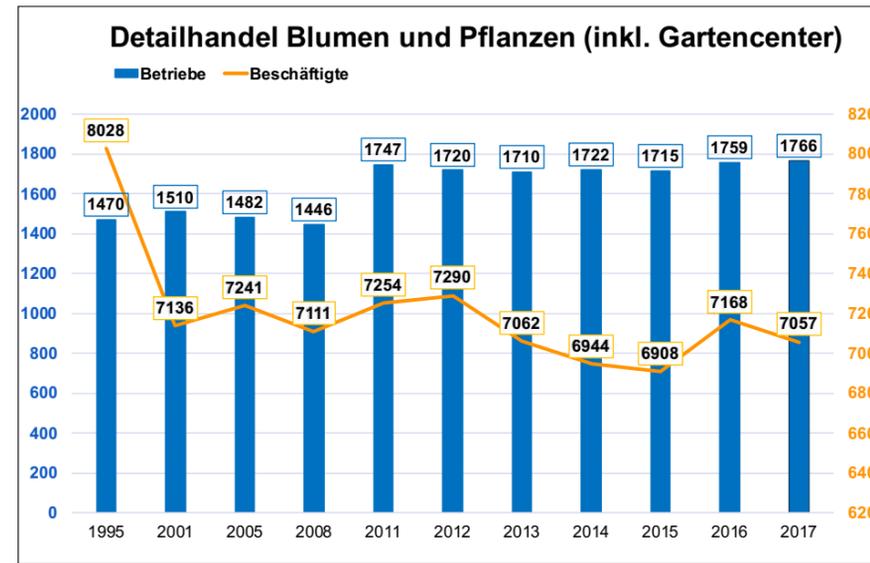
Leider war das Lohnwachstum in anderen Berufen grösser, so dass heute die Floristik zu den Tieflohnbranchen zählt.



Leichte Preiserhöhung für Aktionsware

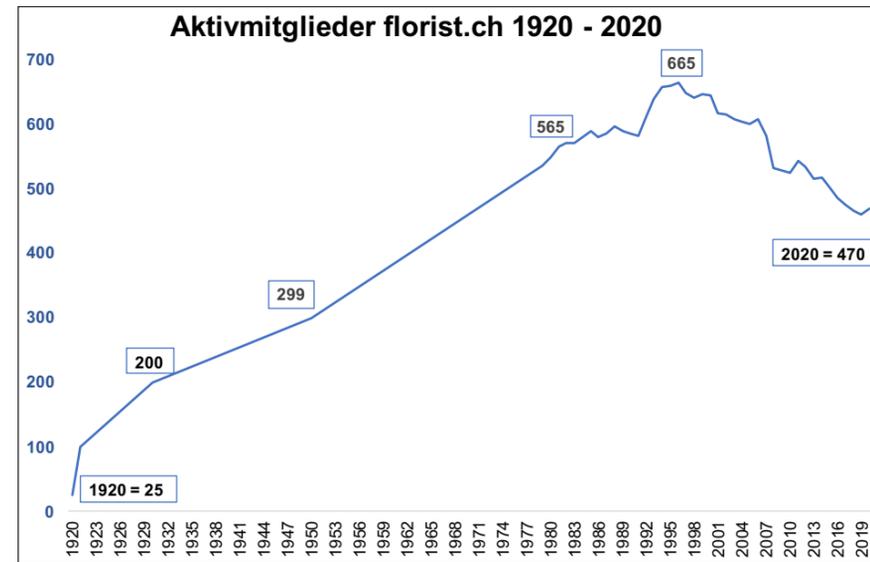
Interessante Entwicklung beim Material: Kostete die kleine Erika vor hundert Jahren noch CHF 1.25, ist sie nach einem Hoch von CHF 3.50 heute für CHF 2.90 erhältlich. Sie kostet nach 100 Jahren 2,5 Mal mehr als damals.

In der gleichen Zeit stieg der Teuerungsindex auf das Neunfache. Schlussfolgerung: Die kleine Erika ist über die ganzen 100 Jahre gesehen mehr als 3-mal billiger geworden.



Betriebe nehmen zu und die Zahl der Beschäftigten ab

Die Zahlen des Bundesamtes für Statistik weisen seit 2011 eine leicht ansteigende Anzahl von Betrieben im Detailhandel mit Blumen und Pflanzen aus. In der gleichen Zeit ist jedoch die Zahl der Angestellten tendenziell abnehmend. Es gibt also vermehrt Klein- und Kleinstbetriebe.



Zu- und Abnehmen von Mitgliederzahlen

1920 begann der Verband mit ein paar wenigen Mitgliedern und erreichte siebenzig Jahre später mit 665 Mitgliedern seinen Höhepunkt. Seither ist die Zahl der Aktivmitglieder rückläufig.

1938–1947



Gustav Dollé, Luzern

1947–1949 (ad interim)



Georges Erhart jun., Bern

1949–1970



Gustav Dollé, Luzern

1971 (ad interim)



Hans Bracher, Bern

1972–1984



Hans Bracher, Bern

1984–1990



Walter Gössi, Küssnacht

1990–1998



Urs Wittwer, Gstaad

1999–2005



Verena Erne, Hitzkirch

2006–2010



Philipp Müller, Altstätten

2011–2012



Hervé Aubert, Neuchâtel

2013–2017



Beat Ryffel, Unterseen

2018–heute



Paul Fleischli, Zürich



Bild Keystone

«Blumengeschäfte wird es immer geben»

In elf Folgen haben wir die Vergangenheit der Verbandsgeschichte beleuchtet. Doch wo steht florist.ch heute, wohin geht die Reise und wo kommen wir 2030 an? Mit Präsident Paul Fleischli und Geschäftsleiter Urs Meier haben ein Vollblutflorist und ein Krisenmanager ihre Sicht der Dinge dargelegt.

INTERVIEW UND BILDER Denise Yannoulis

Florist: Meine Herren, wo steht der Verband heute?

Paul Fleischli: Der Verband war wohl noch nie so strukturiert aufgestellt wie heute. Vorstand, Sektionen, Mitglieder und Partner sind sehr gestärkt und gegenseitig wohlwollend zusammen unterwegs. Das neue Dach mit dem neuen Logo und Namen hat sicher einen wichtigen Teil

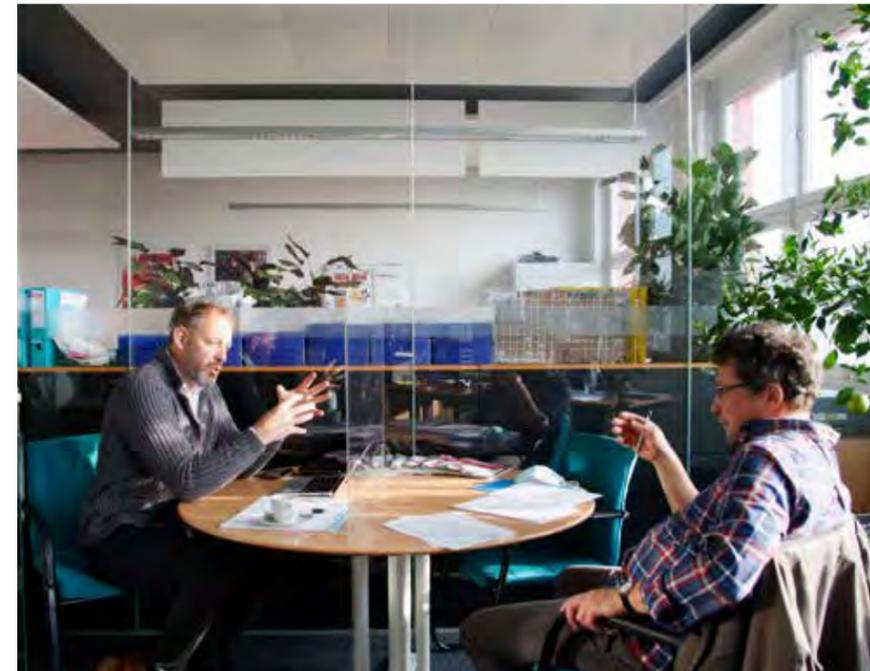
dazu beigetragen. Doch es stehen selbstverständlich auch viele Aufgaben an.

Urs Meier: Ich kann mich dieser Einschätzung nur anschliessen. Es gibt deutliche Fortschritte im Gegensatz zu früher: Eine klarere Aufgabenteilung zwischen Sektionenrat und Zentralvorstand, verbesserte Strukturen dank dem NPO-Label, angepasste Mitgliederleistungen. Mit einer

neuen Website und IT sind wir gut aufgestellt und innerhalb der Branche besser vernetzt.

Was beschäftigt die Mitglieder?

Paul Fleischli: An erster Stelle sicher die momentane Situation und die Fragen: Was kommt? Was geht? Bin ich mit meinem Geschäft in zwei bis drei Jahren noch da?



Plus die steigenden Lohn- und Mietkosten und der sinkende Produktpreis.

Urs Meier: Covid-19 verursacht viele Ängste und der Verband konnte mit seinen politischen Interventionen viel zur Entspannung beitragen. Daneben spüren wir die Sorge um den mangelnden Nachwuchs. Da braucht es Engagement, eine Repositionierung des Berufsbildes, mehr Sprachgewandtheit und gut ausgebildete Berufsbildner. Hier sind die Betriebe gefordert.

Was sind denn die Kernaufgaben des Verbands im Jahr 2020?

Urs Meier: Erstens die Berufs- und Weiterbildung. Zweitens Informationstransfer und Dienstleistungen mittels Florist-Magazin und Newsletter. Drittens eine Berufs- und Branchenvertretung mit Netzwerkveranstaltungen.

Paul Fleischli: Der Verband ist wie ein Baum in der Natur. Er soll seinen Mitgliedern Schutz und Halt geben. Eine Stütze sein und nach Lösungen suchen. Wie jetzt mit Covid-19. Dazu Kundschaft in die Läden bringen und als Dachorganisation mit einem gemeinsamen Auftritt Verkaufsförderung, Werbung und Imagebildung betreiben.

Was bereitet dem Verband zurzeit am meisten Sorgen?

Paul Fleischli: Zuerst das Überleben der Covid-19-Situation, dann schwindende Mitgliederzahlen, die Finanzen, der Nach-

wuchs und die Thematik der anstehenden Nachfolgeregelungen zahlreicher Mitglieder-Unternehmungen.

Urs Meier: Das nehme ich auch so wahr. Plus die Zersplitterung der Branche mit Kleinstbetrieben und Neo-Floristen. Neue Mitglieder zu finden ist hier schwierig.

Im Leitbild des Verbandes steht der Punkt Nachhaltigkeit. Gibt es konkrete Aktionen?

Paul Fleischli: Der Trend ist klar, die Zeit reif und das Projekt nur Covid-19-bedingt zurückgestellt. Diverse Gärtnereien und ihre Produkte sind zertifiziert und bereit. Nun müssen wir die nötigen Strukturen



schaffen, damit sich Floristinnen und Gärtnereien finden. Dieser Prozess läuft. **Urs Meier:** Von welcher Nachhaltigkeit reden wir? Gemäss UNO-Definition gibt

es die ökologische, wirtschaftliche und soziale. florist.ch ist bei letzteren gefordert. Die Tieflohnproblematik muss umgehend angegangen und der Beruf in der nächsten Bildungsrevision aufgewertet werden. Die Diskrepanz ist sonst beim nächsten Wirtschaftsaufschwung enorm.

Die Zahl der Lernenden geht massiv zurück. Was ist der Plan?

Urs Meier: Wir müssen alles daransetzen, dass das Berufsbild wieder attraktiver wird. Dazu gehört die Steigerung des Lohnniveaus und die Weiterbildung der Berufsbildner zu fachlich und menschlich



kompetenten Ansprechpartnern für die Jungen. Daher engagieren wir uns stark am Zukunftstag und an den Berufsmeisterschaften SwissSkills. Sie haben eine grosse Strahlkraft auf das Berufsbild.

Paul Fleischli: Die SwissSkills sind definitiv eine gute Plattform, um uns heute bei den Jungen richtig zu positionieren. Zudem sind wir in Schulen präsent. Und für die Lehrbetriebe braucht es eine Verkleinerung des administrativen Aufwands.

Wilde Kreative machen sich breit. Was muss eine ausgebildete Floristin draufhaben, um neben ihnen erfolgreich zu sein?

Paul Fleischli: Wir machen genau das, was der Kunde will! Das ist ganz wichtig. Dazu können wir unser Fachwissen zu Proportionen, Farben und Technik zusätzlich noch in die Arbeit einbringen! Das ist ein Wettbewerbsvorteil und damit muss der Kunde abgeholt werden. Nebst neuen Ideen, Flexibilität und Kreativität. Das muss alles mitten ins Herz gehen!

Urs Meier: Ich empfehle: Geschäftssinn schärfen, Aus- und Weiterbildung verfolgen und – gerade für Start-ups – sich mit Betriebswirtschaft befassen! >



dard für alle Bereiche unseres Lebens. Die Modebranche arbeitet bereits mit Virtual Reality im Showroom. Dort werden die Kleider nur noch vorgestellt und anprobiert, danach massgeschneidert hergestellt und nach Hause geliefert. Was wir jetzt an Home-Delivery haben, ist erst der Anfang.

Wird es 2030 noch ein Blumengeschäft um die Ecke geben?

Paul Fleischli: Ganz bestimmt. Blumen braucht der Mensch für sein Wohlbefinden

Wenn Sie Ihrer Fantasie freien Lauf lassen und an 2030 denken: Worauf freuen Sie sich?

Urs Meier: Blumen werden auch 2030 noch wichtig sein – weil sie Emotionen sind. Die sind nicht ersetzbar. Ich bin gespannt auf die damit verbundene Entwicklung der Fachgeschäfte und ihrer Dienstleistungen. Denn ich sehe für Floristinnen und Floristen grosses Potenzial in der Beratung von Innen- und Aussenraumgestaltungen!

Paul Fleischli: Ich liebe diese Branche! An den SwissSkills habe ich die Emotionen



Welche Megatrends kommen auf die Branche zu?

Urs Meier: Die Klima- und Covid-19-Debatte wird die Themen Regionalität, Saisonalität und Klima befeuern; die Mobilität bekommt plötzlich ganz neue Antriebe. Alle diese Trends werden nun zu Megatrends und das geht nun alles schneller als gedacht.

Paul Fleischli: Es wird auch mehr Individualität geben. Mehr Freiheit. Und damit neue Räume für Ideen. Denn diesen Beruf wird es immer geben.



wie Brot. Diese Dinge will er mit all seinen Sinnen empfinden. Doch die Ladengeschäfte werden sich verändern und das Internet mit all seinen neuen Möglichkeiten einsetzen.

Urs Meier: Das sehe ich genauso. Das ist der Unterschied vom Fachgeschäft zum Webshop. Doch das Ladenlokal wird zunehmend zur Visitenkarte – zur Inspiration für die spätere Auftragsvergabe.

Braucht es einen Verband überhaupt noch in Zukunft?

Urs Meier: Ganz klar ja! Ohne Verband gibt es keine Ausbildung und keinen Beruf mehr. Gute Fachgeschäfte brauchen Informationen und eine Interessenvertretung und wie jetzt Lobbying.

Paul Fleischli: Früher brauchte es den Verband in erster Linie für Informationen. Vieles davon findet man heute im Internet. Ich denke auch, dass es den Verband in Zukunft noch geben wird. Allerdings in einer überarbeiteten Form – mit verstärkten Synergie- und Kooperationsmöglichkeiten mit Partnern und Dritten.

der Jungen erlebt und ich bin gespannt, wie sie die Branche weiter stemmen. Ich freue mich aufs Loslassen und die Übergabe an die nächste Generation! ♡



Das wünschen Floristinnen, Mitglieder und Partner dem Verband für die Zukunft:

«Ich wünsche mir einen Verband, der von seinen Mitgliedern als Partner wahrgenommen wird und der Branche ganz nah ist.»

MONIKA LAIB, PRÄSIDENTIN SEKTION OSTSCHWEIZ FLORIST.CH



«Wir wünschen uns eine schlagkräftige Kooperation zwischen florist.ch und Fleurop im Dienst der Branche und um die Gunst der Kunden.»

JÖRG BEER, CEO FLEUROP



«Ich hoffe, dass der Verband auch weiterhin Nachwuchswettkämpfe aktiv fördert, damit unser Beruf attraktiv bleibt für alle jungen FloristInnen, die noch kommen.»

CHANTAL WIEDMER, SWISSSKILLS-GEWINNERIN 2018



«Depuis 100 ans, vos membres, par leur passion, amènent de la joie, du réconfort et de la couleur dans nos vies, pour cela je vous félicite et souhaite, à votre association, un avenir florissant.»

JEAN-MARC CROUSAZ, CEO ROMANDIEFLOR SA



«L'adhésion à l'Association doit être une réelle valeur ajoutée pour nos membres.»

JULIE SAVARY, PRÉSIDENTE DE LA SECTION SUISSE-ROMANDE DE FLORIST.CH



«Ich wünsche mir, dass der Verband immer innovativ und spannend bleibt, die Entwicklung der Technologie berücksichtigt und weiterhin die ganze Schweiz mit einbezieht. Weiter so!»

LISA PELLANDA, MITGLIED BLUMENPULS-TEAM



«Wir wünschen uns einen Verband, der nah bei den Mitgliedern ist, um sie zu unterstützen und ihnen Mehrwerte zu liefern.»

JEAN-CLAUDE ALLEMANN, GESCHÄFTSFÜHRER BLUMENBÖRSE ROTHRIST



«Ich wünsche mir, dass der Verband zu einer Vermittlungsplattform wird, wo man schnell und einfach Hilfe bekommt.»

MARIO BURKHARD, PRÄSIDENT SEKTION MITTELLAND-WALLIS VON FLORIST.CH



«Ich wünsche mir, dass wir uns mit allen Kräften für den Nachwuchs und unsere Zukunft einsetzen!»

SANDRO HÜNI, STV. CHEFINSTRUKTOR ÜBERBETRIEBLICHE KURSE SEKTION ZÜRICH



«Mein Wunsch: Der Verband soll eine Antriebsquelle für Inspiration, Motivation, Freude und Dynamik sein und positiven und zukunftsorientierten Spirit aufzeigen.»

MAJA FRAUENFELDER, LEHRGANGSLEITUNG FLORISTIK WZR



«Behaltet eure engagierte Art und Kreativität, gepaart mit Mut und Neugier für Neues!»

RETO EHLERS, GESCHÄFTSFÜHRER TREND & BLUMENBÖRSE LUZERN AG



«Wir wünschen dem Verband weiterhin viel Sinn für Verkaufsförderung und Nachhaltigkeit.»

PASCAL SPECK, MITGLIED GESCHÄFTSLEITUNG ZÜRCHER BLUMENBÖRSE



Lost & found

Auf unserer Spurensuche in der Vergangenheit des Verbandes fand sich auch das eine oder andere Bild zum Schmünzlen.



Impressum
Schweizerische Floristenfachzeitschrift
Florist | Fleuriste | Fiorista
florist.ch – Schweizer Floristenverband
Präsident: Paul Fleischli
Geschäftsleiter: Urs Meier
info@florist.ch

Redaktion Denise Yannoulis, Chefredaktorin
Erika Jüsi, Redaktorin
redaktion@florist.ch, florist.ch
Grafik & Layout: Jasmin Hofmann, Grafikerin
Übersetzung Sprachweberei, Zürich
Korrektur Elisabeth Schwander
Bild Titelseite: Baugeschichtliches Archiv
der Stadt Zürich

Copyright florist.ch – Schweizer Floristenverband
Wiedergabe von Artikeln und Bildern, auch aus-
zugsweise, nur mit Genehmigung der Redaktion.

