

Trots sitt stora nätverk känner sig Erwin Meier-Honegger ensam om att ställa frågan om hur trädgårdsbranschen kan bidra till hållbarhet utan att förlora intäkter. Sedan den schweiziska tv-kanalen SRF valt biologisk mångfald till årets tema har kundernas krav ökat och de inhemska växterna sålt slut på Meier garden center.

AV ELISABETH FORSLUND

Konsumentkrav får familjeföretag att tänka om

Med raska steg möter Erwin Meier-Honegger upp vid entrén. Han är chef för 200 medarbetare och formulerar sig tydligt men eftertänksamt. Flit, slit och tankearbete ligger bakom familjeföretagets framgång, som nu drivs i fjärde generationen. Hittills har företaget kunnat öka sina intäkter i stadig takt, men molnen börjar torna upp sig.

Erwin Meier-Honegger tror att trädgårdsbranschen står inför en systemförändring. Diskussionen rör inhemska växter som är främjar bin och insekter. Bovarna i dramat är de förädlade och importerade arterna, som är sämre för den biologiska mångfalden och riskerar att bli invasiva.

– Vår bransch befinner sig i en återvändsgränd. Jag har en känsla av att varken fackpressen eller mina kollegor vågar ta upp det av rädsla att förlora annonsörer, kunder och intäkter.

Inhemska växter efterfrågas

Trycket från konsumenterna handlar inte bara om att växterna ska vara inhemska utan att de produceras i Schweiz. En del säger prompt nej till växter från Nederländerna.

– Schweiz är ett litet land. Både här och i andra länder säger kollegor att ungefär 20 procent av kunderna är intresserade av biologisk mångfald. Om några år är det kanske 50 procent? Frågan är om vi kan täcka efterfrågan själva. Det är en generationsfråga. Pelargonier köps av en viss grupp varje år. Den yngre generationen vill ha något annat.

De är rädda att förlora intäkter om de inte möter kundernas växande anspråk på hållbarhet. Detta återspeglar sig i produktvalet.

– Mina medarbetade protesterade när vi ville sälja nederländska fågelholkar gjorda i Kina. Våra kunder vill ha fågelholkar producerade i Schweiz, som godkänts av schweiziska fågelskyddsforeningen. Priset spelar inte så stor roll. Detta tänkande skiljer oss från ett byggvaruhus – och från många länder i Europa.

Mer rådgivning

Efter intervjun står Erwin Meier-Honegger bakom disken och ger råd om skadedjursbekämpning. Han trivs nära kunderna. Det är här han får impulser att vidare- ➤

Växter som gillas av bin och andra pollinatörer framhålls av skyltar.



Det egna trädgårdsmästeriet förser butiken med mängder av rosor.



Myndigheterna kontrollerar årligen att Meier märker sina potentiella invasiva växter med varningar.



Meier garden center odlar fram egna tomatplanter till försäljning.



utveckla företaget. Från och med hösten kommer alla konventionella gödnings- och bekämpningsmedel att säljas bakom disk. Redan nu står biologiska produkter ute på hyllorna i lokalen. Förändringen är ett stort steg eftersom de kemiska produkterna gav hög avkastning.

– Kunden kom med ett problem och vi sålde gift, gödsel och stärkande kurer. Nu ber vi om tålmod och ger råd om kompostjord. Vi rekommenderar inte näring och växtskyddsmedel längre.

Rådgivningen tar längre tid och kunden vill inte vänta ett år på en lösning. Företagsledningen och leverantörerna är skeptiska till den nya strategin.

– Jag hävdar att detta är handelns framtid: två delar service och en del produkt. En framtidsidé är att kunden ska betala för ett jordprov, så att vi kan identifiera exakt vilket gödsel som behövs.

Öka intäkterna

Vad händer om kunden vill ha råd utan att köpa något? Ni har funderat på ett abonnemangssystem?

– Jag tycker det är viktigt att vi förklarar vårt dilemma för konsumenterna. Ett alternativ vore att ta ut en inträdesavgift på 50 schweiziska franc per år, där gratis rådgivning och kundtidning ingår. Mina medarbetare förväntar sig stigande löner och någonstans måste jag öka intäkterna.

Växtförsäljningen kompenserar till viss del inkomsttappet från kemikalierna, men även här har Erwin Meier-Honegger

har sina farhågor. De populära ettåriga växterna är del av det kortsiktiga tänkandet som präglar branschen.

– Kommer det en ny lättodlad växt så får den ett vackert namn och når snabb framgång på marknaden. Ingen frågar sig om den är bra för den biologiska mångfalden eller riskerar att bli invasiv. Jag tror att kunderna kommer att efterfråga det på sikt.

Stor del egenodlat

Meier producerar 80 procent av växterna sitt trädgårdsmästeri och köper in resten. Den här säsongen är inhemska schweiziska plantor slutsålda överallt. Nu är den stora frågan vad som händer nästa år. Ska de utöka odlingarna? Var det bara en trend? Tycker kunden att de inhemska plantorna var långtråkiga och väljer främmande arter igen?

Hur påverkar klimatförändringarna odlingarna?

– Vi vet inte om sommaren år 2018 var ett undantag. Om somrarna blir torrare får inhemska växter svårare att överleva. Ska vi förespråka främmande arter trots att det skadar mångfalden? Eller ska vi säga att det är viktigt att blanda?

Försommaren år 2019 skrev Edgar Meier-Honegger ett debattinlägg om dilemmat i den tyska tidningen 'Der Freitag'. Nu väntar han spännt på reaktionerna. Kanske säger tyskarna att det är ett schweiziskt problem?

– Branschen agerar mest utifrån statens lagar och regler. Så länge staten inte säger något annat, säljer vi det. Nu finns det en ny medvetenhet hos konsumenterna. De tycker att staten är för långsam och vill att vi handlare tar initiativ. Med hjälp av naturskyddsorganisationer kommer vi att se över sortimentet och ta bort vissa växter.



Erwin Meier-Honegger



Det finns gott om inspirationsplatser med både sten och växter.



Meier garden center har ett stort utbud av prydnadsväxter, bland annat pelargonier.

Varnar för invasiva växter

Vi går ut mellan långa rader av perenner, bärbuskar och rosor och Erwin Meier-Honegger visar skyltarna på lupiner och björnbär där konsumenten ombeds kasta växternas rötter, frukter och frön i restavfallet eftersom de riskerar att skada naturen. Varje år kommer myndigheterna och kontrollerar att Meier märker sina potentiellt invasiva växter med dessa varningar.

En idé som farit genom Erwin Meier-Honeggers huvud är att införa ett internationellt nyckelhålssystem för växter så att konsumenterna lättare ska inse vad de köper. Men att enas internationellt är svårt. I Schweiz säljs inte fjärilsbuske längre, men i Tyskland finns den kvar.

– Det kan liknas vid att ett land ser rökning som hälsovådligt medan ett annat tycker tvärtom. Växten lockar till sig bin och fjärilar, men förtränger andra insekter och riskerar att bli invasiv, säger Erwin Meier-Honegger bestämt.

Vill hitta nya samarbetspartner

Tack vare sitt medlemskap i International Garden Center Association har Erwin Meier-Honegger ett stort internationellt nätverk. Därför vet han att diskussionen inte nått Tyskland, England eller Nederländerna än.

– Det räcker inte att så blommor som främjar bin. Flera insektsarter håller på att dö ut. Det har betydelse hur vi gestaltar våra trädgårdar: att det finns ytor som inte är så arrangerade. Det finns många teman som är komplicerade – och innebär färre intäkter för oss i branschen.

Förr fungerade nätverkanter bra. Företagare besökte varandras verksamheter och kopierade framgångsrika koncept.

Nu ser Meier-Honegger ett allt större behov av att hitta nya samarbetsmodeller och förebilder.

– Jag letar efter partner med liknande strategier. Även om någon annan ger mig produkten till ett billigare pris, så arbetar jag med mina partners och ser till helheten.

Med inspiration från England planeras en större restaurang för att säkra intäkterna i Dürnten, men att satsa på underhållning som blivit vanligt i engelska garden centers är inte aktuellt.

– Växter är och förblir vår kärnkompetens – även när vi bygger ut restaurangen. •



Garden center Meier

Ligger i Dürnten, Schweiz.

I år firar familjeföretaget Meier 125 år med att lotta ut lika många träd till privatpersoner och offentliga platser i kantonen.

Verksamheten har utvecklats från en fröhandel till ett 35 000 kvadratmeter stort garden center och trädgårdsmästeri, som driver upp perenner, kryddor och grönsaksplantor.

Sammanlagt arbetar runt 200 personer i företaget.

Förutom försäljning av växter och allt som hör trädgård till, erbjuder Meier kurser, böcker från det egna förlaget, resor samt trädgårdsplanering. Restaurangen drivs av ett externt gastronomiföretag.