

Balkonblumen per Postpaket

Flensburger Studenten verschicken mit ihrem Start-up-Unternehmen Blumixx Komplett-Bepflanzungen

FLensburg/BOCKENEM Am Anfang war nur der kahle Balkon einer Flensburger Wirtschafts-Studenten-WG. „Unsere Freundinnen wollten es im Frühjahr schöner haben, sie meinten, wir müssten den mit Grünzeug aufpeppen“, erinnert sich Jan Fendel. Allein zwei Stunden habe es gedauert, bis die Pflanzen im Baumarkt ausgewählt und das Material samt Blumenerde im Auto verstaut war, so der 27-Jährige. „Die ganze Schlepperei, am Ende Balkon und Hände dreckig, wir waren genervt und haben uns gedacht, das muss doch auch einfacher gehen.“

Aus der leidvollen Erfahrung entstand eine Geschäftsidee, zusammen mit seinem Freund und Mitbewohner Heinrich Gräbig (25) ist Fendel heute Geschäftsführer des Start-up-Unternehmens Blumixx. Zu dessen Beginn fanden viele Experimente statt, um Blumen mitsamt der Erde überhaupt erst einmal transportabel zu bekommen. „Wir haben Testpflanzungen in Eierkartons gemacht, diese mit Frischhaltefolie umwickelt“, so Fendel, später wurden sogar Damenstrumpfhosen mit Erde gefüllt. „Dann stießen wir zufällig auf engmaschige Netze, in denen ein Hersteller Erdbeeren auf dem Boden liegend anbaute und übernahmen die Idee.“

Mangels Alternative entwickelten die findigen Freunde selbst einen Karton, in dem die Blumennetze mit einem speziellen Haltesystem am Boden fixiert sind, so dass die Pflanzen beim Transport kopfüber nicht durch die Last der Erde abknicken können. „Wir haben über 80 Testsendungen geschickt, es hat bestens funktioniert. Und bis zu 48 Stunden kommen die Blumen locker ohne Licht aus“, so Fendel.

Seit Februar können sich Kunden auf der Internetseite www.blumixx.de ihre Balkonpflanzen selbst zusammenstellen, unterteilt in die Kategorien „Schatten“, „Halbschatten“ und „Sonne“. Als Farbkombinationen sind etwa „weiß-creme“ oder auch „Überraschung“ buchbar. „Der Trend geht aber zu ‚blau-lila-rosa‘, das wird von 75 Prozent der Kunden bestellt.“ Ein 40-Zentimeter langes Blumennetz kostet 29,90 Euro, die Länge lässt sich bis 120 Zentimeter variieren. Auch Kräuter sind bestellbar, die Themen reichen von „Grillfest“ bis „Mediterran“. Für ein 40-Zentimeter-Netz „Küchenkräuter“ bezahlt der Kunde 20,90 Euro.

Ökologisches Handeln hat eine hohe Priorität. Bei der Auswahl der Pflanzen achtet das Blumixx-Team, das mittlerweile auf einem Bauernhof in Bockenheim bei Hannover sein Domizil hat, auf die regionale Herkunft der Produkte. „Manchmal ist das noch schwierig, aber bei unseren Kräutern lässt sich dieses Prinzip gut umsetzen“, so Fendel. Statt Blumenerde wird konsequent Kokosrinde verwendet. „Blumenerde besteht zu 90 Prozent aus Hoch-



Setzen auf bequemes Gärtnern in Balkonien: Heinrich Gräbig (hinten li.) und Jan Fendel mit ihren Freundinnen und Mitgründerinnen Martyna Vaskeviciute (li.) und Sarah Poneß. FOTOS: BLUMIXX

moortorf, beim Abbau wird CO₂ freigesetzt und die Landschaft zerstört. Kokosrinde ist ein umweltfreundliches Abfallprodukt, sie ist leichter, kann mehr Wasser speichern und ist weniger anfällig gegen Schädlinge.“



Wird einfach in den Blumenkasten gelegt: Pflanzennetz nach dem Blumixx-Prinzip.

Neben der eigenen Internetseite versuchen sich Blumixx auch bei Ebay und Google, pflegen ihre eigene Facebook-Präsenz mit wachsender Fangemeinde. Allein in den letzten drei Wochen haben die Jungunternehmer zusammen mit ihren Freundinnen, die als Mitgründer für Marketing, Einkauf und Kundenservice zuständig sind, rund 400 Pakete verschickt. Allerdings enthält derzeit nur ein Viertel der Lieferungen die Blumennetze, der überwiegende Anteil besteht aus Blumenkäs-

ten, Kokosrinde und anderem Pflanzenzubehör. „Das Problem ist ja, dass kaum ein Mensch unser Konzept kennt, wir müssen da noch viel Überzeugungsarbeit leisten“, sagt Fendel. Die beiden Freunde überließen diesbezüglich nichts dem Zufall. Laut Marktanalyse haben 55 Millionen Bundesbürger einen Zugang zu Balkon oder Terrasse, „aber nur 40 Prozent sind bepflanzt“, weiß Heinrich Gräbig. „Was nicht heißt, dass sie schön aussehen.“ Mit Blumixx wollen er und sein Team die Balkone der Republik bunt machen. Eine Unternehmensberatung hat ausgerechnet, dass bis zu 100 000 Euro an Investitionen in das Marketing notwendig sind, um für ausreichend Bekanntheit zu sorgen. Dieses Geld muss verdient werden, also wurden bereits Flyer verteilt und persönliche Anschreiben verschickt. Neben 550 Privatkunden gibt es mittlerweile auch zwei Großkunden.

Erklärtes Ziel des Blumixx-Teams: von der Selbstständigkeit leben können. „Irgendwann sind wir vielleicht der Zalando für Garten und Balkon.“ **Niko Wasmund**



Niko Wasmund ist Redakteur der Schleswig-Holstein-Redaktion unserer Zeitung WAS@SHZ.DE