

Grüne Offensive

Andreas Müller investiert kräftig in seine Hydrokulturen GmbH / Expansion bis ins Saarland

Von unserem Redaktionsmitglied Dirk Neubauer



Grüne Wand: Vielfältig sind die Einsatzmöglichkeiten von Grünpflanzen, wie hier im ECE-Center „Ettlinger Tor“ in Karlsruhe. Die Geschäfte des regionalen Marktführers Andreas Müller Hydrokulturen GmbH gedeihen gut. Foto: Jörg Donecker

„Wir gehören zu den zehn größten Raumbegrünerern.“

Andreas Müller, Unternehmer

Karlsruhe. Es grünt so grün, wenn Andreas Müllers Pflanzen blühen. Der regionale Marktführer für Bürobegrünung will mit seiner Andreas Müller Hydrokulturen GmbH (Karlsruhe) im kommenden Jahr

über drei Millionen Euro Erlösen und weitere Mitarbeiter einstellen. Im vergangenen Jahr schrieb das Familienunternehmen noch einen Umsatz von knapp zwei Millionen Euro. Um den Sprung zu schaffen, investiert es in einen Neubau. Büro- und Ausstellungsfläche werden verdoppelt.

Müllers Pflanzen stehen oder hängen in der Zentrale der Deutschen Bundesbank, bei Daimler, Burda und neuerdings im Neubau der United Internet-Gruppe (1&1, Web.de) beim Karlsruher Hauptbahnhof. Auch in der Messe Karlsruhe, in ECE-Centern und bei zahlreichen Mittelständlern zeigt er seinen grünen Daumen. Mittlerweile reicht das Terrain des Hydrokulturen-Profis von München bis Frankfurt und ins Saarland. „Wir gehören definitiv im deutschsprachigen Raum zu den zehn größten Raumbegrüner“, sagt Müller. Vor zwei Jahren hat er den regionalen Wettbewerber Herrmann Hydrokulturen in Bietigheim übernommen. „Wir pflegen im Monat rund 22.000 Pflanzgefäße in den Häusern unserer Kunden“, verdeutlicht Prokuristin Birgitt Müller.

50 Prozent des Gesamtumsatzes erzielt das gut 30-köpfige Team mit der Pflege von Pflanzen. Dieses gedeiht „besser als zuvor“, sagt Andreas Müller. Zum Hintergrund: In Corona-Zeiten stehen etliche Büroetagen leer – die Pflanzen müssen aber versorgt werden. Daher hat Müller Aufträge von jenen Unternehmen bekommen, die sich bislang selbst um ihr Büro-Grün gekümmert haben.

Gehemmt werde das Wachstumstempo durch den Fachkräftemangel, sagt der Unternehmer. Zudem gebe es immer wieder Lieferengpässe, nicht nur bei

Pflanzgefäßen und Beleuchtung, sondern mitunter auch bei den Pflanzen selbst. Die kommen aus aller Welt in speziell klimatisierten und beleuchteten Seecontainern zum Großhändler in die Niederlande – Container sind aber derzeit rar.

Müller sagt, er sei auch optimistisch für die Zeit nach Corona – auch wenn das Homeoffice dann eine größere Rolle spielen werde als vor Ausbruch der Pandemie. „Es werden ja unwahrscheinlich viele Büros gebaut“, sagt Müller. „Die Budgets für die Pflanzen sind da.“ Viele Branchen suchten nach Fachkräften, wollen eine attraktive Arbeitsumgebung bieten. „Ein Chef, der in gesundes Grün investiert, macht bei potenziellen Mitarbeitern einen guten Eindruck“, sagt Anne-Katrin Haager, Assistentin der Geschäftsleitung.

Potenzial bestehe daher auch, wenn bestehende Büroflächen modernisiert werden. „Eine Pflanze sei „nicht nur dazu da, um etwas aufzuhübschen. Eine Pflanze gehört in ein zeitgemäßes Büro wie ein moderner PC oder ein ergonomisch gestalteter Arbeitsstuhl“, so der Chef des 1989 gegründeten Unternehmens. Das hätten zahlreiche Unternehmen erkannt. Pflanzen produzieren Sauerstoff, steigern laut Müller die Motivation, bauen Stress ab, reduzieren Schall und Staub. Und auf transparenten, großen Büroetagen brauche man Pflanzen, damit sich Mitarbeiter heimelig und abgeschirmt fühlen.

„Absolut im Trend liegen Vertikalbegrünungen“, sagt der 56-jährige Unternehmer. Solche begrünten Wände wolle er künftig auch für Fassaden anbieten. „Es gibt in

zahlreichen Unternehmen auch zunehmend Themenräume, etwa zum Schwarzwald oder zur Musik.“

Wenn Müller über Lichtsituationen, Bewässerung und Düngung spricht, dann merkt man: Hydrokultur in der von ihm gebotenen Vielfalt ist eine Wissenschaft für sich. Inzwischen beschäftigt er drei Gartenbauingenieure. Sein Team bietet das komplette Spektrum – von der Bedarfsanalyse bis hin zur Pflege.

Müller möchte nun am aktuellen Standort expandieren – damit dies möglich ist, stellt er seinen zwei Millionen teuren Neubau auf Stelzen. In der neuen Ausstellung werden Verkäufer Arbeitsplätze haben. Aber auch die Büros werden thematisiert – etwa zu Vertikalbegrünung, Sichtschutz, hängenden Objekten –, so dass Kunden auch durch diese geführt werden. Ungewöhnlich dürfte ein Raum für Treffen von Mitarbeitern und Kunden werden. Der passionierte Bergsteiger Müller bezeichnet ihn als „Basecamp“. Dort wird eine alte Sesselbahn aus der Schweiz stehen und vieles alpin gestaltet. Auf den Aufzugsturm des Neubaus möchte der Unternehmer einen Baum pflanzen – selbst dort heißt es dann: Es grünt so grün ...

Hintergrund

Andreas Müller trägt das grüne Gen in sich: Sein Großvater war Chefgärtner im Botanischen Garten in Karlsruhe. Andreas Müller hatte in einer Baumschule den Beruf des Einzelhandelskaufmanns erlernt und wechselte dann als Chef des Blumenshops zum Metro-Großmarkt. Dort kam er zur

Hydrokultur. 1989 gründete er sein Ein-Mann-Unternehmen. Der Durchbruch gelang ihm durch einen Auftrag des US-Konzerns HP.

Bei Hydrokultur handelt es sich um „Wasser-Anbau“. Blähtonkugeln dienen den Pflanzen als Fundament. Sie bekommen Wasser mit Dünger-Lösung. Als Urväter der Hydrokultur gelten die Babylonier. 600 vor Christus hatten sie Gärten, deren Pflanzen auch im Wasser standen. nbr