

Ich werde eine umfassende Marktanalyse des Tulpenmarktes in der Schweiz für die letzten fünf Jahre durchführen. Dabei werde ich die Marktgröße, wirtschaftliche Bedeutung, Hauptakteure, Import- und Handelsstrukturen, Preisentwicklungen sowie Marketing- und Vertriebstrends untersuchen. Zudem werde ich aktuelle Statistiken und Diagramme bereitstellen, um die Analyse anschaulich darzustellen.

Ich melde mich, sobald die Ergebnisse vorliegen.

Research completed in 7m · 20 Quellen

Tulpenmarkt Schweiz: Marktanalyse 2018–2023

1. Marktgröße & Wirtschaftliche Bedeutung

Umsatz & Volumen: Der Schweizer Markt für Schnittblumen hat ein jährliches Volumen von rund **CHF 800 Mio.** im Endverkauf

[handelszeitung.ch](https://www.handelszeitung.ch)

[srf.ch](https://www.srf.ch)

. Tulpen sind dabei nach Rosen die zweitwichtigste Schnittblumenart. Im Jahr 2019 wurden z.B. **15'199 Tonnen** Schnittblumen im Wert von **CHF 169 Mio.** importiert

[bazg.admin.ch](https://www.bazg.admin.ch)

[naturfreunde.ch](https://www.naturfreunde.ch)

– **Tulpen** machten mengenmäßig etwa **14 %** dieser Importe aus

[bazg.admin.ch](https://www.bazg.admin.ch)

(Rosen rund 39 %). Der Pro-Kopf-Konsum liegt bei etwa **CHF 125–130** pro Jahr

[naturfreunde.ch](https://www.naturfreunde.ch)

, womit Schweizer:innen im internationalen Vergleich überdurchschnittlich viel für Blumen ausgeben

[naturfreunde.ch](https://www.naturfreunde.ch)

[srf.ch](https://www.srf.ch)

.

Inlandsproduktion: Die **inländische Tulpenproduktion** deckt nur einen kleinen Teil der Nachfrage. Während der Hauptsaison (Mai–Oktober) wurden 2021 etwa **1'478 Tonnen** Schnittblumen in der Schweiz produziert

[florist.ch](https://www.florist.ch)

. Damit liegt der **Selbstversorgungsgrad** aktuell bei rund **10 %**, d.h. ~90 % der Schnittblumen stammen aus Importen

[srf.ch](https://www.srf.ch)

. (Zum Vergleich: Im Jahr 2000 lag dieser Anteil noch höher – langfristig ist der Marktanteil der Schweizer Produktion gesunken.) Tulpen gelten jedoch als **beliebteste**

Frühlingsblume der Schweizer Gärtnereien

[rutishauserag.ch](https://www.rutishauserag.ch)

und werden lokal vor allem in Gewächshäusern mit Suisse-Garantie-Label kultiviert. Insgesamt bleibt die wirtschaftliche Bedeutung der Tulpe beachtlich, aber **hinter der Rose zurück**, welche insbesondere an Anlässen wie Valentinstag dominiert.

Marktentwicklung (5 Jahre): In den letzten fünf Jahren zeigte der Tulpen- und Schnittblumenmarkt eine **stabile bis leicht wachsende Tendenz**. 2019 stagnierte der Detailhandelsumsatz leicht (-2.6 % ggü. VJ)

jardinsuisse2022.ch

. **2020** führte die COVID-19-Pandemie zunächst zu einem Einbruch (ausbleibende Veranstaltungen, Ladenschließungen), doch durch Nachholeffekte und neue Vertriebskanäle erholte sich der Markt rasch. Bereits **2021/22** erreichten Produktion und Absatz wieder das Niveau der Vorjahre

jardinsuisse2022.ch

. Für **2024** rechnete die Branche erneut mit Umsätzen am oberen Ende der üblichen Spanne, was die **Robustheit und Bedeutung** des Marktes unterstreicht

handelszeitung.ch

Vergleich mit anderen Schnittblumen: Tulpen sind wirtschaftlich bedeutend, aber **Rosen bleiben Spitzenreiter**. Zusammen generieren Rosen und Tulpen über die **Hälfte des Schnittblumen-Umsatzes**

bazg.admin.ch

. Andere wichtige Blumen wie **Chrysanthemen, Nelken, Orchideen** etc. haben deutlich geringere Marktanteile (jeweils nur wenige Prozent)

bazg.admin.ch

. Somit stellen Tulpen nach den Rosen die umsatzstärkste Einzelblumengruppe dar und leisten einen beträchtlichen Beitrag zum Schweizer Blumenhandel.

2. Hauptakteure & Lieferketten

Führende Unternehmen: Der Tulpenhandel in der Schweiz wird von spezialisierten **Blumengroßhändlern** und **Importeuren** dominiert. Wichtige Akteure sind u.a. die **regionalen Blumenbörsen** (z.B. in Zürich, Bern, Luzern), an denen Floristen und Detailhändler ihre Ware beziehen

dergartenbau.ch

. Darüber hinaus gibt es große Import-Firmen wie *Floripac Büttler AG* und *Agrotropic AG*, die Schnittblumen direkt aus Produktionsländern einführen. Floripac etwa zählt zu den **führenden Importeuren von Schnittblumen** (insbes. aus Übersee) und beliefert den Fachhandel mit kreativen Sträussen

floripac.com

. Agrotropic ist der größte Schweizer Rosen-Importeur aus Afrika und insgesamt einer der Top-3-Schnittblumenimporteure

agrotropic.ch

. Auf **Detailhandelsebene** prägen große **Einzelhändler** (Migros, Coop, Aldi/Lidl) den Tulpenverkauf mit ihren Supermarkt-Angeboten, während **Fachfloristen** auf hochwertige Sträuße und Arrangements spezialisiert sind.

Wichtigste Herkunftsländer: Import-Tulpen stammen fast ausschließlich aus den **Niederlanden**, dem weltweit führenden Tulpenproduzenten

bazg.admin.ch

. Insgesamt kamen 2019 knapp **63 % aller Blumenimporte** (nach Wert) aus den Niederlanden

bazg.admin.ch

– Tulpen sind ein Kernprodukt dieser Lieferkette. Weitere wichtige Lieferländer für Schnittblumen sind **Kenia** (18 % Importanteil, v.a. Rosen), **Ecuador** (~7 %) und **Italien** (~6 %)

bazg.admin.ch

. Kenia und Ecuador liefern primär Rosen und andere tropische Blumen; **Tulpen** hingegen werden im Ausland praktisch nur in Europa angebaut, sodass die Schweiz hier stark von niederländischen Züchtern abhängt. Die Niederlande fungieren zudem als **Drehkreuz**: Viele Blumen aus aller Welt (auch aus Afrika/Südamerika) laufen über die holländischen Auktionen und gelangen von dort in die Schweiz

srf.ch

Lieferkette & Rolle der Inlandproduzenten: Inländische Produzenten – meist **Gärtnereien mit Gewächshauskulturen** – spielen vor allem zur **Frühlingssaison** eine Rolle. Sie liefern frische Schweizer Tulpen (meist mit *Suisse Garantie*-Label) an Großhändler und direkt an einige Detailhändler. Ihr Marktanteil bleibt jedoch **klein (ca. 10 %)**, da importierte Ware preisgünstiger und ganzjährig verfügbar ist

srf.ch

. Schweizer Tulpen kommen oft **frischer und haltbarer** zum Konsumenten, was ein Qualitätsvorteil ist, aber höhere Produktionskosten bedeuten. Einige größere Gärtnereien (z.B. Rutishauser AG) haben sich auf Tulpen spezialisiert und produzieren jährlich hunderttausende Stiele unter kontrollierten Bedingungen

stgallerbauer.ch

stgallerbauer.ch

. Insgesamt ergänzen die **einheimischen Tulpen** das Angebot in der Hochsaison und bedienen die wachsende Nachfrage nach regionalen Blumen, während die **Massenversorgung** über internationale Lieferketten – insbesondere aus Holland – erfolgt.

3. Saisonalität & Nachfrage

Hauptsaison: Tulpen sind **klassische Frühlingsblumen**. Die Hauptsaison in der Schweiz erstreckt sich von **Spätwinter bis Frühling**, grob **Februar bis April**. In diesen Monaten ist das Angebot und die Nachfrage am höchsten – Tulpen gelten als „Boten des Frühlings“ und prägen das Bild in Blumenläden und Supermärkten

rutishauserag.ch

. Importstatistiken zeigen einen klaren **jahreszeitlichen Rhythmus**: Ab Spätsommer steigen die Schnittblumenimporte an, erreichen **im Frühling ihren Höhepunkt** (insbesondere um Ostern und Muttertag) und sinken danach im Frühsommer wieder deutlich

bazg.admin.ch

. Hintergrund ist, dass Tulpen im offenen Land oder ungeheizten Gewächshaus hierzulande nur im Frühjahr blühen. Entsprechend werden sie **zwischen Oktober und April verstärkt importiert** (in diesem Zeitraum entfielen 2019 14 % des Importvolumens auf Tulpen)

bazg.admin.ch

, während **Mai bis Oktober** verstärkt auf Inlandware gesetzt wird. Schweizer Gärtnereien treiben Tulpenzwiebeln zudem schon im Winter in Gewächshäusern, um ab **Februar/März** frische Tulpen anbieten zu können – passend zum Bedarf um **Valentinstag** (Mitte Februar) und **Ostern**.

Beliebte Tulpenarten & Trends: Bei Konsumenten sind vor allem **klassische Tulpen-Sorten** in leuchtenden Farben beliebt – etwa rote, gelbe oder bunte Triumph-Tulpen, die im Frühjahr in Bündeln verkauft werden

blumenhalleshop.ch

. Floristen berichten, dass **mehrfarbige Sträuße** mit Tulpen sehr gefragt sind, da sie Frische und Farbenfreude vermitteln. Neben den Standard-Tulpen gibt es eine steigende Nachfrage nach **ausgefallenen Sorten**: Gefüllte („Pfingstrosen-“)Tulpen, **Papageientulpen** mit gefransten Blütenblättern oder **lilienblütige** Tulpen sprechen ein trendbewusstes Publikum an

consumo.ch

. Solche besonderen Züchtungen werden vermehrt angeboten und von Tulpenfestivals präsentiert. Ein Beispiel ist das jährliche **Tulpenfestival in Morges (VD)**, wo über 350 Tulpensorten gezeigt werden – von sanften Pastelltönen bis kräftigen neuen Züchtungen

der-hauseigentuermer.ch

. Solche Events beeinflussen die Vorlieben der Käufer, indem sie die Vielfalt der Tulpe bekannt machen.

Nachfrageentwicklung & Verbraucherpräferenzen: Die generelle Nachfrage nach Tulpen ist in den letzten Jahren **stabil bis steigend**. Tulpen gehören in der Schweiz jedes Jahr zu den meistverkauften Schnittblumen im Frühling. **Verbraucher schätzen Tulpen** für ihr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und die saisonale Frische. Laut Floristenverband achten Kunden beim Blumenkauf in erster Linie auf eine **schöne Optik**, gefolgt vom **Preis** – Nachhaltigkeit oder Herkunft spielen (noch) eine geringere Rolle

srf.ch

. Dennoch gibt es eine **wachsende Nische** von bewussten Konsumenten, die Wert auf **saisonal/regional angebaute Tulpen** legen. Diese Kundschaft fragt explizit nach Schweizer Tulpen (erkennbar z.B. am Suisse-Garantie-Label) oder nach **Bio-Tulpen**, selbst wenn diese teurer sind

naturfreunde.ch

. Generell sind **bunte Mischsträuße** sehr beliebt, doch auch **monochrome Sträuße** mit Tulpen in Trendfarben (z.B. pastellrosa, cremeweiß) haben Konjunktur. Die **Nachfrage verschiebt** sich zudem leicht in Richtung **späterer Frühling**: Durch die Klimaerwärmung und Züchtungen verlängert sich die Verfügbarkeit einiger Tulpen bis in den Mai hinein

lubera.com

, was neue Verkaufsmöglichkeiten rund um Muttertag schafft. Unterm Strich bleiben Tulpen ein **fest etabliertes Saisonprodukt**, das alljährlich – ähnlich wie Schokolade an Ostern – von vielen Schweizer Konsumenten erwartet und gekauft wird.

4. Import, Handel & Regulierung

Importmengen & Herkunft: Die Schweiz importiert **nahezu alle Tulpen** als Schnittblumen. Pro Jahr werden insgesamt rund **13'000–15'000 Tonnen** Schnittblumen eingeführt

naturfreunde.ch

florist.ch

– davon ein erheblicher Anteil in den Wintermonaten Tulpen. Wichtigstes Lieferland ist die **EU (insb. Niederlande)**, die für etwa zwei Drittel des Importvolumens steht

bazg.admin.ch

. Außerhalb der EU sind **Kenia und Ecuador** bedeutend (zusammen ca. ein Viertel), jedoch liefern diese vor allem keine Tulpen, sondern Rosen und andere Arten

bazg.admin.ch

. Tulpenimporte stammen fast ausschließlich aus den **Niederlanden**, wo sie in großem Maßstab in Gewächshäusern gezogen werden. Die Niederlande fungieren zudem als **Handelsdrehscheibe**: selbst Tulpen aus z.B. Frankreich oder Neuzüchtungen aus aller Welt werden oft über die holländischen Blumenauktionen gehandelt und von dort in die Schweiz exportiert

srf.ch

. Die Importmenge verteilt sich stark saisonal (siehe oben), da **während der Schweizer Tulpen-Saison** weniger Bedarf an Import besteht. Insgesamt ist die Schweiz einer der wichtigsten Abnehmer für EU-Blumenexporte – so ging 2023 etwa **31 % der EU-Blumenexporte** in die Schweiz (darunter viele Tulpen)

forbes.com

Zoll- und Einfuhrbestimmungen: Die Schweiz hat **saisonale Importregelungen**, um die Inlandproduktion zu schützen. **Während der Wintermonate** (ungefähr November bis April) dürfen Schnittblumen aus der EU *zollfrei* eingeführt werden

bazg.admin.ch

– dies ist genau die Zeit, in der Tulpen in Holland en masse blühen und hierzulande gefragt sind. **Zwischen dem 1. Mai und 25. Oktober** hingegen gilt ein **Importkontingent**: Wird eine bestimmte Menge überschritten, fallen Zölle auf zusätzliche Blumen an

bazg.admin.ch

. Dadurch sollen heimische Produzenten in der Vegetationsperiode vor Billigimporten geschützt werden. Dieses Instrument führt dazu, dass **Tulpen fast nur im Herbst/Winterhalbjahr importiert** werden

bazg.admin.ch

, während zur lokalen Hauptblüte im Frühjahr der Markt von Schweizer Ware (und begrenzten, verzollten Restimporten) gedeckt wird. Neben Zöllen unterliegen Blumen **phytosanitären Vorschriften**: Schnittblumen müssen frei von Schädlingen und Krankheiten sein. Tulpen dürfen z.B. nur ohne Erde (als Schnitt oder als Zwiebeln mit Pflanzengesundheitszeugnis) importiert werden. Einige **invasive Pflanzen** sind generell verboten, doch Tulpen zählen nicht dazu

bazg.admin.ch

. Anders als bei Obst/Gemüse gibt es **keine Deklarationspflicht** für Herkunft im Verkauf

srf.ch

– d.h. der Kunde sieht im Laden oft nicht, ob eine Tulpe aus Holland oder der Schweiz stammt. Viele Händler kennzeichnen dies aber freiwillig (etwa mit Schweizer Fähnchen am Bund).

Nachhaltigkeit & Bio-Regulierung: Offizielle Importauflagen bezüglich **Öko- oder Sozialstandards** bestehen nicht; dennoch gewinnen freiwillige Zertifizierungen an Bedeutung. **Fairtrade-Max-Havelaar-Blumen** (mit Sozial- und Umweltstandards) machten 2020 bereits CHF 45 Mio. Umsatz in der Schweiz

fairtrademaxhavelaar.ch

fairtrademaxhavelaar.ch

. Solche Fairtrade-Tulpen gibt es allerdings kaum, da Tulpen überwiegend aus Europa kommen – Fairtrade-Blumen stammen eher aus Afrika/Südamerika (v.a. Rosen)

fairtrademaxhavelaar.ch

. **Bio-Tulpen** unterliegen den Richtlinien von Bio Suisse, falls in der Schweiz angebaut. Bio Suisse definiert strenge Vorgaben für **biologische Zierpflanzenproduktion** (Verzicht auf chemisch-synthetische Dünger/Pestizide etc.)

bioaktuell.ch

. Immer mehr Gärtnereien stellen auf **Bio-Blumen** um – über 100 Betriebe bauen inzwischen Zierpflanzen nach Bio-Standard an

bioaktuell.ch

bioaktuell.ch

. Dennoch bleibt der **Bio-Anteil im Zierpflanzenmarkt eine Nische**

bioaktuell.ch

bioaktuell.ch

. Auf Importseite werden kleine Mengen Bio-Zierpflanzen (etwa Zwiebeln oder Zweige) eingeführt

bioaktuell.ch

, bei Tulpen spielt dies aber noch kaum eine Rolle. Gesetzlich reguliert ist der Bio-Blumenmarkt primär durch die allgemeinen Bio-Verordnungen (für deklarierte Bio-Ware) sowie durch private Standards (Bio Suisse Knospe). **Zusammenfassend** achten die Schweizer Behörden vor allem auf *Pflanzengesundheit und Marktschutz* bei Tulpenimporten. Nachhaltigkeitsaspekte liegen im Ermessen der Marktteilnehmer – hier sorgen Labels und Brancheninitiativen für die relevanten Leitplanken.

5. Preisentwicklung & Konsumverhalten

Preisentwicklung (Großhandel): Der **Preis für Tulpen** wird von Angebot und Nachfrage der Saison bestimmt. Langfristig gesehen sind **Importpreise** für Schnittblumen deutlich gesunken: Im Jahr 2000 lag der Durchschnittspreis am Schweizer Zoll bei CHF 14.40/kg, 2019 nur noch bei CHF 11.10/kg

bazg.admin.ch

. Dieser Trend zu günstigeren Einkaufspreisen spiegelt die Verlagerung der Produktion in **Niedriglohnländer** und Effizienzsteigerungen wider. Tulpen sind heute – inflationsbereinigt – **billiger als vor 20 Jahren**. In den letzten fünf Jahren bewegten sich die Preise relativ stabil. **2020** gab es kurzzeitig Überangebote (Lockdown-bedingt mussten in Holland Millionen Tulpen vernichtet werden), was die Erzeugerpreise drückte. **2022** hingegen führte die Energiekrise (hohe Gaspreise für holländische Gewächshäuser) zu einem knapperen Angebot – manche Züchter drosselten ihre Produktion, was die Preise ansteigen ließ

rtl.de

. Generell sind Tulpen aber **preislich moderat**: In der Vorfrühlingszeit werden sie oft als **Aktionsware** verkauft, z.B. 10er-Bunde im Supermarkt für CHF 10–15. Saisonale **Preisspitzen** treten um den Valentinstag und Muttertag auf, wenn die Nachfrage sprunghaft steigt. Floristen berichten, dass vor Muttertag der Tagesumsatz das **3- bis 10-fache eines normalen Tages** erreicht

[srf.ch](https://www.srf.ch)

– entsprechend erhöhen sich Großhandelspreise in diesen Wochen. Nachfragetreiber sind **Feiertage, Wetter** (ein milder Frühling belebt das Geschäft früher) und **Kostenfaktoren** wie Energie. Insgesamt blieb das **Preisniveau für Tulpen** zuletzt relativ **stabil**, mit leichten Erhöhungen 2023/24 aufgrund gestiegener Transport- und Energiekosten. Im Vergleich zu Rosen sind Tulpen pro Stiel deutlich günstiger, was sie attraktiv für den MassenkauF macht.

Einflussfaktoren auf die Preise: Wichtigster Faktor ist die **Saisonalität**: Früh im Jahr (Jan/Feb) sind die ersten Tulpen teurer (da noch geringe Mengen, oft aus beheiztem Anbau), im März/April zur Hauptsaison sinken die Stückpreise bei reichlichem Angebot. **Währungsfaktoren** (Euro-Franken-Kurs) spielen ebenfalls eine Rolle, da Tulpen größtenteils in Euro eingekauft werden – ein starker Franken verbilligt die Importe. Zudem wirken sich **Transportkosten** (v.a. LKW-Kosten aus NL) und **Zölle** in der Sommerperiode auf die Preise aus. Ein weiterer Faktor ist die **Qualität/Sortierung**: Lange, dickstielige Tulpen in seltener Farbe erzielen höhere Preise als Massenware. Schließlich beeinflusst das **Konsumverhalten** die Preisgestaltung: Weil viele Käufer preissensibel sind und Tulpen als eher „alltägliche“ Blume sehen, halten große Händler die Preise kompetitiv niedrig, was Druck auf die Margen ausübt. Hingegen können **Floristen** für aufwändig gebundene Tulpensträuße (mit Beiwerk) höhere Preise verlangen. Insgesamt ist die Preisbildung ein Zusammenspiel von **Angebotskosten** (Energie, Löhne in NL, Fracht) und **Nachfrage-Peaks** durch saisonale Anlässe.

Kaufverhalten & Absatzkanäle: Schweizer Konsumenten kaufen Tulpen über **mehrere Kanäle**:

- **Supermärkte und Discounter:** Ein großer Teil der Tulpen (v.a. Standard-Bunde) wird in Migros, Coop, Aldi, Lidl etc. verkauft. Diese bieten meist preisgünstige Bundware in Selbstbedienung an, was für Spontankäufe attraktiv ist. Die *Großverteiler* decken mit ihrer Dichte an Filialen und langen Öffnungszeiten einen erheblichen Teil des Volumens ab.
- **Blumenfachgeschäfte (Floristen):** Traditionelle Blumengeschäfte spielen weiterhin eine wichtige Rolle, besonders für **Sträuße als Geschenk** (z.B. zu Muttertag, Geburtstag) und für **höherwertige Arrangements**. Viele Kunden gehen für individuell gebundene Tulpensträuße oder spezielle Sorten zum Floristen. Floristik-Fachgeschäfte verzeichnen rund um Feiertage ein Vielfaches des üblichen Umsatzes

[srf.ch](https://www.srf.ch)

. Insgesamt gibt es in der Schweiz über 700 Fachbetriebe im Blumenhandel (Zahl leicht rückläufig in den 2010ern).

- **Gärtnereien und Märkte:** In der Saison bieten auch Gärtnereien, Wochenmärkte und **Hofläden** Tulpen an – teils aus eigener Produktion. Besonders beliebt sind **Selbstpflückfelder**: In vielen Gegenden können Kunden im Frühjahr Tulpen

selbst schneiden. Die Richtpreise auf dem Feld liegen etwa bei **CHF 1.00 pro Stiel** (bzw. ~CHF 0.80 bei Abnahme größerer Mengen)

sbv-usp.ch

, was etwas unter Ladenpreisen liegt. Dieses Direktangebot spricht preissensitive und erlebnisorientierte Käufer an.

- **Online-Handel & Lieferdienste:** Der Online-Verkauf von Blumen wächst stetig. Anbieter wie **Fleurop**, **SayFlowers**, **Blumenpost** oder **Farmy** ermöglichen das Bestellen von Tulpensträußen per Internet mit Lieferung nach Hause

sayflowers.ch

blueme-shop.ch

. Insbesondere jüngere Kunden und solche, die Blumen verschenken wollen, nutzen vermehrt diese Dienste. Fleurop (über lokale Partnerfloristen) und Co. haben speziell zum Valentins- und Muttertag viele Tulpenbestellungen. Auch **Abomodelle** (wöchentliche Blumenlieferung) gewinnen langsam an Bekanntheit.

Insgesamt kaufen Konsumenten **Tulpen bevorzugt dort, wo es bequem und günstig** ist – also oft im Supermarkt. Für besondere Anlässe und höhere Ansprüche werden aber gerne **Floristen** aufgesucht. Die **Absatzstruktur** verschiebt sich tendenziell Richtung großverteilter Kanäle und Online, doch die **Blumenläden** behaupten sich durch Service und Individualität. Nicht zuletzt fördern Aktionen wie die kostenlose Verteilung von 4'000 Sträußen am „Tag der Schweizer Blume“ die Lust der Verbraucher, verstärkt **heimische Tulpen beim Floristen** zu kaufen

dergartenbau.ch

dergartenbau.ch

6. Trends, Marketing & Vertrieb

Marketingstrategien: Die Branche nutzt gezielte Marketingaktionen, um Tulpen und generell Schweizer Blumen zu promoten. Seit **2023** gibt es den „**Tag der Schweizer Blume**“: Am 1. September 2023 wurde dieser von *florist.ch* (Floristenverband) erstmals durchgeführt, indem landesweit **über 4'000 Sträuße aus Schweizer Blumen** gratis an Passanten verteilt wurden

dergartenbau.ch

. Diese Aktion – unterstützt von JardinSuisse – soll die Nachhaltigkeit heimischer Blumen und das Floristen-Handwerk ins Rampenlicht rücken

dergartenbau.ch

. Auch in den Jahren zuvor gab es Marketinginitiativen: Floristen und Händler werben in Frühjahrskampagnen mit Slogans wie „*Die Tulpen sind da!*“ und dekorieren Geschäfte

entsprechend. **Social Media** wird vermehrt genutzt, um trendige Tulpen-Arrangements zu zeigen und jüngere Kunden anzusprechen (z.B. Instagram-Aktionen zur Tulpenblüte). **Fleurop** und Online-Blumenhändler investieren in zielgerichtete Werbung rund um die Spitzenzeiten (Valentins- und Muttertagskampagnen mit Tulpen-Motiven). Ein weiteres Marketinginstrument sind **Label**: Schweizer Tulpen werden mit *Swissness*-Labels (z.B. Schweizer Kreuz, *Suisse Garantie*) versehen, um die lokale Herkunft als Verkaufsargument zu nutzen. Insgesamt setzt die Branche darauf, Tulpen emotional aufzuladen – als Symbol für Frühlingserwachen, Frische und Freude – was in Werbebotschaften und Ladenpräsentationen deutlich wird.

Events & Messen: Im Tulpenhandel selbst gibt es wenige spezifische Messen in der Schweiz, jedoch finden bedeutende **Branchenanlässe im Ausland** statt, an denen Schweizer Akteure teilnehmen. Die **IPM Essen** (Deutschland) etwa ist Europas Leitmesse für die Grüne Branche, wo auch Trends bei Schnittblumen (inkl. Tulpen) präsentiert werden. Nationale Anlässe sind eher publikumsorientiert: das bereits erwähnte **Morges Tulpenfestival** zieht alljährlich ~**280'000 Besucher** an und steigert die Popularität der Tulpe in der Schweiz

der-hauseigentuemer.ch

. Floristen treten zudem bei **Leistungswettbewerben** oder Schauen (z.B. Giardina Zürich, eine Garten- und Blumenmesse) auf, wo Tulpenarrangements gezeigt werden. Für den Handel wichtige Vernetzungsplattformen sind auch die **Blumenbörsen-Tage** der Großhändler, bei denen Sortimentsschauen und Ordertage stattfinden (häufig im Januar vor Saisonstart). Zusätzlich gibt es **regionale Blumenmärkte** und -feste (etwa in Seleger Moor für Iris/Tulpen oder an Frühlingsfesten), die Marketingcharakter haben. Diese Events dienen dazu, **Neuzüchtungen** vorzustellen, **Endkunden zu inspirieren** und den Medien Aufhänger für Berichte zu bieten. Summa summarum tragen solche Veranstaltungen dazu bei, **Trends zu setzen** und das Image der Tulpe vom „Allerweltsschnittblume“ hin zur vielfältigen Lifestyle-Blume aufzuwerten.

Nachhaltigkeit & Bio-Trends: Ein deutlicher Trend im Blumenmarkt – und damit auch bei Tulpen – ist die steigende Bedeutung von **Nachhaltigkeit**. Zwar rangiert dieses Kriterium laut Umfragen erst an dritter Stelle nach Aussehen und Preis

srf.ch

, doch die **Sensibilisierung der Verbraucher** nimmt zu. Immer mehr Kunden fragen: „*Woher kommt diese Tulpe? Wurden Pestizide eingesetzt?*“ – auch wenn die Infos nicht auf dem Etikett stehen müssen

srf.ch

. Die Branche reagiert mit Transparenz- und Öko-Initiativen. Beispielsweise betonen Importeure wie Floripac, dass sie ihre **Lieferanten nach nachhaltigen Kriterien** auswählen und anerkannte Labels (wie MPS oder GlobalG.A.P.) berücksichtigen

floripac.com

floripac.com

. Im Inland boomt die **Slowflower-Bewegung** (seit ca. 2019 auch in der Schweiz verbreitet)

naturfreunde.ch

: Sie propagiert **saisonal-regionalen Blumenanbau ohne Chemie** und kurze Transportwege. Für Konsumenten bedeutet das z.B., dass es **Tulpen nur im Frühling** gibt und nicht im Herbst aus dem Kühlhaus

naturfreunde.ch

– im Gegenzug wird aber höchste Frische und Ökologie geboten. Einige Floristen werben damit, ausschließlich **lokale Bio-Blumen** zu verwenden, was bei umweltbewussten Käufern Anklang findet. Allerdings haben **solche nachhaltig erzeugten Tulpen** auch einen höheren Preis, da fairere Löhne und umweltschonender Anbau die Kosten steigern

naturfreunde.ch

. Die große Masse der Verbraucher greift weiterhin zu Standard-Tulpen, doch **Bio- und Fairtrade-Anteile** wachsen langsam: 2020 waren z.B. **CHF 45.3 Mio.** des Schweizer Blumenkonsums Fairtrade-zertifiziert

fairtrademaxhavelaar.ch

fairtrademaxhavelaar.ch

. Der Detailhandel reagiert darauf mit **mehr gekennzeichneten Produkten** – Coop führt z.B. Fairtrade-Rosen, Migros hat testweise ein Sortiment lokal erzeugter Schnittblumen eingeführt. Für Tulpen speziell gibt es (noch) kein Fairtrade-Siegel, aber *Suisse Garantie* und *Bio Knospe* als Indikator für Nachhaltigkeit.

Vertriebsinnovationen: In der Distribution setzt man zunehmend auf **digitale Lösungen und Direktvermarktung**. Online-Shops mit Tulpensträussen boomen, und einige Produzenten verkaufen **direkt ab Hof oder via Webshop** an Endkunden, um Zwischenhandel zu umgehen. Auch **Abo-Modelle** (regelmäßige Blumenbox) und **kreative Verkaufsformate** (Pop-up-Flower-Stores, Blumenautomaten in Bahnhöfen) gehören zu den neuen Trends.

Fazit Trends: Der Tulpenmarkt in der Schweiz bewegt sich in Richtung **mehr Nachhaltigkeit, Regionalität und neue Vertriebsideen**, ohne die traditionellen Stärken – Saisoncharme, Massenattraktivität und emotionale Vermarktung – zu verlieren. Durch Marketingaktionen wie den Tag der Schweizer Blume und beliebte Events bleibt die **Aufmerksamkeit hoch**, und Tulpen behaupten ihren festen Platz sowohl im Massenmarkt (Supermarkt-Bundware) als auch im anspruchsvollen Segment (Bio- und Designer-Sträusse vom Floristen). Die kommenden Jahre dürften von der Balance zwischen *Exoten-Import* und *Swissness* geprägt sein, wobei die Tulpe als **wirtschaftlich wichtige und kulturell verankerte** Blume in beiden Welten zuhause ist.

Quellen: Bundesamt für Zoll/BAZG

bazg.admin.ch

bazg.admin.ch

; Bundesamt für Statistik (Detailhandelsumsätze)

naturfreunde.ch

; Schweizer Floristenverband & Blumenbörsen

handelszeitung.ch

dergartenbau.ch

; SRF News

srf.ch

srf.ch

; *florist.ch* Brancheninfo

florist.ch

dergartenbau.ch

; Bio Suisse/*bioaktuell*

bioaktuell.ch

; Fairtrade Schweiz

fairtrademaxhavelaar.ch

; Naturfreunde Schweiz

naturfreunde.ch

naturfreunde.ch

; u.a.