

Blüten? Nein danke!

Wer nach Schnittblumen
Ausschau hält, sucht
vergeblich. The Botanical
Room verkauft aus-
schließlich besondere
Grünpflanzen

Keramikkunst

Die Pflanzen-Community schätzt
handgemachte Keramik, individuelle Töpfe
und bunte Körbe. Etwa die „Boob Pots“
mit Brüste

**Punkte, Streifen, Flecken
und sogar Karos**

Je ausgefallener das
Muster eines Blattes,
desto beliebter ist
die Pflanze in der
Community



Fotos: Norman Konrad für FOCUS-Magazin



Queen of Green
Hanni Schermaul
verkauft edle
Gewächse im
Kreuzberger The
Botanical Room

Meine grünen Kinder

Die Generation Y verwandelt ihre Hipster-Wohnungen und WG-Zimmer in üppige Gewächshäuser. Für viele Großstädter zwischen 20 und 35 sind **Zimmerpflanzen** mehr als nur hübsche Deko. Sie gehören zur Familie

Döner-Dunst weht über die Berliner Manteuffelstraße. Ein Straßenmusiker versucht sich am Gitarrenspiel. Mütter mit Kinderwagen, Kids auf Scootern, Hunde führende Trainingsanzugträger eilen über den zugemüllten Gehweg. Kreuzberg eben. Aber es gibt hier auch eine Oase der Stille, wo man tief durchatmen und den Großstadtmief hinter sich lassen kann. Willkommen im Botanical Room!

Hanni Schermaul hat das kleine Ladenlokal vor eineinhalb Jahren gegründet. Üppige Grünpflanzen hängen von der Decke, feuchte Luft schlägt einem entgegen, es riecht nach frischer Erde. Die 38-jährige Berlinerin verkauft hier ein Stück Natur für zu Hause. Nicht Schnittblumen, nicht Hibiskus, sondern ausgefallene Topfpflanzen wie Sukkulenten, Monsteras und die derzeit besonders beliebte Calathea. Anders als bei herkömmlichen Blumengeschäften kommen zu ihr all jene, die einem ganz besonderen Trend verfallen sind. Wer nach exotischen oder seltenen Grünpflanzen sucht, kauft im Botanical Room. Und die Kunden sind nicht etwa Flower-Power-Kinder oder Alt-Ökos, sondern meist nicht älter als 30.

So grün war's lange nicht

Die Millennials, also die 20- bis 35-Jährigen, sind verrückt nach Grün. Die Mitglieder der Generation Y verwandeln ihre Hipster-Wohnungen und WG-Zimmer in Gewächshäuser. Woher rührt die Sehnsucht nach der wild wuchernden Flora im eigenen Heim? Wieso fahren Großstädter (wieder) auf Zimmerpalmen und Kakteen ab?

Für den Blogger Igor Josifovic ist klar: „Die Pflege der Pflanzen wirkt meditativ.“ In einer Welt voller Smartphones bleibe schließlich vieles oberflächlich und nicht greifbar. Der Münchner und seine Kollegin Judith de Graaff führen seit 2013 den erfolgreichen Blog „Urban Jungle Bloggers“. Josifovic glaubt, dass sich die jungen Urbanisten in ihrem Zuhause ein grünes Paradies schaffen wollen, einen geschützten Raum, in dem sie sich von ihrem stressigen Alltag erholen können. Entschleunigung unterm Efeu.

Seit der Gründung des Blogs vor fünf Jahren wächst die Online-Pflanzen-Community schneller als Unkraut. Die Wurzeln des Trends vermutet Josifovic, der als Social-Media-Manager arbeitet, in

den USA und Skandinavien. Der 41-Jährige glaubt, dass die Lust an organischer Materie, an Natur und Leben einen Gegenentwurf zum virtuellen Dasein vor dem Bildschirm darstellt. „Das Gefühl für Haptik geht in der digitalisierten Gesellschaft zunehmend verloren, deshalb wollen wir etwas zum Greifen, zum Fühlen. Da ist eine unbewusste Sehnsucht, die gestillt werden muss“, sagt er. Studien bestätigen, dass Pflanzen im Haushalt entspannend wirken und Stress abbauen, auch das Wohlbefinden sollen sie steigern. Zudem verbessern sie das Raumklima, indem sie Schadstoffe filtern.

Viel wird gerätselt über die seelische Verfasstheit der jungen Generation. Die amerikanische Psychologin Jean Twenge studiert die Unterschiede zwischen Babyboomer, Generation X, Y und Z. Sie hat festgestellt, dass vor allem die letzten beiden Alterskohorten immer mehr Zeit daheim verbringen. Anstelle exzessiv zu feiern, fläzen sie auf dem Sofa und gucken Netflix bis zur Pupillenstarre. Bei ihren Eltern damals in den achtziger Jahren nannte man das Cocooning. Untersuchungen zufolge leidet die Generation Kuschelig auch zunehmend unter Einsamkeit. Welche Rolle dabei Social Media und die damit einhergehende Scheinkommunikation spielen, ist noch strittig.

„Life Companions“, also Gefährten, suchen wir in den stillen Mitbewohnern, meint Romain Raffard. Sie ersetzen quasi die fehlenden Kontakte mit unseren Mitmenschen, spenden Geborgenheit und Wärme. Der Franzose betreibt von Paris aus den stylischen Online-Shop Bergamotte, eine der ersten Adressen für Botanisten.

Schon mal den Kümmertrieb trainieren

Nelson De Coninck hat sich über die Ursachen dieser Entwicklung Gedanken gemacht. Der 21-Jährige zählt zu den erfolgreichsten Plantfluencern, wie man Influencer mit Pflanzen-Content nennt. Der Belgier versorgt nicht nur seine Avocado-Sprösslinge täglich mit Wasser, sondern auch seine 67 000 Follower mit Fotos von seiner lebenden Deko. Dabei sind die Grünlinge weitaus mehr als schmückendes Inventar: „Viele Millennials wollen fürsorglich sein, sind aber noch nicht bereit, die Verantwortung für Haustiere oder gar Kinder zu übernehmen.“ Sie trainierten ihren Kümmertrieb erst mal an relativ anspruchsloser Materie.



Monstera-Stil
Igor Josifovic
betreibt den erfolg-
reichen Blog „Urban
Jungle Bloggers“. Er liebt es üppig

Mein Freund, der Gummibaum.

Pflegeleichte Anfängerpflanzen



Monstera

◀ **Klassisch**
Die Monstera liegt mit ihrer markanten Blattsilhouette im Trend. Sie ist auch von Einsteig-Afficionados nicht so leicht dürr zu kriegen

Praktisch
Ein Ficus ist eine sehr kräftige und angenehme genügsame Pflanze



Ficus



Bogenhanf

◀ **Robust**
Der Bogenhanf gehört zur Sukkulentenfamilie und verzeiht Anfängerfehler. Er produziert auch nachts Sauerstoff



Grüne Harmonie
Unter dem Instagram-Account Fridlaa postet ein Berliner Pärchen Fotos aus seinem Heim

Die grünen Mitbewohner vertreiben die Einsamkeit



Ersatzfamilie
Der 21-jährige Belgier Nelson De Coninck ist bekannt für seine selbst gezogenen Avocado-Pflanzen

Dennoch investieren die Nachwuchsbotaniker reichlich Zeit und Geld in die Hege und Pflege ihrer Schützlinge. De Coninck berichtet über die emotionale Bindung und das Gefühl von Zufriedenheit, mit der er und seine Mitstreiter belohnt würden. Das Glück erwächst aus dem Grün.

Gemeinsam statt einsam gärtnern

Die Netzwerke sind voll mit Hashtags, die das Pflanzenpflegen feiern. So fluten täglich Hunderte von Bildern mit den Hashtags „succulentsunday“, „monstera-monday“ oder „urbanjungle“ die Instagram-Feeds.

Alles, was aus dem Topf sprießt, wird auf Plattformen wie Instagram und Pinterest kunstvoll in Szene gesetzt, jeder noch so kleine Trieb fotografiert und kommentiert. Die Nutzer tauschen Tipps aus: Welcher selbst gemixte Sud killt Blattläuse? In welcher Erde gedeiht die Geigenfeige am besten? Wie viel Licht benötigt die Pilea?

Der Trend wuchert via Internet bis in die entlegensten Winkel, die grüne Welle schwappt auch bis Südamerika und Russland. Das Gebot der Nachhaltigkeit macht vor der Greenery natürlich nicht halt. „Ein Topf made in China geht gar nicht“, sagt die Inhaberin von The Botanical Room. Hanni Schermaul berichtet, dass ihre Kundschaft hohe ästhetische Ansprüche an den Pott stellt.

Handgemacht soll die Keramik sein. „Pflanze und Gefäß sollen zu einem Kunstwerk verschmelzen“, erklärt Schermaul. Sie bietet sogar Handgetöpftes aus dem Iran an. Ethno ist chic. Auch Schräges kommt an, etwa die „Boob Pots“ oder „Bottom Pots“, verziert mit Keramikbrüsten und -hintern, hergestellt im Studio Group Partner in Brooklyn. Preis: 72 Euro.

Der Trend fällt auch bei Designern und Möbelherstellern auf fruchtbaren Boden. Die Kreativen entwickeln Pflanzenständer und Regale. Selbst die Makramee-Ampel aus den frühen 80ern ist zurück – am besten selbst geknüpft. Tische mit integrierten Pflanzbehältnissen sind gerade sehr beliebt. Hanni Schermaul vergleicht das Grünzeug mit der Jeans: Beides seien Klassiker, auch wenn sich der Stil jede Saison ändert. Wobei die Jeans noch ein bisschen schwieriger totzukriegen ist als der gemeine Ficus benjamins.