

Versuchsflächen in Schachbrettoptik



Lars Hennemann
CHEFSACHE

Chefsache Eurogreen in Rosenheim kennt das Geheimnis jedes Grashalms von der Keimzelle bis zur sattgrün genährten Spitze. Jeder Kunde erhält den Rasen oder die Rasenpflege, die zum Bedarf passt. Fußballbundesligisten wie auch die Bundeswehr verlassen sich auf diese Kenntnis.

Die Versuchsflächen vor der Firmenzentrale in Rosenheim zeigen die verschiedenen Stufen der Rasenpflege.



Geschäftsführer Thomas Peters auf einem Versuchsrasen vor der Unternehmenszentrale in Rosenheim

Fotos: Jens Weber

Zum Unternehmen:
Eurogreen GmbH

1973: gegründet als Abteilung für Profikunden (Platzwarte, Greenkeeper, kommunale Bauhöfe) von Wolf Garten als Pionier des Rasenmarktes

1990: WM Italien: Eurogreen in acht von zwölf Stadien

1996: Expansion nach Tschechien

2005: Ausgründung der Eurogreen als eigene GmbH

2009: Insolvenz von Wolf Garten

2010: Die Baywa AG erwarb Eurogreen.

2012: Expansion nach Österreich

2022: Der Umsatz lag bei etwa 30 Millionen Euro, die Beschäftigtenzahl bei etwa 60 in Deutschland sowie weiteren 50 bei den Beteiligungen im Ausland.

Weitere Information:
www.eurogreen.de



Ein Video zum Thema gibt es unter: rz-forum.de/eurogreen oder mit diesem QR-Code.

Von RZ-Chefredakteur Lars Hennemann

Es gibt Menschen, die müssen von Berufs wegen das Gras wachsen hören können: Wie steht es um Farbe, Vitalität, Gesundheit, Schnitthöhe und was man sonst noch für möglichst saftiges Grün braucht? Thomas Peters kennt die Antworten darauf und eine ganze Menge mehr. Das muss er auch, denn seine Kundschaft ist anspruchsvoll: Fußball-

Bundesligisten wie Bayern München, der 1. FC Köln, Schalke 04, VfL Bochum oder Union Berlin, dazu Golfclubs, Städte und Gemeinden, die Bundeswehr („Ja, auch die haben große Grünflächen in den Kasernen“) und viele Sportvereine, die einfach nur einen belastbaren, gepflegten Rasensportplatz wollen. Ihre Wünsche werden von der Firmenzentrale in Rosenheim im Kreis Altenkirchen aus bedient. Als Ausgliederung der bei vielen

noch bekannten ehemaligen Mutter Wolf Garten (siehe Info-kasten) überstand man deren Insolvenz im Jahr 2009 und ist seit einigen Jahren erfolgreich allein unterwegs. Auch Wolf Garten gibt es noch, als bloße Marke der amerikanischen Stanley Black and Decker, die sich bei Eurogreen heute noch auf die Forschung und Entwicklung rund um Rasendünger und -saatgut stützt. Mittlerweile ist Eurogreen eine hundertprozentige Beteiligung des

global tätigen Agrar-, Energie- und Baustoffhändlers BayWa mit Hauptsitz in Bayern. Peters ist seit 1988 dabei. Der studierte Agraringenieur hat sein eigenes Credo: „Die Landwirtschaft ist die Keimzelle jedes menschlichen Wirtschaftens: Einkauf, Produktion, Marketing, Verkauf, Veredlung.“ Also veredeln sie in Rosenheim und an zwei weiteren Standorten in Österreich und der Tschechischen Republik, was das Zeug hält. Die

Niederlassung in der Schweiz wurde als Spätfolge der Wolf-Insolvenz 2018 verkauft. Auf 3500 Quadratmeter Versuchsfläche neben dem Firmengebäude im Westerwald kann man wie auf einem gigantischen Schachbrettmuster besichtigen, wie vielfältig Rasen sein kann, auf dem man als Unkundiger oft nur achtlos herumtrampelt: Mal ist er ganz kurz und weich wie ein Moossteppich, mal ist er kräftiger und erkennbar für rauere Einsatzzwecke vorgesehen. Und wie kommen eigentlich jene Muster zustande, die man vor allem von Fernsehbildern aus den großen Stadien kennt? „Das ist eine Sache der Mähdichtung und der Richtung, aus der man auf die Rasenhalme schaut. Die Unterseite der Blätter ist heller gefärbt und liegt mal mit und mal gegen die Betrachtersicht.“

Zum Mähen kommen wir noch. Erst aber hält Peters noch einmal fest, dass Rasen ganz schön viel aushalten muss. Fußballschuhe, Golfschläger, Schnitt, Trockenheit und Nährstoffmangel setzen den Pflanzen ganz schön zu. Wohl auch deshalb kommen den Eurogreen-Kunden nur zugelassene Sorten des Bundessortenamtes (BSA) auf die Plätze. Insgesamt sieben solcher BSA-Prüfstandorte gibt es für alle Züchter in Deutschland. In Rosenheim ist man – logisch – für das Thema Mittelgebirge zuständig. „Relativ kühl, relativ viel Niederschlag“, merkt Peters trocken an, als die Besucher bei thementypischem Wetter über die Versuchsflächen stapfen. Durch moderne Technik hat man sich aber bereits ein gehöriges Stück von den Unwägbarkeiten des Wetters unabhängig gemacht. „Wir haben den größten Datenpool in Europa“, sagt der Geschäftsführer. Daraus schneiden die 22 Berater für jeden Kunden ein Konzept, das zwar individuell entsteht, aber auf standardisierten Analyseprozessen wie Bodenproben, Pflanzenbestand,

Drainage, Bewässerung, Nutzungsintensität, Klimaregion und anderem gründet. In einem durchschnittlichen Jahr werden so mehr als 6500 Sportplätze bedient, dazu kommen noch Golfplätze und Parkrasen – bis hin zur kompletten Neuanlage. Eurogreen wird immer mehr zum Dienstleister, der mit seinem Systemangebot Produkte, Bau, Sanierung und Pflege koordiniert. „Den Vereinen sagen wir: Ihr spielt Fußball, wir kümmern uns um den Platz.“ Viele Kunden lassen sich laut Peters gern darauf ein und geben ihre Flächen in kundige Hände, auch weil die Zahl der klassischen Platzwarte abnimmt. Nur die großen Fußballclubs beschäftigen in der Regel eigene sogenannte Greenkeeper. Das Konzept scheint anzukommen, laut Peters liegt der Marktanteil von Eurogreen in Deutschland bei etwa 30 Prozent.

„Der Fußball ist schon das Wichtigste“, führt er weiter aus. Bei der bekanntlich schönsten Nebensache der Welt ist nicht nur in der Bundesliga, sondern auf jedem gut gepflegten Rasen mittlerweile Hightech gefragt. Und damit wären wir dann beim Thema Mähen angekommen. Peters betritt eine Halle, in der einige recht großvolumige Roboter abgestellt sind: „Einfach mit dem iPad programmieren, und dann fahren die auf den Zentimeter ihren Kurs ab“, schwärmt der Geschäftsführer. Eurogreen bezieht die Geräte von einem belgischen Hersteller als Teil des bereits erwähnten Servicepakets. In der Winterpause kommen sie auf Wunsch der Kunden nach Rosenheim zur Wartung.

An den Geräten hängen Laufzettel, auf denen der Name der Kunden steht. Bei manchen ist das der einer Kaserne. Auf die Frage, wie denn die Bundeswehr so als Kunde sei, reagiert Peters mit freundlichem Humor: „Wenn die Bundeswehr einen Rasenroboter ausschreibt, bekommen wir einen Vorgang mit 110 Seiten. Dann kann man sich vorstellen, wie eine Ausschreibung für einen Panzer aussieht.“ Am Ende jedenfalls hätten auch die in den Diensten der Landesverteidigung stehenden Eurogreen-Geräte den Kunden immer zufriedengestellt. Peters bleibt selten an einer Stelle stehen. Immer gibt es noch etwas zu zeigen, zu erklären. Er sucht immer die nächste Lösung, schaut nach vorn. Die Fachberater sollen verstärkt Satelliten für ihre Planungen einsetzen, auch

der Klimawandel will immer stärker mitbedacht sein. „Rasen ist Verschleißsache, da muss man schnell die Lücken schließen“, sagt Peters in schönster Fußballersprache. Auch deshalb soll in die nächsten Generationen der Mähroboter künstliche Intelligenz einziehen, die Live-Daten vom Zustand einer Grünfläche in die Zentrale senden soll. Man muss also bald schon gar nicht mehr auf ihm stehen, um dem Gras beim Wachsen zuzuhören zu können ...

Zur Person

Thomas Peters, geboren 1960 in Andernach, wohnt im Kreis Mayen-Koblenz.

1997: Verkaufsleiter Deutschland

1998: Geschäftsleiter Europa

Diplom-Agraringenieur (Universität Bonn)

2001: Spartenleiter Rasen Profi und Konsument Wolf Garten

1988: Mitarbeiter im Vertriebsaußendienst von Eurogreen

Seit 2005: Geschäftsführer von Eurogreen



Thomas Peters erklärt an einem Foto die Pflege eines Rasens in einem Bundesligastadion.



Mit vielen Spezialmaschinen arbeitet Eurogreen in der Rasenpflege.