OBST & GEMÜSE profi

Artikel vom 19.01.2026 · Ausgedruckt am 12.11.2026, 13:40 Uhr

Online: https://og-profi-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/gruene-woche-2026-deutschland-mein-garten-im-stil-der-goldenen-20er-in-der-blumenhalle

Grüne Woche 2026: „Deutschland – Mein Garten.“ im Stil der goldenen 20er in der Blumenhalle



Bert Schmitz (Aufsichtsratsvorsitzender Landgard eG), Lisa Kloke (BVEO), Thomas Schlich (Geschäftsführer Landgard Obst & Gemüse GmbH & Co. KG) und Dr. Christian Weseloh (Geschäftsführer BVEO und DRV) vor dem Fassadenbereich im „Deutschland – Mein Garten“-Look in der Blumenhalle
Foto: BVEO

Die Grüne Woche feiert vom 16. bis 25. Januar 2026 ihr 100. Jubiläum. Die Messe gilt seit einem Jahrhundert als bedeutende Plattform für Ernährung, Landwirtschaft und Gartenbau. Ein zentrales Highlight ist auch in diesem Jahr die Blumenhalle in Halle 2.2, die von der Erzeugerorganisation Landgard gemeinsam mit der Initiative „1000 gute Gründe“ ausgerichtet wird. Unter dem Motto „Babylon Garden - Blütezeit der goldenen Zwanziger“ präsentiert die Halle eine florale Inszenierung, die an die glamouröse Ära der 1920er erinnert.

Die Bundesvereinigung der Erzeugerorganisationen Obst und Gemüse e.V. (BVEO) ist mit der Kampagne „Deutschland – Mein Garten.“ über ein passend gestaltetes Fenster in einer der historischen Fassaden in der Blumenhalle vertreten. Die Kampagne nutzt die besondere Gestaltung und das Motto, um die Vielfalt, Qualität und Zukunftsorientierung des deutschen Gartenbaus in Szene zu setzen. Über 3.000 Quadratmeter Hallenfläche, ein Mini-Wald, üppige Pflanzenarrangements, Revuetreppen und ein opulenter Kronleuchter geben dem Jubiläum der Grünen Woche einen ganz besonderen Rahmen.

„Die Blumenhalle als Publikumsmagnet ist der beste Ort, um den Messebesuchern unsere Kampagne zu präsentieren“, so Dr. Christian Weseloh, Geschäftsführer der BVEO. „Deutschland – Mein Garten.“ informiert seit 2012 über die vielen Frische-, Qualitäts- und Umweltvorteile von Obst und Gemüse aus Deutsch-land. Ziel ist es, Verbrauchern langfristig die heimischen Produkte, deren Saison und ihre Vorzüge näherzubringen.

Quelle: BVEO