POWERED BY IPM

TASPO Awards 2026

INNOVATION
QUALITÄT
KREATIVITÄT

Die Grüne Branche gestalten –
jetzt **EINREICHEN** und **GEWINNEN!**

JETZT BIS 08. JUNI 2026 EINREICHEN!

taspoawards.de

7 GUTE GRÜNDE
für deine BEWERBUNG

1. Bleib im Gespräch: Mit deiner Bewerbung machst du auf dein Unternehmen, deine Produkte und Dienstleistungen aufmerksam.
2. Zeige deine Projekte und Innovationen einer breiten Öffentlichkeit – von der Grünen Branche bis hin zum Endverbraucher.
3. Profitiere als Finalist oder Gewinner von der Strahlkraft des Awards: Wir berichten in unseren Medien – online und print – und informieren deine örtliche Presse über deinen Erfolg.
4. Jede Teilnahme an einem Wettbewerb ist immer auch ein Impuls für das Unternehmen. Du wirst dir deiner Stärken noch bewusster und wächst als Team weiter zusammen.
5. Die Auszeichnung als Finalist oder Gewinner ist ein Gütesiegel. Du bestärkst damit deine Bestandskunden und zeigst Neukunden, dass du der richtige Partner bist.
6. Der Galaabend in Berlin bietet einen festlichen Rahmen zum Netzwerken. Vertiefe deine Kontakte und gewinne neue hinzu.
7. Nicht zuletzt sind die TASPO Awards ein guter Grund zum Feiern: Dich selbst und deine Familie, Mitarbeiter, Kollegen, alle Finalisten und Gewinner – und die gesamte Grüne Branche.

SO EINFACH GEHT'S:

Für jede Kategorie gibt es ein Formular, das die Anmeldung und die Fragen zur jeweiligen Kategorie direkt beinhaltet. Du kannst das Formular einfach online ausfüllen sowie Bilder und eventuelles Zusatzmaterial beilegen.

BEWERBUNGSSCHLUSS IST DER 08. JUNI 2026!
WICHTIG: Ohne Zustimmung zum Datenschutz und zu den AGB ist das Formular nicht rechtsgültig.

In diesem Jahr wird es keine Verlängerung geben.

JETZT BEWERBEN!

Alle weiteren Informationen, Unterlagen und ausführliche Teilnahmebedingungen findest du unter **taspoawards.de.**

ERFOLGSGESCHICHTEN

„Der TASPO Award 2025 ist eine tolle Anerkennung unserer Leistung für das Gemeinwohl und lässt uns mit noch mehr Schwung in unser zehntes Vereinsjahr starten. Unser ganzes Dorf ist stolz auf diese besondere Auszeichnung."

Uwe Klug, Vorsitzender des Christbaumdorf e.V. Mittelsinn,
1. Platz in der Kategorie
„Bestes Marketingkonzept analog"

„2025 wurden wir bereits zum vierten Mal mit dem TASPO Award ausgezeichnet. Der Preis steht für Innovationskraft, Praxisrelevanz und Qualität und genießt großes Vertrauen in der Branche. Entsprechend setzen wir die Auszeichnung gezielt in unserer Kommunikation ein. Für uns ist sie nicht nur eine Bestätigung unserer Arbeit, sondern auch ein starkes Zeichen, das das Selecta Team für neue Projekte zusätzlich motiviert."

Nadine Schuler-Zeeb, Marketing Managerin
Selecta Klemm GmbH & Co. KG
1. Platz in der Kategorie „Beste Produktidee B2B"

„Der zweite Platz beim TASPO Award bedeutet mir sehr viel. Er zeigt, dass kreative Ideen und authentisches Marketing auch im regionalen Fachhandel große Wirkung entfalten könne.
Diese Auszeichnung ist für mich eine besondere Anerkennung und zugleich Ansporn, meine Arbeit weiterhin mit Herzblut, Kreativität und Verantwortung für meine Kundinnen und Kunden sowie für unsere Branche fortzusetzen.

Mit unserer Teilnahme am TASPO Award konnten wir unsere Stärken als Team unter Beweis stellen und freuen uns sehr über den 2.Platz. Der Wettbewerb bietet eine wertvolle Gelegenheit, das eigene Unternehmen weiterzuentwickeln. Zudem sollte die äußerst positive Außenwirkung bei den Kunden nicht unterschätzt werden."

Andreas Rombach, Geschäftsführer Blumen Rombach
2. Platz in der Kategorie „Fachhändler des Jahres" und
in der Kategorie „Beste Marketingaktivität analog"

WICHTIGE TERMINE
im Überblick

Die TASPO Awards decken eine breite Palette an Fachbereichen ab.
Auf den nachfolgenden Seiten findest du eine detaillierte Übersicht aller verfügbaren Kategorien.

WICHTIGE TERMINE IM ÜBERBLICK

Einreichungsstart: 27. März 2026
Einreichungsschluss: 08. Juni 2026

TEILNAHMEGEBÜHREN

Erste Einreichung: 140,00 EUR (zzgl. MwSt.)
Jede weitere Einreichung: 105,00 EUR (zzgl. MwSt.)

TICKETVERKAUF & ORGANISATION

Nach der Veröffentlichung der Shortlist startet offiziell der Ticketverkauf für die Preisverleihung.

Bitte beachte, dass die Organisation sowie die Kosten für die Anreise und Übernachtung von den Gästen selbst zu tragen sind. Für die Anreise stellen wir dir ab Mitte des Jahres einen Link auf unserer Website zur Verfügung, wo du nachhaltig mit der Bahn zur Gala reisen kannst.

Für eine Übernachtung direkt in der Location (Grand Hyatt Hotel) kannst du unter der Telefonnummer 06131 796 4940 mit dem Stichwort ‚Haymarket TASPO Award 2026' bis zum 30. September ein Zimmer buchen. Alternativ besteht die Möglichkeit die Buchung des Zimmers auf der Homepage www.grandhyattberlin.de unter Angabe des Gruppencodes vorzunehmen: ‚G-TA26'.

UNSER EVENTTEAM BERÄT DICH GERNE UND HILFT DIR BEI FRAGEN WEITER

Nadine Diercks
Senior Eventmanager
+49 531 38004-45

Sina Vogel
Senior Eventmanager
+49 531 38004-48

E-Mail: **events@haymarket.de**

KATEGORIEN
& Kriterien

REGELUNGEN ZUR EINREICHUNG

Wir möchten die Vielfalt fördern und gleichzeitig einen fairen Wettbewerb ermöglichen.
Daher gilt in diesem Jahr eine neue Regelung:

Pro Kategorie darf eine Firma mit maximal 3 unterschiedlichen Produkten antreten.
Es steht dir jedoch völlig frei, Einreichungen in beliebig vielen verschiedenen Kategorien vorzunehmen – hier gibt es keine Begrenzung!
Bewertet werden Aktivitäten aus dem **Zeitraum Januar 2024** – **Mitte Juni 2026**
Bitte nutze für deine Einreichung das entsprechende Onlineformular auf **taspoawards.de**;
bei Rückfragen steht dir unser Team unter **events@haymarket.de** jederzeit zur Verfügung.

NEWCOMER DES JAHRES

Die Zukunft der Grünen Branche beruht auf gut ausgebildeten, motivierten Nachwuchskräften. Du gehörst dazu, hast neue Ideen und willst diese umsetzen. Diese Kategorie steht Einzelpersonen bis zu einem Alter von 35 Jahren oder auch Gruppen in dieser Altersklasse offen. Vielleicht hast du erfolgreich ein Unternehmen gegründet, einen Betrieb übernommen oder eine Geschäftsidee verwirklicht. Als Gruppe könntest du dich zum Beispiel im Rahmen deiner Meister- oder Technikerausbildung mit einem besonderen Projekt befasst haben. Erzähle, wie du dich für den Berufsstand einsetzt oder wie du andere junge Menschen für den Gartenbau begeisterst – auch über die Sozialen Medien.

KRITERIEN:

- Beruflicher Werdegang, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Kommunikationskanäle, Vernetzung in der Branche
- Persönliches Engagement (Berufsstand, Ehrenamt, Politik, Soziales, Vereine)
- Erreichen der selbst gesteckten Ziele, betriebswirtschaftlicher Erfolg
- Nachhaltigkeit der Aktivitäten

BESTES KONZEPT UMWELT & NACHHALTIGKEIT

Zu deiner Firmenphilosophie gehört es, dein Unternehmen umweltbewusst und nachhaltig auszurichten. Du engagierst dich für ein sozial verantwortungsvolles Handeln über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Erzähle uns von deiner Unternehmensstrategie für ein harmonisches Miteinander von Ökonomie, Ökologie und Sozialem. Verzichtest du zum Beispiel auf umwelt- und gesundheitsschädliche Stoffe in deinem Unternehmen? Reduzierst du den Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel? Setzt du auf erneuerbare Energien? Achtest du darauf, Ressourcen zu sparen? Folgt deine Idee dem Prinzip eines geschlossenen Kreislaufs? Vielleicht tragen deine Produkte und Dienstleistungen gezielt dazu bei, die Umwelt zu erhalten, soziale Gerechtigkeit zu fördern und einen wirtschaftlichen Wert zu schaffen.

KRITERIEN:

- Zielsetzung und Einklang mit definierten Zielen
- Glaubwürdigkeit des Gesamtkonzepts, soziales Engagement
- Ressourceneffizienz
- Nachhaltige Effekte
- Innovationsgrad

BESTE PRODUKTIDEE B2B

Du hast ein neues, innovatives Produkt aus dem Segment gartenbauliches Zubehör und Bedarf entwickelt und in deinem Kundenstamm aus dem Profi-Gartenbau eingeführt. Du beschreitest mit dieser Neuerung ausgefallene Wege, die deine Kunden bei ihrer Arbeit unterstützen, ihnen eventuell Arbeit abnehmen oder auch bisherige Produkte ersetzen. Vielleicht erschließt du sogar neue Kundengruppen mit diesem Produkt. Zeige, wo die Stärken dieses Produkts liegen und wer davon profitiert. Mache deutlich, wie und wo du dieses Produkt erfolgreich im Markt platziert hast und wie du es herstellst. (Software, Apps, KI-Anwendungen und Ähnliches reiche bitte bei „Digitale Innovation des Jahres“ ein.)

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Unterscheidung von bisherigen Produkten in diesem Segment
- Fokussierung auf eine Zielgruppe, Kundenansprache
- Marktpotenzial
- Nutzerfreundlichkeit, Produkt ist zur vorhandenen Situation beim Kunden kompatibel

DER CHRISTMASWORLD AWARD – FLORIST DES JAHRES

Egal, ob du als Unternehmer ein Blumenfachgeschäft führst, eine Werkstatt betreibst oder als freier Floraldesigner zum Beispiel im Eventbereich kreativ bist: Erzähle, was dein individuelles Unternehmenskonzept ausmacht. Wie richtest du deine Aktivitäten und Schwerpunkte aus? Wie kommunizierst du diese nach außen? Wie begeisterst du deine Kunden für dich? Welche Zielgruppe sprichst du an? Hast du Angebote für jüngere Kunden? Wie machst du in den sozialen Netzwerken auf dich aufmerksam? Wie richtest du dein Unternehmen zukunftssicher aus?

KRITERIEN:

- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Digitale Präsenz, Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Kundenfreundlichkeit (Serviceangebote und Dienstleistungen)
- Für Geschäftsinhaber: Analoge Präsenz, Sortiments- und Ladengestaltung, Serviceangebote, Dienstleistungen

KOOPERATION DES JAHRES

Du bist mit einem Partner eine Kooperation eingegangen, weil ihr beide von dem Zusammenschluss profitiert. Oder du hast eine bestehende Kooperation sinnvoll erweitert. Welche Vorteile ergeben sich für alle Partner aus dieser Kooperation? In welchen (Teil-)Bereichen nutzt du Synergien? Produzierst oder vermarktest du zum Beispiel gemeinsam? Konntest du durch die Kooperation Kosten senken oder deine Zielgruppen erweitern? Wie nutzt du das neu hinzugewonnene Know-how? Erzähle uns, was euch gemeinsam stark und erfolgreich macht.

KRITERIEN:

- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Aufgabenverteilung innerhalb der Kooperation, Kommunikationskultur
- Messbarer, wirtschaftlicher Erfolg, Wachstumsperspektiven
- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Synergieeffekte

PFLANZENPRODUZENT DES JAHRES

Von Beet- und Topfpflanze, Schnittblume oder Genusspflanze bis zu Staude, Strauch oder Baum: Erzähle, wie du dich als Pflanzenproduzent am Markt positionierst. Wie hast du deinen Betrieb und deine Vermarktung organisiert? Wie schaffst du es, in der Produktion für eine konstante Qualität zu sorgen? Welche technischen Neuentwicklungen unterstützen dich bei der Produktion? Informiere über deine Sortimentspolitik als wichtigen Bestandteil deines Betriebskonzepts. Hast du dich spezialisiert, zum Beispiel auf Sonderformen, Raritäten, gebietsheimische Gehölze oder Bio-Produktion?

KRITERIEN:

- Marktpotenzial, Erreichen der definierten Ziele
- Differenzierung zum Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Nachhaltigkeit deines Engagements

DER JOHANNES SCHUETZE AWARD – DIGITALE INNOVATION DES JAHRES

Du hast eine innovative digitale Lösung für die Grüne Branche oder den Endverbraucher entwickelt. Das können zum Beispiel eine Branchensoftware, eine App oder ein Webshop sein. Auch der Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI), der immer wichtiger wird, gehört in diese Kategorie. Erzähle, welches Konzept sich dahinter verbirgt. Wie spiegelt deine Idee die Bedürfnisse des Marktes wider? Wer interessiert und begeistert sich dafür und hat letztlich einen Nutzen davon? Wie hast du deine digitale Innovation bekannt gemacht und vermarktet? Vielleicht konntest du sogar neue Kundengruppen erschließen. In welchen Schritten hast du deine Lösung realisiert? Ist deine Idee einzigartig – und ist sie profitabel?

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Marktpotenzial
- Unterscheidung von bisherigen Produkten in diesem Segment, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Vorteile für den Nutzer

BESTES SOCIAL MEDIA MARKETING

Erzähle, wie du deine Kunden über Social-Media-Kanäle ansprichst und welches Marketingkonzept du dafür entwickelt hast. Welche Aktivitäten hast du auf welchen Kanälen initiiert – und wie kamen diese beim Kunden an? Warum hast du dich genau dafür entschieden und woran misst du den Erfolg? Welches Image kommunizierst du? Welche Story verbirgt sich hinter deinem Unternehmen, deiner Marke oder deinem Produkt? Erzähle, mit welchen Aktionen du in den Sozialen Medien auf dich aufmerksam machst und welche Mittel du zur Kundenbindung einsetzt. Welche Aktionen waren besonders erfolgreich? Konntest du über die Sozialen Medien neue Zielgruppen ansprechen? Erzähle, was deine Ziele beim Marketing sind und wie du diese erreicht hast.

KRITERIEN:

- Was war die Idee hinter deinen Aktivitäten in den Sozialen Medien?
- Marketingziele und Erreichen der definierten Ziele (Controlling)
- Umsetzung der Marketingstrategie
- Design, Bildsprache
- Positionierung im Wettbewerb

DER PÖPPELMANN AWARD – BESTES AUSBILDUNGSKONZEPT

Qualifizierte Mitarbeiter bilden die Basis eines erfolgreichen Unternehmens. Diese auszubilden und an den Betrieb zu binden – das ist in Zeiten des Fachkräftemangels enorm wichtig. Was tust du, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und junge Menschen nachhaltig für den Gartenbau, den GaLaBau oder die Floristik zu begeistern? Über welche Kanäle – analog oder digital – trittst du an zukünftige Mitarbeiter heran? Wie zeigst du, dass du ein attraktiver Arbeitgeber bist? Wie bindest du den Nachwuchs an dein Unternehmen? Welche langfristige Strategie verfolgst du in diesem Bereich? Erzähle, was du für die Aus- und Weiterbildung tust und wie deine Unternehmenskultur für ein gutes Betriebsklima sorgt.

KRITERIEN:

- Optimierte Arbeitsbedingungen, Kommunikationskultur, Mehrwertangebote
- Soziales Engagement innerhalb und außerhalb des Unternehmens
- Förder- und Nachwuchsprogramme
- Nachhaltigkeit deines Engagements
- Erreichen der definierten Ziele

DER SAGAFLOR AWARD – BESTE PRODUKTIDEE B2C

Du hast ein neues, innovatives Produkt für den Endverbraucher mit Bezug zur Grünen Branche entwickelt und am Markt eingeführt. Das Produkt überrascht die Kunden, macht neugierig und regt zum Kauf an, für den Eigenbedarf oder als Geschenk. Vielleicht erschließt du sogar neue Kundengruppen oder Absatzwege mit diesem Produkt. Zeige, wo die Stärken dieses Produkts liegen und wie Handel und Käufer davon profitieren. Mache deutlich, wie und wo du dieses Produkt erfolgreich im Markt platziert hast und wie du es herstellst.

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Unterscheidung von bisherigen Produkten in diesem Segment
- Fokussierung auf eine Zielgruppe
- Marktpotenzial
- Wie wird das Produkt erfolgreich am Markt platziert

FACHHÄNDLER ODER GARTENCENTER DES JAHRES

Als Inhaber eines Gartencenters, eines Endverkaufsbetriebs oder einer Gartenbaumschule kennst du deine Kunden und bietest darauf abgestimmt deine Pflanzen und Produkte an. Erzähle, welche Mittel du zur Kundenbindung einsetzt. Welche Aktionen waren bei deinen Kunden besonders erfolgreich? Vielleicht ist dein Kundenservice außergewöhnlich. Oder du bietest besondere Dienstleistungen auf dem Friedhof an. Gehst du erfolgreich neue, digitale Wege im Marketing? Wirbst du mit Spezialitäten aus eigener Produktion oder mit regionaler Ware? Vielleicht hast du Veränderungen am Sortiment vorgenommen, um auf neue Bedürfnisse einzugehen? Und wie gelingt es dir, neue Kunden zu gewinnen, gerade auch jüngere Menschen?

KRITERIEN:

- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle, Neukundengewinnung
- Kundenfreundlichkeit
- Gestaltung von Sortiment und Verkaufsflächen

DER LANDGARD AWARD – BLUMEN & PFLANZEN: ZÜCHTUNG ODER KONZEPT DES JAHRES

Du hast eine neue Pflanze oder Schnittblume gezüchtet und erfolgreich im Markt eingeführt oder ein innovatives Konzept für eine neue Pflanze oder Schnittblume entwickelt. Zeige, warum der Markt diese Pflanze oder Schnittblume braucht, welches Potenzial in ihr steckt und welche Pläne du damit hast. Wie kann sie bestehende Sortimente auffrischen oder ergänzen? Worin unterscheidet sich diese Pflanze oder Schnittblume von bisherigen Vertretern des Sortiments? Mache deutlich, wie du mit einem Marketingkonzept Aufmerksamkeit generierst, um sie in einer möglichst hohen Stückzahl am Markt zu platzieren.

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Marktpotenzial
- Maßnahmen zur Markteinführung
- Vorteile für den Produzenten
- Vorteile für den Endverbraucher

DER AMBIENTE AWARD – KUNDEN-ERLEBNIS DES JAHRES

Erzähle, wie du Endverbraucher gezielt ansprichst und welches Marketingkonzept du dafür entwickelt hast. Warum hast du dich genau dafür entschieden und woran misst du den Erfolg? Welche Aktivitäten hast du initiiert – und wie kamen diese beim Kunden an? Welches Image kommunizierst du? Welche Story verbirgt sich hinter deinem Unternehmen? Erzähle, welche Mittel du zur Kundenbindung einsetzt. Welche saisonalen Aktionen oder thematischen Präsentationen auf der Verkaufsfläche waren bei deinen Kunden besonders erfolgreich? Bist du bekannt für dein gastronomisches Angebot, etwa ein Café, und gewinnst damit Stammkunden? Begeisterst du Menschen aus der Region mit Events oder Kursen? Erzähle, was deine Ziele beim Marketing sind und wie du diese erreicht hast.

KRITERIEN:

- Marketingziele und Erreichen der definierten Ziele
- Umsetzung der Marketingaktivität
- Design, Bildsprache
- Positionierung im Wettbewerb
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle, Neukundengewinnung

BESTES GALABAU-PROJEKT PRIVATGARTEN

Mediterran, der Traum vom Landhaus oder nordisch-kühl: Träume, Sehnsüchte und Urlaubserinnerungen spielen eine große Rolle, wenn private Kunden ihren Wunschgarten beschreiben sollen. Doch 1:1 umgesetzt wirken solche Sehnsuchtsgärten in unseren Breiten oft deplatziert. Die Kunst in der Gestaltung liegt darin, in den Vorstellungen der Kunden das zu finden, was sie wirklich wollen – und das dann stimmig umzusetzen. Zeige uns Projekte, bei denen dir das besonders gut gelungen ist: Durch Form, Material und eine bewusste Pflanzenauswahl. Wie hast du Gehölze, Stauden oder Gräser eingesetzt und mit Blüten- und Strukturpflanzen gespielt? Welche außergewöhnlichen Arten und Sorten kamen zum Einsatz? Und mit welchen weiteren Mitteln – etwa durch den Einsatz von Licht oder Wasser – hast du die gewünschte Wirkung noch verstärkt? Wie zeigen sich die Aspekte des Gartens im Lauf der Jahreszeiten? Und welches Pflegekonzept hast du dafür entwickelt? Wie pflegeleicht ist der Garten? Wie nachhaltig ist dein Gartenprojekt?

KRITERIEN:

- Berücksichtigung von Kundenwünschen
- Idee und Originalität, konzeptionelle Umsetzung
- Einpassung in das natürliche/bauliche Umfeld
- Handwerkliche Ausführung und gestalterische Qualität
- Standortgerechte und nachhaltige Pflanzen- und Materialwahl

BESTES GALABAU-PROJEKT FIRMENGARTEN

Firmengärten bieten viele Vorteile: Neben einem Beitrag zum Klimaschutz und zur Biodiversität steigern sie die Zufriedenheit der Mitarbeitenden und tragen zu einem positiven Image des Unternehmens bei. Für GaLaBau-Betriebe ist die Realisierung von Firmengärten an Bürogebäuden, Gewerbe- und Industriebetrieben oder Gesundheitseinrichtungen eine anspruchsvolle und vielseitige Aufgabe. Die Nutzerfreundlichkeit ist hier ein wichtiger Aspekt, aber auch der Pflegeaufwand spielt eine große Rolle. Kunden aus der Gastronomie (Hotels, Gaststätten) wünschen sich von ihrem GaLaBauer einen Außenbereich, in dem sich die Gäste wohlfühlen. Dazu kann ein Grillplatz ebenso beitragen wie ein Bachlauf oder ein kleiner Teich. Die Gestaltung soll zum Gebäude ebenso passen wie zur Ausrichtung des Gastronomiebetriebs. Neben all diesen Ansprüchen der gewerblichen Kunden muss natürlich auch das Budget eingehalten werden. Zeige uns besonders gelungene Projekte, die du für gewerbliche Kunden realisiert hast. Wie hast du Gehölze, Stauden oder Gräser eingesetzt und mit Blüten- und Strukturpflanzen gearbeitet? Mit welchen Materialien hast du Wege und Gelände gestaltet? Wie naturnah und nachhaltig ist dein Projekt? Wie hoch ist der Pflegeaufwand?

KRITERIEN:

- Idee und Originalität, konzeptionelle Umsetzung, Einpassung in das Umfeld
- Nutzerfreundlichkeit, soziologische und gesundheitliche Wirkung
- Handwerkliche Ausführung und gestalterische Qualität, Pflegeaufwand
- Standortgerechte, naturnahe und nachhaltige Pflanzen- und Materialwahl
- Berücksichtigung von Klimaschutz und Biodiversität

BESTES GALABAU-PROJEKT DACH/FASSADE/INNENRAUM

Gerade in dicht besiedelten Gebieten brauchen wir mehr Grün, um den negativen Folgen des Klimawandels entgegenzuwirken und die Aufenthaltsqualität für die Menschen zu verbessern. Da bietet es sich an, neue oder bestehende Gebäude einzubeziehen und ihre Dächer und/oder Fassaden zu begrünen. Auch im Innenraum zeigen Pflanzen eine positive Wirkung. Für GaLaBau-Betriebe ist die Realisierung solcher Projekte eine interessante Aufgabe, die viel Kreativität und technisches Know-how erfordert. Für den Kunden ist neben den Baukosten auch der langfristige Pflegeaufwand ein wichtiger Faktor. Zeige uns besonders gelungene Projekte, die du in diesem Bereich realisiert hast. Wie hast du Gehölze, Stauden oder Gräser eingesetzt? Für welchen technischen Aufbau und welche Bewässerung hast du dich entschieden? Welche Sonderlösungen kamen zum Einsatz? Beschreibe, wie das Pflegekonzept aussieht und wie hoch der Pflegeaufwand ist. Welche besonderen Verhältnisse bestanden bei dem Projekt, zum Beispiel extreme Schatten- oder Sonnenflächen, Windsog? Gab es Herausforderungen beim Einbau wie Behördenabsprachen, Zeitmanagement oder Materiallogistik?

KRITERIEN:

- Idee und Originalität, Einpassung in die baulichen Gegebenheiten
- Nutzerfreundlichkeit, optische und klimatische Wirkung
- Handwerkliche Ausführung und gestalterische Qualität, Pflegeaufwand
- Standortgerechte und nachhaltige Pflanzen- und Materialwahl
- Berücksichtigung von Klimaschutz und Biodiversität

BAUMPFLEGER DES JAHRES

Als kletternder Baumpfleger oder GaLaBauer mit Schwerpunkt Baumpflege, aber auch als Baumkontrolleur oder Sachverständiger trägst du dazu bei, dass die Verkehrssicherheit von Bäumen gewährleistet ist. Auch sorgst du dafür, dass sich Bäume artgerecht entwickeln und über einen möglichst langen Zeitraum vital bleiben. Stelle uns ein Projekt vor, das für dich eine große Bedeutung hat. Konntest du zur Erhaltung eines besonderen Altbaums oder einer historischen Allee maßgeblich beitragen? Bist du über die praktische Arbeit hinaus für die Baumpflege aktiv, zum Beispiel in einem Verband, in der Ausbildung, im Natur- und Artenschutz oder in der Öffentlichkeitsarbeit? Zeichnest du dich durch ein besonderes Unternehmenskonzept oder eine Spezialisierung aus?

KRITERIEN:

- Beruflicher Werdegang, persönliches Engagement, Vernetzung in der Branche
- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Erreichen der selbst gesteckten Ziele, betriebswirtschaftlicher Erfolg
- Kundenansprache und Kundenfreundlichkeit (Serviceangebote und Dienstleistungen)
- Optimierte Arbeitsbedingungen, Aus- und Weiterbildung im Unternehmen

---

DER IPM-GOLD AWARD – DIE UNTERNEHMERPERSÖNLICHKEIT DES JAHRES

Für diesen besonderen Gold Award kannst du dich nicht selbst bewerben. Unsere Jury hat das alleinige Vorschlagsrecht für diese ganz besondere Auszeichnung.

Ein besonderer Dank gilt den Partnern der TASPO Awards 2026

IPM ESSEN·GERMANY

ambiente

christmasworld

JOHANNES SCHUETZE HOLDING AG
Einkaufsoptimierung – gemeinsam sind wir stark!

Landgard®

PÖPPELMANN® TEKU®

SAGAFLOR

---

paic®

BLUMEN 1000 GUTE GRÜNDE

SAVE THE DATE!

Die Preisverleihung der **21. TASPO AWARDS** findet am **30. OKTOBER 2026** statt.