

Wie verkauft man heute eine Pflanze, zum Beispiel eine Pelargonie oder Petunie, wenn neue Sorten von vielen Züchtern in so guter Qualität selektiert werden, dass neben den Konsumentinnen und Konsumenten auch dem Experten ein Ranking immer schwerer fällt? Die Autorin empfiehlt Konzepte – insbesondere solche, die die aktuellen Trends bedienen.

**Text:** Karin Krodel, Green Pflanzenhandel GmbH, Zürich

**Bilder:** Dümmer (6), Green Pflanzenhandel (2)



Das neue Cottage-Dreams-Konzept steht für Pflanzen im Landhausstil, die der Käufer oder die Käuferin selber kombiniert.

## Was tun, um sich der Austauschbarkeit zu entziehen?

Was tun, wenn jede Serie alle wichtigen Farben enthält und alle führenden Züchtungshäuser verschiedene Wuchstypen anbieten? Und wenn sich die Wetterbedingungen so prekär zuspitzen wie in diesem Frühjahr, sodass die Hauptverkaufszeit auf ganz wenige Wochen zusammenschrumpft? Wie schafft man es, in dieser komprimierten Verkaufsphase an den Verkaufsstellen Aufmerksamkeit auf das eigene Produkt zu lenken, wenn doch Tausende von Pflanzen genauso gut aussehen und in der Pflege auch nicht anspruchsvoller sind?

Diese Fragestellung ist nicht neu, auch wenn sie dieses Jahr wieder besonders aktuell war. Aufgeweckte Jungpflanzen- und Saatgutfirmen haben schon vor einiger Zeit erkannt, dass es nicht mehr genügt, ein gutes Produkt anzubieten, sondern dass es darüber hinaus einer Marketingunterstützung bedarf, die dazu beiträgt, die Pflanzen nicht nur bis zum Produktionsbetrieb, sondern durch den gesamten Verkaufskanal bis hin zu den Konsumentinnen zu promoten. So entstanden Konzepte, die den Verkauf durch visuelle Signale und inhaltliche Botschaften unterstützen: geprüfte Bepflanzungs-

vorschläge, die schon während der Produktion umgesetzt werden. Logotöpfe und Poster am Verkaufspunkt, die das Produkt hervorheben und die Markenbildung stärken. Flyer und Stecketiketten mit Pflegehinweisen, die die Beratung in den Verkaufsstellen erleichtern und die Selbstbedienung der Kundschaft unterstützen. Das bedeutet Convenience nicht nur für die Konsumentinnen, sondern in der gesamten Vermarktungskette – und am besten nicht nur im Frühjahr, sondern in jeder Verkaufssaison.

Als Beispiele werden hier drei Konzepte der Firma Dümmer für den Beet- und Balkonpflanzenbereich vorgestellt. Sie können auch als Anregung dienen, um Ideen zu entwickeln, wie das eigene Sortiment den Bedürfnissen der jeweiligen Kundschaft entsprechend gestaltet und präsentiert werden kann.

### Träume im Landhausstil

2014 lanciert Dümmer ein neues Konzept mit dem Namen Cottage Dreams. Damit sollen Beetpflanzen vermarktet werden, die sich für eine Bepflanzung im aktuellen Landhausstil eignen. Im Mittelpunkt der Sortimentsvorschläge ste-

hen die interspezifischen Pelargonien der Serie 'Sarita', die ergänzt werden mit *Calibrachoa*, *Brachyscome*, *Lobelia*, *Bacopa* und *Fuchsia*. Passend zu den Rot- und Rosatönen der Pelargonien wurden diese Begleiter in Rot, Rosa oder Blau ausgewählt.

Beim Cottage-Dreams-Konzept gibt es keine fixe Mischbepflanzung, sondern der Käufer, der idealerweise über einen eigenen Garten oder eine Terrasse verfügt und sich regelmässig mit Pflanzen befasst, wählt selbst, was er anpflanzen möchte und in welcher Anordnung. Die dabei entstehenden Blumenkästen, Solitiergefässe und Rabatten umgeben Haus und Terrasse mit dem Charme eines Landhausgartens. Um die Sortimente an der Verkaufsstelle unter diesem Thema zu präsentieren, hat Dümmen Kulturtöpfe mit dem Cottage-Dreams-Logo geschaffen, aber auch Stabetiketten und Banner für die CC-Wagen. Die Zielgruppe sind Pflanzenfreunde, die gerne noch selbst pflanzen und gestalten.

**Eyecatcher im gehobenen Segment**

Weniger Eigeninitiative und Einsatz vonseiten der Konsumentinnen erfordert das Garden-Party-Konzept. Hier kultiviert der Gärtner im 3- oder 5-Liter-Topf vier bzw. acht Jungpflanzen aus vier verschiedenen Gattungen miteinander. Bepflanzungsschemen zeigen, wie die Jungpflanzen im Topf angeordnet werden sollten, damit Wuchsformen und Blüten zum Verkaufszeitpunkt und darüber hinaus effektiv zur Geltung kommen. Die Pflanzenkombinationen wurden vor der Lancierung getestet, damit sichergestellt ist, dass sich alle Mischungspartner unter denselben Kulturbedingungen im selben Topf auch gut entwickeln und gedeihen.

Am Ende der Kulturdauer hat der Gärtner oder die Gärtnerin ein Produkt aus Blüh- und Strukturpflanzen im gehobenen Segment, das als Blickfang in Solitiergefässen im privaten und öffentlichen Grün eingesetzt werden kann. Die Konsumentinnen und Konsumenten kaufen in diesem Fall ein fertiges Pflanzenarrangement, das zu Hause nur noch aufgestellt werden muss. Die Stabetiketten mit dem Garden-Party-Logo passen auch in die grösseren Gefässe am POS, ferner bietet Dümmen ein Banner (80 x 120 cm) mit einem Stimmungsfoto zum Konzept an. Die Bepflanzungsvorschläge zu Garden Party umfassen sowohl bunte Kombinationen als auch Ton-in-Ton-Mischun-



Neu für 2014: Garden Party Zumba Dance, eine Kombination der interspezifischen Pelargonie 'Sarita Dark Red' mit Verbene 'Voodoo Red Star', Chamaesyce 'Star Dust White Flash' und Helichrysum 'Silverstar'.



Ebenfalls neu für die nächste Saison ist Garden Party River Dance mit Pelargonie 'Cumbanita Lilac', Petunie 'Potunia Cobalt Blue', Verbene 'Wicked Purple' und 'Chamaesyce 'Star Dust White Flash'.



Garden Party Orange Lights besteht aus Petunie 'Potunia Plus Papaya', Verbene 'Empress Flair Peach', Chamaesyce 'Star Dust White Flash' und braunlaubiger Ipomoea 'Bright Ideas Black'.



Kühle Farben dominieren bei der neuen Confetti Garden Beyond the Sea: Petunie 'Potunia Cobalt Blue', Verbene 'Wicked Purple' und gefüllte Calibrachoa 'Aloha Double Lavender'.

gen. Lieblich ist Garden Party Pink Lights, die *Petunia*, *Calibrachoa* und *Verbena* in verschiedenen Pinkschattierungen mit einer weissen *Lobularia* kombiniert. Auch die Garden Party Orange Lights zieht die Blicke auf sich, weil die braunlaubige *Ipomoea* so gut mit der orangefarbenen Petunie und Verbene und einer weissen *Chamaesyce* harmoniert. Neu kommt 2014 ein rot-weisser Bepflanzungsvorschlag (Garden Party Zumba Dance) hinzu, aus roter Pelargonie, rot-weisser Verbene, weisser *Chamaesyce* und silberlaubigem *Helichrysum*. Neu ist auch die bunte Kombination Garden Party River Dance mit lila, blauen, purpurfarbenen und weissen Blüten.

### Harmonie in vielen Variationen

Ton-in-Ton-Bepflanzungen gefallen vor allem den Konsumentinnen. Sie wirken geschmackvoll, elegant und beruhigend.



Gefällig ist auch das Farbzusammenspiel bei der neuen Confetti Garden Mountains Majesty: Petunie 'Potunia Plus Purple', Calibrachoa 'Aloha Pink Volcano' und Verbene 'Empress Flair White'.

Den nötigen Pep erhalten sie durch das Zusammenspiel von Texturen, Blüten- und Wuchsformen. In der Confetti-Garden-Serie von Dümmen gehören Ton-in-Ton-Mischungen wie die rosa Hot Pink Jazz und die lilafarbene Purple Cleopatra zu den Dauerbrennern unter den Gattungsmischungen, denn sie waren von Beginn an im Confetti-Garden-Sortiment und werden immer noch fleissig nachgefragt. Während zu Beginn zarte Pastellfarben kombiniert wurden, sind die aktuellen Kreationen mutiger und farbintensiver geworden.

Eine der besten Neuheiten 2013 war die knallrote Mischung Rockin'Red. Die kräftige Signalfarbe kam gut an. Rockin'Red besticht auch noch im August, das heisst rund drei Monate nach dem Kauf, durch einen harmonischen Aufbau und reichen Flor. In der kommenden Saison werden



Eine neue Kombination von Orange- und Rottönen bietet Confetti Garden Bel Air Red: Petunie 'Sweetunia Hot Rod Red', Verbene 'Empress Peach' und Calibrachoa 'Aloha Kona Hot Orange'.

die blaue Mischung Beyond the Sea, die purpurfarbene Mischung Mountains Majesty und die orange-rote Bel Air Red als Neuheiten eingeführt.

### Convenience für den Produzenten

Bei Confetti Garden wird bereits dem produzierenden Gärtner Convenience geboten, da die fertigen Mischungen schon in den Jungpflanzenplatten vorliegen und nur noch eingetopft werden müssen. In den Verkauf gelangen sie als Topfware (mit dem Logo bedruckte Töpfe sind in den Grössen 12 bis 14 cm erhältlich) oder in Blumenampeln mit farbigen Stecketiketten. Am Verkaufspunkt können bedruckte Quartierschilder (Format A4), Poster (70 x 100 cm) oder Banner am CC-Wagen die Serie ins rechte Licht rücken. Für die Tablare der Container sind auch rote Klebebänder mit dem roten Confetti-Garden-Logo erhältlich.

### Ausserdem neu

2014 wird Dümmen mit 'Potunia Cobalt Blue' die erste wirklich blaue Petunie dieser kompakten, frühblühenden Serie mit kugelförmigem Aufbau einführen. Damit ist das Farbenspektrum komplett. 'Potunia Cobalt Blue' braucht etwas mehr Hemmstoff als die anderen 'Potunia'-Farben, da sie ein wenig stärker wächst. Sie passt in Bezug auf Blütengrösse und Frühzeitigkeit aber perfekt zum Rest der Serie. Durch die Fusion mit Fides in Holland hat Dümmen nun die Möglichkeit, auch Pelargonienreihen aus der Fidesgenetik anzubieten. Darum wurde die Peltaten-Serie 'Belleville' gestrichen und durch die 'Grand Idols' von Fides ersetzt, die eine Reihe von Vorteilen bietet: grosse Blüten, intensive Farben, kräftigen Aufbau, geringes Rieseln der Blütenblätter. 'Grand Idols' ist eine der bekanntesten Serien auf dem Markt und wer sie noch nicht kennt, sollte sie unbedingt einmal ausprobieren.

Karin Krodol



Pelargonie 'Grand Idols Pink'.