Beet und Balkon 2009

Bunte Konfetti für den Sommer

Bereits seit einigen Jahren stellt nicht mehr die Produktion von Pflanzen die grösste Herausforderung an den Produzenten. Einwandfreie Produktqualität zu marktgerechten Preisen ist für den Handel mittlerweile eine Selbstverständlichkeit. Entscheidend sind griffige Marketingkonzepte. Eine der Antworten auf diese Herausforderung heisst Confetti Garden.

Text: **Patrik Schlüssel,**
Green Pflanzenhandel GmbH, Zürich
Bilder: **Green Pflanzenhandel GmbH**

Verändertes Konsumverhalten mit zunehmenden Spontankäufen, abnehmende Pflanzenkenntnisse und steigende Ansprüche des Konsumenten stellen die Pflanzenproduzenten vor neue Herausforderungen. Kunden wollen heute oft sofort ein Endresultat sehen, wollen Pflanzen sprichwörtlich konsumieren. Auch in der Gärtnerbranche hat der Convenience-Gedanke Einzug gehalten. Speziell für dieses Kundensegment hat der Jungpflanzenproduzent Dümmen mit Confetti Garden fixfertige, bunte Mischungen aus dem Beet- und Balkonpflanzen-Sortiment zusammengestellt.

Für die Confetti-Garden-Mischungen wurde ein eigenes Logo kreiert, das für die Schweiz mit dem Plantiance-Logo kombiniert wird.

Was ist Confetti Garden?

Confetti Garden sind fertig zusammengestellte Mischungen für eine einfache Produktion von raffinierten Pflanzenkombinationen. Anhand des aktuellen Katalogs können die gewünschten Bepflanzungskombinationen einfach ausgewählt werden. Diese bunten Mischungen in Komplementärfarben oder Ton in Ton sind in Farbe, Blütezeit und Wuchscharakter bestens aufeinander abgestimmt. Alle Kombinationen wurden ausgiebig getestet und weiterentwickelt. Zum Gärtner kommen sie als bewurzelte Jungpflanzen mit jeweils drei verschiedenen Stecklingen je Mischung. Die Jungpflanze wird in einem 5-cm-Papiertopf geliefert, ist bereits gestutzt (Verbena) und entsprechend vorkultiviert.

Confetti Garden unterscheidet sich von normalen gemischten Kombinationen durch eine hohe Durchmischung der verschiedenen Pflanzen und Farben. Die verschiedenen Pflanzen wachsen wortwörtlich durcheinander und nicht nur getrennt voneinander. Dies ergibt äusserst natürliche und harmonische Mischbepflanzungen.

Bunter Mix aus dem Red-Fox-Sortiment

Das aktuelle Confetti-Garden-Sortiment umfasst elf verschiedene Mischungen und ist in vier Gruppen aufgeteilt:

- Trio Confetti: Mischungen von *Petunia*, *Calibrachoa* und *Verbena*
- Aloha Confetti: Mischungen von drei Farben aus dem *Calibrachoa*-Aloha-Sortiment
- Potunia Confetti: Kombination von drei Farben aus dem *Petunia*-Potunia-Sortiment
- Empress Confetti: Kombination von drei Farben aus der *Verbena*-Empress-Serie

Die Mischungen sind so konzipiert, dass sie bei entsprechender Pflege in der Produktion und bei der anschliessenden Verwendung beim Konsumenten

Confetti Garden im «Grüene Tuume»

Wie wir bereits im Rundbrief von Mitte August an die Betriebe bekannt machten, wird in der Sommerausgabe 2009 des «Grüene Tuume» das Konzept Confetti Garden intensiv beworben. Jedoch nicht nur in der Kundenzeitung, sondern auch die Plakatkampagne wird voll und ganz auf diese tollen Lead-Artikel ausgerichtet sein. Die Plantiance-Werbekampagne rund um Confetti Garden ist meines Erachtens für gärtnerische Endverkaufsbetriebe eine erstklassige Gelegenheit zur Profilierung. Weil das Confetti-Konzept ausnahmslos aus Beet- und Balkonartikeln besteht, hat jeder Gärtner die Chance, direkt von den Werbeanstrengungen zu profitieren. Eine Inseratenkampagne sowie redaktionelle Artikel und PR-Berichte rund um Confetti Garden in der Publikumspresse werden die Kampagne abrunden. Nutzen auch Sie diese einmalige Gelegenheit! Falls Sie noch nicht Plantiance-Partnermitglied sind, sollten Sie sich die Sache auf die Saison 2009 also gut überlegen. – Es kostet Sie nichts und Sie erhalten bis zu 3000 Exemplare des «Grüene Tuume» pro Werbewelle gratis.

Reto Rohner, Fachabteilungsleiter Detailhandel/Endverkauf, JardinSuisse
r.rohner@jardinsuisse.ch

eine harmonische Pflanzenkombination ergeben.

Confetti in der Kultur

Generell können Confetti-Jungpflanzen für Topfgrössen ab 12 cm verwendet werden. Eine Kultur direkt in einer Ampel ist problemlos möglich. Bei grösseren Ampeln können auch mehrere Jungpflanzen verwendet werden.

Eine lichtreiche Kultur sorgt für einen gleichmässigeren Wuchs und gleichzeitiges Aufblühen der verschiedenen Gattungen in der Mischung. Für Normalkultur sollte nicht vor Woche 8 oder 9 begonnen werden.

Das Spezielle an Confetti Garden ist, dass bereits die Jungpflanzen aus je drei verschiedenen Stecklingen bestehen. Für die Verkaufspflanzen wird der 12-cm-Topf empfohlen.

Die Pflanzen sollten ausgeglichen gedüngt werden. Auf eine genügende Versorgung mit Eisen ist speziell wegen der Petunien und Zauberglöckchen zu achten. In diesem Zusammenhang wird ein pH-Wert zwischen 5 und 5,5 empfohlen. Die Temperatur sollte beim Topfen bei mindestens 14 °C liegen, nach dem Einwurzeln kann auf 12 °C abgesenkt werden. *Calibrachoa* sollten nach dem Einwurzeln auf acht bis zehn Blätter, die Verbenen auf drei Blattpaare gestutzt werden. Petunien müssen nicht gestutzt werden. Je nach weiterer Entwicklung der einzelnen Gattungen muss situativ einzeln nachgestutzt werden. Dies ist speziell bei grösseren Solitärexemplaren zu beachten. Zu Beginn der Kultur muss einmal mit «Alar» bzw. «Dazide» gestaucht werden, anschliessend regelmässig mit «Bonzi», «Tilt» oder «Topflor». 14 Tage nach dem Topfen sollte gegebenenfalls präventiv gegen Botryitis, echten Mehltau und Rhizoctonia behandelt werden.

Produktpräsentation und Marketing

Für die Vermarktung von Confetti Garden wurde ein eigenes Logo entwickelt. Entsprechend bedruckte Töpfe, Stab- und Stecketiketten, grosse Deckenhänger, Ampeletiketten (Basket Topper) und Klebebänder stehen zur Verfügung. Einer auffälligen und ansprechenden Pflanzenpräsentation steht nichts im Weg. Für die Erstellung von personalisiertem Werbematerial werden von Dümmen gerne Layoutvorlagen und Bildmaterial zur Verfügung gestellt.

Confetti Garden können in verschiedensten Farben und Grössen produziert werden. Durch eine satzweise Produktion und verschiedene Produktgrössen können Confetti während eines grossen Zeitraums angeboten werden. Gerade auch nach der Frühlingssaison sind grössere Confetti ein beliebter Geschenkartikel, beispielsweise für Gartenpartys.

Confetti im «Grüene Tuume»

Bereits diesen Frühling kamen die ersten bunten Confetti Garden in den Handel. Der Abverkauf war ein voller Erfolg und hat JardinSuisse dazu bewogen, Confetti Garden in der Frühlingskampagne 2009 des «Grüene Tuume» als Lead-Artikel zu bewerben. Ebenfalls der Einkaufsgemeinschaft Grüne Profis (EGP) ist Confetti Garden positiv aufgefallen. Auch diese Vereinigung von mehreren Schweizer Gartencentern hat sich für die Bewerbung von Confetti Garden im Frühling 2009 entschieden.

Als eigentliche Premiere wird das vorhandene Logo von Confetti Garden mit dem Plantiance-Logo ergänzt. Somit steht dem Fachhandel eine exklusive Variante von Confetti Garden zur Verfügung. Damit möglichst viele Confetti mit Etiketten in den Handel kommen, werden die Jungpflanzen mit kostenlosen Stabetiketten an die Produzenten ausgeliefert. Damit soll erreicht werden, dass die Konsumenten das intensiv beworbene Produkt am Verkaufspunkt wiedererkennen und natürlich auch kaufen.

Beim Kunden sind die Bepflanzungen mit Confetti Garden tatsächlich gemischt. Die Pflanzen wachsen durcheinander und ergeben ein harmonisches Ganzes.