



Lecker, lecker – eine gelungene Präsentation, die emotional anspricht und zum Zugreifen aufruft.

Besondere Eigenschaften kommunizieren und an die Lust appellieren

# Trends in der Baumschule 2011: Willkommen Genuss

Es tut sich was in der Baumschulbranche. Kommen wir gleich zum Punkt. Das wohl wichtigste Motto für das Jahr 2011 heißt „Grüne Hölle ade! Es lebe der Genuss.“ Das bedeutet im Klartext: Weg von der klassischen Sortimentsordnung in Produktgruppen, wie Laub- oder Nadelgehölze, hin zu verwendungsorientierten Themenkollektionen, in denen sich die Kunden mit ihren modernen Wünschen wieder finden.

Beispiele hierzu sind „Duftschätze im Kübel“, „Schmetterlingsfreunde“ oder „Meine Terrasse ist sexy“. Stimmt die Kommunikation? Was aus Sicht der Baumschulproduktion eine sinnvolle Einteilung ist, kann im Verkauf an den derzeitigen Kundenbedürfnissen vorbei gehen. Damit dies nicht passiert, hier ein kurzer Blick auf die Welt und was die Kunden so antreibt.

Gewiss ist eines – die Zeiten sind ungewiss. Nichts ist sicher, weder der Arbeitsplatz, noch die Gesundheit, noch das Geld auf der Bank. Gleichzeitig werden die Menschen von der Informationsflut beinahe überrollt. Verständlich, dass diese Situation die Sehnsucht nach Orientierung, Einfachheit und Sinngabe weckt. Es lebe die Einfachheit! Der reizüberflutete

Freude und Herzlichkeit schenken – kleine Gesten bewirken viel!



Konsument verlangt auch in der Baumschule nach schneller Orientierung und Bequemlichkeit. Ein klares Kundenleitsystem und eine Ordnung des Pflanzensortiments entsprechend der Suchlogik der Kunden stellen

uns vor spannende neue Herausforderungen. Pflegeleichte Pflanzen und Fertigprodukte im Angebot (zum Beispiel bepflanzte Schalen), klare Pflege- und Pflanzinfos erleichtern dem Kunden die Kauf-Entscheidung. Ebenso ist es mit dem Angebot von thematischen Kollektionen rund ums Jahr, die immer wieder Abwechslung bieten und den Einkauf zu einem Erlebnis machen.

Die Sinnggebung betrifft die Fragen nach dem "wie" und "warum". Der Konsum als solches wird immer häufiger kritisch hinterfragt. Viele Kunden möchten nachhaltig und ökologisch handeln, was die zunehmende Bedeutung von Fairtrade und Bioprodukten belegt. Beim Kauf von Pflanzen werden die Fragen nach Sinn und Nutzen zu den wichtigsten Verkaufskriterien. Nehmen wir das Beispiel Apfelbaum. Welche mythologischen und geschichtlichen Kräfte schlummern in ihm? Welcher Nutzen? Er verspricht nicht nur reiche Ernte, sondern auch eine Vitaminspritze für ein gesundes Leben, leckere Apfelgerichte und eine Blüten-Oase für Vögel und Schmetterlinge. Wer kann da schon widerstehen?

Für das Jahr 2011 sind drei Trendthemen besonders relevant für die Baumschule:

- "Kulinarium – lecker genießen",
- "Mein Topfgarten" und
- "Glückliches Landleben".

### Kulinarium

Essen und Genießen war schon 2010 ein wichtiges Thema - im nächsten Jahr wird es weiter ausgebaut. Was im eigenen Garten wächst ist vertrauenswürdig. Da weiß man, was man isst! Dekoratives und gleichzeitig schmackhaftes Gemüse, Obst, exotische Früchte und Kräuter finden sich im Blumenbeet, auf der Terrasse und am Küchenfenster wieder. Gemüse für Innen und Außen findet immer mehr begeisterte Anhänger. Weiter auf Wachstumskurs ist das große Interesse an Outdoor-Küchen mit allem Drumherum – eine Fortsetzung des Grill-Feuereifers im letzten Jahr. Welche Chancen, innerhalb dieses Themas die Pflanzen und Accessoires zu verknüpfen und mehr zu verkaufen!

### Trends 1,2,3...

Wie lassen sich diese Trends präsentieren und verkaufsstark umsetzen? Auf alle drei Einzelthemen gehen die Autorinnen in den nächsten Ausgaben der Deutschen Baumschule ein.



Der gemütliche Stimmungsmacher im Eingangsbereich schürt Lust auf frostharte Gesellen im Topf.

### Mein Topfgarten

Die Wohnungen werden immer kleiner, die Gärten und Balkone auch. Die Singlehaushalte nehmen zu, die Häufigkeit von Urlaub auf Balkonen ebenfalls. Innen und Außen verschmelzen zur heimeligen Wohlfühloase. Diese wird gemütlich eingerichtet mit Pflanzen in schicker Keramik, allerlei gemütlichem Schnickschnack, mit schicken Möbel und angenehmer Beleuchtung. Für dieses zukünftige Wohnambiente verlangen die Kunden eine Auswahl aus dem reichhaltigen Gehölzsortiment für den Kübel.

Der „faule“ Konsument wünscht und fordert vor allem echte frostharte Kübelpflanzen. Der mobile Garten gehört zu den Erfolgsthemen der nächsten Jahre. Wohl dem, der das Thema zentralisiert und professionell präsentiert. Es empfiehlt sich eine Zusammen-

stellung von Frosthart-Kollektionen, zum Beispiel nach Farbe, Duft, Naschobst und Standort, um das Angebot übersichtlicher zu machen. Ehrliche Angaben zu Wurzel-Frosthärte der Pflanzen und Informationen über notwendige Winterschutzmaßnahmen dienen dazu, Vertrauen und der Kundenbindung.

### Glückliches Landleben

In schwierigen Zeiten gibt es immer eine Rückbesinnung auf Tradition und Werte. Dieser Trend zeigt sich im großen Erfolg von Zeitschriften, die das Landleben zelebrieren. Sie bestehen aus einem Mix aus Artikeln über Biologisches gärtnern und kochen, natürlicher Kosmetik, Gesundheit, nachhaltige Projekte sowie Mythen und Legenden aus alter Zeit.



Happy Farm – glückliches Landleben, im wahrsten Sinne des Wortes!

Die Pflanze als Naturprodukt besitzt die geeigneten Eigenschaften, um auf dieser Trendwelle mit zu schwimmen. Beispiele sind luftreinigenden Pflanzen, alte Heilpflanzen, Giftpflanzen oder Gehölze mit besonderem mythologischem Hintergrund. Das Sortiment und die darauf abgestimmte, sinnlich zugängliche Warenpräsentation eröffnen neue, unbekannte und daher so reizvolle Verwendungsansätze für die Konsumenten; Konsumenten, die sich in ihren Wünschen derzeitig viel, viel schneller verändern als der Handel.

Auf geht's in ein Erfolgsjahr 2011 – mit viel Dramaturgie, authentischen „neuen“ Themenpräsentationen und mit vereinten Kräften sowie viel Elan von Ihnen und Ihrem Team.

- Antje Verstl und Effi Glöckler, Dendron Akademie Leipzig [www.dendronakademie.de](http://www.dendronakademie.de)

Den Kunden mit ungewohnten Ausblicken überraschen.



## Antje Verstl

Antje Verstl, Dendron Akademie Leipzig, ist gelernte Baumschulmeisterin und im Consulting in der grünen Branche tätig, mit über 25 Jahre Praxiserfahrung in Produktion und Handel.

Ihre Spezialität sind Flächenmanagement, Flächensteuerung, Sortimentscoaching und Warenpräsentation.

Was ihr wichtig ist: „Lasst uns in die Schuhe der Konsumenten schlüpfen, um ihre Wege zu kennen, ihre Herzen zu erreichen und ihre Emotionen zu spüren.“

• db



## Farbtrends 2011

Grau, Braun, Blau, Grün, Antikweiß, Rot, Sand-gelb-orange ist im Kommen. Flie-der - Lila geht zurück.



Gummistiefel als Wegbegrenzer – eine witzige Idee.