



Kunden kaufen Lifestyle, ein Kernthema für Gartenbau Rednitzhembach



„Die Verbraucher kaufen Lifestyle-Welten.“
Heike Christine Hofmann

Kunden kaufen Lifestyle, Stimmungen und Gefühle, „daher müssen wir uns auf die Kundensicht am Point of Sale (PoS) konzentrieren“, erklärt Heike Christine Hofmann von Gartenbau Rednitzhembach. Das Unternehmen entwickelte Lifestylewelten zu Produkten und Jahreszeiten und verknüpft diese mit dem Verbrauchermagazin „PflanzenRatgeber“, das

am Verkaufsort erhältlich ist. Pakete für Endverkaufsbetriebe enthalten je 15 dieser Magazine, dazu einen Satz Plakate und Deckenanhänger zu den in den Magazinen empfohlenen Pflanzen. Eine Reihe von Qualitätsstandards muss für die angebotenen Pflanzen eingehalten werden. In der Summe geht es um die Kombination von Pflanzenangeboten der

höchsten Qualitätsstufe in Verbindung mit Empfehlungen des Verbrauchermagazins. Alle mit dem Gütesiegel ausgezeichneten Pflanzenpräsentationen müssen mit einem Deckenanhänger des „PflanzenRatgebers“ gekennzeichnet sein.

Das zweite Thema Nachhaltigkeit wird über Kriterien wie biologische Produktion, Bienfreundlichkeit, Floratino-Mehr-

wegverpackung, torf reduzierte Substrate und Fair Trade transportiert. Die Kunden interessieren sich in unterschiedlicher Gewichtung für diese Punkte. Momentan ist das Kriterium Neonicotinoidfreiheit wichtig. Ab November 2018 soll es essbare Pflanzen aus zertifiziertem Anbau geben.

TEXT und BILDER: Dr. Gisela Fischer-Klüver, Hannover