

Was Kunden beim Gehölzeinkauf im Handel wollen

Erfolgreiche Wachstums-Strategien für Einzelhandelsbaumschulen und Gartencenter

Florum 2019 – Forum für Grünes Wissen
im Gartenbauzentrum Schleswig-Holstein

Ellerhoop
5. September 2019

Dipl.-Ing. (FH) Andreas Löbke

CO CONCEPT

17, rue Glesener
L-1631 Luxemburg
Tel.: (+352) 295 235
Fax: (+352) 295 236
www.COCONCEPT.eu

Grün ist beliebt...überall positive Schlagzeilen!

- Boom im Garten- und Landschaftsbau
- Lifestyleformate & Blogs – Kochsendungen beflügeln Interesse an frischem Gemüse und Kräutern / Garten
- Impulsware – Alles was blüht oder Früchte trägt!
- Dekorierte Arrangements (Hängetöpfe, Pflanzschalen, Fertigsträuße)
- Hochwertige und größere Produkte ziehen an!
- Zimmerpflanzen, insbesondere Grünpflanzen kommen wieder in Mode!
- Stauden als beliebtes Marktsegment – auch in der Nachsaison!
- Blumengeschenke – Neue Beliebtheit in den letzten vier Jahren!
- Hype nach eigener Anzucht und Ernte (Snackgemüse wie z. B. Tomaten)
- Nachhaltigkeit wird wichtiger (siehe Lidl, Aldi etc.)

Grüne Branche als Wachstumsbranche

Ja, aber:

- Wachstumsbringer eher Grill und Zubehör und weniger Pflanzen
- Lebendes Grün rückläufig in Baumarkt und Gartencenter
- Einkaufswert je Bon im Baumarkt und Gartencenter gestiegen



Der Kuchen wird nicht größer!

- Seit Jahren stabiles Marktvolumen
- Junge Käufer wachsen nicht automatisch nach



Herausforderung: Digitale Welt

„In der digitalen Welt kann jeder, sei er noch so klein,
unbedeutend und unprofessionell,
so laut kommunizieren wie ein Marktführer.

Die Reputation von heute und gestern
reicht nicht mehr aus!“

Stefan Postler, Content-Agentur Territory

Zentrale Frage: Was wollen die Kunden?



Kundennachfrage ändert sich

- Kundenverhalten früher: **gezielte** Gartenplanung
- Kundenverhalten heute: **spontane** Käufe, je nach Aktualität und saisonaler Attraktivität des Angebots

- Auf was müssen wir achten?
 - ✓ Verhalten der Kunden
 - ✓ Bedarf der Kunden
 - ✓ Fragen der Kunden
 - ✓ Erfahrungen/Know-how der Kunden
 - ✓ Vorinformation



Kaufanlass: Kunden suchen Lösungen

- Kunden suchen immer mehr nach Lösungen für ein „Problem“ und gehen weniger gezielt auf Produktsuche
- Probleme sind teilweise sehr konkret (*Ersatzbedarf, Lücken, Geschenke*) oder emotionale Themen (*„Schönes Wetter, brauche etwas Frisches“*)
- Größere Umgestaltungs- und Neugestaltungsprojekte wie Einzug in neues Haus nur bei weniger als einem Drittel der Kunden relevant
- Auf Nachfrage noch gezieltere Kaufanlässe (*„Obst für Balkon“, „will Loch in Hecke schließen“*)

Kunde orientiert sich an übergeordneten Kategorien und möchte diese schnell finden – zu den Themen sucht er Unterstützung und Signale!



Kaufgrund: Optik oder besondere Eigenschaften

- Kunden orientieren sich visuell und am häufigsten nach Farbe
- Pflanzen, die „in guter Form“ geschnitten sind und im Wuchs gut aufgebaut sind, werden gesucht
- Kunden sind bei besonderen Sorten überfordert, suchen aber gleichzeitig besondere Eigenschaften, wie immergrün, langlebig, langsam und/oder niedrig wachsend, ausgefallen, nicht alltägliche Formen, Eignung für besonderen Standort, kletternd, schmalen Wuchs, schöne Laubfärbung oder für den Steingarten...

Kunde will nicht alles von der Pflanze wissen, sondern das was für ihn einen Mehrwert oder eine Lösung darstellt

→ zu selten umgesetzt in Bewerbung, Beschilderung und Präsentation



Bepflanzungsort

- 68 % der befragten Kunden pflanzen die gekauften Pflanzen im Garten
- Stellenwert von Balkon und Terrasse bzw. Kübel sowie von Pflanzen als Geschenk wächst jedoch
- Kurzfristiger Wert der Gartenpflanze rückt in den Vordergrund (*im Gegensatz zur Pflanze als „Langzeitinvestition“*)

Verwendungszweck der Pflanze entscheidender für Kunden als Herkunft (winterharte Pflanze, mehrjährige Pflanze)



Kunden suchen keinen Urwald

- Auswahl ist das wichtigste Kriterium für Baumschuleneinkauf (*24 % Auswahl*)
- Kunden erwarten Struktur und wollen nicht suchend durch den Pflanzenwald irren (*16 % Ordnung, Struktur, Übersicht*)

**Beschilderung, Rundweg-Konzept oder Flächenplan
essentiell als Strukturanleitung für den Kunden**

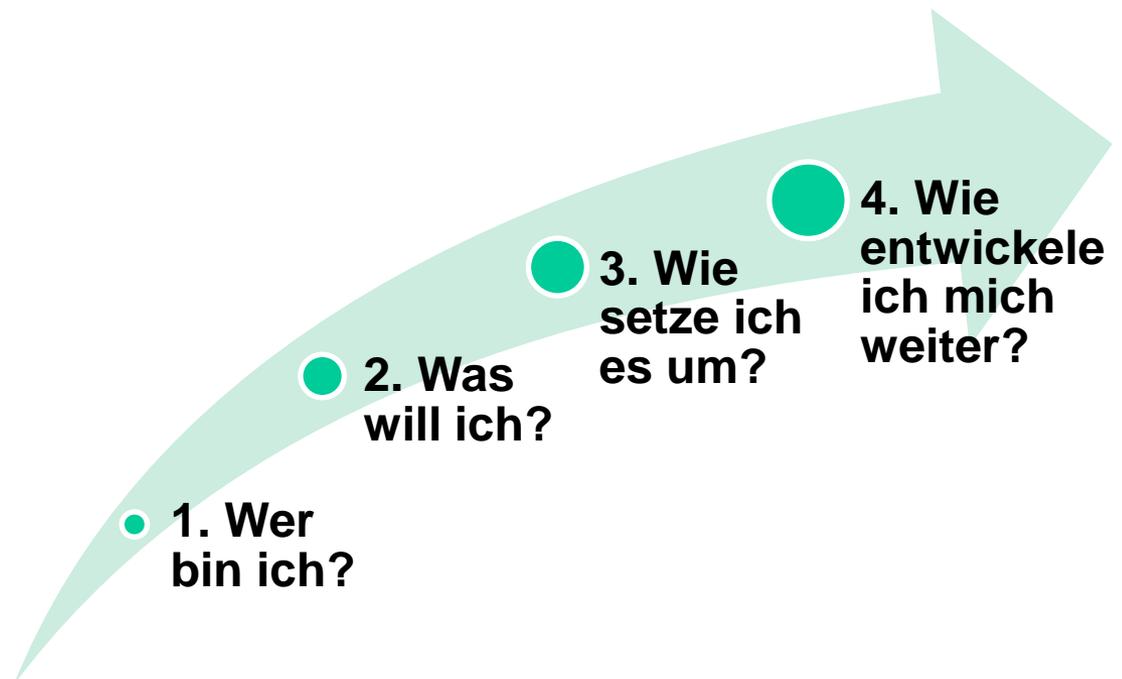


Kunden wollen, wollen, wollen, wollen...

Erfolgreiche Unternehmen lösen zentrale Probleme sichtbar besser als andere, denn Erfolg ist die Folge von effektiver Problemlösung

Wir können nicht alle Probleme lösen!

Ohne Profil kein Profit!



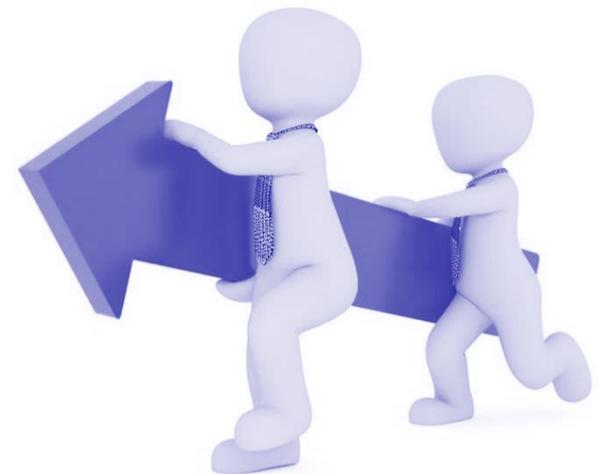
Woher weiß ich, was meine Kunden wollen?

Zuhören und beobachten!



Fazit

- Viele Kunden = viele Wünsche
- Frage stellen: Was kann ich; was kann ich nicht!?
- Strategie angepasst auf Rahmenbedingungen systematisch entwickeln und konsequent umsetzen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Kontaktinformationen:

CO CONCEPT
17, rue Glesener
L-1631 Luxemburg
+352 29 52 35
www.coconcept.lu