

Was wir uns abschauen können

Im Sommer 2022 war unser Kolumnist und Branchenexperte Rupert Fey gemeinsam mit dem Berater Jörn Rostock über eine Woche auf Retail-Tour in Chicago, Milwaukee und dem mittleren Westen. Anlass für die Reise war eine Gartencentermesse, die beiden nutzten aber die Gelegenheit, sich in der amerikanischen Handelslandschaft umzusehen. Was ihnen aufgefallen ist, hat Rupert Fey hier zusammengetragen.

Viele Trends und gesellschaftliche Strömungen lassen sich erst in den USA entdecken, bevor sie zu uns über den großen Teich schwappen. Viele Ideen und Entwicklungen, vor allem im Marketing, kommen aus den USA und werden dann nach Europa importiert. „Dafür gibt es auch in unserer Branche einige Beispiele, die bunten Töpfe oder die Etikettenwelten, die uns die Amerikaner gebracht haben. Oder außerhalb der Branche ist der To-Go-Trend ein gutes Beispiel für einen Trend, der in den USA seinen Ursprung nahm“, erklärt Rupert Fey.

Zusammen mit dem Gartencenterberater Jörn Rostock hat er die „Garden Center Show“, eine Messe für unabhängige Gartencenter in Milwaukee, zum Anlass genommen, mal wieder einen tieferen Blick auf die amerikanische Handelslandschaft zu werfen – auf der Suche nach Trends und Ideen, die auch bei uns relevant werden könnten. Die beiden haben sich ganz bewusst Handelsformate außerhalb der grünen Branche angesehen. Zur Messe gehörte aber auch eine Gartencentertour in der Region.

Die Gartencenterbranche der Region ist nicht mit Europa vergleichbar, erklärt Rupert Fey. Vollsortimenter mit Gartenmöbeln, Grill und Deko gibt es fast nur im Baumarkt und die durchschnittlichen Betriebe sind deutlich kleiner in der Verkaufsfläche. „Dafür ist eine eigene Produktion der Saisonartikel zumindest auf dem Land Standard. Im Gegenzug gibt es kaum Zimmerpflanzen, was sicher auch den fehlenden Fensterbänken und den Klimaanlage geschuldet ist“, so Fey weiter. Viele Gartencenter schließen nach Weihnachten und öffnen nach den langen, harten Wintern erst wieder im April – ein weiterer Unterschied zu den meisten deutschen Gartencentern.

Text: **Grit Landwehr**, Redaktion DEGA

Bilder und Bildtexte: **Rupert Fey**, Bargfeld-Stegen



Anlass der USA-Reise von Jörn Rostock (l.) und Rupert Fey war die „Garden Center Show“. Deren Veranstalter haben es sich auf die Fahnen geschrieben, lokalen, unabhängigen Einzelhändlern dabei zu helfen, wettbewerbsfähig zu sein und die Herausforderungen zu meistern, die die Konkurrenz der großen Handelsketten mit sich bringt. Die Veranstaltung besteht aus einer klassischen Messe mit einfachem Standbau – vergleichbar mit Ordermessen – und einem Kongressprogramm mit Vorträgen und einer Gartencenter-Tour in der Region.

LIVE-TALK DIREKT VON DER RETAIL-TOUR

Wir haben direkt auf seiner Reise mit Rupert Fey gesprochen – via Instagram-Live-Talk aus Milwaukee. Im Gespräch schildert er seine ersten Eindrücke von der amerikanischen Handelslandschaft: vom Flagshipstore mit großartigem Markenerlebnis, über die tägliche Happy-Hour im Supermarkt zum Feierabend, bis zu den ausgesprochen hilfsbereiten Mitarbeitern im Gartencenter. Der Talk lässt sich auf unserem Instagramkanal nachhören: www.instagram.com/dggm_magazin.



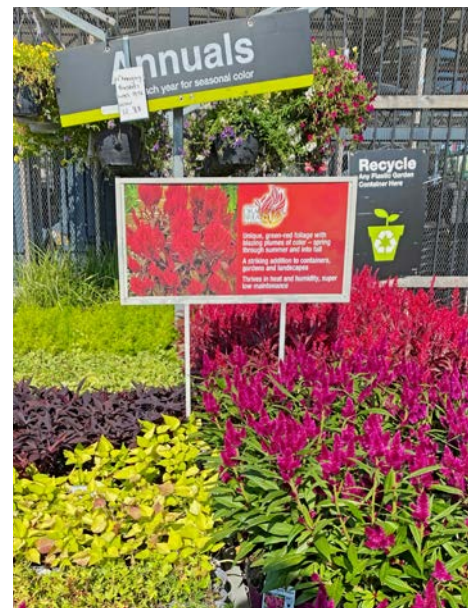


Positive und klare Kommunikation



Gute Gartencenter haben wirklich große Bereiche mit Schau-pflanzungen – phantastisch arrangiert, wie hier bei Ebert's Greenhouse Village in Ixonia.

Pflanze pur



Nach wie vor kann man vor allem in Bezug auf Marketing viel von den USA lernen. Die klare und plakative Kommunikation am POS ist immer wieder positiv aufgefallen.

Und faktisch alle auf dem Land haben Eigenproduktion, hier die Eigenproduktion bei Eberts.

OLDENBURGER 2022 | 2023
WINTERAUSSTELLUNGEN

Weitere Informationen finden Sie unter www.meineoldenburger.de.

Marketingideen



Klar den Anlass bewerben, hier: „Back to school“, der Schulbeginn mit dem Kernprodukt Pflanze, umgesetzt ohne Schnickschnack und Deko, dafür mit klaren Verkaufsargumenten.

Keine Trennung zwischen Zierpflanzen und Gemüse/ Naschpflanzen



Mit einem Flowertruck neue Kunden da erreichen, wo sie sind



Service in großem Umfang und weit übers Sortiment hinaus



Community-Raum für Vereine und Initiativen der Region



Schnittblumen im Supermarkt mit Floristik-Shop



Amazon-Station zur Abholung und für die Retoure