

PFLANZENTRENDS 2019

# Was kommt, was geht, was rennt?

Natürlich lässt sich nicht exakt vorhersagen, welche Pflanzen in der kommenden Saison besonders gefragt sein werden. Aber wer den Markt der letzten Jahre beobachtet hat, kann zumindest Pflanzentrends erkennen, die sich mit ziemlicher Sicherheit fortsetzen oder sogar erst richtig durchstarten werden. Pflanzen- und Marketingexperte Rupert Fey wagt eine Prognose. Zudem haben wir uns in der Branche umgehört und nach den Pflanzen mit dem größten Potenzial für 2019 gefragt.

Prognosen sind schwierig, vor allem wenn sie die Zukunft betreffen. Das stimmt, aber nur teilweise. Die Trends bei Pflanzen sind oft konstant und bauen sich über einige Jahre wellenförmig auf, um dann am Ende häufig buchstäblich zu zerschellen, zumindest in Bezug auf den Preis. Betrachtet man den Markt aus Kundensicht, lassen sich die Trends über die Nachfrage und die gesuchten Eigenschaften, die hinter der Nachfrage stecken, erkennen. So lassen sich auch ähnliche Produkte finden, die derzeit vielleicht vom Markt und den Kunden noch unterbewertet werden.

Immer öfter stellen wir auch fest, dass Produkte mit hohem Etat „gehypt“ werden und so in den Fokus kommen. Wenn sie zusätzlich gewünschte Eigenschaften beim Kunden erfüllen, gehen sie dann buchstäblich durch die Decke. Aber selbst hier kann eine zu hohe Menge dem Produkt wirtschaftlich dann wieder schaden.

## AUCH FÜR PFLANZEN GILT DER PRODUKTLEBENSZYKLUS

Die bekannte „Bosten-Matrix“ kennt vier Stadien im Produkt-Zyklus (Graphik auf [www.gruener-markt-online.de](http://www.gruener-markt-online.de), Webcode gm 4458. Nach der Produktentwicklung kommt die Phase des Wachstums, in der immer höhere Stückzahlen den Umsatz und

„Das schnelle Geld und der Drang zu Neuheiten, sorgen zwar für eine schnelle Ausbeute der Züchtungen, verhindert allerdings auch den dauerhaften Erfolg.“

Bekanntheit treiben. Zu diesem Zeitpunkt ist der Erfolg des Produkts keineswegs sicher, andere Hersteller und der Wettbewerb haben das Potenzial noch nicht erkannt. Wenn das Potenzial zur Entfaltung kommt, spricht man von dem „aufgehenden Stern“. Dieser wird am Markt gut gesehen, die Mengen wachsen, die Preise sind gut.

Wenn die Menge den Bedarf völlig deckt, spricht man von der Reifephase und der Marktsättigung. In dieser Phase wird das Produkt buchstäblich gemolken, der Ertrag wird abgeschöpft. In den letzten Jahren war diese Phase oft nur ein bis zwei Saisons lang, früher streckte sie sich über drei bis fünf Jahre. Eine zu starke Mengenausdehnung sorgt dann auch bei im Grunde intakter Nachfrage zum Preisverfall.

Das ist ein Grundproblem im Markt und beispielsweise bei *Phalaenopsis*, Sommerstauden oder auch Weihnachtssternen oft gesehen in diesem oder sogar den letzten Jahren. Wenn „Wir“ nicht aufpassen, droht vielleicht auch dem Top-Produkt Topfnelken ein ähnliches Schicksal. Mangelnde gute Alternativen bringen die Produkte mit Bauchschmerzen jedoch immer noch auf den Produktionsplan der Betriebe. Spätestens, wenn auch die verkaufte Menge sinkt, ist das Produkt in der Kategorie „arme Hunde“ angelangt. Ertrag und Menge sinken, ein späteres Comeback durch neue Trends bleibt jedoch möglich.

## VORTEIL DER BRANCHE: DER „SAISONBEDARF“

Ohne diesen wiederkehrenden Bedarf wären die abgesetzten Zahlen bei Geranien oder auch *Calluna gar* nicht möglich. Wenn dann zu diesem jährlichen Grundbedarf wie beispielsweise bei *Calluna „Gardengirls“* eine kontrollierte Mengensteuerung, ein Mindestpreis und die Produktentwicklung über viele Jahre gelingt, kann das Produkt stabil in der Wachstums-/Reifephase gehalten werden. Diese hohe Kunst der Mengengrenzung ist leider viel zu selten. Das schnelle Geld und der Drang zu „immer wieder neu“ sorgen zwar für eine schnelle

## „Kräuter und Stauden werden noch wichtiger“

Das größte Absatzwachstum beobachten wir in der Produktgruppe Kräuter. Hier sieht Landgard gleichzeitig auch weiterhin großes Potenzial für 2019. Basis dieser Entwicklung sind langanhaltende Verbraucher-Trends wie Grillen mit Gemüse und Kräutern, Outdoor-Küche, mediterrane Ernährung, gesunde beziehungsweise biologische Lebensmittel und auch der eigene Anbau von Kräutern. Bei den Gartenpflanzen erfreuen sich blühende Sommerstauden bereits seit einigen Jahren einer wachsenden Beliebtheit. Sie sorgen für viel Farbe im Garten und leisten nebenbei einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt bei Insekten.

Gibt es besondere Pflanzen, die ich unseren Kunden und dem Endverbraucher gerne näherbringen würden? Hier ist auch von meiner Seite auf jeden Fall *Dipladenia* zu nennen. Die Pflanze hat sich in den letzten Jahren in der Kundenwahrnehmung stark entwickelt und wird von Landgard in großer Zahl erfolgreich vermarktet. Dazu tragen auch viele unter-

schiedliche Züchtungen bei Farben und Blüengrößen bei. Gleichzeitig ist *Dipladenia* ein Dauerblüher, der direkte Sonne sowie Halbschatten verträgt und Wasser über längere Zeiträume hinweg speichern kann. Diese Eigenschaften waren gerade im langen und heißen Sommer 2018 von großem Vorteil. Darüber hinaus ist die Pflanze sehr robust und relativ resistent gegen Schädlinge und Pilzbefall.

Nach wie vor aktuell sind Sukkulenten, weil sie sich besonders gut für jüngere Zielgruppen und Singlehaushalte eignen. Sukkulenten benötigen wenig Pflege, sind anspruchslos und brauchen dank der oft kleinen Töpfe nur wenig Platz. Gleichzeitig überzeugen sie mit sehr unterschiedlichen und markanten Wuchsformen sowie spannenden Farben. Damit sind Sukkulenten ideal geeignet für Kunden, die Spaß an Pflanzen, aber wenig Zeit für deren Pflege haben.

**Dirk Bader, Geschäftsführer Landgard Blumen & Pflanzen GmbH und Generalbevollmächtigter Blumen & Pflanzen Landgard eG**



## Pflanzen mit Geschichten

Ich finde, wir sollten die grünen Pflanzen nicht vergessen mit ihren besonderen Formen wie Kakteen oder Sukkulenten – hier gibt es große, robuste Pflanzen und spannende wilde Formen. Mir liegen ganz besonders Pflanzen mit Besonderheiten und Geschichten am Herzen, die unsere Sinne berühren: Wie Blattbegonien mit ihren schönen Blattzeichnungen und tollen Sorten aus Vietnam oder den botanischen Sorten. Oder grün-weiß gezeichnete Pflanzen, neongelbe Pflanzen, Pflanzen auf Lavasteinen (Lova), Pflanzen, wie zum Beispiel *Senecio*, deren Blätter an Delfine erinnern. Pflanzen mit wasserhydropnischen Wurzeln zeigen schöne Strukturen, schön ist auch die graue Farbe von *Philodendron hastatum*.

Dann gibt es Gattungen und Arten in rot-bunten Farben, mit speziellen Mustern oder solche wie *Tradescantia*

'Velvet Hill' mit ihren samtig-kuschligen Blättern. Spannend ist auch so etwas wie die Essiggurkenpflanze *Delosperma echinatum* oder *Alocasia* 'Stingray' mit ihren XXL-Blättern, die Löcher zeigen und eine Fischform. Mein ganz persönlicher „Geheimtipp“ ist *Zantedeschia* 'Frozen Planet' mit ihren durchsichtigen Blättern – sie ist damit ziemlich einzigartig und stammt aus einer Veredelung.

**Ed Mol, verantwortet den Einkauf besonderer Pflanzen bei Waterdrinker, Aalsmeer/NL**

„Möglicherweise werden Gärten zukünftig wieder zu über 50 % aus Nutzpflanzen bestehen, Futterpflanzen für Insekten und Tiere eingeschlossen.“

Ausbeute der Züchtungen, verhindert allerdings auch den dauerhaften Erfolg für Produktion und Handel. Mehr Mut für langfristigen Erfolg würde hier dem ganzen Markt helfen. Ausgehend von den Bedürfnissen der Kunden, sehen wir vor allem die folgenden sechs Entwicklungen.

### TREND 1: PFLEGELEICHT, HALTBAR UND TROCKENRESISTENT

Der Mega-Sommer 2018 hat es noch befeuert, der Trend entwickelt sich aber schon seit 2016. Vor allem die Niederlande und Skandinavien sind hier weit vorne – alles, was zu Sukkulenten zählt, sowohl indoor, als auch outdoor, ist auf dem Weg nach oben. Da leider der Fachhandel hier auch oft eher träge ist, erleben diese Produktgruppen im Systemhandel und Co. derzeit einen starken Aufschwung.

Leider werden Sukkulenten in Deutschland kaum produziert, so wie generell „grüne Zimmerpflanzen“. Trotzdem gibt es Ausnahmen und Ansätze. Sogar die *Kalanchoe* als Outdoor-Produkt setzt sich langsam durch, ebenso verzeichnen die Schnitt-*Kalanchoe* immer noch ein fantastisches Wachstum – kein Wunder, bei einer unglaublichen Haltbarkeit von drei Wochen und mehr.

Ergänzend dazu, und von vielen nicht als klassische Pflanze gesehen, werden Tillandsien und auch Kakteen wieder stark nachgefragt werden, wenn der Designfaktor gut genug bedacht wird – diese Pflanzen erleben aktuell ein klassisches Comeback im neuen Gewand.

Auch Gräser und ähnliches Beiwerk werden weiter stark nachgefragt werden. Sie passen zum einen in den Trend der pflegeleichten Gärten. Zum anderen ist ihre Wuchsstruktur angesagt und findet sich in Mode- und Trendzeitschriften weltweit.

### TREND 2: COMEBACK DER GRÜNPFLANZEN

Für viele Profis nicht fassbar, aber es kommen immer mehr Grünpflanzen der 1990er-Jahre zurück in den Fokus der Kunden. Den Startschuss zu diesem Comeback gab vor einigen Jahren die Sansevierie, die sogar eher den 1970–80ern zugerechnet werden muss. Aktuell sieht man überall *Monstera*, *Ficus*, *Yucca*, *Philodendron* und Co. – die zwar gar nicht so pflegeleicht sind, aber zumindest hart im Nehmen.

Auslöser waren Interior-Blogs, und Einrichtungszeitschriften, die den „Urban Jungle“, das Dschungel-Feeling in den Wohnräumen, als Trend lancierten und befeuerten. Es ist wieder chic, sich mit Grün zu umgeben und seine Wohnräume sogar mit ganzen Kollektionen von Zimmerpflanzen zu schmücken (siehe auch DEGA GRÜNER MARKT 7–8/2017, Webcode **gm4451**). In diesem Zusammenhang steht auch das klassische Blumenfenster vor dem Comeback. Ampeln, auch gern im Makramee-Stil, und Podeste machen derzeit den Anfang.

In welche Richtung sich der Grünpflanzentrend entwickelt, lässt sich wunderbar in den sozialen Netzwerken wie Pinterest und Instagram verfolgen. Instagram ist voll mit Bildern von altbekannten Grünpflanzen, unter den Hashtags #plantaddict oder #urbanjungle gibt es unzählige Bilder, die die Pflanzen in einer modernen Wohnsituation zeigen. Hier kann man sich auch wunderbar für die richtige Präsentation am POS inspirieren lassen, denn die ist die Grundvoraussetzung dafür, um an diesem Trend partizipieren zu können. Gelingt eine trendige, lifestyle-Ansprache, lassen sich damit auch junge Zielgruppen als Kunden gewinnen.

### TREND 3: PFLANZEN MIT PÄDAGOGISCHEM ASPEKT

Ebenfalls weiter auf dem Vormarsch sind Naschgemüse, -obst und Co. Dabei tritt zunehmend der pädagogische Aspekt in den Vordergrund. Immer mehr Eltern kaufen diese Pflanzen, damit der Nachwuchs lernt, dass die Kirschsorte nicht „Mon Cheri“ heißt und auch nicht aus der Schachtel kommt. Im Kleinen ist das auch mit Tomaten, Salat, Kartoffeln und sogar Kräutern möglich. Nicht alles wird wirklich verzehrt, aber schon das „Ich könnte, wenn ich wollte“ ist Anreiz genug. Man könnte die Gemüsecke oder das Hochbeet im Garten fast mit einem SUV-

## „Buntnesseln haben ein großes Potenzial“

„Ich habe mit einem regionalen Gärtner hier im Blumengroßmarkt gesprochen. Er sieht in der Buntnessel, *Plectranthus scutellarioides*, ein großes Potenzial, da das Farbspektrum durch die neuen Züchtungen sehr breit ist und die verschiedensten Blattmuster vorhanden sind. Zudem sind die Pflanzen sehr pflegeleicht und wüchsig. Ihm liegen zudem Dipladenien am Herzen, da diese in den verschiedensten Sorten und Farben gerade bei der immer größeren Hitze im Sommer gut halten und viele Blüten hervorbringen. Sein „Geheimtipp“ ist die Süßkartoffel, *Ipomoea batatas*, weil sie einen sehr schönen Wuchs hat und auch in verschiedenen Sorten zu bekommen ist.

Ein Schnittblumenhändler hier auf dem Großmarkt empfiehlt ganz besonders *Medinilla* als eine wunderschöne, sehr interes-

sante tropische Pflanze. Als pflegeleichte Terrassenpflanze empfiehlt er *Leucadendron*, die es in vielen verschiedenen Sorten und als Hybriden in den unterschiedlichsten Farbschattierungen gibt. Sein „Geheimtipp“ sind Bromeliengewächse. Die Pflanzen dieser großen und vielfältigen Gruppe erinnern an Urlaub und ferne Länder. Sie sind pflegeleicht und sehr langblühend und die meisten Arten bringen auch durch ihre Früchte noch einen sehr schönen Zierwert. Beispiele sind Ananas, *Aechmea*, *Guzmania*, *Vriesea* oder Bromelie.

**Veronika Drexler, Blumengroßmarkt München**



PKW vergleichen – kaum keiner nutzt ihn wirklich, aber es ist schon cool einen zu haben.

Dass Konzepte, die das Thema Bienen und Co. bespielen, funktionieren, ist längst bekannt. In der nächsten Zeit werden sicher noch weitere „Wirtspflanzen-Konzepte“ für gerne gemochte Tiere folgen. Als nächstes werden Schmetterlinge und Vögel in den Fokus rücken, vielleicht kommen dann auch Konzepte für Eichhörnchen und Co.

Uns ist durchaus bewusst, dass diese Nesträuber nicht nur Freunde haben. Aber wir sind uns auch sicher, dass solche Konzepte gekauft werden, wenn das Kind das Eichhörnchen auf dem Etikett sieht. Möglicherweise wird die Entwicklung langfristig dahin gehen, dass Gärten wieder zu über 50% aus Nutzpflanzen im weitesten Sinn bestehen, also Futterpflanzen für Insekten und Nutztiere eingeschlossen.

### TREND 4: PFLANZEN IN MINIATURFORMAT

Etwas weiter weg sind Pflanzen, die im Grunde Bekanntes in Miniform bieten. Schon lange gibt es entsprechende Serien im Koniferenbereich. Jetzt setzen andere Pflanzengruppen nach – zum Beispiel *Buddleja*. Die Kientzler-Serie „Buzz“ beispielsweise umfasst besonders kompakt wachsende *Buddleja*-Sorten, auch die Artmeyer-Baumschule hat mit „Summer Teens“ und „Summer Kids“ kleinbleibende Sommerlieder im Sortiment.

Gleiches passiert aktuell bei Hortensien, und viele Züchter haben noch viel mehr im Köcher. Zukünftig wird sich die Nachfrage noch verstärken, sobald diese Produkte preislich in den Massenmarkt kommen. Das ist natürlich eine Herausforderung, weil schwachwachsende Koniferen beispiels-

weise Zeit und damit Geld brauchen, um die Verkaufsgröße zu erreichen.

Indoor könnte ein Comeback der Bonsais anstehen, sobald pflegeleichte Produkte auf dem Markt promotet werden.

### TREND 5: MIX-PFLANZEN NOCH WEITER IM AUFWIND

Das ist ein Bereich, den ich in den ersten Jahren falsch eingeschätzt hatte und ein gutes Beispiel dafür, dass man nicht mit der Fachbrille schauen darf, um Kundenwünsche zu entdecken. Fertige Mixe sind das Convenience-Food bei den Zierpflanzen. Obwohl der Trend schon lange läuft, ist er immer noch im Aufwind und wird vom Handel stark befeuert. Zum einen, weil er den Bon auf der Fläche und im Warenkorb erhöht – so können Produkte beispielsweise

# Jede Menge im Griff

Rückentragbare Akkuspritzen

Rückenspritzen

Rückentragbare Motorsprühgeräte

SOLO Geräte gehören im Obstbau, Weinbau oder im Garten- und Landschaftsbau seit Jahrzehnten zur Standardausrüstung. Die zuverlässigen und professionellen Spritzen und Sprühgeräte übernehmen Pflanzenschutz, Desinfektion und Parasitenbekämpfung. Hand- oder motorbetrieben, für kleine und große Füllmengen mit vielfältigem Zubehör für jede Anwendung.

**IPM**  
ESSEN - GERMANY  
**2019**  
22-25 JANUAR  
Halle 4, Stand C33

**solo**<sup>®</sup>  
THE BETTER CHOICE. SINCE 1948.  
German quality sprayers and cut-off machines  
[www.solo.global](http://www.solo.global)

## Mehr Mut zu Besonderem

Weiterhin wird der Kräuter- und Gemüsemarkt wachsen. Dies über die gesamte Bandbreite. Trendgemüse wie Süßkartoffeln und Wasabi genauso wie Tomaten, Paprika und Gurken. Dabei geht es aber weniger um Selbstversorgung, sondern eher ums „Spaß am Gärtnern“. Die Erträge passen zwar oft nicht zu den Kosten, aber es wird etwas Besonderes bleiben, seine eigenen Kräuter, sein eigenes Gemüse, auf dem kleinsten Balkon oder Garten selbst zu ziehen.

Der trockene Sommer und Herbst wird zu einer verstärkten Nachfrage nach trockenheitsresistenten Pflanzen führen. Wie groß diese wird und ob man sie auch seriös bedienen kann, ist schlecht abzuschätzen. Hinzu kommt, dass selbst geeignete Pflanzen, zumindest im ersten Jahr, mehr Wasser benötigen als ältere Exemplare. Noch ein sehr trockener Sommer würde den Konsumenten noch mehr verärgern. Hier ist am POS gute Beratung dringend vonnöten.

Grundsätzlich fehlt es an Besonderheiten und Geheimtipps auf dem Markt. Denn viele dieser Ansätze zerstören sich im Markt leider selbst. Das sind zum einen oft die Produzenten, die diese als massenuntauglich abstempeln, weil sie vielleicht überjährig kultiviert werden müssen oder das Potenzial aus deren Sicht nicht groß genug ist. Was nicht maschinen-tauglich ist, wird dann oft erst gar nicht probiert. Der Trend zu immer größeren Gärtnereien lässt das Sortiment leider eher schrumpfen. Für die Entscheider beim Einkauf am Markt zählt eher Bewährtes als Unbekanntes oder Kleinteiliges. Es liegt auf keinem Fall daran, dass es diese Besonderheiten und Geheimtipps nicht gibt. In allen Pflanzengruppen haben wir ausreichend Potenzial.

Martin Engler,  
EPS GmbH, Kevelaer



für 3,99€ statt 2,99€ verkauft werden. Mit dem Argument, dass der Kunde ja drei bis vier oder sogar fünf Pflanzen erhält, lässt sich ein höherer Preis gut rechtfertigen. Zum anderen gibt der Mix Farben und Strukturen vor – die Jung- und Ahnungslos-Generation braucht nicht selbst kombinieren und hat häufig den Eindruck einer Neuzüchtung.

Mixpflanzen sind vor allem im Bereich der Beet- und Balkonpflanzen beliebt, nach wie vor gibt es Artikelgruppen, bei denen Mischungen noch die Ausnahme sind. Das wird sich in den folgenden Jahren aber stark verändern.

### TREND 6: SCHNITTBLUMEN & FLORISTIK EHER UNGEBUNDEN

Die Schnittblumentrends laufen deutlich schneller als die Trends im Pflanzenbereich, es ist deshalb eine echte Herausforderung, hier up to date zu bleiben. Nach wie vor ist der wilde Bohemian-Stil angesagt, bei dem zum Leidwesen vieler Floristen nur gestellt, nicht gebunden wird und Blumen eher im natürlichen Look arrangiert werden. Das treibt die Nachfrage nach Sommerschnitt, allerdings in allen Jahreszeiten. Auch Grün wie *Eucalyptus* dreht weiter auf.

Zudem wird besondere und haltbare Bundware immer wichtiger. Die im Trend liegenden großen Vasen wollen gefüllt werden – aber stylisch und eben „undone“. Dafür bieten sich holzige Artikel an: Mohnkapseln, Fruchtstände und stabile Schnittblumen mit langer Haltbarkeit. Für den Fachhandel gibt es leider gleich zwei Haken an diesem Trend. Zum einen wird für die Werkstücke weniger Handwerk, zum Teil auch gar keins benötigt. Zum anderen begünstigt die gute Haltbarkeit generell den Systemhandel. Für den bundweisen Selbstbedienungsverkauf sind diese Produkte einfach und mit wenig Verderb-Risiko handelbar.

## Eigenanbau von Obst & Gemüse

Gesunde Ernährung spielt eine immer größere Rolle. In diesem Zusammenhang wird der Eigenanbau von Obst und Gemüse immer wichtiger – als Beitrag zur gesunden Ernährung, der gleichzeitig einen Ausgleich zum stressigen Alltag bietet. Kernobst wie Apfel, Quitte, Birne und Co. sind deshalb in vielen Gärten ein Muss. Auch Steinobst wie Pfirsich, Kirsche, Pflaume und Co. erfreut sich zunehmender Beliebtheit. Auch Beerenobst liegt voll im Trend, der durch Zeitschriften aus dem Bereich Ernährung, Backen und Kochen sowie Gesundheit noch befeuert wird. Hier sehe ich die größten Potenziale für 2019 und darüber hinaus.

Vor allem für junge Familien wird das Gärtnern immer wichtiger. In unserem Konzept „Kleine Gartensforscher“ haben wir Pflanzen für Kinder zusammengestellt: Obstbäume, Beerenobst und Laubgehölzbesonderheiten. Mit kindgerecht gestalteten Töpfen und Etiketten, die viele Informationen zu den Pflanzen sowie leckere Rezepte für die Verwendung der Früchte enthalten, wollen wir Kinder für das Gärtnern begeistern.

Auch Hortensien werden weiter eine große Rolle spielen. Durch die große Auswahl an Farben, Blütenformen und Größen passen sie in jeden Garten und zu jedem Geschmack.

Nadja König, Lehmann Pflanzen  
OHG, Bokholt-Hanredder



## „Verbraucher werden immer umweltbewusster“

Wenn es so bleibt, dass die Herbstmonate immer wärmer werden, haben Herbstpflanzen ein sehr großes Potenzial: Callunen, Eriken, Herbststauden und alles, was dazugehört. Zudem werden Verbraucher immer umweltbewusster. Wir sollten gerade in der grünen Branche schauen, dass Pflanzen umweltfreundlich produziert werden. Berichte von zu hohen Nitratbelastungen im Wasser und zu viel Plastikmüll müssen ein Umdenken in der Branche herbeiführen. In unserem Produktionsbetrieb produ-



zieren wir umweltfreundlich Callunen – in dem geschlossenen System gehen die Dünge- und Stärkungsmittel nicht ins Grundwasser. Außerdem verzichten wir auf ein Plastiketikett.

Mein „Geheimtipp“? Da gehe ich in eine ganz andere Gruppe, und zwar zu den Hortinno-Azaleen. Diese zeichnen sich durch eine sehr lange Blütezeit, keine Spelzen und ein glänzendes Blatt aus. Ganz neu bei den Hortinno Azaleen sind die Kombinationen Twin, Trios und Quattros.

Sylke Schacht, Eurofleurs Elbers, Kevelaer

In Bezug auf Produktinnovationen ist die Frage, ob sich neben der gewachsenen *Amaryllis*, die aktuell sicher schon auf dem Höhepunkt ist, weitere pflegeleichte Produkte etablieren lassen. Die gewachste *Amaryllis* ist übrigens wieder ein Produkt, das perfekt die oben beschriebenen Convenience-Bedürfnisse erfüllt.

### NICHT JEDER PFLANZENTREND LÄUFT ÜBERALL

Es gibt eine Vielzahl von Trends und Innovationen, die ihren Platz im Sortiment finden werden. Generell bleibt aber wichtig, diese am POS auch entsprechend zu inszenieren. Das immer geringere Wissen der Kunden macht sie empfänglich für überzeugendes

Marketing und clevere Ideen. Dabei setzen gute Konzepte nicht platt auf Einzelprodukte, sondern entwickeln Themenwelten, die die Bedürfnisse der Kunden ansprechen. Nicht jeder Trend läuft überall. Das hängt unter anderem mit den unterschiedlichen Zielgruppen zusammen. Wer sein Zielpublikum eher im gesetzten Alter mit Mittagstisch und Rosenvielfalt zieht, wird mit einer kleinen Sonderpräsentation „Dschungel“ nicht die urbanen Hipster anziehen, die noch nie ein Gartencenter betreten haben.

TEXT: Rupert Fey, Bargfeld-Stegen  
BILDER: privat (Porträts),  
Pflanzenfreude.de (Seite 16)

### DER AUTOR



Rupert Fey  
ist Geschäftsführer der beyond-flora GmbH und Handelsexperte. Aus seiner Erfahrung im

europäischen Einkauf & Vertrieb entwickelt er mit seinem Team seit 2009 Konzepte für die grüne Branche. beyond-flora schult und entwickelt individuell bei Strategie, Unternehmensentwicklung und Kommunikation. Kontakt: [www.beyond-flora.com.de](http://www.beyond-flora.com.de)



Zwei Gründe, Rot zu lieben

IPM 2019  
stand GA-47-16



Halios HD & Halios

# Produkt Lebens-Zyklus

