



Oben: Auf der Promofläche im Blumen-
großmarkt Nordbayern erzeugte Beatrix
Schaffranka mit einer stimmigen
Pflanzenauswahl, ausgesuchten
Übertöpfen, passenden Accessoires und
Kleinmöbeln eine wohnlige Atmosphäre.

Links: Wichtig ist, die Präsentation gut zu
pflegen – nimmt der Kunde etwas heraus,
müssen die entstandenen Lücken schnell
aufgefüllt werden. Zudem sollte die
Präsentation immer sauber gehalten
werden. Um das Auffüllen zu erleichtern,
sollten die Pflanzen in größerer Zahl auf
der Fläche vorhanden sein. Beatrix
Schaffranka hat größere Stückzahlen in
alten Koffern und größeren Körben in die
Präsentation integriert.

VERKAUFSERFOLG MIT ZIMMERPFLANZEN

Stimmungsvoll & wohnllich

Zimmerpflanzen sind angesagt, vor allem bei einer jungen Zielgruppe. Damit der Fachhandel von diesem Trend profitiert, muss zum einen die Pflanzenauswahl stimmen und zum anderen die Präsentation. Wie sich das am POS umsetzen lässt, hat uns die Floristin Beatrix Schaffranka bei GR, dem Pflanzengroßhändler im BGN in Rednitzhembach, anhand einer Promofläche gezeigt.

Unten: Besonders beliebt sind derzeit Pflanzen mit auffälligen Blattzeichnungen, wie die Forellen-Begonie, *Begonia maculata* (unten links), *Begonia masoniana* mit der dunklen Blattmusterung (Bild rechts, Pflanze hinten links) oder *Alocasia zebrina* (Pflanze hinten rechts) mit den charakteristischen Blattstielen.



Mitte: Kunden suchen Pflanzen danach aus, ob sie zum eigenen Wohnsstil passen, deshalb sollten möglichst viele Varianten gezeigt werden. Auf der Promofläche war die linke Seite in eher warmen Farbtönen gehalten, während rechts (im Bild) die kühlen Farben dominierten.



Grünpflanzen sind schon seit ein paar Jahren auf dem Vormarsch, erklärt der Pflanzeneinkäufer bei GR, Ralph Bolz. „Aber in diesem Jahr haben sie noch mal einen deutlichen Schub bekommen“, fügt er hinzu. Insbesondere Blattschmuckpflanzen, also Pflanzen mit besonders schönen Blattzeichnungen, seien gefragt. Diese standen deshalb ganz oben auf seiner Wunschliste an die zuliefernden Gärtnereien. Denn gerade diese Besonderheiten sind es, mit denen sich der Fachhandel in Zeiten, in denen Pflanzen beinahe überall zu kaufen sind, vom Wettbewerb abheben kann. „Blattbegonien, *Calathea* und *Aglaonema* sind aktuell besonders beliebt, vor allem bei jungen Kunden“, erklärt Ralph Bolz weiter. Diese sind vor allem auf Pinterest, Instagram & Co. derzeit viel zu sehen.

Für die meisten Kunden sei es zudem wichtig, dass die Pflanzen pflegeleicht sind, ist die Erfahrung des Einkäufers. Pflegeleichte Pflanzen anzubieten, ist auch die Empfehlung der Floristin Beatrix Schaffranka. Die Freelancerin gestaltet für den Blumengroßmarkt Nordbayern regelmäßig Promoflächen und Veranstaltungsdekoration. „Insbesondere, wenn die Kunden gerade in das Thema Zimmerpflanzen einsteigen, ist es wichtig Pflanzen zu verkaufen, mit denen der Kunde dauerhaft Erfolg hat. Da sollte man vom Kauf einer Hortensie oder Kameilie eher abraten“, erklärt die Floristmeisterin. Deshalb ist es wichtig, den Kunden Informationen zur Pflanze und deren Pflege an die Hand zu geben – über das Beratungsgespräch oder die entsprechende Beschilderung im Verkauf. Auf der Promofläche, die

sie eigens für uns bei GR gestaltet hat, fügt sie die schön layouteten Schilder so gekonnt in die Inszenierung, dass sie nicht störend wirken. „Entsprechendes Bildmaterial lässt sich beispielsweise bei Blumenbüro Holland kostenlos herunterladen“, empfiehlt sie.

PFLANZENNAMEN LIEFERN ANSÄTZE FÜR GESCHICHTEN

Wichtig sei es zudem, dass die Verkäufer auf der Fläche die Namen der Pflanzen kennen und sie im Verkaufsgespräch einsetzen. „Jedes Kind braucht einen Namen“, ist Beatrix Schaffranka überzeugt. Und nicht zuletzt lassen sich zu den Pflanzennamen auch schöne Verkaufsgeschichten erzählen. „Nehmen Sie beispielsweise das Elefantenoher, *Kalanchoe beharensis*. Fühlen Sie doch



Oben: Die Kletternde Leuchterblume, *Ceropegia sandersonii*, ist eine meiner Lieblingspflanzen“, erklärt Beatrix Schaffranka. „Die kann man überall entlangranken lassen“, fügt sie hinzu. Wichtig ist, das dem Kunden auch deutlich zu machen – streng auf die Rankhilfe gewickelt, kommt das Potenzial der Pflanze gar nicht zum Ausdruck.

Links: Die wichtigsten Hinweise zur Pflanze und deren Pflege sollte der Kunde am POS finden – sind die entsprechenden Schilder schön gestaltet, lassen sie sich auch gut in die Präsentation integrieren, wie beispielsweise hier im Deckel des alten Koffers.



Links: Für die Präsentation von Ampelpflanzen hat Gartenbau Rednitzhembach eigens ein Verkaufsregal entwickelt, das sich individuell anpassen lässt. Im unteren Bereich können beispielsweise Regalbretter eingezogen werden. Zudem entwickelt das GR-Marketingteam regelmäßig saisonale Verkaufskonzepte, zu denen entsprechendes POS-Material erhältlich ist.

Rechts: Bei Übertöpfen, die nicht wasserdicht sind, sollten gleich die passenden Einsätze angeboten werden. „Nichts ist für den Kunden ärgerlicher, als wenn der teure Boden oder die geliebte Holzkommode Schaden nimmt“, ist die Erfahrung von Beatrix Schaffranka.



mal diese schöne, samtig-filzige Oberfläche. Eine tolle Pflanze“, schwärmt sie.

Neben der Auswahl besonderer Pflanzen steht und fällt der Verkaufserfolg mit der richtigen Präsentation. Kunden kaufen die Pflanzen danach, ob sie zu ihrer Wohnungseinrichtung passen, zur Farbigkeit der Wände, des Sofas oder der Kissen, erklärt die Floristmeisterin. Ist die Pflanze im richtigen wohnlichen Umfeld präsentiert, kann der Kunde sie sich im eigenen Zuhause vorstellen und greift gern zu, so die Erfahrung von Beatrix Schaffranka.

Damit für möglichst jede Einrichtung und jeden Geschmack etwas dabei ist, sollten verschiedene Farbstimmungen umgesetzt werden. Auf der Promofläche im Blumen-großmarkt Nordbayern hat die Floristmeisterin deshalb auf der einen Seite mit warmen Farbtönen gearbeitet, während auf der anderen kühlere Töne dominieren.

Damit ein wohnlicher Eindruck entsteht, müssen der Fußboden und die Wände der Verkaufsfläche unbedingt in die Präsentation einbezogen werden. Tapeten und Bilder

erzeugen eine gemütliche Atmosphäre und können immer wieder verwendet werden. Outdoorteppiche überdecken schnell einen unpassenden Ladenboden.

PFLANZEN IN VERSCHIEDENEN ÜBERTÖPFEN ZEIGEN

Die Pflanzen immer im passenden Übertopf zu präsentieren, ist ein weiterer Tipp von Beatrix Schaffranka. Im besten Fall kauft der Kunde beides, dieses Zusatzgeschäft sollte der Fachhandel unbedingt mitnehmen, empfiehlt sie. „Zudem sollte jede Pflanze in zwei oder drei verschiedenen Töpfen gezeigt werden, je nach Topf wirkt die Pflanze ganz anders – in dem einen Topf eher elegant, im anderen rustikal. Und je höher der Variantenreichtum umso größer die Wahrscheinlichkeit, den Geschmack der Kunden zu treffen. „Viele Menschen können sich etwas erst vorstellen, wenn sie es sehen“, ist die Erfahrung der Floristin.

Wichtig ist, schon beim Einkauf der Pflanzen darauf zu achten, dass diese im Laden

ein Bild ergeben. „Man sollte mit Konzept zum Einkauf gehen, schon vorher genau wissen, was man zeigen will“, empfiehlt die Floristmeisterin. Und man müsse hinter dem stehen, was man einkauft, es selbst mögen. „Wenn ich überzeugt davon bin, dass ich etwas Tolles verkaufe, merkt das auch der Kunde“, ist ihre Erfahrung.

Und bestenfalls überlegt man schon beim Einkauf gleich mit, wie sich das Thema später abwandeln lässt. „Wenn man beispielsweise Begonien in Herbstfarben einkauft, kann man später recht leicht die Farbe wechseln, indem man andere Blütenfarben einkauft“, erklärt Beatrix Schaffranka.

„Dass sich auf der Verkaufsfläche über einen längeren Zeitraum nichts verändert, geht gar nicht. Damit verliert man das Kundeninteresse“, ist sie überzeugt. Und dafür ist nicht immer ein kompletter Umbau notwendig. Auf der Promofläche bei GR ergänzte sie schnell ein paar weihnachtliche Accessoires wie Kugeln und Sterne, und schon hatte sie die Fläche jahreszeitlich verändert und angepasst.

LUST AUF PARTNERSCHAFT?
Chiffre: Kreatives Marketing

Sie kennen uns nicht? Macht nichts, das ändern wir sofort!

Als Einkaufs- & Marketingverbund mit grünem Herz und knapp 20-jähriger Erfahrung in der grünen Branche sind wir Ihr perfekter Partner, um gemeinsam mit Ihnen Ihre starken Umsätze weiter wachsen zu lassen. Warum? Weil das unser Job ist! Den lieben wir und den machen wir Tag für Tag mit Herzblut & Know-how - unaufgeregt, leise & schnell!

Jetzt wollen Sie uns näher kennenlernen. Stimmt's?

Möglichkeit 1: Sie rufen an und sprechen mit Susanne Kern-Schulz **05723 - 94 44 0**
 Möglichkeit 2: Sie informieren sich auf unserer Website **www.nbb-egesa.de**

NBB egesa



Schwerter Pflanzen

Fordern Sie jetzt ganz einfach unsere Liste an.

Der Hausgarten ist unser Fokus

Schwerter Pflanzen GmbH
 Bachmannsweg 4
 26219 Bösel-Hülsberg

Tel. 04494 448 | Fax 04494 8301
 info@schwerter-pflanzen.de
 www.schwerter-pflanzen.de



50 Jahre EUFLOR®
Nachhaltig gärtnern!

jetzt auch torfreduziert in bewährter Qualität

VERPACKUNG BIOLOGISCH ABBAUBAR

50 Jahre nachhaltig gärtnern

FOR BALKON, TERRASSE UND IM ZIER- UND NUTZGARTEN

Plantahum Premium

jetzt auch torfreduziert in bewährter Qualität

25% GRATIS 50 Liter

www.euflor.de





Es ist empfehlenswert, jede Pflanze in zwei, drei verschiedenen Übertöpfen zu zeigen, weil sich die Wirkung der Pflanzen durch den Stil des Topfes zum Teil stark verändert.



Die Verkaufsfläche sollte sich regelmäßig verändern – auf der Promofläche ergänzten Beatrix Schaffranka und ihr Kollege Markus Bachschneider weihnachtliche Accessoires und passten die Präsentation damit recht schnell jahreszeitlich an.

Vielfältige Anregungen für die stimmungsvolle Präsentation, die angesagten Trendpflanzen und -farben lassen sich in den sozialen Medien finden – vor allem auf Instagram und Pinterest. Beatrix Schaffranka empfiehlt, regelmäßig auf den Kanälen bekannter Pflanzen- und Wohnblogger vorbeizuschauen. Ihre Lieblingsbloggerin ist Manuela Kaplan, alias Kuni (www.instagram.com/kunis_lovely_vintage_home). „Das ist Pflanzenverwendung in Perfektion“, schwärmt sie. Aber auch ein Blick auf den Instagram-Kanal der Urban Jungle Bloggers (www.instagram.com/urbanjungleblog) lohnt sich.

TEXT und BILDER: **Grit Landwehr**, Redaktion DEGA

BUCHTIPP

Plant Love – Ratgeber für Zimmerpflanzeneinsteiger

Viel brauchen Zimmerpflanzen nicht: Licht, Wasser, Nährstoffe. Davon aber die richtige Mischung – die größte Herausforderung für viele Hobbygärtner. Im Verlag Eugen Ulmer ist ein Buch erschienen, das genau an diesem Problem ansetzt. Die Autorin Alys Fowler stellt in „Plant Love – Die perfekte Zimmerpflanze für jede Ecke“ (Verlag Eugen Ulmer, 2020) über siebzig gängige und weniger übliche Arten vor, jeweils sortiert nach ihren Lichtbedürfnissen. Denn für eine glückliche Zimmerpflanze benötigen selbst Einsteiger weder Glück noch den berühmten „grünen Daumen“.



lediglich das Wissen, das die bekannte britische Gärtnerin Alys Fowler in diesem Buch verständlich vermittelt. Neben den schön bebilderten Porträts enthält das Buch Kapitel

zur Pflanzenpflege, zur Vermehrung und einen kleinen Exkurs zum Thema „Pflanzennachwuchs aus der Küche – wie sich aus Fruchtresten Pflanzen ziehen lassen.“ Alys Fowler, Plant Love – Die perfekte Zimmerpflanze für jede Ecke. 176 Seiten, 19,95€ (D), rund 26,90 CHF, Verlag Eugen Ulmer, Stuttgart 2020, ISBN 978-3-8186-1031-9, www.ulmer.de