



## **Themenbereiche des Innovationsprozesses »Horticouture« für den Megatrend »Garden Living«**

### **Eine klare Struktur für die weitere Arbeit**

Wir haben die Ergebnisse des ersten Workshops vom 11. Januar in Kleve in einem ersten Schritt für Sie geordnet und in inhaltlich voneinander abgegrenzte Themenbereiche definiert. In einem zweiten Schritt haben wir die Arbeitsgruppen, die sich in Kleve zusammengefunden haben, diesen Themenbereichen zugeordnet und einen Überblick in Form einer grafischen Darstellung erarbeitet (s.u.). Dabei stellte sich heraus, dass bestimmte Fragestellungen durch die Arbeitsgruppen noch nicht abgedeckt werden.

Hier sind Sie gefordert: Einzelne Arbeitsgruppen könnten überlegen, ihre Aufgabenstellung zu erweitern und vielleicht finden sich ja auch noch neue thematische Arbeitsgruppen zusammen.

Beim nächsten Workshop am 9. März werden wir uns bei der inhaltlichen Gliederung des Tages an den Themenbereichen orientieren, die in der Überblicksgrafik dargestellt sind. Die Ergebnisse – oder zumindest Ergebnisansätze – sollen dann anschaulich auf der Hortivation in Kalkar präsentiert werden. Aber nicht nur die Ergebnisse zählen, sondern auch die Darstellung des Innovationsprozesses selbst. Die Präsentation auf der Hortivation soll auch eine Einladung an andere Züchter, Produzenten und Großhändler aus Deutschland und den Niederlanden sein, sich an der Fortführung dieses Prozesses über die Hortivation hinaus zu beteiligen. Die Hortivation ist kein Endpunkt, sondern es ist ein „Work in Progress“.

### Ein paar Anregungen für Ihre Beteiligung am Innovationsprozess:

- Teilen Sie uns den Stand ihrer Vorüberlegungen mit, damit wir Ihre Zwischenergebnisse im Blog auch den Anderen zugänglich machen können!
- Überlegen Sie, ob Sie das Thema ihrer Arbeitsgruppe evtl. noch erweitern können, um einen der sechs thematischen Schwerpunkte noch besser abzudecken!
- Teilen Sie uns Ideen und Eindrücke mit, die Sie evtl. rund um die IPM gesehen haben und die nach Ihrer Meinung auch andere interessieren könnten.

**Senden Sie Ihre Überlegungen an Thomas Eckelmann**  
[eckelmann@pressto.de](mailto:eckelmann@pressto.de)

Thomas Eckelmann wird ihren Input redaktionell für den Blog aufbereiten. Wir sind gespannt wie dieser Innovationsprozess weiter verlaufen wird und freuen uns über Ihr Engagement!

## **Materialien**

Datum: Mittwoch, 10. Februar 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler  
Geschäftsführer

Veilingstraße B102  
D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732  
Telefax: +49 (0) 2839-5682-733  
E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de  
Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann  
PRESSTO GmbH  
Corneliusstr. 15  
50678 Köln  
Telefon: +49 (0) 221-888858-12  
E-Mail: eckelmann@pressto.de

## Themenbereiche im Innovationsprozess



### Materialien

Datum: Mittwoch, 10. Februar 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler  
Geschäftsführer

Veilingstraße B102  
D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732  
Telefax: +49 (0) 2839-5682-733  
E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de  
Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann  
PRESSTO GmbH  
Corneliusstr. 15  
50678 Köln  
Telefon: +49 (0) 221-888858-12  
E-Mail: eckelmann@pressto.de



Abb.: Die 7 Themenbereiche in der Übersicht

(Am Ende des Textes finden Sie die Teilnehmer der jeweiligen Arbeitsgruppen)

### Block 1: Übergreifender Themenbereich

- **Themenbereich Kooperation**

Fragestellungen:

- Wie können die einzelnen Glieder der Wertschöpfungskette enger zusammenarbeiten?
- Was könnte/sollte in der Kommunikation untereinander verbessert werden?

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe 4:** Vertikale Kommunikation (in der Kette) und Konzeption Logistik, Labor: Entwickler-Treffen „Pflanze & Co“, Pop-Up-Store als Labor, Der Gartenbau muss verstehen, dass er nur Halbfertigware produziert, „Ich verstehe meinen Kunden nicht“



## Block 2: Schwerpunkt Züchter, Produzenten, Großhändler

- **Themenbereich Produktentwicklung:**

Fragestellungen:

- Wie können Produkte aussehen, die bei der Zielgruppe ankommen?
- Stichworte: Einfachere Produktinformationen, Produktveredelung, echter Mehrwert (z. B. Dekoration und gleichzeitig essbar)

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe 1:** Essbare Pflanzen

**Arbeitsgruppe 4:** Ökologische Verpackungen, gutes Gewissen dem Kunden gegenüber vermitteln (bzgl. Ökologie), Übersichtlichere und einfachere Produktinformationen

- **Themenbereich Kommunikation:**

- Mit wem kommunizieren wir?
- Welche Informationsangebote können wir der Zielgruppe machen?
- Welche Informationen werden nachgefragt, erreichen ihr Ziel?
- Welche Kanäle der Ansprache sollen genutzt werden?  
Stichworte: Soziale Medien, Apps, Internetangebote, Blogger, Initiativen, (Publikums-, Fach-)Medien, Endkunden direkt (z. B. über soziale Medien)
- Was für Informationen (Themen) bieten wir an: Essbare Pflanzen, Farben, Mehrfachnutzen, Jahreszeiten, ökologische Produkte

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe 1:** App/Website/Blogs für Pflanzen nach Farben, Mehrfachnutzen, Jahreszeit, Produktbewertung wie bei chefkoch.de

- **Themenbereich Marketing**

- Welche Konzepte/Ideen und Kampagnen gibt es bereits? (Beispiel Blumenbüro Holland)
- Was können wir von anderen Branchen lernen?

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe 4:** Vermittlung von Emotionen und Geschichten

## Block 3: Schwerpunkt Handel

- **Themenbereich Motivation**

*(in der Branche vor allem in Bezug auf den Handel):*

Fragestellung:

- Wie können wir den Handel motivieren und unterstützen, neue Wege der Präsentation und Kundenansprache zu gehen?

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe?**

## Materialien

Datum: Mittwoch, 10. Februar 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler

Geschäftsführer

Veilingstraße B102

D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732

Telefax: +49 (0) 2839-5682-733

E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de

Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann

PRESSTO GmbH

Corneliusstr. 15

50678 Köln

Telefon: +49 (0) 221-888858-12

E-Mail: eckelmann@pressto.de



## Materialien

Datum: Mittwoch, 10. Februar 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler

Geschäftsführer

Veilingstraße B102

D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732

Telefax: +49 (0) 2839-5682-733

E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de

Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann

PRESSTO GmbH

Corneliusstr. 15

50678 Köln

Telefon: +49 (0) 221-888858-12

E-Mail: eckelmann@pressto.de

- **Themenbereich Präsentation am POS:**

- Wie können die Produkte innovativer im Handel präsentiert werden? – jenseits der Massenpräsentation auf Tischen
- Stichworte: Showroom mit Musterdekorationen, Beispielpflanzungen, Neuheitenfenster, Produktfamilien, Inszenierung von „Lebenswelten“
- Showrooming

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe?**

- **Themenbereich Events/Aktionen:**

- Welche Events, Aktionen, Serviceveranstaltungen können gemeinsam mit dem Handel durchgeführt werden?

Arbeitsgruppen:

**Arbeitsgruppe 2:** Workshops für Endverbraucher in Zusammenarbeit mit Geräteherstellern

**Arbeitsgruppe 3:** Offene Informationsveranstaltungen/Beratung zur Eignung des Gartens und des Gärtners

Es gab auf dem Workshop weitere Aspekte, die aber keiner Arbeitsgruppe zugeordnet wurden – **Allerdings lassen sie sich den 7 Themenbereichen zuordnen!** Sie werden hier noch einmal der Vollständigkeit halber aufgeführt. Evtl. lassen sie sich ja noch in die Arbeitsgruppen implementieren:

### Produktion

- Modulkonzepte für Balkon, Terrasse, Garten, z. B. Süd-West, Ost-Nord
- fertige Lösungen entwickeln, etwa in Form von Themenkästen
- die Transparenz erhöhen, wenn der Kunde z. B. weiß, dass die Pflanze nur zwei Wochen blüht, ist er nicht enttäuscht
- die Zusammenarbeit mit Zeitschriften stärken
- regional passende Produkte entwickeln,
- Verkauf direkt vom Erzeuger unter Umgehung von einigen Gliedern in der Logistikkette, dadurch kürzere, kontrollierte Handelswege

### Vertrieb

- Die ganzheitliche Beratung: Ein Berater für alles rund ums Garden Living, also nicht nur für Pflanzen!
- Schulungen für Gartencenter, damit diese den „Garden Living“-Kunden besser ansprechen können
- Andere Verkaufsstellen finden, wo man alles fürs „Garden Living“ zusammen anbietet (Komplettlösungen)



## Die Teilnehmer der Arbeitsgruppen:

### **Arbeitsgruppe 1**

- Teilnehmer: Sonja Dümmlen, Bastian Engler, Mareike Marken, Beate Schönges
- Themen:
  - a. Essbare Pflanzen
  - b. App/Website/Blogs für Pflanzen nach Farben, Mehrfachnutzen, Jahreszeit
  - c. Produktbewertung wie bei chefkoch.de

### **Arbeitsgruppe 2**

- Teilnehmer: Franz-Josef Isensee:
- Thema: Workshops für Endverbraucher in Zusammenarbeit mit Geräteherstellern

### **Arbeitsgruppe 3:**

- Teilnehmer: Berthold Kott
- Themen:
  - a) Offene Infos zur Eignung des Gartens und des Gärtners
  - b) Offene Informationen zu Problemen und Lösungen

### **Arbeitsgruppe 4**

- Teilnehmer: Frank Zeiler
- Themen:
  - a) Labor: Entwickler-Treffen „Pflanze & Co“
  - b) Pop-Up-Store als Labor
  - c) Vertikale Kommunikation (i. d. Kette) und Konzept Logik
  - d) Emotionen und Bildgeschichten müssen vermittelt werden
  - e) „Ich verstehe meinen Kunden nicht“
  - f) Der Gartenbau muss verstehen, dass er nur Halbfertigware produziert
  - g) Ökologische Verpackungen, gutes Gewissen dem Kunden gegenüber vermitteln (bzgl. Ökologie)
  - h) Übersichtlichere und einfachere Produktinformationen

## **Materialien**

Datum: Mittwoch, 10. Februar 2016

Kontakt:

**BGI**

**Verband des Deutschen Blumen-  
Groß- und Importhandels e.V.**

Frank Zeiler  
Geschäftsführer

Veilingstraße B102  
D-47638 Straelen-Herongen

Telefon: +49 (0) 2839-5682-732  
Telefax: +49 (0) 2839-5682-733  
E-Mail: frank.zeiler@bgi-ev.de  
Web: www.bgi-ev.de

Thomas Eckelmann  
PRESSTO GmbH  
Corneliusstr. 15  
50678 Köln  
Telefon: +49 (0) 221-888858-12  
E-Mail: eckelmann@pressto.de