

Neue Pflanzenmarke für den Fachhandel

Niederländer wollen Certi bis hin zum Konsumenten in Deutschland etablieren. Von **Verena Groß**

NL-Aalburg. 150 ausgewählte Gartencenter haben in dieser Woche Post von Certi erhalten. Unter diesem Namen wollen der niederländische Händler Frans Timmermans (NL-Aalburg) und die Vermarktungsorganisation Flora-Holland eine Pflanzenmarke im Fachhandel etablieren. Ihr Konzept: 2.000 niederländische Produzenten sortieren ihre Spitzenqualitäten heraus, bekommen dafür faire Bezahlung, und die Ware gelangt ohne Umwege an einen erlebten Kreis von Gartencentern in Deutschland.

Damit sich die hochpreisigen Produkte dort auch verkaufen, präsentieren die Gartencenter sie in einem Certi-Marken- shop. Pflanzen Richter in Bünde und Gartencenter Kremer in Remscheid haben das Konzept bereits in der Erprobung. Die Niederländer liefern stoffbespannte Trennwände, verkleidete Pflanzentische

und Material zur Verkaufsförderung. Im Markenshop erfahren Kunden über Shop-TV, Fotos und Texte von den Besonderheiten der Certi-Pflanzen. Eine Internet-Seite (www.certicare.com) und individuelle Etiketten mit Kennnummer für jede Pflanzensorte machen die Informationen auch zuhause abrufbar.

Die Händler verpflichten sich, den Qualitätsanspruch mitzutragen. Certi-Vertreter kontrollieren regelmäßig den Markenauftritt auf der Fläche. Im Gegenzug sorgen die Anbieter dafür, dass Gartencenter mit Certi-Shops weit genug auseinander liegen, um sich keine Konkurrenz zu machen. Das Pflanzen- sortiment wechselt wöchentlich, es gibt nur zur Saison passende, besondere Pflanzen. Deshalb ist die Ware nur in begrenzten Mengen verfügbar, ein schneller Abverkauf gehört zum Konzept. Eigene Spezialerden im Karton und Dün-

ger in Dosierflasche runden den Markenauftritt ab. Das Verkaufspersonal der Gartencenter wird von Certi geschult und besucht auch Produzenten in den Niederlanden. Zudem erhalten die Gärtner direkte Rückmeldung aus dem Handel, wie ihre Ware bei den Kunden angekommen ist. Nach Aussage von Timmermans werden noch deutsche Produzenten gesucht, die Besonderheiten zum Certi-Sortiment beisteuern können.

Das Markenkonzept soll auf weitere europäische Länder ausgeweitet werden. Neben dem Shop-in-Shop-Verkauf will Certi auch ein Franchise-Konzept für Blumenläden in attraktiven Innenstadtlagen etablieren. Einen Pilotshop im Dresdener Bahnhof gibt es bereits. Um die Pflanzenmarke bekannt zu machen, ist eine Marketing-Kampagne im deutschen Fernsehen für die zweite Jahreshälfte geplant.