

BLUMENGROSSMÄRKTE

Herbstmessen im Trend

Landauf landab haben branchenübergreifend insbesondere kleinere Messen zu kämpfen. Da ist es dann eine gute Nachricht, wenn Klaus Bengtsson vom Blumengroßmarkt Hamburg bezüglich der dortigen Fachmesse Norgarflor sagt: „Im Messegeschäft gibt es neue Herausforderungen – aber auch immer wieder neue, interessante Aussteller.“

Diese Tendenz bestätigen andere Blumengroßmärkte, die ihren Kunden regelmäßig auf regionalen Fachmessen ein Angebotsspektrum präsentieren, das sich deutlich vom übrigen Marktgeschehen unterscheidet. „Es gibt für diese Messen nach wie vor Bedarf“, meint Frank Schäfer, Geschäftsführer des Blumengroßmarkts in Karlsruhe. „Wir müssen uns aber den sich verändernden Erwartungen der Einkäufer anpassen“, ergänzt der Düsseldorfer BGM-Geschäftsführer Peter Rene Hecker. Die Börsentermine für den Herbst 2013 teilt die Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte (VDB) jetzt mit:

➤ **Hamburg: „Norgarflor“**, 21. bis 22. September, ein

Schwerpunkt wird eine Fachdemonstration zur Regionalmarke „Ich bin von HIER!“ sein.

➤ **Frankfurt am Main: „Flora-Trend“**, 28. bis 29. September. Dort wird ebenfalls zum **Herbstseminar Geschenkflo- ristik (8. bis 9. Oktober)** mit Wally Klett und zu einer **Ad- ventsveranstaltung (25. Ok- tober)** mit Annette Kamping inklusive Auszubildenden- Wettbewerb und Sonderver- kauf eingeladen.

➤ **Düsseldorf: Herbstmesse**, 3. Oktober, am Tag der deut- schen Einheit. Ein Schwer- punktthema sind Dekorations- Artikel.

➤ **Karlsruhe: Herbstmesse**, 6. Oktober. Geplant ist dazu

ein **Advents- Event** für den 7. **November**.

➤ **Stuttgart: Herbst- börse**, 13. Oktober.

➤ **„Mannheimer Herbst“ 13. bis 15. Oktober**, mit zahlrei- chen Sonderangeboten sowie einer Adventsprä- sentation am 13. Okto- ber. Am 17. **November** findet auf dem Mannheimer Blumengroßmarkt die **Ad- ventsbörse** mit zahlreichen externen Ausstellern sowie ei- nem Floristen-Wettbewerb statt.

➤ **Köln: Ideenbörse Advent**, 3. November, Verkaufsver- anstaltung mit Fachdemonstrati- on der Meisterschulen.

Birgit Farwick präsentiert in Hamburg Ideen zu regionalen Produkten.

➤ **Dortmund: Advents- und Weihnachtsevent**, 10. No- vember.

VDB



PLUSPLANTS-GÄRTNER

Ideen für das Sommerloch

Mit der „Schatzinsel“ und „Schmucken Blättern“ kommen die PlusPlants Partner, Bargfeld-Stegen, im August mit gleich zwei Konzepten auf den Markt. Das Werbe- material liegt bereit und die Pflanzen wachsen gut.

Felix Wison, Schermbeck, erläu- tert: „Mit der Schatzinsel wollen wir halb vergessene Artikel wie- der in den Fokus bringen. Wir setzen auf große Ware, ideal – um Lücken noch zu füllen und vor allem mit frischer Ware noch Umsätze zu generieren. Mit da- bei sind *Angelonia*, *Bracteantha*,

Zu beiden Ideen gibt es ein komplettes Set an Werbe- mitteln, hier die Materialien für das Thema „Schmucke Blätter“.

Coleus und *Sunpatiens*. Alles mit einem kompletten Werbekon- zept, mit A4- und A3-Plakaten und Toppfern für CC-Contai- ner.“

Peter Aldenhoff, Scherm- beck, und Manfred Rieke, Recke- Steinbeck, produzieren gemein- sam die Ware für das zweite Konzept „Schmucke Blätter“, ebenfalls nur bei PlusPlants er- hältlich. Hier geht es um immer- grüne Sommerartikel, die ge- meinsam in drei verschiedenen Wuchsformen kombiniert wer-

den können. Die beiden beto- nen: „Wir wollen in der Gruppe auch Neues wagen, gemeinsam mit Züchtern Konzepte für Kun- den schaffen. In diesem Fall ist das Konzept gemeinsam mit Florensis entstanden. Weitere Ideen werden in den kommen- den Jahren immer für neue Im- pulse sorgen. Jetzt gilt es, ge- meinsam im Markt mit unserem Marketing Vorteile für Kunden zu erzielen und die Kulturen und die Resonanz beim Verbraucher zu testen.“

PlusPlants



BILD: PlusPlants