

# Fit und wandlungsfähig in einem heiß umkämpften Zierpflanzenmarkt

**Das Glück trifft  
den vorbereiteten Geist**

**Christoph Hintze, LVG Heidelberg  
Neuss, 6.03.2007**





# Dschungel-Expedition

**Aufbruch ins Unbekannte!**

**Was tun Sie, bevor Sie  
losmarschieren?**



**Niemand wird  
unvorbereitet  
losmarschieren,  
sondern eine Reihe  
von **Vorbereitungen**  
treffen!**





**Die Herausforderungen werden groß sein!**

**Sicherzustellen** sind u.a. körperliche Fitness, Gesundheitsscheck, Impfungen, die Routenplanung, die Materialzusammensetzung.

**Was soll bei Unfällen geschehen?  
Welche Sicherheiten gibt es?**





Erst dann wird man sich  
auf den Weg machen !

Die **Voraussetzungen** für  
das Gelingen  
der Expedition  
sind geschaffen!



**Dennoch:**

**Man weiß nie genau,  
was auf einen unterwegs alles  
an negativen und positiven  
Überraschungen  
wartet!**





Aber der **Wille**,  
Neues zu wagen  
Entdeckungen zu machen  
und auszubrechen  
überwiegt  
alle Skepsis!

Sie marschieren los!



**Halt !**

**Noch etwas:**

**Sie brauchen ja noch Menschen, die Ihnen bei Ihrem Abenteuer zur Seite stehen!**



**Sie entscheiden sich für:**

- einheimische Träger und
- jüngere, gut gebaute Mitreisende aus Ihrem - weiteren - Umfeld zu Hause



**Die Indianer sollen Ihrer Mannschaft mit Macheten den Weg frei schlagen!**



**Ihre anderen Mitreisenden sollen die weiteren täglichen Herausforderungen meistern und dafür sorgen, daß sich die Indianer nicht total verausgaben.**



Was aber tun dann **Sie ????????????**



**Ich würde mir gerne erlauben,  
Ihnen als Unternehmern  
einen **Platz** bei dieser Expedition  
zuzuweisen.**





Bevor ich das tue, möchte ich Ihnen **Ihre Aufgaben** bei dieser Expedition aus meiner Sicht darstellen:

- **Sie** bestimmen den Kurs!

Dafür müssen Sie zu jeder Zeit wissen, wo Sie gerade mit Ihrer Mannschaft sind. Sie sind möglicherweise, der einzige, der die Karten lesen oder mit dem Kompass umgehen kann.

Die Mannschaft berät Sie zusätzlich.

- **Sie** planen das Tagespensum!

- **Sie** entscheiden, wenn es anders kommt als geplant!



Daher: **Ihr Platz** bei dieser Expedition:



## Wie sonst soll die Expedition gelingen?



statt



## Aufbruchstimmung in den Betrieben:

**Raus aus dem Teufelskreis** von schlechter Stimmung und Zukunftsangst ! Raus aus dem Hamsterrad!



Umweltveränderungen **aktiv** begegnen, Initiative ergreifen!



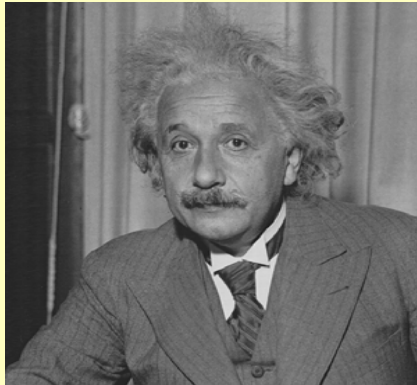
Den Umgang mit Zweifeln und Unsicherheit **beherrschen** lernen!



---

**Das Gebot der Stunde heißt: **Erneuerung** !**

**„Es ist verrückt, die Dinge immer gleich zu machen,  
und dabei auf andere Ergebnisse zu hoffen !“**



**Albert Einstein**





## Ihre Aufgaben als Unternehmer:

**Einen Handlungsrahmen  
abstecken! Leitplanken!**



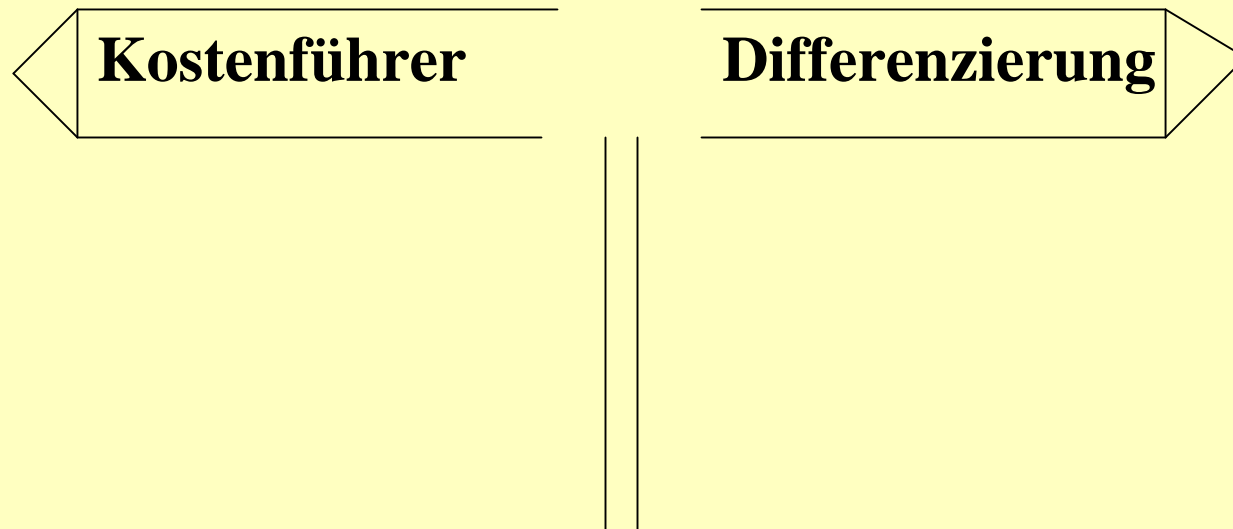
**Das operative  
Geschäft hiernach ausrichten!**

**Abweichungen vom Plan managen!**

**Ihre Betriebe lernfähig,  
anpassungsfähig machen!**



# Zierpflanzenbau 2007



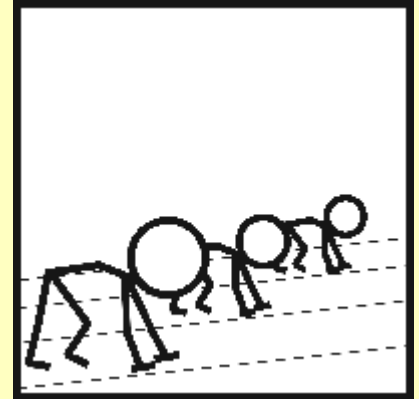
# Zierpflanzenbau 2007

**Klare Entscheidung notwendig!**



## **Als Kostenführer auf dem Markt bestehen????**

**Kostenführer bieten in der Regel  
undifferenzierte Produkte an.**



**Wenn aus Sicht eines Käufers alle Angebote von  
undifferenzierten Produkten gleich erscheinen, bleibt ihm  
zur Unterscheidung lediglich der Preis.**

**Der Preis ist somit das einzige Instrument eines Anbieters von  
undifferenzierten Produkten, Käufer zum Kauf der eigenen  
Produkte zu bewegen und um Marktanteile zu gewinnen.**



Bleibt eigentlich nur die **Differenzierung**, d.h. der Versuch sich von anderen unterscheidbar zu machen



**Die entscheidenden Fragen aus Kundensicht:** Warum soll ich gerade dieses Produkt kaufen und warum soll ich gerade mit diesem Betrieb zusammenarbeiten?

**Vorsicht:** 80% der Unternehmen meinen, daß sie ihren Kunden überdurchschnittliche Qualität und Service bieten. Aber nur 8% der Kunden können dies bestätigen.





## Sich unterscheidbar machen



Sind meine **Kunden** überhaupt bereit, für die Vorteile, die ich Ihnen biete, mehr zu zahlen?

Ist dieser **Vorteil** (Nutzen, Mehrwert) kommunizierbar?

Kann meinen Produkten ein **Gesicht** gegeben werden, um sie wiedererkennbar zu machen?

Wie können wir laufend das **Vertrauen** in unsere Produkte stärken?



## Sich unterscheidbar machen

Typische **Formen** der Differenzierung:



- Trendprodukte (aber dabei der erste sein, der Nische besetzt!)
- ständige Innovationen (bis hin zum Service, Bsp. Garantien)
- einzigartiger Produkt-Mix (Stärken von Holland, Dänemark)
- besonders gut sein in Flexibilität, Logistik, Kommunikation, Termintreue
- Verlässlichkeit, auch bezüglich Qualität!

**Zusammenfassend: Kundenorientierung hoch drei !!!**



## **Sich unterscheidbar machen**

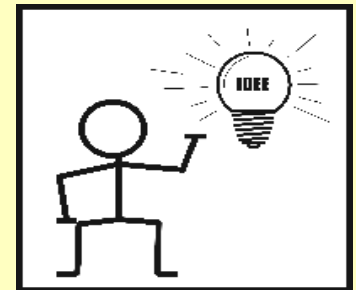
**Tiefes Verständnis der Geschäftsprozesse der Kunden →**

**Worin kann der eigene Beitrag zur Problemlösung für den Kunden liegen? Was ist entscheidend für dessen Zufriedenheit?**

**→**

**Die Prozesse des Kunden managen bzw. Teile davon →**

**Die Umsätze des Kunden steigern, seine Kosten und Risiken vermindern →**



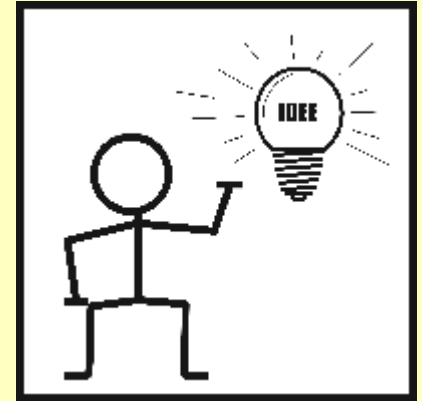
**wenn möglich, soll der Kunde von Ihnen abhängig werden**

**→ Eintrittsbarriere für Mitbewerber**



## **Sich unterscheidbar machen**

**Es führt kein Weg an der Beantwortung dieser grundsätzlichen Fragen vorbei:**



**Wo wollen wir mit unserem Betrieb hin?**

**Wo liegen unsere Kernkompetenzen?**

**Wie machen wir diese deutlich?**

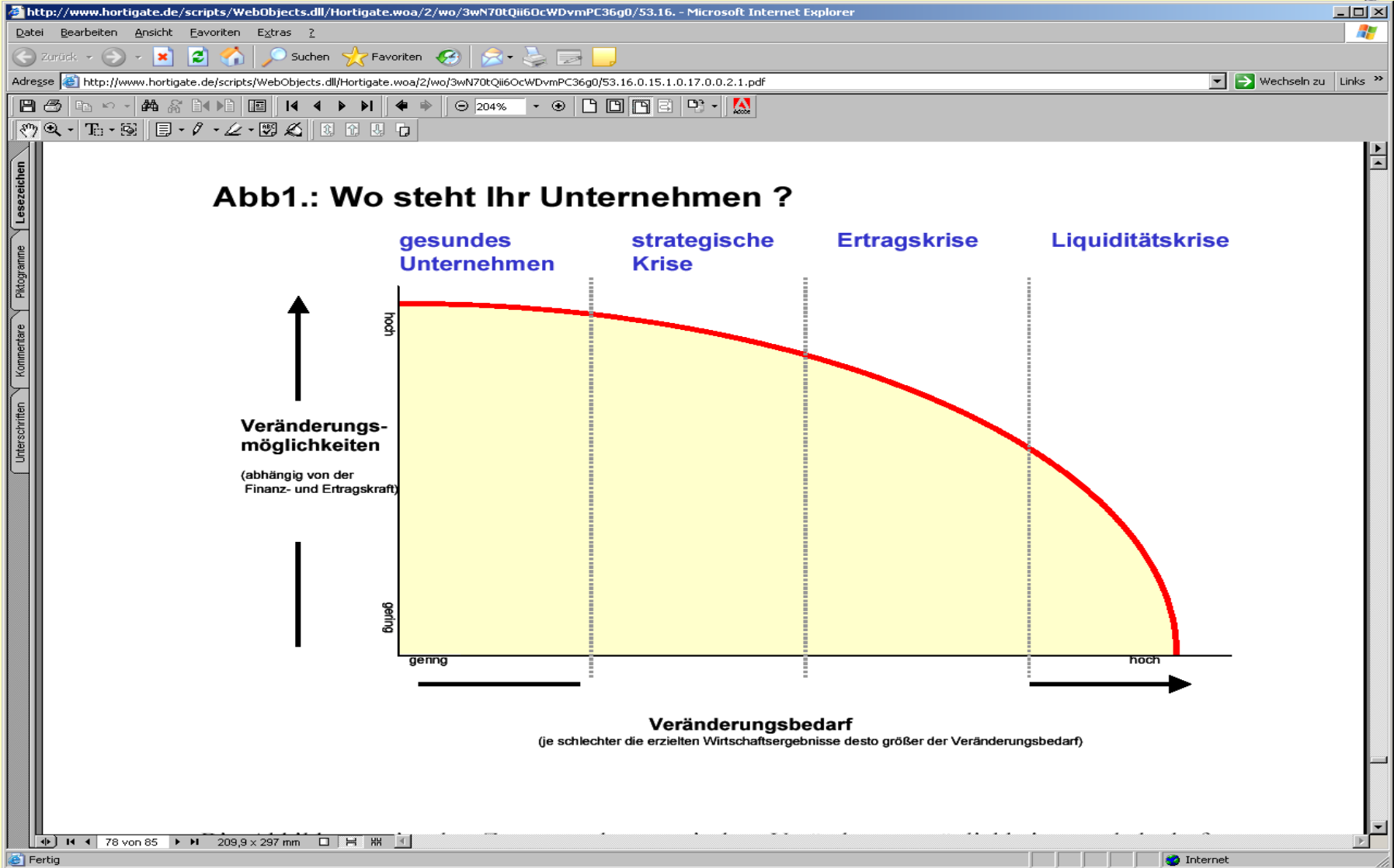
**Wie zuverlässig erleben unsere Kunden unsere Versprechungen?**

**Wie motiviert engagieren sich unsere Mitarbeiter auf dem Weg?**

**→ Position beziehen ! → Profil entwickeln ! → Identität !**

**→ Orientierung für alle Beteiligten**







Mindestens einmal im Vierteljahr  
(aus dem Hamsterrad) \_\_\_\_\_ raus !!!



Arbeiten wir **alle zusammen** ständig daran,  
immer mehr Verbraucher für unsere Produkte zu interessieren!  
Wir brauchen noch mehr Konsumenten mit „**involvement**“,  
d.h. solche, die Zierpflanzen nicht gedankenlos im one-stop-  
shopping-Verfahren im Bau- bzw. Supermarkt kaufen und  
unseren Fachbetrieben Aufmerksamkeit schenken



**Eine Krähe saß auf einem Baum und tat den ganzen Tag nichts.  
Da kam ein Hase vorbei und fragte die Krähe:  
„Kann ich auch den ganzen Tag nichts machen?“**



**„Sicher.“ antwortete die Krähe.**

**So setzte sich der Hase unter den Baum und tat nichts.  
Plötzlich kam ein Fuchs vorbei und fraß den Hasen.**

**Fazit:** Um mit Nichtstun zu überleben,  
musst Du sehr sicher  
und sehr weit oben sitzen.





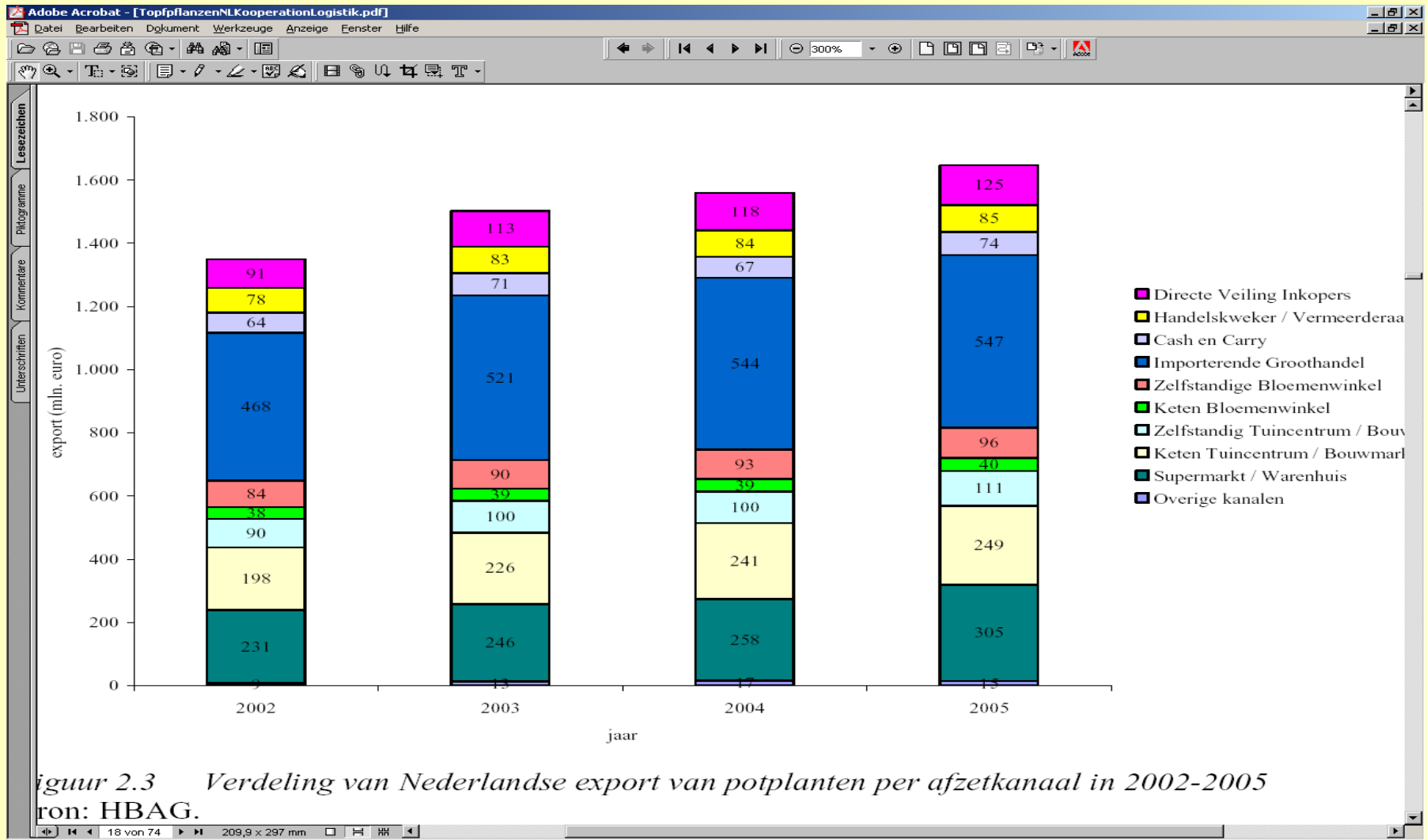


Viel **Erfolg** bei Ihren  
Dschungelexpeditionen !

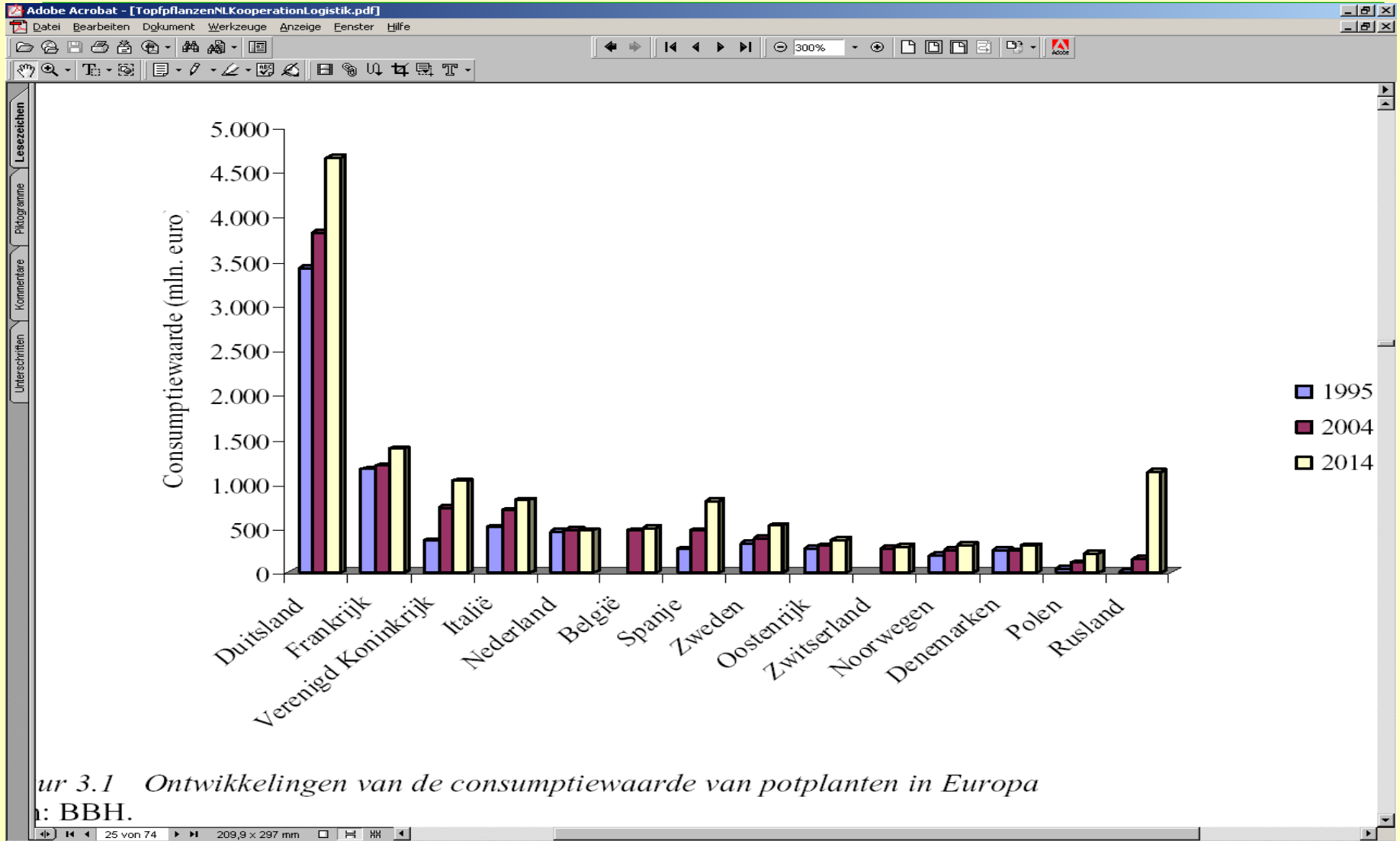


**Dank** für Ihre  
Aufmerksamkeit !

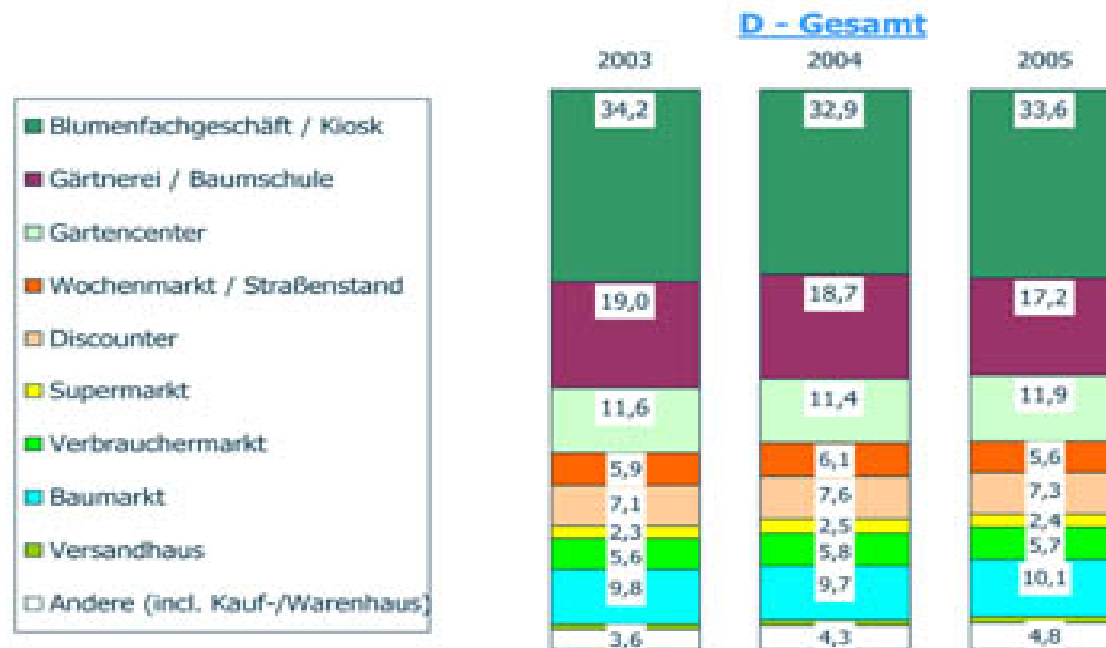








## Blumen und Pflanzen nach Einkaufsstätten Basis: Wert in %



Quelle: GfK Individualpanel im Auftrag von CMA und ZMP

