

(Zusammenfassung von Herrn Dieter Levin-Schröder)

**Sinnvolle Kundenführung - Ein Weg zu einem gesteigerten Umsatz** lautete der Einstieg in das Schwerpunktthema Endverkauf.

Gut 85 ehemalige Meisterschüler, gärtnerisch Interessierte und Auszubildende waren gekommen, um sich von Frau Kläser, Firma Sagaflor AG, Baunatal, über den Aufbau einer modernen Verkaufseinrichtung und die damit verbundene Kundenführung zu informieren.

Im ersten Teil ihres Vortrags legte sie dar, nach welchen Standards heutzutage ein modernes Gartencenter gebaut wird. Diese Ausführungen umschlossen Informationen zum Gebäude, der Anordnung einzelner Bereiche wie Kalthaus, Warmhaus und Freiland sowie der Wegeführung.

Im zweiten Teil Ihres Vortrages ging sie auf die Grundlagen der Warenpräsentation und Sortimentsgestaltung ein. Dabei gab sie uns viele Tipps aus der Beratungspraxis. Bevor genau diese Tipps in Vergessenheit geraten, möchte ich einige davon noch einmal stichwortartig wiederholen. (Die grundlegenden Informationen des Vortrages können anhand der verwendeten Folien im Anhang nachgelesen werden.)

Hier einige interessante Hinweise und Tipps, die mir auffielen:

- Den Rundweg gegen den Uhrzeigersinn anlegen
- 100-prozentige Zwangsführungen wenn möglich vermeiden und immer Möglichkeiten für Abkürzungen mit einplanen.
- Keine Sackgassen bilden, sowie keine langen, eintönigen Wegstrecken
- Die Wegbreiten nicht zu eng wählen- zwei Einkaufskarren müssen sich begegnen können.
- Plankaufartikel (z. B. Obstgehölze, Bodendecker..) im hinteren Bereich der entsprechenden Abteilung präsentieren
- Banner, Plakate ziehen Kunden nach hinten, bzw. in verkaufsschwache Bereiche
- Stopper mit Neuheiten, Aktionen oder Zweitplatzierungen einbauen
- Bei Platzierung eines Sortiments auf 2 Tischen diese nicht nebeneinander am Hauptweg, sondern hintereinander präsentieren, z.B. Orchideen - den ersten Tisch am Hauptweg belegen, den zweiten in der zweiten Reihe
- Topfgrößen: Vergleiche anbieten! Der Kunde kann Qualität nur im direkten Vergleich erkennen. 9er Topf auf Dänenkarren - 11er Topf auf dem Verkaufstisch! Die Topfgrößen müssen für den Kunden klar unterscheidbar sein. Eine Pflanze im 9er, 10er, 11er, 12er und 13er Topf anzubieten macht keinen Sinn, da sie für den Endverbraucher nicht unterscheidbar sind. Besser ist es z. B. nur 9er und 11er oder 9er und 12er Topf anzubieten.
- Themenwechselflächen: Hier werden Artikel in Gestaltungen zusammengeführt - bis hin zu Lebensmitteln! So geben wir dem Kunden Anregungen, Ideen und Kaufanreize. Außerdem besteht hier besonders die Möglichkeit uns durch Kreativität von unserem Mitbewerber abzuheben.
- Zweitplatzierungen mit Rahmensortiment anbieten (z.B. gestaltete Kübelbepflanzungen/ Balkonkästen mit Erden, Dünger, Töpfen/ Kästen - Impulskaufartikel im Kassenbereich (Deko- Artikel, Verbrauchsmaterialien, wie Handschuhe, blühende Ware, Sämereien) anbieten
- den Flächenbelegungsplan schon im Januar festlegen! Planung für das ganze Jahr, Orientierungshilfe für die Kunden, Bestellhilfe für die Mitarbeiter.

All diese Tipps wurden von Frau Kläser anhand toller Beispiele aus der Praxis untermauert, die wir leider aus rechtlichen Gründen nicht veröffentlichen können - kommen Sie am Besten im nächsten Jahr selbst zu den Kasseler Gartenbautagen!



**> > > Sinnvolle Kundenführung**

**Ein Weg zu einem gesteigerten  
Umsatz**





## > > > **Gliederung**

### Aufbau eines Gartencenters

- Kalthaus
- Warmhaus
- Freiland

### Grundlagen der Warenpräsentation

- Standards
- Aktionsflächen
- Zweitplatzierungen
- Kassenplatzierungen





## > > > **Aufbau eines Gartencenters**

Rundweg gegen den Uhrzeigersinn:

- Eingangsbereich mit Windfang
- Kalthaus
- Abzweig um Freiland
- Warmhaus
- Kasse
- Ausgang durch den Windfang



## > > > **Eingangsbereich mit Windfang**

- Freundlicher Empfang der Kunden
- Einstimmung auf die Jahreszeit
- Kundeninformation





> > > **Kalthaus:**

- Bei Neubauten Eingang ins Gartencenter durch das Kalthaus, nicht mehr wie früher durch das Warmhaus
- Sortimente wechseln hier am häufigsten
- Kunden werden mit immer neuen Sortimenten begrüßt
- Thematischer Aufbau des Windfangs wird fortgeführt



> > > **Kalthaus:**

Sortimente:

- Saisonpflanzen
- Saisonale Artikel wie Kranzrohlinge, Schnittgrün
- Bepflanzte Gefäße
- Gefäße
- Werkzeug
- Erde, Dünger
- Winterfutter



> > > **Freiland**

Sortimente:

- Stauden
- Baumschulartikel
- Saisonartikel
- Gefäße
- Erde





> > > **Warmhaus:**

Sortimente:

- Zimmerpflanzen
- Übertöpfe
- Spezialerden
- Spezialdünger
- Ganzjahresboutique
- Saisonboutique
- Lebensmittel
- Zeitschriften/Bücher



## > > > Grundlagen der Warenpräsentation

### Standards:

- Standards
- Aktionsflächen
- Zweitplatzierungen
- Kassenplatzierungen





## > > > **Standards**

- Wegbreiten Hauptwege
- Wegbreiten Seitenwege
- Anordnung der Warenträger
- Stopper → Kunden „entschleunigen“





> > > **Standards**

Flächbelegungsplan

- Planung für das ganze Jahr
- Orientierungshilfe für die Kunden
- Bestellhilfe für die Mitarbeiter



## > > > **Aktionsflächen:**

- Ware aus verschiedenen Bereichen wie Pflanzen, Gefäße, Stecker, Boutiqueartikel werden zusammengeführt und auf einer Fläche präsentiert
- Liefern den Kunden Ideen
- Weisen auf Termine wie Valentin etc. hin
- Planung im Winter für das kommende Jahr (Themen ausarbeiten)
- Wechsel im 14-tägigen Rhythmus



**> > > Themen für Aktionsflächen:**

- Valentin
- Ostern
- Muttertag
- Weihnachten
- Frühlingserwachen
- Frische Kräuterküche
- Rosen und ihre Begleiter
- Totengedenktage



> > > **Aktionsflächen:**

- Präsentation von Werbeware
- Gebündelt an mehreren Stellen
- Nicht im ganzen Gartencenter verteilt





## > > > **Aktionsflächen**

### Bepflanzte Gefäße

- Verschiedene Farbthemen aufbauen
- Zu jedem Thema mehrere Preisgruppen anbieten
- Mehr Veredelungen als bepflanzte Schalen präsentieren





> > > **Zweitplatzierungen:**

Anregung für Zusatzkäufe

- Töpfe
- Dünger
- Erde
- Gefäße
- Kleingeräte





> > > **Kassenplatzierungen:**

- Jahreszeitlich passende Produkte
- Verbrauchsartikel wie Teelichter, Handschuhe
- Dekoartikel wie Windlichter mit passenden Kerzen



**Vielen Dank**

**für ihre Aufmerksamkeit!**

