

„Regalpflege“ für Stauden

Riesig, unüberschaubar und ständig wachsend, so stellt sich das Staudensortiment für die Abnehmer, ob Verkäufer oder Privatkunden, dar. Ralf Köster, Staudenproduzent in Bottrop-Grafenwald, bietet daher seinem Abnehmerkreis einige Hilfen an.



Fotos: ffr

Ralf Köster: Staudenwerbung auch auf den eigenen Lkw.

Rund 1,5 Millionen Stauden produziert Köster jedes Jahr, in 1 000 Arten und Sorten. Den Schwerpunkt hat er auf die Produktion von Kleinstauden im 9er Topf gelegt. Hinzu kommt eine mittlere Größe im 1-Liter-Topf sowie Großstauden in 3- bis 12-Liter-Container. Er produziert auf zwei Hektar im Stammbetrieb in Grafenwald sowie auf 1,5 Hektar in einem Zweigbetrieb in Bottrop. „Ständig wird das Sortiment überarbeitet“, sagt Köster, „es kommen neue moderne und robuste Sorten hinzu und von den alten trennt man sich nicht so leicht. Automatisch wächst das Sortiment schnell an.“

Köster bezeichnet seine Produktion als gängiges Gartencenter-Sortiment, was nicht weiter verwundert, denn ein Großteil seiner Abnehmer sind Fach-Gartencenter. Nur in sehr geringem Maße verkauft er an Privatkunden und an einige GaLaBau-Betriebe. Entsprechend konnte sich Köster exakt auf seine Kundschaft einstellen und bietet verschiedene Serviceleistungen speziell für seine Gartencenterkunden an. Sie finden sich im Ruhrgebiet, darüber hinaus in angrenzenden Bereichen bis hinauf nach Osnabrück, bis nach Bonn und ins Sauerland, und von der holländischen Grenze bis nach Hamm. „1 000 Sorten für Gartencenter-Sortimente ist schon

sehr, sehr viel“, sagt Köster, „aber wir halten auch Vorräte für GaLaBau-Betriebe bereit. Doch Gartencenter bestellen in der Regel zum Beispiel keine bestimmte Sorte *Astilbe* sondern eine rosa blühende *Astilbe*. Um das Personal in den Staudenabteilungen der Gartencenter mit Fachkompetenz zu unterstützen, bieten wir ihnen einen Komplettservice an.“ Das bedeutet, bei der Erstbestückung liefert er entsprechend der Kundenwünsche ein Sortiment, das gut aussieht, nach Themen geordnet und ausgezeichnet ist. Anhand der vorhandenen Tische gibt er die Menge vor. „Wir liefern aus und sortieren auch fachgerecht dort ein. Dabei bilden wir die großen Lebensbereiche 'Steingarten-Stauden', 'Beet- und Rabattenstauden', 'Schattenstauden', 'Bodendecker', 'Gräser, Farne und Gewürze'. Innerhalb der Gruppen ist nach Alphabet eingeordnet. So bauen wir in Gartencenter eine Abteilung komplett auf.“

Anschließend fährt der Außendienstler einmal pro Woche dieses Gartencenter an. Er sortiert, ordnet, räumt auf und stellt zusammen, sichtet den Bestand und kann ihn per EAN-Code in einen Handheld-Computer einlesen. Daraus entsteht eine sogenannte Negativliste, sie enthält alle noch vorhandenen Stauden. Per Laptop,



Regalpflege im Gartencenter oder konsequent im Farbtopfssystem, Service wird hier groß geschrieben.

Blue Tooth und Mobiltelefon gelangen diese Daten direkt an das Büro des Staudenbetriebes. Nach Rücksprache mit dem Fachpersonal des Gartencenters kann auch eine Positivliste übermittelt werden, mit Sorten, die in jedem Fall geliefert werden sollen, noch bevor der Mitarbeiter zurück im Betrieb ist. Hier lässt sich jetzt anhand der Liste sofort packen. Schnelles Ausliefern, meist innerhalb von 24 Stunden wird so möglich. Einmal die fehlenden Stauden entsprechend der Liste, dann eventuelle Sonderwünsche oder Sondermengen und außerdem ergänzt Köster noch um die gerade besonders abverkaufsstarken, attraktiven Stauden. „Dies ist ein breites Standardsortiment an Markenstauden“, sagt Köster, „bestückt allein aus unserem Betrieb. Bei Aktionsware schauen die Gartencenter eher auf den Tagespreis und kaufen zu.“

Im Grafenwalder Betrieb ist alles für eine schnelle Auslieferung gerichtet, gerade in der Hoch-



Büro, Verladezentrum und Cabriogewächshaus sowie zwei Hektar Produktion im Stammbetrieb in Grafenwald.

Der Betrieb Köster

- Produktion rund 1,5 Millionen Stauden im Jahr,
- 2 Hektar Produktion in Grafenwald, mit Büro und Verkauf, Cabriogewächshaus,
- 1,5 Hektar Produktion Jungpflanzen und Mutterpflanzenquartiere in Bottrop,
- eigene vegetative Vermehrung,
- 100 Prozent Zukauf Sämlingsjungpflanzen,
- Absatz überwiegend an Fachgärtnercenter,
- 20 Mitarbeiter, darunter 2 Meister, 3 Gesellen, 1 Ingenieur, 4 Auszubildende.

saison unverzichtbar. Im Cabriogewächshaus stehen ständig Stauden verkaufsfertig in Kisten, geputzt, gepackt und etikettiert auf Vorrat bereit, 5 bis 10 Kisten je Sorte. Sie sind hier genau wie auch in der Verkaufsabteilung des Gartencenters angeordnet. Das bedeutet, schnelles Laden auf Grundlage der Liste, kein Suchen und keine langen Wege. Vorteil für das Gartencenters: jeder kann abladen und die Lücken auffüllen, weil die Ware bereits vorsortiert ist. Die Kisten vom Container lassen sich so einfach der Reihe nach auf den Tischen einsortieren. Im Cabrio-Gewächshaus steht also eine Gartencenters-Staudenabteilung, nur dimensioniert viel größer. Mit diesem System garantiert Köster einen Lieferservice in spätestens 24 Stunden. Je nach Kunde übernimmt er die gesamte „Regalpflege“, bei anderen ist es lediglich die Bestellung. Es sind nur wenige Kunden, die ganz auf seinen Service verzichten. Der Komplettservice

wird großen Gartencenters im Ruhrgebiet angeboten, es lohnt natürlich nur bei einer gewissen Umsatzstärke. In der Saison einmal pro Woche, je nach Wetter auch 14-tägig, kommt zunächst der speziell ausgestattete Servicewagen Renault Kangoo in den Betrieb. Ausgeliefert wird mit einem der vier eigenen Lkw, in der Regel am folgenden Morgen.

Vor 15 Jahren hat Köster den Betrieb übernommen, die Produktionsfläche hat sich inzwischen verdreifacht. Auch die Stauden aus der eigenen Vermehrung im Bottroper Betrieb gelangen zuerst in das Cabriohaus. Das bedeutet zwar zusätzliches Laden. Vorteil ist aber, dass komplett vorsortiert ist, was ein schnelles Ausliefern ermöglicht, gerade in der Hauptverkaufszeit von Mitte Februar bis Ende Mai.

Während der Sommermonate werden hauptsächlich Großstauden vermarktet. „Ab Anfang September bieten die meisten Gartencenters wieder Stauden im 9-er Topf an“, sagt Köster, „allerdings ein kleineres Sortiment, da die Umsätze im Herbst bei weitem nicht die des Frühjahrs erreichen. Spätestens Allerheiligen kommt im Gartencenters das Staudengeschäft komplett zum Erliegen.“

Der Absatz an GaLaBau-Kunden macht vielleicht noch zehn Prozent aus. Köster möchte sich aber künftig verstärkt darum kümmern, um besser kombinieren und Arbeitsspitzen leichter brechen zu können. Damit muss allerdings auch eine Änderung im Sortiment einhergehen: beispielsweise benötigt der GaLaBau mehr Bodendecker. Die Stückzahlen stehen dann im anderen Verhältnis. In Großstauden sieht Köster nicht gerade eine vielversprechende Zukunft: „Das machen bereits viele Zierpflanzenbetriebe und Baumschulen, ein Überangebot 2004 war die Folge, die Preise versanken im Keller. Wie müssen dagegen unser Know-How nutzen und Vielfalt anbieten. Ohnehin sind Großstauden nur lukrativ bei kurzen Transportwegen.“



Mit immer neuen Kategorien: „Wo Schnecken nicht drangehen“ oder „Wo Kaninchen nicht drangehen“.

Ebenfalls dem Servicegedanken entsprungen ist das Farbtöpfensystem. Alle Kleinstauden bei Köster sind in farbigen Töpfen entsprechend einer Preisklasse getopft. Da stehen sie auch im Winter farbenfroh nebeneinander in Rot, Grün, Blau und gelb, weithin sichtbar und leicht zuzuordnen. Welchen Preis pro Farbe das Gartencenters dann verlangt, ist seine Sache. Alle und ständig sind die Stauden diesem Farbsystem unterworfen, das bedeutet beispielsweise Umrüstzeiten an der Topfmaschine, aufwendigere Lagerhaltung, und die Töpfe sind etwas teuer. Andererseits wissen die Kunden das zu schätzen: Die bunten Töpfe bringen Farbe in die Abteilung, sie bieten ein ansprechendes, attraktives Bild und sind praktisch beim Kassieren, da ein Blick genügt. Und sie sichern auch gegen böswilliges Umetikettieren durch die Privatkunden. Sämtliches Marketing betreibt Köster im gemeinsam mit fünf anderen Betrieben gegründeten „Staudenforum“. Sie verständigen sich auf

SteinReich: ein ansprechend belbildertes Beispiel für Staudenverwendung im Privatgarten, anregend und appetitlich.

Sonderdruck aus Deutsche Baumschule 6-2005





Foto: Köster

Ein Sortiment von über 1 000 Arten und Sorten verlangt geradz nach Struktur, nach Gruppierung und Bündelung.

gemeinsame Aktionen, die sie gemeinsam finanzieren und einheitlich durchführen. „Orientalische Verführung“ lautet der emotionale Titel eines Faltblatts in diesem Jahr. Dahinter verbirgt sich, berauschend schön, der Türkenmohn, *Papaver orientalis*, in 16 betörenden Sorten: neue Farben, zweifarbige, gefranste, gerüschte, gefüllte Blüten, besonders haltbare, niedrige und standfeste Sorten. Manche auch besonders blühwillige Sorten, die auch im Großcontainer eine gute Figur machen. DIN-A5 Bilder, Preistafeln, Infosäulen, Banner, Aktionsplakate zählen zum weiteren Werbematerial.

Besonders gut angekommen ist ein gemeinsames Etikett: einer Wolke ähnlich, das die vegetativen, meist wertvolleren Sorten und ihre Vorzüge herausstellt. Alle sind gekennzeichnet als Premium-Stauden, das Etikett mit Rufzeichen in Gold versehen. Die Rückseite erklärt die Vorzüge: genetisch vorteilhaft, standfester, robuster, einheitlicher, ein für Endverbraucher komplizierter Sachverhalt. Aber mit den Attributen „Wertvoll“, „Premium“, „Gold“ sollen die Symbole die Wertigkeit transportieren. Ein Farbbild, so groß wie möglich, setzt die Staude in Szene, ein individueller Beschreibungstext für jede der 1 000 Sorten vervollständigt das Etikett.

Ein Ideenmagazin mit Verwendungsmöglichkeiten der Stauden sowie zahlreicher ergänzender Information auf einer Ratgeber CD-ROM ist ebenfalls entstanden. „Wir wollten keinen normalen Staudenkatalog, sondern eine mehr sinnliche atmosphärische Darstellung, die Lust auf Stauden machen soll, nach Themen geordnet für den Privatkunden.“ Kistenweise oder einzeln kaufen die Gartencenter das Magazin und geben es mit CD-ROM dann kostenpflichtig an ihre Privatkunden weiter.

Hier sind neben den üblichen Kategorien auch Stauden nach Höhe, Farbe, Blütezeit und Standort geordnet zu finden, sowie zusätzlich Stauden für den Friedhof, die Dachbegrünung, für den Bauerngarten oder den Heidegarten oder Blattschmuckstauden. Neu sind die Themen „Wo Schnecken nicht drangehen“, „Wo Kaninchen nicht drangehen“, Stauden für die Bienenweide, neue Bereiche, die von den Privatkunden nachgefragt wurden. Insgesamt 16 verschiedene Themen und Bereiche, zu denen auch Tafeln für den Verkauf erhältlich sind. Der Privatkunde kann zu Hause in Ruhe auswählen, sich Listen ausdrucken lassen, mit denen er ins Gartencenter geht. Eigenhändig kann er so auswählen, was die Verkäufer vor Ort von aufwendiger Beratungsarbeit entlastet.

Den Gartencentern übermittelt Köster aktuelle Stauden-Listen, die einmal nach Themenbereichen geordnet sind: wie Steingartenstauden, Beetstauden, Gräser, Farne und Gewürze extra, sowie Schattenstauden und Bodendecker. Sie sind zusätzlich mit X = verkaufsfertig, K = knospig und B = blühend gekennzeichnet. Der Besteller kann so Pflanzen vermeiden, die gerade nicht so attraktiv aussehen. Wer selbst bestellt, kann anhand dieser Listen einmal pro Woche schnell einen Überblick über das aktuelle Angebot erhalten. Sie stehen auch jederzeit aktualisiert im Internet.

• Gabriele Friedrich, Köln

Ein Faltblatt zur Verführung orientalischer Art mit neuen modernen Papaver-Sorten.



Die „Premium“-Staude: ein goldenes Ausrufezeichen verleiht ihr besonderen Glanz, dazu erklärende Worte zur vegetativen Vermehrung.



Schattenspieler: Lust auf Stauden macht auch hier die sinnliche Darstellung.

Im Juni 2005 veröffentlichte die

Deutsche Baumschule

Plattform für die internationale Baumschulwirtschaft

diesen Artikel über uns. In ihm wird unsere Leistungsfähigkeit, die über das Liefern von Stauden weit hinaus geht, sehr treffend beschrieben.

Ständig erweitern wir unser Serviceangebot. So sind wir der erste Staudenlieferant, der seinen Gartencenter-Kunden eine Stauden-Infothek für kompetente Beratung am "Point of Sale" anbietet.



In Zusammenarbeit mit dem Stauden Forum überarbeiten und ergänzen wir ständig unser Marketingkonzept und überraschen unsere

Kunden Jahr für Jahr mit neuen Ideen und Aktionen.



So stellten wir auf der IPM 2006 unsere Aktion "Kräutervielfalt" vor. Neben einem besonders umfangreichen Sortiment an Kräutern, stellen wir unseren Kunden auch ein Plakat und eine Broschüre mit Rezepten zur Verfügung und bieten Anregungen für eine lifestylmäßige Präsentation der Kräuteraktion.

Welche Neuerungen und Aktionen wir in Zukunft für Sie bereit halten, erfahren Sie stets aktuell auf unserer Homepage

www.stauden-koester.de.

