



ZUKUNFT IM GARTENHANDEL

Vortrag von Prof. Dr. Thomas Vogler am Beet- und Balkonblumentag 2024

1. Einleitung
2. Veränderung des Konsumentenverhaltens
3. Rolle von Mitarbeitern und Fachkräften
4. SB-Läden und neue Handelsformate
5. Zukunftsperspektiven und Innovationen
6. Diskussion und Ausblick

- Megatrend-Map des Zukunftsinstituts
- Wichtige Trends und Entwicklungen in der Branche

Übersicht über die relevanten Trends

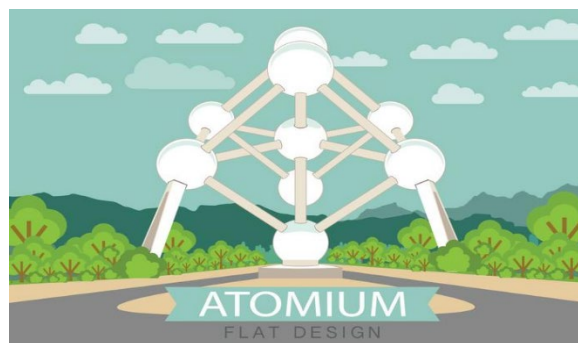
Digitalisierung

Urbanisierung

Globalisierung

Mobilität

Individualisierung



**Ökologie,
Gesundheit,
Natur**

Umwelt

**Demografischer
Wandel**

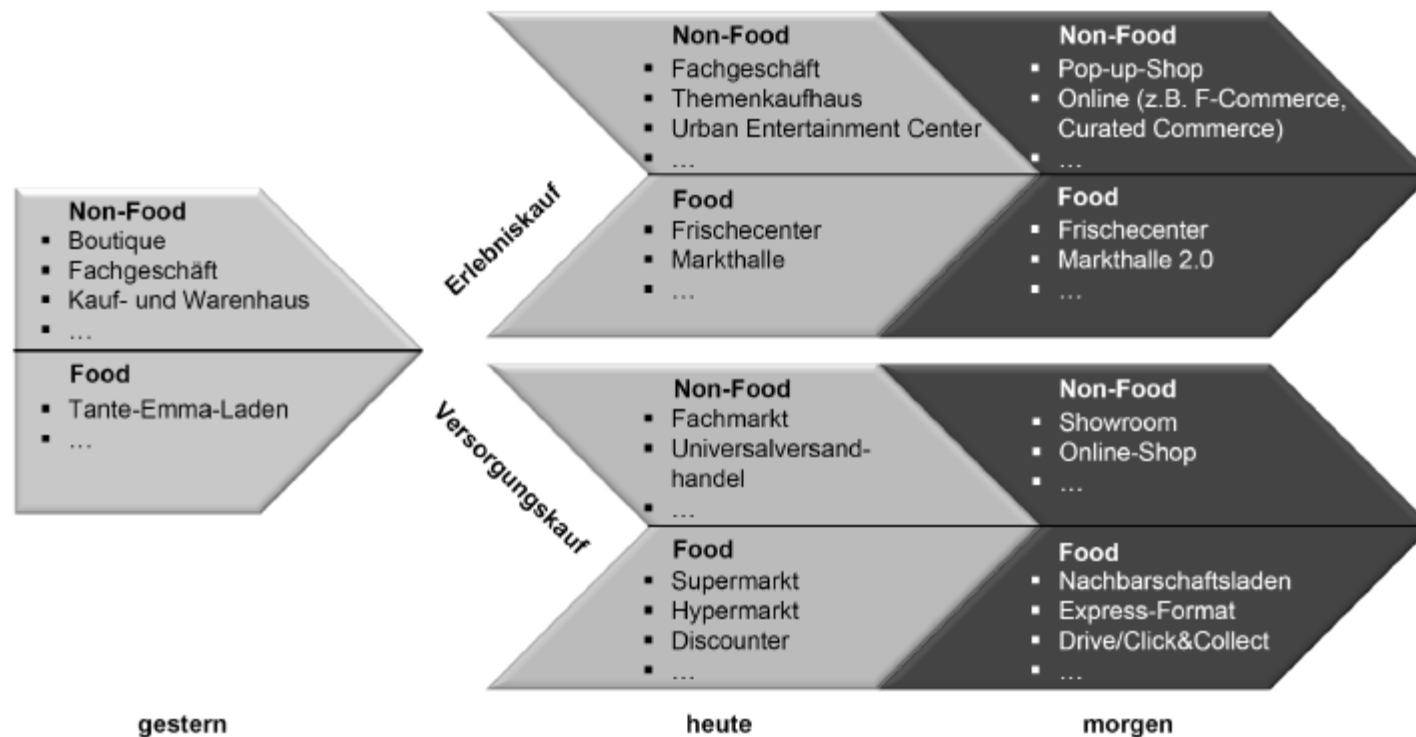
Sicherheit

Veränderung im Kundenverhalten



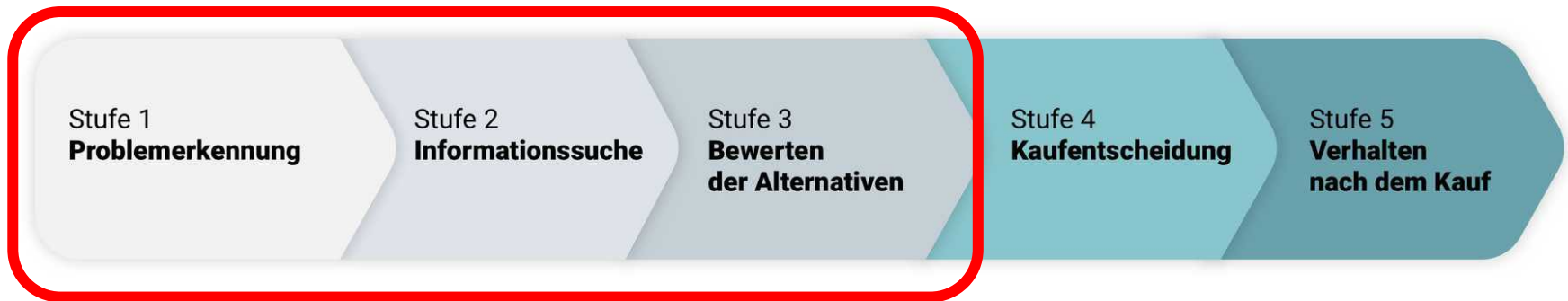
Änderungen des Kaufverhaltens

Polarisiertes Einkaufsverhalten



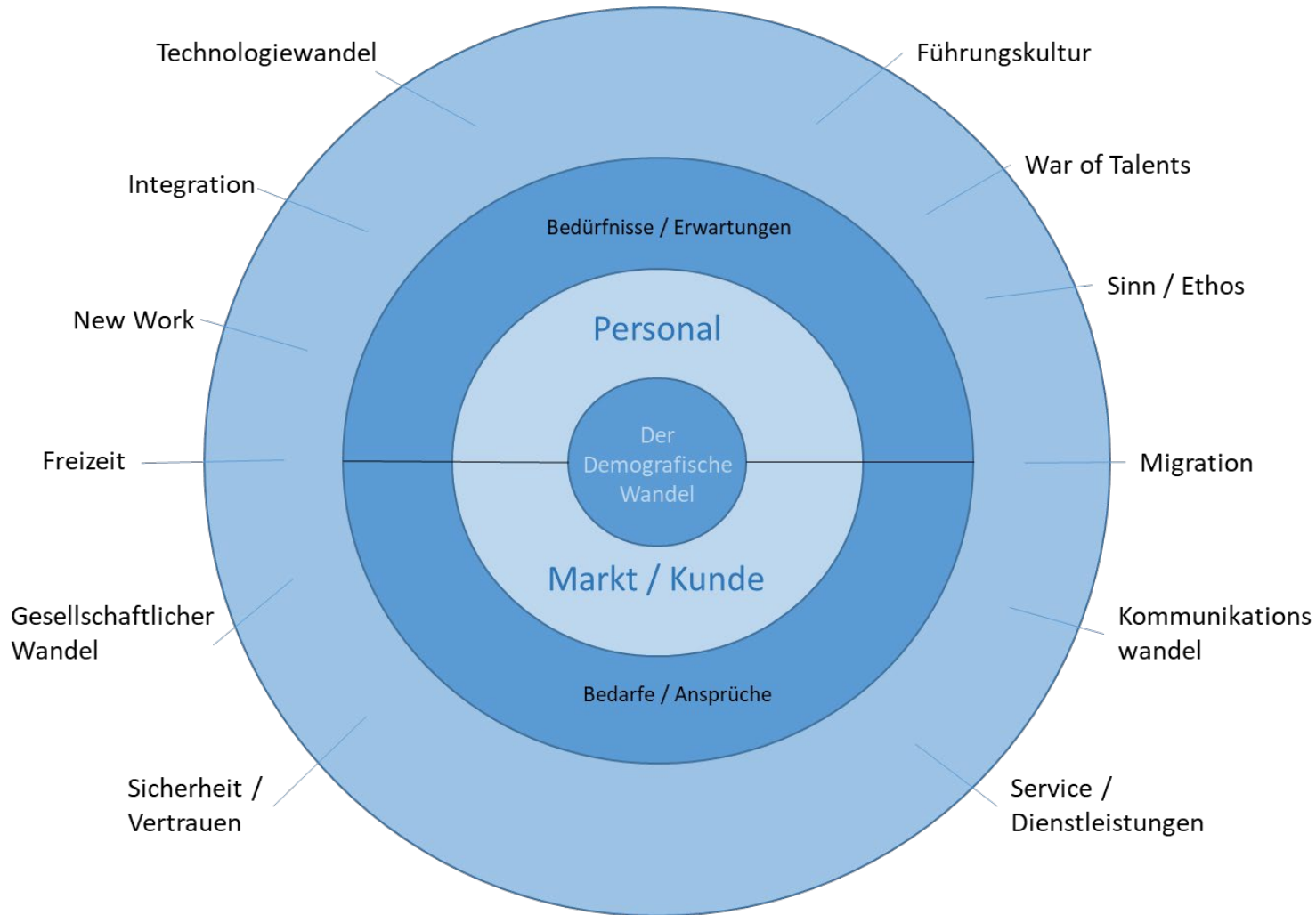
Quelle: Handelsmonitor 2019/2020

Kaufphasen nach Kotler



Wird bei allen nicht extensiven und limitierten Kaufentscheidungen zu mehr als 75% online ablaufen

Demografischer Wandel



Demografische Veränderungen:

- 1. Ältere Kundengruppen:** Diese bleiben wichtig, haben aber spezifische Anforderungen (einfache Pflege, körperliche Erleichterungen).
- 2. Junge, urbane Kunden:** Diese legen mehr Wert auf Nachhaltigkeit und innovative Gartenlösungen (z. B. vertikale Gärten).
- 3. Mehr Selbstversorgung:** Anstieg von Kunden, die Obst und Gemüse selbst anbauen möchten (z. B. Hochbeete und Urban Gardening).

Digitalisierung:

- 1. Online-Recherche vor dem Kauf:** Kunden informieren sich online über Pflanzen und Zubehör, bevor sie in den Laden gehen.
- 2. Einfluss von Social Media:** Plattformen wie Instagram und Pinterest beeinflussen Trends und geben Inspiration für Gartengestaltung.
- 3. Online-Shopping für Gartenprodukte:** Der Kauf von Pflanzen und Zubehör über Online-Shops wächst kontinuierlich.

Digitale Konsumenten

- Online Recherche bevor stationär gekauft wird
- Höherer Konsum digitaler Inhalte
- Persönliche und berufliche Beziehungen online pflegen
- Persönliche Kommunikation (Lob u Kritik) migriert sofort in soziale Netzwerke

➔ Gartencenter müssen online präsent sein

Nachhaltigkeit und Ökotrends:

- 1. Nachhaltige Gartenprodukte:** Zunehmende Nachfrage nach biologischen Pflanzenschutzmitteln und torffreien Substraten.
- 2. Ökologisches Gärtnern:** Kunden suchen nach ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Produkten, wie z. B. Regenwassernutzungssystemen.
- 3. Nachhaltigkeitszertifikate:** Produkte mit Zertifikaten wie "Bio" oder "Fairtrade" werden vermehrt nachgefragt.

Personalisierung und Beratung:

- 1. Individuelle Beratung:** Kunden erwarten maßgeschneiderte Empfehlungen, besonders für komplexe Projekte wie Gartengestaltung.
- 2. Verfügbarkeit von Experten:** Kunden schätzen direkte Fachberatung vor Ort, um Unsicherheiten bei der Pflanzenwahl zu klären.
- 3. Gartengestaltungsdienste:** Das Interesse an umfassenden Planungs- und Gestaltungsdienstleistungen steigt.

Individualisierung - allgemein



**Kunden wollen ihre
Produkte selbst
mitgestalten!**

**Wir müssen unsere
Kunden kennen!**

**Massenware wird von
kleineren Serien/
exklusiven Themen
abgelöst!**

Individualisierung - Kunde



Kundenkarten nutzen

**Kunden wünschen
differenzierte Angebote**

**Sortimente sollten digitalisiert
werden, um online die Kunden zu
erreichen**

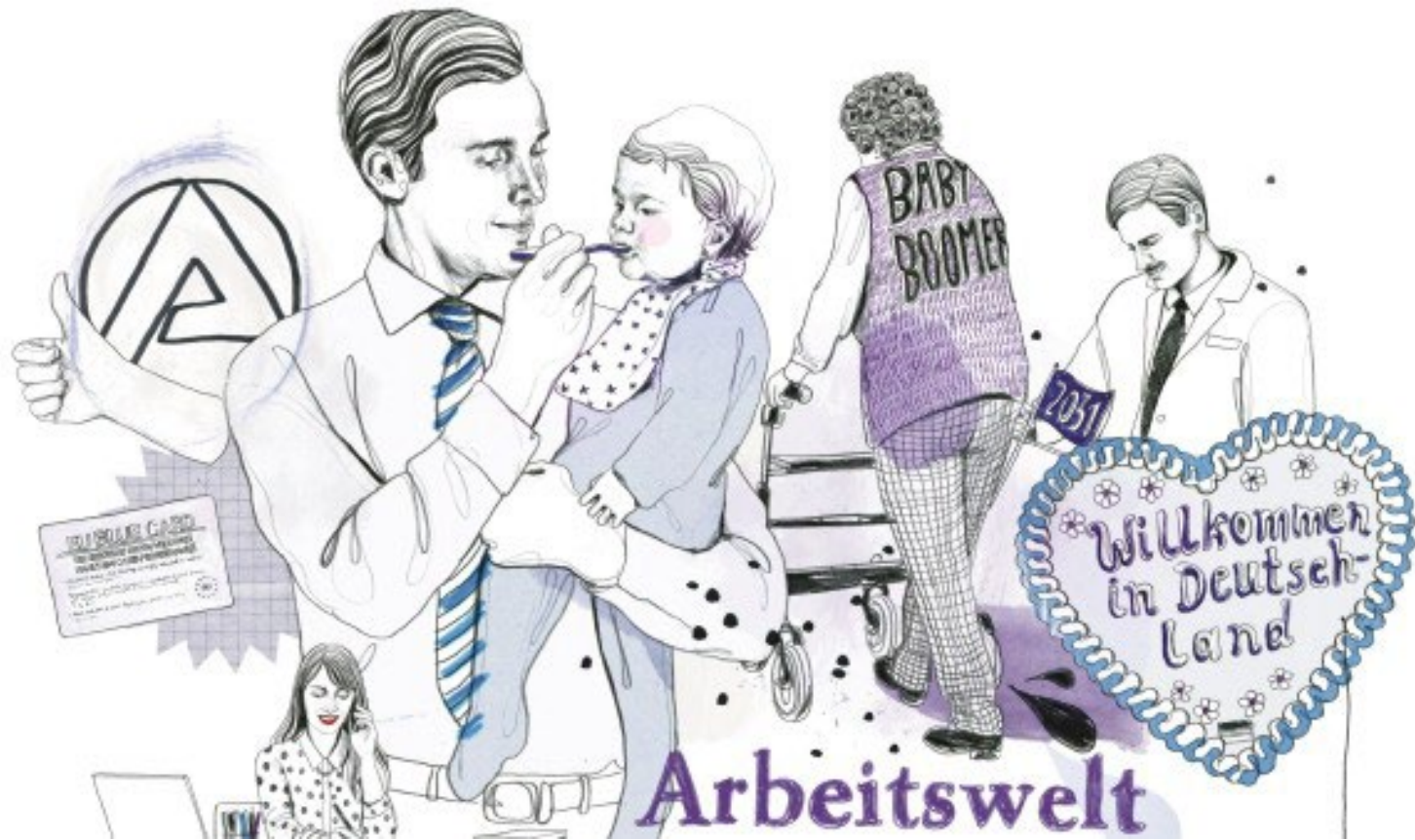
Service-Angebote:

- 1. Lieferdienste:** Vor allem bei großen oder schweren Einkäufen, wie Erde oder Pflanzen.
- 2. Installation von Gartensystemen:** Kunden wünschen professionelle Hilfe bei der Installation von Bewässerungs- und Beleuchtungssystemen.
- 3. Pflegeleistungen:** Zunehmende Nachfrage nach Gartenpflege als Service, vor allem bei berufstätigen oder älteren Kunden.

Rolle von Mitarbeitern und Fachkräften



Demografischer Wandel



Fachkräftemangel und Nachwuchsgewinnung:

- 1. Attraktivität der Branche:** Wie kann der Gartenbau für junge Menschen als Beruf attraktiver gemacht werden?
- 2. Kooperation mit Bildungseinrichtungen:** Kooperationen mit Schulen und Berufsschulen fördern, um Nachwuchs zu sichern.
- 3. Gezielte Ausbildungsprogramme:** Mehr spezialisierte und praxisnahe Ausbildungsangebote, um qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen.

Fortbildung und Qualifizierung:

- 1. Schulung in neuen Technologien:** Mitarbeiter müssen in digitaler Beratung, E-Commerce und Automatisierung geschult werden.
- 2. Nachhaltigkeitskompetenz:** Spezifische Schulungen zum Thema ökologisches Gärtnern und nachhaltige Produkte sind wichtig.
- 3. Kundenservice-Schulungen:** Fokus auf die Vermittlung von Soft Skills für eine exzellente Kundenberatung und -betreuung.

Wandel der Arbeitswelt:

- 1. Flexibilisierung der Arbeitszeiten:** Saisonale Spitzen erfordern flexible Arbeitsmodelle, die sich an das Geschäft anpassen.
- 2. Automatisierung von Aufgaben:** Teilweise Automatisierung von Lagerhaltung und Kassenprozessen zur Entlastung der Mitarbeiter.
- 3. Work-Life-Balance:** Attraktive Arbeitszeiten und -bedingungen, um qualifizierte Fachkräfte zu halten.



Individuelle Arbeitszeit

**Wertschätzung durch die
Führungskräfte**

**Mitarbeiter-Apps für administrative
Themen und für Verbesserungs-
vorschläge der Mitarbeiter**

Mitarbeiterbindung und Unternehmenskultur:

- 1. Motivation durch Sinnhaftigkeit:** Betonung der positiven Umweltwirkung der Arbeit als Motivationsfaktor.
- 2. Mitarbeiterentwicklung:** Möglichkeit zur persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung innerhalb des Unternehmens.
- 3. Positive Arbeitsumgebung:** Förderung eines kollegialen und unterstützenden Arbeitsumfeldes, um Mitarbeiter zu binden.

SB-Läden und neue Handelsformate



Best Practice 24/7

Tegut TEO



Best Practice 24/7

Verkaufsautomaten



Best Practice 24/7

Verkaufscontainer



Selbstbedienung und SB-Läden:

- 1. Kundenerwartungen an SB-Konzepte:** Der Kunde erwartet einfache, intuitive Bedienung und gute Verfügbarkeit von Produkten.
- 2. Kombination aus Beratung und Selbstbedienung:** Trotz SB-Läden ist die Nachfrage nach persönlicher Beratung noch stark.
- 3. Erfolgsmodelle von SB-Läden:** Beispiele von erfolgreichen SB-Konzepten, die sich auf Pflanzen und Gartenbedarf spezialisiert haben.

Technologie und Digitalisierung im Handel:

- 1. Digitale Einkaufsassistenten:** Wie Augmented Reality (AR) oder Apps die Kaufentscheidung für Pflanzen unterstützen.
- 2. Vernetzte Kassen- und Inventursysteme:** Smarte Kassensysteme und digitale Lagerhaltung optimieren den Einkauf und die Verwaltung.
- 3. Online-Präsenz:** Die Verzahnung von Online-Shops und stationären Läden (Omnichannel) wird zum Standard.

Click & Collect und Omnichannel:

1. Einkauf online, Abholung vor Ort: Kunden bestellen online und holen die Ware im Geschäft ab, was besonders bei Pflanzen beliebt ist.
2. Flexibilität für den Kunden: Kombination aus Online- und Offline-Kanälen bietet den Kunden maximalen Komfort.
3. Integration von Service und Beratung: Persönliche Beratung bleibt wichtig, auch wenn der Kauf online abgeschlossen wird.

Automatisierte Gartencenter:

- 1. Unbemannte Läden:** 24/7 verfügbare Gartenprodukte durch automatisierte Verkaufssysteme, besonders in urbanen Gebieten.
- 2. Automatisierte Kassensysteme:** Technologische Lösungen, die das Kundenerlebnis beschleunigen und verbessern.
- 3. Roboter zur Warenpräsentation:** Roboter, die in den Läden agieren und Informationen zu Pflanzen und Produkten liefern.

SB-Läden - Herausforderungen



- **Technologische Grundlagen und Optionen:**
Einführung in die Technologien, die für personallosen Verkauf erforderlich sind, wie z.B. automatisierte Kassensysteme, Überwachungstechnik, mobile Zahlungssysteme und Selbstbedienungskioske.
- **Sicherheit und Betrugsschutz:**
Strategien zur Verhinderung von Diebstahl und Vandalismus, einschließlich Videoüberwachung, Alarmanlagen und sicherer Produktpräsentation. Außerdem Methoden zur Vermeidung von Betrug bei elektronischen Zahlungssystemen.

- **Rechtliche Aspekte und Compliance:**
Überblick über gesetzliche Vorschriften, die beim personallosen Verkauf beachtet werden müssen, wie z.B. Datenschutzgesetze, Altersbeschränkungen für bestimmte Produkte und Zulassungsvorschriften für Selbstbedienungsgeräte.
- **Kundenbindung und -erfahrung:**
Methoden zur Aufrechterhaltung einer hohen Kundenzufriedenheit und zur Förderung der Kundenbindung, einschließlich Benutzerfreundlichkeit der Technologie, Kundensupport-Optionen und personalisierte Einkaufserlebnisse.

- **Inventurmanagement und Logistik:**
Systeme und Best Practices für das Inventurmanagement, um eine ständige Verfügbarkeit der Waren zu gewährleisten, sowie logistische Herausforderungen bei der Aufrechterhaltung eines 24/7-Betriebs.
- **Marketingstrategien für 24/7-Verkauf:**
Ansätze, um das erweiterte Angebot effektiv zu bewerben und neue Kundensegmente anzusprechen, einschließlich Online-Marketing, soziale Medien und lokale Werbeaktionen.

- **Technische Schulung und Mitarbeiterentwicklung:**
Schulungen für das bestehende Personal, um sie mit den neuen Systemen vertraut zu machen und ihre Fähigkeiten im Hinblick auf Überwachung, Kundenservice und technische Problemlösung zu erweitern.
- **Nachhaltigkeitsaspekte:**
Diskussion über Möglichkeiten, den personallosen Verkauf umweltfreundlich zu gestalten, einschließlich Energieeffizienz der genutzten Technologien und nachhaltiger Verpackungsmöglichkeiten für Produkte.

Zukunfts- perspektiven und Innovation



Smart Gardening:

- 1. Automatisierte Bewässerungssysteme:** Intelligente Sensoren, die den Wasserbedarf von Pflanzen überwachen und steuern.
- 2. Vernetzte Gartengeräte:** Geräte, die über Apps steuerbar sind und die Gartenarbeit effizienter machen.
- 3. Kombination von Technologie und Natur:** Beispiele, wie moderne Technologien den nachhaltigen Anbau unterstützen.

Urban Gardening:

- 1. Vertikale Gärten:** Lösungen für kleine städtische Räume mit maximaler Nutzung der Fläche.
- 2. Gemeinschaftsgärten:** Projekte, die die lokale Bevölkerung einbeziehen und urbane Landwirtschaft fördern.
- 3. Nachhaltige Stadtentwicklung:** Wie grüne Stadtplanung und -gestaltung Einfluss auf den Gartenbau nehmen.

Biologische Vielfalt und Klimaanpassung:

- 1. Neue Pflanzenarten:** Züchtungen, die widerstandsfähiger gegenüber Klimaveränderungen sind.
- 2. Klimaneutrale Produkte:** Wie der Gartenhandel auf Produkte umsteigt, die den CO₂-Fußabdruck minimieren.
- 3. Anpassung an extreme Wetterbedingungen:** Strategien, um Gärten an Hitzewellen und extreme Regenfälle anzupassen.

Kooperationen und Gemeinschaftsgärten:

- 1. Lokale Partnerschaften:** Zusammenarbeit mit lokalen Erzeugern und Gemeinschaften zur Förderung regionaler Gartenbauprodukte.
- 2. Nachbarschaftsprojekte:** Wie gemeinschaftliche Gartenprojekte zur Stärkung der Gemeinschaft und Nachhaltigkeit beitragen.
- 3. Soziale Verantwortung:** Gartencenter als zentrale Anlaufstellen für nachhaltige Projekte und Bildung.

Diskussion und Ausblick



- **Was bedeuten diese Trends für unsere Betriebe**
- **Was sind die wichtigsten Erkenntnisse, die ich heute mitnehme?**
- **Wie schaut mein Betrieb im Jahr 2040 aus?**



Institut Mercator – Prof. Dr. Thomas Vogler

Mercator Consulting GmbH
Neugasse 20
6365 Kirchberg in Tirol

www.institut-mercator.tv

IHRE
ANSPRECHPARTNER

Andrea Vogler

Geschäftsführerin
Mail: av@institut-mercator.tv
Mobil: +49 177 327 5977

Prof. Dr. Thomas Vogler

Geschäftsführer
Mail: tv@institut-mercator.tv
Mobil: +43 676 976 2112