



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

Megatrend-Map

MEGATREND-MAP 2.0

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind die linear und eindimensional, sondern vielfach, komplex und verzweigt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendaspekte. Sie bilden die Vielschichtigkeit eines Megatrends und die diversen Einflussfaktoren ab, die im Umfeld eines Megatrends wirken.



:zukunfts|institut

Übersicht über die relevanten Trends

Digitalisierung

Urbanisierung

Globalisierung

Mobilität

Individualisierung



**Ökologie,
Gesundheit,
Natur**

Umwelt

**Demografischer
Wandel**

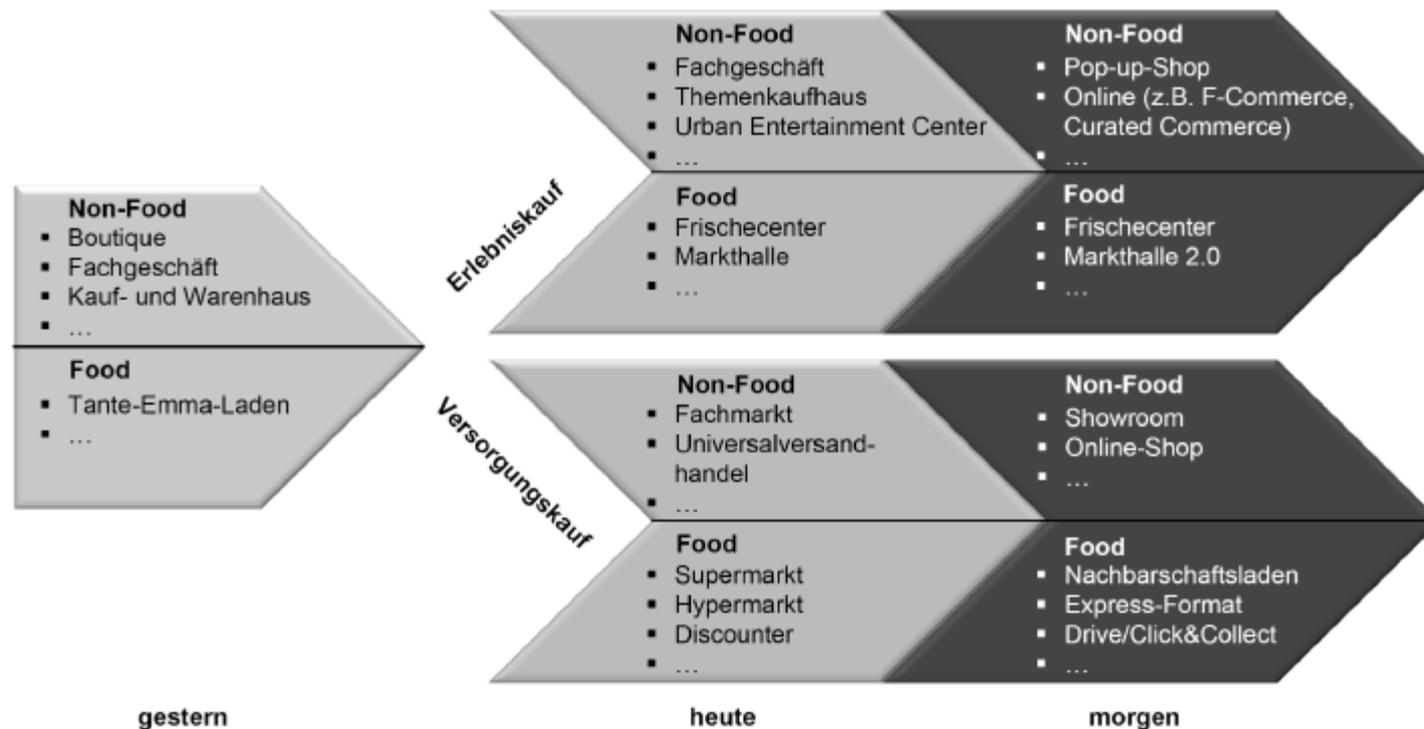
Sicherheit

Veränderung im Kundenverhalten



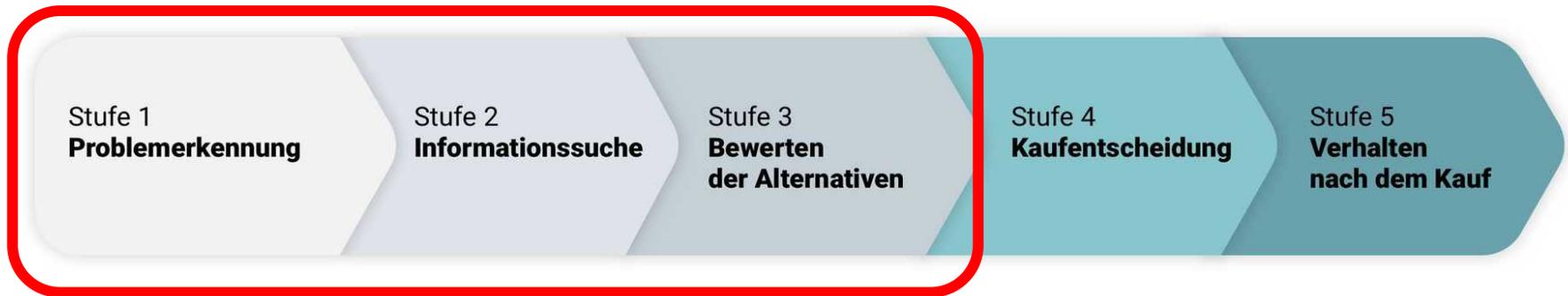
Änderungen des Kaufverhaltens

Polarisiertes Einkaufsverhalten



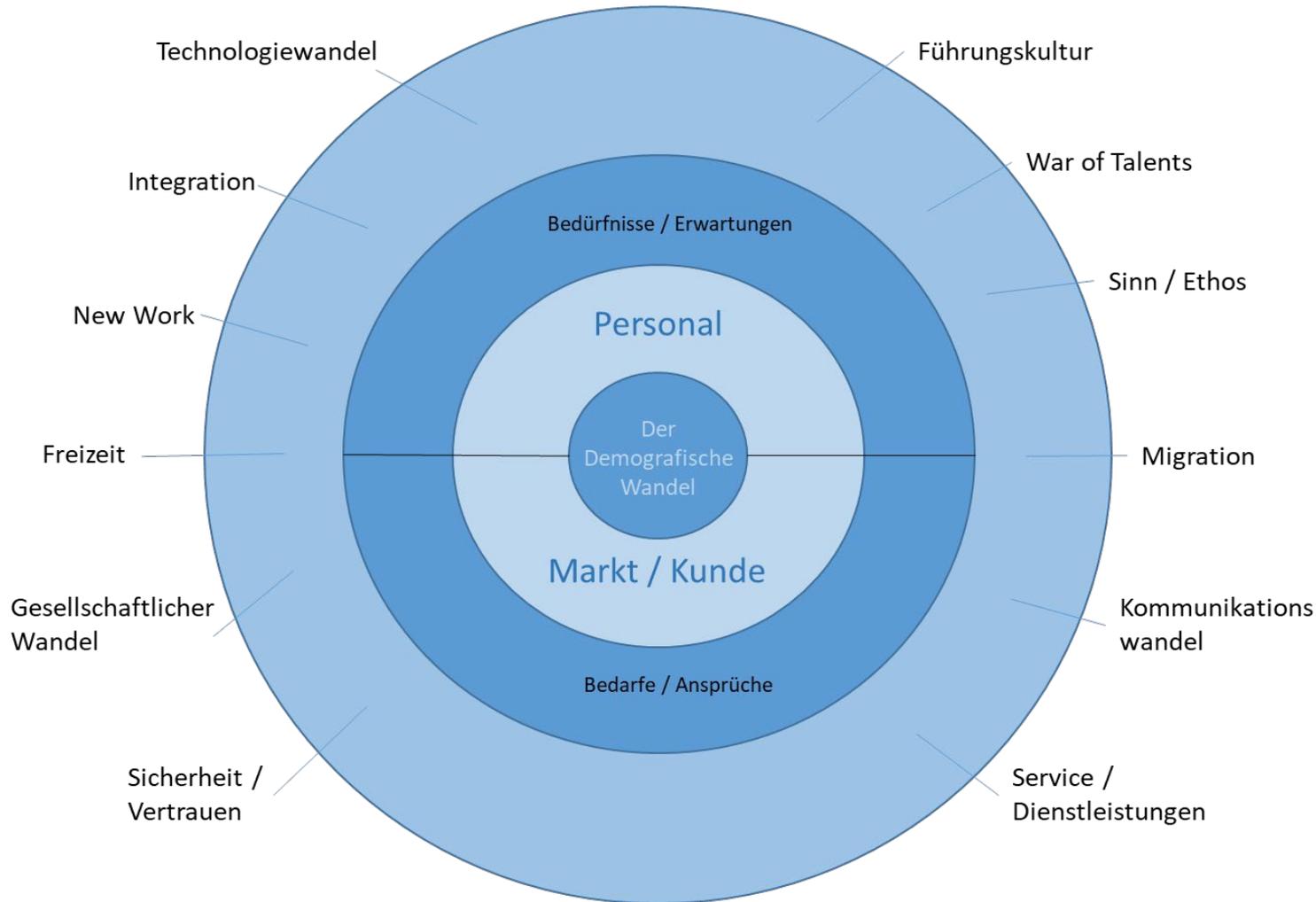
Quelle: Handelsmonitor 2019/2020

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 Verbesserungsvorschläge 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