



World

INFORMATIONEN, TRENDS & TIPPS ■ AUSGABE 8

Gartencenter und Fachmärkte immer beliebter: Weihnachtsbaum-Kunden setzen auf Qualität und Auswahl

Der Weihnachtsbaummarkt hat in den letzten 20 Jahren einen grundlegenden Wandel durchgemacht: bestimmten in den 70er und 80er Jahren noch kleinere Verkaufsstände mit einem überschaubaren Angebot an Rotfichten und Blautannen das Bild, so entwickelte sich Mitte der 90er Jahre der Trend in Richtung Nordmantanne und hin zu einem deutlich anspruchsvolleren Angebot an Baumgrößen und Qualitäten.



Der traditionelle Verkaufsort in der Ortsmitte oder auf dem Kirchplatz ist so gut wie nicht mehr zu finden – an seine Stelle sind die professionellen Gartencenter und Gartenfachmärkte getreten. Hier erleben die Kunden ein Angebot, das praktisch alle Wünsche in Bezug auf Baumgrößen, Wuchs und Qualitäten erfüllen kann. Verlangt der eine Kunde nach

einem kompakten und schmalen Christbaum, so schaut der andere nach einem großen und ausladenden Baum. Dicht gewachsen oder mit größerem Abstand der Astkränze – die Kriterien sind vielfältig und der geübte Gartencenter-Profi weiß um die unterschiedlichen Ansprüche seiner Kunden.

Die Fachkompetenz spielt

eine weitere Rolle: wer über das Jahr seinen Bedarf an Pflanzen und Gartenausstattungen in seinem Gartencenter deckt, möchte auch beim wichtigsten Fest des Jahres auf Nummer Sicher gehen. Standen vor allem Anfang der 2000er Jahre bei den Gartenabteilungen der Baumärkte der Niedrigpreis im Vordergrund, so überzeugen auch die Fach-



Etikett – die Visitenkarte

Informationen über Herkunft, Wachstum und Pflege auf einen Blick auf Seite 3



Heiße Phase ab 12.12.

Ab dem 3. Advent geht der Verkauf so richtig los auf Seite 5



Frisch aus der Natur

Umweltfreundliche Produktion GLOBALG.A.P. zertifiziert auf Seite 9



Kunden in Kauf-laune

Tipps für den erfolgreichen Weihnachtsbaum-Verkauf ab Seite 11





marktketten heute mit einem guten Qualitätsangebot, das den Verbraucher und den Handel gleichermaßen zufrieden stellt.

Die hohe Wiederkaufsquote bestätigt das Angebot an guten Bäumen – für rund 80% der Käufer ist das gute Aussehen und die Qualität das entscheidende Auswahlkriterium. Das großflächige

Angebot zeigt den Kunden das Spektrum – wenn es gut ausgeleuchtet ist, werden auch die Abendstunden zu einem erfolgreichen Umsatzbringer. Gute Präsentation der Bäume, klare Orientierung und Preisauszeichnung sowie ein freundlicher Service sind Garantien für guten Absatz. Auch die langen Öffnungszeiten und die meist optimale Parkplatzsituation sowie die gute Erreich-

barkeit sind Pluspunkte, die für die Kunden zählen.

Und wer es versteht, ein wenig von der einst so gemütlichen Atmosphäre des kleinen Verkaufsstands am Kirchplatz auch in sein Gartencenter zu holen, der wird am eigenen Erfolg erleben, dass auch sein Christbaumverkauf immer mehr Kunden bringt.

Sonst fehlt was:

Ohne Baum gibt's keine Weihnacht



Die Gründe, über den Verzicht eines Weihnachtsbaums nachzudenken, sind durchaus nachvollziehbar: die Kinder sind aus dem Haus, Neujahr geht's in den Winterurlaub oder schade um das Bäumchen. Den meisten von denen, die aus diesen oder anderen Gründen ein Fest ohne Baum erlebt haben, hat dar weihnachtliche Mittelpunkt gefehlt.

„Festtagsbraten, Lebkuchen und Geschenke ohne Christbaum mit Kerzen – das sind keine Weihnachten,“ so ein Stuttgarter in einer Befragung durch das Nordmann Informationszentrum. Andere vermissen den Tannenduft und empfinden Leere, wenn der Weihnachtsbaum fehlt, der seit Kindertagen einfach dazu gehört.

Auch das Erlebnis des Baumaussuchens und des Schmückens gehört einfach dazu. Dies sind wichtige Vorbereitungen und Vorfreuden auf das Fest. „Geschenke gehören nicht auf den Tisch, sondern unter den Baum“, gab eine Westfälin an, die ihren Tannenbaum vermisst hat und im kommenden Jahr ganz sicher nicht wieder baumlos feiern wird.

Fast jeder der Befragten empfand den Verzicht auf einen Weihnachtsbaum als Tabubruch. Es liegt an den Anbietern der Bäume, hier die richtigen Zeichen zu setzen und das Erlebnis Christbaum als das zentrale Element des Festes deutlich zu machen. Kurzum: Ohne Baum gibt's keine Weihnacht!



Information und Inspiration:

Das Etikett – wie eine Visitenkarte

Gestatten Nordmann Classic – wenn sich ein Weihnachtsbaum so formvollendet vorstellt, dann ist sofort klar, es handelt sich um eine gut gezogene und erzogene Qualität. Denn wer 8, 10 oder 12 Jahre intensive Hege und Pflege genossen hat und dann als gut gewachsener Christbaum zu den Kunden kommt, der kann mit Stolz seine Herkunft zeigen.

Für viele Familien ist der Kauf des Christbaums ein besonderes und wichtiges Ereignis: die Wahl des Traum-Baums ist nicht so leicht – wie groß soll er sein, lieber schlank oder etwa breiter, soll er dicht gewachsen sein oder lieber offen, damit zwischen den Astkränzen großzügig dekoriert werden kann.

Wer also als Kunde in froher Erwartung auf schöne Bäume und in bester Vorweihnachtsstimmung kommt, sollte nicht enttäuscht werden: die besten Bäume gehören in den Mittelpunkt – damit zeigen Sie, dass der Christbaum das Wichtigste zum Fest ist. Wer als Käufer von der Schönheit und Qualität schon beim Betreten des Verkaufsortes fasziniert wird, hat leichte Wahl. Das Etikett signalisiert Qualität, Herkunft und Wachstumszeit – immer wieder

sind Kunden über die lange Wachstumszeit erstaunt, damit erklärt sich auch der Preis des Baumes, der im Vergleich zu einem Blumenstrauß sehr günstig ist.

Für den Endverbraucher signalisiert das Etikett Sicherheit und Vertrauen – eben wie eine Visitenkarte: man weiß, mit wem man es zu tun hat...



Auf den echten Verkaufserfolg:

Für jeden Markt die perfekte (Service-) Palette

Mengenplanung, Sortierungsvorgaben nach Größe und Wuchs sowie die Lieferzyklen, das sind die Herausforderungen für den Einkauf und Marktverantwortlichen bei den Gartencentergruppen und den Fachabteilungen der Baumarkt- und Handelsgruppen. Key Account-Manager Svend Kristiansen von der Henningsen Group kann hier professionelle und praktische Hilfe anbieten: „Wir scheren nicht jeden Kunden über einen Kamm, sondern befassen uns individuell mit den Bedarfssituationen der einzelnen Märkte und Niederlassungen. Das Ergebnis ist eine Lieferung mit perfekt auf die einzelnen

Standorte abgestimmten Paletten mit perfektem Service.“

Ziel ist, dass jeder Handelspartner ein optimales Christbaumangebot auf dem Verkaufplatz präsentieren kann: eigene Etiketten mit dem Logo des Gartencenters bieten die Möglichkeit, die Qualitätsbäume eng mit dem Unternehmen und seiner Kompetenz zu verbinden. Bei der Gestaltung individueller Etiketten hilft das Service-Team der Henningsen-Gruppe gern. Auch Mix-Paletten bieten die Möglichkeit, ganz auf die Bedarfs-Situation der einzelnen Gartencenter-Standorte maßgeschneiderte Sortierungen zu liefern.



Mit den Informationen der Nordmann Classic World, liebe Leserin und lieber Leser, erhalten alle, die im Weihnachtsbaumverkauf aktiv sind, aktuelle Daten über die Trends sowie viele wertvolle Tipps, wie die Präsentation und der Abverkauf optimiert und damit erfolgreich gestaltet werden können. Auf Wunsch werden weitere Exemplare für die Mitarbeiter gern zugeschickt – Anruf oder E-Mail genügt!

Apropos Palette: hier kann nicht oft genug darauf hingewiesen werden, dass die

Palette einzig und allein dem schnellen und sicheren Transport dient. Sie ist keine Lager-Palette, denn die Bäume sollten nach Anlieferung entnommen und luftig gelagert werden – so bleiben sie frisch und gut verkäuflich.

Die Verfolgung der Lieferung ist minutiös möglich – für die Empfänger ein Vorteil, denn so kann die Anlieferung perfekt eingeplant werden. Das Planungs- und Logistik-System hat einen großen Anteil an dem Verkaufserfolg, bei dem es meistens heißt: ausverkauft!



Direkt-Kontakt zum Nordmann Classic-Verkauf:



■ Hans Henningsen



■ Svend Kristiansen



■ Eigil Petersen



■ Przemek Pawlak



Postbox 50 • Bavnevej 50
DK- 6580 Vamdrup

Tel: +45 70 20 13 20
Fax: +45 74 50 50 00

E-Mail: post@henningsenas.dk
www.henningsenas.dk

Das richtige Timing entscheidet:

Ab 12.12. geht's richtig los!

„Die ersten zwei Adventswochen sind zum Aufwärmen, aber zum 3. Adventswochenende geht die Post so richtig ab,“ so ein Gartencenter-Geschäftsführer, der seit Jahren die Verkaufszahlen taggenau analysiert. Seine Erfahrungen decken sich mit den langjährigen Untersuchungen, die immer wieder bestätigen, dass in den letzten 14 Tagen vor dem Fest rund 65% des Weihnachtsbaum-Verkaufs läuft.

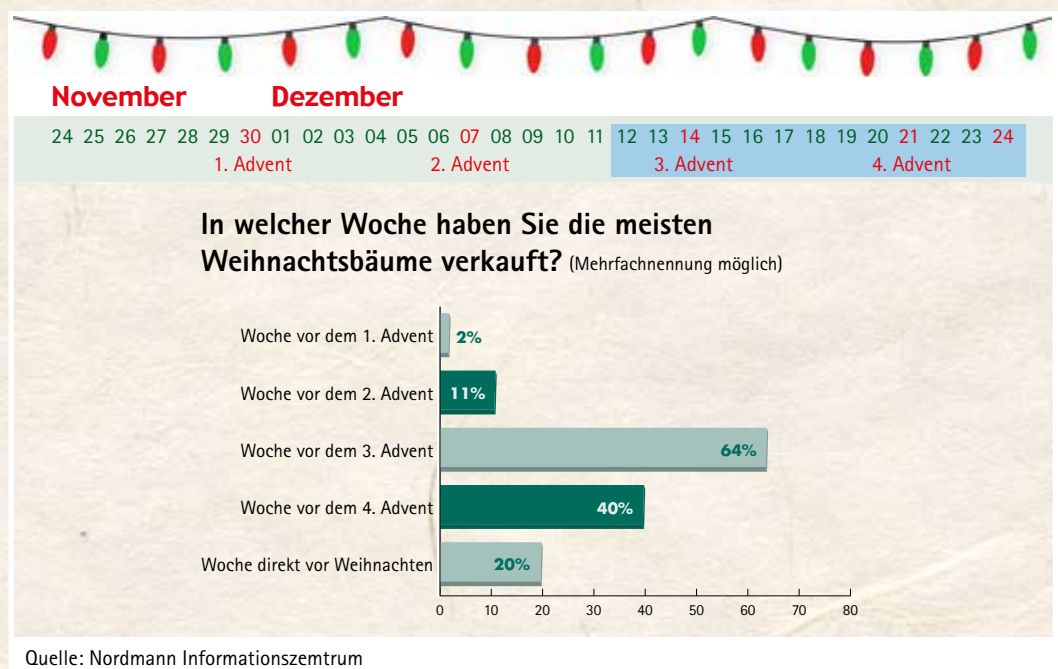
Zwar kommen die Kunden mit dem Beginn der Adventszeit, manche, um sich zu orientieren, andere, um den Baumkauf rechtzeitig und stressfrei zu erledigen. Für die Mehrzahl sind aber die zwei Wochen vor dem Fest das Kaufdatum.

Ab Mitte November sind Handel und Konsumenten ganz im Weihnachts-Einkaufsfieber.

Der Christbaum allerdings zählt zum Finale. Der Handel sollte also nicht nervös werden und mit unnötigen Preisaktionen den frühen Verkauf anheizen – so wird nur unnötig Umsatz und Gewinn verspielt.

Die letzten und entscheidenden zwei Wochen vor dem 24. Dezember vollen Einsatz bringen, das ist die bessere Lösung. Wer in dieser Zeit mit aktivem Marketing, guter Präsentation und vor allem einem Quali-

tätsangebot Kunden gewinnt und überzeugt, der kann auf eine erfolgreiche Saison zählen. Wie gesagt: am 12.12. geht's richtig los.



Allen unseren Lesern wünschen wir
eine erfolgreiche Weihnachtsbaum-Saison
und ein besinnliches Fest!





*Inspirieren und dekorieren: Die Weihnachtszeit ist die Zeit der
Schmück-Ideen und des Genießens schöner alter Traditionen*



27. bis 30. Januar 2015 in Essen:

Wir sehen uns auf der IPM

Am Stand der Henningsen Group auf der IPM geht niemand achtlos vorüber: das charakteristische Design präsentiert einen der führenden europäischen Weihnachtsbaum-Produzenten auf einzigartige Weise. Doch nicht nur das Ambiente zieht die Besucher in Halle 12 auf Stand 12C12 das Wiedersehen langjähriger Partner aus zahlreichen Ländern ist immer wieder ein beiderseits genossenes Erlebnis. Der persönliche Kontakt steht im Hause Henningsen an erster Stelle: mit vielen Handelgruppen und Fachmärkten steht das Unternehmen seit vielen Jahren in enger Geschäftsbeziehung.

Die IPM ist zugleich auch eine Informationsbörse ersten Ranges, und wer könnte mehr aktuelle und detaillierte Informationen an seine Geschäftspartner weiter geben als die Henningsen Group? Immerhin ist das Team aus dem dänischen Vamdrup auf praktisch allen europäischen Märkten aktiv. Das internationale Team ist in den verschiedenen Sprachen ebenso zuhause wie in den nationalen Weihnachtstraditionen.

Hans Henningsen und seine Mannschaft freuen sich, neue und alte Kunden auf der IPM zu treffen und laden auch die Leser von Nordmann Classic World zu einem Besuch auf dem IPM-Stand herzlich ein. Wir sehen uns auf der IPM !



**Halle 12
Stand 12C12**



Umweltfreundliches Wachstum:

Mutter Natur ist unser Lieferant



Solides und kontinuierliches Wachstum, das ist die Maxime der Henningsen Group: sowohl in der Pflanzung von Weihnachtsbäumen wie auch in der Unternehmensentwicklung. Die Produktionsflächen an den verschiedenen europäischen Standorten erreichen zusammen genommen die Größe von deutlich über 1500ha. Millionen Nordmantannen wachsen hier unter umweltfreundlichen Bedingungen zu schönen Weihnachtsbäumen heran.

Preben Henningsen und seine forstfachliche Mannschaft kümmern sich Tag für Tag um die Naturbäume. Die Kulturpflege erfolgt gemäß der GLOBALG.A.P.-Zertifizierung, durch die der hohe Standard garantiert wird. Tradition und modernste Wissenschaft gehen hier Hand in Hand – die Bewahrung der Natur ist selbst-

verständlich. Während der durchschnittlich 10-jährigen Wachstumszeit produziert jeder einzelne Weihnachtsbaum lebenswichtigen Sauerstoff und bindet rund 10 kg CO₂. Aber auch Insekten, Vögel und Kleintiere finden in den Kulturen ideale Lebensbedingungen.

Bei aller forstfachlichen Profession ist dennoch jeder einzelne Baum ein Unikat: „Na-

türlich haben wir klare Sortierungs- und Qualitätsrichtlinien, aber jede Nordmantanne unterscheidet sich von den anderen. Mutter Natur ist unser Lieferant, aber sie produziert nicht am Fließband, sondern lässt jede kleine Pflanze heranwachsen,“ so der langjährige Weihnachtsbaum-Experte und Verkaufsprofi Eigil Petersen aus dem Henningsen-Team.



Einmalig auf der Welt:

Nordmann Classic-Hafen-Aktion in Hamburg



Als 1997 erstmalig der Weihnachtsmann auf einem Hafenschiff mit lautem Tuten bei den großen Ozeanriesen längsseits ging und eine Nordmann-tanne für die Besatzung an Bord gab, traf diese Aktion auf ungläubiges Staunen und große Überraschung. Das hatten die sturmerprobten Seebären noch nicht erlebt: man

dachte an sie und ihre Weihnachten irgendwo auf hoher See.

Inzwischen hat sich diese weltweit einzigartige Aktion bei den Seefahrern auf der ganzen Welt herumgesprochen: in diesem Jahr zum 18. Mal werden Nordmann Classic-Weihnachtsbäume an die Seeleute im Hamburger Hafen überreicht. Im Auftrag der Henningsen Group stellt der Weihnachtsmann sein Wurf-

geschick unter Beweis und liefert mit Schwung die schönen Bäume über die Reling an die Schiffe, die am 11. Dezember im Hamburger Hafen liegen.

Die meisten davon sind dann zum Fest irgendwo auf den Weltmeeren und haben eine schöne, nadelgrüne Erinnerung an Hamburg. Es heißt, die Reedereien legen ihre Touren im Dezember so, dass sie nach Möglichkeit am Donners-

tag vor dem 3. Advent – dem traditionellen Hafen-Aktionstag – elbaufwärts in die Hansemetropole kommen, um dort dann ihren Weihnachtsbaum in Empfang zu nehmen. Vielleicht ist diese Vermutung aber auch nur etwas dicht gesponnenes Seemannsgarn...



*Frohe Weihnacht! So
daheim oder auf See – der
Weihnachtsbaum verbindet.*



 World
IMPRESSUM

Nordmann Classic World
Henningsen Group

Postbox 50 · Bavnevej 50
DK-6580 Vamdrup
Tel: +45 70 20 13 20
Fax: +45 74 50 50 00
E-Mail: post@henningsenas.dk
www.henningsenas.dk



Stimmung und Schwung bringt den Erfolg:

Ihre Kunden kommen in bester Kauflaune!

Das Weihnachtsgeschäft ist die umsatzstärkste Zeit des ganzen Jahres – Vorfreude und Feststimmung sorgen für beste Kauflaune. Aber die Kunden kommen auch mit Erwartungen, und wer die erfüllt, macht ein erfolgreiches Geschäft.

Hier ein paar Tipps, wie Sie Ihren Weihnachtsbaum-Verkauf zu einem starken Erfolg machen können:

Ideen und Inspiration sind alles Ihre Kunden sind dankbar für Anregungen – präsentieren Sie Schmuck und Dekorationen, weisen Sie auf Ihr Weihnachtssortiment hin, denn jetzt ist genau die richtige Zeit und ihre Besucher haben und nehmen sich die Zeit.

Schönheit ins rechte Licht stellen Gutes Licht bringt sofort weihnachtliche Stimmung: Ihre Baumauswahl präsentiert sich auf den ersten Blick festlich und Ihre Kunden sehen Ihre Bäume in ihrer gan-



zen Pracht. So machen Sie in der dunklen Jahreszeit Ihren Verkaufsplatz zu einem leuchten Beispiel

Bester Service zahlt sich aus Weihnachtsbaum im Netz ist wie Katze im Sack: präsentieren Sie Ihre Auswahl in ihrer ganzen Vielfalt – das Netz kommt erst dann darüber, wenn der Baum nach

Verkauf zum Abtransport fertig gemacht wird. Stamm anspitzen wird dankbar von den Kunden angenommen – freundliche Beratung schafft Bestwerte!

Zeigen Sie Flagge In der hektischen und dunklen Vorweihnachtszeit sorgen Schilder, Flaggen und Banner für Aufmerksamkeit. Signalisie-

ren Sie Auswahl, Qualität und Kompetenz – der Preis steht für die Kunden erst am Ende des Einkaufs. Wer gute Leistung bietet bekommt auch gute Preise!

Orientierung ist alles Wenn Ihr Weihnachtsbaum-Verkauf im Außenbereich nicht auf den ersten Blick erkennbar und zu finden ist, dann für gut



sichtbare Orientierung sorgen. Leiten Sie Ihre Kunden schon vom Eingang hin zum Verkaufsort – am besten zeigen schöne Musterbäume den Weg hin zum Traumbaum!

Stellen Sie den Umsatz auf starke Füße Ihre Kunden sind dankbar, wenn Sie Ihnen auch die besten Ständer für den Christbaum zeigen. Mit den perfekten Angeboten ist das Aufstellen im Handumdrehen erledigt – das sorgt für echte Entspannung beim Kunden und für guten Zusatzertrag bei Ihnen!

Ein Prosit auf die Gemütlichkeit Wenn Sie die Möglichkeit haben, Ihre Kunden

mit einem Glühwein aufzuwärmen – dieses Angebot wird immer dankbar angenommen. Aber auch andere freundliche Gesten machen den Besuch bei Ihnen zum Erlebnis: Kinder-Aktionen, eine Tombola oder eine Gutscheinelohnung.



Profis wollen einen starken Partner: HENNINGSEN-GROUP.

Gründung:	1992
Gesellschaftsform:	Aktiengesellschaft
Aktionäre:	Familie Henningsen und Mitarbeiter
Produktion:	Eigene Produktion auf mehr als 1.500 ha mit 12,5 Mio. Nordmantannen
Team:	14 Mitarbeiter (festangestellt) sowie Saisonkräfte
Logistik:	Inhouse-Steuerung mit Tree Manager System Just in time-Lieferung

Kunden:	Baumarkt- und Gartencenter-Gruppen, Handelsgruppen, Gartencenter und Fachmärkte
Märkte:	Deutschland, Österreich, Schweiz, Niederlande, Belgien, Frankreich, England, Skandinavien sowie die gesamten osteuropäischen Märkte



HENNINGSEN GROUP

P.O.Box 50, Bavnevej 50,
DK-6580 Vamdrup
Phone + 45 70 20 13 20,
Fax + 45 74 50 50 00
E-Mail: post@henningsenas.dk
www.henningsenas.dk