

INTERVIEW MIT RALF SCHRÄDER, GRAINES VOLTZ

# „Machen Sie sich zum Fachmann für Gemüse“

Gesunde Ernährung mit Gemüse und Kräutern ist im Alltag und in den Medien überall präsent. Der gärtnerische Einzelhandel nutzt diesen Trend viel zu wenig, findet Ralf Schröder. Da geht mehr, als nur Jungpflanzen und Sämentüten anzubieten!

## DER INTERVIEWPARTNER



**RALF SCHRÄDER**

... hat seinen Karriereweg als Gärtnermeister der Fachrichtung Zierpflanzenbau begonnen. Der Produktmanager der Graines Voltz SA betreut Verkauf und Sortimentsentwicklung für den französischen Gemüsezüchter in Europa. Die Entwicklung der Angebote – insbesondere für den Bereich Hobbygärtner – erfolgt in engem Kontakt zu den Lehr- und Versuchsanstalten, mit Fachhandel und Vertriebspartnern. Aktuell leitet Schröder die Markteinführung der Gemüsepflanzen „La sélection du Chef“ in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Graines Voltz wurde 1985 gegründet, zunächst mit regionalem Verkauf. Heute beliefert das Unternehmen den Gartenbau europaweit mit Blumen- und Gemüsesaatgut und -pflanzen.

**DEGA GRÜNER MARKT:** Das Thema Gemüse ist in Gartencentern nur im Frühjahr oder in Form von Samendispensern präsent. Im Alltag der Kundinnen stehen Gemüse und gesunde genussvolle Ernährung jedoch meist viel mehr im Vordergrund. Warum ist es so schwierig, diese Diskrepanz zu beseitigen?

**Ralf Schröder:** Das liegt in der Natur der Sache, Gemüse wird fast nur im Frühjahr gepflanzt. Aber es stimmt, Kunden sind das ganze Jahr daran interessiert – Gartencenter können zum Beispiel in Kooperation mit einem lokalen Gärtner selbst Frischgemüse anbieten. Mit dem Verkauf von Gemüse und besonderen Sorten kann man sich zum Fachmann für Gemüse machen und damit auch Saatgut, Jungpflanzen und Zubehör besser verkaufen. Wichtig dabei ist, die Sortennamen herauszustellen. Wer weiß schon, dass es verschiedene Rote Beeten gibt? Beim Wein wird das schließlich auch getan und dann gefachsimpelt.

**DEGA:** Für Kunden aus der Stadt ist es oft schwieriger, Gemüse anzubauen. Was können Gartencenter denen bieten? Wie groß ist das Angebot an balkon-tauglichen Gemüsesorten?

**Schröder:** Das Angebot ist sehr groß. Daran wird bei den Züchtern intensiv gearbeitet – sie sehen den Bedarf und das Potenzial. Interessant ist, was Reiner Buchal vom Gartenbauberatungsring Hannover in einer Umfrage herausfand: Junge Leute in Städten interessieren sich eher für Balkongemüse als

für Beet- und Balkonpflanzen. Ich sehe für Gartencenter in der Stadt weitere Vorteile: Hier sind die Leute sehr wissbegierig, bilden Communities, treffen sich, um gemeinsam zu gärtnern – Stichworte urban gardening und Schrebergärten. Solche Kunden mit Interesse geben gern Geld dafür aus und sind auch dankbare Teilnehmer von Kursen, die man im Gartencenter anbieten kann. Das Zusatzsortiment ist groß: Erden, Dünger, Gefäße, Stäbe, Schilder ...

**DEGA:** Welche Gemüsearten sind derzeit besonders beliebt? Hat die Pflegebedürftigkeit Einfluss auf den Kauf?

**Schröder:** Die Kunden fragen nicht nach Pflege – erst an dritter oder vierter Stelle. An oberster Stelle stehen Geschmack und Aussehen und Sorten, die nicht im Supermarkt liegen. Natürlich muss die Pflegeanleitung nachlesbar sein. Kunden nehmen



Gemüse lässt sich wunderbar im Facheinzelhandel präsentieren und verkaufen. Viele neue Sorten und Formen bereichern den Markt.

gern Tipps auf, zum Beispiel dass bestimmte Kräuter winterhart sind oder welche Verwendungszwecke es für die einzelnen Gemüsearten gibt. Da kann man als Gartencenter viele Ideen liefern. Beliebte sind alle Gemüsearten querbeet, besonders Naschgemüse. Auch Chili wird immer populärer, da bildet sich schon eine Fangemeinde.

**DEGA: Welchen Einfluss üben Zeitschriften wie „Landlust“ und das Fernsehen auf das Kundenbewusstsein und die Nachfrage nach Gemüsepflanzen und -saatgut aus?**

**Schräder:** Einen großen Einfluss haben Kochsendungen im Fernsehen. Wenn Tim Mälzer sagt, er nehme gern die gestreiften Auberginen, weil die so schön mild sind, dann wollen die Leute das natürlich auch. Ein Hit dieses Jahr sind Oxsenherztomaten – die kannte früher kaum jemand. So wurde auch der Weg für Kräuter geebnet. Und Gartencenterleiter sollten unbedingt Publikumszeitschriften lesen. Solche wie „Landlust“ machen Appetit auf alte und seltene Sorten, die Nachfrage nach ihnen steigt.

**DEGA: Gerade in einer Zeit, wo die Menschen immer weiter von der Natur entfernt sind, ist es wichtig, es Anfängern leicht zu machen. Wie schafft man es, auch Ungeübte für eigenes Gemüse zu**

**begeistern und ihnen die Angst vorm Scheitern zu nehmen?**

**Schräder:** Das geht mit vernünftigen Informationen, Kursen (Wie lege ich ein Gemüsebeet an? Was ist Mischkultur? Hinweise zu Pflege, Pflanzenschutz, Ernte und Lagerung ...), Schaubetten und Rezepten mit Zutaten. Für die Ungeübten kann man neben die Jungpflanzen ausgewachsene Gemüsepflanzen im 3- bis 5-l-Container stellen. Die

„An oberster Stelle stehen Geschmack und Aussehen und Sorten, die nicht im Supermarkt liegen.“

muss man rechtzeitig ordern, damit sie im April/Mai eintreffen.

Die zuständigen Mitarbeiter müssen in die Planung der Saison einbezogen werden. Denn wer seine Ideen einbringen und verwirklichen kann, kümmert sich automatisch intensiver darum. Ein Brainstorming im gesamten Team ist sinnvoll, am besten direkt, nachdem die Weihnachtssterne verkauft sind. Ganz wichtig ist es, die Kunden neugierig zu machen. Die Saison ist lang – sie geht von Februar bis Juni. Das Thema ist absolut präsent in allen europäischen Ländern, man muss es nur leben lassen! Es lässt sich gut verzahnen mit anderen Waren wie Grills, Genussortimenten, Gartengeschirr, Gefäßen.

**DEGA: Was würden Sie sich vom gärtnerischen Einzelhandel wünschen und was wird oft falsch gemacht?**

**Schräder:** Wenn Sie in einem Gartencenter Gemüsepflanzen suchen, müssen Sie nur da hingehen, wo die CC-Wagen stehen oder in die hinterste Ecke. Ich will damit sagen, dass diese Pflanzen – im Gegensatz zu Blumen – oft noch lieblos und ohne Dekoration präsentiert werden. Da braucht man sich nicht zu wundern, wenn wenig Umsätze kommen. Man muss einfach Lust auf Essen und Genuss machen, da gibt es doch so viele Möglichkeiten! Wer ein Café im Gartencenter hat, kann sogar hier eine Verbindung zum Gemüse auf der Fläche herstellen. Es ist eigentlich ganz einfach!

**DEGA: Wie entwickelt sich der Markt Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren?**

**Schräder:** Der Markt wächst! Insgesamt sind jährlich sicher noch fünf bis zehn Prozent bezogen auf alles Essbare drin. Das Umdenken in Richtung gesunde Ernährung mit Gemüse hat auf allen Ebenen eingesetzt. Studenten haben mir im Sommer erzählt, dass sie am Wochenende im Schrebergarten arbeiten. Sie wollen sich gesund und bio ernähren, aber es sei für ihren Geldbeutel zu teuer, im Bioladen zu kaufen. Also bauen sie selbst Gemüse an. Ein mir bekannter Geschäftsführer einer Supermarktkette hat einen Dachgarten mit Gemüse angelegt und begeistert damit Lieferanten und Kunden. Wir brauchen diesen Trend nur richtig aufzugreifen!

Die Fragen für DEGA stellte:

**Claudia von Freyberg**

BILDER: Werkbilder Graines Voltz und Gärtnerei Blumenpark Seidemann, Völs/A

