

MARKETING FÜR TOMATENPFLANZEN

Am Abend des zweiten Messtages bereitete Pascal Favre d'Anne, Chef eines gehobenen Restaurants in Angers, am Stand von Graines Voltz (F-Colmar) verschiedene Tomatengerichte zu, die im Rahmen der Marketing-Kampagne „La sélection du Chef“ den Verbrauchern empfohlen werden.

Bei der Serie „La sélection du Chef“ handelt es sich laut Marketing-Managerin Sophie Vermersch um neun verschiedene, schmackhafte und robuste Tomatensorten, die Gärtner als Pflanzen an Hobbygärtner verkaufen sollen. Graines Voltz liefert Saatgut oder veredelte Pflanzen an die Produzenten, außerdem Werbematerial wie bedruckte Töpfe, kleine und große Etiketten, Sorten-Poster in mehreren Formaten sowie ein Heftchen mit Tomaten-Rezepten. Außerdem gibt es eine französischsprachige Internetseite für Verbraucher (www.la-selection-du-chef.com) mit Sorten- und Kulturinformationen, Rezepten und Bezugsquellen. Diese hat auch einen geschlossenen Bereich für Produzenten.

Die „Chefs“ sind laut Vermersch vier bekannte französische Sterneköche aus

Paris, Angers und dem Elsass, die die Tomaten-Rezepte für Graines Voltz entwickelt haben. 2012 soll die Marketingaktion auf dem französischen Markt anlaufen, 2013 voraussichtlich auch auf dem deutschen Markt in Zusammenarbeit mit Florensis. Auf der IPM 2012 hatte Graines Voltz am Stand von Florensis das Konzept bereits vorgestellt. Die Kampagne 2012 umfasst auch Werbung in Fernseh-, Frauen- und Gartenzeitschriften.

Einen größeren Auftritt bei Graines Voltz hatten auch die neuen Cool Wave-Hängeviolen von PanAmerican Seed (siehe Gärtnerbörse 3/2012). *dre*



Marketing: Bedruckte Töpfe, Etiketten