



Leckere Rezeptideen sollen die Nachfrage stimulieren.

„La sélection du chef“ ist die Antwort auf den Wunsch des Konsumenten nach Authentizität, guter Qualität der Lebensmittel und gesunder Ernährung im Einklang mit der Umwelt und einem natürlichen, saisonalen Gemüseangebot. Das Besondere an diesem innovativen Marketingkonzept ist das Komplett-Paket, das das Unternehmen dem Gärtner und Gartencenter zur Vermarktung dieser besonderen Sorten bietet: Verkaufsposter, Etiketten, Mini-Poster mit Träger und nicht zuletzt Rezepte für jede Sorte im Postkartenformat. Zusätzlich bietet Graines Voltz den Kunden Unterstützung im Direktmarketing: Begleitung in der Lokalzeitung und Newsletter, beides können Gärtnereien für ihre Kunden nutzen.

Direkte Ansprache des Endverbrauchers

Besonders innovativ am Marketingkonzept „La sélection du chef“ ist die Ansprache auf Endverbraucherebene – beispielsweise in Hobbyzeitschriften oder Tageszeitungen. Zudem wird jeder Produktionsgärtner, jedes Gartencenter, das sich als angeschlossener Produzent registrieren lässt, auf der Website www.la-selection-du-chef.com gelistet. Hier findet der interessierte Endverbraucher nach Eingabe der Postleitzahl die Gärtnereien in seiner

EXKLUSIVE TOMATENSORTEN

Ausgewählt vom Chef



Mit der Marketing-Kampagne „La sélection du chef“ (LSDC) beginnt das französische Saatgut und Jungpflanzenunternehmen Graines Voltz (F-Colmar) im Jahr 2013 mit neun besonderen Tomatensorten.

Nähe, die gelistet sind. Zudem findet der Kunde auf der Website Kultur- und Pflegehinweise, Sortenbeschreibungen – und natürlich die Rezepte, von Sterne-Köchen speziell entwickelt.

Mit diesem Marketingkonzept hilft das Unternehmen den Gärtnern, hochwertige Produkte einfacher zu vermarkten. Wichtig dabei ist, dass jeder Gärtner mit „seinen“ Pflanzen wirbt – so erkennt der Verbraucher, dass die Pflanzen wirklich aus der Gärtnerei stammen. Die Werbung auf Endverbraucherebene erlaubt einen hohen Wiedererkennungswert. Die Werbehilfen sind so ausgelegt, dass sie viele Informationen enthalten und dem Gärtner sehr viel Zeit für die Beratung sparen.

Nische, die „Große“ noch nicht besetzen

Durch seine Züchtung und Selektion gezielt für die Verwendung im Hausgarten bedient Graines Voltz eine Nische, die von großen internationalen Zuchtunternehmen nicht bearbeitet wird: Das Unternehmen setzt auf gezielte Selektion, auf Geschmack und Widerstandskraft für den Freilandanbau. Es ist stetig auf der Suche nach neuen Produkten, um diese bei Einkäufern und Endverbrauchern bekannt zu machen und so die Nachfrage heim Gärtnern zu stimulieren. □



... besondere Tomatensorten ausgewählt.



Beste Produktionsbedingungen: Für die „La sélection du Chef“ wurden nur ...

Das Unternehmen

Graines Voltz ist mit 190 Mitarbeitern der wichtigste Lieferant für Gartenbauprodukte in Frankreich. Die Produktpalette umfasst von Blumen- und Gemüsesamen über Blumenzwiebeln, Gemüse- und Blumenjungpflanzen, Gartenbedarfartikel bis hin zu Rasensamen und Blumenmischungen alle Produkte für den Profi-Gartenbau. Im Segment Gemüse hat Graines Voltz eigene Sorten für den Produktionsgartenbau sowie Sorten speziell zur Verwendung im Amateur-Garten. Hauptsitz des Unternehmens ist Colmar.