

NEUE REGIONAL-MARKE DER GROSSMÄRKTE

„Ich bin von hier“

Mit der IPM 2013 führte die Vereinigung Deutscher Blumengrossmärkte (VDB) die neue Regional-Marke „Ich bin von hier!“ ein. Damit wird ein Mega-Trend aufgegriffen, der sich längst über den Lebensmittelhandel hinaus etabliert hat.

Zukünftig können Erzeuger, die über die Blumengrossmärkte in Hamburg, Dortmund, Köln, Düsseldorf, Frankfurt, Mannheim, Karlsruhe, Stuttgart und Reutlingen vermarkten, ihre regional erzeugten Blumen und Pflanzen mit dem Logo „Ich bin von hier!“ kennzeichnen. Die neue Regional-Marke bleibt den Kunden der Blumengrossmärkte, dem inhabergeführten Blumeneinzelhandel (Blumenfachgeschäfte, Gartencenter, Endverkauf- und Friedhofsgärtnereien, Wochenmarkthandel), vorbehalten.

Die an dem Markenkonzzept teilnehmenden Erzeuger verpflichten sich, dass unter dem Markenzeichen „Ich bin von hier!“ ausschließlich regional produzierte Blumen und Pflanzen gehandelt werden. Die Regionalität wurde auf einen Radius von 100 km (in Ausnahmefällen 150 km) rund um den jeweiligen Blumengrossmarkt begrenzt. Die Marke kann auch für überregional gehandelte Jungpflanzen genutzt werden, wenn diese in der entsprechenden Zielregion bis zur Fertigstellung über zwei Drittel ihrer Gesamtkulturzeit verbraucht haben.

Der heimischen Produktion ein Gesicht geben

Mit Ausnahme von Bayern und Teilen Niedersachsens werden die westlichen Bundesländer komplett abgedeckt. „Regionalität ist für unsere Blumengrossmärkte eigentlich nichts Neues. Doch wir wollen die marktnahe Erzeugung zukünftig stärker kommunizieren und der heimischen Produktion ein erkennbares Gesicht geben“, erklärt Raimund Korbmacher, Vorsitzender der VDB und Geschäftsführer des Blumengrossmarktes in Köln.

Die Produkte der neuen Regional-Marke werden von den Erzeugern schon auf den



Foto: Peter Leenders

„Ich bin von hier!“-Blumen und -Pflanzen sind am Etikett zu erkennen.

Blumengrossmärkten gekennzeichnet, zum Beispiel mit Banderolen für Wasserstiegen oder gekennzeichneten Kulturtöpfen. Dem Blumeneinzelhandel werden ebenfalls Auszeichnungs- und Werbematerialien zur Verfügung gestellt. Etwa Aufkleber für den Eingangs- und Thekenbereich, Thekenaufsteller, Etiketten in verschiedenen Arten und Größen oder Tragetaschen. Weitere Kommunikationsmittel sind in Planung.

Immer häufiger fragen Verbraucher nach regional erzeugten Blumen und Pflanzen.

Verstärkt immer dann, wenn Blumenimporte aus Übersee und die damit in den Erzeugerländern verbundenen Arbeitsbedingungen in Frage gestellt werden.

Frische der Ware, kurze Transportwege, positive Ökobilanz insbesondere bei Freilandware, Erzeugung nach deutschem Pflanzenschutzrecht und hiesigen Sozialstandards oder die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe sind Aspekte, mit denen sich Verbraucher in Deutschland zunehmend identifizieren. ■

NEUE FACHMESSE

Ecostyle in Frankfurt

Mit der neuen Fachmesse Ecostyle startet die Messe Frankfurt eine Informations- und Orderplattform für geprüft nachhaltige Konsumgüter im europäischen Einzelhandel. Parallel zur Tendence zeigen Hersteller aus dem In- und Ausland vom 24. bis 26. August 2013 „grüne“ Lifestyle- und Designprodukte auf dem Frankfurter Messegelände. Auf der Messe sind Vorträge und Workshops rund um das Thema „Nachhaltigkeit im Einzelhandel“ geplant. Mit der Ecostyle reagiert die Messe Frankfurt darauf, dass nachhaltige Produkte für immer mehr Verbraucher an Attraktivität gewinnen.

Ein Fachbeirat gewährleistet die hohe nachhaltige Qualität der ausgestellten Konsumgüter. Diese Jury aus international anerkannten und unabhängigen Experten prüft alle Produkte, ordnet deren Nachhaltigkeitsgrad ein und ist mit einem Vetorecht ausgestattet.

Laut einer Befragung der IFH Retail Consultant im September 2010 gaben 60% der Verbraucher an, ihr Einkaufsverhalten im Hinblick auf Nachhaltigkeit verändert zu haben. Zudem seien 74% der Befragten bereit, für nachhaltige Produkte höhere Preise zu bezahlen. In der Publikation „IFH Handel in Zahlen aktuell 2012“ schätzt das Institut für Handelsforschung Köln (IFH) den Umsatz mit nachhaltigen Produkten auf 10 bis 12 Mrd. € im Jahr 2010 und prognostiziert einen weiteren Anstieg in diesem Segment.

Weitere Informationen zur Ecostyle unter www.ecostyle.messefrankfurt.com ■