

Neue Regional-Marke:  
„Ich bin von hier!“



Der Blumengroßmarkt Stuttgart hat in Kooperation mit den weiteren acht in der Vereinigung Deutscher Blumengroßmärkte zusammen geschlossenen Organisationen im Rahmen der IPM 2013 die neue Regional-Marke „Ich bin von hier!“ erstmals vorgestellt. Durch die Verbreitung wird die neue Regional-Marke mit Ausnahme von Bayern und Teilen Niedersachsens in allen westlichen Bundesländern präsent sein. „Ich bin von hier!“ ist strikt regional konzipiert, erhält aber durch das große Verbreitungsgebiet überregionale Strahlkraft.

### Was bedeutet Regionalität?

Bezogen auf „Ich bin von hier!“ gilt als regional erzeugt, was in einem Radius von 100 Kilometern um den jeweiligen Standort produziert wurde. Überregional gehandelte Jungpflanzen werden dann als regional erzeugt definiert, wenn sie zwei Drittel ihrer Kulturzeit an dem jeweiligen Standort verbracht haben.

### Wer produziert regionale Blumen und Pflanzen?

Die Erzeuger, die im Umland unseres Blumengroßmarktes produzieren, verpflichten sich verbindlich, ausschließlich regional erzeugte Produkte unter dem neuen Marken-Logo zu vertreiben. So partizipieren insbesondere die Gartenbaubetriebe unserer Region von dieser Marken-Initiative, was zur Stärkung heimischer Wirtschaftskreisläufe beiträgt.

### Wo wird „Ich bin von hier!“ gehandelt?

Die unter dem Marken-Logo gehandelten Blumen und Pflanzen dürfen ausschließlich über unseren und die anderen acht teilnehmenden Blumengroßmärkte gehandelt werden und stehen somit nur diesen Kunden zur Verfügung. Die Ware wird schon von den teilnehmenden Erzeugern entsprechend ausgezeichnet.

### Wer partizipiert von der Marke?

„Ich bin von hier!“ soll die Marke des inhabergeführten Blumeneinzelhandels sein. Dazu zählen insbesondere Blumenfachgeschäfte, inhabergeführte Gartencenter, Endverkaufs- und Friedhofsgärtnereien sowie der Wochenmarkthandel. Für sie wurden Auszeichnungs- und Werbematerialien konzipiert, die über unseren und die anderen teilnehmenden Blumengroßmärkte zu beziehen sind. Discounter, Bau- und Supermarktketten und andere Teile des Systemhandels sind von der Marken-Initiative ausgeschlossen.

### **Was ist neu an „Ich bin von hier!“?**

Regional erzeugte Blumen und Pflanzen prägen traditionell das Angebot auf den Blumengroßmärkten. Neu ist hingegen, dass diese Ware durch die Auszeichnung mit dem Marken-Logo „Ich bin von hier!“ für die Verbraucher erstmals ein Gesicht erhält, erkennbar und erlebbar wird.

### **Was spricht für „Ich bin von hier!“?**

Regional erzeugte Blumen und Pflanzen zeichnen sich aufgrund der kurzen Transportwege durch besondere Frische und die damit verbundene Haltbarkeit aus. Haltbarkeit spielt wiederum bei den Kaufentscheidungen der Verbraucher eine wesentliche Rolle. Die Öko-Bilanz, so die Non-Profit-Stiftung Myclimate, ist insbesondere bei Freilandserzeugnissen unübertroffen. Produziert wird nach einem der strengsten Pflanzenschutzrechte weltweit. Zudem gelten hiesige Sozialstandards und regionale Wirtschaftskreisläufe werden gestärkt.

### **Wünschen die Kunden regional erzeugte Blumen und Pflanzen?**

Der Wunsch vieler Verbraucher nach regional hergestellten Produkten ist über Lebensmittel hinausgehend deutlich spürbar. „Regio ist das neue Bio“ – nach diesem Tenor titelten in jüngerer Vergangenheit viele meinungsführende Medien. Marktforscher sprechen von einem Mega-Trend, der in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist und stetig weiter wachsen wird. Die Landwirtschaftskammer Hamburg verweist auf überregionale Studien, nach denen über 30 Prozent der Verbraucher regional erzeugten Waren den Vorrang geben. Bei diesen Zielgruppen handelt es sich überwiegend um solvente Verbraucher, für die nicht primär der Preis im Zentrum steht. Somit kann „Ich bin von hier!“ auch zur Preisstabilität beitragen.