

# LASSEN SIE IHR BUSINESS WACHSEN

KOOPERATIONEN ZUR VERKAUFSFÖRDERUNG

FALLBEISPIELE 2021



# INHALT

WIR SIND BLUMENBÜRO HOLLAND	4
ÜBER DIE VERKAUFSFÖRDERUNG	6
AKTIONEN 2021 (TEIL 1)	9
▪ TROPISCHES PARADIES MIT ORCHIDEEN – ALIAT GARTENCENTER, SPANIEN	11
▪ URBAN JUNGLE GARTENMARKT – JUMBO SUPERMÄRKTE, NIEDERLANDE	15
▪ WIR BRAUCHEN MEHR ROSELILY – FLEUROP BLUMENFACHHANDEL, NIEDERLANDE	19
▪ ZUHAUSE ENTSPANNEN MIT ORCHIDEEN & BROMELIEN – REWE SUPERMÄRKTE, DEUTSCHLAND	23
DIE TRENDKOLLEKTION	26
AKTIONEN 2021 (TEIL 2)	
▪ VON GRAU ZU GROENRIJK – GROENRIJK GARTENCENTER, NIEDERLANDE	29
▪ GROSSELTERNTAG ROSEN – FDF FLORISTEN, DEUTSCHLAND	33
▪ HOL DIR DEN HERBST IN DIE VASE – BLUMEN RISSE BLUMENFACHHANDEL, DEUTSCHLAND	37
▪ HOMEOFFICE MIT ANTHURIEN & BROMELIEN – BAKKER.COM IN DEUTSCHLAND, FRANKREICH, DEN NIEDERLANDEN UND IM VEREINIGTEN KÖNIGREICH	41
▪ ZIMMERPFLANZEN TOP 10 – ALBERT HEIJN SUPERMÄRKTE, NIEDERLANDE	45
KOOPERATIONEN	48
▪ GEMEINSAME ENTWICKLUNG	50
▪ KOMMUNIKATIONSKALENDER 2022–2023	52
▪ KONTAKT	55



# WIR SIND BLUMENBÜRO HOLLAND



## STOLZER FÖRDERER VON BLUMEN UND PFLANZEN IN EUROPA

Dass Blumen und Pflanzen im Bewusstsein der Konsumenten kontinuierlich ganz weit oben rangieren, daran arbeiten wir bei Blumenbüro Holland jeden Tag mit großem Engagement. Wir sorgen dafür, dass Konsumenten zum Blumen- und Pflanzenkauf inspiriert werden und diese Inspiration auch anhält.

### INSPIRIEREN, INFORMIEREN UND AKTIVIEREN

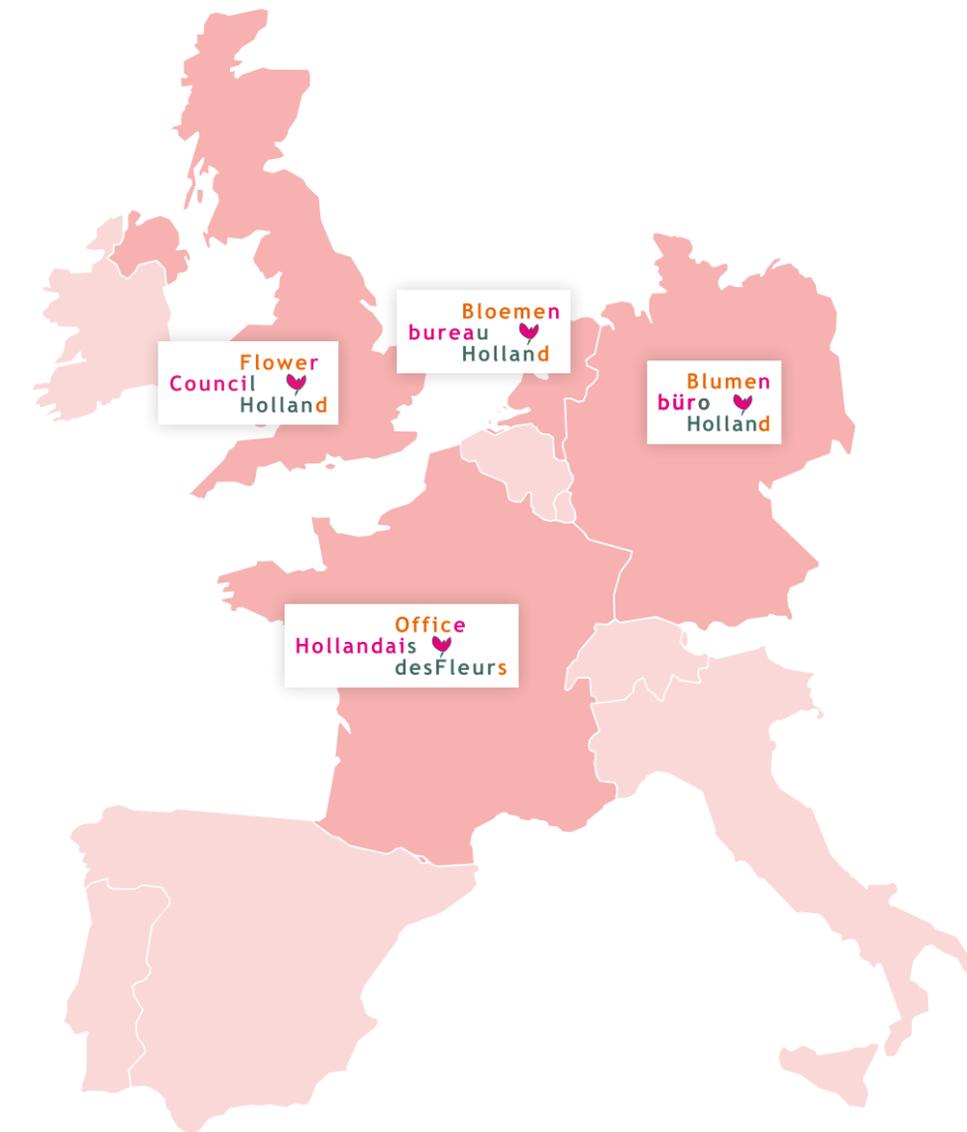
Wir sind aktiv in vier Kernländern: Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und im Vereinigten Königreich. Dort erreichen wir die Konsumenten mit aufmerksamkeitsstarker Kommunikation, bei der Blumen und Pflanzen die Hauptrolle spielen.

Über Kampagnen in Publikumsmedien mit großer Reichweite, PR-Kampagnen, Verkaufsförderungsaktivitäten und inspirierendem Content, den wir über die sozialen Netzwerke und unsere eigenen Webseiten [Tollwasblumenmachen.de](#) und [Pflanzenfreude.de](#) verbreiten, begegnen Konsumenten unserer Botschaft ständig aufs Neue und auf immer wieder andere Art und Weise. So sorgen wir gemeinsam mit der grünen Branche dafür, dass Blumen und Pflanzen regelmäßig Gesprächsthema sind.

### EIN FESTES, ENGAGIERTES UND INTERNATIONALES TEAM

Blumenbüro Holland ist eine unabhängige Stiftung, deren Aufgabe es ist, die Aufmerksamkeit der europäischen Konsumenten permanent auf Blumen und Pflanzen zu lenken. Die Marketingorganisation wird von den Mitgliedsbetrieben von Royal FloraHolland aus dem internationalen Gartenbau sowie den Handelskunden von Royal FloraHolland finanziert.

Seit Ende 2020 befindet sich unsere Zentrale in Aalsmeer (FloriWorld-Gebäude). Zum jetzigen Zeitpunkt besteht unser engagiertes Team aus 22 kreativen Spezialisten für Marketingkommunikation, Country Managern und unterstützenden Experten. Drei von ihnen vertreten uns im Ausland, in unseren Büros in London, Paris und Essen. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass Blumen und Pflanzen einen festen Platz ganz oben auf der Agenda der Konsumenten erhalten. Ein Ziel, an dem wir mit Freude, großen Ambitionen und durch intensive Kooperation mit unseren Stakeholdern arbeiten.



# ÜBER DIE VERKAUFSFÖRDERUNG

## WIR VERFÜHREN KONSUMENTEN IM UND MIT DEM HANDEL, INSPIRIEREN ZU KÄUFEN, INDEM WIR MEHRWERTE SCHAFFEN

Verkaufsförderung – das bedeutet Verkaufsförderung mit dem Ziel, den Konsumenten zu inspirieren, ins Geschäft zu gehen und dort Blumen und/oder Pflanzen zu kaufen. Wie erreichen wir das? Durch gute Zusammenarbeit, intelligente Ideen und ein Mehrwert-Angebot. Wir messen unsere Resultate an vorher definierten Zielen. Auch außerhalb unserer Kernländer (Deutschland, Frankreich, Niederlande und Großbritannien) können wir Verkaufsförderungen durchführen. So haben wir erste Aktionen in Spanien und Schweden realisiert.



## IM ZUSAMMENSPIEL MIT KAMPAGNEN UND INHALTEN

Wir entwickeln Kommunikationskampagnen, die sich an Konsumenten richten und Inhalte, die es ihnen ermöglichen, die Wirkung von Blumen und Pflanzen zu erleben. Auf dieser Basis entwickeln wir auch unsere Verkaufsförderungsmaßnahmen. So ist unsere Botschaft in allen Phasen des Kaufprozesses präsent: von der Orientierungsphase vor dem Kauf, beim Besuch des Geschäfts, bei der Anregung zum Kauf im Geschäft und beim Animieren zum Wiederholungskauf. Damit bilden alle Maßnahmen einen geschlossenen Kreis im Rahmen der Konsumentenansprache.



## MEHRWERT BIETEN

Die Verkaufsförderungsaktivitäten werden in der Regel für einen bestimmten Vertriebskanal (z.B. Blumenfachgeschäft, Gartencenter, Webshop, Supermarkt) entwickelt. Dabei fokussieren wir uns auf ein ganzes Segment, wie Zimmerpflanzen, oder ein bestimmtes Produkt, wie beispielsweise Orchideen. Statt eines Rabatts bieten wir einen Mehrwert: „Kaufen Sie jetzt Blumen/Pflanzen und Sie erhalten...“, „Gewinnen Sie...“ oder „Produkt der Woche/des Monats/der Jahreszeit“. Indem wir das Angebot zeitlich befristen, regen wir die Konsumenten außerdem dazu an, schnell zu handeln.

## LASSEN SIE SICH VON UNSEREN FALLBEISPIELEN 2021 INSPIRIEREN!





# FALLBEISPIELE 2021



## AKTION 1

# TROPISCHES PARADIES MIT ORCHIDEEN

## ALIAT GARTENCENTER, SPANIEN

Danke, Orchidee, dass du mein Zuhause in ein tropisches Paradies verwandelst. Diese Verkaufsförderung ist Teil der internationalen Konsumenten-Kampagne „Danke Pflanzen“, in der wir den Pflanzen für das, was sie für uns tun, danken. Sie helfen uns zu entspannen, bringen uns die Natur näher und machen aus unserem Heim ein Zuhause. In dieser Kampagne stellen wir in spanischen Gartencentern Orchideen ins Rampenlicht.

# KOMMUNIKATIONSKANÄLE

## BIS ZUM GESCHÄFT

- Social Media Kampagne.



## IM GESCHÄFT

- Rollbanner, Tischbanner, Poster, Etiketten und Regalwobbler.



## AKTION 1

# DANKE PFLANZEN – ALIAT

DANKE ORCHIDEEN, DASS IHR MEIN ZUHAUSE ZU EINEM TROPISCHEN PARADIES MACHT

Geschäfte	47 unabhängige Gartencenter in Spanien.
Aktionszeitraum	15. März bis 15. April 2021.
Verkaufsförderungsangebot	Kaufen Sie eine Orchidee und Sie erhalten einen Übertopf geschenkt.
Zielsetzung	Die Präsentation der Produkte in den Geschäften verbessern und durch Verkaufsförderung Kaufanreize schaffen.
Ergebnisse & Highlights	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gute Sichtbarkeit der POS Materialien und Kaufanreiz.</li> <li>▪ Umsatzziel erreicht.</li> <li>▪ Nachhaltig verbesserte Präsentation des Orchideenangebots.</li> </ul>
Wichtigster Lerneffekt	Wenn möglich, sollten Pflanzenetiketten und Sticker bereits in den Niederlanden hinzugefügt und nicht vom Gartencenter angefertigt werden.

Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit



# Gracias PLANTAS





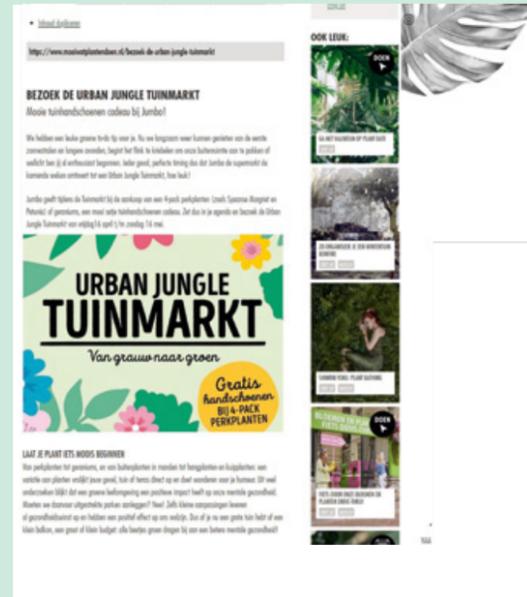
## AKTION 2

# URBAN JUNGLE GARTENMARKT JUMBO SUPERMÄRKTE, NIEDERLANDE

Mit der internationalen Kampagne „Von Grau zu Grün“ rufen wir dazu auf, das eigene Lebensumfeld grüner zu gestalten, ganz gleich wie klein die Fläche auch sein mag. Jumbo hat mit seinem Urban Jungle Gartenmarkt die Kampagnenbotschaft sehr gut aufgegriffen. Diese regten die Kunden der Supermärkte mit allerlei fröhlichen Frühlingsblühern zum Kauf an. Beim Erwerb eines 4er-Packs Beetpflanzen erhielten die Kunden ein Paar Gartenhandschuhe als kostenlose Beigabe.

## BIS ZUM GESCHÄFT

- Hallo Jumbo Kundenmagazin, Social Media-Kampagne und Mooiwatplantendoen.nl



## IM GESCHÄFT

- Werbebanner für Verkaufswagen, Instore-Radio, Regalschilder, Hüllen, Handschuhe, Produktverpackung.



## AKTION 2

# VON GRAU ZU GRÜN – JUMBO

HOLEN SIE SICH DEN FRÜHLING IN DEN GARTEN MIT UNSEREM URBAN JUNGLE GARTENMARKT

Geschäfte	600 Jumbo-Supermärkte in den Niederlanden.
Aktionszeitraum	16. April bis 2. Mai 2021.
Verkaufsförderungsangebot	Erhalten Sie beim Kauf eines 4er-Packs Beetpflanzen ein Paar Gartenhandschuhe gratis dazu.
Zielsetzung	Den Umsatz mit Beet- und Balkonpflanzen im Vergleich zum Vorjahr steigern.
Ergebnisse & Highlights	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Ausfälle bei den Pflanzen lagen 2% unter dem angestrebten Jahresziel und rund 1% unter dem bisherigen Jahresmittel.</li> <li>Eine Befragung durch die Marktforschungsagentur Motivaction ergab, dass 31% der Befragten das Angebot attraktiv fanden. Die Bewertung der Aktion lag bei 6,8. 60% fanden den Bezug zur Dachkampagne deutlich.</li> </ul>
Wichtigster Lerneffekt	Die Anzahl der geschenkten Handschuhe war niedriger als erwartet, da diese von den Geschäften nicht immer direkt bei den Gartenpflanzen präsentiert wurden. Dies kann durch das Befestigen des Incentive-Artikels direkt an der Ware verbessert werden.



Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit





### AKTION 3

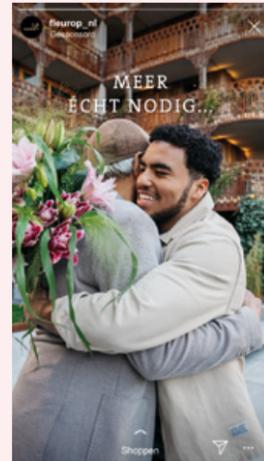
# WIR BRAUCHEN MEHR ROSELILY

## FLEUROP BLUMENFACHHANDEL, NIEDERLANDE

Wir brauchen mehr Gemeinsamkeit, mehr echte Erlebnisse. Deshalb brauchen wir mehr Roselily. Eine Lilie, die wie eine Rose aussieht und die natürliche Schönheit von gleich zwei Blumen in sich vereint. Ein einzigartiges Produkt, mit dem man die Konsumenten im Rahmen der Kampagne „Wir brauchen mehr Blumen“ zum Kauf anregt.

## ZUM ONLINESHOP UND INS GESCHÄFT

- Artikel und Social Media Posts mit einem direkten Link zu Roselily Bestellsseite auf Fleurop.nl



## IM ONLINESHOP UND IM GESCHÄFT

- Landingpage, POS-Paket für Floristen mit Thekendisplay und Aktionsgutschein.



## AKTION 3

# WIR BRAUCHEN MEHR ROSELILY – FLEUROP

## ROSELILY FÜR DEN EIGENEBEDARF UND ALS GESCHENK

<b>Geschäfte</b>	Fleurop.nl und 505 Fleurop Blumengeschäfte in den Niederlanden.
<b>Aktionszeitraum</b>	1. bis 30. Juni 2021.
<b>Verkaufsförderungsangebot</b>	Kaufen Sie einen Roselily-Aktionsstrauß bei Fleurop und gewinnen Sie einen von 100 Geschenksträußen für einen lieben Menschen.
<b>Zielsetzung</b>	Ein Nischenprodukt ins Rampenlicht stellen und den Absatz bei Fleurop um 30% steigern.
<b>Ergebnisse &amp; Highlights</b>	▪ Eine Steigerung des Absatzes von Roselily um +125% im Vergleich zum Juni 2020.
<b>Wichtigster Lerneffekt</b>	Die Verfügbarkeit dieses Artikels war durch das begrenzte Angebot nicht in allen Teilen der Niederlande für die Fleurop-Floristen gleich gut, daher wurde auch zum üblichen Lilienangebot gegriffen.

Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit





#### AKTION 4

# ZUHAUSE ENTSPANNEN MIT ORCHIDEEN & BROMELIEN

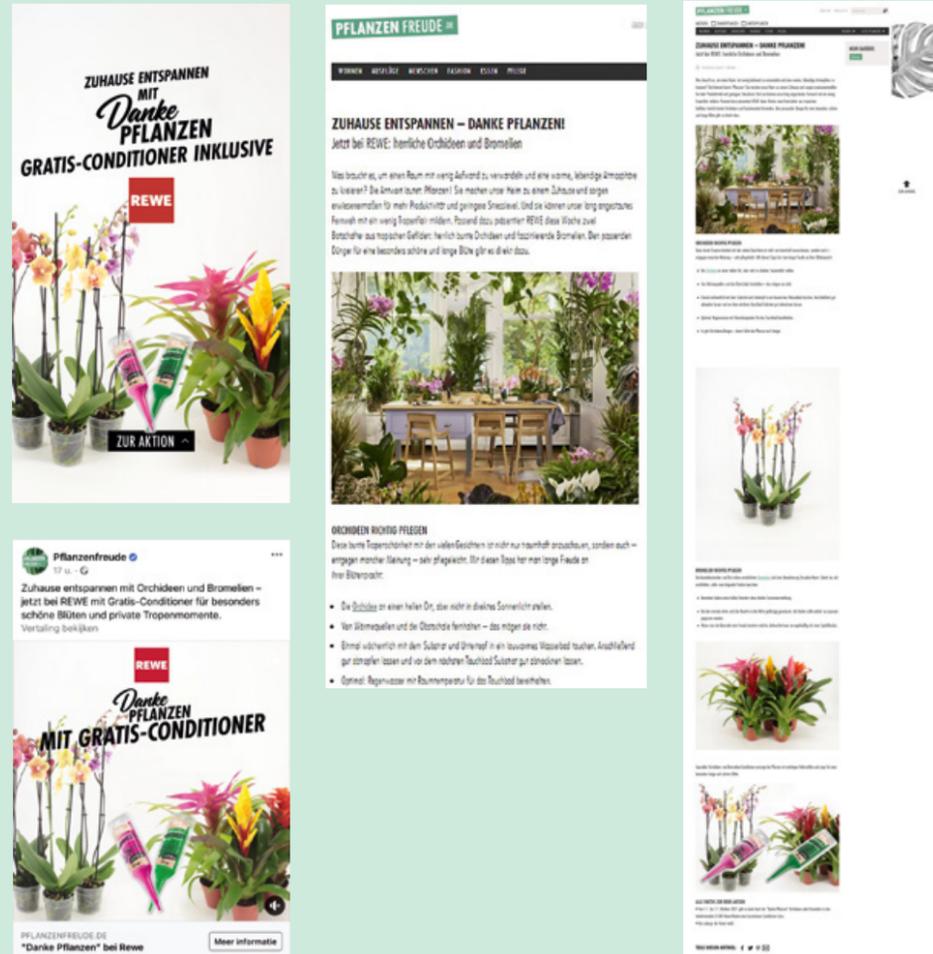
## REWE SUPERMÄRKTE, DEUTSCHLAND

Danke Pflanzen, dass ihr mich zu Hause entspannen lasst. Diese Verkaufsförderung ist Teil der internationalen Konsumenten-Kampagne „Danke Pflanzen“, in der wir den Pflanzen für das, was sie für uns tun, danken. Sie helfen uns zu relaxen, bringen uns die Natur näher und machen unser Heim zu einem Zuhause. Bei dieser Verkaufsförderung stellen wir in deutschen Supermärkten Bromelien und Orchideen in den Mittelpunkt.

# KOMMUNIKATIONSKANÄLE

## BIS ZUM GESCHÄFT

- Rewe Werbefolder, Social Media Kampagne und Pflanzenfreude.de



## IM GESCHÄFT

- Werbebanner für Verkaufswagen und bedruckte Pflanzenhüllen.



## AKTION 4

# DANKE PFLANZEN – REWE

## ZUHAUSE ENTSPANNEN MIT ORCHIDEEN & BROMELIEN

*Danke PFLANZEN*

<b>Geschäfte</b>	3.000 REWE Supermärkte in Deutschland.
<b>Aktionszeitraum</b>	24. Juli bis 1. August und 11. bis 17. Oktober 2021.
<b>Verkaufsförderungsangebot</b>	Kaufen Sie eine Orchidee oder Bromelie und erhalten Sie eine Duftkarte (Sommeraktion) / einen Pflanzenconditioner (Winteraktion) geschenkt.
<b>Zielsetzung</b>	Die Warenpräsentation im Geschäft verbessern und mit Cross-Selling die Ausfälle im Orchideen- und Bromelien-Angebot um 10% senken.
<b>Ergebnisse &amp; Highlights</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Retargeting-Kampagne beim „Danke Pflanzen“-Publikum hat die Erwartungen übertroffen.</li> <li>▪ Sehr guter Cross-Selling Ansatz, um ein neues Produkt (Bromelia) im Angebot der Geschäfte zu etablieren.</li> <li>▪ Umsatzziele wurden erreicht.</li> </ul>
<b>Wichtigster Lerneffekt</b>	Auch wenn sich die Kommunikation bereits deutlich verbessert hat, stellen wir doch fest, dass bei vielen Geschäften die Präsentationsmöglichkeiten nicht optimal genutzt werden.



Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit



# DIE TRENDKOLLEKTION

Die Trendkollektion ist eine besondere Auswahl an Blumen, Zimmer- und Gartenpflanzen, die auf der Basis von Trends zusammengestellt wird. Mit der Trendkollektion inspirieren wir Konsumenten und Medien das ganze Jahr über mit einer aufeinander abgestimmten Auswahl von Blumen und Pflanzen. Dazu veröffentlichen wir zwei Kollektionen: Frühjahr/Sommer und Herbst/Winter.

Neugierig, wie Sie mit einer Verkaufsförderung auf die Trendkollektion eingehen können? Dann nehmen Sie Kontakt mit uns auf!





## AKTION 5

# VON GRAU ZU GROENRIJK

## GROENRIJK GARTENCENTER, NIEDERLANDE

Mit der internationalen Kampagne „Von Grau zu Grün“ rufen wir dazu auf, das eigene Lebensumfeld grüner zu gestalten, ganz gleich wie klein die Fläche auch sein mag. GroenRijk geht auf diese Kampagne ein und schenkt seinen Kunden bei einem Gartenpflanzen-Einkauf im Wert von mindestens 20 € eine Gießkanne. So regen wir die Konsumenten dazu an, im September mehr Outdoor-Pflanzen zu kaufen. Damit wird die Botschaft vermittelt, den Sommer im Garten, auf dem Balkon und der Terrasse besonders lange zu genießen.

## BIS ZUM GESCHÄFT

- GroenRijk Werbefolder, Online-Banner, Radiowerbung, Social Media GroenRijk und Mooiwatplantendoen.nl



## IM GESCHÄFT

- Banner, Poster und Regalschilder.



## AKTION 5

# VON GRAU ZU GRÜN – GROENRIJK

## LASS DEINE PFLANZEN ETWAS SCHÖNES STARTEN

**Geschäfte** 23 GroenRijk Gartencenter, Niederlande.  
**Aktionszeitraum** 1. bis 21. September 2021.  
**Verkaufsförderungsangebot** Gratis Gießkanne (im Wert von 4,99 €) bei einem Mindesteinkauf von 20 € für Outdoorpflanzen.

**Zielsetzung** Die Ausgaben der Bestandskunden im Vergleichszeitraum 2019 um 5% steigern (2020 wurde wegen der Sondereffekte nicht zum Vergleich herangezogen).

**Ergebnisse & Highlights**

- 34% mehr Umsatz im Vergleich zum selben Verkaufszeitraum im Jahr 2019.
- Sehr gute Umsetzung in den Geschäften.
- Große Zufriedenheit der GroenRijk-Unternehmer in Bezug auf diese Aktion.

**Wichtigster Lerneffekt** Die Abbildung zur Kampagne enthielt (mehrere) Hortensien, obwohl die Produzenten dieser Produktgruppe die Aktion nicht mitfinanziert haben.

Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit



Gartenpflanzenzüchter  
Royal FloraHolland





**AKTION 6**

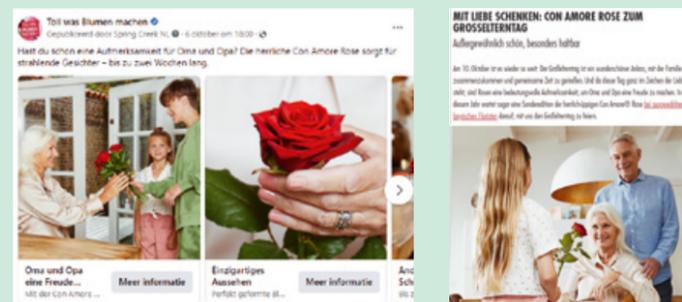
# GROSSELTERTAG ROSEN

FDF FLORISTEN, DEUTSCHLAND

Der Großeltern tag wurde als besonderer Tag ins Leben gerufen, um alle Großeltern zu würdigen. Denn schließlich handelt es sich um ganz besondere Menschen, die uns auf einzigartige Art und Weise unterstützen. In Deutschland wird der Großeltern tag am 10. Oktober gefeiert. Im deutschen Bundesland Bayern wurde speziell zu diesem Anlass die Rose Con Amore in Szene gesetzt.

## BIS ZUM GESCHÄFT

- Artikel und Social Media-Post mit Geschäftsfinder der teilnehmenden Blumenfachgeschäfte.



## IM GESCHÄFT

- Plakate und Flyer.



## AKTION 6

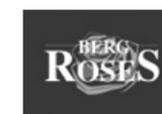
# GROSSELTERNTAG – FDF BAYERN

## MACHE OMA UND OPA EINE FREUDE MIT DER CON AMORE ROSE

<b>Geschäfte</b>	68 selbstständige Floristen in Bayern, Deutschland.
<b>Aktionszeitraum</b>	5. bis 10. Oktober 2021.
<b>Verkaufsförderungsangebot</b>	Kaufen Sie mit der Con Amore Rose etwas Besonderes zum Großelternstag.
<b>Zielsetzung</b>	Eine spezielle Rosensorte mit dem Großelternstag in Verbindung bringen.
<b>Ergebnisse &amp; Highlights</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Der größte Teil der Floristen hat mindesten 15 Rosen verkauft.</li> <li>▪ 66% der teilnehmenden Floristen sieht ein Potenzial in diesem Festtag und würde bei einer Neuauflage der Aktion wahrscheinlich erneut teilnehmen.</li> </ul>
<b>Wichtigster Lerneffekt</b>	Der Großelternstag ist noch weitgehend unbekannt. Es könnte helfen, die Zusammenarbeit auf weitere Partner auszuweiten, um mehr Aufmerksamkeit zu generieren.



Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit





## AKTION 7

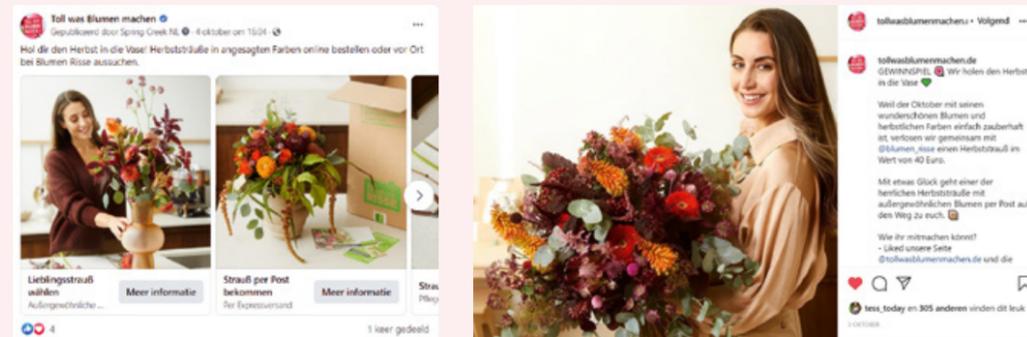
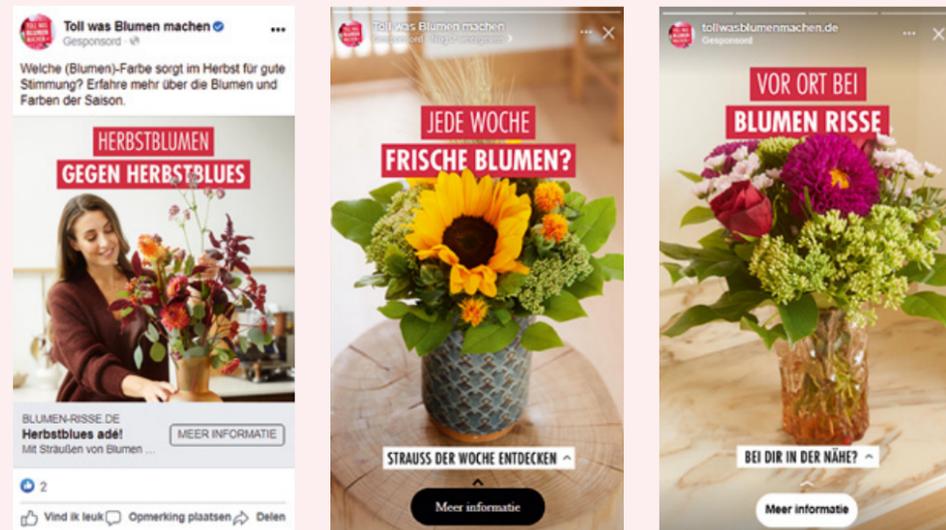
# HOL DIR DEN HERBST IN DIE VASE

BLUMEN RISSE BLUMENFACHHANDEL DEUTSCHLAND

Im letzten Herbst hat Blumen Risse unter dem Motto „Holen Sie sich den Herbst in die Vase“ besondere Herbststräuße mit speziellen Blumen, wie Carthamus, Wachsblumen und Amaranthus, zusammengestellt. Diese Verkaufsförderung knüpft damit an die Content-Kampagne „Herbst ruft nach Blumen“ an.

## BIS ZUM GESCHÄFT

- Artikel und Social Media Posts auf Tollwasblumenmachen.de, Social Media und Influencer im Online Auftritt von Blumen Risse mit direktem Link zu den beworbenen Herbststräußen auf Blumen-risse.de



## IM GESCHÄFT

- Online-Aktionsseite, POS-Paket für die Geschäfte: Poster, kleines Display bei Sträußen und Deckenhänger.



## AKTION 7

# HERBST RUFT NACH BLUMEN – BLUMEN RISSE

## HOL DIR DEN HERBST IN DIE VASE

**Geschäfte** Blumen-risse.de und 135 Blumen Risse Blumenfachgeschäfte in Deutschland.  
**Aktionszeitraum** 30. September bis 28. Oktober 2021.  
**Verkaufsförderungsangebot** Zeitlich begrenztes Angebot von Sträußen: Jede Woche einen „Herbststrauch der Woche“.

**Zielsetzung** Die Präsentation eines breiten Herbstblumensortiments im Monat Oktober und Umsatzsteigerungen von 30% beim Strauch der Woche (im Vergleich zum Oktober 2020).

**Ergebnisse & Highlights**

- Strauch der Woche: 18.200 Sträuße wurden verkauft (8.500 im Oktober 2020).
- In den 4 Aktionswochen wurden mehr Kniphofia, Crocosmia und Liatris verkauft als im gesamten Jahr 2020.
- 21% mehr Besucher auf Blumen-risse.de nach Umsetzung unserer Kommunikationsmaßnahmen.
- Den Floristen gefiel das neue, vielfältige Herbstblumenangebot.

**Wichtigster Lerneffekt** Einzelne Floristen wiesen darauf hin, dass sich ältere und traditionellere Kundengruppen von dem neuen Herbstblumenangebot weniger angesprochen gefühlt haben.

Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit





**AKTION 8**

# **HOMEOFFICE MIT ANTHURIEN & BROMELIEN**

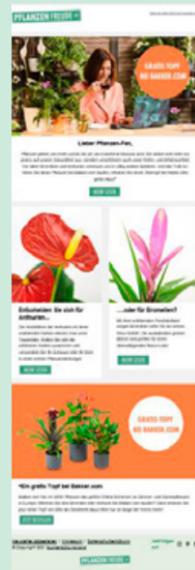
**BAKKER.COM IN DEUTSCHLAND, FRANKREICH, DEN NIEDERLANDEN UND IM VEREINIGTEN KÖNIGREICH**

Danke Pflanzen, für das perfekte Homeoffice! Denn mit einer grünen Aussicht kann man sich besser konzentrieren und die Augen können sich ab und zu eine Pause gönnen. Und natürlich sieht es einfach schön aus! Mit der „Danke Pflanzen“-Kampagne sind wir 2021 auf das Thema Homeoffice eingegangen. Und im Onlineshop Bakker.com erhielten die Kunden beim Kauf einer Anthurie oder Bromelie in einer zeitlich begrenzten Aktion einen Übertopf der Marke Elho als Gratisbeigabe zu ihrer Bestellung.

# KOMMUNIKATIONSKANÄLE

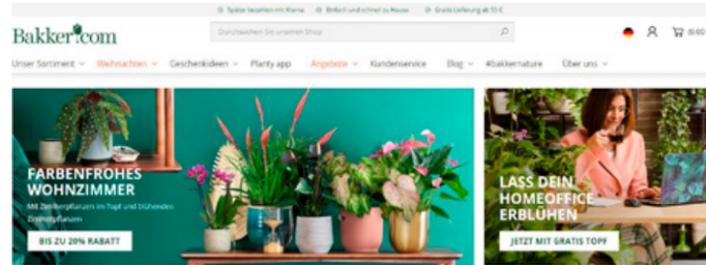
## ZUM ONLINESHOP

- Social Media Kampagnen und Newsletter versendet von pflanzenfreude.de und den internationalen Schwesterseiten, Bakker.com sowie über die Klarna-App.



## IM ONLINESHOP

- Homepage und Landingpage.



## AKTION 8

# DANKE PFLANZEN – BAKKER.COM

## DANKE PFLANZEN FÜR DEN PERFEKTEN ARBEITSPLATZ ZU HAUSE

*Danke*  
**PFLANZEN**



<b>Geschäfte</b>	Onlineshop Bakker.com (Deutschland, Frankreich, Niederlande, Vereinigtes Königreich).
<b>Aktionszeitraum</b>	4. bis 31. Oktober 2021 (Deutschland, Niederlande und VK) und 18. Oktober bis 14. November 2021 (Frankreich).
<b>Verkaufsförderungsangebot</b>	Erhalten Sie jetzt einen gratis Übertopf von Elho beim Kauf einer Anthurie oder Bromelie, um ihr Homeoffice zu verschönern.
<b>Zielsetzung</b>	Die Zielgruppe durch einen gezielten Mediamix auf die Aktionsseite von Bakker.com führen und damit den Umsatz bei Anthurien und Bromelien um 15% steigern.
<b>Ergebnisse &amp; Highlights</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Große Reichweite durch aufeinander aufgebaute Kommunikation über Pflanzenfreude.de (u.a) und Bakker.com</li> <li>▪ Ziel bei den Aufrufen erreicht.</li> <li>▪ Eine Untersuchungen der Marktforschungsagentur Motivaction zeigt, dass 21% der Befragten von der Bakker.com Aktion wissen und sie mit einer 7 bewerten. Jeder zweite Interviewpartner findet das Angebot attraktiv.</li> </ul>
<b>Wichtigster Lerneffekt</b>	Trotz der Zielerreichung bei der Anzahl der Besucher, die auf die Bestellseite geführt wurden, blieben die daraufhin folgenden Bestellvorgänge unter den Erwartungen. Eine weitere Untersuchung muss zeigen, ob dies am Timing, dem Angebot und/oder dem Kaufprozess liegt.

Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit





## AKTION 9

# ZIMMERPFLANZEN TOP 10

## ALBERT HEIJN SUPERMÄRKTE IN DEN NIEDERLANDEN

Danke Pflanzen, dass ihr aus meinem Heim ein Zuhause macht. Diese Verkaufsförderung ist Teil der internationalen Konsumenten-Kampagne „Danke Pflanzen“, in der wir den Pflanzen für das, was sie für uns tun, danken. Sie helfen uns zu relaxen, bringen uns die Natur näher und sorgen dafür, dass wir uns zu Hause noch wohler fühlen. Mit der zeitlich begrenzten Präsentation der „Zimmerpflanzen Top 10“ unterstützt Albert Heijn die Konsumenten bei der Auswahl. Neben den zehn beliebtesten Pflanzen werden auch Töpfe, Erden, Blähton und Dünger angeboten.

## BIS ZUM GESCHÄFT

- Allerhande Kundenmagazin (Beilage), AH Bonusfolder und Social Media Mooi wat plantendoen.nl



## IM GESCHÄFT

- Banner und Poster auf Angebotswagen, Sticker mit den Top 10 auf der Pflanzenhülle, digitale Bildschirme.



## AKTION 9

# ZIMMERPFLANZEN TOP 10 – ALBERT HEIJN

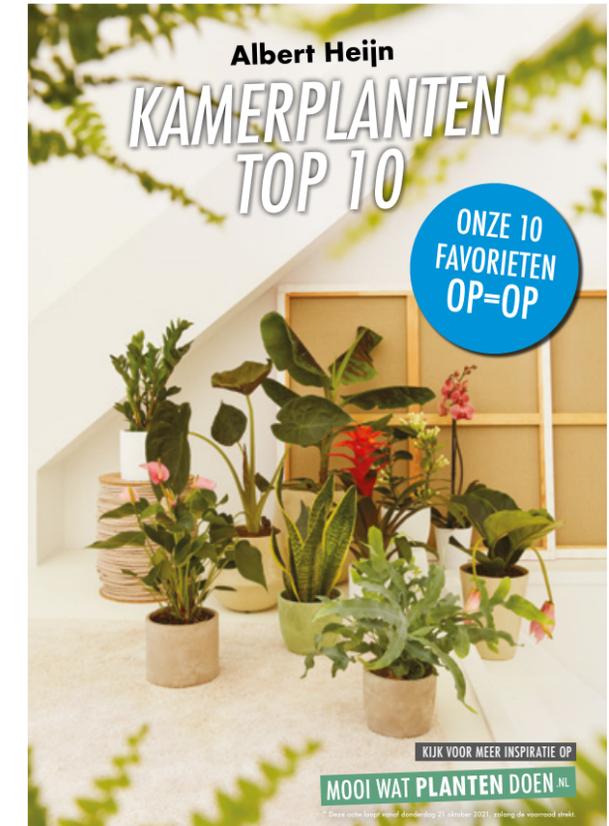
DANKE PFLANZEN, DASS IHR AUS MEINEM HEIM EIN ZUHAUSE MACHT

Geschäfte	Rund 700 Albert Heijn Supermärkte in den Niederlanden.
Aktionszeitraum	21. bis 28. Oktober 2021.
Verkaufsförderungsangebot	Zeitlich begrenztes Angebot der Albert Heijn Zimmerpflanzen Top 10.
Zielsetzung	Den Umsatz von Zimmerpflanzen mit Hilfe eines zeitweise erweiterten Zimmerpflanzenangebots erhöhen.
Ergebnisse & Highlights	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2,2 Millionen Beilagen im Allerhande Kundenmagazin.</li> <li>▪ Umsatzziel wurde weit übertroffen.</li> <li>▪ Das Pflanzenangebot fiel durch die Vielfalt und den Umfang des Sortiments sowie die Instore- Kommunikation den Konsumenten mehr auf.</li> <li>▪ Albert Heijn war so begeistert von der Aktion, dass zusätzliche Kommunikationsmittel eingesetzt wurden: Citylight-Poster, Displays, Bonusfolder und digitale Bildschirme.</li> </ul>
Wichtigster Lerneffekt	Eine ansprechende Präsentation von zehn verschiedenen Pflanzen auf unterschiedlichen Rollcontainern ist nicht zu gewährleisten und bietet oft zu wenig Platz, um die Top 10 in der richtigen Reihenfolge zu arrangieren.

Blumenbüro Holland in Zusammenarbeit mit



*Bedankt*  
**PLANT**





# KOOPERATIONEN

# GEMEINSAME ENTWICKLUNG

## PRODUZENTEN, HANDELSUNTERNEHMEN UND VERKAUFSSTELLEN

Eine konkrete Verkaufsförderungsmaßnahme entwickeln wir gemeinsam mit unseren finanzierenden Stakeholdern: Produzenten, Handelsunternehmen und Verkaufsstellen. Nach dem Start laden wir auch andere Parteien ein, sich uns anzuschließen. Das können Unternehmen und Organisationen des Zierpflanzenbaus, aber auch von außerhalb der Branche sein. Gemeinsam versuchen wir die Konsumenten zu inspirieren, häufiger Blumen und Pflanzen zu kaufen, und das zu einem angemessenen Preis.



## GEMEINSAM ENTWICKELN, GEMEINSAM FINANZIEREN

Wir erwarten von den Partnern eine signifikante Kostenbeteiligung, da sie letztlich am meisten von der Aktivierungsmaßnahme profitieren werden. Blumenbüro Holland beteiligt sich am Gesamtbudget der Maßnahme mit 1/3 der Kosten, der Betrag wird aus dem Budget für generische Maßnahmen finanziert. Dieses Budget wurde von allen Produzenten und Kunden (Händlern) von Royal FloraHolland generiert, mit dem Ziel, Aufmerksamkeit für Blumen und Pflanzen zu erzeugen. Unsere zahlenden Stakeholder sind daher unsere ersten Ansprechpartner bei der Entwicklung einer Verkaufsförderungsmaßnahme im Handel.

## WACHSTUM SCHAFFEN AUF DER BASIS FUNDIERTER ZIELE UND RESULTATE

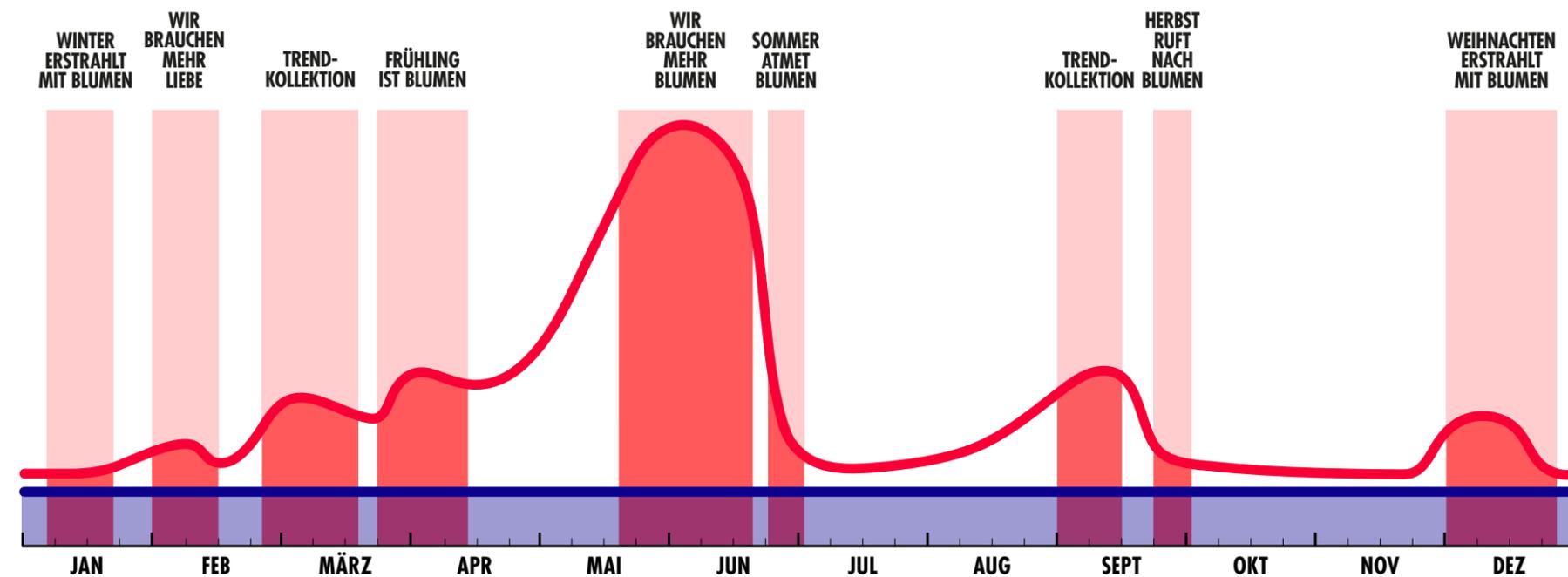
Zu Beginn eines jeden Projekts werden bestimmte, unterschiedliche Ziele sowie Recherche- und Mess-Verfahren definiert. Unter anderem werden die Verkaufsergebnisse und die Medienreichweite im Nachhinein evaluiert, um Aussagen über die Zielerreichung machen zu können.



# KOMMUNIKATIONSKALENDER 2022-2023

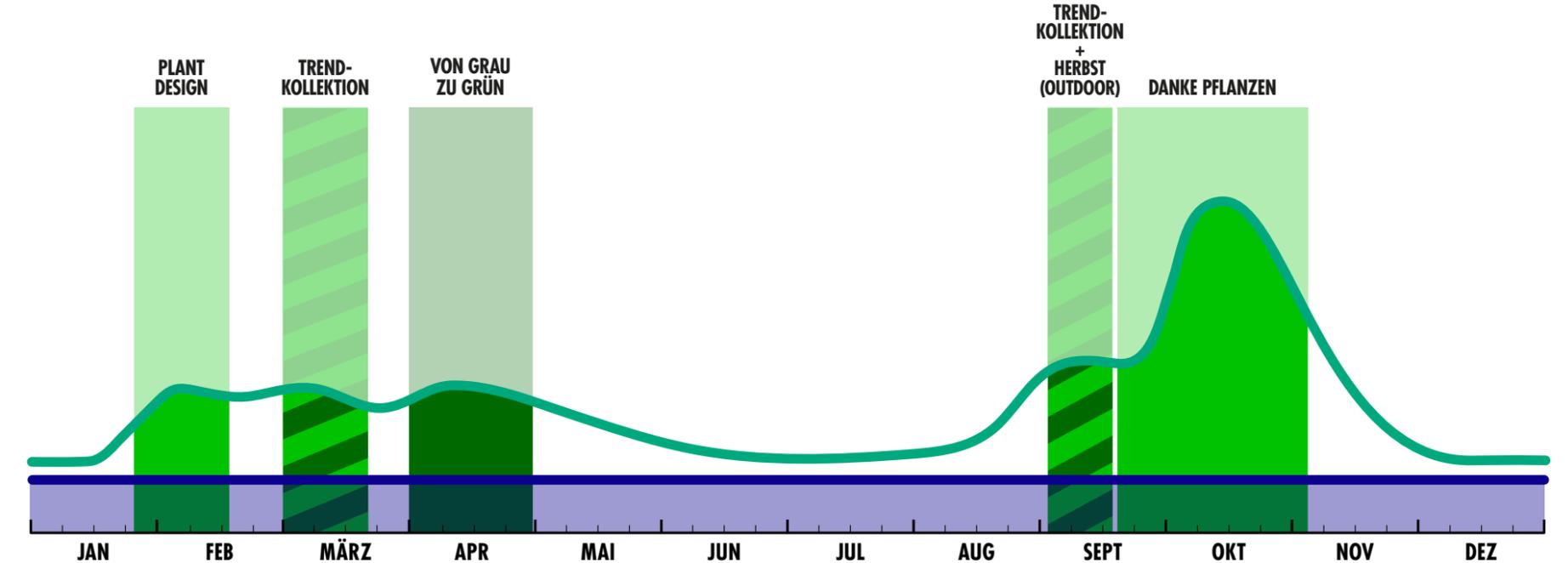
## ZUSAMMENARBEIT ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT

Die Höhepunkte unserer internationalen Medienkampagnen für Blumen und Pflanzen wurden für die nächsten zwei Jahre geplant. Indem wir diese Medienkampagnen mit den Verkaufsförderungsaktivitäten koppeln, profitieren wir optimal von der Medienpräsenz zum jeweiligen Zeitpunkt und können diese nutzen. Vom Gedanken zum Kaufimpuls!



**BLUMEN**

■ = SCHNITTBLUMEN  
■ = TÄGLICHE INSPIRATION



**PFLANZEN**

■ = ZIMMERPFLANZEN  
■ = GARTENPFLANZEN  
■ = TÄGLICHE INSPIRATION



# KONTAKT

## MÖCHTEN SIE MEHR ERFAHREN?

Sind Sie an einer Zusammenarbeit im Rahmen der Verkaufsförderung interessiert?

Dann nehmen Sie Kontakt mit Ivo van Orden oder Andrea Becker auf.

Lesen Sie diese Broschüre auch online in Niederländisch, Deutsch, Englisch oder Französisch:



[WWW.BLOEMBUREAUHOLLAND.NL](http://WWW.BLOEMBUREAUHOLLAND.NL)



[WWW.BLUMENBUERO.DE](http://WWW.BLUMENBUERO.DE)



[WWW.FLOWERCOUNCIL.CO.UK](http://WWW.FLOWERCOUNCIL.CO.UK)



[WWW.OFFICEDSFLEURS.FR](http://WWW.OFFICEDSFLEURS.FR)

IVO VAN ORDEN  
MANAGER VERKAUFSFÖRDERUNG  
+31 6 51 10 70 12  
IVANORDEN@BLOEMBUREAUHOLLAND.NL

ANDREA BECKER  
COUNTRY MANAGER DEUTSCHLAND  
+49 201 517 84030  
ABECKER@BLUMENBUERO.DE

Blumen  
büro   
Holland





Blumen  
büro   
Holland