



Graines Voltz: Tomaten werden zur Chefsache

Graines Voltz kommt mit einem Produktkonzept auf den Markt, das die Wünsche des Kunden kennt: Neun Tomatensorten bringen mit sich, was im Gartencenter oder in der Einzelhandels-gärtnerei gefragt ist. Im März 2013 ist Verkaufsstart, derzeit werden die Partner gesucht.

Graines Voltz ist ein französisches Unternehmen mit rund 190 Mitarbeitern, das international mit Blumen- und Gemüsesamen handelt. In den vergangenen fünf Jahren hat es den Umsatz auf 65 Millionen Euro nahezu verdoppelt. „Wer Wünsche erfüllen kann, liegt vorn“, sagt Ralf Schröder, der Graines Voltz in Deutschland vertritt.

Deshalb bietet Graines Voltz nicht einfach Tomatensorten an, sondern den gesamten Prozess von der Auswahl bis hin zum Verkaufsfördermittel in einem Paket: „La sélection du Chef“. Darin enthalten sind die Pflanzen, Plakate und Etiketten, Rezepte von Chefköchen und eine Marketingkampagne. Zielgruppe ist die wachsende Zahl der Verbraucher, die Obst und Gemüse selber ernten wollen.

Die Verkaufspunkte von Graines Voltz sind über den Club-Gedanken verbunden: „Wir versorgen unsere Club-Mitglieder mit allem, was sie für Verkauf und Marketing benötigen“, sagt Schröder. Der Club bietet für 100 Euro Jahresbeitrag Zugang zu der Kampagne. Die zentral gesteuerten Marketingmaßnahmen starten ab Oktober 2012, die Vorbereitungen für den Verkaufsstart laufen. Für Saatgut und Jungpflanzen ist Florensis Ansprechpartner. *PR/gb*

