

Workshop:  
**Biogärtnern für alle – Wie kann der  
Handel den Bioansatz an die  
KonsumentInnen weitergeben?**  
14:00-15:00 Uhr

Fachtagung - Nachhaltige  
Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

Nikolaus Doderer,  
bellaflora

# Workshop:

## Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

- Alle ca.30 TeilnehmerInnen aus verschiedenen Sparten wie Produktion, Handel, Gärtnerei, Gartenberatung, Landschaftsplanung und Baumarktbereich stellten kurz ihren Arbeitsbereich vor und teilten kurz ihre Erfahrung mit. Die von Herrn Doderer vorgestellten praktischen Erfahrungen und Erkenntnisse fanden Zustimmung und Anklang.
- Um Kunden zu erreichen ist eine möglichst genaue Zielgruppensegmentierung unbedingt erforderlich!
- Österreichweit gibt es 6,5 Millionen KonsumentInnen. HauptentscheiderInnen sind Frauen.
- Einer der wichtigsten Faktoren für die Kaufentscheidung sind Preis und Leistung. Gute Information und Personalschulung sind sehr förderlich!
- Bioprodukte bedürfen vertiefender Information, einer sehr guten, Personalschulung und einer gebündelten, sehr guten Platzierungen.
- Die Erkenntnis, dass bewußte KundInnen durchaus offen sind für gute Bioprodukte, entließ alle Teilnehmer mit einer positiven Aussicht.

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

## INHALTE

- Neue Marktchancen
- Erfahrungen in der Umsetzung
- Abschätzung des Marktpotenzials
- Umsetzungsprobleme

Fachtagung – Nachhaltige Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

## Wer ist der Konsument?

- Grundlagenarbeit Marktforschung kommt aus Deutschland.
- 5,6 Mil.ab14 Jahren - 2,5 Käufer pro Haushalt
- Hauptkaufentscheider sind Frauen
- Wesentlicher Faktor ist Preis bei der Kaufentscheidung!

Fachtagung – Nachhaltige Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

Wer ist konkret Käufer?

- **1. Modell Sinus- Milieumodellgruppen**
- Hauptausrichtung - welches Wertesystem wirkt ?  
Werte Tradition + Modern
- Wesentlich Einkommen und Bildung.

Fachtagung – Nachhaltige Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

Wer ist konkret Käufer?

- **2. Modell Lebensstadium**

Fachtagung – Nachhaltige Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

## Erfahrungen in der Umsetzung

- Positive Image Veränderung von Bio.
- Wird von innovativen Produzenten und Team initiiert
- Mut zur sehr guten Platzierung von Bioprodukten.
- Markterfolg bestätigt!

Fachtagung – Nachhaltige Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

## 60% der Kaufentscheidung im Geschäft

- Sortiment gut platzieren!
- Personal gut ausbilden !
- Bio braucht Information!

Fachtagung – Nachhaltige Gartenprodukte, 20. Feb. 2009

# Biogärtnern für alle – Wie kann der Handel den Bioansatz an die KonsumentInnen weitergeben?

## Ergebnisse

- Keine Scheu Zielgruppen zu segmentieren!
- Hauptentscheider sind Frauen. Wichtigster Faktor ist Preis/Leistung bei der Kaufentscheidung!
- Gute Information und Personalschulung sind sehr förderlich!
- Bioprodukte bedürfen einer sehr guten Platzierung
- Bewußte KundInnen sind offen für gute Bioprodukte!