



Essen, 27. Januar 2020

IPM ESSEN 2020:

IPM Discovery Center mit wertvollen Tipps zur Vermarktung

Zahlreiche Vorträge in der Speakers' Corner über die komplette Laufzeit

Auf der IPM ESSEN trifft sich die grüne Branche zum Saisonauftakt in der Messe Essen. Neben Produkten und Dienstleistungen geht es auf der Weltmesse auch um Strategien zur erfolgreichen Vermarktung. Schaubühne ist das IPM Discovery Center in Halle 7. Unter Leitung von Kreativdirektor Romeo Sommers werden dort konkrete Maßnahmen zur Kundengewinnung vorgestellt – vom Verkaufskonzept bis zum Point-of-Sale. „Wir sprechen über Zukunft“ - inspirierende Fachvorträge aus der Branche für die Branche lautet das Thema am 28. und 29. Januar in der angrenzenden Speakers' Corner Wissen über den branchenspezifischen Handel für Obst, Gemüse und Kräuter wird am Donnerstag und Freitag vermittelt.

Das Podium für die Referenten knüpft dabei direkt an das IPM Discovery Center an, das vieles gleichzeitig ist: Showroom, Kommunikationsfläche und Ideenschmiede. Dabei folgt der Leitgedanke der Sonderschau dem roten Faden einer Heldengeschichte. Teilnehmende Aussteller und Produkte werden unter fachmännischer Leitung als „Heros“ inszeniert. Ganz typisch – mit edlem Charakter, ehrlicher Mission und natürlich einer Superkraft. In dieser Fiktion lassen sich spannende Inhalte erzählen, auch am Point-of-Sale. Romeo Sommers schnürt die Stärken seiner „Grünen Helden“ zu einem verkaufsfördernden Bündel und setzt das Scheinwerferlicht auf Aspekte wie Mehrwert durch Neuzüchtung, Recycling, Bio-Charakter oder kundenfreundlichen Online-Service. Wie kann Plastik vermieden werden? Wie erzielen Substrate auch ohne Torf gute Resultate? Die Antworten auf Fragen wie diese liefern die Verkaufswelten, die Sommers und sein Team im IPM Discovery Center eindrucksvoll gestaltet haben.

Experten gestalten Discovery Center praxisnah

Zu den 14 ausstellenden Firmen zählen unter anderem Lechuza, Bakker, Hillegom und Fresco Flowers. Die Konzepte, die auf geführten Rundgängen (täglich, 10 Uhr und 15 Uhr) anschaulich erläutert werden, berücksichtigen gesellschaftliche Trends und beziehen gleichzeitig Erkenntnisse über das Kaufverhalten mit ein. Der



MESSE ESSEN GmbH
 Messeplatz 1
 45131 Essen | Germany
 Presse-Kontakt | Press Contact
 Luise Halfmann
 Fon + 49.(0)201.72 44-898
 luise.halfmann@messe-essen.de
 Presse-Assistenz | Press Assistance
 Claudia Brügger
 Fon + 49.(0)201.72 44-244
 Fax + 49.(0)201.72 44-249
 presse@messe-essen.de
 Presse-Fotoservice |
 Press Photo Service
 Rainer Schimm
 Fon + 49.(0)201.72 44-247
 rainer.schimm@messe-essen.de
 www.messe-essen.de
 www.ipm-essen.de
 Veröffentlichung kostenfrei –
 Beleg erbeten
 Publication free of charge –
 Copy requested



Standbau des IPM Discovery Centers orientiert sich stark am Aufbau einer klassischen Ladensituation, etwa die eines Gartencenters, und wurde vom Einrichtungsprofi Karel de Graaf übernommen. Gezielt Produkte in Szene setzen, das gehört für ihn zum Tagesgeschäft: Er ist Inhaber der Firma NIFEM Instore Builders aus Almelo in den Niederlanden.

Relevante Zukunftsthemen in der Speakers' Corner

„Wir sprechen über Zukunft“ lautet die Überschrift für das Programm am 28. und 29. Januar in der angeschlossenen Speakers' Corner. Am Dienstag richten sich die Vorträge an kleine und mittelständische Unternehmen beispielsweise aus dem floristischen Einzelhandel. So spricht Floristmeister Klaus Wagener von Blooms, einem führenden deutschen Verlag für floristische Fachliteratur, zu einem aktuellen Stil, den er P.U.R.E. nennt und der die Sehnsucht nach Einfachheit aufgreift. Ebenfalls am Dienstag gibt Manfred Hoffmann, Kreativdirektor des FDF, gemeinsam mit seinem Kollegen, Floral-Designer Oliver Ferchland, eine Einschätzung, welche Impulsgeber für eine erfolgreiche Vermarktung im Fachhandel künftig wichtig werden könnten. Mit dem Titel „Zukunft Floristikbranche“ findet eine Talkrunde und Diskussion mit Andrea Eggers, Haymarket, und anderen statt, und Ilka Siedenburg von der Fleurop informiert über die Zukunftsperspektiven in der Aus- und Weiterbildung. Franz Josef Isensee, Coconcept, beleuchtet das Thema „Schnittblumen-Floristik im Gartencenter – Belastung oder Zukunfts-Chance“.

Am Mittwoch werden der Systemhandel und Organisationen als Zielgruppe angesprochen. Zum Einstieg gibt Romeo Sommers eine Trendprognose ab. Außerdem referiert Fleurop-Chef Stefan Gegg über die Zukunft des Blumenmarkts aus Unternehmerperspektive und Michael Hermes von Landgard spricht über „1.000 gute Gründe“. Ulrike Ziegler, EFSA, wirft einen Blick auf „Konsumententrends im Wandel der Zeit“. Die Moderation übernimmt an beiden Tagen Frank Teuber, Prozessbegleitung.

Obst, Gemüse und Kräuter im aktuellen Diskurs

Wissen über den branchenspezifischen Handel für Obst, Gemüse und Kräuter bietet die Speakers' Corner am 30. und 31. Januar. Referenten und Talkgäste berichten, wie sie Produktgruppen neu oder anders in Szene setzen. Im Fokus stehen essbare Pflanzen, gesunde Ernährung, Nachhaltigkeit, Regionalität und traditionelle Sorten – also Ansätze, die sich speziell im Konsumverhalten von jungen und urbanen Kunden abzeichnen. Direkt zum Auftakt der Obst-Gemüse- und Kräutertage am Donnerstag informiert das junge Hamburger Unternehmen



Lütt Gröön über modernste Anbautechnologien, um lokale Lebensmittel „on demand“ zu produzieren. Im Anschluss dreht sich alles um die Frage: Wie groß ist die Marktbedeutung von Urban Gardening? Ist es nur ein Medienphänomen oder eine echte Wachstumschance für die Branche? Auch spezielle Nischen-Themen erhalten einen Platz im Vortragsprogramm: etwa der erwerbsmäßige Anbau von Walnüssen, der in Deutschland bislang noch eine Rarität ist. Die steigende Nachfrage nach Nüssen sowie vom Klimawandel begünstigte Anbaubedingungen könnten das ändern, prognostiziert Referentin Vivian Böllersen von der Walnussmeisterei. Auch technische Innovationen werden im Forum vorgestellt – zum Beispiel der Sensor Florja, der via Smartphone den Endkunden darüber informiert, wenn seine Pflanze Aufmerksamkeit braucht. Der Sensor misst die Umgebungsdaten aus dem Boden, die relevant für das perfekte Wachstum der Pflanze sind.

Andere Fragestellungen lauten: Lohnt sich die Umstellung von Zierpflanzen auf Gemüse? Wie kann sich der Gartenfachhandel mit alten Liebhaber-Obstsorten vom Systemhandel unterscheidbar machen? Die Redner zielen in ihren Vorträgen neben Produzenten vor allem auf Händler. Praxisnahe Beispiele erläutern Fallstricke und Erfolgsaussichten. Veranstalter der Obst-Gemüse- und Kräutertage unter dem Dach des IPM Discovery Centers ist Haymarket Media. Die Vortragsreihe wird von Heike Hoppe, HaymarketMedia, moderiert.

Das komplette Programm ist auf www.ipm-essen.de zu finden.