



# World

INFORMATIONEN, TRENDS & TIPPS ■ AUSGABE 11

## 8 Millionen potenzielle Kunden

mit neuen Ideen gewinnen  
Seite 11

## Stimmung mit dem Kinderbaum

für die Kunden von morgen  
Seite 4 und 5

## Freude schenken

damit es richtig weihnachtet  
Seite 2 und 3



*Tradition und neue Ideen:  
Gartenbotschafter John Langley*



# Es beginnt schon beim Baumkauf: Freude schenken!

**W**as ist das Besondere an Weihnachten? Es dreht sich alles nur um eines: um Freude schenken. Wir schenken und wir möchten beschenkt werden – mit Freude. Und meistens sind es die kleinen und persönlichen Geschenke, die die größte Freude machen.

Freude schenken fängt schon beim Weihnachtsbaum-Kauf an: er gehört

unbedingt dazu und schafft freudige Stimmung. Der Baum ist das Symbol für ein frohes und glückliches Fest.

Fest der Freude wird Weihnachten oft genannt, nicht ohne Grund: von Klein auf erleben wir alle diese ganz besondere Stimmung und Erwartung. Welche Überraschungen liegen unter dem Baum? Wie strahlen die Gesichter, wenn

der dekorierte Christbaum im Schein der Kerzen erleuchtet! Diese glücklichen Momente bleiben ein Leben lang in Erinnerung. Und immer steht dabei der Weihnachtsbaum im Mittelpunkt.

Für die Kunden ist die Wahl des Christbaums die pure Vorfreude: es geht mit Riesenschritten auf das Fest zu. Der Kauf des Baumes ist aber auch ein Moment im sonst hektischen Trubel, in dem die festliche Stimmung spürbar wird. „Dieser Baum wird Weihnachten bei uns stehen, wird geschmückt und seine Lichter werden leuchten. Wir werden ihn anschauen und uns an seiner Schönheit erfreuen. Und wir sind froh, dass er für uns gewachsen ist,“ so eine Kundin im letzten Jahr auf dem Verkaufplatz, als sie sich für „ihren“ Baum entschieden hatte.

Wir alle, die im Verkauf von Weihnachtsbäumen aktiv sind, sind es, die Freude schenken. Auch wenn Kälte, Regen und Schnee unsere Aufgabe manchmal schwer machen, ohne uns wäre Weihnachten für Millionen Familien freudlos. Viele Kunden zeigen frohe Gesichter, wenn sie den Wunschbaum gefunden haben. Und wenn sich dann der Baum geschmückt in seiner ganzen Pracht zeigt, dann sind diese Menschen glücklich und genießen das Fest.

Und wir alle können auch froh und glücklich sein. Denn wir sind es, die Freude schenken. Ist das nicht eine tolle Aufgabe?



**V**orweihnachtszeit ist Vorfreudezeit:  
Es gibt so viele Schmückideen...





*Festliche Momente: wenn zum ersten Mal die Kerzen angezündet werden ist wirklich Weihnachten*



Vor-weihnachtliche Freude: Riesenspaß  
mit dem selbst dekorierten Kinderbaum



## Kleinen eine Freude machen: Stimmung mit dem Kinderbaum

**K**eine Zeit ist so aufregend und spannend für Kinder wie die Adventszeit. Die Vorfreude auf Weihnachten ist jederzeit zu spüren und lässt die Ungeduld wachsen. Eine tolle Idee ist der Kinderbaum, durch den die Wartezeit ideenreich genutzt werden kann. Ein kleiner Baum zum Adventsanfang in das Kinderzimmer oder in Diele und Flur gestellt, inspiriert die Kleinen jeden Tag aufs Neue zu tollen und originellen Dekorationen.

Selbst Gebackenes und selbst Gebasteltes machen sich gut und zeigen, wie kreativ die jungen Baumschmücker sind. Dabei sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt: selbst gemachte Figuren oder das Lieblingsspielzeug ma-

chen sich super an den Zweigen – aus Glitzerpapier hergestellte Anhänger zaubern Lichtreflexe. Äpfel oder Mitbringsel aus dem Urlaub wie Muscheln, Ansichtskarten oder Souvenirs schaffen ganz neue Weihnachtsbaumdekorationen und erinnern an schöne Erlebnisse aus dem bald zu Ende gehenden Jahr.

Die ganze Familie kann sich beteiligen und so den Kinderbaum immer wieder zu einem Mittelpunkt in der Vorweihnachtszeit machen, an dessen Ästen die Vorfreude auf das Fest sichtbar wird. Für den Handel bedeutet der Kinderbaum zusätzlichen Umsatz mit den Kunden von morgen und vor allem eine Idee, die Kleinen und auch Großen Spaß macht.



**L**euchtende Kerzen und Kinderaugen:  
das gibt's nur mit dem Weihnachtsbaum



# Aktionen zur richtigen Zeit: Frisch eingetroffen!



| NOVEMBER 2016                      |              | DEZEMBER 2016           |                         |
|------------------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------|
| 01 Di.                             |              | 01 Do.                  | Hauptlieferung          |
| 02 Mi.                             |              | 02 Fr.                  |                         |
| 03 Do.                             |              | 03 Sa.                  |                         |
| 04 Fr.                             |              | 04 So. 2. Advent        |                         |
| 05 Sa.                             |              | 05 Mo.                  |                         |
| 06 So.                             |              | 06 Di.                  |                         |
| 07 Mo.                             |              | 07 Mi.                  |                         |
| 08 Di.                             |              | 08 Do.                  |                         |
| 09 Mi.                             |              | 09 Fr.                  |                         |
| 10 Do.                             |              | 10 Sa.                  |                         |
| 11 Fr.                             |              | 11 So. 3. Advent        | Nachlieferung           |
| 12 Sa.                             |              | 12 Mo.                  |                         |
| 13 So.                             |              | 13 Di.                  |                         |
| 14 Mo.                             |              | 14 Mi.                  |                         |
| 15 Di.                             |              | 15 Do.                  |                         |
| 16 Mi.                             | 1. Lieferung | 16 Fr.                  |                         |
| 17 Do.                             |              | 17 Sa.                  |                         |
| 18 Fr.                             |              | 18 So. 4. Advent        |                         |
| 19 Sa.                             |              | 19 Mo.                  |                         |
| 20 So.                             |              | 20 Di.                  |                         |
| 21 Mo.                             |              | 21 Mi.                  |                         |
| 22 Di.                             |              | 22 Do.                  |                         |
| 23 Mi.                             |              | 23 Fr.                  |                         |
| 24 Do.                             |              | 24 Sa. Heiligabend      |                         |
| 25 Fr. Start Weihnachtsbaumverkauf |              |                         | 25 So. 1. Weihnachtstag |
| 26 Sa.                             |              | 26 Mo. 2. Weihnachtstag |                         |
| 27 So. 1. Advent                   |              | 27 Di.                  |                         |
| 28 Mo.                             |              | 28 Mi.                  |                         |
| 29 Di.                             |              | 29 Do.                  |                         |
| 30 Mi.                             |              | 30 Fr.                  |                         |
|                                    |              | 31 Sa.                  |                         |

Die richtigen Aktionen sind nicht nur die, wenn im Handel der große Run auf die Weihnachtsbäume beginnt, sondern auch, wenn der Handel richtig agiert – bei der zeitnahen Lieferung. Modernste Logistik macht's möglich: bei der Henningsen Group sind die Lieferungen so getaktet, dass jeweils zu den verkaufstarken Terminen frische Bäume präsentiert werden können.

Experte Svend Kristiansen: „Wir empfehlen, zum Saison-Auftakt erst mal eine kleinere Lieferung zu disponieren und dann zum Beginn der heißen Phase mit frischen Bäumen die Kunden zu begeistern. Das ist problemlos möglich, denn unsere europaweite Logistik ist darauf ausgerichtet, an jeden Markt die passende Menge und Sortierung zu liefern. Das sichert guten Abverkauf und Mengen, die auch verkauft werden. Unterm Strich also ein gutes Geschäft.“

Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass ab dem 3. Adventswochenende der Verkauf so richtig in Schwung kommt. Dennoch ist es wichtig, schon zum Start in der zweiten Novemberhälfte ein Kontingent vorzuhalten, denn die Nachfrage nach einem so genannten Zweitbaum steigt und auch kleine Bäume für Kinder sowie die Idee und der Trend zum Adventsbaum sorgen für zusätzlichen Absatz.

Wer hierfür ein wenig die Werbetrömel rührt und diese neuen Ideen an die Kunden heranbringt, kann auf lohnenden Zusatzumsatz hoffen. Denn nichts bringt die Kunden schneller und besser auf den Verkaufsplatz als das Signal „Frisch eingetroffen!“

## Freude ist keine Frage des Preises: Nie zu teuer!



**W**o liegen die Preise in diesem Jahr – diese Frage treibt die Weihnachtsbaumverkäufer derzeit wieder um. Stimmen unsere Verkaufspreise – sind wir zu billig oder zu teuer? Die Antwort ist einfach: Nie zu teuer. Denn es ist der Weihnachtsbaum, der Freude schenkt. Und diese Freude ist keine Frage von ein paar Euro mehr oder weniger.

Für die Kunden hat der Baum einen hohen Wert: ein schlechter Baum vermiest das Fest – wer einmal diese Erfahrung gemacht hat, vergisst die damit verbundene Enttäuschung nie. Daher setzen weit mehr als 80% aller Kunden auf Schönheit: denn erst der Baum macht Weihnachten wirklich zum Fest. Wie beim Braten, so beim Baum: alle wollen sich etwas Gutes gönnen.

Für die meisten Weihnachtsbaumkäufer beginnt die Vorfreude auf das Fest mit der Auswahl des Baums: immer wieder ein Erlebnis für die ganze Familie, das mit einer gelungenen



Präsentation der Baumauswahl sowie stimmigem Ambiente gesteigert werden kann. Jeder Kunde hat eine ganz eigene Vorstellung von seinem Christbaum: verschiedene Größen, schlanker wie üppiger Wuchs oder der Abstand der Astkränze, die über das Schmücken entscheiden, sind Auswahlkriterien.

Handel und Produzenten leisten gemeinsam einen wichtigen Beitrag: Sie schenken jedem Kunden Freude – das muss uns allen bewusst sein. Wir sind es, die das Fest zum Fest machen. Und darum haben wir überhaupt keinen Grund, Gewinn zu verschenken. Denn der Baum ist sein Geld wert.





**Nordmann Classic feiert:**

# 20. Hafenaktion in Hamburg

**A**m 16. Dezember ist es wieder so weit: dann startet zum 20. Mal die große Hafenbarkasse Hamburg mit frischen Nordmann Classic Weihnachtsbäumen zur Jubiläums-Hafenaktion. Die Henningsen Group, seit vielen Jahren Sponsor dieser weltweit einmaligen Aktion, kann zahlreiche Gäste der Hafenwirtschaft an Bord begrüßen, wenn es unter Beteiligung der Medien zu den großen und kleinen Pötten geht. Für jede Besatzung der Schiffe aus aller Herren Länder ist ein Weihnachtsbaum dabei, der der Besatzung an den Fest-

tagen einen Gruß aus Hamburg mit auf die Reise gibt.

Weihnachten auf See ist immer eine ganz besondere Zeit: häufig weit entfernt von zu Hause und der Familie müssen die Seeleute ihren harten Dienst auch dann verrichten, wenn sich an Land alle unter dem Weihnachtsbaum versammeln und im Kreise der Familie feiern können. In Verbindung mit der Hafenaktion findet im Hamburger Rathaus die Ausstellung „Weihnachten auf See“ statt, die einen Einblick in die Entwicklung der Traditionen bei den See-

leuten an Weihnachten aus den letzten Jahrhunderten gibt. Nicht immer war es möglich, einen Baum an Bord zu haben – dann war Fantasie und Improvisationsgeschick gefragt. Aber immer gehörte das Symbol des Weihnachtsfests in der christlichen Seefahrt dazu – der Christbaum. Der leuchtet auch auf dem großen Weihnachtsmarkt vor dem Hamburger Rathaus und schafft eine perfekte Verbindung zur Ausstellung „Weihnachten auf See“ sowie der inzwischen traditionellen Hafenaktion.



*Freude schenken: Nordmann  
Classic für die Seeleute*



# Schöne Weihnachten!

Dieser Wunsch geht im Weihnachtsbaumverkauf nicht von allein in Erfüllung – es muss etwas dafür getan werden. Die Gewohnheiten wandeln sich und jeder, der sich diesen Änderungen und Trends anpasst, spielt weiterhin vorne mit. Die Strukturen des Weihnachtsbaumhandels haben sich ebenso verändert, wie die Kundengruppen und Kundenwünsche.

Der Weihnachtsbaum ist heute ein wichtiges Produkt in den Gartencentern, Baumärkten und Verbrauchermärkten – auch andere Handelsbereiche sind inzwischen aktiv in das Geschäft eingestiegen. Als Lockvogelangebot taugt der Christbaum

nicht. Für die meisten Kunden ist der Kauf nach wie vor ein Erlebnis und die Einstimmung auf Weihnachten. Und dabei spielen Stimmung, Freude und Erwartung eine große Rolle.

Die Henningsen Group ist Gründungsmitglied der Initiative „Schöne Weihnachten – Freude schenken“. Und genau dieses Motto trifft die Kundenwünsche. Ideen rund um den Weihnachtsbaum – so wird Weihnachten zu einem Fest, das Freude schenkt. Schöne Weihnachten – Freude schenken, das erwarten unsere Kunden und wir können diesen Wunsch erfüllen.



## Treffen wir uns in Essen?

# Willkommen auf der IPM 2017

Vom 24. bis 27. Januar 2017 trifft sich die Branche in Essen auf der IPM. Und die Henningsen Group ist wie alle Jahre wieder auch dabei: in Halle 12, Stand 12C44

Die Besucher können einiges erwarten. Wie auch in den Vorjahren präsentiert das Nordmann Classic Team Ideen, Innovationen und Inspirationen. Die Henningsen Group als einer der führen-

den Produzenten und Lieferpartner des europäischen Handels überrascht und überzeugt seine Kunden und Interessenten stets mit aktuellen Informationen und Trends. Ein Schwerpunkt ist das Thema „Werte“: Kundenzufriedenheit, Partnerschaft und Verkaufserfolg – das sind die Schlüsselworte. Werte schaffen als gemeinsame Aufgabe der Handelspartner und der Henningsen Group, das Ergebnis einer vertrauensvollen Zusammenarbeit. Machen Sie sich selbst ein Bild auf der IPM – willkommen auf dem Nordmann Classic Stand!



Jetzt am neuen Platz:  
Halle 12, Stand 12C44



**Wollen Sie darauf verzichten:**

## 8 Millionen potenzielle Weihnachtsbaum-Kunden

**M**anche sprechen von stagnierendem Absatz – andere von Überproduktion. Weitgehend unentdeckt ist hingegen ein Potenzial von rund 8 Millionen Kunden, das für den Weihnachtsbaum zu begeistern ist. Nach einer Studie des Nordmann Informationszentrums handelt es sich dabei vorwiegend um Single- und Seniorenhaushalte, von denen weit mehr als die Hälfte baumlos in die Weihnachtszeit geht. Auch die wachsende Zahl der Urlauber, die sich über die Festtage und den Jahreswechsel eine kurze Auszeit gönnt, muss nicht auf den Baum verzichten, denn der Adventsbaum bringt stimmungsvolle Vorweihnachtsfreude.

Überhaupt ist der Adventsbaum eine Möglichkeit, den Absatz mit der ersten Lieferung Ende November und Anfang Dezember in Schwung zu bringen. Viele Weihnachtsurlauber sind offen dafür,

denn sonst fehlt doch etwas, wenn sie Heiligabend in den sonnigen Gefilden ohne Baum das Fest feiern müssen. Dabei lässt sich der Adventsbaum vor dem Fest ideenreich einsetzen: anstelle eines Adventskalenders wird der Baum mit kleinen Gaben geschmückt und überrascht bis zum 24. Dezember immer wieder aufs Neue. Übrigens auch eine gute Idee für junge Singles: in den kleinen Baumanhängern lassen sich liebevoll Überraschungen verstecken.

Auch die wachsende Zahl der Senioren ist eine Zielgruppe, die nicht auf den Baum verzichten muss. Ein kleinerer Baum tut's auch – das ist das Motto, mit dem sich ältere Menschen gern eine Freude schenken. Auch wenn sie die Festtage bei Familienangehörigen verbringen – ganz ohne Baum, das muss nicht sein. Leicht zu transportieren, wenig Arbeit mit dem Schmücken und dann



schon vor Weihnachten in der Wohnstube, so kommt festliche Vorfreude auf.

Es liegt am Handel, ob und wie er dieses Angebot an die verschiedenen Kundengruppen bringt. Das Kreativ-Team der Henningsen Group liefert seinen Handelspartnern auch hier praxiserichte Lösungen und sorgt dafür, dass vom 8 Millionen-Kunden-Kuchen ein möglichst großes Stück gewonnen werden kann.



**F**ür alle den richtigen Baum:  
Angebote für Generationen schaffen



**Darauf kommt's an:**

# Verkauf optimieren – Risiko minimieren!

*Wenn's gut laufen soll beim Verkauf, dann kommt's genau darauf an:*



**Schnelle und sichere Nachlieferung** – meistens in 24 Std. – spätestens in 48 Std.



**Lieferfähig bis zur letzten Minute** – damit Sie restlos ausverkauft sind



**Aktiv für Ihren Abverkauf** – mit echtem Profi-Service

## Erfolg durch Zufriedenheit.

### Das ist unser Ziel.

Perfekte Qualität und Sortierung, pünktliche Lieferung an jeden Markt und Ort sowie persönlicher Kontakt zu den Verantwortlichen – die Vertrauensbasis für die Zusammenarbeit mit der Henningsen Group. Das inhabergeführte Familienunternehmen ist einer der größten europäischen Produzenten und Lieferpartner der Gartencenter und Baumärkte, des Fachhandels und der Handelsgruppen. Ein Team von Forstfachleuten sorgt für sichere Qualität und Sortierung mit einer Produktion, bei der Nachhaltigkeit und der Erhalt

der Natur oberste Priorität genießen.

Mit einer Eigenproduktion auf mehr als 1.600 ha ist die Henningsen Group europaweit aktiv und hält eine Spitzenposition im Ranking der Kundenzufriedenheit.



■ Hans Henningsen



■ Svend Kristiansen



Bavnevej 50  
DK-6580 Vamdrup

Phone + 45 70 20 13 20  
Fax + 45 74 50 50 00

post@henningsenas.dk  
www.henningsenas.dk

**GLOBALG.A.P.**  
The Global Partnership for Good Agricultural Practice