

Boltze trifft mitten ins Herz

Neuer Flagship-Showroom in Hamburg-Braake bietet inspirierende und märchenhaft inszenierte Warenpräsentation für viele Ansprüche. Von **Claudia Kordes**

Durch den Schnee und mitten ins Herz“, trifft die neue Weihnachtsartikel-Kollektion der Boltze Gruppe. Mit der inspirierenden und märchenhaft im neuen „Christmas Wonderland“ inszenierten Warenpräsentation gelingt es dem Importeur, den Besucher in Stimmungswelten zu entführen, die in Staunen versetzen und derart begeistern, dass nachhaltig eine Fülle von Ideen für eine individuelle und gelungene Warenpräsentation geschaffen werden. Nach dem gleichen Konzept mit „Wow“-Faktor zeigt Boltze in seinem ebenfalls neuen und ebenfalls in der Zentrale in Braak bei Hamburg gelegenen Flagship-Showroom stimmungsvolle Wohnwelten kombiniert mit gelungen aufgegriffenen Trends, sodass auch die Auswahl an Ganzjahres-Artikeln „mitten ins Herz“ trifft.

Mit großem Aufwand setzt Boltze zwei Mal jährlich 11.000 Artikel, darunter 7.000 Neuheiten, auf etwa 3.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche in Szene. „Und weil gut meistens noch besser gehen kann, haben wir dieses Jahr ein ganz neues und mutiges Weihnachtssortiment gezaubert“, sagt Inhaber und Geschäftsleiter Adrian Boltze, der das 1964 gegründete Familienunternehmen führt. Mit dem Ziel, den Kunden immer wieder zu überraschen und sich gleichzeitig auch als starker Saisonlieferant zu positionieren, entstand das neue „Christmas Wonderland“. Bis zu 40 Personen, darunter Handwerker, Dekorateure, Planer und freie Mitarbeiter waren rund vier Wochen beschäftigt um eine Erlebniswelt zu zaubern, in der 4.500 Dekorations- und Geschenkartikel unter dem Leitthema „Mountain Lodge – Weihnachten in den Bergen“ präsentiert werden. Insgesamt neun verschiedene Kollektionen von „Santa's Workshop – mit Liebe selbstgemacht“ über „Winter Palace – ein glitzerndes Fest“ bis hin zu „Happy Holidays – Weihnachten wird knallbunt“, werden gezeigt und spiegeln sich thematisch in passenden Möbeln und Dekorationen mit Liebe zum Detail wieder.



Das Thema Natur wird bei Boltze auch in der noch laufenden Weihnachtsausstellung gespielt.



Elemente wie Licht und Musik werden in die Szenarien miteinbezogen.



„Lake Breeze“ lässt sich hervorragend mit Gräsern kombinieren.

„Für diese Inszenierung haben wir unser Angebot an Weihnachtsartikeln mehr als verdoppelt und die frische, neue und mutige Ware mit unseren bewährten Produkten kombiniert, darunter auch preisaggressive Erzeugnisse, zahlreiche Standards und besondere Kompetenzen im Bereich LED-Lichter. Da wird jeder Händler- und Kundenwunsch erfüllt“, verspricht Adrian Boltze und empfiehlt bei einem Besuch in Braak unbedingt die Kamera mitzunehmen.

Das Basis-Sortiment ist ebenfalls in Themen gegliedert und läuft bei Boltze unter dem Begriff „Everyday Kollektionen“, darunter „Lake Breeze – Mein Haus am See“, dessen maritimes Flair durch die Farben Apricot und Türkis eine ganz neue, frische Note bekommen hat. Oder „Hello Beautiful“, eine mit ei-

ner Designerin entwickelten Eigenkollektion mit klaren Formen, schlichten Materialien und dezentem Farben in Smaragd, Rouge und Achatbraun für den puristischen Wohnstil.

„Die insgesamt acht verschiedenen Themen lassen sich mit den

prints die Natur in den Innenbereich zu holen. Zu den fünf Bestsellern im Gartencenter-Bereich zählen aktuell Oversize-Laternen, Gartenstäbe, Pflanzische, Windlichter sowie Figuren und Objekte.

Um stets am Puls der Zeit zu sein und branchenübergreifend

werden um so das Auge immer wieder durch spannende Kontraste oder unvermutete Bilder gefangen zu nehmen. Ein Teil der gekonnten Wareninszenierung lebt zum Beispiel davon, dass ganze „Wolken“ an Kugeln und Körben von der Decke schweben, aber auch Elemente wie Licht und Musik genutzt werden.

Durch den Mix aus bewährten Klassikern und frischen Artikeln gelingt es immer wieder Inspiration und Spannung zu erzeugen. „Natürlich bieten wir dem Kunden auch die Möglichkeit, systematisch und nach Produktgruppen getrennt zu ordern, doch die Emotionalität der einzelnen Wohnwelten und eine schöne Warenpräsentation ist sowohl für uns als auch für den Kunden verkaufsfördernd“, erklärt die Marketing-Fachfrau weiter.

Deshalb bietet Boltze seinen rund 8000 Kunden in Deutschland und ganz Europa neben Außendienst und Dekorationsberatung nicht nur Werbematerialien bis hin zum individuell bedruckten Preisschild, sondern auch ganze Flächen- und Shopkonzeptionen an.

Zwar haben große Möbel- und Baumarktketten, die bei Boltze genauso zum Kundenkreis zählen wie Einzelhandelsgärtnereien oder inhabergeführte Gartencenter unterschiedliche Interessen und verschieden gelagerte Ansprüche, aber beide Kundengruppen profitieren vom Know-how der Boltze Gruppe.

„Auf der Großfläche spielt natürlich der Preis eine große Rolle und es ist wichtig eine besonders breite Klientel mit den Produkten anzusprechen, während Inhaber geführte Geschäfte mit kleineren Flächen mit Erfolg eine mutigere Auswahl anbieten. Als großer Vollsortimenter, der viele Artikel mit individueller Note im Sortiment hat, können wir allen Ansprüchen gerecht werden“, sagt Simone Götz.

Dies gelingt umso mehr, mit einer neuen Zentrale samt modernem Hochregallager. „Durch das hochautomatische Kartonlager wird die Ware für den Kunden stets vorrätig sein und innerhalb von drei Tagen ausgeliefert werden“, erklärt Michael Scharrer, Geschäftsführer und Leiter Vertrieb und Logistik bei Boltze.

„Und weil gut meistens noch besser gehen kann, haben wir dieses Jahr ein ganz neues und mutiges Weihnachtssortiment gezaubert.“

Adrian Boltze, Inhaber und Geschäftsleiter

jeweiligen Elementen ganz unterschiedlich aufladen und sind so vielseitig verwendbar, dass sie sich bei Bedarf auf ganz neue Bereiche wie zum Beispiel die Wellness-Oase im eigenen Badezimmer anpassen lassen“, erklärt Simone Götz, Boltze-Marketing. So kann im Gartencenter zum Beispiel das Thema „Lake Breeze“ hervorragend mit verschiedenen Gräsern kombiniert werden, während „Be Balanced“ mit Rhododendren, Magnolien und Bambus ideale Begleiter findet, Küchenkräuter schön ins skandinavisch angehauchte Ambiente passen, oder immergrüne Gehölze sich im Rahmen von „My Chalet – Willkommen in der goldenen Jahreszeit“ hervorragend machen.

„Tatsächlich verwenden wir bei jedem Fotoshooting echte Pflanzen, weil die Bilder erst auf diese Weise eine unverwechselbare Qualität bekommen. Beide Artikel zu kombinieren verleiht einer Szene stets das gewisse etwas“, verrät Simone Götz. Generell ist Natur ein Thema, das bei Boltze derzeit groß gespielt wird, um mit den natürlichen Materialien, Materialkombinationen, Grüntönen und Blätter-

den aktuellen Lifestyle zu erfassen sind für Boltze Trendscouts unterwegs, Modenschauen, Messen und Trendportale in aller Welt werden besucht, Erfahrungen und Ideen von Ein- und Verkauf miteinander abgestimmt. So ist für alle Bereiche des Gartencenters, sei es Floristik, Zimmerpflanzen, Grillen oder Möbel die gesamte Ausstellung im Boltze-Showroom eine sprudelnde Quelle an Inspiration.

Räume werden geschaffen, indem Sand aufgeschüttet, Teppiche ausgelegt oder Decken abgehängt



Dekorationselemente aus „Rost“ werden gut nachgefragt.



Michael Scharrer, Simone Götz.

Impressum

GARTENMARKT

TASPO Gartenmarkt ist ein Sonderteil der TASPO für Gartencenter und Gartenfachmärkte und erscheint einmal im Jahr. Die TASPO ist die unabhängige Fachzeitung für Produktion, Dienstleistung und Handel im Gartenbau.

Leitung Gesamtedaktion

Iris Anger

Redaktion

Renate Veth (rve), verantw.
Telefon: 0531 38004-820
E-Mail: renate.veth@haymarket.de

Ständige Mitarbeiter:

Verena Groß, Katharina Adams

Grafik/Layout

Heike Taute

Verlagsleitung

Uwe Schütt

Anzeigenleitung

Christian Rueß

Anzeigenverkauf

Roland Vieweg
Telefon: 0531 38004-817
E-Mail: roland.vieweg@haymarket.de

Anzeigen-Disposition

Christiane Potratz, verantw.
Telefon: 0531 38004-38
E-Mail: anzeigendispo@haymarket.de
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 52 vom 1.1.2017.

Vertrieb/Marketing

Silke Burkert, verantw.
E-Mail: silke.burkert@haymarket.de

Druck

Heider Druck, Bergisch Gladbach

Leserservice/Abo

Telefon: +49 (0)531 38004-39
Fax: +49 (0)531 38004-63
E-Mail: leserservice@haymarket.de

Verlag

Haymarket Media GmbH
Postfach 83 64, 38133 Braunschweig
Telefon 0531 38004-0
Telefax 0531 38004-25
E-Mail: info@haymarket.de
www.taspo.de

Geschäftsführung

Brian Freeman

haymarket