



Gabot
via Twitter
17.01.13



Redaktion Gabot.de

@GabotDE

 Folgen

Graines Voltz: Tomaten bringen ihr eigenes
Verkaufsrezept gleich mit: Der
Gemüseanbau im eigenen Garten ist Tr...
bit.ly/S6UWIp

 Antworten  Retweeten  Favorisieren

12:39 AM - 17 Jan 13 · Diesen Tweet integrieren

Gärtner versichern Gärtner.

www.gartenbautipp.de
 Gebrauchte Gartenbauartikel



GABOT home
GABOT jobs
GABOT news
GABOT tv
GABOT shop

Gabot.de

Suche

Login:

GABOT, 17.01.2013 - 09:09 Uhr

_IPM 2013 Ausstellerinfos, *Gartenmarkt, Produkte

Graines Voltz: Tomaten bringen ihr eigenes „Verkaufsrezept“ gleich mit

Der Gemüseanbau im eigenen Garten ist Trend, mit „La sélection du Chef“ trifft Graines Voltz den Nerv der Zeit: Neun neue Tomatensorten, für den Eigenanbau gezüchtet und unerwartet schmackhaft, bringt der



französische Gemüsebauer im Frühjahr auf den deutschen Markt. Hinzu kommt ein ausgefeiltes Verkaufskonzept – präsentiert auf der IPM ESSEN 2013 in Halle 2 an Stand 2A17 bei Florensis.

Graines Voltz („Samen Voltz“) ist in Frankreich die Nummer 1 der Blumen- und Gemüselieferanten und hat seine Bedeutung durch vorausschauende Kultur- und Sortimentsentwicklung auch in den Nachbarländern rasant gesteigert.

Die Strategie: Trends erkennen und damit neue Kunden erobern

„Wir haben erkannt: Wir können zugleich die Wünsche der Endverbraucher und die des Fachhandels erfüllen“, erklärt Ralf Schröder, Produktmanager bei Graines Voltz.

Daher bietet „La sélection du Chef“ nicht einfach neun Tomatensorten, sondern das ausgewählte Produktsortiment inklusive aller Verkaufsfördermittel samt Mehrwert für den Kunden als Paket für den Verkaufspunkt. Dazu gehören Plakate und Etiketten, eine begleitende Marketingkampagne und ein Heft mit Tomaten-Rezepten.

Die Auswahl: Traditionssorten

Graines Voltz hat robuste Frühwüchsigkeit zum Zuchtziel erklärt und verwendet u.a. historische Sorten mit bewährten Resistenzfaktoren. Hinzu kommt die unerwartete Geschmacksintensität der Tomaten. Frankreichs führende Sterneköche haben sich von den intensiven Geschmacksrichtungen zu neuen Rezepten inspirieren lassen, die die Tomatenernte in köstliche Gerichte verwandeln.

Solche Exklusiv-Angebote verbinden die Verkaufspunkte von „La sélection du Chef“ zu einem „Club“ – wer dabei sein will, wird Club-Mitglied und erhält alles für Verkauf und Marketing. Ralf Schröder: „Nach dem Motto ‚Gemeinsam stark‘ fahren wir eine kollektive Medienkampagne. Das kommt bei den deutschen Partnern, die wir bereits gewinnen konnten, gut an.“

PURE Public **Halle: 2.0 Stand: 2A17**

Tel 0231. 72 :