

Florist

Fleuriste | Fiorista

Nr. 11 | 2018

Szenenwechsel

Blumen Villiger macht mit
bei SRF-«Jobtausch»

Männer!

Fleurop setzt auf Pflanzen für
den modernen Mann



Berufsprüfung

Schweisstreibende Tage
für Absolventen wie Experten

Neuheit *Nouveauté*

Fleurop nimmt Männer ins Visier

Der moderne Mann steht im Zentrum einer neuen Fleurop-Kampagne. «Männerpflanze» hat bereits das Interesse der Fachgeschäfte geweckt – die Männer als Zielgruppe versprechen Potenzial.

Acht Sukkulenten und fünf Blattpflanzen machen die 13 pflegeleichten «Männerpflanzen» von Fleurop aus. Die Produkte sollen den Geschenkemarkt für den Mann beleben.

Huit plantes succulentes et cinq plantes à feuilles composent les 13 «plantes pour hommes» de Fleurop. Les produits sont destinés à dynamiser le marché du cadeau pour hommes.

Das ist
Bruce.





Für den Mann von heute: Jack (er treibt es gern auf die Spitze) neben Steak-Saucen in der Männerecke des Fleurop-Shops in Uster.
Pour l'homme d'aujourd'hui: Jack à côté des sauces à steak dans le coin des hommes de la boutique Fleurop à Uster.

TEXT UND BILDER **Erika Jüsi**

Aussen hart und innen ganz weich sang Herbert Grönemeyer 1984 über die Männer. «Aussen hart, innen weich», das ist auch Anthony. Anthony ist eine von 13 Männerpflanzen, die Fleurop am 8. März 2019, dem Tag der Frau, schweizweit lancieren will. Das Projekt «Männerpflanze» will den Geschenkemarkt für den Mann beleben. «Wein, Whiskey oder Aftershave zu schenken, ist nicht sehr originell», findet Rinaldo Walser, Marketingleiter von Fleurop. Und Pflanzen lägen im Trend. Der Mann habe

sich verändert, sagt er weiter, die Verkaufsstrategie hinke aber hinterher: Die Blumenwerbung ist immer noch fast ausschliesslich auf die Frau ausgerichtet.

Das Spiel mit den Klischées

Der moderne Mann schaut zu sich, interessiert sich für Design und liebt die schönen Dinge. Gleichzeitig tritt er schon länger wieder männlicher auf, gerne mit Vollbart und im Holzfällerhemd. Für diesen Typ Mann gibt es jetzt das perfekte Geschenk: Bruce, unwiderstehlich, verführerisch und sexy zum Beispiel. Oder Jack,

der es gern auf die Spitze treibt. Die Töpfe sind schlicht, aber hochwertig und alle mit dem Männerpflanzenlogo auf einer Zinnetikette versehen. Das Logo zeigt über dem Schriftzug einen Schnauz, der auch als zwei Pflanzenblätter gesehen werden kann. Die Pflanzen sind pflegeleicht, schnörkellos ... typisch Mann eben.

Rinaldo Walsers Team hat sich auch bei den Namen und Eigenschaften etwas einfallen lassen. So heisst der Geldbaum Bill, wie Banknote auf Englisch (oder wie der schwerreiche Bill Gates) und sein Motto lautet «Money, money, money». Der streng nach oben strebende William ist «Everybody's Darling», natürlich an Prinz William angelehnt. «Wir hatten unseren Spass mit den Sprüchen», gibt Rinaldo Walser zu und

«Wir wollen mehr Kunden in die Läden bringen»

Rinaldo Walser, Fleurop

Neuheit Nouveauté



Ein Geldbaum namens Bill (wie Banknote auf Englisch) mit dem Motto «Money, money, money».

Un Arbre de Jade (arbre à monnaie en allemand) appelé Bill, comme 'billet de banque' en anglais.

er ist überzeugt: «Die Kunden werden ihn auch haben!»

Die Männerecke

«Männerpflanze» ist für Fleurop ein neues Konzept. Die Produkte werden zunächst in erster Linie in den Verkaufsläden und nicht online verkauft. Die Fleurop-Partner können die Produkte in ihr Sortiment aufnehmen, müssen aber nicht. Dafür können auch andere das Starterpaket erwerben. «Wir wollen damit mehr Kunden in die Läden bringen», sagt Walser. Das Starterpaket umfasst 24 Pflanzen in Töpfen, Namensschilder zum Aufstellen, Broschüren und speziell konzipierte Schachteln für den sicheren Transport im Auto oder auf dem Gepäckträger.

Wer nur die Pflanzen möchte, kann diese auf einer relativ kleinen Fläche präsentieren. Wer etwas mehr Platz zur Verfügung hat, kann eine richtige Männerecke einrichten, wie das der Fleurop-Shop in Uster gemacht hat. Da stehen Freddy, George und Charlie neben anderen typisch männlichen Produkten: ausgewählten Bieren, Gins und Steak-Saucen.

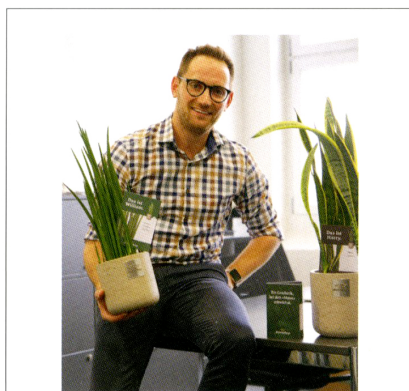
Walser war von Anfang an überzeugt

von der Idee. Dass sie aber so einschlagen würde, hätte er nicht gedacht. «Täglich erreichen uns neue Anfragen von interessierten Partnergeschäften», strahlt er. So wie es aussieht, werden beim offiziellen Launch im kommenden März über 100 Fachgeschäfte Frankie, Max und Anthony im Laden stehen haben. Anthony ist übrigens eine Aloe Vera. ●



Das Interesse für das Starterpaket mit 24 Pflanzen ist gross, nicht nur bei den Fleurop-Partnern.

L'intérêt pour le projet «Männerpflanze» est grand, et pas seulement parmi les partenaires de Fleurop.



RINALDO WALSER

Der Marketingleiter von Fleurop, hier mit William, hat mit «Männerpflanze» einen Nerv getroffen.

Interesse an «Männerpflanze»?
> contact@maennerpflanze.ch

Viser les hommes

L'homme moderne est au cœur d'une nouvelle campagne de Fleurop.

Durs à l'extérieur, tendres à l'intérieur, c'est Anthony, un aloe vera et une des 13 plantes destinées aux hommes que Fleurop veut lancer le Jour de la femme, le 8 mars 2019. Rinaldo Walser et son équipe ont développé la marque «Männerpflanze». «L'homme a changé. La publicité pour les fleurs est toujours presque exclusivement axée sur les femmes», dit le responsable du Marketing de Fleurop.

Le jeu avec les clichés

L'homme moderne se regarde, s'intéresse au design et aime les belles choses. Pour ce type d'hommes, il y a maintenant enfin le cadeau parfait: Bruce, ou Jack par exemple. Les pots sont simples, mais de haute qualité et tous les paquets de plantes pour hommes sont pourvus d'une feuille d'étain. Le logo montre une moustache, qui peut aussi être perçue comme deux feuilles de plante, au-dessus de la marque. Les plantes sont très faciles à entretenir... donc typiquement homme.

L'Arbre de Jade (arbre à monnaie en allemand) s'appelle Bill, comme «billet de banque» en anglais et sa devise est «Money, money, money». Frankie est un Ficus lyrata, et avec lui la musique joue. «Nous nous sommes amusés avec les formules», avoue Rinaldo Walser, convaincu que «Les clients s'amuseront aussi!»

Le coin des hommes

«Männerpflanze» est un nouveau concept pour Fleurop. Pour l'instant, les produits ne sont pas enregistrés sur la plateforme en ligne. Les partenaires de Fleurop peuvent prendre ces produits dans leur assortiment, mais n'y sont pas tenus. Par contre, d'autres peuvent acquérir le paquet de démarrage. Le paquet englobe 24 plantes en pots, des pancartes, des brochures et des cartons spécialement conçus pour le transport en voiture ou sur le porte-bagages.

Ceux qui disposent d'un peu plus de place peuvent aménager un coin pour les hommes avec d'autres produits typiquement masculins, des bières de choix, du Gin et des sauces à steak. ●