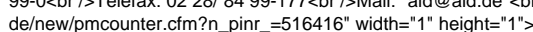




Eigenproduktion und Dienstleistung: aid-Heft mit Entscheidungshilfen für Einzelhandelsgärtnereien

Eigenproduktion und Dienstleistung: aid-Heft mit Entscheidungshilfen für Einzelhandelsgärtnereien
aid-Heft mit Entscheidungshilfen für Einzelhandelsgärtnereien (aid) - Mit der Eigenproduktion von Blumen und Pflanzen können sich Einzelhandelsgärtner von ihren Mitbewerbern abgrenzen, zum Beispiel durch besondere Kulturen oder Sortimente. Auch mit Nachhaltigkeit und Regionalität lässt sich hier punkten, denn heute ist vielen Kunden die Herkunft der Waren wichtig. Ob und wie sich die Eigenproduktion lohnt, muss vor dem Hintergrund der konkreten betrieblichen Situation entschieden werden. Das Gleiche gilt für Dienstleistungskonzepte. Die meisten Endverkaufsgärtnereien bieten Floristik an. Daneben eröffnet der Markt jedoch zahlreiche weitere Möglichkeiten, ob Gartenpflege, Innenraumbegrünung oder das Überwintern von Kübelpflanzen. Solche Angebote können zusätzliche Standbeine sein, wenn sie professionell und wirtschaftlich umgesetzt werden und zum Unternehmen passen. Wie soll sich ein Betrieb positionieren? Welche Ausrichtung ist für ihn optimal? Das neue aid-Heft "Einzelhandelsgärtnerei - Entscheidungshilfen zu Eigenproduktion und Dienstleistung" hilft bei dieser individuellen Abwägung. In das Heft sind über 30 Jahre Berufserfahrung eingeflossen, die der Autor Knut Steffen als Marketingberater im Gartenbau gesammelt hat. Es stellt die Voraussetzungen, Vor- und Nachteile von Eigenproduktion und Dienstleistungen dar und erleichtert durch zahlreiche Checklisten sowohl die Bewertung für den eigenen Betrieb als auch die Umsetzung. Konkrete Anleitungen und Tipps zielen auf eine professionelle Vermarktung eigener Produkte ab. Beispiele, Kalkulationshilfen und Marketinggrundlagen helfen bei der Beurteilung. Pauschale Empfehlungen kann es nicht geben. Die gezeigten Kriterien kann ein Betrieb jedoch individuell auf seine Situation anwenden.
aid-Heft "Einzelhandelsgärtnerei - Entscheidungshilfen zu Eigenproduktion und Dienstleistung" 48 Seiten, Erstauflage 2012, Bestell-Nr.: 61-1602, ISBN/EAN: 978-3-8308-1045-2, Preis: 3,50 EUR (Rabatte ab 10 Heften), zzgl. einer Versandkostenpauschale von 3,00 EUR gegen Rechnung infodienst e. V., Heilsbachstraße 16, 53123 Bonn
Telefon: 0180 3 849900*, Telefax: 0228 84 99-200
Kosten: 9 Cent pro Minute aus dem deutschen Festnetz, Anrufe aus dem Mobilfunknetz maximal 42 Cent pro Minute. Aus dem Ausland können die Kosten abweichen.
E-Mail: Bestellung@aid.de, Internet: <http://www.aid-medienshop.de>
Friedrich-Ebert-Straße 3 53177 Bonn Deutschland
Telefon: 02 28/ 84 99-177
Mail: aid@aid.de
URL: <http://www.aid.de>


Pressekontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

Firmenkontakt

aid

53177 Bonn

aid.de
aid@aid.de

aid ? drei Buchstaben stehen für: Wissenschaftlich abgesicherte Informationen Fach- und Medienkompetenz Und ein kreatives Informationsangebot in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" sowie "Landwirtschaft und Umwelt". Wer informieren will, muss besser informiert sein. Die Vielzahl von Informationen, die täglich auf jeden von uns einströmt, ist kaum noch zu überblicken. Oft widersprechen sich die Aussagen und verwirren mehr als sie nützen. Gefragt sind Ratschläge, die wissenschaftlich abgesichert sind und sachlich informieren. Der aid hat sich genau das zur Aufgabe gemacht und bietet wissenschaftlich abgesicherte Informationen in den Bereichen "Verbraucher und Ernährung" und "Landwirtschaft und Umwelt". Unsere Aussagen sind unabhängig und orientieren sich an den gesicherten Erkenntnissen der Wissenschaft. In Zusammenarbeit mit Wissenschaftlern und Praktikern sammeln wir Fakten und Hintergrundinformationen, werten sie aus und bereiten sie zielgruppengerecht auf. Unsere Publikationen wenden sich an Verbraucher, Landwirte und Multiplikatoren wie Lehrer, Berater und Journalisten. Der aid ist ein gemeinnütziger Verein und wird aus Mitteln des Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft finanziert. Sein Auftrag, sachlich und interessenunabhängig zu informieren, ist in der Satzung festgelegt. Beim aid arbeiten namhafte Experten, Praktiker und Medienfachleute zusammen. Informationsmedien, die der aid herausgibt, entsprechen dem aktuellen Stand der wissenschaftlichen Erkenntnisse und vermitteln Wissen zielgruppengerecht und praxisorientiert.