

Certi in Stichworten

Certi erklärt in sieben Punkten:

■ Die Marke „Certi“ wurde von der Firma Timmermans und Flora Holland entwickelt. Der regionale Provider für Mitteldeutschland ist „Certi Mitteldeutschland GmbH“ mit dem Sitz in Hartmannsdorf bei Chemnitz mit den Inhabern Michael & Gabriele Ritzka. Certi Mitteldeutschland bietet das Certi-System allen Interessenten in privat geführten Gartencentern oder Blumenfachgeschäften an. Der Certi Shop ist ein ganzheitlicher Markenshop, das heißt die Ausstrahlung (Möbel, Marketing, Sortimente...) ist immer gleich. In den Gartencentern werden Certi-Inseln integriert. florizz ist der erste Partner der zwei Certi Markenshops im Januar oder Februar 2015 eröffnet hat. Certi Mitteldeutschland begleitet und betreut diese beiden Shops.

■ Alle entstehenden Certi Shops behalten ihren Firmennamen und vertreiben wie oben aufgeführt ganzheitlich das Certi System, das heißt die ersten beiden Shops sind weiterhin unter florizz firmiert, gleiches gilt für alle weiteren Interessenten und heißen beispielsweise Certi bei Lehmann, Certi bei Müller...

■ Das Certi System steht jedem offen, es gibt jedoch Vorgaben bezüglich Lage, Umsatz, die in einem gemeinsamen Gespräch erörtert werden. Certi hat sich die Aufgabe gestellt ein flächendeckendes Netz in Deutschland aufzubauen, wobei jeder Teilnehmer für seine Region einen Gebietsschutz erhält (abhängig von Struktur und Einwohnerzahl) (Anmerkung red: siehe auch Seite 19)

■ Im Gartencenterbereich wurde vor vier Jahren mit einer Testphase begonnen. Das Shop-System für die Gartencentern ist jetzt ausgereift. Erstaunlich ist wie schnell Certi wächst, allein in 2015 sind schon wieder zwölf neue Gartencentern dazugekommen.

■ Das Sortiment im Certi Shop umfasst Schnittblumen, Topfpflanzen, eine Übertopf- sowie Glasserie, Vasen. Die Kernkompetenz von Certi ist eine unglaubliche Qualität, Frische und Ausstrahlung der Pflanzen und Schnittblumen.

■ Certi führt ein Sortiment an Schnittblumen und Pflanzen in Spitzenqualität vom Gärtner passend zu den Jahreszeiten. Aus diesem Sortiment bestückt der Inhaber seinen Certi Shop. Weiterhin bedient sich der Inhaber des Certi Shops der ihm zur Verfügung gestellten Sortimente an Glas, Vasen und Übertöpfen. Der Florist ist angehalten die Marke Certi ganzheitlich umzusetzen, ist jedoch frei in der Entscheidung welche Artikel er von dem ihm zur Verfügung gestelltem Programm einkauft. Es wird deutschlandweit Werbung für bestimmte Artikel gemacht, daher hat natürlich jeder Certi Shop Betreiber ein hohes Interesse diese Artikel auch im Sortiment für seine Kunden zu führen. Gleiches gilt für die Gartencentern, wobei diese hauptsächlich Certi Pflanzen und Schnittblumen führen.

■ Nachweislich mit Zahlen belegbar, ist Certi eine geschlossene und ganzheitliche Existenzchance für Floristen, es ist die erste wirkliche Verbraucher-marke die in Deutschland entsteht und die Entwicklung unserer Branche sehr positiv beeinflussen wird. Es gibt Spielregeln die jeder Certi Shop Betreiber einhalten muss und von einer konstruktiven positiven Zusammenarbeit profitiert das gesamte Certi System. (Michael Ritzka, florizz, Certi Mitteldeutschland)

Certi eröffnet Blumenläden

Neue Verbraucher-marke als Schaufenster der Gärtner. Standort in Dresden als Startpunkt für bundesweite Expansion. Von Susan Naumann

Am 19. Februar eröffnete Certi, die Verbraucher-marke von Frans Timmermans und Flora Holland, seine zweite Verkaufsstelle in der sächsischen Landeshauptstadt. Dem neuen Geschäft im Neustädter Bahnhof (Verkaufsfläche: 60 Quadratmeter) ging Anfang Januar 2015 die Eröffnung eines ersten Standortes im Gewerbepark Dresden-Weissig (Verkaufsfläche: 40 Quadratmeter) voraus. Nur wenige Wochen später sind für die beschäftigten Floristen deutliche Erfolge in der Kundenresonanz ablesbar.

Mit den beiden Dresdner Geschäften erweitert Certi den Radius seiner neuen Marke und seinen Wirkungsbereich im

Osten Deutschlands über den Vertriebsweg Blumenläden. Dabei trifft das Certi Konzept bei den für ihre Pflanzenbegeisterung bekannten Sachsen offensichtlich den Nerv der Zeit.

Partner der ersten beiden Certi-Läden ist Florizz. Inhaber Gabi und Michael Ritzka, die in Mittel- und Ostdeutschland 30 Filialen betreiben, betreuen die Läden über die neugegründete Certi Mitteldeutschland (siehe auch Kasten und neben stehendes Interview).

Floristin Nicole Schramm, seit 2011 bei Florizz beschäftigt, arbeitet gemeinsam mit ihren Kolleginnen Margit Schöne und Anne Günther in der Dresden-Weissiger Certi-Filiale. „Schon immer gab es an die-

sem Standort ein Blumengeschäft. Allerdings waren die Pflanzen aufgrund des enormen Angebotes an Dekomaterial und Blumenzubehör in ihrer Wirkung stark unterdrückt“, erinnert sich Nicole. „Seit wir unter der Marke Certi verkaufen, spielt das klassische Beiwerk nur eine untergeordnete Rolle und wir verzeichnen eine deutliche Steigerung des Blumen- und Pflanzenabsatzes.“

Edel und modern

Im neuen Certi-Ambiente mit edlen Regalflächen und attraktiver Pflanzendarbietung auf Tischen, mit modernem Shop-TV und Farben satt, stehen Blumen und Pflanzen in ihrer ganzen Pracht im Mittelpunkt. „Darauf reagieren die Kunden begeistert. Wir betrachten uns wieder als professionelles Blumenfachgeschäft mit hochwertiger Ware zum akzeptablen Preis und überzeugen mit qualitativ hochwertigen floristischen Leistungen“, freut sich Nicole Schramm.

Die Farbenpracht der Blumen und insbesondere die kräftigen langstieligen Rosen, begeistern die Kundschaft: „Regelmäßig frisch angeschnitten und etwas kühler gestellt, hielten die kürzlich bei Certi gekauften Rosen, knapp drei Wochen“, so eine Kundin.

Handelsfachwirtin Janine Hommola, seit 2014 Gebietsleiterin bei Florizz, verantwortet als Kontaktperson den Informationsfluss zwischen der Florizz-Zentrale und den Filialen. Zudem ist sie für

die Überwachung der verkaufsfördernden Maßnahmen sowie die personelle Absicherung der Geschäfte zuständig.

„Je nach Entwicklung des jeweiligen Standortes werden die Certi Geschäfte mit einem überschaubaren vitalen und saisonalen Produktangebot ausgestattet. Dabei liegt die Betonung auf dem gesunden und starken Produkt“, so Hommola. Jan van Ballegooijen von Certi ergänzt: „In der Regel werden zehn bis 15 Topfpflanzenprodukte, bis zu 20 Schnittblumensorten sowie einige exotische Pflanzenraritäten platziert. Alle zwei Wochen erfolgt ein Farbwechsel. Pflanzen, die nach fünf bis zehn Tagen nicht verkauft wurden, werden zunächst als Einzelpflanzen im Glaskonzept angeboten, nach zehn Tagen jedoch definitiv entsorgt. „Nur so können wir unsere Frischegarantie gewährleisten!“ Handlich verpackt, ergänzen frische und locker abgefüllte Certi-Erden und -Dünger das grüne Angebot der Certi Geschäfte.“

Marke vermittelt Erzeuger

Seit der Neueinführung von Certi vor zwei Jahren verhilft die Marke hochwertiger Gärtnerware zu neuem Aufschwung. „Mit dem Vertrauen auf die Marke Certi wissen die Kunden, dass sie Gärtnerware vom Profi kaufen. Dabei übernimmt die Marke die Regie in der Vermittlung von Erzeugern und Verbrauchern“, so Jan van Ballegooijen.

Den mittlerweile 500 holländischen und deutschen Certi Genossenschaftsgärtnern eröffnet sich damit ein neuer Weg hin zum Direktverkauf. Dass das Certi-Konzept aufzugehen scheint, den Eindruck hat auch Hans Joachim Schinner vom gleichnamigen Gartenbauunternehmen in Fuchsmühl bei Tirschenreuth.

„Ich halte das Certi-Konzept für eine große Chance, unsere Branche für die Zukunft sicher aufzustellen und möchte mir hier vor Ort die Struktur der Verkaufsstellen und die Warenpräsentation ansehen und mit den verkaufenden Floristen sprechen. Ich kann mir gut vorstellen, dem Certi-Konzept beizutreten“, so der Gartenbauunternehmer. ■



Sehen Chancen mit Certi: Gärtner Hans Joachim Schinner, Nicole Schramm.



Kunden schätzen die Frische und Qualität.



Kurzer Vermarktungsweg für Schnittblumen.



Die Pflanzenmarke Certi - Spitzenqualität vom Gärtner - jetzt auch in Franchise-Blumenshops, nachdem sie in Gartencentern abteilungsweise eingeführt wurde. Fotos: Susan Naumann