

Tipps und Best Cases

spoga
gafa

cologne

www.spogagafa.de

Der Nasch- garten am POS

von spoga+gafa
in Kooperation mit
Oliver Mathys



LIVING

BBQ

OUTDOOR ADVENTURE

CREATION & CARE

Inhalt

Die neuen Hobbygärtnerinnen und -gärtner sind da	3
Der Umsatzanteil der Kräuter- und Gemüseabteilung in einem Gartencenter	4
Erweiterung der Zielgruppen	5
Sortimentsgestaltung	6
Die Abteilung	10
Weitere Inspirationen?	18
Unser Service für Ihre Kundschaft	20

Die neuen Hobbygärtnerinnen und -gärtner sind da...

Viele Menschen entdeckten in den vergangenen Jahren das Gärtnern und die Bedeutung der Selbstversorgung neu. **Selbstversorgung wurde zum Trend und ist es geblieben.** So auch die Versorgungsgärten. Diese sind eine wunderbare Möglichkeit, frisches Obst und Gemüse direkt vor der Haustür zu ernten und dabei viel Freude und Entspannung zu finden.

Der Anbau eigener Lebensmittel erfordert nicht viel Platz – selbst auf einem kleinen Balkon oder im eigenen Garten lässt sich schnell ein schöner Naschgarten anlegen. Genau hier liegt die Chance des Fachhandels! **Machen Sie das Naschbeet zur lebendigen Verkaufsfläche** und zur Umsatzquelle mit Erlebniswert: Mit einer emotionalen und produktübergreifenden Themenplatzierung der unterschiedlichen Sortimente – von Pflanzen über Erde, Hochbeete und Kleinwerkzeuge bis hin zu BBQ- und Deko-Artikeln. Diese Produktgruppen lassen sich einfach in Szene setzen und werden gerne von Influencerinnen und Influencer aufgegriffen.



Der Umsatzanteil der Kräuter- und Gemüseabteilung in einem Gartencenter

Immer mehr Menschen legen heute Wert auf gesunde Ernährung und Nachhaltigkeit – demzufolge wächst die Beliebtheit von Kräutern und Gemüse kontinuierlich. Gartencenter haben diesen Trend erkannt und entsprechend ihr Sortiment angepasst. Die Kräuter- und

Gemüseabteilung ist ein wichtiger Umsatztreiber im Gartencenter und trägt maßgeblich zum Gesamtumsatz bei. Nicht nur durch den Verkauf der Pflanzen, sondern auch durch die dafür benötigten Gartengeräte.

Wachstumstrends im Bereich Kräuter und Gemüse

Die Nachfrage nach frisch angebauten Kräutern und Gemüse hat in den letzten Jahren kontinuierlich zugenommen. Immer mehr Hobbygärtnerinnen und -gärtner entdecken die Freude am eigenen Garten. Diese Entwicklung macht sich auch wirtschaftlich bemerkbar.

Auswertungen aus Einkaufs- und ERFA-Gruppen zeigen, dass die Kräuter- und Gemüseabteilungen inzwischen bis zu 30 % des Gesamtumsatzes in vielen Gartencentern ausmachen.

Besonders gefragt sind Klassiker wie Basilikum, Petersilie, Tomaten und verschiedene Paprikasorten. Ergänzt wird das Sortiment durch Obstbäume, Beerensträucher sowie Zubehör wie Hochbeete, Kleinwerkzeuge, Erde, Dünger und diverses Kleinzubehör.

Erweiterung der Zielgruppen

Spannend ist auch der Zugang zu neuen Zielgruppen: Neben klassischen Hobbygärtnerinnen und -gärtnern sprechen Naschgärten zunehmend Familien an, die **Wert auf frische, selbst angebaute Lebensmittel** legen. Mit einem attraktiven Mix aus Beerensträuchern, Obstbäumen, Gemüse und essbaren Kräutern wird der DIY-Erntegarten zum genussvollen Highlight im Garten. Besucherinnen und Besucher können aus erster Hand erfahren, wie einfach und erfüllend es ist, eigens Angebautes zu ernten.

Gerade in den vergangenen Jahren konnten durch Influencerinnen und Influencer viele neue Kundinnen und Kunden für das Gärtnern begeistert werden. Diese gilt es nun durch positive Erlebnisse langfristig zu binden und für diese sinnstiftende Freizeitbeschäftigung weiter zu motivieren.



Auch die **Positionierung eines Endverkaufsbetriebes** wird visuell positiv durch das Umfeld wahrgenommen. Es unterstreicht ein nachhaltiges Gartenkonzept und weckt gleichzeitig das Interesse an biologischem Anbau. So wird das Gartencenter nicht nur als Einkaufsort wahrgenommen, sondern auch als inspirierender Raum für gesundes und bewusstes Gärtnern.

Saskia Voigt (@ellis_landliebe)

„Was ich oft höre: ‚Ich habe keinen grünen Daumen‘ – aber genau das ist der Punkt. Gärtnern darf leicht sein, darf Fehler erlauben und trotzdem Freude bringen. Ein Naschgarten am POS macht das greifbar – da sieht man: Auf kleiner Fläche kann so viel wachsen. Er inspiriert, macht Lust aufs Ausprobieren und zeigt, wie echtes Essen aussieht, riecht und schmeckt. Und genau das teile ich auch auf meinem Account: dass Gärtnern nicht perfekt sein muss, um echt schön zu sein.“

www.instagram.com/ellis_landliebe/



Sortimentsgestaltung

1. Lebende Produkte

Für diesen Sortimentsbereich empfiehlt sich – wenn möglich – die Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten, um eine schnelle und regelmäßige Versorgung sicherzustellen. Zudem sollte **bevorzugt auf biologisch erzeugte Pflanzen** gesetzt werden. Aspekte wie torffreie Produktion spielen bei den Konsumentinnen und Konsumenten eine immer wichtigere Rolle.

Die bewährte 80/20-Regel gilt auch hier: 80 % Basis-sortiment, 20 % Spezialitäten. Letztere erfordern allerdings gezielte Kommunikation oder spezielle Vermarktungsansätze. Berücksichtigen Sie regionale Gegebenheiten. In Gebieten mit vielen Kleingärten etwa steigt die Nachfrage nach ausgefallenen (sogar exotischen) Sorten. Ein Beispiel: Die Tomatensorte San Marzano wurde in den 1960er Jahren durch italienische Gastarbeitende in Deutschland bekannt und **erfreut sich bis heute großer Beliebtheit.**

Kräuter

Einjährige (nicht winterharte) Kräuter können zum Teil direkt ausgesät werden:

- Basilikum
- Koriander
- Kerbel
- Borretsch
- Dill
- Kresse etc.





Kräuter

Mehrjährige
(winterharte) Kräuter:

- Rosmarin
- Majoran
- Minze
- Thymian
- Salbei etc.

Gemüse zum Aussäen

- Radieschen
- Spinat
- Karotten
- Bohnen
- Erbsen etc.

Gemüse

- Tomaten (gesät oder veredelt)
- Gurken (gesät oder veredelt)
- Kohlarten
- Salat
- Zucchini
- Kürbis
- Rote Beete
- Mangold etc.

Zwiebeln und Knollen

- Kartoffeln
- Topinambur
- Zwiebeln
- Schalotten etc.

Beerenobst

- Himbeeren
- Erdbeeren
- Heidelbeeren
- Andenbeeren
- Gojibeeren
- Johannisbeeren etc.

Obstbäume

- Apfelbäume
- Birnbäume
- Feigenbäume
- Quittenbäume
- Kirschbäume
- Pflaumenbäume etc.



2. Werkzeug, Materialien und Zubehör

Auch in diesem Segment legen Konsumentinnen und Konsumenten **zunehmend Wert auf nachhaltige Produktion und – wenn möglich – auf europäische Herkunft**. Besonders bei Holzprodukten spielt die transparente Rückverfolgbarkeit der Herkunft eine wichtige Rolle.

Denken Sie daran: Hochbeete und Gewächshäuser sollten idealerweise als Musteraufbauten vor Ort präsentiert werden. Das erfordert ausreichend Platz, zahlt jedoch deutlich auf die Kaufentscheidung ein.

- Frühbeete und Gewächshäuser
- Erde und Dünger sowie Mulchsubstrate
- Folien, Jute und andere Abdeckmaterialien
- Kleinwerkzeug und evtl. Leihmaschinen
- Binde- und anderes Kleinmaterial
- Anzuchtmaterialien



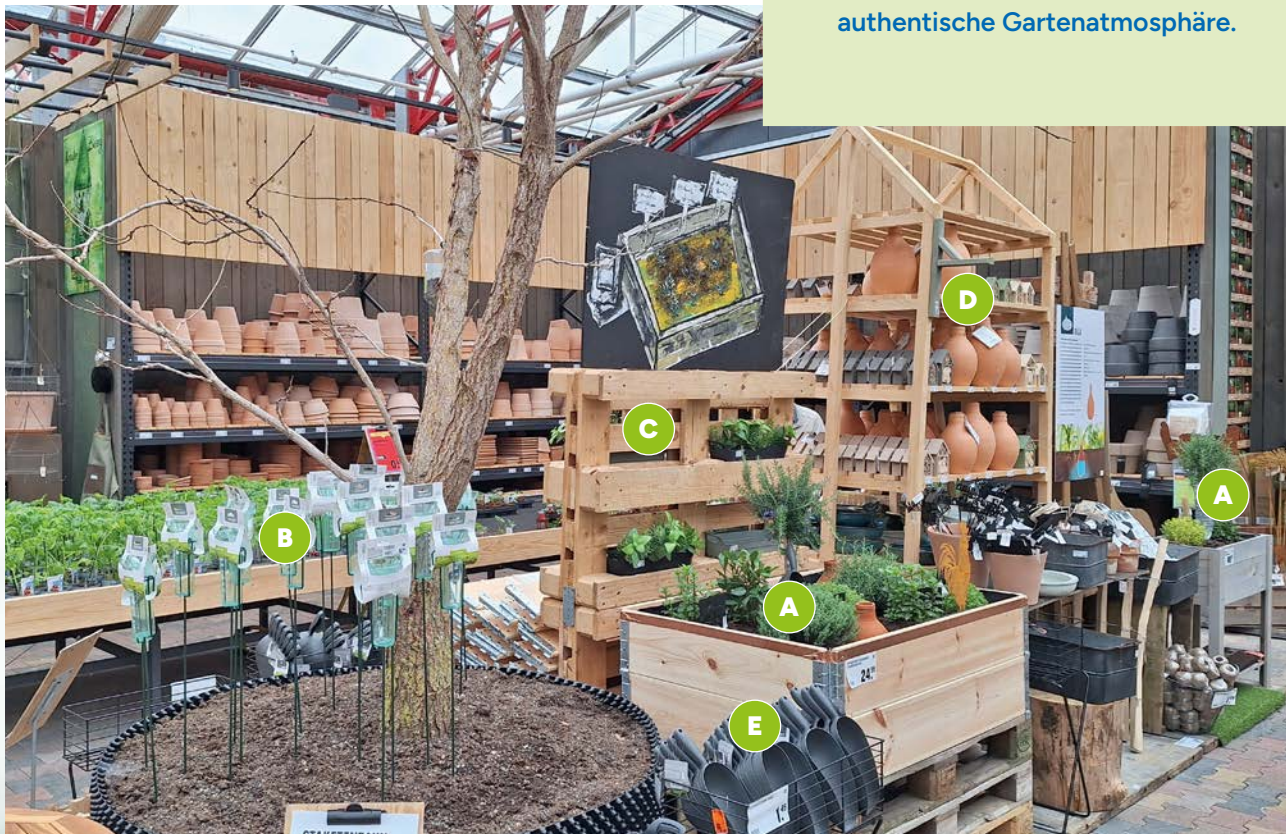
Die Abteilung

Saisonale Schwankungen

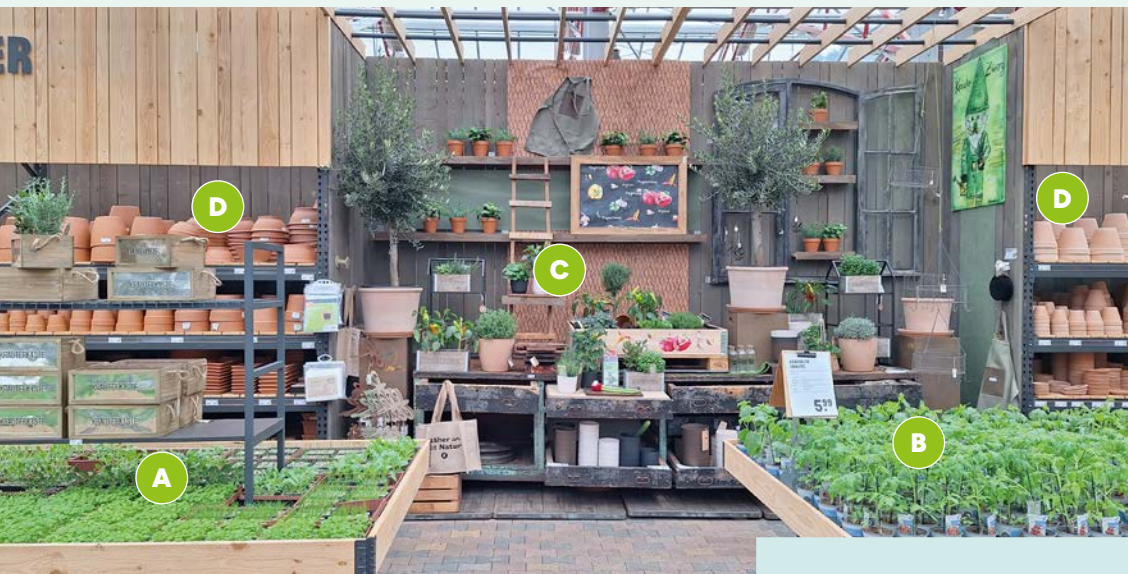
Da diese Abteilung saisonal bedingt starken Schwankungen unterliegt, sollte dies bei der Planung unbedingt berücksichtigt werden. **Inspirationsflächen sind idealerweise zentral zu platzieren**, während Randbereiche mit mobilen Elementen wie Pflanztischen, flexiblen Regalen oder Podestaufbauten für Hartwaren ausgestattet werden. Sie lassen sich bei Bedarf leicht zurückbauen und bieten so maximale Flexibilität in ruhigeren Phasen.

- A** Muster Hochbeet Bepflanzung
- B** Regenmesser-Zubehör
- C** Handgemalte Erklärung des Hochbeetes inkl. der Bepflanzung
- D** Selbstbewässerungssystem
- E** Handschaufeln für Erde

Der große Klimabaum sorgt für mehr Höhe auf der Verkaufsfläche und schafft eine authentische Gartenatmosphäre.



Die Abteilung



- A** Gemüsesetzlinge
- B** Veredelte Tomaten
- C** Inspirationsfläche für das eigene Zuhause
- D** Verschiedene Tontöpfe, sortiert nach Sorte

Die Inspirationsfläche lockert die eher monotonen Gefäßregale auf und liefert auf kleinem Raum zahlreiche Anregungen für die Gestaltung zu Hause.



Achten Sie bei der Sortenpräsentation auf eine **klare Differenzierung** – etwa durch abwechselnde Blattformen, um Verwechslungen zu vermeiden, insbesondere bei ähnlichen Kräutern wie verschiedenen Minzsorten. **Eine gut sichtbare Beschilderung pro Sorte ist essenziell:** Sie sollte neben Wuchsform und Pflegeansprüchen auch praktische Nutzungshinweise enthalten.



Tipp: Pflanzenpflege im Blick – Fokus Gießen!

Berücksichtigen Sie **bei der Flächenplanung unbedingt den Pflegeaufwand** – auch bei Aktionsware auf CC-Containern. Wo befindet sich der nächste Wasseranschluss? Wie ist die Bodenneigung im Gewächshaus, damit überschüssiges Wasser abfließen kann?

Gerade im Frühjahr steigen die Temperaturen im Gewächshaus schnell auf über 30 °C – junge Pflanzen benötigen dann besonders viel Wasser. Da das Gießen meist außerhalb der Öffnungszeiten erfolgen muss, sollte der Ablauf so geplant sein, dass die Kundschaft möglichst

wenig gestört wird. Offen liegende Schläuche, die quer über die Wege verlaufen, stellen nicht nur ein Sicherheitsrisiko dar – sie trüben auch das Einkaufserlebnis. **Deshalb gilt: Während der Ladenzeiten gehören Gießschläuche nicht in die Kundenwege.**

Eine ansprechende Präsentation spiegelt sich direkt im durchschnittlichen Einkaufswert der Kundinnen und Kunden wider.

Übersichtliche Tabellen mit Mischkultur-Empfehlungen bieten auf einen Blick wertvolle Kombinationstipps. Ideal auch dann, wenn kein Mitarbeitender zur Beratung verfügbar ist oder der direkte Austausch nicht gewünscht wird.



Es lohnt sich, ergänzende Sämereien in unmittelbarer Nähe der Setzlinge zu platzieren. So können beispielsweise Radieschen, Karotten oder Pflücksalate direkt mitgenommen werden – ebenso wie Steckzwiebeln. Häufig befinden sich diese Produkte in einem anderen Bereich des Gartencenters, wodurch wertvolles Zusatzpotenzial ungenutzt bleibt.

Neben den Setzlingen finden sich hier in einer praktischen Doppelpplatzierung passende Sämereien für die gleichzeitige Aussaat. Ergänzt wird das Angebot durch verschiedene Folien zur Unkrautunterdrückung oder zum Frostschutz sowie durch mechanische und biologische Pflanzenschutzmittel.

Wie lässt sich das nötige Fachwissen effektiv weitergeben?

Dafür bieten sich verschiedene Ansätze an:



Persönliche Beratung vor Ort:

Werden Setzlinge nicht nur in 6er- oder 12er-Schalen angeboten, sondern auch einzeln verkauft, entsteht automatisch ein direkter Kundenkontakt. Dieser bietet die ideale Gelegenheit, fundiertes Wissen weiterzugeben und gezielte Zusatzverkäufe zu erzielen. Voraussetzung dafür sind jedoch qualifizierte Fachkräfte auf der Fläche.

Die Abteilung

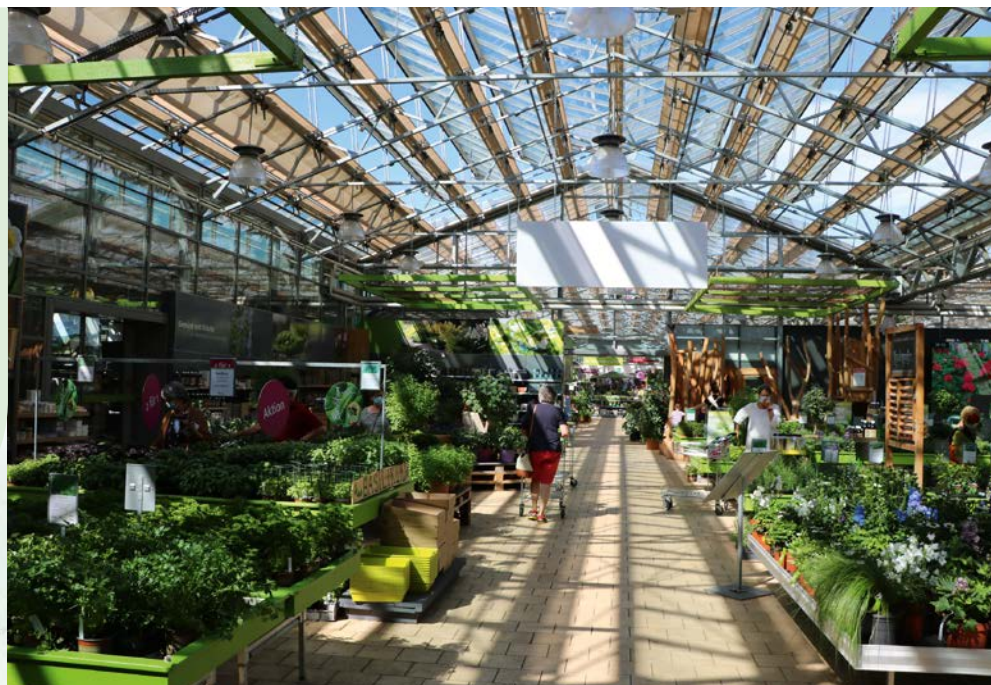


Fachliteratur und digitale Informationsangebote:

Ob in gedruckter Form oder online – gut aufbereitete Inhalte bieten Kundinnen und Kunden wertvolles Wissen rund ums Gärtnern.

Workshops und Events im Gartencenter:

Veranstaltungen vor Ort laden zum Mitmachen ein. So lassen sich beispielsweise gemeinsam Hochbeete bauen und bepflanzen.



Die Abteilung



- A** Hochbeet mit Foliendach
- B** Niedrige Beeteinfassung
- C** Arbeitstisch mit diverser Zubehör
- D** Wurmkomposter zur Integration ins Beet
- E** Obstbäume und Beerensträucher
- F** Bewässerungssystem
- G** Echter Rollrasen sorgt sofort für Gartenatmosphäre – darunter wasserdichte Folie und speichernde Filzmatte



In die Beete wurden Metallstäbe integriert, um sowohl Dekokränze als auch Nützlingshilfen wirkungsvoll zu präsentieren.

- A** Umgedrehte, mit Stroh gefüllte Tongefäße zur Ansiedlung von Nützlingen
- B** An den Kränzen angebrachte Verpackungen der Nützlinge für bessere Sichtbarkeit
- C** Obstbäume mit auffälligen Markenetiketten zur besseren Wahrnehmung
- D** Unterpflanzung mit Tomaten, Paprika und verschiedenen Kräutern



Rezepte bieten Kundinnen und Kunden einen echten Mehrwert zur Nutzung verschiedener Kräuter – ob digital über Website und Social Media oder klassisch in gedruckter Form.

Das Sortenschild informiert über Standortansprüche, Wuchsform und Erntezeit der Zucchini. Ergänzt wird es durch ein flexibel einsetzbares Warnschild, das bei kühler Witterung auf mögliche Pflanzrisiken hinweist – und je nach Bedarf auf- oder abgesteckt werden kann.



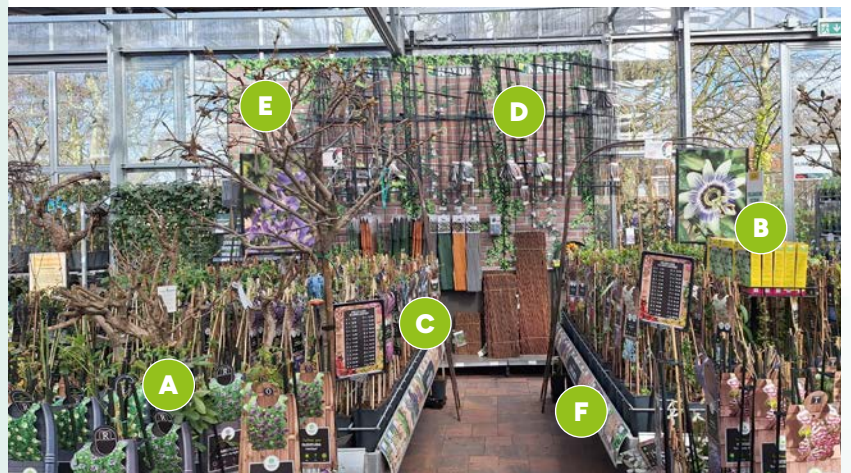
Die Abteilung



Die beiden Aufsteller machen auf die Bioqualität der Kräuter aufmerksam – unterstützt durch das prominent platzierte Insektenhotel als zusätzliches visuelles Signal für Nachhaltigkeit.

Obst- und Beerensträucher

- A** Beerensträucher
- B** Dünger
- C** Preisschild nach Code
- D** Spaliere und Pfähle
- E** Solitär Obstbäume für Höhe in der Abteilung
- F** Farbige Sortimentsschilder am Tischrand



Weitere Inspirationen?

Das erste Whitepaper haben wir zum Thema „Weihnachtsgestaltung am POS – Tipps und Best Cases“ veröffentlicht. Darin zeigen wir anhand übertragbarer Empfehlungen und Best Cases, wie Sie Ihre Verkaufsfläche in dieser wichtigen Absatz-Phase erfolgreich inszenieren – auch abseits der Saison.

Entdecken Sie auch live auf der spoga+gafa (22. – 24. 06. 2026) die neuesten Trends und Themen sowie zukunftsweisende Konzepte für den POS.

Mehr über die Autoren und weiterführende Informationen finden Sie unter www.spogagafa.de.

Sie haben Fragen oder eigene Best Cases?

Vertaggen Sie uns bei Ihrem passenden Posting oder schreiben Sie uns eine Nachricht in den Social-Media-Kanälen. So können wir uns austauschen und gemeinsam stärken wir die Grüne Branche. Denn nur wenn die Kundschaft den Handel als echten Mehrwert erlebt, lassen sich langfristig Erfolge sichern.



Weitere Inspirationen?

Stimmen aus dem Markt

Rückblick: Was aktive Teilnehmer an den Green Solution Islands berichten können.



edelman®
since 1898

„Herzlichen Dank für die inspirierende Einbindung unserer Marke MICA auf der spoga+gafa. Es ist immer wieder interessant, wie aktuelle Themen auf die Fläche transportiert werden. Im Jahr 2024 hat uns das Thema der Nachhaltigkeit sehr stark verbunden, weil dieses auch bei Edelman in der DNA verankert ist, was man unter anderem auch an unserer Zertifizierung durch B-CORP sehen kann.“

Die POS-Inseln bieten der Grünen Branche wertvolle Anregungen und Impulse und geben uns die Möglichkeit, uns mit bestehenden Handelspartnerinnen und -partnern auszutauschen oder neue Kontakte zu knüpfen. Ich freue mich auf zukünftige Veranstaltungen und bin überzeugt, dass wir noch viele neue Ideen sehen werden.“

Michael Bollmann

Sales Area Manager DACH



„Der Besuch der POS Green Solution Islands ist für uns zu einer jährlichen Tradition geworden – und zu einem echten Highlight der Messe. Wir entdecken dort immer wieder neue, inspirierende Ideen, die aktuelle Branchentrends aufgreifen. Besonders schätzen wir den starken Fokus auf Nachhaltigkeit, der hervorragend zu unseren Werten passt und die Weiterentwicklung unserer Arbeit in der grünen Branche unterstützt.“

Silvano Girelli

Direzione Gruppo Flover



„Jährlich besuchen wir während der spoga+gafa, trotz des Zeitdrucks, immer gerne die POS-Inseln. Wir informieren uns gerne über neue Trends und lassen uns überraschen von inspirierenden Präsentationen. Es ist eine gute Gelegenheit, mit dem Merchandise-Team zu diskutieren, was wir für gut halten, was bei uns umsetzbar ist und welche Richtung wir gemeinsam einschlagen möchten. Immer nehmen wir ein paar Ideen von hier mit. Diesem Frühling haben wir z. B. das Thema „Essbare Garten“, Selbstversorger, und Nachhaltigkeit noch mehr Priorität gegeben, was bereits mit auffälligen Präsentationen in unser Eingangsbereich anfängt.“

Bart Kuipers

Managing Director Gartenwelt Emsbüren GmbH

Unser Service für Ihre Kundschaft

Diese kleine Checkliste können Sie für Ihre Kunden am POS ausdrucken oder Digital verfügbar machen, damit der Kunde animiert wird, sich mit den Besonderheiten

vertraut zu machen und zugehörige Pflanzen sowie Equipment direkt bei Ihnen zu kaufen. Freundliche Bereitstellung durch **meine-ernte.de**

Naschgarten auf dem Balkon – Große Ernte auf kleinem Raum

Deine Checkliste für den Start

1. Was kann ich anbauen?

Kräuter: Basilikum, Minze, Oregano, Zitronenmelisse, Rosmarin, Petersilie, Thymian, Sauerampfer, Schnittlauch, Spitzwegerich – Werten deinen Speiseplan das ganze Jahr über auf und enthalten extra viele Nährstoffe.

Gemüse: Chili, Buschtomaten, Snackpaprika, Radieschen, Salate, Erbsen, Bohnen, Mangold, Zucchini, Zwiebeln, Möhren, Kartoffeln, Kürbisse, Minigurken.

Obst: Erdbeeren (auch hängend), Sträucher von Himbeeren, Johannisbeeren, Brombeeren oder Blaubeeren sowie Säulenobst wie Apfel- oder Birnenbäume – gedeihen wunderbar auch auf dem Balkon in Gefäßen.

Tipp: Nutze die Höhe: Hängende Sorten wie Erdbeeren oder Kräuter in Ampeln sparen Platz und sorgen für optische Highlights.

2. Die richtigen Gefäße

Nicht jedes Gemüse braucht gleich viel Platz – hier ein Überblick über geeignete Gefäße und ihre Anwendung.

Gefäßarten & Volumenempfehlungen

Gefäßtyp	Geeignet für	Volumen-Empfehlung pro Pflanze
Balkonkasten	Pflücksalat, Radieschen, Kräuter, Mangold, Spinat	5–10 Liter
Pflanztopf	Tomaten, Paprika, Minigurken, Erdbeeren, Zucchini, Gurken, Kürbisse, Buschbohnen, Beerensträucher, kleinwüchsige Möhren	10–20 Liter
Hochbeete (Balkonformat)	Pflücksalat, Spinat, Möhren, Radieschen, Kräuter, verschiedene Snackgemüse, Zucchini, Kürbisse	mind. 40–80 Liter Gesamtvolumen

Gefäßtyp	Geeignet für	Volumen-Empfehlung pro Pflanze
Pflanztaschen / -säcke	Kartoffeln, Tomaten, verschiedene Kräuter, Salate	15–40 Liter
Hängeampel	Erdbeeren, Kräuter, rankende Mini-Tomaten	3–7 Liter
Vertikale Pflanzsysteme	Kräutern, Salaten, Snackgemüse	3–5 Liter

Hinweis zu Hochbeeten auf dem Balkon:

- Achte auf standfeste Modelle mit Wasserspeicher oder Auslauf.
- Balkonhochbeete sind meist 80–100 cm hoch – rückschonend und platzsparend.
- Berücksichtige, dass Hochbeete schwer sind.
- Tipp: Verwende eine leichte Substratmischung (z. B. Kokosfaser + Kompost + Erde), um das Gewicht zu reduzieren.

3. Standort: Sonne oder Schatten?

Ein sonniger Balkon (ca. 6 Stunde oder mehr Sonne am Tag) ist ideal für Tomaten, Paprika, Zucchini, Gurken, Erdbeeren.

Im Halbschatten wachsen (ca. 3 bis 6 Stunden Sonne): Kräuter wie Minze, Petersilie, Schnittlauch sowie Salate, Mangold, Radieschen, Kartoffeln, Bohnen.

Im Schatten (unter 3 Stunden Sonne) kannst du verschiedene Pilze, Asiasalat, Feldsalat, Spinat, oder Petersilie anbauen.

4. Die Grundausstattung

Mit dieser Basisausrüstung gelingt der Start in die Selbstversorgung auch auf kleinem Raum:

- Pflanzgefäße: Balkonkästen, Töpfe, Kübel oder Pflanztaschen (mit Abzugslöchern)
- Erde: Nährstoffreich, torffrei,
- Samen oder Jungpflanzen: Am besten samenfest & für Topfkultur geeignet
- Kleine Gießkanne: Für sanftes Bewässern
- Flüssigdünger (bio/organisch): Für die regelmäßige Nährstoffversorgung
- Handschaufel & Gartenhandschuhe: Für einfaches Umtopfen und Pflegen
- Rankhilfen (optional): Für Tomaten, Gurken oder Erbsen
- Untersetzer oder Wasserauffangschalen: Für Balkonkästen & Töpfe, damit kein Wasser herunterläuft

5. Extra-Tipps für die Ernte

Gießen: Da deine Kulturen nicht tief wurzeln können, ist es wichtig sie regelmäßig zu gießen. Gieße am besten morgens oder abends, damit die Verdunstung gering ist. Achte darauf, dass sich in den Gefäßen keine Staunässe bilden kann und überschüssiges Wasser abfließt.

Die richtige Erde: Nutze hochwertige torffreie Pflanzerde. Diese enthält Nährstoffe, die optimales Wachstum begünstigen.

Pflanzenwahl: Beginne dein Naschgarten-Abenteuer mit einfachen Kulturen, wie Salat, Radieschen, Kräutern oder Erdbeeren.

Nutze die Höhe: Nutze Ranknetze oder Hängeampeln, um Platz zu sparen.

Tipp: Für weitere Inspiration und detaillierte Anleitungen besuche www.meine-ernte.de

meine ernte – Selbstversorgung leicht gemacht

Seit über 15 Jahren unterstützt **meine ernte** Menschen dabei, ihren Traum von Selbstversorgung zu verwirklichen – einfach, nachhaltig und für jeden machbar. Ob mit Mietgärten in über 25

Städten oder mit cleveren Produkten für Balkon, Garten und Fensterbank: Mit **meine ernte** gelingt das Selbstversorger-Projekt – ganz ohne Vorkenntnisse und das ganze Jahr über.



Über die Verfasser

Die langjährige Zusammenarbeit von Oliver Mathys und spoga+gafa zeigt, wie durch starke Kooperationen innovative Lösungen für den grünen Handel entstehen. Entdecken Sie nicht nur in unserem Whitepaper, sondern auch live auf der spoga+gafa (22.–24.06.2026) kreative und praxisnahe Ideen für den POS.

Mehr über die Autoren und weiterführende Informationen finden Sie unter www.spogagafa.de



Oliver Mathys

Als erfahrener Marktkenner der internationalen Grünen Branche und leidenschaftlicher Pflanzenliebhaber setzt er aktuelle Trends und den Zeitgeist der Konsumenten gezielt in allen Absatzkanälen um. Dabei verbindet er Anbieter, Produzenten und Verkaufsflächen in ganz Europa, um maßgeschneiderte Konzepte für Pflanzen und Blumen zu entwickeln.

spoga+gafa

Die spoga+gafa ist die weltweit führende Fachmesse für Gartenlifestyle und BBQ. Als internationale Fachmesse am Standort Köln setzt sie Impulse für die ganze Welt des Gartens. Hier bespricht die Garten-, BBQ- und Outdoor-Branche Sortimente und Trends der kommenden Saison und präsentiert Lösungen für aktuelle und zukünftige Herausforderungen. Der Fokus der spoga+gafa liegt auf Trends und Innovationen aus den Bereichen BBQ, Creation&Care, Living sowie Outdoor Adventure.



