

# Einsatz von Internetseiten im Baumschulbereich

GABRIELE KÜHHORN, FREISING

## **Abstract**

*Eine Gegenüberstellung von zwei Befragungen von Baumschulen und den Geschäftskunden eines Baumschulgroßhandels zeigen einerseits die Ansprüche und andererseits die Entwicklung von Internetseiten in deutschen Baumschulen. Anbieter sehen Investitionen ins Internet als positiv und rentabel. Nicht alle Anbieter haben Befürchtungen, daß das Internet die Konkurrenz verschärfte und nicht alle halten das Internet für das wichtigste Kontaktmittel zum Kunden..*

## **1 Einführung**

Im Gegensatz zu anderen Branchen ist der Handel über Internet im Gartenbaubereich noch wenig verbreitet. Erst vor kurzem bildeten sich im Baumschulbereich erste Handelsplattformen für Gehölze. Die Erfahrungen mit dem Medium Internet sind sowohl auf Anbieterseite als auch auf Abnehmerseite noch gering. Umso interessanter ist es, wie Angebot und Nachfrage in diesem Medium zusammenkommen können.

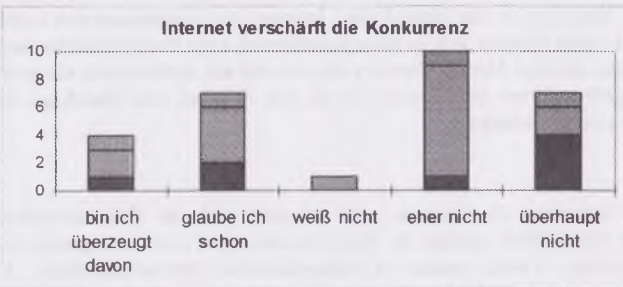
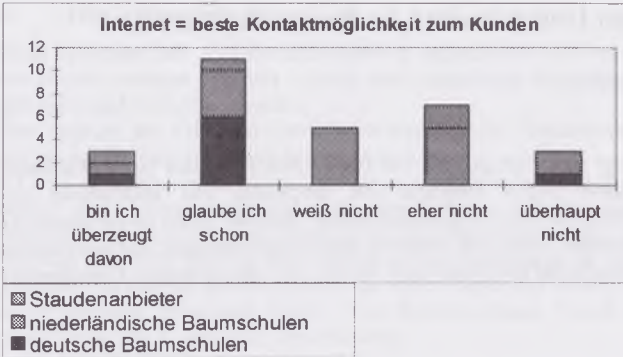
## **2 Anbieter**

30 Aussteller aus den Bereichen Baumschule und Stauden auf der Internationalen Pflanzenbaumesse IPM in Essen 2000 wurden zu ihren Einstellungen und ihren geplanten Aktivitäten im Internet befragt. Davon waren 18 niederländische Baumschulbetriebe, 8 deutsche Baumschulbetriebe und 4 deutsche Staudenproduzenten. Zwei von drei der befragten Anbieter hatte im Februar 2000 eine eigene Internetseite. Alle befragten Anbieter wollen in 2000 ihren Online-Auftritt erweitern.

Mailinglisten waren für die meisten der Befragten Anbieter das erste Erweiterungsmittel: 8 niederländische Baumschulen, 1 deutsche Baumschule und 2 deutsche Staudenlieferanten wollten dieses Medium der Kundeninformation 2000 einführen. 7 Anbieter wollten einen eigenen Online-Shop im Internet eröffnen und das Internet zu Verkaufszwecken nutzen, darunter 5 niederländische und 2 deutsche Baumschulen. 6 der befragten Anbieter wollen ihre Seitenstruktur deutlicher machen und Sitemaps einführen.

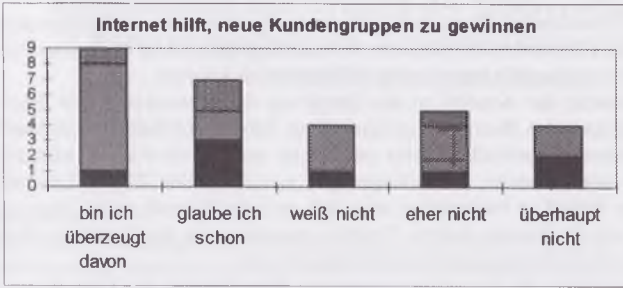
Der überwiegende Teil der Befragten (9 niederländische Baumschulen, 5 deutsche Baumschulen, 2 Staudenanbieter) sieht im Internet sowohl Kommunikations- als auch Vertriebsmittel. Durchwegs positiv äußerten sich die Befragten Unternehmen zur Zukunft des Internet. Über die Hälfte der Betriebe (17 Betriebe) war überzeugt, daß Internet das Medium der Zukunft ist, die Aussage „Internet ist nur eine schöne Spielerei, nicht mehr“ lehnte daher auch die Mehrheit (21 Betriebe) ab.

Deutlich belegt wurde auch die Stellung des Internet als wichtige Informationsquelle: 14 der niederländischen und 3 der deutschen Baumschulen sowie alle 4 Staudenanbieter sind überzeugt davon, daß das Internet eine wichtige Informationsquelle ist.



Während die Anbieter geteilter Meinung sind, ob Internet die beste Möglichkeit für Kundenkontakte in Zukunft ist und die Konkurrenz verschärft, halten die befragten Anbieter das Internet als lukrative Anlage und als gutes Hilfsmittel, um neue Kundengruppen zu erreichen.

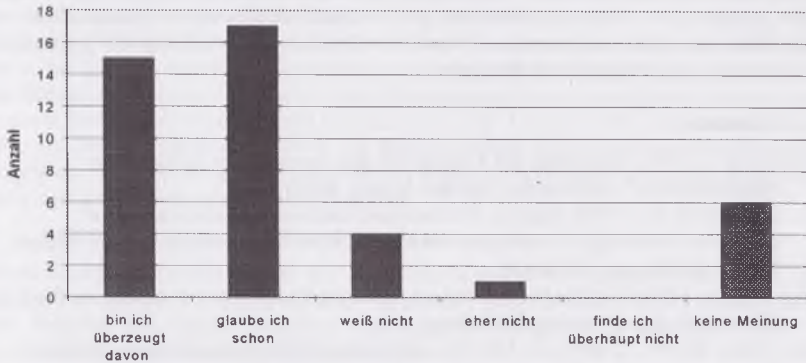




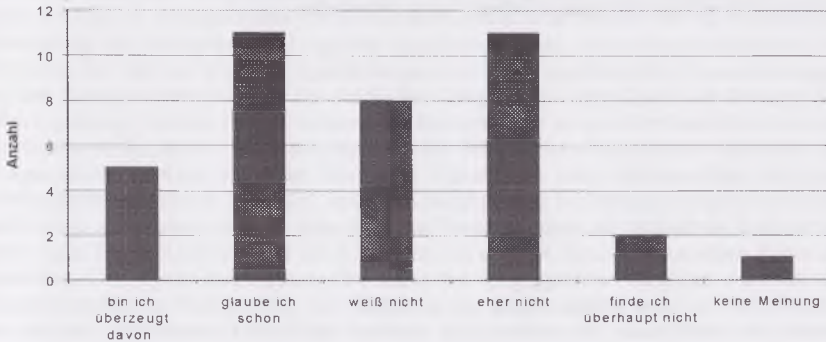
### 3 Kunden

Parallel zur Befragung der Anbieter wurden 150 Kunden eines Baumschulgroßhandels zu ihren Wünschen im Bereich Internet befragt. Zur Auswertung kamen 43 Fragebögen, da nur 28% der Kunden über einen eigenen Internetanschluß verfügen, 20 davon nutzen ihren Internetzugang täglich oder mehrmals die Woche. 32 von 43 Kunden sehen im Internet das Medium der Zukunft im Einkauf an.

**Internet ist das Medium der Zukunft im Einkauf**



**Internet ist in Zukunft die beste Kontaktmöglichkeit zu meinen Lieferanten**



Für Internet als die beste Kontaktmöglichkeit zum Lieferanten sprachen sich 16 Kunden aus für 13 von 43 Kunden ist das Internet nicht die beste Kontaktmöglichkeit zum Lieferanten in Zukunft. Als wichtige Informationsquelle betrachteten 36 Kunden das Internet.

Zusätzlich wurden die Wünsche der Kunden an die Gestaltung der Webseiten erfaßt. Hier zeigte sich, daß Websites einen guten Beitrag zu umfassenderer Information bieten, Infos über aktuelle Preise und Sortimente, regelmäßige Infos per e-mail wollten 30 von 43 Kunden unbedingt oder gern auf einer Website, Bestellungen per e-mail wollten 27 Kunden im Baumschulhandel. Weiterer Bedarf an Information zeigt sich auch am Wunsch nach Links zu anderen Gartenbauseiten, den 26 Kunden hatten. Deutlich sprachen sich die Kunden in der Befragung für ein direktes internetshopping auch mit Kreditkarte aus.

Schlechte Noten hingegen erhielten die Unterhaltungselemente einer Website wie Chat-Raum, Diskussionsforen und Gewinnspiel. Nur 4 bzw. 5 der befragten 43 Kunden wollte diese Elemente gerne nutzen.

#### **4      Schluß**

Bei einem ausgewählten Kundenkreis im Baumschulbereich bestehen gute Möglichkeiten, Internet als Informations- und Vertriebsmedium einzusetzen. Dies wird sowohl auf Anbieter- als auch auf Nachfragerseite so gesehen. Die Anforderungen an entsprechende Internetseiten sind: umfassende und übersichtlich gestaltete Webauftritte ohne zusätzliche Unterhaltungselemente. Wenn die Verwendung von Internetseiten den betrieblichen Ablauf straffen können, z.B. rascheres Abwickeln des Einkaufs, dann werden Internetseiten von beiden Seiten aus gerne angenommen. Neben dem Internet wird weiterhin der persönliche Kontakt zum Kunden eine große Rolle spielen.

#### **7      Literatur**

- BERRES, ANITA (1997): Marketing und Vertrieb mit dem Internet : ein Leitfaden für mittelständische Unternehmen, Springer-Verlag, Berlin [u.a.]
- BECK, A ; KÖPPEN, R. (1998): Internet in kleinen und mittleren Unternehmen : eine empirische Erhebung zu Problemen und Erwartungen im Handwerk, Inst. für Technik der Betriebsführung, Karlsruhe
- HAASIS, KLAUS (1999): Digitale Wertschöpfung : Multimedia und Internet als Chance für den Mittelstand, dpunkt-Verlag, Heidelberg
- PIETZKE, INGO; BAUER, CHRISTIAN ; MÜLLER, MICHAEL (1998): Unternehmen im Internet: Web-Seiten gestalten, Oldenbourg-Verlag München [u.a.]
- SEIMERT, WINFRIED, (1998): Unternehmer ins Netz! Wie kleine und mittlere Unternehmen das Internet erfolgreich nutzen können, Gabler-Verlag, Wiesbaden