iwill.rsm.nl

Landgard

Lüllingen dreht seit 20 Jahren

Am 31. März 1990 drehte sich in Lüllingen am Niederrhein erstmals eine Versteigerungsuhr für Topfpflanzen – das wurde am Stichtag 2010 ausgiebig gefeiert. Damals begann man mit durchschnittlich 800 dänischen Containern pro Versteigerungstag, heute sind es an Spitzentagen fast 13.000 dänische Container. Damals wie heute handelt es sich in erster Linie um Beet- und Balkonpflanzen, Zimmerpflanzen und Moorbeetpflanzen. 2009 lag der Jahresumsatz der Topfpflanzenversteigerung bei 143 Millionen Euro. Im Sommer 2010 wird der letzte Versteigerungstag in Lüllingen stattfinden, da im wenige Kilometer entfernten Herongen ein Joint Venture mit der Landgard Versteigerung Herongen und der FloraHolland Versteigerung entsteht.

PetExpo

Messe in Rumänien

Die einzige Heimtier-orientierte Messe in Rumänien wird vom 18. bis 20. Juni in der Polivalent Halle in Bukarest stattfinden. Der Heimtiermarkt ist einer der wenigen in Rumänien mit positiver Entwicklung. Schwerpunkt der 70 Aussteller, darunter zehn internationale, ist der B2B-Markt. Erwartet werden rund 10.000 Besucher. www.petexpo.ro

Toom BauM

Umsat in 200

Toom B: Jahr 2009 r satz von 2 und einem Prozent ab markt über band Deutscher Heimwerker- Bau- und Gartenfachmärkte e.V. (BHB) ermittelten Branchendurchschnitt. Für 2010 sind Investitionen von 32,8 Millionen Euro für u.a. Umbauten eingeplant. Die Bereiche Ambiente, Tapeten, Farben und Bodenbeläge werden ebenfalls überarbeitet. Ab dem 26. März 2010 werden die toom Baumärkte deutschlandweit (außer in Bayern) freitags bis 22 Uhr öffnen.

konnte. Der Konzern sieht aber optimistisch ins laufende Jahr 2010, denn Prozesse, Strukturen und Managementkonzeptionen wurden analysiert und optimiert. Die Finanzen seien solide und das Logistiknetzwerk werde weiter ausgebaut. Das Familienunternehmen Dachser gründete im vergangenen Jahr die Dachser Academy in Köln, um Mitarbeiter gezielt aus- und weiterzubilden.

Namen & Nachrichten

Else Kientzler

86 Jahre alt wurde **Else Kientzler**, die maßgeblich die Entwicklung der Firma Kientzler geprägt hat. Nach dem frühen Tod ihres Manns führte sie den Betrieb nicht nur weiter, sondern baute ihn zu einem der großen deutschen Jungpflanzenunternehmen aus.

Der Produzent von Düngemitteln, gpi Partners international GmbH & Co. KG, verstärkt seinen Vertrieb. **Bernd Frey** übernimmt in seiner Funktion als neuer Vertriebsleiter die key account Betreuung der großen Handelskunden und des Großhandels.

Ab 1. Mai 2010 ist **Marc Moerkerken** Managing Direktor Operations beim niederländischen Pflanzenzüchter Fides. Gemeinsam mit Präsident **Harry Kloppenburg** wird er den Vorstand bilden. Moerkerken übernimmt die Aufgaben von **Jan Sonneveld**, der Ende 2010 das Unternehmen verlassen wird.

Marc Moerkerken

Ende März verstarb mit 86 Jahren **Albertine Weber**. Sie legte mit ihrem Mann vor fast 53 Jahren in ihrer Heimatstadt Rain am Lech den Grundstein für das Unternehmen Dehner, das inzwischen mehr als 1000 Gartencenter betreibt.

Herbert Wisser

Herbert Wisser leitet beim Holzschutzhersteller Dyrup die im November 2010 neue geschaffene Abteilung Trade Marketing. Sie ist als Schnittstelle zwischen Marketing und Vertrieb für die Marken Bondex und Gori angelegt mit dem Ziel, den Handel gezielt zu unterstützen.

Seit 1. Februar 2009 ist **Jürgen Scharringhausen** als Regionaler Verkaufsleiter (RVL) der ZEUS Zentrale für Einkauf und Service GmbH & Co. KG, Soltau, ausschließlich für die Floraland Garten-Fachmarkt-Center (GFC) und die Mr. Gardener Holz im Garten-Fachmärkte bundesweit zuständig. Nach inzwischen bestätigten Informationen verlässt Scharringhausen das Unternehmen zum 30. Juni dieses Jahres.

Studie

Öko fürs Image

Eine neue Studie zeigt, dass Menschen für Ökoprodukte auf Luxus verzichten, wenn ihr Image auf dem Spiel steht. In Zusammenarbeit mit Bram van Bergh von der Rotterdam School of Management, Erasmus University ergab die Studie, dass Fairhandelskaffee und Hybridautos für viele Menschen lediglich Statussymbole sind und der Imageaufbesserung dienen. Wer also den Markt der Ökoprodukte erobern will, muss erreichen, dass seine Produkte in der Öffentlichkeit sichtbar verwendet werden. Wenn Menschen andere sehen, die Gutes tun, kommt es sowohl ihnen als auch der Umwelt zugute. Privat hingegen sind Luxus und Bequemlichkeit immer noch die Gewinner. Die Studie namens „Going to Be Seen" ist auf Anfrage erhältlich: www.rsm.nl