

# Die rosigen Zeiten sind vorbei

**I**ch denke, die Gartencenter machen sich viel zu wenig Gedanken, wie wir in zehn Jahren einkaufen werden. Anstatt nur darüber zu diskutieren, ob größere Einkaufswagen angeschafft werden, damit der Durchschnittsbonus sich erhöht, sollte man auch über den Tellerrand schauen.

In den USA kann ich schon heute in Showroom-Geschäfte gehen, die Ware an- oder ausprobieren und dann per Smartphone kaufen. Anschließend fahre ich nach Hause, und wenn ich dort eintreffe, kommt mein Einkauf auch an – und wird im Falle einer Gartenpflanze vielleicht gleich noch eingebuddelt.

Eine kleine Zahl an spezialisierten Geschäften wird überleben. Sie werden eine Nische besetzen und die Möglichkeiten der modernen Technologie nutzen. Und sie werden besondere Ware anbieten, mit der sich die Kunden absetzen können. Denn der Wunsch nach Individualität nimmt immer mehr zu.

Die Veränderungen abzutun nach dem Motto „Das trifft mich nicht“, ist fatal. Der E-Commerce wird auch in der Gartenbranche schnell zunehmen und das Kaufverhalten der Kunden weiter rapide ändern. Dass die Gartenbranche bei der Entwicklung nicht gerade Vorreiter ist, lässt sich als Chance nutzen. Wer sich branchenübergreifend umschaute und studiert, was beispielsweise in der Autoindustrie oder im Lebensmitteleinzelhandel passiert, oder wer die Entwicklung des Gartenhandels in anderen Ländern verfolgt, bekommt eine Idee davon, was in Zukunft möglich ist. Dann sieht man, dass viele vermeintliche Spinnereien gar keine sind – sondern bereits umgesetzt werden.

