

# Gärtnerei des Jahres

## Gewinner: Grünes Zentrum Krottenbach – Baumschule Schopf GmbH (Nürnberg)

Seit über 50 Jahren wird im Grünen Zentrum Krottenbach, über drei Generationen hinweg, das Wissen und das Handwerk in der Grünen Branche weitergereicht. Das Unternehmen ist in der Region stark verankert und eine grüne Marke, wenn es um Pflanzen und Gartengestaltung geht. 1971 von Betty und Hermann Schopf gegründet, hat im Juli 2010 Christian Schopf das Unternehmen übernommen und leitet es seither mit seiner Frau Carola. „Zum Erfolg trägt maßgeblich unser Team von engagierten Mitarbeiter\*innen mit Kompetenz, Erfahrung und Leidenschaft bei“, sagt Christian Schopf. Die Erlebnisbaumschule und das Gartencenter – beide Bereiche sind wichtige Kernstücke des Grünen Zentrums Krottenbach. „Schopf hat Pflanzen und Ideen“, lautet das Motto, unter dem auf 15 Hektar Fläche Pflanzen kultiviert werden. Von der Konkurrenz setzt sich Grünes Zentrum Krottenbach durch ein vielfältiges Sortiment ab, das nicht nur durch reine Menge besticht, sondern den Kund\*innen eine reiche Auswahl für verschiedenste Standorte bietet. Dazu gehört auch eine Auswahl an Klimabäumen. So liegt ein Schwerpunkt auf Pflanzen, die mit dem Klimawandel umgehen können und die die Artenvielfalt stärken. Gleichzeitig stammen 40 Prozent des Sortiments aus eigener Produktion, sodass das Unternehmen auf Transportwege verzichten und gesunde, akklimatisierte Pflanzen verkaufen kann. Außerdem ist das Team von Christian Schopf das richtige für professionellen Landschaftsbau und Gartenplanung.

Die Erlebnisbaumschule ist für alle Generationen eine grüne Oase: Auf der Yoga-Wiese am Rande des Rhodo-Parks finden beliebte wöchentliche Kurse für Jung und Alt statt. Der Kinderspielplatz auf der Verkaufsfläche dient als Treffpunkt für Kinder, während die Eltern in Ruhe einkaufen. Der Keltenbaumkreis ist vor allem für junge Familien eine beliebte Entdeckungsreise und inspiriert zum Kauf des eigenen keltischen Geburtsbaumes. Im vor zwei Jahren eröffneten Café Flora treffen sich alle Generationen. Gartengespräche (Workshops und Seminare) im 14-täglichen Rhythmus und Live-Klaviermusik sind weitere wichtige konzeptionelle Leitplanken für die Zielgruppen übergreifende Ausrichtung. Im Herbst 2021 eröffnete das Ehepaar Schopf den Zukunftsgarten, womit vor allem moderne Enthusiasten angesprochen werden sollen, die ihren Garten mit klimafesten Sortimenten umgestalten möchten. Sie finden dort Ideen zum neuen Leben im Freien, zum Beispiel zum Thema Garten-Office, Dachbegrünung und Pool-Garten. Noch in diesem Jahr eröffnet der dritte Erlebnisgarten: Der Naturgarten wird eine Oase für alle, die das Ziel verfolgen, Freude an der Natur zu erleben.

### Die perfekte Inszenierung für alle Sinne macht die Baumschule zum Erlebnis

Die Erlebnisbaumschule hat sich mit ihrem umfangreichen Pflanzensortiment (Baumschule, Stauden, Mediterrane, Kräuter, Gemüse, saisonale Blumen) und den Geschäftsfeldern der kreativen Gartengestaltung ein Markenimage in Franken aufgebaut. „Wir haben unsere individuellen Gartenkonzepte entwickelt und arbeiten stetig daran, unsere Vision der Erlebnis-oase zu verwirklichen. Wer seinen eigenen Weg geht, kann nicht überholt werden. So lässt sich die Erlebnisbaumschule Schopf am besten beschreiben“, erklärt Christian Schopf seine Philosophie.

Die Erlebnisbaumschule ist in zehn Themengärten eingeteilt: Sonnengarten, Schattengarten, Immergrüner Garten, Heckengarten, Mediterraner Garten, Genussgarten, Wassergarten, Kräutergarten, Blumengarten und Formgarten. Jedem Themengarten ist eine Farbe zur Kennung zugewiesen. Zur Grundausstattung jedes Themengartens gehört eine Litfaßsäule mit Praxis-Informationen wie Pflanzung, Pflege, Sortimentstipps. Im Beauty-Haus werden passende Zusatzartikel angeboten. Diese Grundordnung der Verkaufsfläche ermöglicht den Kund\*innen eine bestmögliche Orientierung. Zur Orientierung innerhalb des Gehölzsortiments wurde eine A-Z-Ordnung geschaffen. Besonders edle Gehölze sind in eigenen Kollektionswelten inszeniert.

Kund\*innen erreicht das Team auf verschiedenen Kanälen. Neben großflächigen Plakaten im Raum Nürnberg werden themenbezogene Print-Newsletter versendet. Die Newsletter, wie etwa zum Thema „Kraft der Kräuter“, enthalten sowohl fachliche Informationen als auch Veranstaltungshinweise. Zu kleineren Veranstaltungen dienen Postkarten als direktes Kommunikationsmittel, so bleibt das Unternehmen auch bei langjährigen Kund\*innen im Gespräch. Über die Webseite können sich Kund\*innen zur Erlebnisbaumschule und dem Sortiment informieren sowie News und Aktionen finden. Über 4000 Kund\*innen haben eine Kundenkarte, dazu werden



Wir haben unsere individuellen Gartenkonzepte entwickelt und arbeiten stetig daran, unsere Vision der Erlebnis-oase zu verwirklichen.

persönliche Geburtstagskarten mit Gutscheinen versendet. Weitere Services sind individuelle Gartengestaltung und Gartenpflege, Mietservice für Pflanzen und Geräte, Lieferservice, Verkauf loser Erde ohne Verpackungsmüll (Schöpf dir deine Schopf-Erde), Rücknahme von Kunststofftöpfen und ein Kinderferienprogramm im August.

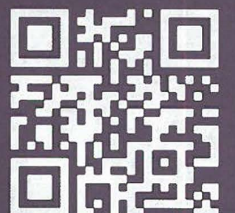
Neue Kund\*innen gewinnt das Unternehmen vorwiegend über mehrtägige Kulturveranstaltungen. Hierzu erstellt das Ehepaar Schopf gemeinsam mit regionalen Handwerker\*innen, Künstler\*innen, Vereinen und Landwirt\*innen ein gezielt vielfältiges Kultur- und Erlebnisprogramm in der Baumschule. An Thementagen wie dem 2-tägigen Kirschblütenfest wird das Publikum mit Kalligraphie- und Ikebana-Workshops, Sushi und japanischem Schwertkampf begeistert. „Erfahrungsgemäß zählen unsere Kulturtage zu den verkaufsstärksten Tagen im Jahr und sorgen für Neukund\*innen, die die Baumschule aufgrund dieser Veranstaltungen kennen lernen“, sagt Christian Schopf. In den vergangenen Jahren waren die erfolgreichsten Themenveranstaltungen zur Neukundengewinnung: „Kanada Reise“, „Pflück das Glück“, „Sommer Blüten Fashion Show“, „Baumfest“, „Sommer unter Palmen“ und „Herbstleuchten“. Fachvorträge und ein unterhaltungsreiches Programm zogen neue Kund\*innen an.

[gruenes-zentrum-schopf.de](http://gruenes-zentrum-schopf.de)

 Veiling Rhein-Maas

## Deutschlands einzige Blumen- und Pflanzenversteigerung

- Versteigerungssaal mit 8 LED-Uhren
- 4 Blumenuhren und 4 Pflanzenuhren
- 600 Kundenplätze vor Ort
- in Straelen-Herongen, direkt an der niederländischen Grenze
- Einkauf an der Uhr vor Ort und digital via Fernkauf
- zusätzliche digitale Ein- und Verkaufskanäle, wie z. B. Webshop und Uhrvorverkauf
- umfangreiches Sortiment
- 2.400 Anlieferer
- 1.250 Kunden
- jährlich 5 Mio. Transaktionen



Werden Sie jetzt Kunde oder Anlieferer!

[www.veilingrheinmaas.com](http://www.veilingrheinmaas.com)