

Gärtner Graf bloggt und hilft, die Kundenbindung digital zu stärken

An der IPM Essen 2023 traf dergartenbau auf einen inspirierenden Schweizer Unternehmer: Beat Graf. Der frühere Geschäftsführer und Mehrheitseigner der Stauden Frikarti AG präsentierte seine neue Geschäftsidee: Als Gärtner Graf bietet er einen Blog und Social-Media-Aktivitäten für Gartencenter an.

Text und Bild: Claudia-Regina Sigg, Redaktion

Man kennt ihn. Von 1998 bis 2020 war Beat Graf der Inhaber der Frikarti Stauden AG. An der IPM Essen traf man ihn jeweils am Stand der Stauden Ring GmbH, ein Verbund von Staudengärtnereien aus dem DACH-Raum, in dem Frikarti Stauden Partner ist. Nachdem Graf die renommierte Staudengärtnerei mit Sitz in Grüningen über zwei Jahrzehnte lang erfolgreich weiterentwickelt hatte, verkaufte er im Zuge der Nachfolgeregelung seine Mehrheitsbeteiligung an die Ernst Meier AG und legte die Geschäftsführung per Ende 2021 in neue Hände.

«Du musst eine Perspektive haben», habe ihm der Coach geraten, der die Betriebsübergabe begleitet hatte, erzählt Graf. Er sitzt einmal mehr am Stand von Stauden Ring, dieses Mal, um sein neues Unternehmen an der IPM Essen 2023 vorzustellen: die Gärtner Graf AG. «Einfach nur Golf spielen und eine ruhige Kugel schieben ist nicht mein Ding», räumt Graf lachend ein. «Ich habe Freude an Innovation und Neuem, das hat mich auch als Unternehmer ausgezeichnet», fügt er erklärend hinzu. «Und ich möchte mein Wissen und meine Erfahrungen teilen.» (Aus diesem Grund lancierte er vor Kurzem gemeinsam mit Maja Tobler die Masterclass «Gestalten mit Pflanzen», siehe dergartenbau 23/2022.)

Mehrwert für die Website

Nun kombiniert Graf sein Hobby, das Fotografieren von Pflanzen, Landschaften und Naturmotiven, mit seiner Passion fürs Gärtnern und seinem Gespür für die Branche. Er hat eine neue Ge-



An der IPM Essen stellte Beat Graf seinen neuen «Gärtner-Graf-Blog» vor.

schäftsmöglichkeit identifiziert und bietet Gartencentern Unterstützung im Bereich der digitalen Kommunikation an. Das Angebot umfasst einen abwechslungsreichen Blog, der in die Website integriert wird – den Gärtner-Graf-Blog. Dieser startet im März und wird, verteilt über das Jahr, 88 Beiträge umfassen. Im Vordergrund steht professionelle Wissensvermittlung mit originellem Touch. Pflanzenporträts kommen z. B. als Pflanzen-Tinder daher. Anleitungen werden mit einzigartigen Step-by-Step-Illustrationen veranschaulicht und die Rubrik «Feind.Bild» packt das Thema «Schädlinge und Krankheiten» erfrischend anders an. Hinzu kommen regelmässige Posts (zwei bis drei pro Woche) auf Instagram. Visuell ansprechender

Content sei wichtig, so Graf, «denn es gibt viel Bedarf an professionellem gärtnerischem Wissen.»

Nachfrage ist da

Hierzulande hat der agile Unternehmer bereits erste Kunden für sein Angebot gefunden. Es liegt auf der Hand, dass nur Abonnenten aus verschiedenen Gegenden infrage kommen – der Schweizer Markt ist entsprechend klein. Um das Geschäftsmodell zu skalieren, präsentierte sich Gärtner Graf an der IPM: Die Dienstleistung soll von Fachhandelsbetrieben im ganzen deutschsprachigen Raum bezogen werden können. Stauden Ring fungiert dabei als Vertriebspartner und informiert über das Online-Marketingangebot von Gärtner Graf. |