



World

INFORMATIONEN, TRENDS & TIPPS ■ AUSGABE 9



Erfolg mit Eigenmarke

Alles über Privat-
Label-Etiketten
Seite 13

Lieber früher als gar nicht

Der Baum vor dem
Weihnachts-Urlaub
Seite 8

Christbaum to go

Umsatz, den Sie
mitnehmen sollten
Seite 12

12 Millionen Kunden warten auf Sie

Auch Singles kaufen
einen Baum
Seite 14

Lust auf Weihnachten: Schön geschmückte Bäume verkaufen sich besser – daher in der Christbaum-Werbung öfter auch mal Dekorationsbeispiele einsetzen. Wichtig: Fotos mit dem Hinweis „Dekorationsbeispiel“





EDITORIAL

Stimmung in die Streubeilage

Dekoriert verkauft sich doppelt gut

Wahrscheinlich geht es Ihnen wie mir: Wenn ich die Tageszeitung oder das Wochenblatt aus dem Briefkasten hole, ist der Anteil der Beilagen meistens deutlich größer als das eigentliche Blatt. Möbelhäuser, Supermärkte und Discounter, Elektronik- und Baumärkte sowie Autohäuser und viele Weitere – sie alle versuchen mit bunten Beilagen die Konsum- und Kauflust anzuheizen.

Die Weihnachtszeit ist die Hochzeit dieser Beilagen. Und so habe ich mir dazu einmal die verschiedenen Streubeilagen genauer angesehen – mit einem überraschenden Fazit. Während die Möbelanbieter, Autohäuser und Elektronikmärkte ihre Angebote und Produkte so präsentieren, wie wir sie kaufen und nutzen wollen, sieht es bei den Lebensmittlern und den Anbietern von Weihnachtsbäumen ganz anders aus. Das Kotelett oder der Rin-

derbraten wird im Rohzustand gezeigt – appetitlicher wäre es, wenn diese Fleischstücke so präsentiert werden würden, wie wir sie uns auf dem Teller zum Genießen vorstellen. Ähnlich die Weihnachtsbäume: Was für die Musterkollektion beim Einkäufer noch gehen mag, ist für den Endverbraucher wenig attraktiv. Er wünscht sich mit dem Weihnachtsbaum festliche Stimmung – da darf es gern etwas mehr sein als nur der nackte Baum. Oder würden Sie sich für ein Möbel entscheiden, bei dem Ihnen das zugeschnittene Rohholz gezeigt würde oder für ein neues Automodell, das nur teilmontiert und ohne Lackierung vorgestellt wird?

Wer seine Angebot so präsentiert, wie es sich der Kunde in der Nutzung wünscht und vorstellt, der verkauft sich und seine Produkte doppelt gut. Bringen Sie Stimmung in Ihre Streubeilage – weihnachtliche Stimmung!





Der Weihnachtsbaum – Symbol für Besinnlichkeit

Er schmückt das Fest

Zu Zeiten unserer Großeltern – also in der so genannten guten alten Zeit – lief das Leben noch ruhiger und mit der Adventszeit begann die besinnliche Einstimmung auf das Weihnachtsfest und das Jahresende.

Wer wünscht sich nicht manchmal etwas von dieser Ruhe zurück, dabei liegt es an uns selbst, was wir aus den Wochen vor dem Fest machen. In Zeiten von Smartphone, App und Internet braucht es den Impuls und die Inspiration – hier findet der Handel eine Herausforderung. Der Adventskranz verkauft sich ebenso wie der Weihnachtsbaum nicht ganz von allein, wir müssen den Sinn und die Besinnlichkeit, die mit diesen Symbolen der Vorweihnachtszeit verbunden sind, wieder stärker in den Vordergrund stellen. Denn der Bedarf nach Ruhe, Entspannung und Besinnung ist bei fast allen mehr als reichlich da. Warum nicht ein Kombi-Angebot: Adventskranz plus Weihnachtsbaum zum Kombi-Preis? So kommen diese Kunden gleich zwei mal und können einen Einkaufsvorteil nutzen.

Untersuchungen haben gezeigt, dass eine entspannte Atmosphäre im Verkaufsbereich der Gartencenter als wohltuend von den Kunden empfunden wird, sie nehmen sich dann automatisch Zeit, stimmen sich auf Advent und Weihnachten ein und finden Schmuck und

Accessoires, womit sich daheim friedliche Stimmung schaffen lässt. Natürliche Dekorationen und warmes Kerzenlicht – dies verbinden alle mit einer gemütlichen Vorweihnachtszeit, in der der Christbaum dann schön geschmückt am Heiligabend den Höhepunkt bildet.

Noch immer ist das Schmücken des Baumes in vielen Familien ein Erlebnis, bei dem alle begeistert mitmachen. Aber auch Singles und kleine Familien ohne Kinder haben viele gute Erinnerungen an früher, als sie selbst mit Ungeduld auf das Aufstellen und Schmücken des Baums gewartet haben und dann beim Erklingen des Glöckchens den Tannenbaum mit leuchtenden Kerzen in seiner ganzen Pracht erleben konnten.

Wenn der Weihnachtsbaum erstrahlt, kommt Ruhe und Besinnlichkeit auf: Die Ungeduld der Kinder ist wie weggeblasen, der Stress der Eltern fällt von einem Moment auf den anderen ab. Dann ist wirklich Weihnachten – und der Christbaum ist das wohl wichtigste und bekannteste Symbol für das Fest des Jahres. Wenn wir die Auswahl der Adventsgestecke und Kränze sowie der Weihnachtsbäume mit allem Zubehör so an unsere Kunden bringen, geben wir ihnen mehr als nur ein schönes Einkaufserlebnis – wir geben ihnen etwas von dem, was viele am meisten wünschen: Zeit für etwas Besinnung.

Schmuck und Accessoires machen die Advents- und Weihnachtszeit erst richtig schön: Geben Sie Inspirationen und zeigen Sie Beispiele aus Ihrem Angebot. Auch Anregungen zum Basteln und Selbermachen sind immer gefragt – vielleicht auch mal ein Kinder-Wettbewerb für die schönsten Schmuck-Ideen zu Advent und Weihnachten.



Immer mit der Ruhe

Bloß kein Stress

Tempo, Tempo – das scheint für manche Weihnachtsbaumkäufer das Motto zu sein, wenn sie auf den Verkaufsplatz kommen. Ungeduldig und fahrig gehen sie durch die Auswahl und geben sich

nicht einmal ein paar Minuten, bis sich das Verkaufspersonal um ihre Wünsche kümmern kann.

Dass es auch anders geht, zeigen immer mehr Gartencenter, die mit einer kleinen Anti-Stress-Methode diese Kunden runterfahren lassen. Es fängt schon mit der Präsentation der Bäume an: Wer eine Struktur

in der Darstellung der Baumgrößen und Qualitäten sichtbar werden lässt, macht eine erste Vor-Auswahl leichter. Warmes Licht und weihnachtliche Dekoration sind weitere Details, die den Kunden das Warten auf Bedienung leichter machen.

Information und Inspiration sind gerade in der Weihnachtszeit besonders gefragt: Mit entsprechenden Hinweisen und Erläuterungen über die Herkunft und Aufzucht der Bäume lassen sich Fragen und Informationswünsche einfach beant-



worten. Beispiele für Baumschmuck oder komfortable Ständer werden ebenfalls gern angekommen und schaffen zudem lohnenden Mehrumsatz.

Die Wärme von brennendem Holz im Feuerkorb schafft sofort Wohlfühlatmosphäre und die Kunden scharen sich um die lodernden Flammen. Bei vielen Märkten und Gartenabteilungen findet sich eine Backfiliale, die mit Kuchen und Kaffee zu einer entspannten Pause einladen. Wer den Kauf eines Weihnachtsbaums mit

einem Gutschein für einen Glühwein oder ein anderes wärmendes Getränk belohnt, hat alle Chancen, diese Kunden auch im kommenden Jahr wieder zu begrüßen.

So verkaufen Sie noch erfolgreicher:

- *Helles, aber nicht zu grelles Licht*
- *Muster-Weihnachtsbäume präsentieren*
- *Infos über Aufzucht und Herkunft*
- *Deko-Inspirationen auf Bannern*

- *Einfache und klare Wegweisung zum Verkauf*
- *Außenwerbung für Weihnachtsbaumverkauf*
- *Zubehör und Kombi-Angebote präsentieren*
- *Kleine Advents-Geschenke für Kinder*
- *Nikolaus-Weihnachtsbaum-Verkaufs-Aktion*
- *Eigenes Etikett mit Tipps und Infos*
- *Glühwein-Bons und knisterndes Feuer*





Lieber früher als gar nicht

Der Weihnachtsbaum als Lichterbaum

Für immer mehr wird die Vorweihnachtszeit zum Endspurt: Vieles soll noch vor dem Fest und Jahresende erledigt werden – und dann, nichts wie weg. Schon seit Jahren steigen die Zahlen der Weihnachtsurlauber, deren sehnlichster Wunsch der ist, dem Festtags-Trubel zu

entfliehen. So bleibt durch Stress und Zeitdruck das Erlebnis der Weihnachtszeit auf der Strecke.

Dass es auch anders geht, entdecken immer mehr: Sie nutzen die Adventswochen zu einem ganz bewussten und besinnlichen Jahresausklang. Dazu gehört ein Weihnachtsbaum, der als Lichterbaum auf Terrasse oder Balkon weihnachtliche Stimmung und Vorfreude bringt. Zwar liegen unter ihm noch keine schön verpackten Geschenke, aber die Freude an einem natürlichen Baum,

der über die Adventszeit erstrahlt, bringt vorweihnachtliche Stimmung.

Wer dann unmittelbar vor dem Fest in den Weihnachtsurlaub startet, hat kein emotionales Defizit und hält für sich und seine Familie die Tradition des Christbaums lebendig. Was vor mehr als 10 Jahren als „Zweitbaum“ begann, hat sich inzwischen zu einem wachsenden Trend des vorgezogenen Erstbaums entwickelt. Getreu der Devise: Lieber früher als gar nicht...

Da bleibt nichts nach!

Klug dispositioniert und organisiert

Bei knapp der Hälfte der Gartencenter ist der Weihnachtsbaum-Verkaufsplatz am 24. Dezember nicht wie leer gefegt – von einigen Restbäumen bis hin zu unverkauften Palettenbeständen reicht der Überschuss unverkaufter Bäume. Wer größere Mengen übrig behält, hat schnell ein Minusgeschäft gemacht.

Da rund zwei Drittel des Verkaufs in den letzten 10 Tagen vor dem Fest stattfinden, ist es für den Handel schwierig, die richtigen Dispositionen zu treffen. Welche Sortierungen und welche Mengen in den unterschiedlichen Größen wünschen die Kunden – für die Verantwortlichen immer wieder ein Risikospiele.

Durch ein ausgeklügeltes System lassen sich logistische und organisatorische Pannen und Probleme vermeiden. In enger Abstimmung zwischen Kunde und Lieferpartner lässt sich der Abverkauf an jedem Standort tagesaktuell verfolgen und mit dem noch vorhandenen Angebot abgleichen. So kann bei Bedarfs sofort eine bedarfsgerechte Nachlieferung veranlasst werden. Dabei zahlt sich die Eigenproduktion des Lieferpartners aus, denn hier stehen immer die gewünschten Mengen auf Abruf bereit. Wer diese Flexibilität nutzt, hat die besten Voraussetzungen, für jede Phase des Weihnachtsbaum-Verkaufs über das passende Sortiment zu verfügen und die Saison mit einem „ausverkauft“ erfolgreich abzuschließen.

NOVEMBER 2015		DEZEMBER 2015	
01 So.		01 Di.	Hauptlieferung
02 Mo.		02 Mi.	
03 Di.		03 Do.	
04 Mi.		04 Fr.	
05 Do.		05 Sa.	
06 Fr.		06 So. 2. Advent	
07 Sa.		07 Mo.	
08 So.		08 Di.	
09 Mo.		09 Mi.	
10 Di.		10 Do.	
11 Mi.		11 Fr.	Nachlieferung
12 Do.		12 Sa.	
13 Fr.		13 So. 3. Advent	
14 Sa.		14 Mo.	
15 So.		15 Di.	
16 Mo.	1. Lieferung	16 Mi.	
17 Di.		17 Do.	
18 Mi.		18 Fr.	
19 Do.		19 Sa.	
20 Fr.		20 So. 4. Advent	
21 Sa.		21 Mo.	
22 So.		22 Di.	
23 Mo.		23 Mi.	
24 Di.		24 Do. Heiligabend	
25 Mi. Start Weihnachtsbaumverkauf			25 Fr. 1. Weihnachtstag
26 Do.		26 Sa. 2. Weihnachtstag	
27 Fr.		27 So.	
28 Sa.		28 Mo.	
29 So. 1. Advent		29 Di.	
30 Mo.		30 Mi.	
		31 Do.	

Wo die Weihnachtsbäume wirklich wachsen

Kahlschlag im traditionellen Wald?

Allein in Deutschland sind es gut 20 Millionen natürlich Weihnachtsbäume, die alle Jahre wieder in den Wohnstuben aufgestellt werden. Auch wenn Deutschland, Österreich und die Schweiz waldreiche Länder sind – diese Mengen können die klassischen Wälder nicht liefern. Und

das tun sie auch nicht. Vielmehr sind es spezielle Kulturen, die einzig und allein dazu dienen, den jährlichen Bedarf an natürlichen Bäumen zu erfüllen.

Diese Plantagen stehen in keinerlei Konkurrenz zu den normalen Waldflächen

– ganz im Gegenteil, sie ergänzen sich. Während die klassischen Forste meistens über viele Generationen und Jahrhunderte bestehen, werden in den Weihnachtsbaumkulturen Wachstumsphasen von 10 bis 12 Jahren zugrunde gelegt. In diesen vergleichsweise kurzen Perioden wachsen dort auf einem Hektar rund 4.000 Bäume, die einer regelmäßigen forstfachlichen Pflege bedürfen.

Ein Forst-Experte: „Wir sind ganzjährig in unseren Kulturen aktiv, Unkrautbekämpfung mit umweltfreundlichen Methoden, Formschnitt und die regelmäßige



Versorgung mit Nährstoffen bilden die Grundlage für eine erfolgreiche Aufzucht schöner und gesunder Naturbäume." Statistisch kommen etwa 15 Minuten Arbeit auf jeden Baum während seiner gesamten Wachstumszeit – das sind pro Hektar etwa 1.000 Stunden oder 125 Tage. Ein zeitlicher und personeller Aufwand, der in einem normalen Wald um ein vielfaches höher liegen würde und damit die Bäume unbezahlbar macht.

Pflanzung, Pflege und Ernte sind ausgeklügelte Systeme, durch die sich die Produktion natürlicher Weihnachtsbäume erst wirtschaftlich rechnet. Kaum jemand macht sich über die lange Wachstumszeit Gedanken, weitgehend unbekannt der hohe Einsatz in der Kulturenpflege.

Wer dies berücksichtigt, sieht auch den Preis für einen Weihnachtsbaum in einem ganz anderen Licht: Für einen prächtigen Baum in der Premium-Qualität zahlt der Endverbraucher etwa 3,50 Euro pro Wachstumsjahr. Kein Vergleich zu einem Blumenstrauß...

Im Zuge wachsenden Umweltbewusstseins fragen sich zahlreiche Baumkäufer, ob es noch zeitgemäß ist, einen natürlich gewachsenen Baum zum Fest zu kaufen. Auch hier kann der Forstmann überzeugende Argumente ins Feld führen: „In jahrzehntelangen Untersuchungen hat das dänische Weihnachtbaum-Forschungsinstitut festgestellt, dass die Christbaumkulturen einem deutlich höheren Anteil an Kleintieren, Vogelarten

und Insekten einen natürlichen Lebensraum bieten als der normale Wald. Hinzu kommt, dass sich die Flächen, auf denen Weihnachtsbaumkulturen angelegt werden, meistens nicht für eine andere landwirtschaftliche Nutzung wie Getreide- oder Gemüseanbau aufgrund ihrer unzureichenden Bodenqualität eignen. Summa summarum ist der Anbau von Weihnachtsbäumen also in mehrfacher Hinsicht eine der Umwelt dienende Maßnahme, zumal sich die Christbäume nach dem Fest komplett kompostieren lassen und damit voll und ganz in den Naturkreislauf zurück gehen.“ Die Weihnachtsbäume können also mit gutem Gewissen zum Naturbaum greifen – die Umwelt sagt Danke.



Wenn mit dem Etikett die Qualität eindeutig qualifiziert und garantiert wird, dann ist der Verkauf „Christbaum to go“ eine schnelle und sichere Sache für Groß und Klein.



Christbaum to go

Mehrumsatz – einfach zum Mitnehmen

„Für meine Stammkunden brauche ich den Baum gar nicht aus dem Netz zu nehmen – sie wissen, dass es ein Top-Naturbaum ist,“ so ein Marktleiter eines Gartencenters. Und was für die zufriedenen Stammkunden gilt, kann auch für die Käufer gelten, die es schnell und einfach lieben. Weihnachtsbaum to go heißt das Motto: Eine Auswahl von Naturbäumen in unterschiedlichen Größen aber einheitlich in Top-Qualität. Zugreifen und mitnehmen, ohne weiteres Handling.

Für gestresste Kunden ein Angebot, dass den Baumkauf zu einer 5-Minuten-Sache macht und trotzdem die Sicherheit bietet, sich zuhause mit einem schönen Weihnachtsbaum sehen lassen zu kön-

nen. Voraussetzung: Jeder Baum sollte in Top-Marken-Qualität sein, denn der Kunde kauft im Vertrauen darauf im Netz.

Für den Handel bedeutet die Christbaum to go Aktion, neben dem klassischen

Angebot eine Möglichkeit zu bieten, auf die Schnelle und ohne Risiko eine neue Kundengruppe zu gewinnen. Warum soll das, was im Fast-Food-Segment oder bei den Kaffee-Ketten alltäglich ist, nicht auch im Weihnachtsbaum-Verkauf funktionieren?

Selbst Handelsketten, die bislang aufgrund des Handlings und der Errichtung von Verkaufsplätzen der Weihnachtsbaumvermarktung eher skeptisch bis ablehnend gegenüber standen, bietet das „to go-Angebot“ die Chance zum Mehrumsatz – buchstäblich zum Mitnehmen...



Eigene Marke – eigenes Etikett:

Privat-Label immer erfolgreicher:

Marke bringt Sicherheit – für viele Verbraucher gilt dies heute mehr denn je. Auch im Weihnachtsbaum-Verkauf gehen die Kunden gern auf Nummer Sicher. Wer hier als Händler mit einer eigenen Marke seine Bäume etikettiert, schafft sich einen Wettbewerbsvorteil und erfüllt einen Kundenwunsch. Bekanntheit und Vertrauen

der Verbraucher gegenüber ihrem lokalen Händler sind ein echter Verkaufsvorteil. So kann der Handel mit seiner eigenen Marke Flagge zeigen – seine Flagge.

Marke bringt auch Marge – diese klassische Handelsweisheit gilt auch im Weihnachtsbaum-Geschäft. Erfolgreiche

Gartencenter und Handelsgruppen setzen auf ihre eigene Marke, mit der sie Umsatz und Gewinn steigern können. Die Kunden honorieren dieses Qualitäts-Versprechen, denn Marken-Produkte genießen generell ein größeres Vertrauen. Auch die Mitarbeiter im Verkauf können mit Eigenmarken-Angeboten überzeugender und souveräner auftreten.

Das individuelle Etikett – mit Namen und Logo des Händlers – macht den Weihnachtsbaum zu einem Marken-Produkt mit erkennbarem Mehrwert: Klar definierte Qualität, Informationen und Tipps zur Herkunft und Pflege und der unverwechselbare Bezugsnachweis.

Leistungsfähige Produzenten bieten diesen vorteilhaften Service ihren Handelspartnern und zeichnen bereits in den Kulturen die ausgewählten Bäume mit den Eigenmarken-Etiketten aus. Dies geschieht entsprechend den vereinbarten Qualitäts- und Größensortierungen – so lässt sich ein ganz individuelles und maßgeschneidertes Sortiment mit eigener Hausmarke zusammenstellen.

Eine Marken- und Marketing-Strategie, die sich auszahlt, denn wie gesagt: Marke bringt Marge und macht das Weihnachtsbaum-Angebot unvergleichbar und unverwechselbar.





Über 12 Millionen neue Kunden warten auf Sie

Auch Singles kaufen einen Baum

Jeder zweite Haushalt ohne Weihnachtsbaum – aktuelle Studien und Marktuntersuchungen belegen, dass die Christbaum-Tradition keineswegs flächendeckend praktiziert wird. Die Gründe für einen Verzicht sind vielfältig: Bequemlichkeit, Abwesenheit an den Weihnachtstagen durch Urlaub oder Besuch, die demografische Entwicklung in einer zunehmenden Zahl von Ein- und Zweipersonen-Haushalten sowie der vermeintliche Schutz und Erhalt der Umwelt.

Letztere haben zwar ehrenwerte Motive, liegen aber dennoch völlig falsch: Sie unterliegen dem weitverbreiteten Irrtum, dass die Christbäume aus dem natürlichen Wald entnommen werden.

In Wahrheit sind es speziell angelegte Weihnachtsbaum-Kulturen, die einzig und allein dem Zweck dienen, die klassischen Waldgebiete zu schonen und im Rahmen einer natürlichen und forstgerechten Aufzucht die gewünschten Mengen an Bäumen zum Fest zu liefern.

Dass sie dabei einen aktiven Beitrag zum Natur- und Umweltschutz leisten, lesen Sie auch in dem Beitrag auf den Seiten 12 und 13. Wer also glaubt, mit Verzicht auf einen natürlichen Tannenbaum der Natur etwas Gutes zu tun, irrt sich.

Denjenigen, die aus Bequemlichkeit Weihnachten ohne Baum erleben, können wir entgegen kommen und mit Service-

Angeboten die Entscheidung pro Weihnachtsbaum erleichtern. Angefangen vom Angebot direkt zur Mitnahme über komplette Sets mit Dekoration und Kerzen oder Lichterketten bis hin zur Lieferung nach Hause. Wenn wir diese Komfort-Angebote gut präsentieren, können wir aus dem Kuchen von rund 12 Millionen potenzieller Kunden ein gutes Stück herausschneiden.

Ähnlich die große Gruppe der Singles: Sowohl junge als auch ältere Einpersonenhaushalte sind nicht prinzipiell gegen den Weihnachtsbaum. Vielmehr ist es auch hier die gezielte Ansprache und die Bewusstmachung, dass zum schönsten Fest des Jahres der Baum einfach dazu gehört. Dies wird besonders bei älteren Zweipersonenhaushalten immer wieder deutlich: Sie haben fast immer eine lange Christbaumtradition erlebt und stellen dann im Alter die Frage, ob es noch Sinn macht, sich einen Baum zu kaufen. Da können wir nur sagen: ganz bestimmt!

Denn im Gespräch mit dieser Zielgruppe kommen immer wieder schöne Erinnerungen ins Gedächtnis – hier wird der Baum zum Symbol einer guten und lan-



gen Tradition, die mit vielen unvergesslichen Weihnachtsfesten verbunden ist.

Apropos Tradition: Waren die Bräuche früher eher streng, wird die Advents- und Weihnachtsdekoration heute deutlich ideen- und abwechslungsreicher gestaltet. Jüngere Singles und Familien zeigen eine außerordentliche Kreativität, wenn es darum geht, wie der Baum geschmückt werden soll. Kindern basteln und backen – es werden persönliche Wunschzettel in den Baum gehängt, mit denen eher ideale Bitten verbunden sind. Oftmals gibt es zwischen Familien, Nachbarn oder Freunden einen regelrechten Wettbewerb um den am originellsten geschmückten Baum. Eine Aktion, an der sich die ganze Familie oder Freundeskreise beteiligen können.

Wer sich an den Festtagen bereits an einem fremden Urlaubsziel befindet, kann



trotzdem seine Weihnachtsbaum-Tradition pflegen: Anstelle eines Adventskalenders mit kleinen Türchen wird der Christbaum zum täglichen Überraschungsträger vom ersten bis vierundzwanzigsten Dezember: Für jeden Tag und junges Mitglieder der Familien hängt eine kleine Überraschung im Baum – so lässt sich die Weihnachts-Vor-Freude auf eine bislang unbekannte Art jeden Tag aufs Neue steigern.

Was spricht eigentlich gegen eine adventliche After-Work-Party mit und um den Weihnachtsbaum? Oder ein spezielles Senioren-Angebot mit Extra-Service? Ideen muss man haben – und einen Weihnachtsbaum, das ist die Maxime, wenn wir das große Potential der Nicht-Baumkäufer gewinnen wollen.

Profis wollen starke Partner

Ihr direkter und persönlicher Kontakt zur Henningsen Group:

Die Henningsen Group ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen, das europaweit tätig ist. Eigene Produktion auf mehr als 1.500 ha mit 12,5 Mio Nordmantannen. Ein Team von forstfachlichen Mitarbeitern sorgt ganzjährig für eine umweltfreundliche Kulturenpflege.

Die Henningsen Group ist seit mehr als 20 Jahren ein leistungsstarker Partner der Baumärkte, Gartencenter, Handelsgruppen und Fachmärkte in Europa. Inhouse gesteuertes Logistik-System für zuverlässige Just-in-time-Lieferung.



■ Hans Henningsen



■ Svend Kristiansen



■ Eigil Petersen



■ Przemek Pawlak



P.O.Box 50, Bavnevej 50
DK-6580 Vamdrup

Phone + 45 70 20 13 20
Fax + 45 74 50 50 00

post@henningsenas.dk
www.henningsenas.dk