

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER VEILING RHEIN-MAAS AWARD – BLUMEN UND PFLANZEN: ZÜCHTUNG ODER KONZEPT DES JAHRES

Sie haben eine neue Pflanze oder Schnittblume gezüchtet und erfolgreich im Markt eingeführt oder ein innovatives Konzept für eine neue Pflanze oder Schnittblume entwickelt. Zeigen Sie, warum der Markt diese Pflanze oder Schnittblume braucht, welches Potenzial in ihr steckt und welche Pläne Sie damit haben. Wie kann sie bestehende Sortimente auffrischen oder ergänzen? Worin unterscheidet sich diese Pflanze oder Schnittblume von bisherigen Vertretern des Sortiments? Machen Sie deutlich, wie Sie mit einem Marketingkonzept Aufmerksamkeit generieren, um sie in einer möglichst hohen Stückzahl am Markt zu platzieren.

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Marktpotenzial
- Maßnahmen zur Markteinführung
- Vorteile für den Produzenten
- Vorteile für den Endverbraucher

DER SPOGA+GAFA AWARD – FACHHÄNDLER DES JAHRES

Als Inhaber eines Gartencenters, eines Endverkaufsbetriebs oder einer Gartenbaumschule kennen Sie Ihre Kunden und bieten darauf abgestimmt Ihre Pflanzen und Produkte an. Erzählen Sie, welche Mittel Sie zur Kundenbindung einsetzen. Welche Aktionen waren bei Ihren Kunden besonders erfolgreich? Vielleicht ist Ihr Kundenservice außergewöhnlich. Oder Sie bieten besondere Dienstleistungen auf dem Friedhof an. Gehen Sie erfolgreich neue, digitale Wege im Marketing? Werben Sie mit Spezialitäten aus eigener Produktion oder mit regionaler Ware? Vielleicht haben Sie Veränderungen am Sortiment vorgenommen, um auf neue Bedürfnisse einzugehen? Und wie gelingt es Ihnen, neue Kunden zu gewinnen, gerade auch jüngere Menschen?

KRITERIEN:

- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle, Neukundengewinnung
- Kundenfreundlichkeit
- Gestaltung von Sortiment und Verkaufsflächen

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER SAGAFLOAR AWARD – BESTES KONZEPT GEMÜSE/KRÄUTER/OBST

Gemüse, Kräuter und Obst gewinnen weiter an Popularität – nicht nur für den Endverbraucher, sondern auch für den Gartenbau wird diese Produktgruppe immer interessanter und bietet Entwicklungspotenzial. Das gilt für Pflanzen, die der Hobbygärtner weiterkultiviert ebenso wie für Fertigprodukte zum Verzehr. Erzählen Sie uns, wie und warum Sie diese Produktgruppe in Ihr Sortiment integriert haben. Vielleicht haben Sie sich auch darauf spezialisiert – nicht nur als Produzent, sondern auch als Händler, Züchter oder im digitalen Bereich, zum Beispiel mit einem Online-Shop? Oder haben Sie erfolgreich absatzfördernde Aktionen durchgeführt, mit denen Sie Ihre Kunden begeistern und neue, jüngere Käufer gewinnen konnten? Haben Sie mit der regionalen Herkunft Ihrer Produkte überzeugt?

KRITERIEN:

- Marktpotenzial
- Differenzierung zum Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Vorteile für Endverbraucher

DER AMBIENTE AWARD – BESTE MARKETINGAKTIVITÄT ANALOG

Erzählen Sie, was Sie tun, um Endverbraucher gezielt anzusprechen und welches Marketingkonzept Sie dafür entwickelt haben. Warum haben Sie sich genau dafür entschieden und woran messen Sie den Erfolg? Welche Aktivitäten haben Sie initiiert – und wie kamen diese beim Kunden an? Welches Image kommunizieren Sie? Welche Story verbirgt sich hinter Ihrem Unternehmen, Ihrer Marke oder Ihrem Produkt? Erzählen Sie, welche Mittel Sie zur Kundenbindung einsetzen. Welche Aktionen oder Präsentationen auf der Verkaufsfläche waren bei Ihren Kunden besonders erfolgreich? Ist regionales Marketing eine wichtige Säule Ihrer Werbemaßnahmen? Erzählen Sie, was Ihre Ziele beim Marketing sind und wie Sie diese erreicht haben.

KRITERIEN:

- Marketingziele und Erreichen der definierten Ziele
- Umsetzung der Marketingaktivität
- Design, Bildsprache
- Positionierung im Wettbewerb
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle, Neukundengewinnung

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER TASPO AWARD – BESTE PRODUKTIDEE B2C

Sie haben ein neues, innovatives Produkt für den Endverbraucher mit Bezug zur Grünen Branche entwickelt und am Markt eingeführt. Das Produkt überrascht die Kunden, macht neugierig und regt zum Kauf an, für den Eigenbedarf oder als Geschenk. Vielleicht erschließen Sie sogar neue Kundengruppen oder Absatzwege mit diesem Produkt. Zeigen Sie, wo die Stärken dieses Produkts liegen und wie Handel und Käufer davon profitieren. Machen Sie deutlich, wie und wo Sie dieses Produkt erfolgreich im Markt platziert haben und wie Sie es herstellen.

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Unterscheidung von bisherigen Produkten in diesem Segment
- Fokussierung auf eine Zielgruppe
- Marktpotenzial
- Wie wird das Produkt erfolgreich am Markt platziert

DER TASPO AWARD – BESTE MARKETINGAKTIVITÄT SOCIAL MEDIA

Erzählen Sie, wie Sie Ihre Kunden über Social-Media-Kanäle ansprechen und welches Marketingkonzept Sie dafür entwickelt haben. Welche Aktivitäten haben Sie initiiert – und wie kamen diese beim Kunden an? Warum haben Sie sich genau dafür entschieden und woran messen Sie den Erfolg? Welches Image kommunizieren Sie? Welche Story verbirgt sich hinter Ihrem Unternehmen, Ihrer Marke oder Ihrem Produkt? Erzählen Sie, mit welchen Aktionen Sie in den Sozialen Medien auf sich aufmerksam machen und welche Mittel Sie zur Kundenbindung einsetzen. Welche Aktionen waren besonders erfolgreich? Konnten Sie über die Sozialen Medien neue Zielgruppen ansprechen? Erzählen Sie, was Ihre Ziele beim Marketing sind und wie Sie diese erreicht haben.

KRITERIEN:

- Was war die Idee hinter Ihren Aktivitäten in den Sozialen Medien?
- Marketingziele und Erreichen der definierten Ziele (Controlling)
- Umsetzung der Marketingstrategie
- Design, Bildsprache
- Positionierung im Wettbewerb

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER TASPO AWARD – GARTENPROJEKT DES JAHRES

„Die beste Lösung für den Kunden. Mediterran, der Traum vom Landhaus oder nordisch-kühl: Träume, Sehnsüchte und Urlaubserinnerungen spielen eine große Rolle, wenn Kunden ihren Wunschgarten beschreiben sollen. Doch 1:1 umgesetzt wirken solche Sehnsuchtsärten in unseren Breiten oft deplatziert. Die Kunst in der Gestaltung liegt darin, in den Urlaubsbildern der Kunden das zu finden, was sie wirklich wollen – und das dann stimmig umzusetzen. Zeigen Sie uns Projekte, bei denen Ihnen das besonders gut gelungen ist: Durch Form, Material und eine bewusste Pflanzenauswahl. Wie haben Sie Gehölze, Stauden oder Gräser eingesetzt und mit Blüten- und Strukturpflanzen gespielt? Welche außergewöhnlichen Arten und Sorten kamen zum Einsatz? Und mit welchen weiteren Mitteln – etwa durch den Einsatz von Licht oder Wasser – haben Sie die gewünschte Wirkung noch verstärkt? Wie zeigen sich die Aspekte des Gartens im Lauf der Jahreszeiten? Und welches Pflegekonzept haben Sie dafür entwickelt? Wie pflegeleicht ist der Garten? Wie nachhaltig ist Ihr Gartenprojekt?

KRITERIEN:

- Berücksichtigung von Kundenwünschen
- Idee und Originalität, konzeptionelle Umsetzung
- Einpassung in das natürliche/bauliche Umfeld
- Handwerkliche Ausführung und gestalterische Qualität
- Standortgerechte und nachhaltige Pflanzen- und Materialwahl

DER TASPO AWARD - BESTES KONZEPT AUSBILDUNG & MITARBEITER

Qualifizierte Mitarbeiter*innen bilden die Basis eines erfolgreichen Unternehmens. Diese zu gewinnen, dauerhaft an das Unternehmen zu binden und fit zu halten – das alles ist in Zeiten des Fachkräftemangels enorm wichtig. Was tun Sie, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und junge Menschen für den Gartenbau oder die Floristik zu begeistern? Über welche Kanäle – analog oder digital – treten Sie an zukünftige Mitarbeiter heran? Wie gewinnen und halten Sie Ihre Saisonkräfte? Wie zeigen Sie, dass Sie ein attraktiver Arbeitgeber sind? Wie binden Sie die Mitarbeiter an Ihr Unternehmen? Welche langfristige Strategie verfolgen Sie in diesem Bereich? Erzählen Sie, was Sie für die Aus- und Weiterbildung tun und wie Ihre Unternehmenskultur für ein gutes Betriebsklima sorgt.

KRITERIEN:

- Optimierte Arbeitsbedingungen, Kommunikationskultur, Mehrwertangebote
- Soziales Engagement innerhalb und außerhalb des Unternehmens
- Förder- und Nachwuchsprogramme
- Nachhaltigkeit Ihres Engagements
- Erreichen der definierten Ziele

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER PÖPPELMANN AWARD – PFLANZENPRODUZENT DES JAHRES

Von der Staude über Genusspflanze, Zierpflanze, Zimmerpflanze, Strauch oder Baum bis zur Schnittblume: Erzählen Sie, wie Sie sich als Pflanzenproduzent am Markt positionieren. Wie haben Sie Ihren Betrieb und Ihre Vermarktung organisiert? Wie schaffen Sie es, in der Produktion für eine konstante Qualität zu sorgen? Welche technischen Neuentwicklungen unterstützen Sie bei der Produktion? Informieren Sie über Ihre Sortimentspolitik als wichtigen Bestandteil Ihres Betriebskonzepts. Haben Sie sich spezialisiert, zum Beispiel auf Sonderformen, Raritäten, gebietsheimische Gehölze oder Bio-Produktion?

KRITERIEN:

- Marktpotenzial, Erreichen der definierten Ziele
- Differenzierung zum Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Nachhaltigkeit Ihres Engagements

DER LANDGARD AWARD – BESTES KONZEPT UMWELT & NACHHALTIGKEIT

Zu Ihrer Firmenphilosophie gehört es, Ihr Unternehmen umweltbewusst und nachhaltig auszurichten. Sie engagieren sich für ein sozial verantwortungsvolles Handeln über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Erzählen Sie uns von Ihrer Unternehmensstrategie für ein harmonisches Miteinander von Ökonomie, Ökologie und

Sozialem. Verzichten Sie zum Beispiel auf umwelt- und gesundheitsschädliche Stoffe in ihrem Unternehmen? Reduzieren Sie den Einsatz chemischer Pflanzenschutzmittel? Setzen Sie auf erneuerbare Energien? Achten Sie darauf, Ressourcen zu sparen? Folgt Ihre Idee dem Prinzip eines geschlossenen Kreislaufs? Vielleicht tragen Ihre Produkte und Dienstleistungen gezielt dazu bei, die Umwelt zu erhalten, soziale Gerechtigkeit zu fördern und einen wirtschaftlichen Wert zu schaffen.

KRITERIEN:

- Zielsetzung und Einklang mit definierten Zielen
- Glaubwürdigkeit des Gesamtkonzepts, soziales Engagement
- Ressourceneffizienz
- Nachhaltige Effekte
- Innovationsgrad

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER TASPO AWARD – BESTE PRODUKTIDEE B2B

Sie haben ein neues, innovatives Produkt aus dem Segment gartenbauliches Zubehör und Bedarf entwickelt und in Ihrem Kundenstamm aus dem Profi-Gartenbau eingeführt. Sie beschreiten mit dieser Neuerung ausgefallene Wege, die Ihre Kunden bei ihrer Arbeit unterstützen, ihnen eventuell Arbeit abnehmen oder auch bisherige Produkte ersetzen. Vielleicht erschließen Sie sogar neue Kundengruppen mit diesem Produkt. Zeigen Sie, wo die Stärken dieses Produkts liegen und wer davon profitiert. Machen Sie deutlich, wie und wo Sie dieses Produkt erfolgreich im Markt platziert haben und wie Sie es herstellen.

KRITERIEN

- Innovationsgrad
- Unterscheidung von bisherigen Produkten in diesem Segment
- Fokussierung auf eine Zielgruppe, Kundenansprache
- Marktpotenzial
- Nutzerfreundlichkeit, Produkt ist zur vorhandenen Situation beim Kunden kompatibel

DER TASPO AWARD – BESTE DIGITALE LÖSUNG

Sie haben eine innovative digitale Lösung für die Grüne Branche oder den Endverbraucher entwickelt. Das können zum Beispiel eine Branchensoftware, eine App oder ein Webshop sein. Auch der Einsatz von KI gehört in diese Kategorie. Erzählen Sie, welches Konzept sich dahinter verbirgt. Wie spiegelt Ihre Idee die Bedürfnisse des Marktes wider? Wer interessiert und begeistert sich dafür und hat letztlich einen Nutzen davon? Wie haben Sie Ihre digitale Lösung bekannt gemacht und vermarktet? Vielleicht konnten Sie sogar neue Kundengruppen erschließen. In welchen Schritten haben Sie Ihre Lösung realisiert? Ist Ihre Idee einzigartig – und ist sie profitabel?

KRITERIEN:

- Innovationsgrad
- Marktpotenzial
- Unterscheidung von bisherigen Produkten in diesem Segment, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Vorteile für den Nutzer

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER CHRISTMASWORLD AWARD – FLORIST*IN DES JAHRES

Egal, ob Sie als Unternehmer*in ein Blumenfachgeschäft führen oder als freie*r Floraldesigner*in zum Beispiel im Eventbereich kreativ sind: Erzählen Sie, was Ihr individuelles Unternehmenskonzept ausmacht. Wie richten Sie Ihre Aktivitäten und Schwerpunkte aus? Wie kommunizieren Sie diese nach außen? Wie begeistern Sie Ihre Kunden für sich? Welche Zielgruppe sprechen Sie an? Haben Sie Angebote für jüngere Kunden? Wie machen Sie in den sozialen Netzwerken auf sich aufmerksam? Wie richten Sie Ihr Unternehmen zukunftssicher aus?

KRITERIEN:

- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Digitale Präsenz, Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Kundenfreundlichkeit (Serviceangebote und Dienstleistungen)
- Für Geschäftsinhaber: Analoge Präsenz, Sortiments- und Ladengestaltung, Serviceangebote, Dienstleistungen

DER JOHANNES SCHUETZE AG AWARD – GESCHÄFTSIDEES DES JAHRES

Sie haben Dienstleistungen, Geschäftsmodelle oder Technologien für die Grüne Branche entwickelt – analog oder digital. Ihre herausragende und innovative Geschäftsidee war erfolgreich. Erzählen Sie, welches Konzept sich dahinter verbirgt. Wie spiegelt Ihre Idee die Bedürfnisse des Marktes wider? Wer interessiert und begeistert sich dafür und hat letztlich einen Nutzen davon? Wie haben Sie Ihre Geschäftsidee bekannt gemacht und vermarktet? In welchen Schritten wurde sie realisiert? Ist Ihre Idee einzigartig – und ist sie vor allem profitabel? Ihre Idee kann sich auf ein besonderes Produktsortiment ebenso beziehen wie auf die Ansprache einer bestimmten Kundengruppe oder das Angebot einer speziellen Dienstleistung.

KRITERIEN:

- Innovationsgrad Ihrer Geschäftsidee
- Hohe Alleinstellung des Produkt- bzw. Dienstleistungsportfolios
- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Kundenansprache und Kommunikationskanäle
- Betriebswirtschaftlicher Erfolg, Wachstumsperspektiven in den Zielmärkten

KATEGORIEN & KRITERIEN

DER MODIFORM AWARD – KOOPERATION DES JAHRES

Sie sind mit einem Partner eine Kooperation eingegangen, weil Sie beide von dem Zusammenschluss profitieren. Oder Sie haben eine bestehende Kooperation sinnvoll erweitert. Welche Vorteile ergeben sich für alle Partner aus dieser Kooperation? In welchen (Teil-)Bereichen nutzen Sie Synergien? Produzieren oder vermarkten Sie zum Beispiel gemeinsam? Konnten Sie durch die Kooperation Kosten senken oder ihre Zielgruppen erweitern? Wie nutzen Sie das neu hinzugewonnene Know-how? Erzählen Sie uns, was Sie gemeinsam stark und erfolgreich macht.

KRITERIEN:

- Konzeptionelle Ausrichtung je nach Zielgruppe
- Aufgabenverteilung innerhalb der Kooperation, Kommunikationskultur
- Messbarer, wirtschaftlicher Erfolg, Wachstumsperspektiven
- Positionierung im Wettbewerb, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Synergieeffekte

DER TASPO AWARD – NEWCOMER*IN DES JAHRES

Die Zukunft der Grünen Branche beruht auf gut ausgebildeten, motivierten Nachwuchskräften. Sie gehören dazu, haben neue Ideen und wollen diese umsetzen. Diese Kategorie steht Einzelpersonen bis zu einem Alter von 35 Jahren oder auch Gruppen in dieser Altersklasse offen. Vielleicht haben Sie erfolgreich ein Unternehmen gegründet, einen Betrieb übernommen oder eine Geschäftsidee verwirklicht. Als Gruppe könnten Sie sich zum Beispiel im Rahmen Ihrer Meister- oder Techniker Ausbildung mit einem besonderen Projekt befasst haben. Erzählen Sie, wie Sie sich für den Berufsstand einsetzen oder wie Sie andere junge Menschen für den Gartenbau begeistern – auch über die Sozialen Medien.

KRITERIEN:

- Beruflicher Werdegang, Alleinstellungsmerkmal (USP)
- Kommunikationskanäle, Vernetzung in der Branche
- Persönliches Engagement (Berufsstand, Ehrenamt, Politik, Soziales, Vereine)
- Erreichen, der selbst gesteckten Ziele, betriebswirtschaftlicher Erfolg
- Nachhaltigkeit der Aktivitäten

DER IPM-GOLD AWARD - DIE UNTERNEHMERPERSÖNLICHKEIT DES JAHRES

Für diesen besonderen Gold Award können Sie sich nicht selbst bewerben. Unsere Jury hat das alleinige Vorschlagsrecht für diese ganz besondere Auszeichnung.