

## Flowering Indoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Graff Kristensen A/S – <a href="http://www.graff.dk">www.graff.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Hibiscus rosa-sinensis
<b>Handelsname</b>	<b>HibisQs® LongiFlora™ JUNO (pbr)</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Einmalige Anzahl Knospen mit langsamer Entwicklung von der Knospe zur Blüte, wobei die dekorative rosenartige Knospe bis zu 1½ Wochen an der Pflanze sitzt, bevor sie aufblüht. Die Blüte hält 4 - 6 Tage.
<b>Beschreibung</b>	<p>HibisQs® LongiFlora™ JUNO (pbr) wurde entwickelt, um einen größeren Wert für den Verbraucher zu schaffen. Sie sieht mit ihren großen rosenartigen Knospen an jedem hellen Standort in der Wohnung sehr lange dekorativ aus und erfreut dann mit den geöffneten Blüten. HibisQs® liebt die Sonne und braucht einen hellen Standort.</p> <p>Graff Kristensen A/S hat diese Pflanze nach Juno, der römischen Göttin der Geburt und der Ehe, benannt, da man die schönen großen und üppigen Knospen mit der Fruchtbarkeit und all dem Hübschen und Schönen verbindet, das diese mit sich bringt.</p>
<b>Marketing und Verkauf</b>	Die Pflanze wendet sich an den modernen Verbraucher und wird vor allem über Gartencenter und den Fachhandel verkauft.
<b>Branchenspezifische Vorteile</b>	Die Pflanze ist auf ihrem Weg aus der Gärtnerei zum Verbraucher sehr robust/haltbar. Der Schwund in den Geschäften ist wegen der guten Haltbarkeit gering.
<b>Verkaufssaison</b>	Mai bis September
<b>Im Handel</b>	Ab 1. Mai 2012

## Flowering Indoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Gärtneriet Kaerby – <a href="http://www.livingcolours.dk">www.livingcolours.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Saintpaulia Ionantha „Bells“
<b>Handelsname</b>	<b>Saintpaulia Bells / Glocken-Saintpaulia</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Sie hat zahlreiche kleine, glockenartige Blüten.
<b>Beschreibung</b>	Nach neun Jahren ist es Kaerby gelungen, eine Saintpaulia-Serie mit kleinen Glockenblumen hervorzubringen, die dem Usambaraveilchen ein ganz neues Gesicht geben.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Mit der neuen Glocken-Saintpaulia möchte Kaerby sich an ein jüngeres Kundensegment wenden, da das herkömmliche Usambaraveilchen oft mit dem älteren Kundensegment verbunden wird. Der Verkauf wird vor allem durch Gartencenter, Blumenläden und Supermärkte erfolgen.
<b>Verkaufssaison</b>	Ganzjährig
<b>Im Handel</b>	Im Laufe von 2012

## Flowering Indoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Produzent</b>	Roses Forever ApS – <a href="http://www.roses-forever.dk">www.roses-forever.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Rosa-Hybride
<b>Handelsname</b>	<b>Infinity Rose™</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Mit Infinity™ möchte Roses Forever ApS eine unter den Topfrosen einmalige Pflanze präsentieren. Infinity™ hat große, wohlgeformte gefüllte Blüten (Durchmesser 7 cm), einen sehr kräftigen Wuchs und eine äußerst lange Haltbarkeit der einzelnen Blüte, die fünf Wochen und länger hält. Die Blätter sind dunkel und besonders dick, so dass sie Verdunstung und damit ein Austrocknen verhindern. Die Pflanze zeichnet sich durch einen leichten Rosenduft aus.
<b>Beschreibung</b>	<p>Die Infinity™-Linie, der neue Standard für Topfrosen, wurde durch die Kreuzbestäubung von Topfrosen mit langzeithaltbaren Schnittrosen entwickelt.</p> <p>Infinity™ hat so die besonders lange Haltbarkeit und die dicken Blätter der Schnittrosen sowie den kompakten und dichten Wuchs der Topfrosee erhalten. Die erste Infinity™ ist cremeweiß und passt daher zu jedem Einrichtungsstil sowie für Hochzeiten und andere große Feste im Leben, für die exklusive Produkte verwendet werden sollen.</p> <p>Infinity™ eignet sich dank der äußerst guten Haltbarkeit besonders gut für Dekorationen im Innenbereich, kann jedoch auch nach draußen in Kübel oder ins Gartenbeet gepflanzt werden.</p> <p>Die Rose ist winterhart.</p>
<b>Marketing und Verkauf</b>	<p>Infinity™ richtet sich an den anspruchsvollen Verbraucher, der nur das Beste möchte.</p> <p>Infinity™ hat ein eigenes Logo, eine exklusive Tüte mit Pflegeinfo und QR-Code.</p> <p>Infinity™ wird in 10,5-cm-Töpfen sowie als große Besonderheit auch in 8-cm- und 6-cm-Töpfen produziert, wo die voluminösen Blüten für Aufsehen sorgen. Verkauf durch exklusive Blumengeschäfte und Gartencenter.</p>
<b>Branchenspezifische Vorteile</b>	Durch die lange Haltbarkeit eignet sich die Pflanze sehr gut für den Transport.
<b>Verkaufssaison</b>	Ganzjährig
<b>Im Handel</b>	Ab Sommer 2011, nur auf Vorbestellung

## Flowering Indoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Gartneriet PKM A/S – <a href="http://www.pkm.dk">www.pkm.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Campanula portenschlagiana
<b>Handelsname</b>	<b>GET MEE® Dark</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Dunklere Blüten als bei den anderen Produkten auf dem Markt, mit der Eigenschaft, dass die Farbe bei Zimmerlichtverhältnissen nicht verblasst, was ebenfalls einzigartig ist. Das bedeutet, dass der Verbraucher einen Zierwert erhält, der 14 Tage länger ist als bei konkurrierenden Produkten.
<b>Beschreibung</b>	Die Pflanze wurde im Hinblick auf ihren langen Zierwert und die besonders dunkle Blüte aus einer Gruppe von mehr als 50.000 Pflanzen als einzigartig ausgewählt. Eine Weiterentwicklung der wohlbekannteren Blue GET MEE® von Fairytale Flowers. GET MEE® Dark ist eine Allroundpflanze, die sowohl im Zimmer im Übertopf oder in einem Blumenarrangement als auch draußen im Kübel oder im Gartenbeet sehr gut zurechtkommt. Die bis zu 1000 glockenförmigen Blüten, die sich an der Pflanze entwickeln, bieten dem Verbraucher im Laufe eines Monats ein Erlebnis der fantastischen natürlichen Entwicklung von der Knospe zur vollen Blüte.
<b>Vertriebskanäle</b>	Das Produkt ist breit ausgerichtet, vor allem jedoch auf Gartencenter und den Fachhandel.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Das Produkt wendet sich an alle Kundensegmente. Weitere Informationen sind unter <a href="http://www.pkm.dk">www.pkm.dk</a> zu finden.
<b>Branchenspezifische Vorteile</b>	Campanula fällt es im Allgemeinen schwer, die Knospenfarbe bei Wärme und Dunkelheit zu halten. Diese Pflanze verfügt im Gegensatz zu konkurrierenden Produkten nach der Transportsimulation jedoch über dunklere und attraktivere Knospen.
<b>Verkaufssaison</b>	KW 1 - 20 sowie KW 21 - 35 in kleineren Mengen
<b>Im Handel</b>	Ab Februar 2012

## Green Indoor Plants 2012 – Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Lundager – <a href="http://www.75012.dk">www.75012.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Haworthia Limifolia Twistet
<b>Handelsname</b>	<b>Haworthia Green Sun</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Haworthia Green Sun unterscheidet sich von den bereits bekannten Typen der Haworthia Limifolia durch ihren kompakten Wuchs und spiralförmige Blätter. Sie ähnelt in der Form dem Abbild der Sonne.
<b>Beschreibung</b>	Die Pflanze stammt aus der Karibik. Sie verträgt Austrocknen und eignet sich für jeden Standort in der Wohnung. Green Sun hat einen hohen Zierwert, sie ist allein ebenso dekorativ wie zusammen mit anderen Pflanzen und eignet sich für Pflanzschalen. Sie wurde passend zum Trend der Zeit und den aktuellen Tendenzen im Einrichtungsdesign entwickelt.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Die Pflanze richtet sich an den mode- und trendbewussten Verbraucher, der sich pflegeleichte Pflanzen wünscht. Durch ihr besonderes Aussehen ist sie jedoch auch als Produkt gedacht, an dem alle Verbraucher ihre Freude haben können. Die Pflanze wird 2012 auf Ausstellungen vorgestellt und unter <a href="http://www.75012.dk">www.75012.dk</a> beworben. Sie wird durch Gartencenter und Blumenläden verkauft, soll jedoch auch in Supermärkten angeboten werden, wo sie passend zum Thema haltbare und trendige Pflanzen vermarktet werden kann.
<b>Branchenspezifische Vorteile</b>	Die Pflanze ist sehr robust – „hard to kill“.
<b>Verkaufssaison</b>	Ganzjährig
<b>Im Handel</b>	Ab Sommer 2011

## Green Indoor Plants 2012 – Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Lundager – <a href="http://www.75012.dk">www.75012.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Gasteria-Hybride Hibri
<b>Handelsname</b>	<b>Gasteria Dragon Skin</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Die Blätter von Dragon Skin sind flacher als bei den bereits bekannten Gasteria-Typen. Sie hat feine Linien/Zeichnungen in verschiedenen Grüntönen und pudrigen Nuancen. Daher der Name Dragon Skin.
<b>Beschreibung</b>	<p>Die Pflanze stammt aus der Karibik. Sie ist pflegeleicht, da sie nicht zu viel gegossen, sondern eher trocken gehalten werden muss. Sie braucht einen sonnigen Standort.</p> <p>Dragon Skin hat einen hohen Zierwert, sie ist allein ebenso dekorativ wie zusammen mit anderen Pflanzen und eignet sich für Pflanzschalen. Sie wurde passend zum Trend der Zeit und den aktuellen Tendenzen im Einrichtungsdesign entwickelt. Dank ihrer guten Haltbarkeit kann der Verbraucher viele Jahre lang Freude an ihr haben.</p>
<b>Marketing und Verkauf</b>	<p>Die Pflanze richtet sich an den mode- und trendbewussten Verbraucher, der sich pflegeleichte Pflanzen wünscht. Durch ihr besonderes Aussehen ist sie jedoch auch als Produkt gedacht, an dem alle Verbraucher ihre Freude haben können.</p> <p>Die Pflanze wird 2012 auf Ausstellungen vorgestellt und unter <a href="http://www.75012.dk">www.75012.dk</a> beworben.</p> <p>Sie wird durch Gartencenter und Blumenläden verkauft, soll jedoch auch in Supermärkten angeboten werden, wo sie passend zum Thema haltbare und trendige Pflanzen vermarktet werden kann.</p>
<b>Branchenspezifische Vorteile</b>	Die Pflanze ist sehr robust – „hard to kill“.
<b>Verkaufssaison</b>	Ganzjährig
<b>Im Handel</b>	Ab Sommer 2011

## Green Indoor Plants 2012 – Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Munk anno 09 ApS – <a href="http://www.50052.dk">www.50052.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Gasteria Pulchel
<b>Handelsname</b>	<b>Gasteria Pulchel</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Eine Pflanze, die durch schmale, weiß gefleckte Blätter besticht.
<b>Beschreibung</b>	Gasteria Pulchel muss nur mäßig gegossen und gedüngt werden. Sie ist in 7- und 9-cm-Töpfen erhältlich.
<b>Verkaufssaison</b>	Ganzjährig
<b>Im Handel</b>	Sommer 2011

## Green Indoor Plants 2012 – Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Munk anno 09 ApS – <a href="http://www.50052.dk">www.50052.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Gasteria Smokey
<b>Handelsname</b>	<b>Gasteria Smokey</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Eine sehr kompakte und robuste Pflanze
<b>Beschreibung</b>	Gasteria Smokey ist pflegeleicht, verträgt sowohl Austrocknen als auch viel Wasser, ohne dass die Pflanze Schaden nimmt. Sie ist in 7- und 9-cm-Töpfen erhältlich.
<b>Verkaufssaison</b>	Ganzjährig
<b>Im Handel</b>	Ab Sommer 2011

## Outdoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Graff Kristensen A/S – <a href="http://www.graff.dk">www.graff.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Hibiscus rosa-sinensis
<b>Handelsname</b>	<b>HibisQs® GardiFlora™ Zefyr (pbr)</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	HibisQs® GardiFlora™ Zefyr (pbr) ist das Ergebnis einer zielgerichteten Veredelung und Entwicklung tropischer Hibiskuspflanzen in Richtung neuer einzigartiger Typen, die sich im nördlichen Europa zum Auspflanzen eignen.
<b>Beschreibung</b>	HibisQs® GardiFlora™ Zefyr (pbr) braucht einen hellen Standort, verträgt jedoch Sonne, Regen und Wind und sorgt mit seinen orangefarbenen Blüten für einen hohen Zierwert. Die Pflanze wurde für den modernen Verbraucher entwickelt, der sich draußen ein tropisches und exotisches Element wünscht. HibisQs® GardiFlora™ Zefyr (pbr) ist eine Alternative als späte Freilandpflanze, die nach dem 1. Juni ausgepflanzt wird. Der Name geht auf den griechischen Gott Zephyr zurück, der den Westwind verkörpert und das Korn reifen lässt. Die orangefarbenen Blüten der Pflanze sollen dabei Assoziationen zu vollreifen Kornfeldern wecken.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Die Pflanze wurde für den modernen Verbraucher entwickelt und soll vor allem in Gartencentern und im Fachhandel verkauft werden.
<b>Verkaufssaison</b>	Juni bis September
<b>Im Handel</b>	Ab Juni 2012

## Outdoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Gärtneriet Råhøj – <a href="http://www.rahoj.dk">www.rahoj.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Sedum ochroleucum
<b>Handelsname</b>	<b>,Green Ball‘</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Neuzugang zum Herbstsortiment
<b>Beschreibung</b>	,Green Ball‘ eignet sich gut für die spätsommerlichen bzw. herbstlichen Pflanzkübel und als Bodendecker im Beet. Sie blüht im zweiten Jahr und hat gelbe Blüten, die Schmetterlinge und Hummeln anziehen. Sie verträgt Schatten ebenso wie Sonne, darf auch austrocknen, aber nicht übergossen werden.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Die Pflanze wendet sich an ein breites Verbraucherspektrum und wird über Blumenläden und Gartencenter verkauft. Inspirationen und Informationen sind unter <a href="http://www.rahoj.dk">www.rahoj.dk</a> zu finden.
<b>Verkaufssaison</b>	KW 29 – KW 40
<b>Im Handel</b>	Ab KW 29 2011

## Outdoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Gärtneriet Råhøj – <a href="http://www.rahoj.dk">www.rahoj.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Sedum hakonense
<b>Handelsname</b>	<b>,Chocolate Ball‘</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Neuzugang zum Herbstsortiment
<b>Beschreibung</b>	,Chocolate Ball‘ stammt aus den Bergen im Südteil der japanischen Insel Honshu und hat eine schokoladenbraune Farbe. Die Pflanze eignet sich für die spätsommerlichen bzw. herbstlichen Pflanzkübel und als Bodendecker. Sie blüht im zweiten Jahr, verträgt Sonne ebenso wie Schatten, darf auch austrocknen, aber nicht übergossen werden.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Die Pflanze wendet sich an ein breites Verbraucherspektrum und wird über Blumenläden und Gartencenter verkauft. Inspirationen und Informationen sind unter <a href="http://www.rahoj.dk">www.rahoj.dk</a> zu finden.
<b>Verkaufssaison</b>	KW 29 – KW 40
<b>Im Handel</b>	Ab KW 29 2011

## Outdoor Plants 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Gartneriet Råhøj – <a href="http://www.rahoj.dk">www.rahoj.dk</a>
<b>Botanischer Name</b>	Trifolium repens
<b>Handelsname</b>	<b>Trifolium ‚Josephine‘</b>
<b>Neu bei dieser Pflanze</b>	Neue Sorte mit neuen Zeichnungen auf den Blättern. Im Gegensatz zu den Längslinien bei den bekannten Sorten führen die Linien hier quer über die Blätter.
<b>Beschreibung</b>	Trifolium ‚Josephine‘ ist eine eigene Veredelung von Råhøj und wurde nach der dänischen Prinzessin Josephine benannt. Ihr Zierwert reicht vom zeitigen Frühjahr bis weit in den Herbst hinein. Sie eignet sich als Kübel- und als Beetpflanze. Sie verträgt einen sonnigen ebenso wie einen schattigen Standort. Die Pflanze ist luftreinigend.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Die Pflanze wendet sich an ein breites Verbraucherspektrum und wird über Blumenläden und Gartencenter verkauft. Inspirationen und Informationen sind unter <a href="http://www.rahoj.dk">www.rahoj.dk</a> zu finden.
<b>Verkaufssaison</b>	KW 9 bis KW 40
<b>Im Handel</b>	Ab KW 9 2012

## Concept 2012 – Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Knud Jepsen a/s – <a href="http://www.queen.dk">www.queen.dk</a>
<b>Handelsname des Konzepts</b>	<b>Queen Outdoor®</b>
<b>Ziel des Konzepts</b>	Dem Verbraucher ein neues und erfolgreiches Erlebnis mit einem bereits bekannten Produkt zu bieten. Den Bekanntheitsgrad von Queen® Outdoor als sehr gut geeignetes Produkt für draußen zu erhöhen, da die Reihe aus ausgewählten Sorten besteht, die mehr als zwei Jahre lang eingehenden Tests unterzogen wurden. Der Wunsch war es, dem Verbraucher ein Easy-Care- und Convenience-Produkt zu bieten, da die Pflanzen in diesem Konzept nur minimale Pflege erfordern, draußen sehr robust sind, lange blühen und nicht noch einmal ausgepflanzt werden müssen.
<b>Marketing und Verkauf</b>	In einer Verpackung mit allen Pflegeinformationen sowie mit zusätzlichen Informationen in Form eines Films über einen QR-Code. Verkauf als 4 x 10,5-cm-Töpfe im Karton mit Tragegriff oder als 21-cm-Topf. Das Konzept richtet sich an Verbraucher in ganz Europa, die sich einfache Lösungen für den Garten, den Balkon oder die Terrasse wünschen. Wird vor allem im Fachhandel und in Supermärkten erhältlich sein.
<b>Wann wird das Konzept dem Privatverbraucher voraussichtlich zur Verfügung stehen?</b>	Frühjahr/Sommer 2012

## Concept 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Der Hibiskus-Club Dänemark - <a href="http://www.hibiskusklubben.dk">www.hibiskusklubben.dk</a> (Hawaii Gartneriet I/S – <a href="http://www.50298.dk">www.50298.dk</a> und Graff Kristensen A/S – <a href="http://www.graff.dk">www.graff.dk</a> )
<b>Handelsname des Konzepts</b>	<b>Hibiscus „Farbenprächtige Inspiration“</b>
<b>Ziel des Konzepts</b>	Ziel ist die Kombination einer Hibiskuspflanze mit einem ansprechenden, handlichen Buch, um dadurch auf etwas andere und innovative Art für Inspiration zu sorgen. Der Hibiskus-Club möchte die allgemeine Meinung des Verbrauchers vom Hibiskus als typische Alte-Damen-Pflanze revidieren und zeigen, dass es sich um ein modernes Lifestyle-Produkt mit vielen Facetten handelt. Durch das Buch sollen die Verbraucher mehr über den Hibiskus, seine vielseitigen Anwendungsmöglichkeiten und die fantastische Pflanzenfamilie erfahren. Gleichzeitig werden darin zahlreiche Anekdoten erzählt und als Inspiration schöne Bilder gezeigt.
<b>Marketing und Verkauf</b>	Das Buch soll als ein Mehrwertprodukt zur Pflanze präsentiert werden. Das Buch soll durch seine Präsentation als eine Art Werbeplakat für den Verkauf von mehr Hibiskuspflanzen wirken. Das Buch soll zu Festtagen und im Rahmen bestimmter Verkaufsthemen als verstärkendes Erlebnis zusammen mit der Pflanze verkauft werden (ein Buch und ein Hibiskus 19,99 Euro!). Solche Anlässe könnten Muttertag, Valentinstag usw. sein. Das Konzept richtet sich an die moderne und neugierige Frau in Europa, die Blumen und kleine, feine Bücher liebt, die als Coffee Table Books im Wohnzimmer ausliegen. Das Konzept ist vor allem auf den Verkauf in Gartencentern, Blumengeschäften und anderen Verkaufsstätten ausgerichtet, wo Ambiente und Inspiration für den Verkauf von Blumen gegeben sind.
<b>Wann wird das Konzept dem Privatverbraucher voraussichtlich zur Verfügung stehen?</b>	Das Projekt wird dem Fachhandel auf der IPM vorgestellt. Das Buch wird voraussichtlich im Laufe des Frühjahrs auf den Markt kommen.

## Concept 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Roses Forever ApS – <a href="http://www.roses-forever.dk">www.roses-forever.dk</a>
<b>Handelsname des Konzepts</b>	<b>Edible Roses™</b>
<b>Ziel des Konzepts</b>	<p>Edible Roses™ ist eine ganz neue Serie von Rosen zur Verwendung in der Küche, die ungespritzt sind und ökologisch gezogen werden können. Mit diesem Konzept möchte Roses Forever zeigen, dass Rosen nicht nur schöne, duftende Blumen mit symbolischem Wert, sondern auch essbar sind. Der Verbraucher kann lose Blütenblätter, ganze Blüten und Knospen als essbare Dekoration oder als Zutaten für Gerichte verwenden. Sie eignen sich als Tortenschmuck, für Tee oder als Farbtupfer im Salat. Ein Rezeptheft mit Inspirationen für die Verwendungsmöglichkeiten der Rosen ist für den Verbraucher beigelegt.</p> <p>Edible Roses™ bringen Sommerstimmung, Farbe und Exklusivität in die Küche.</p>
<b>Marketing und Verkauf</b>	<p>Edible Roses™ werden in dekorativen, verkaufsfördernden Tüten zusammen mit anderen Kräutern (z. B. eine Reihe Rosmarin, eine Reihe Rosen und eine Reihe Thymian) oder allein verkauft.</p> <p>Edible Roses™ können direkt verwendet werden.</p> <p>Jeder Pflanze liegt ein Rezeptheft bei.</p> <p>Edible Roses™ Rosenköpfe und Blütenblätter werden auch in kleinen Kunststoffschalen verkauft, verzehrfertig und mit Rezepthinweisen auf dem Deckel.</p> <p>Edible Roses™ sind auf den Einzelhandel, Hotels, Restaurants und Privatleute ausgerichtet, die ihre eigenen essbaren Blumen ziehen möchten.</p> <p>Edible Roses™ sollen in Supermärkten zusammen mit Kräutern und Convenience-Salat angeboten werden. In Gartencentern zusammen mit Kräutern. Beim Gemüsehändler zusammen mit anderen Kräutern.</p>
<b>Wann wird das Konzept dem Privatverbraucher voraussichtlich zur Verfügung stehen?</b>	Spätsommer 2012

## Concept 2012 - Nominierte



<b>Gärtnerei</b>	Gartneriet Offer Madsen A/S
<b>Handelsname des Konzepts</b>	<b>Tillandsia</b>
<b>Ziel des Konzepts</b>	<p>Das Konzept ist die Wiedereinführung eines Produkts aus den Achtzigern mit neuem stilreinem Mehrwert.</p> <p>Tillandsien sind exotische Epiphyten, die Nährstoffe über die Blätter aufnehmen, so dass sich neue Möglichkeiten für die Platzierung der Pflanze ergeben.</p>
<b>Marketing und Verkauf</b>	<p>Das Konzept besteht aus mehreren Produkten mit einer Designverpackung, auf der die Produktgeschichte beschrieben ist. Außerdem wurde ein Faltblatt erstellt, in dem eingehender über die Tillandsie informiert wird.</p> <p>Mit seiner schlichten, stilreinen Optik ist das Konzept auf die Wohnung des jüngeren modernen Verbrauchers ausgerichtet.</p> <p>Der Verkauf ist auf den europäischen Markt ausgerichtet und soll vor allem über Blumenhändler und Gartencenter erfolgen.</p>
<b>Wann wird das Konzept dem Privatverbraucher voraussichtlich zur Verfügung stehen?</b>	Ist ab Sommer 2011 erhältlich