

Der UG und die Männerpflanzen

Der Schnurrbartkaktus: eine Ikone unter den Männerpflanzen.

Illustration: Eliane Meyer

Liebe Leserin, lieber Leser

In einer Welt, in der immer mehr Leute die Natur ins Zentrum stellen, bin ich auf ein innovatives Konzept gestossen: Männerpflanzen. Ja, du hast richtig gehört – Pflanzen speziell für Männer! Und nein, ich rede nicht von einem neuen Grillzubehör mit Grünzeug. Ich meine echte Pflanzen, die robust, markant und genau wie der moderne Mann sind: unerschütterlich.

Die Initialzündung:

Warum Männer und Pflanzen zusammenpassen

Diese innovative Geschäftsidee begann sicher mit der Beobachtung, dass Pflanzen eigentlich überall sind. Sie stehen in Wohnzimmern, auf Balkonen und in Büros. Aber unter uns gesagt, welche bekommen die ganze Aufmerksamkeit? Es sind immer die klassischen, «zarten» Blümchen. Sie gelten als hübsch, aber ehrlich gesagt oft auch als ein bisschen langweilig.

Deshalb schauten sich die kreativen Marketingfachleute eines grossen Pflanzenmarktes (von fleurope) von Berufes wegen um und stellten fest: Männer lieben Charakter. Sie kaufen Oldtimer, die Geschichten erzählen, pflegen Bartstile, die an Wikinger erinnern, und entscheiden sich bei Accessoires für schlichte, kraftvolle Designs. Warum also nicht auch Pflanzen, die genauso kernig sind? Damit war die Idee geboren: Männer brauchen Pflanzen, die genauso stark, unkompliziert und kantig sind wie sie selbst. Und so wurde die Vision von Männerpflanzen umgesetzt.

Pflanzen mit Persönlichkeit – und einem Schnurrbart

Das Besondere an Männerpflanzen ist ihre markante Persönlichkeit. Sie sind nicht einfach langweilige Grünpflanzen. Sie haben Charakter. Sie haben Stil. Und sie haben Namen.

Denn, seien wir ehrlich, wer will schon «diesen komischen Kaktus» im Wohnzimmer? Aber «Bruce»? Den will jeder haben.

Hier einige Highlights aus der Männerpflanzen-Familie, gemäss Beschreibung des Anbieters:

- **Bruce** – unser stacheliger Kaktus mit dem Slogan: «Ich hab' Stehvermögen!» Perfekt für alle, die eine Pflanze wollen, die genauso widerstandsfähig ist wie sie selbst.
- **Frankie** – die Geigenfeige, die sagt: «Bei ihm spielt die Musik.» Elegant, aber mit einem Hauch von Coolness.
- **Harry** – die entspannte Aloe Vera, die verkündet: «Chill mal, Kumpel.» Die ideale Pflanze für den Mann, der zwischen zwei Projekten auch mal runterkommen muss.
- **Alfred** – der Gummibaum im Retro-Look, der zeigt: «Oldie but Goldie.» Ein Klassiker, der nie aus der Mode kommt.

Jede Pflanze trägt nicht nur einen Namen, sondern auch eine Botschaft. Sie ist mehr als ein Stück Grün – sie ist ein Statement.

Männerpflanzen:

Das Konzept hinter dem Erfolg

Natürlich reicht eine gute Idee allein nicht aus. Damit die Männerpflanzen die Herzen (und Wohnungen) erobern konnten, brauchte es ein durchdachtes Konzept.

Zuerst das Design: Die Männerpflanzen kommen in schlichten, robusten Töpfen, die Männlichkeit und





Minimalismus ausstrahlen. Farben wie «Betongrau» und «Schwarzstahl» sprechen Klartext – hier geht es nicht um Schnickschnack, sondern um Stil.

Dann das Branding: das Logo – ein stilisierter Schnurrbart – ist nicht nur ein Blickfang, sondern eine Botschaft. Es sagt: «Diese Pflanze ist kein Blumenstraus – sie ist ein grüner Kumpel.»

Und schliesslich die Pflege: Männer mögen es unkompliziert, also wurden die Pflegeanleitungen auf das Wesentliche reduziert. Kein botanisches Fachchinesisch, sondern klare Ansagen: «Giessen, wenn's trocken ist. Fertig.»

Die Marktlücke, die niemand kommen sah

Was mich besonders überrascht hat: Männerpflanzen sind nicht nur bei Männern ein Hit. Auch Frauen lieben sie. Sie kaufen sie als originelle Geschenke für ihre Partner, Väter oder Freunde – oder gönnen sich einfach selbst eine. Es gibt sogar Sammelfans, die ihren «Männerhaushalt» kontinuierlich erweitern. Manche Frauen fühlen sich von der Persönlichkeit der Pflanzen angesprochen – die sportliche Frau greift zu «Mike», der Sportskanone, während jemand anderes eher zu «Bill», dem Geldbaum, tendiert.

Ein Blick in die Zukunft

Heute sind Männerpflanzen nicht nur ein Trend – sie werden eine Bewegung. Aber bitte jetzt nicht aufhören, denn ich als Unternehmergeist hätte noch ein paar Ideen zuhänden der Anbieter:

- **Männerbäume:** Für den grossen Auftritt auf der Terrasse.
- **Zen-Kumpel:** Pflanzen, die dich entspannen, wenn das Leben hektisch wird.
- **Grüne Survival-Kits:** Komplettangebot mit Pflanze, passendem Topf und einer «Männerpflegeanleitung».

Und wer weiss – vielleicht gibt es bald eine eigene Männerpflanzen-Lounge in der Innenstadt, wo man bei einem Craft Beer und guter Musik seine nächste Pflanze auswählen kann.

Fazit: Eine Pflanze, ein Lebensgefühl

Männerpflanzen sind mehr als nur Zimmerpflanzen. Sie sind ein durch ein hervorragendes Marketing entstandenes Statement. Sie zeigen, dass Pflanzen nicht langweilig sein müssen – sie können markant, cool und ein bisschen rebellisch sein.

Diese innovative Idee zeigt uns Unternehmen auch, dass man gar nicht weit suchen muss, um ein altbewährtes Produkt aufzuwerten: Beobachten genügt, dazu noch ein wenig hippe Verkaufstechnik, und schon «trendet» man. Nun denn, wenn du deinem Leben einen grünen, robusten Kumpel hinzufügen willst, der wenig meckert, gut aussieht und garantiert nicht deine Fernbedienung klaut – dann hol dir deine Männerpflanze.

Und wenn du mich fragst: Warum sollte das Grünzeug nur den Frauen überlassen bleiben?

Bis bald

● dein Unternehmergeist

Der Unternehmergeist im Fokus



Der **Unternehmergeist** ist eine Kolumne von Karl Zimmermann, die auf vergnügliche und dennoch nicht minder klare Art und Weise aufzeigt, wie er, der Unternehmergeist, «funktioniert» – und weshalb ihm in seinem Handeln scheinbar keine Grenzen gesetzt sind.

Karl Zimmermann, der Autor dieser Kolumne, startete seine berufliche Karriere 1974 mit einer Lehre als Metallbauschlosser. Nach zahlreichen Weiterbildungen war er ab 1983 Partner der Karl Zimmermann Metallbau AG, die er 2012 verkaufte. 2006 gründete er zusammen mit Hans und Andreas Weber die KMU-Nachfolgezentrum AG und ist dort seither als Verwaltungsrat und Nachfolgecoach aktiv. Ihr Kerngeschäft ist die Nachfolgeregelung von kleinen und mittleren Unternehmen. Nebst der direkten Beratung engagiert sich das KMU-Nachfolgezentrum in der Öffentlichkeit und will so die Gesellschaft für das Thema Nachfolge sensibilisieren. Zu zahlreichen Mandaten und Mitgliedschaften gesellten sich 1998 der «Bayerische Staatspreis für besondere technische Leistungen im Handwerk» und 2005 der «Deutsche Bundespreis für hervorragende innovatorische Leistungen für das Handwerk» sowie 2006 der Gewerbebär der KMU-Stadt Bern.

www.kmu-nachfolgezentrum.ch
oder wirmarket.ch > Nachfolgezentrum