

Etiketten & Konzept

Alles nur Theater?

Geht es Ihnen auch nach den ganzen Messen so? Viel Theater und wenig Neues. Ein Experte sagte: „Etiketten und Konzepte? – Ich kann es nicht mehr sehen, ist doch alles bunte Kirmes.“ Ich kann ihn verstehen. Wir in der Branche können es oft nicht mehr sehen. Aber unser Kunde? Da bin ich nicht so sicher. Wer beispielsweise ins Kino, Musical oder Theater geht, zahlt viel Geld für eine ganz bewusste Illusion und Inszenierung. Wer das neue Musical „Rocky“ besucht, zahlt 150 Euro (!) für die Inszenierung eines Films (also die Kopie einer Kopie) und sieht Boxer, die nicht boxen. Und Straßen, Läden und Schlachtereien, die nur Bühnenbilder sind. Sogar der Regen ist eine Illusion. Und am Ende beklatschen alle (und ich auch) einen Helden, der keiner ist. Einfach, weil die Show gut und auch handwerklich bestens umgesetzt ist.

Und in der grünen Branche? Wie gut ist unsere Show, unser Handwerk? Auf den Messen geht es immer professioneller zu, aber im täglichen Handel? Wie gut sind unsere Geschichten, wie plausibel setzen wir sie um? Oder bleiben nicht doch Artikel und Konzepte auf dem Spielplan, die schon lange ausgemustert gehören. Was tun wir jeden Tag für das perfekte Bühnenbild, für eine stimmige Präsentation und für die Schauspieler? Der Zuschauer erwartet eine gute Show, bei jeder Vorstellung ... Üben Sie den Auftritt, prüfen Sie jedes Detail – aus Kundensicht. Da darf kein CC mit Resten und

Arbeitsgeräten mehr am Rand stehen, alles ist perfekt vorbereitet. Vor allem ist es wichtig, dass der gesamte Rahmen stimmig ist. Wenn Sie „Gärtner“ mit Gewächshaus sind, dann braucht es auch einen Blick in die Produktion, nicht alles auf CC mit Vermarktungsschildern von sonst woher ... Auch Pflanzen, die noch nicht fertig sind, gehören dazu. Vielleicht mit einem Schild „Unser Kindergarten“ oder mit: In fünf Wochen sind wir ebenso „groß“. Das Geheimnis ist, auch in Sprache und Bild immer kundengerecht zu sein, nicht so technisch, und gerne auch mal etwas salopp formuliert. „Unser NPK-Dünger von XYZ mit hohen Spurenelementen und der neuen Formel für die Depotwirkung und ...“ ist da ein weniger gutes Beispiel! Besser ist: „Nehmen Sie den, der ist wie Nudeln vor dem Marathon! Da halten die Geranien den ganzen Sommer.“ Und nehmen Sie Neues auf den Spielplan, raus mit den Nieten und den Langweilern. Jetzt im März ist jedenfalls Frühling und eine Sondervorstellung mit Ostern angesagt. Enttäuschen Sie den Kunden nicht, zelebrieren Sie Gelb, Ei, Küken, Frühling hoch und runter. Wie wär's da noch mit einem tollen Motto: „Bei uns: Nur das Gelbe vom Ei.“

„Der Zuschauer erwartet eine gute Show, bei jeder Vorstellung ... Üben Sie den Auftritt, prüfen Sie jedes Detail – aus Kundensicht.“

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zulieferindustrie.

Kontakt: info@beyond-flora.com, www.beyond-flora.com



Foto: privat