

# Everybody's darling is everybody's Depp

Was denn noch alles? Jetzt soll ich auch noch in dem Freizeitbad die Hydropflanzen pflegen, sagt mein Kunde. Ich weiß gar nicht mehr, wo ich anfangen soll! Ein Luxusproblem? Auch – aber kann wirklich jeder alles von A bis Z gut erledigen? Sicher nicht, denn es ist einfach nicht realistisch, dass ein Endverkaufsbetrieb von der Friedhofbepflanzung über die Ausstattung von Events bis zur Gestaltung von Großflächen alles fachlich gut und preiswert erledigen kann. Zudem, wenn damit auch noch Geld verdient werden soll. Aber wer will schon Umsatz auf der Straße liegen lassen, zudem hat der Kunde ja gefragt!

Die erste Frage ist, kann ich es fachlich überhaupt gut ausführen? Danach folgt, habe ich Zeit und Manpower für die anstehende Arbeit und stehen mir nötige Geräte zur Verfügung? Auch ein für sich lukrativer Pflegeauftrag einer Grünfläche ist völlig uninteressant, wenn hierfür Großgeräte gebraucht werden, die nicht ausgelastet werden. Und dann kommt die Frage, wollen und können Sie daraus ein dauerhaftes Arbeitsfeld für Ihr Unternehmen machen? So kann der erste Auftrag für die obige Grünfläche der Start in ein neues Betätigungsfeld sein, wenn Aussicht auf mehr Aufträge besteht. Wenn Sie den Kunden insgesamt gut kennen und er halt „alles“ bei Ihnen machen lässt, sind Zugeständnisse manchmal nötig. Der Kunde wählt Sie aufgrund

der Erfahrung und weil Sie wissen, wie er „tickt“. Aber Ihre Leistung muss erstklassig sein, der Kompromiss darf nie in der Qualität der Leistung für den Kunden bestehen. Sonst gefährden Sie Ihr Kerngeschäft und missbrauchen das Vertrauen des Kunden. Sie riskieren für einen womöglich kleinen Auftrag die Beziehung mit einem dauerhaften Kunden. Das kann Sie schnell tausende Euro kosten. So große Kunden haben Sie nicht? Wenn er monatlich für 200 Euro kauft und Sie ihn für fünf Jahre verlieren, dann hat Sie dieser Fehler 12 000 Euro (!) Umsatz gekostet.

Aber was sagen, wenn die Anfrage partout nicht ins Konzept passt? Empfehlen Sie einen guten Fachbetrieb in dem Segment – ganz im Ernst. Bestenfalls erkundigen Sie sich noch vorab, ob er das kann und interessiert ist und dass Sie ihn dann empfehlen werden. Natürlich möchten Sie auch weiter mit dem Kunden arbeiten, das sollten Sie auch ruhig Ihrem Kollegen unmissverständlich sagen. Sie werden sehen, in den meisten Fällen klappt das gut, die „Kollegen“ die dann den Kunden komplett übernehmen wollen, finden sich schnell heraus. Auf der anderen Seite gibt es viele, die auch Ihnen einmal einen Kunden vermitteln, oft der Anfang einer guten Zusammenarbeit.

*„Die meisten Arbeitsfelder brauchen Routine und ein gewisses Volumen, damit ein Engagement Sinn macht.“*

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

