

Saison-Zeiten feiern? Ja, bitte!

Stöhnen Sie hier und da über die hohe Saisonbelastung und schauen neidisch auf den „normalen“ Einzelhandel, wo das Verkaufen ein immer gleicher Fluss ist?

Ja, langweilig, das wird es unserer Branche nur selten! Und genau das ist das Tolle und bringt immer neue Kunden ins Geschäft. Gerade die Saison macht doch Lust und die Natur beziehungsweise der Kalender schafft den Kaufanreiz und bildet Sortimente. Wir alle freuen uns doch schon seit Kindertagen jedes Jahr wieder auf die ersten Erdbeeren aus der Heimat! Dann weiß man, der Sommer kann kommen und schmecken tun sie sowieso viel besser. Und genau das ist die Chance auch bei Blumen. Jetzt kommen die Sonnenblumen aus der Umgebung, direkt vom Feld! Günstig, haltbar und in bester Qualität. Unser Erdbeerhof schrieb dran „Saisonhöhepunkt“, gab richtig Gas und verkaufte nach Sorten („Eher haltbar“ oder „Extra süß zum Naschen!!“). Und was machen wir in der Branche: „Aktionspreis“. Warum nicht „Sonnenblumen Sorte Herkules vom Gärtner xy“? Mein Kunde sagte daraufhin: „Aber Sonnenblumen gibt es schon das ganze Jahr.“ Ja, klar, aber nicht in der Menge und nicht zu dem Preis-Leistungs-Verhältnis! Erdbeeren gibt es auch fast immer.

Ich empfehle: Schlachten Sie Saisonzeiten optimal aus, egal ob sie produktbezogen oder jahreszeitlich bedingt sind! Und das bedeutet auch, anderes wegzulassen oder in den Hintergrund zu stellen. Es ist zum Bei-

spielkundenfreundlich, zu den Gedenktagen groß aufzufahren, so vergisst der Kunde den Anlass auch nicht und kann aus dem umfangreichen Sortiment wählen. Der wichtigste Effekt aber: Immer wieder neue Inszenierungen regen das Auge an, Neues zieht Kunden an. Also nicht die Saison glattbügeln, ganz im Gegenteil! Als Theater inszeniert, bekommt der Kunde jede Woche eine neue Welt.

„Das macht mein Wettbewerber doch auch“, ist ein häufiger Einwand! Klar, die Spargelsaison macht ja auch jeder mit! Trotzdem ist eine gute Profilierung möglich, sei es über Menge, Deko oder spannende Angebote. Zu den Gedenktagen vielleicht einen 48-Stunden-Brenner gratis dazu? Oder fünf kaufen und sechs bekommen? Eventuell einen „Kränze selber machen“-Workshop in den eigenen Räumen? Vielleicht verkaufen Sie zwei bis drei Kränze weniger bei den zehn Teilnehmern. Wahrscheinlich beeindruckt aber Ihre Handwerkskunst viel mehr und das Materialverkaufen macht viel mehr Spaß und Sinn im Vergleich. Vor allem aber schaffen Sie in der Saison ein Highlight, und Ihr Unternehmen steht im Mittelpunkt. Mit dem richtigen Mix werden Sie unverwechselbar und stechen aus der Masse heraus. Viel Erfolg beim Feiern der Saison!

„Ich empfehle: Schlachten Sie Saisonzeiten optimal aus, egal ob sie produktbezogen oder jahreszeitlich bedingt sind!“

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

