

Der Köder muss dem Fisch schmecken, ...

... nicht dem Angler! Dieses alte Sprichwort fiel mir ein bei einer Facebook-Diskussion zum Thema „Was tun, wenn der Kunde einen hässlichen Strauß verlangt?“. Machen oder nicht? Neben den pragmatischen Tipps wie neutrales Papier oder genaues Nachfragen, ob es so gefällt, und anderen Argumenten entfachte sich darüber eine Grundsatzdiskussion „Welche Sortimente sind die richtigen oder falschen für mich?“.

Wer mit seinem Geschäft Geld verdienen muss, ist aus meiner Sicht gut beraten, diese Fragen aus Kundensicht und mit seinen zur Verfügung stehenden Talenten und Möglichkeiten zu betrachten. Viele kennen den obigen Spruch mit dem Angler, er ist simpel und ehrlich! Auch wenn es nicht immer ganz so einfach ist, eine solche gute Metapher verdeutlicht einiges. Klar, wenn es dem Kunden nicht gefällt, beißt er nicht an und zahlt auch nicht! Als Inhaber brauche ich in der Summe genug Fänge, um gut leben zu können. Für den Angler oder den Blumenhändler braucht es daher erstmal einen guten Teich mit vielen Fischen drin. Das ist im Grunde die Frage nach dem richtigen Standort. Wer beispielsweise am Hauptbahnhof hochwertige Eventdekorationen verkaufen will, fischt sicher im falschen Gewässer. Die richtigen dicken Fische finden sich dann eher dort, wo die Villenbesitzer kaufen oder Sie teilen sicher den Köder mit den Veranstaltern ... Wenn Sie aber gerne viel Bundware, das schnelle Geschäft und quirlige Kunden mögen, sind Sie im Szeneviertel gut aufgehoben. Ganz wichtig, viele richtige Fische im Teich erleichtern das Angeln!! Kein Wunder, Sie wollen

ja auch (fast) jeden Tag angeln und nicht nur als Zeitvertreib. Neben dem Standort muss auch die Ausstattung stimmen, hierzu zählen Ladenbau, Personal, Licht und all das Drumherum. Natürlich kommen auch gute Sträube aus dem halbdunklen Hinterhof, man findet Sie nur nicht so gut. Und ein Essen schmeckt besser, wenn es toll dekoriert ist und ein Glas Wein daneben funkelt.

Jetzt geht es um den Köder an sich. Wer es sich (im wahrsten Sinne) leisten kann, kann auch seinen eigenen Stil und sein Sortiment eng zuschneiden auf seinen bevorzugten Geschmack. Das Risiko besteht nur darin, dauerhaft nicht genug Kunden zu finden oder so spezialisiert zu sein, dass sie dann nur einen kleinen Teil ihres Bedarf bei Ihnen einkaufen.

Zwei ganz wesentliche Eigenschaft haben gute Angler meistens auch noch: erstens Geduld. Die brauchen Sie einfach, bis die Fische beißen. Erst wenn sich das Wasser beruhigt hat und der eine oder andere nicht mehr daran glaubt, dann werden oft die richtig dicken Fische gefangen! Und zweitens Erfahrung. Wo in meinem Teich fange ich was wann und wie am besten. Das braucht wiederum Geduld, eine gute Beobachtungsgabe und die Fähigkeit, eigene Gewohnheiten zu hinterfragen.

In diesem Sinn: Petri Heil für die Saison ...

„Nicht jedes Stück muss Ihnen selbst gefallen, aber fachlich gut und frisch ist eine Selbstverständlichkeit – sonst beißt niemand an!“

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