

Profi sein bedeutet auch Spezialist sein

Und Spezialisten können nicht alles ...

Kürzlich entbrannte eine Diskussion unter Grafikern, was ein Strauß im Büro wohl kosten dürfe. Das erste Angebot mit 75 Euro im Abo und nur mit 12 Wochen Vorlauf kündbar scheint sehr hoch. Und schon kommen andere und jeder im Büro hat plötzlich Ideen: Einen bei einem anderen Floristen kaufen, 45 Euro, noch besser auf dem Markt für 30 Euro. Nein, direkt zum Filialisten für 25 Euro oder zehn Bunde beim Discounter für 19,99 Euro. Oder, der ultimative Beitrag: Am Straßenrand selbstgepflückt für quasi 0,00 Euro! – Absurd? Natürlich! Aus unserer fachlichen Sicht überhaupt nicht vergleichbar und schon gar nicht nicht akzeptabel. Aber genau diese Diskussion gab es kürzlich bei Facebook, geführt allerdings von Floristen über Grafiker. Es ging um die Kosten einer Webseite, von ganz teuer bis umsonst. Da ich in dem Bereich auch aktiv bin, habe ich das natürlich verfolgt.

Aber dahinter steckt etwas völlig anderes. Wenn wir nämlich selbst als Spezialist rund um Blumen & Pflanzen wahrgenommen und akzeptiert werden wollen, dann ist es ein guter Schritt, das auch anderen Branchen und Bereichen zuzubilligen! Wenn wir aber den

ken, den Strauß oder die Bepflanzung könnte auch jeder andere machen, dann können wir dafür nicht viel verlangen. Wir haben es in der Hand, das Handwerk und Know-how gut zu verkaufen und zu vertreten. Neben dem tatsächlichen Wissen und einer perfekten Umsetzung gehört hierzu die entsprechende Grundhaltung. Ich meine damit nicht „teuer“, sondern angemessen im Verhältnis mit Aufwand und Leistung. Bei Bundware ist dieser Anteil natürlich kleiner, hier könnten Frische und besondere Sorten einen „Wert“ generieren. Und bei Hochzeiten und Großveranstaltungen ist er sicher höher, da ist Erfahrung und Wissen viel gefragter und schließlich auch „mehr-Wert“.

Klar, irgendeiner kann es immer billiger. Das stimmt für die grüne Branche, das stimmt aber auch bei Grafikern und im Grunde bei fast allen anderen Berufen! Und es ist keine Entschuldigung, das eigene Wissen nicht trotzdem offensiv und gut zu verkaufen. Schon weil es dazu im Grunde keine Alternative gibt. Und sein „Expertentum“ verkaufen geht von Anfang bis Ende. Werfen Sie doch mal einen Blick in Ihre letzten Rechnungen!

„Wir haben es in der Hand, das Handwerk und Know-how gut zu verkaufen und zu vertreten.“

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

