

Familienbande schätzen und zeigen

In einem Restaurant im Urlaub prangt über dem Eingang eine ganze Serie von Familienporträts: lachende Kinder und eine unternehmungslustige Familie. Und darunter die Chefin, die freundlich fragt „Hatten Sie reserviert?“. Wir fanden das toll und fühlten uns fast als Teil der Familie und hatten sofort den Eindruck, die Eigentümer ein klein wenig zu kennen. In Deutschland, wo der Schutz der Privatsphäre einen unglaublich hohen Stellenwert hat, kaum vorstellbar. Und überhaupt, was geht den Kunden meine Familie an, höre ich schon den Ersten fragen, oder? Auf der anderen Seite klagen auch in unserer Branche viele über die Unvereinbarkeit von Beruf und Familie und die Probleme, wenn Kinder Zeit und Recht verlangen.

Andererseits: Ist eine Familie, die mit im Geschäft arbeitet, nicht auch ein großes Plus, wenn es gut „verpackt“ wird? Ist es nicht auch großartig, dass Kinder wissen, womit ihre Eltern das Geld verdienen? Und sogar, dass das auch Mühe und schlicht Arbeit ist? Auch für Kunden sehe ich ein großes Plus, signalisiert es doch Verantwortung und den Geist eines Familienbetriebes. Mit diesen verknüpfen die meisten Vertrauen, eine überschaubare Größe und vor allem Sympathie! Alles Werte, für die Konzerne Unsummen an Geld und

Zeit aufwenden, mit oft nur dürftigen Ergebnissen. Ich meine aber nicht, dass nun überall fröhliche Familienbilder in den Geschäften aufgehängt werden sollen. Aber vielleicht ist die strikte Trennung von Beruf und Privat doch etwas überholt in der Zeit von Facebook, Vernetzung und den weiteren neuen Medien. Was ist so schlimm daran, wenn der Kunde weiß, dass die Bilder auf der Webseite aus dem eigenen Hobby entstanden sind, die Frau Kochkurse gibt und der Sohn begeisterter Fußballer und Fan von XY ist.

Ich denke, die Branche und jeder Einzelne tut gut daran, die Vorzüge der Familienbetriebe offensiv zu spielen, obendrein macht es Freude und Freunde, wenn in der Region der Zusammenhalt gestärkt wird.

Die enge Verbundenheit zeigt sich auf Messen und Treffen, wo auch über Landesgrenzen hinweg die Mitglieder gut vernetzt sind, sich kennen und auch dadurch „wertschätzen“-wie es Neudeutsch heißt! Selbst viele „Global-Player“ sind Familien dominiert und sehr bodenständig. Diese Vielfalt müssen wir wertschätzen, und daher sollten wir sie auch unseren Kunden zeigen!

„Die Einzigartigkeit im Gartenbau besteht nicht nur in den Produkten, sondern auch in der Struktur.“

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