

Problembewunderer – Schluss damit!

Liebe Problembewunderer, langsam geht Ihr mir auf die Nerven! Es geht nur noch um „Inwertsetzung“, „Überproduktion“ oder gar „der fachfremde Handel muss verboten werden“. „Ja, und überhaupt müssen Innovationen und Konzepte für den Handel her.“ Klar, stimmt ja alles, aber wo bitte bleibt da die Realität? Denn zunächst gilt „Face reality as it is, not as it should be“. Bitteschön, hier sind sie, die realen Rahmenbedingungen – knallhart:

1. Die Produktion wird nicht sinken! Weiterhin steigen die Effizienz, Sortenqualitäten und das Know-how.
2. Margen bleiben knapp, denn niemand zahlt dauerhaft freiwillig mehr für ein vergleichbares Produkt.
3. Der fachfremde Handel wird nicht verschwinden. Im Gegenteil, er ist häufig nicht mehr „fachfremd“, hat oft deutlich professionellere Strukturen als viele der „Alteingesessenen“ und ist dazu oft verlässlicher Partner für Produktion und Handel.
4. Wert entsteht beim Kunden und nicht bei Diskussionsrunden der Branche. Wer glaubt, künstlich mit Werbung den Wert der Branche zu erhöhen, liegt falsch.
5. Innovationen und Konzepte sind da, kommen nur häufig nicht oder über den Systemhandel in den Markt.
6. Erfolgreich ist und bleibt, wer die Chancen erkennt und handelt. Wenn wir das als Grundlage nehmen, was ist denn dann überhaupt möglich? Alles!

Schauen wir 50 Jahre zurück. Der Gartenbau war fast nur „Gemüse-“, später dann Schnittblumen- und heute meist Topfpflanzen-Anbau. Viele haben also fundamentale Wechsel gemeistert – oder sind ausgeschieden! Und bei Floristik und Endverkauf? Das waren früher die Anbieter für alles, Sträuße, Topfpflanzen, Dienstleistung... Und heute? Häufig ist es der Rückzug auf „Nischen“ und „Wertschöpfung“. Ist dieser Wechsel weit genug gegangen? Wenn ich mir die Veränderungen zum Beispiel bei Bekleidung und im Internet ansehe, denke ich Nein! Aus meiner Sicht gibt es nur eine Möglichkeit: Die richtige Positionierung am richtigen Standort, begleitet von Marketing und modernstem „Drumherum“. Die Branche allgemein kann es nicht richten. Das können nur innovative Unternehmer selbst.

Beispiel Nespresso: Ultra-teurer Kaffee mit bestem Marketing am besten Standort – sicher keine Idee der „Kaffeeverbände“. Doch, es gibt sie auch schon bei uns, diese Beispiele. Nehmen wir den Endverkäufer, der heute offensiv im Lebensmittelmarkt sein Geschäft mit Fertigsträußen und Beet & Balkon macht.

Bewundern Sie noch Ihre Probleme oder gehen Sie schon Ihren Weg?

„Die Branche kann es nicht richten. Das können nur innovative Unternehmer!“

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

