

# Blumen oder Gefühle verkaufen

Viele, auch meine Beraterkollegen(-innen), betonen immer wieder, dass im Grunde im Geschäft und insbesondere im Fachhandel die Kunden Gefühle kaufen und nicht das Produkt. Das bedeutet dann Erlebniswelten, Emotionen und so weiter. Stimmt! Ich muss zustimmen und auch ich vertrete diese Position. Aber sie greift zu kurz!

In einer Beratung auf der Großfläche waren die emotionale Ansprache, die Inszenierung und so weiter durchaus in Ordnung. Der Kunde sagte sogar: „Bei uns sieht es doch toll aus, oder?“ Ich war weniger begeistert. Weil ein Bereich völlig im Argen liegt. Produktauswahl und Qualität! Um es deutlich zu sagen: Wer nur auf schön macht, erfüllt noch lange nicht den Kundenwunsch.

Durch meine Arbeit mit Züchtern und Produzenten sehe ich immer wieder tolle Produkte, Sorten und Größen, die ich im Fachhandel aber sehr oft nicht finde.

Viel zu oft wird fokussiert auf günstigen Einkaufspreis, Spots und auch kleine Größen für den „Einstiegspreis“. Das ist zweifelsohne wichtig, aber vergessen werden: absolute Topware, neue Sorten und auch eher „Brot-und-Butter-Artikel“, die einfach 0,20 Euro mehr kosten, aber häufig 1,00 Euro mehr Wert haben. Ganz häufig wird durch dieses Verhalten auch beim Produzenten „nach unten optimiert“ und die Ware wird immer kleiner und damit austauschbar zum Wettbewerber.

Die Leidenschaft für das Produkt spüre ich sehr oft in Züchtung und Produktion. Dort werde ich immer gefragt, wie mir die Sorte oder Größe gefällt, wie ich die Marktchance einschätze. Im Handel ist die Frage immer: „Wie gefällt diese Abteilung, der Aufbau?“ – Und diesen alleinigen Maßstab halte ich für sehr gefährlich!

Ich bin der festen Überzeugung, dass diejenigen in der Branche beste Chancen haben, die echte Leidenschaft für ihre Kernsortimente aufbringen. Viel zu häufig übernimmt die Optik die Verführung und sorgt für den Kauf. Das ist super und sorgt für Umsatz. Wenn aber das Produkt zu Hause den Zweck nicht erfüllt, nicht hält, zu klein ist oder nicht richtig wächst – das sorgt sehr nachhaltig für Verdruss.

Da der Fachhandel besonders auf seine Stammkunden angewiesen ist, ist es unersetzlich, für Begeisterung insbesondere bei den Produkten zu sorgen. Genau deshalb checken wir in der Beratung immer die Produktqualität. Das bedeutet im Klartext: gärtnerische Topqualität, Frische und lange Haltbarkeit, pflegeleicht beziehungsweise gute Pflegefähigkeit mit Tipps und Tricks.

Denken Sie daran: Der Aufbau sorgt oft für den Kauf, überzeugende Produkte und Service sorgen für Fans. Und nur so binden Sie Kunden an Ihr Geschäft.

*„In der Branche haben diejenigen Chancen, die echte Leidenschaft für ihre Kernsortimente aufbringen.“*

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](mailto:info@beyond-flora.com) [www.beyond-flora.com](http://www.beyond-flora.com)

