

# Woher der Wind weht, stellt man nicht am ...

... Schreibtisch fest. Und auch nicht nur im eigenen Betrieb. Die Reisezeit des Winters geht dem Ende entgegen und für viele beginnt nun die Saison. Ich reise (auch beruflich) viel und schaue mir immer auch Geschäfte und Gärtnereien an. Der Austausch und die Einblicke in die Sortimente, Methoden und Arbeitsweisen sind unerschöpflich. Nicht umsonst heißt es „Reisen bildet“. Auch für Produzenten macht es viel Sinn, eigene und fremde Ware mal im Einzelhandel zu erleben. Bei von mir organisierten „Retail-Safaris“ kommt es immer mehrfach zu Aha-Erlebnissen. Sei es, weil eine Farbe nicht gut genug hält, weil Marketingmaterial nicht funktioniert oder sogar kontraproduktiv ist. So konnte eine dänische Gärtnerin feststellen, dass ihre wundervolle bedruckte Tüte regelmäßig die Qualität beeinträchtigte und den Verkauf behinderte. Der Erfolg: Die Tüte ersetzen und ein besseres Etikett haben Preise und Verkäufe jeweils um mehr als zehn Prozent gesteigert.

Auch Einzelhändler sagen mir sehr häufig bei der Frage „Wie sind Sie denn auf die Idee gekommen?“, dass sie zumindest eine Inspiration aus einem anderen Geschäft, meist aus einer anderen Branche mitgenommen haben. So entstehen viele kleine und große Verbesserungen, die bares Geld bringen oder sparen.

Und keine Scheu, ich werde meist mit offenen Armen empfangen, selbst wenn vielleicht sogar etwas Wettbewerb vermutet wird. Im Gegenzug gebe auch ich gerne Auskunft über meine Meinung zu vielem, was nicht vertraulich ist oder zu Kunden gehört. Immer wieder ergeben sich lange Gespräche und spätere Nachfragen

und immer verbessert sich auch generell der Austausch weiter. Natürlich gibt es Menschen, die viel hören und wenig sagen wollen. Diese „Kandidaten“ versuche ich auszublenden! Am Ende ist man immer schlauer und neue Eindrücke formen sich zu Ideen und Inspirationen. Alles ist im Fluss, neue Eindrücke hat die Branche bitter nötig, um nicht zum alten Eisen zu gehören. Wer genau hinsieht, wie sich Fachgeschäfte – auch zum Beispiel im Bäckereihandwerk – derzeit verändern, dem wird schnell klar, dass stetige Veränderung ein Muss für die Weiterentwicklung im Geschäftsleben ist. Erfrischend, wie junge Bäcker ihr Handwerk betonen, modernsten Ladenbau und Technik mit rustikalem Look und Service ergänzen. So werden Märkte erschlossen, zum Beispiel auch beim Mittagstisch und im Biobereich.

Ich muss es leider sagen, dass ich das oft vermissem in vielen Geschäften der Blumen- und Pflanzenwelt! Also machen Sie sich auf und gehen Sie mit offenen Augen durch die Einzelhandelslandschaft!

Meine Kundin sagte: „Ich hab so viel Neues gesehen, aber nach acht Wochen ist die Euphorie dahin und alles beim Alten.“ Das aber ist die größte Herausforderung nach meiner Erfahrung: Die Ideen auswählen und tatsächlich umsetzen. Bei diesem Prozess helfen wir oft mit Workshops für eine realistische Auswahl und eine gute Umsetzung mit klaren „To dos“ und Projektplänen ohne Fachchinesisch. Dann gilt es anzufangen zu verbessern und vor allem durchzuhalten!

*„Machen Sie sich auf und gehen Sie mit offenen Augen durch die Einzelhandelslandschaft.“*



Foto: privat

Mit dem Geschäftsführer Rupert Fey entwickelt beyond-flora Strategien und Kommunikation im grünen Markt. Schwerpunktthemen sind Vermarktung, Organisation und Entwicklung. 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)