

Der Teufel – und das Geld – stecken im Detail

Der FDF und Beyond-Flora haben in Zusammenarbeit mit g&v und TASPO sechs **Teststräuße** aus ganz Deutschland verglichen. Von **Rupert Fey**

Haben Regionen und Kaufkraft direkte Auswirkungen auf den Ertrag im Geschäft? Welche Faktoren bestimmen über den Ertrag einzelner Werkstücke? Der FDF hat – in Zusammenarbeit mit g&v und TASPO – über die Landesverbände sechs seiner Mitglieder gebeten, in der gleichen Woche einen Strauß für 25 Euro Verkaufspreis zu fertigen. In Bayern, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Rheinland-Pfalz und Sachsen wurden Geschäfte für diesen Test gefunden. Ziel war die Prüfung von Kalkulation, deren Bestandteilen

sowie von soliden, gefestigten Standorten. Der Vergleich zeigt es überdeutlich: Es gibt verschiedene Wege zum Ertrag, richtig gut wird es nur durch Optimierung aller Stellschrauben (siehe Tabelle).

Der beste Betrieb erzielt also einen „Roh-Ertrag“ pro Strauß von fast zehn Euro. Der schlechteste lediglich 1,97 Euro. Der beste Betrieb erzielt in dem Beispiel in allen drei Bereichen bessere Werte als der Durchschnitt und in zwei Fällen, nämlich Waren- und Personaleinsatz, sogar die Bestwerte. Im Gegenzug erreicht der

Ermittelte Werte der Teststräuße in Euro			
Kosten	Gemittelte Werte	Höchste Werte*	Tiefste Werte*
Warenwert Einkauf	7,83	8,60	6,09
Personalkosten [EUR]	5,21	6,63	4,00
Gemeinkosten	5,31	6,75	3,38
*Je Kategorie, also unterschiedliche Betriebe		Quelle: Beyond-Flora	

„Roh-Erträge“
 Gemittelter „Roh-Ertrag“: 5,14 Euro
 Höchster „Roh-Ertrag“: 9,96 Euro
 Tiefster „Roh-Ertrag“: 1,97 Euro

Floristikbetrieb mit der schwächsten Kalkulation ebenfalls bei zwei Werten Höchstwerte (Personalkosten, Gemeinkosten) und erzielt so lediglich rund 20 Prozent des Ertrags des besten.

Testhintergrund

Die Wahl der Blumen und die Bindetechnik blieben frei, entsprachen aber in allen Fällen guter, gängiger Praxis. Gefragt war ein saisonaler Strauß nach Wahl als allgemeiner Geschenkanlass für 25,00 Euro im Verkauf in der Kalenderwoche 45 (Anfang November).

Bei der Auswahl der Standorte wurden berücksichtigt: verschiedene Bundesländer und die Kaufkraft der Region. Ziel war, auf Vorschlag der Verbände, gute verlässliche Fachgeschäfte mit dem Schwerpunkt alltags-tauglicher Floristik auszuwählen, damit die Ergebnisse möglichst auf eine Vielzahl der Mitglieder übertragbar ist. Auf Standorte in großen Städten oder zum Beispiel Touristikregionen wurde bewusst verzichtet.

Ergebnisse

Die beiden besten Resultate wurden in den Regionen mit der höchsten Kaufkraft erzielt, das drittbeste kam jedoch aus der schwächsten Region, dieses liegt allerdings auch schon knapp unter dem Gesamtdurchschnitt der Testgruppe.

Standorte mit schwachen Erträgen im Test haben häufig einen hohen Waren-Einstand, der insbesondere in den östlichen Bundesländern geringere Lohnanteil steuert hier etwas gegen, vermag diese Differenz jedoch nicht aufzufangen. Die Gemeinkosten variieren prozentual ebenfalls. Vereinfacht kann hier gesagt werden, mit teuren Standorten werden auch mehr Kunden beziehungsweise Umsatz pro Quadratmeter „gekauft“, die diese Kosten augenscheinlich aber mehr als ausgleichen. Kein Zusammenhang besteht zwischen Durchschnitts-

bon und Ertrag im Strauß. Die häufige Vermutung, viele kleine Kunden schlagen aufs Ergebnis, da sie viel Arbeit und wenig Ertrag machen, ist im Test so nicht sichtbar.

Auffällig ist: Im Bereich der Alltagsfloristik ist zum „Geld verdienen“ in erster Linie die kaufmännische Exzellenz entscheidend. Die künstlerische Note ist wichtig, aber doch begrenzt. Viel wichtiger ist eine gekonnte Auswahl, die auch mit weniger Budget viel Volumen und Optik macht. Es gilt „Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler“. Teure Sorten oder beispielsweise viele Rosen statt Gerbera werden meist nicht honoriert. Entscheidend ist, dass der Strauß „rund“ in Wertigkeit und Optik für den Kunden ist.

Neben der Auswahl entscheidet eine zügige, gut strukturierte Arbeitsweise. Die Bestwerte für den Personaleinsatz liegen bei vier Euro. Bei den schwächsten Zahlen wurden 6,25 Euro und 6,63 Euro verwendet, über 50 Prozent mehr als bei den Kostenführern.

Ebenfalls extrem hohe Unterschiede treten bei den Gemeinkosten auf. Die besten verwenden etwa 15 bis 20 Prozent der Nettoumsätze hierfür, die schlechtesten über 25 Prozent. Wer einen neuen Standort wählt, ist gut beraten, auch gezielt gute Regionen in Betracht zu ziehen und sorgfältig die Fixkosten durch Mieten und ähnliches zu betrachten. Gute Standorte kosten Geld, aber ganz schlechte Regionen und sehr günstige Lagen bringen dann häufig auch zu wenig zahlungskräftige Kunden. Es ist kein Zufall, dass Profis sehr viel Kraft in die richtige Wahl des Standortes und die richtige Vertragsgestaltung legen. Generell macht es auch in eingesehnen Geschäften Sinn, die Fixkosten regelmäßig unter die Lupe zu nehmen. In Summe: Jeder Fehler in den Kosten wird bestraft, viel Luft für Extras ist nicht drin.

Fazit

Die Kalkulation des Werkstücks ist Pflicht. Die Unterschiede sind eklatant. Auch Floristen sind in allererster Linie heute Unternehmer und sollten permanent an der Ertragskraft arbeiten. Die Testergebnisse sagen sicher nichts über die Ertragskraft der Standorte oder die Qualifikation der Inhaber insgesamt aus. Es gibt ja seit Jahren bereits Konzepte zur Kleinserienproduktion, die hier sicher eine gute Hilfe sind.

Wer die Unterschiede hochrechnet, bemerkt, wie viel Ertrag hier liegt: Wenn über das Jahr pro Tag drei Sträuße in dieser Preisklasse verkauft werden, können über 3000 Euro mehr Ertrag erzielt werden. Im Beispiel: Im Jahr werden (drei Sträuße mal sechs Tage mal 52 Wochen) 936 Sträuße in dieser Preisklasse verkauft. Der „Roh-Ertrag“ pro Strauß lag im Test bei durchschnittlich 5,14 Euro. Die beiden besten Sträuße erreichten 8,43 Euro „Roh-Ertrag“ und lagen damit pro Strauß 3,29 Euro über dem Durchschnitt. Dieser Wert summiert sich über das Jahr gerechnet auf 3079,44 Euro. Das bedeutet: Jeder Euro Verbesserung summiert sich im Beispiel zu rund 1000 Euro pro Jahr. Ähnliche Verbesserungen sind auch in anderen Segmenten möglich. Wohlgermerkt, ohne dass zusätzliche Kunden oder Verkäufe erforderlich sind!

Zur erfolgreichen Führung eines Fachgeschäftes gehören eine Vielzahl Faktoren, die Ertragskraft bei einzelnen Werkstücke mindestens im Beispiel zu kennen ist ein Schlüssel zum Erfolg. Wer seine Kosten kennt, verkauft auch nicht mehr unter Preis.

Faktencheck

- Gemittelte Werte der zwei Besten zum eigenen Vergleich:
- Warenwert < 6,60 Euro
- Personalkosten < 4,60 Euro
- Gemeinkosten < 16 Prozent (= 3,73 Euro)
- = „Roh-Ertrag“ = 8,43 Euro = 36 Prozent

Die Wirtschaftlichkeit im Blick: der Teststrauß mit der besten Kalkulation (rechts) und der mit der schwächsten Kalkulation (links)

