

Über den Tellerrand hinaus schauen

Während ich das schreibe, komme ich gerade aus Belgien zurück. Ein Land, welches ich kaum kenne, dafür umso mehr die Ware. Vor allem bei Azaleen und auch bei Grünpflanzen und im Baumschulbereich gibt es hier viel zu sehen. Aber doch – auch hier schlägt der Strukturwandel zu. Viele Betriebe schließen, die Produktion geht zurück. „Ist doch verrückt, die Leute lieben doch Blumen und Pflanzen“, sagt ein befreundeter Insider.

Und das stimmt! Blumen und Pflanzen sind geliebt, jedes Jahr gibt der Durchschnitt (!) der Deutschen 105 Euro dafür aus. Warum ist es dann so schwer, ein gutes Geschäft zu machen?

Ich bin ein Verfechter, über den Tellerrand hinaus zu schauen. Was machen Kunden, wie denken Kunden und was tun andere Branchen dafür? Und dann sehe ich so viele Sachen, die viele in unserer Branche nicht machen, leichtfertig abwinken oder auch schlicht falsch machen. Die große Stärke der inhabergeführten Betriebe ist ihre Flexibilität, der direkte Draht zu Kunden und Markt. Und dieser – sicher der größte – Vorteil geht verloren, wenn keine Änderungen angetragen werden.

Wir alle sehen diese Änderungen doch täglich: Social Media, Technik, Online-Handel, Änderungen der Lebensweise, kaum Arbeitskräfte... Wie kann dann irgendjemand noch glauben, bei Blumen und Pflanzen bleibt alles beim Alten?!

Konkrete Beispiele? Wenn immer mehr Menschen „Blumen pur oder in Flaschen“ wollen, warum brauche ich dann zum Anschneiden und Pflegen immer eine

Fachkraft? Oder reicht dreimal morgens eine Aushilfe mit Spaß an der Arbeit für diese Arbeiten?

Wenn über 50 Millionen Menschen in Deutschland bei Facebook, Instagram und Co. über zwei Stunden (!) am Tag aktiv sind, wie kann ich dann glauben, dass das keinen Einfluss auf mein Geschäft hat?

Wenn dabei klar ist, dass alles über gute Fotos verkauft wird, warum sind dann Fotokurse in der Branche nur von fünf bis zehn Leuten besucht – und jeden Tag gibt es schlechte Bilder an den Versteigerungen?

Wenn die ganzen „Wissensarbeiter“ zur Selbstverwirklichung Erlebnisse und Workshops buchen ohne Ende, warum mache ich dann keine?

Und wenn es in den Niederlanden kaum genug Grünpflanzen aufgrund der hohen Nachfrage gibt, warum nehmen dann so wenige diesen Ball mit Zubehör und Bewerbung auf?

Es geht also nicht darum, beim Kollegen die Präsentation abzuschauen oder die neuesten Preisschilder zu finden. Es geht um die Ausrichtung der nächsten Jahre! Die Frage ist simpel: „Womit werde ich in fünf bis zehn Jahren mein Geld in der Branche verdienen?“ Und die Frage muss auch endlich auf die Tagesordnung! Sonst wird für viele der Teller bald leer sein.

Ich persönlich bin sehr optimistisch für alle, die sich bewegen, über den Tellerrand hinaus schauen und echte Veränderungen umsetzen!

„Wenn über 50 Millionen Menschen in Deutschland bei Instagram und Co. über zwei Stunden (!) am Tag aktiv sind, wie kann ich dann glauben, dass das keinen Einfluss auf mein Geschäft hat?“



Foto: privat

Rupert Fey und sein Team bei beyond-flora sorgen für Erfolg im Grünen Business. „beyond“ bedeutet „darüber hinaus“. Nach maßgeschneideter Analyse werden gemeinsam die Herausforderungen im Markt und die Wirtschaftlichkeit angepackt. Mit der genauen Positionierung im Markt werden neue Kräfte frei. Es entstehen maßgeschneiderte, moderne Webseiten, Verkaufs- und Marketingkonzepte. Seit 2009 ist das Unternehmen eine feste Größe im deutschsprachigen Markt. Kontakt: info@beyond-flora.com www.beyond-flora.com