

# Kreativität im ICE?

Wo liegen die Chancen im Beruf? 6:24 Uhr im ICE Sprinter von Hamburg nach Köln. Ich schaue mich um, ein totales Businessbild. Ich kann von meinem Platz aus sieben Personen sehen. Davon vier am Laptop beziehungsweise Handy und drei mit Frühstück und Zeitung beschäftigt. Soweit okay. Aber Kreativität und Handwerk sind hier nur der Brotbelag! Schon meine rote Jacke ist fast ein Affront gegen die graue Masse. Was hat das mit den grünen Berufen zu tun: Nichts, aber gar nichts! Ich denke, das ist die größte Chance. Gärtner und Floristen sind einfach anders, und das ist gut so! Und das muss eine viel größere Rolle in der Kommunikation spielen.

In der Beratung machen diese „geraden Querdenker“ uns die meiste Freude und haben meist auch richtig Erfolg. Die, die konsequent anders sind und Wege gehen, die noch kein ausgetretener Touristenpfad sind. Die Chance beim Kunden aufzufallen, liegt eindeutig im „Anderssein“. Ich schätze, dass hier im Wagen keiner einen Strauß binden kann und auch die Bepflanzung eines Balkonkastens für die allermeisten hier eine größere „Operation und Herausforderung“ sein wird.

Bei der ganzen uniformen und verkopften Welt entsteht die Sehnsucht nach arbeiten mit der Hand, also dem Handwerk im Wortsinn, und der dazu passenden Kreativität. „Wie zeige ich nun aber meine

Kreativität?“, fragt der Endverkaufsbetrieb. Jedenfalls nicht nur in der Deko der Verkaufsräume. Das ist zu statisch und für Kunden ja auch „immer da“. Viel wichtiger ist die Arbeit an sich. Arbeitstisch und Theke an der Front in Kundennähe, wo Sträuße und Pflanzschalen entstehen und Ideen geboren werden. Animieren Sie zum Probieren, mit mehreren Übertöpfen, mit Steckern und allem Drumherum. Nicht diktieren, sondern anregen zum Spielen und Testen. Zeigen Sie Ihre Kreativität und die komplexe Welt der Branche auch in Workshops und Seminaren. Kurzweilig und smart. Kaum ein Kunde möchte hart arbeiten, eher Ideen und Kniffe für Einsteiger bringen Erfolg.

Nebenbei grenzen Sie sich so auch am besten von Onlinehändlern und anderen Wettbewerbern ab. Kreativität ist nicht per Klick zu bestellen und handwerklich arbeiten geht nicht am Bildschirm. Handwerken und die Kombination mit Natur sind eine einmalige Waffe gegen uniforme Händler. Und in den richtigen Händen eine fantastische Idee zur Profilierung und Abgrenzung. Und wenn ich hier noch einmal in die Runde im ICE schaue: Wir brauchen dringend bunt, wild und grün! Es ist eine Mission, machen Sie sich mit auf den Weg?

*„Handwerken und die Kombination mit der Natur sind eine einmalige Waffe gegen uniforme Händler.“*



Foto: privat

Rupert Fey und sein Team bei beyond-flora sorgen für Erfolg im grünen Business. „beyond“ bedeutet „darüber hinaus“. Nach maßgeschneiderter 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](mailto:info@beyond-flora.com) 🌐 [www.beyond-flora.com](http://www.beyond-flora.com)