

BRANCHENBLICK

RUPERT FEY



WIE GEWONNEN – SO ZERRONNEN?

Bis zum Frühjahr 2022 war die Branche der Meinung, wir hätten neue Kunden einfach dazugewonnen. Die Jungen, die Ahnungslosen, einfach (fast) alle wollten in den Garten, auf den Balkon und zurück zur Natur mit unseren Produkten. Jetzt merken wir, dass viele wieder auf „Abwegen“ sind – der Urlaub ruft, das Portemonnaie ist leerer und Konzerte, Städte und Shopping sind wieder in. Und wir? Reiben uns die Augen! Dabei gilt es jetzt, diese neuen Kunden zu begeistern und wirklich zu gewinnen! Sie waren ein Glückslos, viel zu oft haben wir sie nicht begeistert – sondern im Mangel von Alternativen waren wir die erste Wahl.

Wie geht noch mal „begeistern“? Weniger versprechen, mehr liefern ist ein herausragendes Mittel, um Fans und Begeisterung zu ernten. Kein Neugärtner wird zum Profi in zwei Jahren. Gute Beratung ist ein einfacher, oft aber nicht begangener Weg. Warum soll ein Kunde 10–20 km fahren, wenn er vor Ort anonym abgefertigt wird? Löse Probleme, bevor Sie entstehen, ist ein weiterer Ansatz. Schnecken sind keine Überraschung, sondern kommen praktisch immer. Klar, man kann auf einen erneuten Besuch des Kunden hoffen, wenn der Befall auftritt. Vielleicht ist dessen Frust aber auch so groß, dass die Bepflanzung generell wieder eingestellt wird. Und für Trends gilt: Sie sollten erkennbar sein, bevor der Kunde das Verlangen hat. Zum Vergleich: Wo suche ich eine ungewöhnliche Lampe fürs Wohnzimmer? Vermutlich da, wo ich eine große Auswahl mal aus den Augenwinkeln gesehen habe. Was passiert nun, wenn ich mit der Grünpflanzenoffensive warte, bis sie „voll da ist“? PS: Sie ist natürlich längst da.

Das hört sich jetzt alles vielleicht amüsant an. Tatsächlich sind wir aber einfach wieder in der Realität und im Wettbewerb gelandet. Und zwar nicht (nur) untereinander, sondern auch mit dem gesamten Einzelhandel und vor allem der Reisebranche. Dass die Kosten stark steigen, macht es nur noch komplexer. Der große Fortschritt kommt, wenn wir im Kopf des Kunden den ersten Platz einnehmen, wenn es um „blühend oder grün“ geht im Garten und Haus. Dann haben wir wirklich neue Kundengruppen gewonnen.

Rupert Fey ist Handelsexperte mit Schwerpunkt Blumen und Pflanzen. An dieser Stelle analysiert er für uns allgemeine Handelsentwicklungen und erklärt, was sie für die grüne Branche bedeuten. www.beyondflora.com