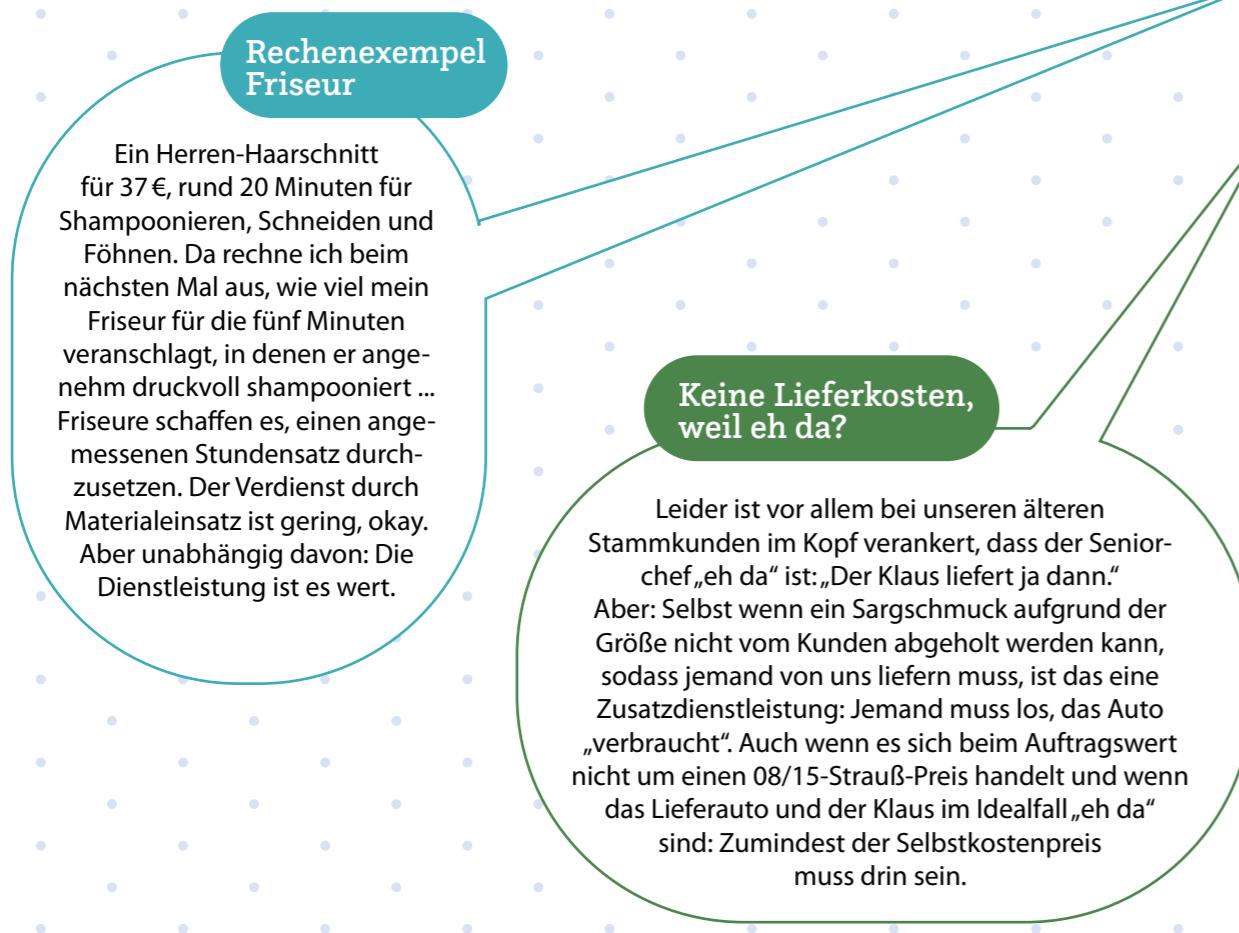




Was ist unsere Dienstleistung wert?



HERR RAT & FRAU TAT



Rupert Fey, Bargfeld-Stegen, ist Berater in der grünen Branche rund um die Bereiche Markt, Strategie und Kommunikation.
► rfey@beyond-flora.com

Jessica Grund-Grube kennt das Floristenleben von klein auf: Mutter mit einem Ein-Frau-Blumenladen, Kindheit in der Bindestube. Nach einer Ausbildung zur Industriekauffrau folgte doch die Ausbildung zur Floristin. Monate in Italien bei Ampezzan Fiori in Cortina d'Ampezzo schlossen sich an, dann die Straubinger Meisterschule (Auszeichnung mit dem Bayerischen Staatspreis). Ein Jahrzehnt war der Blick auf die Branche aus der Perspektive der Redakteurin bei „gestalten & verkaufen“ gerichtet, parallel dazu arbeitete Jessica Grund-Grube stets im Blumengeschäft der Mutter. Seit 2019 ist sie selbstständig, hat direkt räumlich vergrößert und arbeitet mittlerweile mit einem Team von fünf Köpfen. 2022 wurde weiter um den „Werkraum“ mit Workshops für Laien vergrößert. Ehrenämter in der IHK (langjährig im Prüfungsausschuss sowie aktuell in der Vollversammlung) und die Mitgliedschaft in Floristengruppen ermöglichen neue Blickwinkel auf das Unternehmen.
► j.grund@blumen-grund.de

Frau Tat: Meine Entscheidung

Spätestens seit Beginn des Kriegs in der Ukraine befindet sich mich im ständigen Zwiespalt, wie ich die gestiegenen Kosten und die zunehmende Kaufzurückhaltung im Tagesgeschäft auffangen kann, um mein Team angemessen zu bezahlen und auch bei mir zu halten! Höhere Preise auf Blumen durchzusetzen, war eine kleine Stellschraube. Nicht ausreichend. Wir arbeiten sehr dienstleistungsorientiert und damit zeitintensiv. Mein Weg: Die Arbeitszeit muss mehr in die Kalkulation einfließen.

Also ein Honorar für die Hochzeitsberatung, Lieferkosten für die (sowieso schon hochpreisigen) Bestattungsblumen auf der Rechnung ausweisen? Vergraulen wir damit nicht noch mehr Kunden, die bereits über die Preise stöhnen? Oder können die Lohnkosten durch einen höheren Kalkulationsaufschlag einfach verwischt werden? Und bei großen Werkstücken, Beispiel Sargschmuck, einfach zehn Rosen weniger nehmen, damit die Lieferung kostendeckend mit abgegolten wird? Ich hatte wirklich schlaflose Nächte ...

Meine Meinung: Nein, der Kunde sollte transparent wissen, was wir alles für ihn leisten und was er wofür bezahlt. Vor allem bei dienstleistungsintensiven Bereichen

wie Hochzeiten schlage ich einen angemessenen Wert für den Zeitaufwand auf. Das beginnt beim Honorar für die Beratung. Auch Kosten für die Lieferung und gegebenenfalls für Dekorationen vor Ort zeige ich transparent auf.

Häufig entscheidet sich ein Brautpaar dafür, die Tischdecoration abzuholen und selber aufzustellen. Ich habe damit kein Problem. In dieser Zeit können ich oder meine Mitarbeiterinnen einen weiteren floristischen Auftrag erfüllen und ich muss nicht zur Auslieferung noch eine Stunde im Auto verbringen. Das ist meine unternehmerische Entscheidung und mein Team trägt sie voll mit. Für Kunden, die den kompletten Service möchten, kommt die Zeit voll zur Berechnung, ab dem Moment des Verpackens.

Es gelingt auch uns nicht, bei 100 % und vielleicht auch nicht bei 80 % der Aufträge und Dekorationen im Geschäft die Arbeitskosten konsequent durchzusetzen. Aber wir alle im Team arbeiten daran, weil wir überzeugt davon sind, dass wir nur dann gestalterisch erfüllt arbeiten können, wenn wir am Ende auch die nötige und im besten Fall die angemessene Vergütung erhalten. Meine Floristinnen und auch ich selbst. *

Herr Rat: Meine Empfehlung

Die Krux der mangelnden Erträge hat aus meiner Erfahrung drei immer wiederkehrende Gründe:

- Unwissenheit um die Kalkulation: Viele wissen schlichtweg nicht, wo und womit sie Geld verdienen. Die Auseinandersetzung mit diesem Thema ist zu oft nur oberflächlich und unbeliebt. Wer seine Zahlen kennt, dem fällt es leichter, unwirtschaftliche Bereiche abzustoßen.
- Mangelndes Selbstvertrauen: Die Angst vor Kritik und Zurückweisung einzelner Kunden wiegt schwerer als der fehlende und dringend nötige Ertrag. Das behindert dann wiederum eine angemessene Entlohnung des Teams und der Unternehmer/-innen. Wer seine Kalkulation kennt, kann seine Preise weit besser verteidigen, zumindest vor sich selbst.

► Zu selten werden zusätzliche Serviceangebote kostendeckend berechnet. Oft wird das mühsam verdiente Geld auf der Straße oder mit Sonderaktionen und Zusätzen wieder verloren.

In der Summe ist es die häufige Selbstausbeutung, die die Unternehmen am Leben hält. Das führt oft zur Perspektivlosigkeit und verhindert den Generationswechsel. Natürlich erschweren auch Kolleg(innen), die „nicht rechnen können“, den Erfolg. Aber darauf zu warten, bis alle gut kalkulieren, funktioniert seit vielen Jahrzehnten nicht. Jeder ist selbst verantwortlich, mit eigener Profilierung und Ausrichtung für ansprechende Erträge zu sorgen.

Viele mögen das nicht hören, aber Ehrlichkeit sich selbst gegenüber ist die einzige Methode zur Veränderung. *