

LEUCHTTURM sein oder GELD verdienen?

Wettkampf-Floristik und kommerziell erfolgreich sein, das klingt nicht kompatibel und das muss es auch nicht. Neben internationalen Vorbildern, wie dem neuen deutschen Weltmeister der Floristen braucht es auch Geschäftsinhaber(innen) mit guten Ideen zum Geldverdienen.

Ein Sommer mit vielen Wettbewerben liegt hinter uns. Die Krönung ist der Weltmeistertitel des Deutschen Nicolaus Peters in Manchester. Gleichzeitig gibt es immer mehr Floristfachgeschäfte mit Ertragsproblemen, die allzu oft in der Schließung enden. Kann man gleichzeitig feiern, wenn am anderen Ende die Branche solche Probleme hat? Unbedingt! Und das sollte die Branche sogar. So, wie Köche auch die Vier-Sterne-Köche feiern, während gleichzeitig die Dorfkneipen geschlossen werden.

Wir brauchen sicher mehr denn je zum einen die Leuchttürme, die am oberen Ende Großes vollbringen mit floraler Kunst. Für die Auszubildenden und alle, die eine Weiterentwicklung wollen und als eigenen Ansporn brauchen. Vergessen sollten wir aber auch nicht gute, kommerzielle Vorbilder, die mit Ideen und viel Service gutes Geld verdienen, die Ihr Team motivieren und die Waage halten, zwischen Anspruch und Bezahlung.

Kluge Ideen für die Zukunft

Es gibt sie noch, die vielen guten Konzepte auf dem Land und in den Städten. Neugründungen und Übernahmen und welche, die seit Jahrzehnten konsequent einen guten Kurs fahren. Leider sind diese kaum zu erkennen. Viele wollen nicht gesehen werden oder empfinden Ihren Erfolg sogar als „unredlich“.

Das ist schade, weil wir auch solche Leuchttürme mehr brauchen denn je! Diese Geschäfte weisen eine besondere Kreativität bei Service und Komposition auf. Nicht die komplexen großen Werkstücke, sondern kluges, modernes Marketing, Abomodelle, Kunden-Workshops und eine kluge Standortwahl

sind Zutaten für die Floristik der Zukunft. Oft gibt es auch schon ein Konzept für 24/7 Verkauf ohne Personal.

4-Sterne oder Lieblingslokal?

Wie können wir diese Welten kombinieren? Die Gastronomie macht es längst vor! Natürlich gibt es erfolgreiche Restaurants mit Promifaktor und wenig auf dem Teller für viel Geld. Das funktioniert – bei konsequenter Orientierung an diesem Klientel. Aber nicht zusammen mit der Currywurst beim Mittagstisch – was viele in unserer Branche immer noch versuchen. Natürlich gibt es auch im 4-Sterne-Restaurant Kleinigkeiten, aber exquisit und nicht billig.

Für die Mitte brauchen wir eine gute Preisleistung am richtigen Ort, ähnlich dem Lieblingsitaliener. Erreichbar, bei dem ich auch um 21 Uhr eine gute Pizza bekomme, statt selbst kochen zu müssen. Wo Familien und Freunde sich etwas gönnen, wo Geburtstage ganz selbstverständlich gefeiert werden und wo in schwierigeren Zeiten eben ein günstigerer Rotwein mit Pasta auf den Tisch kommt, statt Filet. Aber mit netten Menschen, gutem Geschmack, Service und Schnaps hinterher.

Und darunter? Geht es im Fachhandel nicht! Das wäre die „Frittenbude“, die nur mit viel Arbeitszeit und allen Wochenenden vielleicht geht. Floristik scheitert schon an der Beschaffung billiger Blumen. Schlanke Strukturen und Größenvorteile sind für den Fachhandel nicht in Sicht. Und es ist keine Überraschung, dass es für diese Konzepte keine Mitarbeiter und Zukunft gibt.

Für die in den anderen beiden Kategorien, gibt es auch Herausforderungen, aber sicher gute Wege. ❄

IMPULSE



Foto: Steffi Rost

Rupert Fey, Bargfeld-Stegen, ist Handelsexperte mit Schwerpunkt Blumen und Pflanzen. In „Impulse“ regt er in „florieren!“ dazu an, den eigenen Weg zu hinterfragen und weiterzuentwickeln.
▶ rfey@beyond-flora.com