



## HERR RAT & FRAU TAT

IMPULSE FÜR  
MEHR PROFIT  
UND PROFIL

# Agil für eigene Wege entscheiden

### Analog und Digital

Ob Großmarkt, regionale Gärtnerei, Online-Plattform oder Messe – die Beschaffung ist heute so agil wie nie. Wer eine eigene Strategie entwickelt, kann präziser planen und spart wertvolle Zeit. Morgens früh zum Großmarkt zu fahren, bietet die Vorteile, auch nach Haptik einzukaufen, Kollegen zu treffen, spontan zu sein. Online-Order können leichter und rationaler an den echten Bedarf angepasst werden, das Risiko von "zu viel und falsch" ist kleiner. Wichtig ist, sich die eigenen Rhythmen, Anforderungen und Zeitfenster, auch bedingt durch Team-Kapazitäten je Wochentag, bewusst zu machen.

### Marketing nach Maß

Konsumenten erwarten heute, dass sie schnell und einfach Informationen finden: Öffnungszeiten, Bilder, Angebote, Preise. Doch wie man das kommuniziert, kann sehr unterschiedlich sein. Für manche Betriebe ist Instagram der zentrale Kanal, andere setzen auf Webshops, Newsletter, WhatsApp oder Aktionen im Schaufenster. Entscheidend ist: Wen will ich erreichen? Wie schnell kann ich Inhalte pflegen? Und wie viel Zeit will ich investieren? Statt überall ein bisschen, lieber dort aktiv sein, wo man sich sicher fühlt und regelmäßig kommuniziert.

## Entscheiden mit Struktur

Zwischen neuen Tools, Einkaufswegen und Marketingformaten den Überblick zu behalten, ist nicht leicht. Viele Angebote wirken attraktiv, doch nicht alles ist für jeden Betrieb sinnvoll. Deshalb lohnt es sich, strukturiert an Entscheidungen heranzugehen: Was brauche ich wirklich? Was passt zu meinem Stil? Was kann ich realistisch leisten? Wer diese Fragen regelmäßig stellt, kann auch bewusst Neues ausprobieren – ohne sich zu überfordern. Ein weiterer Grundgedanke: Das machen, was mir selber gut liegt. Struktur ist kein Widerspruch zur Spontanität, sondern ihre Grundlage.

- Wer heute einkauft, gestaltet oder verkauft, kann eine nie dagewesene Vielfalt an Wegen und Kanälen nutzen, vom klassischen Großmarkt bis hin zum digitalen Showroom mit 360-Grad-Ansicht. Ebenso facettenreich ist das Marketing: Printwerbung, Instagram, WhatsApp-Kataloge oder gezielte Aktionen im Laden. Doch nicht alles geht gleichzeitig, nicht alles passt zu jedem. Entscheidend ist, herauszufinden, welche Wege zu den eigenen Ressourcen, zur Persönlichkeit und zur Zielgruppe passen. Auch, wie innerhalb des Betriebs miteinander kommuniziert wird. Die gute Nachricht: Es gibt kein Richtig oder Falsch.

Text: Jessica Grund-Grube, Braunschweig und Rupert Fey, Bargfeld-Stegen

## Inspiration als Ressource

Messen, soziale Medien oder Gespräche mit Kolleg(inn)en – überall gibt es Ideen und Trends. Wer offen bleibt, findet neue Perspektiven für das eigene Geschäft. Inspiration ist eine tolle Ressource, um eigene Ideen weiterzudenken oder auch bewusst zu verwerfen. Eine gute Frage an sich selbst ist: Wo finde ich meine besten Inspirationen – auf Messen beim 1:1 Erlebnis, im Fachmagazin oder Online?

## Profil statt Perfektion

Agil sein heißt nicht, jedem Trend hinterherzulaufen. Sondern zu wissen, was man will – und was nicht. Wer ein klares Profil hat, kann Angebote besser filtern, Entscheidungen schneller treffen und gezielter investieren. Gerade bei Marketing, Einkauf und Sortimentsgestaltung spart das Zeit und Energie. Und es wirkt nach außen: Ein Betrieb mit erkennbarer Haltung strahlt Sicherheit aus – für Kundschaft, Team und Partner gleichermaßen.

## Eine Checkliste zur Reflexion

passt gut    geht so    nicht gut

### Einkauf:

Großmarktbesuch

Fliegender Händler

Online-Shops

Ordermesse

Hausbesuche

### Kundenansprache:

Flyer

Aktion im Geschäft

Style-Shoots

Messeauftritt

Social Media

Newsletter

WhatsApp

## Frau Tat: Meine Entscheidung

### HERR RAT & FRAU TAT



Jessica Grund-Grube ist Industriekauffrau, Floristmeisterin und Redakteurin. 2019 übernahm sie das Blumengeschäft ihrer Mutter, hat vergrößert und arbeitet jetzt mit einem Team von fünf Köpfen.

► j.grund@blumen-grund.de  
Rupert Fey, Bargfeld-Stegen, ist Berater in der grünen Branche rund um die Bereiche Markt, Strategie und Kommunikation.

► r.fey@beyond-flora.com

Ich habe in den letzten Jahren gelernt, dass unternehmerische Entscheidungen nicht nur vom Markt abhängen, sondern auch vom eigenen Lebensmodell. Im Kopf durfte ich mich frei machen von „so habe ich es gelernt und so war es immer“, beispielsweise das frühe Einkaufen auf dem Großmarkt, mindestens drei Mal pro Woche. Selber aussuchen können, die Blumen anfassen, mit den eigenen Augen die Qualität prüfen. Mit Familie und einem gewachsenen Team habe ich andere Schwerpunkte als früher. Ich bin nicht weniger involviert und engagiert, aber anders aufgestellt.

Heute genieße ich es sehr, dass wir online am Vortag die Ware bei unserem Großhändler bestellen und sofort im Abgleich mit dem Auftragsbuch auf der Bestellbestätigung markieren können, welche Ware für den freien Verkauf und welche verplant ist. So kann jede im Team beim Anschnitt sehen, was wohin gehört. Auch die Preise kann ich bereits am Vormittag kalkulieren und muss es nicht früh morgens nach dem Ausladen tun.

Digitale Tools helfen mir, effizienter zu kommunizieren, Kunden anzusprechen

und sichtbar zu bleiben – ohne mich dabei zu überfordern. Die Präsenz auf Hochzeitsmessen und auswärtigen Aktionsveranstaltungen, die früher für mich ein fester Werbebestandteil waren, setze ich momentan aus. Aufwand und Nutzen passen aus meiner Sicht gerade nicht. Für mich hat sich unser eigener Webshop bewährt und zur Kundenansprache, neben den klassischen Flyern, ist es Instagram und der Status bei Business WhatsApp, außerdem unser Werkraum mit Workshops, mit dem ich neue Kunden erreiche. Damit kann ich mich gut identifizieren und es liegt uns.

Für die interne Kommunikation nutzen wir WhatsApp. Einen klassischen Wandkalender mit Spalten für Workshops, Hochzeiten und den Urlauben führen wir noch analog, in DIN A0 Größe hängt er schön plakativ für alle gut sichtbar im Binderaum. Digital war so eine Übersicht für unsere Team-Zusammensetzung bisher zu erklärendenbedürftig.

Wir müssen als Unternehmer/innen nicht alles können, sondern dürfen unsere eigenen Wege finden. Wichtig ist, dass unsere Entscheidungen stimmig sind \*

## Herr Rat: Meine Empfehlung

Allgemeinheit gehört zum unternehmerischen Werkzeugkasten. Ich beobachte, dass viele Betriebe versuchen, zu viele Optionen gleichzeitig zu bespielen – was oft zu Überforderung führt. Dabei geht es gerade heute darum, Prioritäten zu setzen. Gute Unternehmer/innen erkennen, was zu ihnen passt – und was eben nicht. Dazu gehört auch, viel bewusster „Nein“ zu sagen zu einigen Möglichkeiten. Und das ist oft schwieriger wie ein „Ja, das auch noch“. Es ist aber extrem wichtig und nimmt viel Komplexität raus, wenn das Unternehmen klarer ist und denkt.

Diese Klarheit wird immer wichtiger, weil der Marktdruck steigt und die Ressourcen begrenzt bleiben. Hierzu zählt auch, sich mal eine „Idee zu gönnen“ und Außergewöhnliches zu proben. Auf der

anderen Seite dürfen Tests und Versuche nicht zur Beliebigkeit führen. Lieber weniger, dafür richtig testen und umsetzen. Dafür das Team mitzunehmen ist wichtig. Auch damit die Tests konsequent durchgeführt werden und nicht an der mangelhaften Umsetzung scheitern.

Jeder hat ein Konzept, auch wenn es chaotisch ist und sich über die Jahre durch Versuch und Irrtum entwickelt hat. Jetzt ist es an der Zeit, dieses mal gründlich zu durchdenken und anzupassen. Das ist auch für unsere Beratungskunden anfangs mühselig, lohnt aber doppelt. Klare Sicht und Prozesse machen die weiteren Schritte schneller und besser. Außerdem macht die Arbeit so viel mehr Freude, gerade wenn es auch mal „das machen wir nicht“ bedeutet. \*