



Was ist eigentlich die Signatur-Pflanze Deines Betriebs?

Ich liebe den Austausch mit Vordenkern und Innovatoren, so auch beim Treffen im neuen Büro „Machwerk“ des Medienverlags Impulse. Alle Büros, insgesamt 1000m² über fünf Stockwerke, sind großzügig begünt. Und Besucher bekommen einen Steckling aus der *Scindapsus*-Wand mit kleiner Erklärung dazu. Warum die Efeutute? Weil sie so schnell wächst, herzförmige Blätter hat und gesprenkelt ist, was für Vielfalt steht. Ist das nicht eine geniale Idee, wie Pflanzen in eine Unternehmensstory eingewebt werden? Wer hat auch eine solche Geschichte? Hand aufs Herz? Nein? Doch!

Ich denke jeder im Mittelstand, sie wird nur nicht erzählt. Es muss keine Blume, keine Pflanze sein. Auch bei Impulse ist das nur ein kleiner Teil. Aber es gibt die klassische Heldenreise: Die Zeitschrift wird vom engagierten Team und Herausgeber gekauft. Weil Print immer schwieriger wird, beginnt das Team in Alternativen zu denken. Heraus kommen (Online-) Seminare, ein neues Abomodell mit zahlreichen Zusatznutzen und vieles mehr – und überlebt so den Wandel der Printmedien, während der Mutterkonzern Gruner & Jahr gerade abgewickelt wird.

Jeder kann eine solche Erzählung in seiner Vergangenheit finden – im Krieg gegründet, wirtschaftliche oder persönliche Krisen durchlebt, oder selbst gegründet. Es geht nicht um Dramatik, sondern darum, dass der eigene Laden ein Gesicht mit den handelnden Personen bekommt. Und solche Unternehmensgeschichten haben auch eine Wirkung nach innen – für das Team, die Familie. Wer sich bei der Weihnachtsfeier an Anekdoten erinnert und diese wieder und wieder erzählt, schafft Traditionen und Verbundenheit. Die Botschaften sind meist „Wenn wir das geschafft haben, werden wir auch das hinbekommen“ – oder „am Ende hatte es doch etwas Gutes“.

Finden Sie also die Storys Ihres Unternehmens und erzählen Sie sie immer und immer wieder. Hilfsmittel sind klare Worte und sicher auch ein wenig Marketing, egal ob auf der Webseite oder in einem Prospekt. So kommt man oft genug im Kopf der guten Kunden auf den ersten Platz.

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