



Foto: beyond-flora

Foto: Mette Vasterling

HERR RAT & FRAU TAT

IMPULSE FÜR MEHR PROFIT UND PROFIL

Geschäftsmodelle und Betriebsabläufe anpassen

Öffnungszeiten überdenken

Die klassische Formel „lange Öffnungszeiten bringen mehr Umsatz“ funktioniert heute nur noch bedingt. Hohe Personalkosten und ein geändertes Einkaufsverhalten machen es notwendig, genauer hinzuschauen: Wann sind die wirklich umsatzstarken Zeiten? Wann ist Personal vorhanden? Und wie lassen sich Kundenbedürfnisse auch außerhalb der regulären Öffnungszeiten bedienen? Einige Betriebe reduzieren bewusst ihre Ladenzeiten und setzen auf Abholmöglichkeiten, WhatsApp-Bestellungen oder Automaten. Das Ziel: weniger Stress, bessere Planbarkeit und dennoch zufriedene Kundschaft. Ein Praxisbeispiel: ein Floristikgeschäft, das erst um 11 Uhr öffnet und bis 18 Uhr geöffnet hat, aber Bestellungen über digitale Kanäle entgegennimmt und eine Abholstation anbietet. Das entlastet das Personal und ermöglicht fokussiertes Arbeiten. Der Mut zur Veränderung zahlt sich aus – und wer seine Kundschaft mitnimmt, verliert auch nicht den Umsatz.

Floristik im Automatisierungszeitalter

Automaten sind längst keine Notlösung mehr, sondern eine Ergänzung für viele Betriebe. Sie ermöglichen Umsatz rund um die Uhr, auch ohne Personal, und funktionieren besonders gut an hochfrequentierten Standorten oder am eigenen Standort für Stammkunden. Doch sie sind kein Selbstläufer: Die Bestückung muss durchdacht sein, das Sortiment auf den schnellen Kauf ausgelegt und die Pflege darf nicht unterschätzt werden. Zudem verändert sich das Einkaufserlebnis: Der Kauf erfolgt nach Optik und Preis, nicht nach individueller Beratung. Wer in Automaten investiert, muss die Konsequenzen mitdenken: weniger direkte Kundenkontakte, aber auch weniger Stress durch spontane Bestellungen. Ein Praxisbeispiel: Ein Floristikbetrieb mit Ladengeschäft hat ergänzend Automaten an stark frequentierten Orten und generiert damit stabile Zusatzumsätze – ohne zusätzliches Fachpersonal. Wer es richtig macht, schafft sich damit einen neuen Vertriebskanal und mehr Flexibilität.

Bestellfloristik

Sie kennen es: Der Kunde steht im Laden, zerpfückt das Sortiment, wählt einzelne Blumen aus und erwartet dann einen perfekt abgestimmten Strauß. Das kostet Zeit und Nerven. Wer stattdessen mit klaren Strukturen arbeitet, spart Aufwand und erzielt bessere Ergebnisse. Eine Lösung: standardisierte Bestellprozesse, durchdachte Preisstufen und eine gezielte Lenkung der Kundenwünsche. Praxisbeispiel: Online-Bestellformulare mit Auswahlmöglichkeiten („Frühlingsstrauß in Pastell“, „Eleganter Blumenmix“...). Die Kreativität bleibt beim Profi, und der Prozess wird effizienter. Mehr Freiheit im Einkauf führt zu besseren Margen. Zusätzlich ist die Produktion wesentlich schneller bei gleichzeitig geringerer Fehlerquote in der Kalkulation.

Die Zeiten, in denen ein Blumengeschäft mit langen Öffnungszeiten und klassischer Laufkundschaft von selbst lief, sind häufig vorbei. Frau Tat und Herr Rat sind sich schnell einig, die Branche steht unter Druck: steigende Kosten, Fachkräftemangel, verändertes Kundenverhalten. Doch genau darin liegen die Chancen! Wer jetzt mutig seine Strukturen hinterfragt und konsequent anpasst, wird langfristig erfolgreich sein. Die Zukunft gehört denen, die strategisch denken und ihre Stärken gezielt einsetzen. Es braucht eine klare Positionierung: Was will ich, was kann ich leisten, und wie erreiche ich meine Kundschaft effizient?

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

Standortfrage

Wer Laufkundschaft braucht, sollte sich an stark frequentierten Orten niederlassen. Wer hingegen auf Event- und Auftragsfloristik setzt, kann auch in einer günstigeren Lage oder sogar in einer reinen Produktionshalle arbeiten. Gerade in den letzten beiden Jahren dünnen sich die guten Standorte aus. Viele Lagen sind durch Leerstand oder „minderwertige Konzepte“ im Umfeld beeinträchtigt. Hier muss reagiert werden! Beispiel: Ein Betrieb mit sinkender Laufkundschaft entscheidet sich, das Geschäft in eine reine Werkstatt umzuwandeln und sich auf Hochzeits- und Trauerfloristik zu spezialisieren. Das spart Mietkosten und ermöglicht flexiblere Arbeitszeiten. Und die Arbeit kann in einer früheren Werkstatt wesentlich effizienter verrichtet werden. Parkplätze/Lagerflächen sind nun ebenerdig, die Miete ist unter 50% des Ladengeschäftes.

Ganz oder gar nicht

Ein bisschen Onlineshop, ein halbherziger Blumenautomat, reduzierte Öffnungszeiten ohne Strategie – das führt sicher nicht zum Erfolg. Wer ein neues Konzept angeht, muss es konsequent durchdenken. Ein Praxisbeispiel: Ein Geschäft reduziert die Öffnungszeiten, setzt aber gleichzeitig auf gezielte Onlinebestellungen mit festen Abholzeiten – das klappt, weil es eine klare Struktur gibt. Ein schlechtes Beispiel: Ein Blumenautomat scheitert, weil niemand sich regelmäßig um die Bestückung kümmert. Halbherzige Lösungen kosten oft nur Zeit und Geld. Natürlich sind Testphasen möglich, sie sollten aber klar begrenzt sein und in der Zeit müssen auch diese mit Elan vom Team verfolgt werden.

Personal

Gute Fachkräfte sind schwer zu finden – deshalb braucht es andere Strategien. Die immer intensivere Suche nach den immer weniger werdenden Kandidaten zermüht. Die Lösung liegt oft in einer Mischung aus Fachkräften und angelegten Kräften. Während Profis anspruchsvolle Kreativ-Arbeiten übernehmen, können andere sich um Warenpflege, Verkauf und Kundenbetreuung kümmern. Gute Kreative sind bekanntlich oft keine guten Verkäufer (und leider meist auch keine guten Kaufleute). Der Mix macht es! Toller und häufiger Nebeneffekt: Fachfremde, im eigenen Geschäft fit gemachte Kräfte, übernehmen das Konzept oft wesentlich besser als langgediente Profis mit vielfältiger Historie.

HERR RAT & FRAU TAT



Jessica Grund-Grube ist Industriekauffrau, Floristmeisterin und Redakteurin. 2019 übernahm sie das Blumen-geschäft 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.
 ► rfey@beyond-flora.com

Frau Tat: Meine Entscheidung

Ich habe das Geschäft noch aus dem klassischen „7 Tage die Woche“ übernommen und war sehr schnell auf der Suche nach neuen Wegen, für meine Kunden erreichbar zu sein und die Ladenstrukturen an meine Ressourcen anzupassen.

Die Preise der Blumen und Kosten unserer Arbeit sind signifikant gestiegen, ich möchte die größtmögliche Schnittmenge von Kundenzufriedenheit und ansprechender Floristik erreichen, ohne draufzahlen zu müssen. Mein Bestreben ist, unser Fachwissen und -können zu verkaufen, um nicht mit Anbietern von Blumen vergleichbar zu sein. Damit meine ich gestaltete Floristik und Werkstücke für geplante Anlässe. Die Möglichkeit des Vorbestellens kommunizieren wir wie ein Mantra. Es fruchtet, langsam und nachhaltig. Dank vermehrter Vorbestellungen können wir gezielter einkaufen und strukturierter arbeiten.

Statt vier langen Tagen haben wir nur noch am Donnerstag und Freitag bis 18 Uhr geöffnet, dafür nun durchgehend. Mittwochs ist Werkstathtag. Damit wir über diese Präsenzzeiten hinaus erreichbar sind, gibt es die Möglichkeit, uns 24/7

eine E-Mail oder WhatsApp zu senden. Seit vier Jahren habe ich einen eigenen Webshop. Besonders Männer und Auswärtige nutzen diesen bequemen Service. Hier ist von Vorteil, dass die Bestellmaske alle erforderlichen Daten abfragt. Die Bezahlung ist klar geregelt und über den Shop vorab abgeschlossen. Zum Kernsortiment gehören Sträuße to-go, auch deshalb, um mit Sträußen in hohen Preisklassen Lust auf mehr zu machen und um Kombinationen zu zeigen, die besonders wirkungsvoll aussehen.

Ein Segment, das besonders guten Zulauf hat, sind Workshops. Seit vier Jahren haben wir einen separaten Werkraum. Hier bieten wir vor allem abends Kurse an. Die Vor- und Nachbereitung übernimmt eine floristische Hilfskraft, sodass ich meinen Einsatz klar fachlich und die Kalkulation wirtschaftlich gestalten kann. Über einen Blumenautomaten denke ich regelmäßig nach. Der Mehraufwand für die Pflege und das Nachbestücken besonders am Wochenende oder Feiertagen hat mich bisher davon abgehalten, weil gerade diese Zeiten für mich und die Familie wichtig sind und es meine Personalstruktur anders zurzeit nicht hergibt. ✱

Herr Rat: Meine Empfehlung

Wer nur verwaltet, statt aktiv zu gestalten, wird Probleme bekommen. Der Schlüssel liegt darin, die Notwendigkeit zu erkennen und als Anstoß zur Veränderung zu nutzen. Dabei geht es nicht darum, hektisch an Stellschrauben zu drehen, sondern um ein bewusstes, strategisches Umdenken.

Wer weiterhin auf zufällige Laufkundschaft setzt, sich aber über zu wenig Umsatz beklagt, läuft in eine Sackgasse. Das Kaufverhalten hat sich geändert. Die Frequenzen in vielen Einkaufsstraßen sind rückläufig. Öffnungszeiten sind keine heilige Kuh mehr – wer mittwochs um 18 Uhr keine Kundschaft hat, muss nicht zwanghaft offenhalten. Und eine halbe Stunde später am Morgen summiert sich bei zwei Personen schnell. Reduzierte

Zeiten gepaart mit klaren Bestellmöglichkeiten schaffen mehr Struktur und Freiraum für hochwertige Arbeiten.

Auch das Personalthema verlangt einen Perspektivwechsel: Fachkräfte sind rar, aber nicht jeder Handgriff braucht eine Ausbildung. Die richtige Mischung aus qualifizierten Mitarbeitenden und geschickten Kräften kann den Betrieb deutlich entlasten. Es ist keine Schwäche, wenn nicht jede Aufgabe von Meisterhand erledigt wird – im Gegenteil, es ist eine kluge Nutzung der Ressourcen.

Ein Konzept, das genau zur eigenen Lebens- und Arbeitssituation passt, ist nicht nur wirtschaftlicher, sondern auch motivierender. Ich bin überzeugt: Die besten Florist(inn)en der Zukunft sind die, die ihre Zukunft aktiv gestalten. ✱