



# Kompetenz vermitteln Vertrauen schaffen

## MARKETING FÜR HOCHZEITSFLORISTIK

Wer Hochzeitsfloristik im Laden präsentiert, schafft Vertrauen in dieses Geschäftsfeld und erhöht die Preisakzeptanz. Und bei den Kunden verringert sich das Bedürfnis, zig weitere Angebote einzuholen. Wie kann eine Ausstellung und professionelles Marketing für Hochzeitsfloristik aussehen? Die Frage beantworteten Andreas Sudeck, Carolin Beforth und Isabel Prang im April bei Strecker Floristenbedarf in Renningen.

Text: Edith Strupf Fotos: Andreas Sudeck

**D**ie Kunden sind preisbewusster geworden, keine Frage, und das wirkt sich auch auf das Geschäftsfeld Hochzeitsfloristik aus. „Billiger werden“ aber ist kein Erfolg versprechender Weg für den Fachhandel. Vielmehr müsse Kompetenz vermittelt und damit die Preisakzeptanz gesteigert werden, so Andreas Sudeck. Kompetenz vermitteln, das gelingt mit „guter Beratung“, zu der auch Anschauungsmaterial gehört, denn die meisten Kunden haben recht wenig Vorstellung von dem, was machbar ist. Mit Erklärungen sei dieses Problem nicht zu lösen. Weil eine Fotomappe nur zum Einsatz kommt, wenn Kunden aktiv nach Hochzeitsfloristik fragen, empfiehlt Sudeck eine Ausstellung im Geschäft. Am besten mit Werkstücken aus Seidenblu-

men, damit die Gestaltungsideen über einen längeren Zeitraum und nicht nur ein Wochenende lang präsentiert werden können. Neben Klassikern sollten unbedingt besondere Formen gezeigt werden. „Sie gefallen vielleicht nicht jedem, unterstreichen aber, dass wir zu ungewöhnlicher Floristik in der Lage sind.“ Für die Demonstration in Renningen hatten die Akteure frische und künstliche Blumen verarbeitet, doch im Grunde ist das gar nicht nötig, seit es täuschend echt wirkende Seidenblumen gibt.

### Gute Resonanz in Datteln

Carolin Beforth führt einen Blumenladen in Datteln und hat gute Erfahrungen mit Ausstellungen zum Thema Hochzeitsflo-

ristik gemacht – sie konnte das Geschäftsfeld ausbauen. Die Ausstellung wird nach Ostern aufgebaut, direkt neben der Beratungsecke. „Früher haben die Kunden manchmal gefragt, ob ein Brautstrauß oder Tischschmuck dann auch so aussieht wie die Vorlage im Buch“, erinnert sich die Geschäftsfrau. „Durch die Ausstellung zerstreuen wir Zweifel und schaffen Vertrauen.“ Damit das gelingt, müssen Gestaltung und Kommunikation Professionalität ausstrahlen.

„Viele Betriebe sagen, sie haben keinen Platz“, kam Andreas Sudeck auf Einwände seiner Kollegen zu sprechen. „Wenn man keinen Platz schafft, wissen die Kunden auch nicht, dass wir das können. Wir müssen rüberbringen, was uns von anderen Geschäften unterscheidet.“ Das gilt auch



für die Beratung, in die immer zusätzliche Ideen über den Brautstrauß hinaus einfließen sollten. „Beratung braucht Zeit. Wir müssen uns Mühe geben, das ist unser Job. Wir müssen uns von der Masse abheben. Dann überlegen sich die Kunden, ob sie wirklich woanders hin müssen, um sich ein Angebot machen zu lassen.“

### Florale Ideen über den Brautstrauß hinaus

Hilfreich ist ein Infolyer, auf dem alles aufgelistet ist, was an Blumenschmuck für eine Hochzeit denkbar ist, angefangen beim Strauß für das Standesamt über die Kirchendekoration und die Streukörbchen bis zur floralen Idee für die Platzteller beim Menü. Andreas Sudeck: „Da wird sich auch die Kundin, die eigentlich nur einen Brautstrauß wollte, überlegen, ob

sie damit wirklich zufrieden ist.“ Er forderte seine Kollegen auf, den Infolyer sofort in Angriff zu nehmen, „nicht erst in zehn Jahren“. Was die Entwicklung von Kommunikationsmitteln betrifft, rät Sudeck zur Zusammenarbeit mit einer Agentur. „Der Kunde muss mich als Spezialist kennenlernen. Dafür muss ich meinen Auftritt professionell organisieren.“

Zum Thema „Hochzeitsfloristik ausbauen“ sprach Andreas Sudeck noch weitere praxisrelevante Punkte an:

► Wenn Kunden im April anfragen, aber erst im Juli heiraten, sagen Floristen häufig „kommen Sie im Juni wieder“. Dieser Vorgehensweise erteilt Sudeck eine Absage: „Wir meinen es gut, aber der Kunde fühlt sich nicht ernst genommen und geht woanders hin.“

► Es kann lukrativ sein, Gefäße zu verleihen. Dass die Kunden größere Gefäße

nicht kaufen wollen, sei verständlich. Das Verleihen macht das Verkaufen von Blumenschmuck oft erst möglich.

► Kalkulationszettel helfen, richtig zu rechnen. „Bei Brautsträußen sind Fehl kalkulationen von 10 bis 30 % an der Tagesordnung, wenn man nicht schriftlich kalkuliert. Oft werden Dinge vergessen und man unterschätzt die Arbeitszeit.“

► Durch die Zusammenarbeit mit der Gastronomie und anderen Geschäften ergeben sich neue Kontakte. „Es geht schnell, mit anderen Geschäften in Kontakt zu treten, die meisten trauen sich nur nicht.“

► „Wir müssen überlegen, wo Fehlerquellen sein können“, so Sudeck. „Wir wissen, wie man mit Werkstücken umgeht, was man beachten muss, wie man zum Beispiel Autoschmuck befestigt und dass man damit nicht auf die Autobahn fahren soll. Das müssen wir den Kunden sagen.“ ■

1 Für dieses Werkstück wird eine Nelkenkuppel gesteckt – mit einem Brautstraußhalter. Auf die Nelken wird ein Gitter aus Draht gelegt, dann werden Ranken eingeflochten und Orchideen, Saxifraga, Rosen und Rosenblütenblätter fixiert, direkt am Draht oder mit Floralkleber.

2 Der Muff ist aus Pappe geformt und mit Stoff umkleidet. Wollfilz-schnüre geben dem Werkstück eine warme Ausstrahlung. Zum Befestigen der Blüten und Ranken dient – wie beim Strauß links – ein Geflecht aus Draht.

3 Hier wurden Bänder der Länge nach an einem Brautstraußhalter fixiert (mit Serviettenkleber), die Enden wurden eingeschnitten. Insgesamt wirkt der Strauß jugendlich und flippig.

4 Zarte Fädelungen – mit Federn, kleinen Blüten und Grün – verleihen diesem Strauß Romantik. Für die Manschette wurde Wolle verwendet, die Stiele sind mit Moiré-Band umwickelt.

5 Auch ungewöhnliche Werkstücke dürfen nicht fehlen, zum Beispiel ein Stoffärmel, auf den Nelkenblütenblätter – am besten gefranste – geklebt wurden. Die Orchideenblüten sind mit Nadeln festgesteckt.

Seite ??: Beispiel für Brautführersträuße. Auf Kläsen präsentiert, wird ihre Wertigkeit unterstrichen.





1 Bei einer Ausstellung kann man zeigen, was an Dekoration möglich ist und den Hochzeitstag feierlich macht. Auf einer Etagerie mit symbolträchtigen Blüten und Formen könnten beispielsweise die Trauringe präsentiert werden.

2 bis 4 Beispiele für die Tischdekoration dürfen nicht fehlen, am besten in unterschiedlichen Größen. Klassisch, mit Kerzen, aber auch mit ungewöhnlichen Steckhilfen vom dünnen Kunststoffschlauch bis zu Wasserperlen mit Drahtgeflecht.

5 Dieser Kranz für den Brauttisch mit einem Herz in der Mitte passt perfekt zum Trauersprechen.

6 Tischsträußchen für das Standesamt. Damit kann der oft nüchtern durchgeführten Zeremonie ein wenig Feierlichkeit verliehen werden.



**! DAS TEAM: Andreas Sudeck, Isabel Prang, Carolin Beforth**



Nach seiner Ausbildung zum Gärtner und Florist sammelte Andreas Sudeck Berufserfahrung und führte schließlich ein eigenes Blumengeschäft. Im Jahr 2000 entschied er sich für die Freiberuflichkeit. Er leitet Floristikseminare, steht auf der Bühne, entwickelt Produkte und Messekonzepte und gestaltet Schauräume. Blumen-  
geschäften bietet Sudeck Beratung in Marketingfragen an, außerdem fertige Werbemittel (Kontakt: Tel. 02507/573794, [www.floristikseminare.de](http://www.floristikseminare.de)).

Floristmeisterin Isabel Prang (links) führt gemeinsam mit ihrem Mann ein Gartencenter in Süchteln, Floristmeisterin Carolin Beforth leitet das Fachgeschäft „Villa Beforth“ in Datteln.



**Anzeige  
185B/32H**