

Rabensteiner GmbH stellt vor:

PassiFlora Buttenwiesen – designed by Rabensteiner

In diesem Frühjahr präsentierte ekaflor-Mitglied Florian Kratzer seine traditionsreiche Gärtnerei mit einem frischen, außergewöhnlich anziehenden Gesicht und neuem Namen: Mit Eröffnung des Neubaus wurde aus Gärtnerei Müller-Kratzer „PassiFlora Gärtnerei & Floristik aus Meisterhand“ (siehe auch Porträt S. 46). Ausführender Partner von der Planung bis zur Realisierung des neu erstrahlenden Geschäfts in Buttenwiesen ist das deutsche Unternehmen unseres italienischen ekaflor-Vertragslieferanten und Gewächshausbauer Rabensteiner GmbH in Schorndorf.

Durchdachte Planung der Baumaßnahmen in der Wertinger Str. 51

Im Frühjahr 2013 schilderte die künftige Bauherrin Corinna und Florian Kratzer Dipl.-Ing. (FH) Architektin Karoline Klar ihre Vorstellungen: „Kein klassisches Gartencenter sollte es werden, sondern eine moderne Verkaufsanlage für Gärtnerei und Floristik, mit einem ausgefallenem Touch und Wohlfühlcharakter für junge Leute und Junggebliebene, sowie Familien“, so ein Zitat aus dem ersten Schriftverkehr mit Rabensteiner. Und ein Café sollte es geben, damit sich die Kunden rundum wohlfühlen und gerne verweilen. Karoline Klar entwarf zunächst verschiedene Skizzen zur Auswahl. Im Januar 2014 entstand ein dreidimensionaler Entwurf, anhand dessen die endgültigen Ausführungen von Floristikabteilung, Gewächshaus, Wegeführung und des Kunden-Cafés anschaulich diskutiert und detailliert ausgearbeitet werden konnten. Neben optischen Attraktivitätsmerkmalen wurde insbesondere auf Nachhaltigkeit und Kundenfreundlichkeit geachtet. Im Juli 2014 wurde der Bauantrag genehmigt.

Offizieller Spatenstich war am 30. September 2014. Das Gewächshaus entstand in Venlo-Bauweise, die Stehwände und Dach-

kappen wurden im 26 mm bzw. 22 mm Isolierglas System erstellt, die Eindeckungen aus Glas sorgen dabei für enorme Transparenz. Zur Vermeidung von Wärmeverlusten ist alles in Mehrkammer-Aluminiumsystemen verlegt. Die Dachflächen sind mit einer großzügigen Dachlüftung und einer Schattierung klimageregelt zu steuern, ein isolierendes Luftpolster zwischen Dach und Schattierung sorgt zusätzlich für insgesamt circa 20 Prozent Energieersparnis.

Bei den Bereichen Floristik und Café in Pultdachbauweise sind die Stehwände teils mit Isolierpaneel und Isolierglas eingedeckt, die Dacheindeckung ebenfalls mit Isolierpaneel. Im Bereich Floristik wurde eine Fußbodenheizung integriert.

Prima Klima im Sparmodus durch optimale Abstimmung

Die Energieversorgung läuft über die



Das Kaltabteil im Verkaufsgewächshaus mit perfekter Klimatechnik

Fernwärme eines BHKW's mit Biogasanlage der Renergiewerke Buttenwiesen.

Eine computerunterstützte Steuer- und Regeltechnik optimiert das Zusammenspiel von Beleuchtung, Heizung, Belüftung, Außentemperatur und weiterer Komponenten. Energieverluste werden so minimiert. Bei der gesamten Klimaführung können in der Verkaufsanlage 15 Prozent und mehr eingespart werden.

Jeder Tropfen Wasser ist kostbar!

In Regenwasserzisternen wird das Dachflächenwasser als Gießwasser für die Gewächshaustische gesammelt. Neben der Bewässerungsanlage stehen sechs Handzapfstellen zur Verfügung, die ebenfalls von den Zisternen versorgt werden. Sämtliches Dach- und Oberflächenwasser, auch das der Kundenparkplätze wird über ein Rigolensystem versickert, welches sich nicht wahrnehmbar unter den Kundenparkplätzen befindet. Der Vorteil des Einsatzes dieser Pufferspeicher für Regenwasser: Es wird keine gesplittete Abwassergebühr fällig.

Perfektes Licht – zum Arbeiten und als Kundenerlebnis mit Fernwirkung

Architektin Karoline Klar griff bei der Lichtplanung im Wesentlichen auf die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten der LED-Technik zurück. Die Fassade erhielt eine weithin sichtbare LED Lichtschiene, die dem Erscheinungsbild von PassiFlora bei Nacht eine besondere Wirkung verleiht. Drinnen ist die Beleuchtung ebenfalls auf die neuesten Licht-Erkenntnisse abgestimmt. Hingucker bei der Beleuchtung in der PassiFlora sind sicher die Lichtdecken in den Kunden-WCs – übrigens, es gibt auch ein separates Kinder-WC.

Jeder Kunde kommt bequem überall hin

Die Verkaufsanlage ist barrierefrei erreichbar und ist über die gesamte



Die Fassade zieht alle Blicke auf sich

Anlagenfläche von ca. 1.200 m², d. h. auch Kundenrundgang, Sanitäranlage und nahtlosem Übergang ins Café sind großzügig barrierefrei ausgeführt.

In gut fünf Monaten konnte eröffnet werden

Nicht einmal ein halbes Jahr nach dem Anrollen der ersten Bagger ging die neue PassiFlora an den Start. Das alles so schnell ging, war einer durchgängig gut durchdachten und abgestimmten Planung zu verdanken, nicht zuletzt auch der stets konstruktiven Zusammenarbeit zwischen Bauherrschaft und Rabensteiner-Team“, betont Bauleiter Dipl.-Ing. (FH) Architekt Niko Bergmann. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: In rekordverdächtig kurzer Bauzeit entstand ein Geschäft mit einer Gesamtfläche von 1.700 m² auf 3.200 m² Grundstücksfläche, das schon durch die architektonisch auffallende, außergewöhnliche Fassade in seinen Bann zieht. Hohe Transparenz sorgt für gute Einsehbarkeit, das lockt Kunden und solche die es werden wollen in lichtdurchflutete Verkaufsräume, die begeistern.

„Wir bedanken uns hier in den ekaflor-NEWS noch einmal bei Familie Kratzer für das in uns gesetzte Vertrauen und

die äußerst angenehme Zusammenarbeit. Das ganze Rabensteiner-Team wünscht alles Gute und in jeder Hinsicht Erfolg auf allen Wegen. Schön, dass wir ein wichtiges Stück des Weges mit Ihnen teilen konnten!“, freut sich Karl-Georg Bärlein, Geschäftsführer der Rabensteiner GmbH in Schorndorf. „Wenn auch bei Ihnen in naher oder absehbarer Zukunft ein Projekt dieser Art ansteht, kontaktieren Sie uns gerne unverbindlich – wir sind sicher, wir haben aus unserem Spektrum der unbegrenzten Möglichkeiten genau DAS für Sie, was Sie brauchen. Für das blühende Wachstum Ihres Betriebes!“ Übrigens: Unter www.rabensteiner.eu oder beim Kunden unter www.passiflora-trends.de können Sie einen virtuellen Spaziergang bei PassiFlora machen, sehen Sie sich um! (sbe,ra/Fotos: Rabensteiner)

Informationen

Rabensteiner GmbH
Gottlob-Bauknecht-Straße 10
73614 Schorndorf
T: +49(0)7181 / 60 80
F: +49(0)7181 / 60 82 00
E: info@rabensteiner.eu
E: karl.baerlin@rabensteiner.eu
I: www.rabensteiner.eu

99 Jahre und kein bisschen leise: Tradition trifft auf Zukunft

PassiFlora sorgte mit seinem Neubau für einen Paukenschlag in Buttenwiesen

Wo andere Betriebe in dem Alter vielleicht in der Vergangenheit schwelgen, was bei 99 Jahren Firmengeschichte durchaus seine Berechtigung hat, erweckten Florian und Corinna Kratzer beherzt Ihre Zukunftsvision zum Leben und setzten mit ihrem außergewöhnlichen Neubau in der Wertinger Straße 51, einem stark frequentierten Standort in Buttenwiesen in der Nähe von Augsburg, ein Zeichen für die Zukunft, das im nahen und weiteren Umkreis seinesgleichen sucht. Die Inhaber haben die alteingesessene Gärtnerei Müller-Kratzer vor drei Jahren in vierter Generation übernommen und in jeder Hinsicht erfolgreich „runderneuert“.

Wenn Träume wahr werden, kann das manchmal schnell gehen

Mit dem Geschäfts-Neubau erfüllte sich das Inhaber-Ehepaar einen lang gehegten Lebensraum. Als sie 2012 den Familienbetrieb übernahmen, der

vor fast hundert Jahren mit dem Verkauf von Gemüse- und Gemüsepflanzen seinen Erfolgsweg antrat, schwebte ihnen ein moderner Verkaufsbetrieb vor, der Trends und Lifestyle optisch und vom Sortiment her aufgreift und trotzdem den traditionsreichen familiären Charakter beibehält. Zusammen mit dem Experten in Sachen Verkaufsgewächshausbau, ekaflor Partnerlieferant Rabensteiner GmbH wurde zwei Jahre geplant und gefeilt, bis schließlich im September letzten Jahres der erste Bagger auf dem Baugrundstück am Ortseingang anrückte.

Schon knapp ein halbes Jahr später wurde der architektonisch anspruchsvolle Neubau schlüsselfertig übergeben. Die Eröffnung der modernen lichtdurchfluteten und barrierefreien Einzelhandelsgärtnerei mit 1.200 m² Verkaufsfläche konnte mit Freunden, Kunden, Lieferanten, beteiligte Baufir-



Florian und Corinna Kratzer äußerten sich sehr zufrieden:

"Mit der Fa. Rabensteiner haben wir von der Planung bis zur Umsetzung einen sehr kompetenten Partner für unser Projekt gefunden. Wir fühlten uns bezüglich unserer Ideen und Vorstellungen stets richtig verstanden. Im Gespräch mit der Architektin Karoline Klar und dem Bauleiter Bergmann konnte immer wieder gute Lösungen gefunden werden. Es waren 19 verschiedene Firmen auf der Baustelle - dabei wurde darauf Wert gelegt, dass regionale Baufirmen zum Einsatz kommen - und es haben alle Gewerke einwandfrei ineinander gegriffen. Nur durch die gute Planung und Bauleitung konnte das Projekt so schnell realisiert werden. Auch bei zukünftigen Projekten werden wir auf jeden Fall wieder die Firma Rabensteiner wählen."



Die außergewöhnliche Fassade zieht alle Blicke auf sich



Die Boutique- und Floristikabteilung: Überall ist etwas ganz Besonderes platziert!

men, Geschäftspartnern, Bürgermeister und Gemeinderäten gefeiert werden. Ausführliche Details zur Entwicklung und Ausführung des nachhaltig konzipierten Vorzeige-Objekts aus viel Glas, Licht und luftigen sechs Metern Innenraumhöhe, bei dem Venlo- und Pultdachbauweise perfekt kombiniert wurden, sind im Bericht von Rabensteiner ab Seite 44 nachzulesen. Der Spezialist war mit der Gesamtleitung des Bauprojekts von der Planung bis zur Schlüsselübergabe beauftragt.

Neues Gebäude – neuer Name – neues Corporate Design – neues Konzept

„Wenn schon alles neu wird, dann richtig“, berichtet Corinna Kratzer. „Der moderne Neubau mit einer drei Mal größeren Verkaufsfläche war der größte Baustein von mehreren: Folgerichtig und konsequent zeigt sich der moderne Auftritt von PassiFlora nicht nur im Neubau, sondern durchgängig und mit System. Aus „Gärtnerei Müller-Kratzer“ wird „PassiFlora Gärtnerei &

Floristik aus Meisterhand“ mit neuem Logo. Im Firmennamen ist nun die Passion, also die Leidenschaft für alles, was grünt und blüht, fest verankert. Die Firmenwagen, die die Ware ausliefern, lassen weithin erkennen, hier ist Qualität aus dem Hause PassiFlora unterwegs zum Kunden. Das Team zeigt sich schmuck in einheitlicher Firmenkleidung. Plakate, Banner und Flyer sorgen dafür, dass die Kompetenz von PassiFlora perfekt nach außen kommuniziert wird. Die vorbildlich entworfene



Frau Corinna (3.v.l.) und die PassiFlora-Mädels tragen Florian Kratzer auf Händen



Blütenmeer im Verkaufsgewächshaus

Webseite mit virtuellem Rundgang und professionellen Imagebildern sowie ein großes Engagement in Sachen Social Media tun ein Übriges, um auch digitales Kundenpotential auszuschöpfen.

Hand in Hand gehend mit den Maßnahmen war es in den großen neuen Räumlichkeiten möglich, das geplante Konzept leichter umzusetzen. Viele große und kleine Aktivitäten und Events, übers Jahr verteilt, sorgen für fast familiäre, generationenübergrei-

fende Kundennähe. „Ein Café konnten wir auch verwirklichen“ freuen sich die beiden Inhaber. „Auch hier ging Qualität vor, wir konnten das Café Contur dafür gewinnen, das mit seinem Stammhaus in Meitingen schon bei Liebhabern von Kuchen und Torten aus nah und fern bekannt ist. Jetzt gibt es die leckeren Backwaren zusammen mit einem Frühstücksangebot und herzhaften Snacks auch bei uns in der Passiflora zum längeren Verweilen und Plaudern.“

Hier weiß man, was sich Kunden wünschen

Mit einem „Netto“-Markt nebenan ist die Kundenfrequenz gut. Ein Rewe ist gegenüber in Bau, er wird in Zukunft die Zahl der potentiellen Einkaufswilligen noch erhöhen. „Laufkundschaft ist natürlich von Vorteil“, betont Corinna Kratzer, „aber wir möchten unseren Kunden eine Einkaufs- und Erlebniswelt bieten, die weit über ein ‚da schau ich schnell auch noch rein‘ hinausgehen soll.“



Da kommt Glücksstimmung auf: Auffällige Hingucker sorgen für Aufmerksamkeit

Da gibt es dieses Jahr z. B. einen Fotowettbewerb mit blumigen Preisen für Hobbyfotografen, die Pflanzenschönheiten aus der Region in Szene setzen. Das ganze Jahr über laden Workshops für Kinder und Erwachsene ein, unter kundiger Anleitung die Kreativität in sich zu wecken. In den kommenden Monaten basteln Kinder Vogelhäuschen, interessierte Erwachsene lernen, wie man einen Strauß selbst bindet, Holz wird mit den Kleinen tierisch zum Leben erweckt, trendige Memoboards und ein selbst gestalteter herbstlicher Türschmuck runden den Jahresreigen des Workshop-Angebots ab. Die Kratzers organisieren Feste wie die Ladies Night, im Juni gab es eine White Night – das ist zur Zeit DAS Trend-Event von München bis Berlin – mit weißer Deko und weißem Dresscode. Aber auch die Tradition wird gepflegt, z. B. mit organisierten Kräuterwanderungen. Bis in den Winter hinein locken Angebote, eines schöner als das andere.

Dreh- und Angelpunkt des Unternehmens sind die Pflanzen

Schnittblumen, Topfpflanzen, Kräuter, Beet & Balkon-Pflanzen gefällig? Der Kunde spürt in allen Bereichen die Liebe zu Pflanzen und Blumen. Qualität in Eigenproduktion wird hier ganz groß geschrieben. Am ehemaligen Standort der Gärtnerei Müller-Kratzer können nun, da die Verkaufsfläche sich verlagert hat, noch mehr Schnittblumen und Pflanzen für das ganze Gartenjahr produziert werden. 80 Prozent des Angebots an Beet- und Balkonpflanzen ist Gärtner-Qualität aus Eigenproduktion. „Was selbst produziert wird, sehen die Kunden sofort, extra auffällige lila Töpfe mit PassiFlora-Logo weisen darauf hin. Die Farbe Lila wird gern gekauft“, freut sich Gärtner- und Floristmeister Florian Kratzer.

Floristik- und Boutique-Abteilung weckt Begehrlichkeiten

„Zum Unterstreichen pflanzlicher Schönheit, aber auch einfach so als Geschenk oder fürs eigene Zuhause haben wir in



Sonnendurchfluteter Boutiquebereich

unserer neuen großen Floristikabteilung Deko- und Geschenkartikel, hochwertige Keramik und Wohnaccessoires, da findet sich für jeden Geschmack etwas, was Lust zum Kaufen macht. Gefragt sind auch die leckeren Gourmetartikel, zum eigenen Verzehr oder dekoriert im Geschenkkorb. Und wenn unsere Kunden individuelle Wünsche haben, reagieren wir schnell und flexibel, da haben wir schon manch scheinbar Unmögliches möglich gemacht. Im Dienstleistungsbereich Eventdekoration zum

Beispiel! Aber auch bei weniger spektakulären Anliegen freuen wir uns, wenn unsere Kunden glücklich IHR Werkstück, IHRE Pflanze oder IHR Accessoire mit nach Hause nehmen, denn zufriedene Kunden kommen immer wieder und sind die beste Empfehlung“, ist Floristmeisterin Corinna Kratzer überzeugt.

Blumige Ideenwerkstatt für Floristik Dienstleistungen für jeden Anlass

Das achtköpfige Team von PassiFlora bietet seinen Kunden Qualität aus Mei-



Ein ganz besonderer Strauß für die Braut



Eventschmuck ist eine Spezialität unseres Mitglieds (Foto: Fovim-Studio Beise)

sterhand, Engagement und persönliche Beratung. „Vom kleinen Taschengeldstrauß eines Kindes für die Mutti zum Muttertag über den ersten Abschlussball-Strauß, Blumenschmuck für traurige Anlässe bis hin zu anspruchsvollen Großdekorationen für Traumbhochzeiten oder groß inszenierte Firmenfeste und dergleichen mehr, bei uns gilt bei der Planung und umfassenden Beratung: 'Nichts ist unmöglich!'“ unterstreicht die Floristmeisterin. „Selbst Körperschmuck ist im Angebot. „Nicht zu vergessen unser Service in Sachen Innenraumbegrünung, Grabpflege und Lieferung. Ein wöchentlich oder monatlich buchbares Blumen-Abo ist ein weiteres Dienstleistungs-Highlight, das nicht nur manch dankbarer Ehemann gern in Anspruch nimmt“, ergänzt ihr Mann augenzwinkernd.

PassiFlora und ekaflor

Seit letztem Jahr ist Florian Kratzer Mitglied der ekaflor. „Wir waren mitten in der Umstrukturierungsphase, als wir der ekaflor beitraten, da nutzten wir gerne die verbesserten Einkaufsbedingungen, die wir als Mitglied haben. Unser Neubau wurde beispielsweise von ekaflor-Partnerlieferant Rabensteiner realisiert. Aber wir kaufen auch bei vielen anderen Partnern ein“,

schildert Florian Kratzer. „bei ekaflor finden wir Informationen über neue Lieferanten oder Unterstützung bei der Lieferantensuche für spezielle Artikel, aber auch bei betrieblichen Fragen. Die ekaflor-NEWS schätzen wir als Info-Medium für alle Bereiche. Bisher arbeiten wir noch in keinen Ausschüssen und Gremien der ekaflor mit, dafür fehlte in der jüngsten Vergangenheit nachvollziehbar die Zeit, aber was nicht ist, kann ja noch werden.“

Die ekaflor-Partnerlieferanten, mit denen PassiFlora zusammenarbeitet, sind neben Rabensteiner u.a. die Firmen AM Design GmbH, Bolsius, Boltze, Chrysal, FleuraMetz, Gartenbau Rednitzhembach, Görges, Gourmet Berner, Grafik Werkstatt, Hakkijl, Kientzler, Kiepenkerl, Klocke, Patzer, PTMD, Renner Print + Media, Scheurich, Trendfleur, Unimet,

Etwas Zukunftsmusik

„Den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft haben wir mit unserer PassiFlora gelegt. Die Neueröffnung ist erst wenige Wochen her, daher kann eine repräsentative Entwicklung noch nicht abgeschätzt werden. Aber erste Zahlen dokumentieren, dass wir auf einem guten Weg sind. Wir sind

überzeugt, dass wir – zusammen mit unserem hochmotivierten Team – das Ziel, das wir uns gesteckt haben, erreichen: Wir möchten mit ‚PassiFlora Gärtnerei & Floristik aus Meisterhand‘ die führende Gärtnerei und Blumengeschäft hier in der Region werden, mit vielen spannenden Events und Erlebniseinkauf für die ganze Familie, die Lust machen, immer wieder bei uns vorbeizukommen!“, benennen Corinna und Florian Kratzer ihre Pläne für die kommenden Jahre. „Man kann nicht in die Zukunft schauen, aber man kann den Grund für etwas Zukünftiges legen, denn Zukunft kann man bauen.“ Bei PassiFlora sind die weisen Worte von Antoine de Saint-Exupery sichtlich wahr geworden! (sbe,pa/Fotos: PassiFlora, ekaflor, Rabensteiner)

Unternehmensdaten:

Firmengründung 1916
ekaflor-Mitglied seit April 2014

Verkaufsstandort

Betriebsgröße: Gesamtfläche 1.500 m²
davon 1.200 m² Verkaufsfläche
(Kalthaus 550 m², Warmhaus 300 m²,
Boutique-Bereich 250 m², Arbeitsraum
u. Lager, Personalräume, Kassenbüro)

Café ca. 250 m² mit ca. 100 Sitzplätzen,
Kundentoiletten (kinder- und
behindertengerecht)

19 Kundenparkplätze vor der Tür,
7 Personalparkplätze

4 Mitbewerber in 8 km Umkreis:
2 Gärtnereien + 2 Blumengeschäfte

Produktionsstandort in der bisherigen
Gärtnerei in Buttenwiesen: 1.500 m²
Glashausfläche, Freifläche 2.000 m².

Geschäftsleitung Corinna
(Floristmeister) und Florian Kratzer
(Gärtner- und Floristmeister)
Mitarbeiter: 3 Vollzeit Floristen,
2 Teilzeit Hilfskräfte, Auszubildende
(1. u. 3. Lehrjahr), 1 Seniorchefin
in Produktionsbetrieb



Farbeffekte sorgen auch in der Nacht für Aha-Effekte

Kontaktadresse

PassiFlora
Inh. Florian Kratzer
Wertinger Straße 51
86647 Buttenwiesen
T: +49(0)8274 / 997 67 70
E: blumen@passiflora-trends.de
I: www.passiflora-trends.de

Christine Wagner, ekaflor-Außen- dienstbetreuerin hat PassiFlora kurz nach der Eröffnung besucht:

„Ich war das erste Mal bei Familie Kratzer und war begeistert. Hier ist ein echtes Vorzeigeprojekt entstanden. Im Gespräch mit dem Ehepaar

Kratzer habe ich sofort erkannt, hier ist die Liebe zum grünen Beruf zuhause. Ich bin sicher, die PassiFlora geht gut gerüstet ins hundertste Jahr ihres Bestehens. ekaflor und ich wünschen in jeder Hinsicht viel Glück und Erfolg!“

Spruch des Monats:

„Die Blume ist das Lächeln
der Pflanze.“

Peter Hille



Kuchenbuffet – floral in Szene gesetzt



Das Café Contur lockt bei PassiFlora mit leckeren Kuchen und Speisen

Erfolg hat drei Buchstaben: „TUN“ (Goethe)

Fünf Jahre 1A Blumen, es hat sich viel getan!

Im Jahr 2015, dem 20jährigen Jubiläumsjahr der ekaflor, kann auch ein Erfolgs-Konzept unserer starken Gemeinschaft einen ersten größeren Meilenstein seines Bestehens setzen: Fünf Jahre 1A Blumen! Anlass genug, wie wir finden, Ihnen einmal die Entwicklung eines Floristikfachgeschäfts zum 1A Blumen-Fachgeschäft zu schildern. Sie erfahren außerdem, was sich im Laufe der Zeit bis heute bei den 1A Blumen- und den Coaching-Teilnehmern zum Positiven verändert hat, wie sich die Betriebe kontinuierlich weiterentwickeln und welche „Taten“ für die Zukunft geplant sind.

Wie werde ich überhaupt 1A Blumen-Teilnehmer?

Zunächst zeigen wir Ihnen einmal, welchen Weg die Betriebe einschlagen, wenn Sie am Coaching teilnehmen oder sich dem 1A Blumen-

Konzept anschließen möchten. Der erste Schritt: Der Betrieb, der sich weiterentwickeln oder Teilbereiche seines Betriebes optimieren möchte, setzt sich mit der ekaflor in Verbindung. Wenn die ersten Fragen mit dem Projektleiter 1A Blumen bei ekaflor, Frank Halbig, telefonisch besprochen sind, könnte es auch bei Ihnen so weitergehen:

Das A&O zu Beginn ist der Betriebscheck der ekaflor, denn jeder Betrieb ist anders und hat unterschiedliche Bedürfnisse. Was sind die A-Prioritäten? Soll die Ausrichtung der Entwicklung eher in Richtung Garten gehen oder benötigt die Floristik ein stärkeres Augenmerk bei der Beratung? Wenn das geklärt ist, schließt sich ein Analysetag an, bei dem der Betrieb auf Herz und Nieren geprüft wird. Mit diesen Informationen als Grundlage werden

gemeinsam Ziele festgelegt, die nötigen Umstrukturierungsmaßnahmen besprochen und ein realistischer Zeitplan für deren Umsetzung erstellt.

Alles soll anders werden und zwar JETZT SOFORT? Geht das?

Das ist wie mit den guten Vorsätzen zum neuen Jahr: Wenn man schon etwas ändern will, dann soll gefälligst rundum alles sofort optimiert werden. Aber ähnlich wie bei diesen nehmen wir uns meist mehr vor, als wir im Geschäftsalltag tatsächlich realisieren können. Das Floristik-Konzept von 1A Blumen ist deswegen so aufgebaut, dass sich die Betriebe in mehreren Stufen und in eigenem Tempo weiterentwickeln können, in enger Zusammenarbeit mit dem Projektleiter und unter Rücksichtnahme auf Wünsche, die dem Unternehmer wichtig sind, auf betriebliche Belange und



nicht zuletzt auf das Team, das hinter den Änderungen stehen soll. Sowohl Inhaber als auch Mitarbeiter sind in einem stetigen Lernprozess eingebunden.

Motivation bei allen Beteiligten ist der erste Schritt zum Erfolg

Apropos Mitarbeiter: Jeder weiß, wenn in einem Unternehmen größere Veränderungen anstehen, können diese vom Verstand her gesehen so gut sein wie sie wollen, viele Mitarbeiter reagieren dennoch zunächst verhalten, manchmal stößt man sogar auf Widerstand. Hier hilft die ganzheitliche Betrachtung der Zielsetzung: Die Führung versetzt sich in den Mitarbeiter hinein, um dessen Blickwinkel zu erforschen, das Team lässt sich von der Firmenleitung die Nutzen und Vorteile erläutern. Das Unternehmen kann nur profitieren, wenn Feingefühl, gegenseitiger Respekt und gemeinschaftlicher Antrieb die Zugfedern zur Realisierung der neuen Aufgaben und Ziele sind. Damit „alle an einem Strang ziehen“, stehen die Coaches von 1A Blumen mit Rat und Tat zur Seite.

Klare Strukturen im Laden bilden die Basis für Weiterentwicklung

Die zweite Säule für den Erfolg ist die Festlegung klarer Strukturen im Laden. Sie bilden die Basis für sämtliche Maßnahmen zur Weiterentwicklung im Betrieb. Auch hier ist ganz wichtig, dass sich alle dort auskennen: Schulungen sind daher genau auf Warenpräsentation, Warenoptimierung und Verkauf abgestimmt. Die Weiterentwicklung und Schulung des Unternehmers und der Mitarbeiter ist ein wichtiger Faktor des Coaching-Konzepts. Sie machen es möglich, sich über den üblichen Geschäftsalltag hinaus auch intensiver mit den Themen Betriebswirtschaft, Marketing, Personalführung und Warenpräsentation auseinanderzusetzen.

Die Umstellung von einer reinen Themen- zu einer Warenpräsentation führt zu einem stringenteren Aufbau – für die Mitarbeiter, aber in erster Linie für die Kundenorientierung. Außerdem werden dadurch Planung, Einkauf und Warenoptimierung vereinfacht. Dies wirkt sich positiv auf das Gesamt-

gefüge im Laden aus. Um geordnete Strukturen innerhalb der Betriebe zu schaffen, werden einzelne Bereiche in kleine, klar definierte Warengruppen, Module oder Aufgabenbereiche unterteilt. Dadurch lassen sich separate Segmente erarbeiten und schulen. Die zuständigen Mitarbeiter verstehen die ihnen zugeordneten Arbeitsbereiche leichter und werden zu Spezialisten in ihrem Bereich. Dieses Wissen geben sie dann im Betrieb weiter. „Natürlich sind die hier kurz angerissenen Bausteine des 1A Blumen-Coachings nur ein kleiner Teil der Erfolgsfaktoren im Maßnahmenkatalog“, erläutert Frank Halbig, ekaflor-Projektleiter 1A Blumen. „Wer mehr wissen möchte, kann sich aber jederzeit gerne an mich wenden!“

Aktueller Stand und Zukunftsvisionen bei 1A Blumen

Konzeptteilnehmer und Coaching

Bis heute haben vier Teilnehmer an insgesamt sieben Standorten ihre Betriebe komplett auf 1A Blumen umgestellt. Daneben gibt es inzwischen neun weitere Betriebe, die am Coaching teilneh-



Seidenblumen-Präsentation bei 1A Blumen Halbig in Nürnberg

men. Diese Mitglieder möchten entweder ihren Betrieb weiterentwickeln und trotzdem ihre eigene visuelle Identität (Corporate Design), wie z. B. Logo, Firmenkleidung, etc. beibehalten oder erst in naher Zukunft ganz auf 1A Blumen umstellen.

Alle arbeiten nach dem gleichen Konzept. Es ist von Anfang bis Ende durchdacht und geht von gemeinsamen Einkaufsaktionen über die Festlegung der gemeinsam umgesetzten Marketingthemen, der Themenauswahl für Advent, den Austausch von Gestaltungsideen bis hin zum gemeinsamen Postkartenversand zur Einladung für Events, der durch Sammelrabatte günstiger wird.

Positive Entwicklung bei allen Teilnehmern – besonders deutlich beim Wareneinsatz

„Sowohl die 1A Blumen-Teilnehmer als auch die Teilnehmer am Coaching haben sich positiv entwickelt. Das zeigt sich vor allem beim Wareneinsatz. Dieser hat sich bei den Teilnehmern im

Laufe von zwei, drei Jahren im Durchschnitt um ca. 10% gesenkt. Möglich wurde dies durch eine deutlichere und vereinfachte Einteilung der internen Abläufe. Sobald die Änderungen im Geschäft umgesetzt wurden und beim Team in Fleisch und Blut übergegangen waren, konnten alle teilnehmenden Betriebe einen höheren Umsatz bei gleichbleibender Mitarbeiterzahl verzeichnen“, berichtet Frank Halbig.

Weiterentwicklung der Meistersträuße

Zu den bereits bestehenden Meistersträuß-Formen kommen weitere Konzeptformen hinzu. Bei den Teilnehmern, die hinsichtlich des Bindens dieser Sträuße schon Routine haben, wird jetzt das Repertoire um das Binden in „Lebenswelten“ (siehe rechts) erweitert. Die ersten Betriebe haben damit bereits positive Erfahrungen gemacht, da sich die Kunden – wie schon bei Glycerinrosen und ausgeschmückten Topfpflanzen – nicht nur bei den Preisklassen, sondern auch in den Stilrichtungen wiederfinden können.

„Aktuell arbeiten wir an einem neuen Verkaufskonzept für Schnittblumen, bei dem durch Veränderung der Einkaufsstrukturen die Spanne erhöht werden kann, ohne dabei den Kunden das Gefühl zu geben, teurer geworden zu sein. Im Gegenteil – geschickt umgesetzt hat der Kunde sogar das Gefühl, dass die Preise günstiger geworden sind“, so Frank Halbig.

1A Marketing für ein 1A Konzept

Das von der 1A Blumen-Gruppe ausgearbeitete Lebenswelten-Konzept bei ausgeschmückten Topfpflanzen hat sich inzwischen fest etabliert. Dazu beigetragen hat auch das eigens dafür entwickelte Marketingpaket, das den Kunden die verschiedenen Lebenswelten erläutert und auch den Mitarbeitern eine große Hilfestellung bei Beratung und Verkauf ist. Das Material hat einen Umfang von vier mal sechs Seiten und charakterisiert anhand von Bild und Text die vier Typen „Fun“, „Style“, „Classic“ und „Nostalgie“ – in Anlehnung an die Lebenswelten unseres ekaflor-Partnerlieferanten



BLOOM's. Die Booklets werden auf den jeweils passenden Thementisch platziert, z.B. mit einem kleinen Ständer. Die Kunden können sich so selbst informieren und sehen auf den ersten Blick, in welcher Lebenswelt sie sich am ehesten wiederfinden und wohlfühlen. „Das Lebenswelten-Marketing ist eines von vielen Beispielen, bei denen aus dem Betriebsalltag heraus eine konkrete Aktion umgesetzt wurde – passgenau und aktuell“, hebt Sara Kunkel, Marketing-Fachfrau bei ekaflor, hervor.

„In Zukunft soll „Marketing bei Anruf“ noch weiter intensiviert werden. Im Gegensatz zu den Vorjahren wird sich der Schwerpunkt weg vom POS-Marketing hin zum Aktions- oder Eventmarketing verlagern. Die Erfahrungen haben gezeigt, dass es natürlich wichtig ist, den Kunden laufend neue Anreize zu schaffen und dass die regelmäßige Umgestaltung der Aktionsflächen davon ein wesentlicher Bestandteil ist“, informiert sie weiter. „Allerdings ist die Themenvielfalt der POS-Aktion mittlerweile vielfältig. Die bereits bestehenden Aktionen werden deshalb sowohl für das allgemeine ekaflor-Marketing als auch für das 1A Blumen-Marketing gesammelt und stehen ab Ende 2015 online in einer web-to-print-Lösung von Opus Marketing zum Selbstaussdruck zur Verfügung.“ Durch diese kostengünstige Lösung werden Mittel frei, die gezielt in betriebsindividuelle Maßnahmen wie z.B. Give-aways oder Aktionstage investiert werden können. Darüber hinaus ist geplant, die Ware selbst (z.B. von Messeinkäufen oder Direktimporten) stärker in den Fokus des Marketings zu rücken und nicht wie bisher saisonale Themen wie Valentin, Muttertag etc.

Erfolgs-Modul von Edelman für Standard Übertöpfe – Von 1A Blumen für alle Mitglieder!

Das im 1A Blumen-Konzept in Zusammenarbeit mit Partnerlieferant Edelman erarbeitete Keramik-Modul ist mittlerweile schon bei rund 20 ekaflor-Mit-

gliedsbetrieben im Einsatz. Das Modul bietet Standard-Keramik zu einem guten Preis-Leistungsverhältnis in attraktiver und aufmerksamkeitsstarker Präsentation. Hier zeigt sich einmal mehr, dass durch die Konzeptarbeit alle Mitglieder profitieren können.

Groß- und Outdoorgefäße Bezug über Containerdirektimport

Im Bereich des Containerdirekteinkaufs bei Groß- und Outdoorgefäßen arbeitet die Teilnehmer-Gruppe ebenfalls bereits sehr eng zusammen. So schließen sich sowohl 1A Blumen-Teilnehmer als auch Betriebe aus dem Coaching zum gemeinsamen Containerdirektimport aus Asien zusammen. Dabei bestellt die Gruppe gemeinsam einen See-Container mit Ware im Direktimport bei ekaflor-Partnerlieferanten. Der Ablauf ist so eingespielt, dass die Ware zu einem Betrieb geliefert wird und alle Besteller ihre Ware am Liefertag dort abholen.

Damit nutzen die Teilnehmer die Möglichkeit, zu einem deutlich günstigeren Preis einzukaufen zu können. Möglich ist auch die bundesweite Kommissionierung über ekaflor-Partnerlieferanten. „In diesem Bereich können wir wettbewerbsfähige Preise erzielen und trotzdem mit einer vernünftigen Marge arbeiten“, weiß Frank Halbig zu berichten. „Die Bandbreite der Artikel,

die wir so gemeinsam bestellen, reicht von Outdoorgefäßen über sehr schöne und außergewöhnliche Indoorgefäße bis hin zu Teakholzwurzelobjekten und Figuren.“

Betriebschecks zur Kontrolle und Eigenanalyse

Der aktuelle Stand und die Fortschritte in der Entwicklung der einzelnen Betriebe werden an Hand von Betriebschecks festgehalten. Darüber hinaus werden jedem Teilnehmer Excel-Listen zur Verfügung gestellt, an Hand derer er seinen aktuellen Stand kontrollieren und seine Weiterentwicklung dokumentieren kann. Wird ein vorgegebener Mindeststandard erreicht, wäre eine komplette Umstellung auf 1A Blumen möglich. Der Unternehmer kann dies jedoch frei entscheiden und auch sein bisher bestehendes Logo und CD beibehalten.

Ernten Sie die Früchte Ihrer Arbeit!



GREENKASSE 
DIE KASSEN-SOFTWARE

offizieller Lieferant der  ekaflor für Kassensysteme!

 **GREENWARE**
Informations- und Dienstleistungs GmbH
EDV für die Grüne Branche

Stärkere Zusammenarbeit zwischen 1A Blumen und 1A Garten wird forciert

Bei den Warengruppen Indoor- und Outdoorpflanzen wird aktuell eine enge Zusammenarbeit mit der 1A Garten Gruppe angestrebt. Deshalb stellte Projektleiter Frank Halbig die Grundzüge des 1A Blumen-Konzepts auf dem 1A Garten-Treffen am 05. März vor.

Er erläuterte den 1A Garten-Teilnehmern dort die strukturellen Veränderungen, die mit einer Umstellung einhergehen, wie zum Beispiel beim Ladenaufbau oder beim Marketing. Er führte aus, dass nur regelmäßige Weiterbildung der Mitarbeiter sicherstellt, dass die neuen Standards wirklich umgesetzt und beibehalten werden. Nachdrücklich wies er dabei auf das erfreuliche Resultat hin: die positive Entwicklung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen! Damit die Teilnehmer beider Betriebstypenkonzepte voneinander profitieren können, wurde beschlossen, dass die 1A Garten-Teilnehmer auf das Know-how des 1A Blumen-Konzepts zugreifen können.

Im Gegenzug stehen die 1A Garten-Betriebe den 1A Blumen-Teilnehmern im Bereich Topfpflanzen, Baumschulware sowie Beet & Balkon-Pflanzen unterstützend zur Seite, insbesondere was den Warenbezug anbelangt. Das schafft eine sehr gute Ausgangsbasis, damit sich einerseits die 1A Garten-Betriebe im Floristik- und Accessoires-Bereich weiterentwickeln können, andererseits die 1A Blumen-Betriebe im Bereich der Pflanzen stärker werden können.

Oberstes Ziel ist die zukunftsorientierte Aufstellung der Betriebe

Für die ekaflor sind die Weiterentwicklung der Betriebe, die Verbesserung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen und die zukunftsorientierte Ausrichtung von Ware und Ladenpräsentation von oberster Priorität. Daher geht es auch nicht in erster Linie darum, möglichst viele 1A Blumen-Betriebe in möglichst kurzer Zeit zu gewinnen. Vielmehr soll das Konzept dazu dienen, alle ekaflor-Mitglieder gut aufzustellen, so dass sie auch in Zukunft auf dem

Markt bestehen können. „Natürlich freuen wir uns, wenn Mitglieder komplett auf 1A Blumen umstellen möchten, aber den Kern meiner Aufgabe sehe ich vordergründig darin, meinen Kollegen und Kolleginnen echte Hilfestellung und Unterstützung anzubieten. Bei der Beratung ist daher alles ohne Zwang und das Coaching erfolgt so, wie es individuell am sinnvollsten ist. Im Vordergrund steht ganz klar das Wohl der Betriebe“, betont Frank Halbig ausdrücklich.

Wenn dieser kleine Einblick in das Geschehen auf dem Weg zum 1A Blumen-Betrieb Ihr Interesse geweckt hat: Ihre beiden Ansprechpartner Frank Halbig und Bernadett Koch beraten Sie gerne! (BK,FH,SK/sbe)

Informationen:

Frank Halbig
T: +49(0)911 / 98 116 -60
E: info@ekaflor.de
oder Bernadett Koch
T: +49(0)911 / 98 116 -67
E: b.koch@ekaflor.de

