



Das Business blüht auf

Es grünt so grün auf Düsseldorfs Firmenetagen. Immer mehr Unternehmen entdecken die wirkungsvollen Möglichkeiten, mit Blumen Aufmerksamkeit und Sympathie zu gewinnen. Nicht nur im eigenen Hause sorgen attraktive Gestecke für ein stimmungsvolles Ambiente. Auch Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner sind hoch erfreut, wenn ihnen unverhofft etwas Schönes blüht.

Lasst Blumen sprechen. Der altbekannte Spruch hat nichts von seiner Aktualität verloren. Gerade im geschäftlichen Bereich überzeugen Tulpen, Rosen und ihre vielen floralen Kollegen durch hervorragende kommunikative Qualitäten. Willi Stoffels kann dies bestätigen. Der Floristmeister aus der Landeshauptstadt erwirtschaftet unter anderem einen Teil seines Umsatzes durch Firmenkunden, die mittlerweile

Blumen gezielt im Relationship-Management einsetzen. „Es gibt eine Vielzahl von Anlässen, in denen sich ein Blumenstrauß als ideales Kommunikationsinstrument anbietet. Denn Blumen kommen überall und jederzeit gut an. Ganz gleich, ob Mann oder Frau: Ein individuell gestalteter Strauß löst beim Empfänger Freude aus, weckt spontan Begeisterung und bleibt lange in positiver Erinnerung“, erläutert der Fachmann.

Dabei liefern Willi Stoffels und sein elfköpfiges Kreativ-Team nicht einfach bunte Sträuße. Die Profis nutzen ihr Know-how, um Blumen zu einem perfekten Werbeträger für den Auftraggeber zu machen. „Wir konzipieren jedes Arrangement exakt nach den Vorstellungen unseres Firmenkunden. Dabei stellen wir uns immer wieder aufs Neue der Herausforderung, einen Strauß zu kreieren, der ebenso einzigartig wie das Unternehmen ist und genau zum Corporate Design passt. Um dies zu erreichen, wählen wir beispielsweise ausschließlich Blumen in den Hausfarben der Firma aus. Der Aha-Effekt ist garantiert – denn solch ein spezieller Blumengruß besitzt einen hohen Wiedererkennungswert, der sich natürlich noch weiter steigern lässt. Etwa durch Beifügen des Firmenlogos oder anderer Accessoires. Vom Giveaway über Produktproben bis zur Unternehmenspräsentation auf einer CD sind der Phantasie keine Grenzen gesetzt.“ Dies gilt auch für die zahlreichen Gelegenheiten, bei denen sich Blumen im Business nutzen lassen. Achim Oberhauser, seit





Februar neuer Teamleiter des Fleurop-Firmenkundenservices, hält eine Fülle von Vorschlägen bereit.

Kontakte der ansprechenden Art

Im Auftrag der Berliner Fleurop-Zentrale ist er eine Woche bei Willi Stoffels im Einsatz, um mehr über die Eigenheiten des Firmengeschäfts zu erfahren. „Ein persönlicher Firmenstrauß macht aus jeder Botschaft ein emotionales Ereignis. Er öffnet die Türen im Neukundengeschäft, unterstützt die Markteinführung eines Produkts, motiviert Mitarbeiter, dankt für besondere Leistungen, bringt frischen Schwung in Geschäftsbeziehungen und erhöht beim Adressaten die Bereitschaft, sich mit der damit verbundenen Information auseinanderzusetzen. Auf Wunsch deutschlandweit. Und auch, wenn es Grund zu Beschwerden oder Reklamationen gibt, ist eine blumige Entschuldigung das geeignete Mittel, um den Ärger aus dem Weg zu räumen“, beschreibt Achim Oberhauser.

Jede Woche etwas Neues

Im Dienstleistungsangebot von Stoffels spielt noch ein anderer Bereich eine wichtige Rolle: Die Begrünung von Geschäftsräumen einschließlich professioneller Pflege, die man in einem Service-Abo buchen kann. Bevor der Florist an die Arbeit geht, steht zunächst eine umfangreiche Beratung des Kunden an. Stoffels: „Wir schauen uns die Räumlichkeiten, die begrünt werden sollen, im Vorfeld genau an und dokumentieren alles mit Fotos. So bekommen wir einen präzisen Eindruck davon, was möglich ist. Denn die Auswahl der Pflanzen hängt wesentlich von den herrschenden Lichtverhältnissen und den Umgebungsbedingungen

ab. Dazu kommen die Vorstellungen und Vorlieben des Auftraggebers, die für uns richtungsweisend sind. Mag der Kunde zum Beispiel kein Gelb, ist diese Farbe natürlich tabu. Andererseits berücksichtigen wir bei der Erstellung des Bepflanzungskonzepts vorrangig die Töne, die für das betreffende Unternehmen typisch sind.“ Ist alles geklärt, erarbeiten die Floristik-Mitarbeiter mehrere konzeptionelle Varianten, aus denen sich der Kunde seinen Favoriten aussuchen kann. Die Bandbreite der Gestaltungsmöglichkeiten reicht von klassisch bis avantgardistisch, aber immer exklusiv mit dem Charakter eines Unikats. Einmal in der Woche werden Sträuße oder Gestecke durch frische ersetzt. Das bedeutet aber nicht, dass die Optik immer dieselbe ist. Willi Stoffels stellt klar: „Innerhalb des gewählten Themas arrangieren wir immer wieder neue Variationen, etwa abgestimmt auf die Jahreszeit, Vorlieben oder anlässlich eines besonderen Firmenevents. Auf diese Weise entstehen Blickfänge, die überraschen und zum Betrachten einladen.“

Kreativ im Schichtbetrieb

Es liegt auf der Hand, dass die Betreuung der zahlreichen Geschäftskunden viel Zeit und Aufwand kostet. „Frühmorgens wird auf dem Düsseldorfer Großmarkt frische Ware eingekauft und ich lasse es mir im Übrigen nicht nehmen, bei meinen Kunden persönlich in regelmäßigen Abständen nach dem Rechten zu sehen“, zieht Willi Stoffels nüchtern Bilanz. Aber nicht nur der Chef bringt vollen Einsatz, auch die Mitarbeiter leisten im Schichtdienst ganze Arbeit – und dieses Engagement zahlt sich aus. Denn intensive Kontaktpflege schafft die Voraussetzung zur nachhaltigen Kundenzufriedenheit, weiß Willi Stoffels aus lang-

jähriger Erfahrung. Eines interessiert noch: Beeinflussen eigentlich modische Trends die Blumenwahl im Business?

Erscheinungsbild zählt

Der Düsseldorfer winkt ab: „Im vergangenen Jahr war Lila die angesagte Blumenfarbe, jetzt sind sanfte Pastells hip. Die Erfahrung zeigt aber, dass sich unsere Kunden – Privatleute wie Unternehmer – bei ihren Entscheidungen nur wenig nach diesen gemachten Trends richten. Viel wichtiger ist, dass Pflanzen und Blumen eine bestimmte Haltung widerspiegeln und dem jeweiligen Anlass gerecht werden. Außerdem wird die Begrünung von Firmenträumen unter längerfristigen Aspekten ausgewählt, da man ja ein nachhaltiges Erscheinungsbild vermitteln möchte.“ ■

Stoffels – Florale Gestaltungen

Itterstraße 118

40589 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 60 20 830

willi@stoffels.de

www.stoffels-fg.de

