



Die Freude über die Ehrung steht allen ins Gesicht geschrieben – Floristin Gisela Wilde, Chef Helge Piehl, Chefin Vendula Piehl, Floristin Pamela Krista (v.l.n.r.)

BLUMEN PIEHL BIETET „FLORISTIK AUF BESONDERE ART“

Motivation Triadem

Fast 900 Teilnehmer hatten sich im vorigen Jahr am Marketing-Wettbewerb Triadem beteiligt. Über Monate währte der Unternehmens-Check, bei dem das Geschäfts- und Absatzpotenzial im Mittelpunkt stand.

Die Auswahl fiel den Juroren schwer, aber schließlich einigten sie sich auf die sieben Besten. Zu ihnen zählte das Blumenfachgeschäft mit angeschlossener Friedhofsgärtnerei Piehl in Lehre. „Floristik auf besondere Art“ hat sich das Unternehmen auf die Fahnen geschrieben. Und in diesem Sinne kam das Team erfolgreich in die letzte enge Auswahl.

Maßgeblich war aber vielleicht auch die eigene Hochzeit von Helge Piehl und Vendula, die am 20. Juni 2007 stattfand, und die die beiden Floristen als Marketingevent inszenierten. Die geschmückte Kutsche, die ausgestaltete Kirche, die dekorierten Tische und die Braut selbst machten von sich reden im Ort und darüber hinaus. „Wir waren damit einfach Dorfgespräch und so lange wie man im Gespräch bleibt, ist schließlich alles in Ordnung! Nach dieser Aktion gab es übrigens schon reichlich Hochzeitsauf-

träge“, erzählt Helge Piehl. Und er berichtet vom Familienunternehmen, mit dem die Eltern 1970 den Betrieb aufnah-

men, an ihrer Seite Oma Erna. Damals hieß das noch schlicht Blumenhaus Piehl. Es gab eine Filiale in Braunschweig und eine weitere in Lehre, an einem anderen Ort als heute. Als sich aber der Sohn Helge und eine Tochter einstellten, einigten sich die Eltern auf einen einzigen Firmensitz, der sich an der Boimstorfer Straße 1 befindet.

Helge Piehl erinnert sich an das Ladenlokal im Erdgeschoss, an das Verkaufsgewächshaus, an die ständigen An-



So erlebt König Kunde das Fachgeschäft bei seinem ersten Besuch. Der Eingangsbereich ist ansprechend und einladend gestaltet

und Umbauten. Er ist als Kind mit den Blumen groß geworden und reagiert etwas verständnislos auf die Frage nach einem alternativen Berufswunsch: „Schon als kleiner Junge habe ich gesagt, ich werde den Laden mal übernehmen.“ 2001 übergaben die Eltern alles an den Sohn, nachdem er seit 1993 bei ihnen angestellt war. Vater und Mutter zogen dann nach Bad Harzburg, so richtig weit weg, um loslassen zu können. Keine leichte Entscheidung, aber sicherlich eine sinnvolle.

Topfpflanzen, Schnittblumen, Grabfloristik ist in dem gepflegten Geschäft zu erwerben. „Wir wollen unseren Kunden Floristik der besonderen Art anbieten. Sie soll auch einmal von der Norm abweichen und einfach Begeisterung bei den Käufern auslösen“, fasst Helge Piehl im Gespräch zusammen. Anderthalb Jahre gab es jetzt eine Mega-Baustelle in Lehre, da war man fast abgeschnitten von der Außenwelt. Auf der anderen Seite kamen auch Interessierte ins Geschäft, die über die Umleitung den Weg gefunden hatten und zufrieden mit ihrer Ware von dannen zogen. Mund-zu-Mund-Propaganda ist in so einem Fall die Folge und eben in der Branche auch eine ideale Form.

Neben dem Fachgeschäft von Familie Piehl gibt es noch zwei weitere Anbieter. Erst im Februar 2007 zog ein neuer Blumenladen dazu, der zweite ist eine Blumenscheune und vorrangig auf Märkten präsent. Aber weitere Anbieter schöpfen natürlich das Kaufpotenzial ab. Von Aldi,

Der Wettbewerb Triadem wird auch in diesem Jahr erneut ausgetragen. Bei dieser Brancheninitiative kooperieren das Blumenbüro Holland (BBH) mit der Centralen Marketing-Gesellschaft der Deutschen Agrarwirtschaft (CMA) sowie Haymarket mit gestalten & verkaufen. Die Messe Essen sponsert die Aktion und weitere Unterstützung kommt vom Fachverband Deutscher Floristen (FDF), der Fleurop sowie dem Bundesverband Einzelhandelsgärtner (BVE).

dem größten Schnittblumenverkäufer Deutschlands, und Edeka sowie den anderen Discontnern ganz zu schweigen.

2007 war wieder die Adventsausstellung ein Höhepunkt, an einem der Tage sogar mit Glühwein, Bratwurst und selbstgebackenen Waffeln. Ansonsten gibt es natürlich die saisonalen Dekorationen, wo im Frühjahr, Sommer, Herbst und Winter entsprechend reagiert wird, wo es zum Valentinstag, zu Ostern, zu den Trauerzeiten passende Angebote gibt, die auch fürs Auge inszeniert werden. Beispielsweise in den zweimal je anderthalb Metern Schaufenster, die die klassische Visitenkarte des Geschäftes ausmachen. Als Fleurop-Floristen sind die Piehls seit über 30 Jahren präsent. Dieser Service ist auch ein gutes Aushängeschild. Bei der Fleurop-Sterne-Florist-Aktion ist das Team ebenfalls dabei. „Und drei Sterne können wir auf jeden Fall für uns beanspruchen, vielleicht sogar vier oder fünf“, meint Helge Piehl. „Natürlich wird das dann Standard, den man jedes Mal wieder einhalten muss. Da gilt es oft, den inneren Schweinehund zu überwinden, Selbstkontrolle auszuüben, um Qualität zu liefern.“

Auf jeden Fall muss man sich immer wieder neue Dinge einfallen lassen, um die Kunden zu begeistern. Schwierig ist es, gute Leute zu finden, schätzt der Fachmann ein. Die Arbeitsagenturen wären da die völlig falschen Adressen. Und insgesamt fehlen einfach die gut ausgebildeten Fachkräfte. Ein echtes Dilemma. Stirbt der Beruf aus – kann man da fast provozierend fragen?! Und werden Blumen eines Tages zum Luxusartikel? Auch die Bestattungskultur hat sich arg gewandelt, weg von der Erd- und hin zur Urnen- oder anonymen Bestattung. Da sind dann auch nur kleinteilige florale Gaben gewünscht. Zum Glück übernehmen Aldi & Co. noch nicht die Grabpflege, da ist der echte Köhner gefordert.

Helge Piehl ist sich nicht ganz sicher, ob es die dritte oder vierte Beteiligung am Triadem-Wettbewerb war: „Aber eines ist klar, es war der richtige Weg, den wir damit gewählt haben. Denn so eine Aktion motiviert auch ganz stark. Wir haben jetzt einen Beleg dafür, dass wir

den rechten Kurs eingeschlagen haben.“ Er will mit seinem Team weiter dabei bleiben, die Nischen der Branche auszuloten: Qualität, Service, Freundlichkeit, Kundenbindung. Ansonsten ticken demnächst aber die Uhren ein wenig anders, denn der Stamhalter hatte sich zum 1. Februar 2008 angemeldet.

Andrea Gerecke
Fotos: Teuber/BBH



Auch Topfpflanzen haben ihren eigenen Platz im Regal. Farbe ist hier die Verbindung und schöne Gefäße werden gleich dazu angeboten



Für Balkon und Terrasse gibt es ein vielseitiges Sortiment, das sich wohl sortiert präsentiert