

Lampen verkaufen — mehr als ein Zusatzgeschäft

Der Faktor Licht wird oft außer acht gelassen. Es ist aber ein Irrtum zu glauben, Hydropflanzen würden noch gedeihen, wo Erdpflanzen nicht mehr wachsen. So ist *Ficus benjamina* in Hydro viel empfindlicher als in Erde. Er kann an ungünstigen Stellen innerhalb einer Woche sämtliche Blätter verlieren. Wahrscheinlich verstärkt ein hoher Wasserstand den Schaden noch. Im Dezember und Januar häufen sich Schäden an den Pflanzen durch Lichtmangel. Oft behauptet die Kundschaft, die Pflanzen stünden hell, direkt am Fenster. Doch Skepsis ist angebracht: Wie oft schon schluckte ein 4 m langer Vordach oder ein dicker Vorhang das meiste Licht!

Wer keine bösen Überraschungen erleben will, verkauft im Zweifelsfall gleich eine Kulturlampe mit. So hatte ein bekannter Frankfurter Florist drei Großgefäße in ein Büro geliefert, das jedes Wochenende die Räume dicht und dunkel machte. Die Pflanzen vertrugen das nicht. Er bestückte deshalb jedes Gefäß mit einer 160-Watt-Lampe, eine Schaltuhr sorgt jeden Tag für sechs Stunden Zusatzlicht — mit bestem Erfolg, die Pflanzen gedeihen jetzt ausgezeichnet.

Blühende Pflanzen haben zur Blütenbildung und -entwicklung einen Mindestlichtbedarf. An dunklen Stellen verfehlen sie ihre Aufgabe, sie kommen dort nicht mehr zur Blüte. Bei allen Pflanzungen heißt es also, Kompromisse zu schließen zwischen dem, was man floristisch und künstlerisch vor Augen hat, und dem, was die Pflanzen an ihrem künftigen Standort zu leisten vermögen. Man muß sich vorstellen, wie das Pflanzgefäß wohl nach einem Jahr aussehen wird. Das fällt denen schwer, die noch wenig Erfahrungen mit Hydro gesammelt haben. Sie sind von Pflanzungen in Erde nicht gewohnt, auf diese Zusammenhänge Rücksicht zu nehmen und sehen nur die Schale, wie sie sich im Augenblick darbietet.

Beim Pflanzenschutz machen im Wohnbereich vor allem Rote Spinne und Läuse zu schaffen. Für den Privatgebrauch empfiehlt ein Kollege die „Parexan“-Spraydose oder Pflanzenschutzstäbchen, die nach seiner Erfahrung um die Hälfte stärker angewendet werden sollten, als für Erdpflanzen angegeben ist.

Umfangreiches Angebot nötig

Wer sich neu mit der Hydrokultur beschäftigt, stößt auf eine wirre Vielfalt von Gefäßarten und -systemen. Für den Anfänger ist das eine unübersichtliche Situation. Er muß sich unbedingt mit seinem voraussichtlichen Pflanzlieferanten abstimmen. Wenn die Systeme von Kulturtopf und Pflanzgefäß nicht übereinstimmen, kommt man leicht in Versuchung, die vorkultivierten Pflanzen aus ihrem Kulturtopf herauszureißen. Dadurch werden die Wurzeln gestört und das Risiko wird erhöht. Ein Austopfen aus dem Kulturtopf sollte man vermeiden. Für den Verkauf im Blumeneinzelhan-

Hydro im Endverkauf — eine Sache für Könner

Tips für Anfänger und Fortgeschrittene im Hydropflanzen-Verkauf

In Berichten über die Hydrokultur wird oft der Eindruck erweckt, als sei hier das problemlose Nonplusultra gefunden und als könne mit Hydropflanzen nichts schiefgehen. Auch das Werbeprospekt der CMA stößt in diese Kerbe und behauptet: „Zuviel gegossen? Ausgeschlossen!“ Das erweckt bei den Verbrauchern leicht den Eindruck, als seien Hydropflanzen fast so haltbar wie Trockenblumen. Wenn die Pflanzen nicht so gedeihen, wie sie es sich auf Grund der Werbung vorgestellt haben, sind sie dann bitter enttäuscht. Den Ärger haben Einzelhändler und Gärtner zu tragen. Sie müssen in mühsamer und geduldiger Beratung über die Probleme der Hydrokultur aufklären, denn die Pflanzen reagieren empfindlich auf unsachgemäße Behandlung,

und übertriebene Haltbarkeitserwartungen machen dann oft zu schaffen. Das „Zuviel gegossen? Ausgeschlossen!“ trifft ganz besonders bei den Tischgefäßen nicht zu. Sie sind niedriger als Großgefäße. Es kommt leicht zu Sauerstoffmangel an den Wurzeln und zu den gleichen Erscheinungen wie bei einer vergossenen Pflanze in Erde, wenn der Wasserstand zu hoch gehalten wird. Deshalb: Nie zuviel Wasser in die Gefäße füllen, lieber nur bis zur mittleren Schwimmerhöhe, und unbedingt den Wasserstand absinken lassen! Zu hoher Wasserstand ist die Hauptursache für Mißerfolge in Privathaushalten. Der Wasserstand sollte alle vier Wochen ganz absinken. Darauf sind die Kunden unbedingt hinzuweisen.

del werden in Zukunft vor allem Tischgefäße eine Rolle innerhalb des Hydromarkts spielen. Nach den absoluten Umsatzzahlen ist das Marktvolumen zwar nicht atemberaubend, jedoch kann Hydrokultur ein umsatz- und gewinnbringender Zusatzartikel sein. Immerhin gibt es schon einige gut gehende Spezialgeschäfte. Für den Geschäftserfolg ganz wesentlich ist dabei ein großes Angebot. Es hat keinen Zweck, zwei oder drei Pflänzchen in das Geschäft zu stellen; die Kunden erwarten schon ein Angebot von 20 bis 50 Pflanzen. Diese sollten optimal platziert und belichtet sein. Experten sprechen von 2000 Lux! Die nötige Beleuchtung bietet übrigens eine wunderbare Gelegenheit, geeignete Lampen für den Wohnbereich zu demonstrieren. Auch hier lassen sich gute Zusatzgeschäfte tätigen.

Leider kommt es bei der Temperatur in vielen Läden zu einem ausgesprochenen Engpaß. Hydropflanzen sind meist Warmhauspflanzen. Sie dürfen weder im Laden noch beim Kunden zu kalt stehen. Wer sie zusammen mit Schnittblumen aufstellt, vielleicht sogar auf kaltem Steinfußboden, erhält unweigerlich kranke Pflanzen. Wer Hydro führt, muß auch die klimatischen Voraussetzungen dafür schaffen. Eine Bodenheizung ist von Vorteil.

Gute Beratung das A und O

Natürlich muß der Verkäufer persönlich von seiner Sache überzeugt sein. Er hat die Zusammenhänge und Feinheiten der Hydrokultur und -pflege zu kennen. Neben der persönlichen Erfahrung, die durch nichts aufzuwiegen ist, hilft die vorhandene Literatur. Die Kunden müssen zumindest das erste Mal intensiv beraten werden. Das nimmt Zeit in Anspruch, ganz gleich, ob es zu einem Auftrag von 15 oder von 300 DM kommt. Doch gerade mit der Beratung kann der Fachhandel seine Stärke ausspielen.

Werbung fördert den Verkauf; das ist klar. Sehr gute Erfahrungen liegen vor mit Ausstellungen in Banken, Präsentationsräumen von Automobilfirmen, Stadthallen oder Kurhäusern. Solche Schauaktionen kommen in die Tagespresse und werben nicht nur für die Hydrokultur. Sie festigen auch den Ruf des eigenen Unternehmens und pflegen das Firmenansehen.

Wer Hydrokultur in seinem Verkaufsprogramm führt, für den kann das ein lohnendes (Zusatz-)Geschäft sein.

Aber wer sich dazu entschließt, muß es richtig tun und alle Voraussetzungen für einen erfolgreichen Verkauf schaffen. Eine halbherzig durchgeführte Sache wird sich nicht bewähren.

H. A. Rotter, Wiesbaden-Erbenheim