

November · Dezember | www.florieren-online.de

florieren!

INSPIRATION & MARKETING
für den grünen Fachhandel

11|12·2024



ulmer

florieren!

Fokus: Geschäftskonzepte

- 40 Unverblümt: Floristik mit natürlichem Charme
- 46 Garten, Flair & Bindekunst Zwanzger: Immer in Bewegung
- 52 Storchennest: Viel Lob von den Kunden
- 56 Urwüchsig: Im Einklang mit der Natur
- 62 Floristen und ihre Werkstatt
- 68 Floristen auf dem Wochenmarkt
- 72 The Botanical Room: Zimmerpflanzen & handmade Design
- 76 Kiefl Urban Gardeners: Pflanzenverkauf – urban und digital
- 79 Unser Fazit



Foto: Edith Strupf

46

56



Foto: Nadine Quist

ab Seite 39 Geschäftskonzepte

... vom klassischen Blumengeschäft und der Einzelhandels-gärtnerei über Modelle ohne Laden bis zum Testlauf für die Zukunft.



76

Foto: Rid Stiftung/Jan Schmiedel

Forum

- 6 WorldSkills 2024
- 7 Azubi-Veranstaltungen
- 8 Namen und Nachrichten
- 9 Kurz & bündig

Floristik

- 10 Serie: #florierenchallenge
- 12 Die Schönheit der Zwischentöne
- 18 Lichtermeer im Advent
- 23 Advent bei Nicole Steinmacher
- 24 Tischdekorationen: Privat mit Gästen
- 28 DMF 2024: Die beste Floristik des Landes
- 37 Junge Talente Azubi-Cup in Berlin



Fotos: Sophia Noelle

24



KIEFL URBAN GARDENERS IN MÜNCHEN

Pflanzenverkauf – urban & digital

Wie erreichen wir die jungen urbanen Kunden in der Stadt? Und wie können innovative Technologien den Verkaufsprozess unterstützen? Mit diesen Fragestellungen im Kopf betrieben Jakob und Valentin Kiefl, die fünfte Generation der Gärtnerei Kiefl aus Buchendorf, eine kleine Ladenfläche im Münchner Rathaus. Sie waren damit Teil des „Future Retail Stores“ der bayerischen Rid Stiftung.

Text: Grit Landwehr Fotos: Rid Stiftung/Jan Schmiedel

Die Eltern von Jakob und Valentin Kiefl betreiben das Gartencenter Kiefl am südlichen Stadtrand von München. „Unser Fokus liegt auf dem Erlebnis-Einkauf, zum Gartencenter gehören auch eine Gastronomie, eine Manufaktur und eine Feinkostscheune“, erklärt Jakob Kiefl. Zudem bieten die Kiefls zahlreiche Dienstleistungen wie Grabpflege und Floristik – sowohl Wolfgang als auch Carola Kiefl sind ausgebildete Gärtner- und Floristmeister.

„Wir haben uns immer gefragt, wie wir die junge Generation erreichen. Wenn man an die Münchner Stadtgrenze kommt, ist relativ schnell Schluss mit unserem Kunden-Klientel“, so Jakob Kiefl weiter. Natürlich hätte man viel Geld für Marketing ausgeben können, aber die Brüder wollten lieber einen anderen Weg ausprobieren – einen Ableger des Gartencenters in der Stadt eröffnen. „Der Gedanke war, mit unserem Sortiment zu unseren Kunden zu gehen. Wir sind an unserem Standort in Buchenbach mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr schwer zu erreichen und immer weniger Stadtbewohner haben ein Auto. Also

müssen wir die Pflanzen in die Stadt bringen“, ist Jakob Kiefl überzeugt.

Die Möglichkeit, die Idee in der Realität zu testen, bekamen die Brüder dann mit ihrem Gewinn des Wettbewerbs der bayerischen Rid Stiftung. Mit ihrem Konzept haben sie sich unter mehr als 40 Bewerbern für den „Future Retail Store“ durchgesetzt, ein Förderprojekt der Stiftung in Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut. Mit dem „Future Retail Store“ stellt die Rid Stiftung bayerischen Einzelhändlern Ladenflächen für das Erproben neuer Geschäftsmodelle und Technologien zur Verfügung.

Ihr Konzept „Urban Gardeners“ verbindet die Idee eines innerstädtischen Pflanzenshops, der auf die Bedürfnisse und Herausforderungen urbaner Lebensräume zugeschnitten ist, mit innovativen Technologien wie einem KI-Chatbot, 3-D-Drucker, einer Co-Creation-Fläche und vielem mehr. Denn Jakob und Valentin Kiefl sind überzeugt: Künstliche Intelligenz kann ein Schlüssel in der Kundenberatung der Zukunft sein.

Der Future Retail Store ist kein Showroom oder Labor, sondern wurde als realer Laden mit realen Kundinnen und Kunden umgesetzt. Dafür stellte die Stadt München eine Einzelhandelsfläche im Münchner Rathaus zur Verfügung. „Wir konnten unseren Store am 15. März an einem der meistfrequentierten Plätze Deutschlands – am Münchner Marienplatz, direkt neben dem Rathaus – eröffnen. Unser Nachbar war quasi der Bürgermeister von München“, erklärt Valentin. Die 800 m² große Fläche konnten die beiden Unternehmer für einen reduzierten Mietpreis über sechs Monate nutzen.

Pflanzenberatung mittels KI-Terminal

Im Mittelpunkt des Konzeptes steht der Plantfinder – ein KI-Terminal, an dem die Pflanzenberatung stattfindet. „Unser Hauptsortiment sind Pflanzen, die im Verkauf sehr beratungsintensiv sind, vor allem in der jüngeren Generation, die einfach wenig Pflanzenwissen hat“, erklärt Jakob Kiefl. Und für die richtige Beratung braucht es Fachpersonal, das immer schwerer zu bekommen ist. Viele einfache Fragen, beispielsweise nach dem richtigen Standort oder der Pflege der Pflanze, kann der Plantfinder beantworten, sodass sich die Fachkräfte den komplizierteren Kundenfragen widmen können.

Kunden können an diesem Terminal ihre Wünsche eingeben und die Standortbedingungen spezifizieren, für die sie eine Pflanze suchen, und erhalten dann eine Auswahl an geeigneten Arten. Die dahinter liegende Software nutzt künstliche Intelligenz und wurde von Valentin Kiefl programmiert. An das System angebunden ist ein Online-shop, der langfristig das komplette Gartencentersortiment verfügbar machen soll.

Denn für den Stadtshop mussten die beiden das Gartencentersortiment stark anpassen. „Unser



Gartencenter außerhalb der Stadt hat 8.000 m², im Rathaus standen uns 800 zur Verfügung. Deswegen haben wir uns auf ein Innenstadt-Sortiment reduziert, also ganz viele Grünpflanzen, Schnittblumen und Pflanzzubehör mit einem Schwerpunkt auf Pflanzen und Sortimente für drinnen“, erklärt Jakob Kiefl. Dabei haben die beiden versucht, sich vom Pflanzenangebot in ihrem Umfeld abzuheben – statt Horn-Veilchen, die der Kunde auch auf dem Viktualienmarkt oder beim Blumenstand um die Ecke kaufen kann, boten die beiden beispielsweise Hochstämmchen und Pflanzen in größeren Töpfen – im 12er- oder 14er-Topf.

Städter wollen üppig blühende Pflanzen

Für den Pflanzeneinkauf nutzen die beiden Unternehmer die Kontakte und die Infrastruktur des Stammhauses in Buchenbach. Aber auch hier haben sie sich den Wünschen der Kunden angepasst. Während im Stammhaus Saisonalität eine wichtige Rolle spielt und eher knospige Ware gekauft wird, muss es in der Stadt üppig blühen. „Hier muss

1 Jakob (l.) und Valentin Kiefl sind in der Geschäftsführung des elterlichen Gartencenters Kiefl in Buchendorf tätig. Jakob Kiefl hat nach vier Semestern Gartenbau zum berufsbegleitenden Studium Entrepreneurship und Innovationsmanagement gewechselt. Valentin Kiefl hat BWL und Multimedia-Management studiert. Schon länger denken die beiden über das Thema Künstliche Intelligenz in der Pflanzenberatung nach. Im Future Retail Store der Rid Stiftung konnten sie diese Idee ausprobieren.

2 Zentraler geht's nicht: Der Future Retail Store befand sich am meistfrequentierten Platz in der Münchner Innenstadt.

3 Herzstück des Future Retail Stores ist der Chatbot „Plantfinder“, der von Valentin Kiefl programmiert wurde. Das Beratungstool führt Kunden zur gewünschten Pflanze. Die Benutzerfreundlichkeit des Chatbots wurde während der sechs Monate laufend analysiert und angepasst.



4



5



6

4 Der Sortimentsfokus lag vor allem auf Zimmerpflanzen, während der sechs Monate erhöhte sich der Anteil an Saisonpflanzen Schritt für Schritt.

5 Ob Erklärvideo für den Plantfinder oder Instagram Reel: Transparente Kommunikation gehörte zum Selbstverständnis der Urban Gardeners. Die Beiträge von Liana Hartmann kamen bei der Community gut an. Auch die Suche nach Mitarbeitern lief über Social Media überaus erfolgreich. „Weil wir so transparent kommunizieren, hatten wir überhaupt keine Probleme, Personal für den Laden zu finden“, erinnert sich Valentin Kiefl.

6 Auch der 3-D-Druck inspirierte die Kiefls, neue Wege auszuloten. So konnten Kunden im Future Retail Store passende Übertöpfe und Vasen für ihre Pflanzen ordern.

die Ware möglichst fertig sein. Unsere Pick-&-Joy-Tomaten gingen weg wie warme Semmeln. Trotz Wintereinbruch Mitte April“, erzählt Jakob Kiefl.

Obwohl das Konzept eigentlich für eine junge Käuferschicht angelegt war, kam es zur Überraschung der beiden bei Kunden aller Altersschichten und Einkommensklassen an. Was sicher auch der sehr zentralen Lage geschuldet war. „Überrascht hat uns auch, dass den Kunden wirklich das Wissen an der Pflanze komplett verloren gegangen ist. Wir sind davon ausgegangen, dass das eigentlich nur jüngere Kundinnen und Kunden betrifft, wir beobachten das aber eigentlich bei allen Altersschichten“, erklärt Jakob Kiefl.

Plantfinder unterstützt die Mitarbeiter bei der Beratung

Die Idee, den Plantfinder als unterstützendes Tool bei der Beratung zu nutzen, ist aufgegangen. Allerdings sind die wenigsten Kunden von selbst an das Terminal gegangen, um sich bei der Pflanzenauswahl unterstützen zu lassen. Meist war ein Urban-Gardeners-Mitarbeiter dabei. Die allermeisten Mit-

arbeitenden waren Quereinsteiger, hatten also keinerlei gärtnerische Vorbildung. Durch die Unterstützung des Plantfinders spielte das aber keine Rolle. „Wir hatten nur Studierende, viele Teilzeitkräfte, die Pflanzen zwar schön finden, aber sich damit überhaupt nicht auskennen. Aber mit dem Plantfinder konnten sie eine gute Beratung machen“, erklärt Valentin Kiefl.

Gute Erfahrungen mit Quereinsteigern

„Alle Mitarbeitenden waren super motiviert, hatten Lust auf das Projekt, Lust etwas auszuprobieren. Das war uns bei der Auswahl des Personals wichtiger als die Fachkenntnisse“, fügt Jakob Kiefl hinzu. „Wir haben erkannt, dass wir für die Beratung nicht zwingend Fachleute brauchen, aber für die Pflanzenpflege auf der Verkaufsfläche, das hatten wir zu Beginn gar nicht bedacht.“ Auch das Feedback der Kunden war ausgesprochen positiv. Die Kunden waren begeistert, weil es für sie eine wahnsinnige Erleichterung ist, so beim Kaufprozess unterstützt zu werden. „Und wir sind sehr, sehr begeistert, dass die Kunden es so gut angenommen haben. Für uns im Gartencenter ist das ein riesiger Schritt nach vorne“, erklärt Valentin Kiefl.

Der Plantfinder wird jetzt auf der Verkaufsfläche im Gartencenter vor den Toren Münchens installiert. Zudem finden die Kunden ihn auf der Website urban-gardeners.de. Dort können sie ihre Wunschpflanze online bestellen und nach Hause liefern lassen. Im Laden wird er zudem auf iPads der Beraterinnen und Berater bedient. In Zukunft soll er auch auf Smartphones laufen. Damit ihn die Community zur Hand hat, immer dann, wenn die Pflanze schwächelt oder ein Schädling droht.

Zudem sind die beiden auf der Suche nach einer Verkaufsfläche in der Münchner Innenstadt, um die Türen der „Urban Gardeners“ wieder öffnen zu können – bei den Münchner Mietpreisen sicher kein leichtes Unterfangen. „Neben dem Plantfinder-Experiment hatten wir in den sechs Monaten viele weitere Learnings. Wir wissen jetzt beispielsweise genau, wie viel Ladenfläche wir brauchen und wie groß unser Team tatsächlich sein muss“, erklärt Jakob Kiefl. *