

florieren!

INSPIRATION & MARKETING für den grünen Fachhandel

08

August

2013



Inszenierungen als Visitenkarte

GESCHÄFT AUF ZEIT ZUM 10. MAL IN AMSTERDAM

Seit November 2008 laden Florian Seyd und Ueli Signer ihre Kunden und das interessierte Publikum zu ihrem Shop-for-a-Week in Amsterdam ein, zweimal im Jahr. Eine Woche lang werden dann in wechselnden Räumlichkeiten ungewöhnliche Gefäße und Objekte sowie Blumen und Pflanzen präsentiert. Zwar steht der Verkauf im Vordergrund, doch gleichzeitig ist die Inszenierung eine Visitenkarte für den Gestaltungsstil der Floristen.

Text und Fotos: Edith Strupf

Floristen, die häufig Dekorationen gestalten und andere Dienstleistungen übernehmen, sind viel unterwegs. Darunter leidet mitunter das Geschäft selbst. Ein eigenes Blumengeschäft kam für Florian Seyd und Ueli Signer deshalb nicht infrage. Sie wollten sich lieber auf ihre freiberuflichen Tätigkeiten konzentrieren. Komplette auf ein Geschäft verzichten wollten sie aber auch nicht. Zumal sie gerne schöne Dinge sammeln, wenn sie weltweit unterwegs sind. Sie wollen ihren Kunden zeigen, wie sich Gefäße und Objekte ungewohnt arrangieren lassen, am besten zusammen mit besonderen Blumen und Pflanzen. Sie wollen zeigen, was ihnen gefällt, wenn sie nicht im Auftrag eines Kunden unterwegs sind. Und so entstand die Idee zu Shop-for-a-Week. Das Geschäft auf Zeit ist eine Woche lang (inklusive zwei Wochenenden) geöffnet, zweimal im Jahr, immer im Mai und im November. Die Kunden finden den Shop spannend und erzählen Bekannten davon und auch die Presse greift die Termine auf. „Über den Shop sind viele neue Kontakte und Aufträge entstanden“, berichtet Florian Seyd.

Während bei den Dekorationen, die Florian Seyd und Ueli Signer das Jahr über

gestalten, Blumen und Pflanzen im Vordergrund stehen, geht es bei den Shops vor allem um Gefäße und Objekte. Mit der Warenpräsentation im Shop empfehlen sich die Floristmeister gleichzeitig in Sachen Dekoration und schöner Wohnen. Zudem werden die Möbeldentwürfe von Ueli Signer, die von einem Schmied reali-



siert werden, bei den Ausstellungen gezeigt – Tische, Regale und Pflanzenhäuser für die Wohnung. Wenn ein Geschäft nur zeitweise geöffnet hat, ist es sicher leichter, ein perfektes und einheitliches Bild zu erzeugen als im Alltag eines normalen Blumengeschäfts. Doch die Wirkung auf die Kunden sollte nicht unterschätzt werden. Von einem Strauß kann der Kunde nicht unmittelbar ableiten, dass auch Dekorationen professionell ausgeführt werden – gestalterische Fähigkeiten in der Warenpräsentation zeigen ungleich wirkungsvoller, ob ein Florist in größeren Dimensionen dekorieren und dabei Prioritäten setzen kann. ■

Im Mai luden Florian Seyd und Ueli Signer ihre Kunden und das Publikum zum 10. Shop-for-a-Week unter dem Motto „Celebration“ ein. Das Geschäft wird in wechselnden Räumen eröffnet. Das erhöht den Reiz, aber auch den Aufwand für die Bekanntmachung.

Die Kombination aus Blumen, Pflanzen, Gefäßen und Objekten lädt zum Verweilen und zum näheren Betrachten ein – im „Geschäft“ und im Innenhof. Die Verkaufsausstellung bietet Gelegenheit, die Möbel aus Eisen von Ueli Signer, darunter „Pflanzenhäuser“, zu zeigen.





Heute ist es verbreitet, dass eine Firma ganz unterschiedliche Bereiche bedient, sodass alles kombiniert werden kann. Florian Seyd und Ueli Signer zeigen, dass es auch anders geht. Sie arrangieren Gegenstände ganz unterschiedlicher Herkunft zu einer individuellen Mischung. Beim Shop-for-a-Week wurden auch Kunstobjekte von Klaus Dupont aus Berlin integriert.

Blumen und Pflanzen bereichern und beleben das Angebot an Gefäßen und Objekten. Blumen werden bevorzugt großzügig arrangiert.

! INFORMATION

Über den ersten Shop-for-a-Week berichteten wir in „florieren!“ Nr. 2/2009. Sie können den Beitrag nachlesen unter www.florieren-online.de. Webcode flo3954184.