

# Keine Abstriche beim Handwerk

SO MACHT'S DER NACHBAR ... IN BAD NAUHEIM

„Wir haben den Eindruck, dass die Kunden Handwerk und Individualität wieder mehr schätzen“, stellt Norbert Brodda fest. Seit neun Jahren führt er das Geschäft „Floral Manufaktur“ in Bad Nauheim. Zum Konzept gehört gutes Handwerk, eine natürliche Floristik und der Versuch, alle Wünsche der Kunden zu erfüllen.

Text und Fotos: Edith Strupf

Norbert Brodda ist Mitglied der Prüfungskommission bei der Meisterschule Grünberg und war 2010 bei der Goldenen Rose in Bad Nauheim in der technischen Jury. Darauf angesprochen, sagt er: „Ich kann es schon leiden, wenn Technik funktioniert.“ Das hängt vermutlich ein Stück weit mit seiner Vergangenheit zusammen: Norbert Brodda ist gelernter Industriemechaniker, wollte ursprünglich Maschinenbau studieren, entschied sich dann aber mit 23 Jahren, Florist zu werden. „Ich habe schon als Schüler in einer Gärtnerei gejobbt und wollte nicht in einer Fabrik enden.“



## Die Kunden erkennen den Unterschied

Ursprünglich kommt Norbert Brodda aus dem Schwarzwald, doch nach der Meisterschule in Grünberg ist er in Hessen geblieben. Die Entscheidung für Bad Nauheim, „eine schöne Stadt mit einer guten Kaufkraft“, ist bewusst gefallen. Viele Einwohner ziehen in die Kurstadt, um sich zur Ruhe zu setzen, andere arbeiten in Frankfurt, wohnen aber lieber etwas beschaulicher in Pendelentfernung. Zudem profitiert die grüne Branche von den Kurhäusern: Einerseits bestellen sie Blumen für ihre Räumlichkeiten, andererseits verschicken Angehörige Blumen an die Patienten. Die Reformen im Gesundheitswesen haben zwar ihre Spuren hinterlassen, doch die Kliniken haben sich, zumindest zum Teil, neu orientiert.

Das Geschäft von Norbert Brodda heißt Floral Manufaktur. Der Namen passt sehr gut in unsere Zeit, in der die Kunden Handwerk wieder mehr zu schätzen wissen, und doch würde der Floristmeister heute einen anderen, einprägsameren Namen wählen. Das Konzept dahinter, handwerklich gute und individuelle Floristik, aber hat sich bewährt. Norbert Brodda macht keine Abstriche beim Handwerk und ist überzeugt: „Wenn die Stiele spiralig angelegt sind und ein Strauß nicht auseinander fällt, erkennen die Kunden den Unterschied. Sie spüren die Wertigkeit

und den professionellen Umgang mit den Werkstoffen.“ Für ihn ist gutes Handwerk keine Frage des Zeitaufwands. „Wer Übung hat, spart Zeit. Das merkt man an Samstagen, wenn der Laden voll ist. Dann arbeiten wir schneller, aber die Sträuße werden deshalb nicht schlampiger. Die Gefahr, dass man zu lange an einem einzigen Werkstück hängen bleibt, besteht eher, wenn wenig los ist.“

Der Standort ist in Ordnung, zumal der Friedhof in der Nähe ist, aber Norbert Brodda würde an dieser Stelle kein Blumengeschäft eröffnen, wenn das nicht Tradition hätte. Nach der Übernahme vor neun Jahren hat er den Stil des Geschäfts verändert. Damit hat sich zwar auch die Kundenstruktur gewandelt, aber trotzdem war der vorhandene Kundenstamm eine Hilfe. „Bei einem Neustart wäre eine so positive Entwicklung, wie wir sie haben, schwierig gewesen. Bis man bekannt ist, dauert es schon zwei Jahre. Das ist eine Durststrecke.“ Neben dem Chef arbeiten drei Floristinnen, ein Florist und eine Bürohilfe in der Floral Manufaktur. Norbert Broddas Frau ist ebenfalls Floristmeisterin, arbeitet aber nicht im Betrieb, sondern in der Ausbildung.

Das Geschäft ist breit aufgestellt. Raumbegrünung gehört nicht zu den Spezialgebieten, aber sonst sind alle Dienstleistungen im Programm. „Wir liefern viel Trauer-



Norbert Brodda hat das Geschäft vor neun Jahren übernommen. Für den Verkauf stehen 170 m<sup>2</sup> zur Verfügung, der Arbeitsraum ist etwa 60 m<sup>2</sup> groß. 1950 wurde der Betrieb als Gärtnerei gegründet, seit vielen Jahren ist er verpachtet, produziert wird schon lange nicht mehr.

Fertige Werkstücke sind Pflicht, doch Serienfertigung lehnt Norbert Brodda ab: „In einem Geschäft in unserer Größe sollten alle Sträuße individuell sein. Damit will ich mich von der Konkurrenz abheben.“ Die Floristen haben Freiräume in der Gestaltung, aber Norbert Brodda gibt die Linie vor, sodass ein Stil – natürlich und blumig – erkennbar ist.





Die unverarbeiteten Schnittblumen werden auf grauen Podesten präsentiert. Viele Kunden haben es eilig und greifen nach Fertigsträußen, doch ein Teil der Kunden will die Blumen auswählen und zuschauen, wie „ihr“ Strauß entsteht. Im Sommer werden Freilandrosen aus der Region im Bund angeboten, im Frühling Tulpen. In anderen Jahreszeiten wird Bundware weniger gut angenommen.

Norbert Brodda würde den Bereich Wohnambiente gerne ausbauen, aber im feuchten Klima der ehemaligen Gewächshäuser ist das nicht möglich.



floristik, haben viele Hochzeiten und jedes Jahr werden es mehr, und auch das Geschäft mit Restaurants entwickelt sich gut“, berichtet Norbert Brodda. Anfragen, die die Gartenpflege oder -gestaltung betreffen, werden abgelehnt. „Das kann ich nicht, ich bin kein Gärtner.“

Den Großteil der Blumen bestellt Norbert Brodda im Internet. Geliefert wird über Nacht. Dass er trotzdem etwa dreimal in der Woche auf dem Großmarkt oder beim Großhandel einkauft, ist der Philosophie geschuldet, Kundenwünsche auch kurzfristig zu erfüllen. „Wir versuchen, alles für die Kunden möglich zu machen.“

## Austausch mit Kollegen führt zu Veränderungen

Norbert Brodda kennt seine betriebswirtschaftlichen Zahlen und ist Mitglied einer Erfahrungsaustauschgruppe. Die Themen der Treffen spielt er auch für sein eigenes Geschäft durch. Als Folge hat er zum Beispiel die Kalkulation verändert. „Wir haben immer gedacht, wir können die Preise nicht erhöhen, aber aufgrund der Erfahrungen von Kollegen haben wir es ausprobiert und festgestellt: Auch wenn wir vernünftig kalkulieren, verkaufen wir Blumen.“ Außerdem wurde das Preisgruppenmodell übernommen. „Ich war skeptisch, aber die Kunden mögen es einfach und übersichtlich. Sie haben Schwierigkeiten, den Unterschied zwischen Sträußen für 12,70, 13,50 und 13,90 € zu erkennen. Bei Preisgruppen dagegen weiß jeder, was er erwarten kann.“

Aus Zeitmangel aber wird manche Idee verzögert oder gar nicht umgesetzt. „Werbung ist so ein leidiges Thema“, räumt Norbert Brodda ein. „Seit zwei Jahren haben wir gelabelte Rosen und wollen eine Veranstaltung dazu organisieren, aber wir schaffen es einfach nicht.“ Er ist sich aber bewusst, dass Werbung und Aktionen wichtig sind und wohl noch wichtiger werden. Zeitlich aber ist keine Entlastung in Sicht, denn Norbert Brodda engagiert sich nicht nur im Fachverband Deutscher Floristen, sondern auch im Gewerbeverein. „Den Zeitaufwand habe ich unterschätzt.“ Er sieht das Treffen mit den Kollegen aus anderen Branchen dennoch positiv. Gemeinsam wollen sie in Bad Nauheim etwas bewegen und die Zukunft gestalten. ■