

+Finance

Das Magazin fürs bessere Geschäft

PostFinance
Besser begleitet.



Annemarie Dietrich ist für das Backoffice des Blumenmarktes zuständig und entwickelt das Geschäft sorgfältig weiter.

03.03.2016

Blume des Seelands

In aller Ruhe hat die Familie Dietrich in Gampelen aus einem einfachen Bauernbetrieb mit Blumenselbstpflückfeld ein Shoppingcenter im Gartenhaus-Stil gemacht. Sie hat nun grosse Pläne mit ihrem Blumenmarkt Dietrich. PostFinance unterstützt sie im Zahlungsverkehr.

Artikel teilen:



«Blumen sind das Lächeln der Erde.» Das Zitat des Philosophen und Dichters Ralph Waldo Emerson gefällt Annemarie Dietrich sehr. Es steht auf der Facebookseite ihres Blumenmarkts und trifft auch auf ihr Unternehmen zu. Im Blumenmarkt Dietrich im 800-Seelen-Dorf Gampelen wird viel gelächelt. Das liegt auch an den sonnendurchfluteten Verkaufsräumen, am Personal und an der Geschäftsphilosophie der Familie Dietrich, deren Blumenmarkt seit Langem mit PostFinance an der Seite wächst. Mit den Zahlungsverkehrsdienstleistungen und mit dem Paymentsservice im neuen Onlineshop.

Die zarten Anfänge

«Alles ist eher zufällig entstanden», sagt Annemarie Dietrich. Sie sitzt im kleinen Bistro, mitten im Warmhaus, und erinnert sich an die Anfänge. 1990 übernahmen sie und ihr Mann Peter den elterlichen Landwirtschaftsbetrieb. Sie mit einer kaufmännischen Ausbildung im Sack, er als Agroingenieur. Was tun mit dem Hof? Zuerst das Vieh verkaufen. Dann den Betrieb auf Gemüseanbau umstellen. Und schliesslich ein Selbstpflückfeld mit Blumen einrichten. Das funktionierte so gut, dass das Ehepaar bald ein erstes Gewächshaus baute.



Fachfrau Sonja Wespi erklärt, wie man den Einstieg in die Gartenarbeit auf dem eigenen Balkon leicht schafft.

→ Mehr

Neue Kundengruppen ansprechen

Heute umfasst der Blumenmarkt Dietrich drei Gewächshäuser – eines gerade erst gebaut und eröffnet – mit einer Verkaufsfläche von mehr als 20'000 Quadratmetern, zudem ein Gartenoutlet mit preiswerten Artikeln und speziellen Aktionen. Ihre treuen Lieferanten erhalten bei Dietrichs eine Bühne im Glashaus. Ihr Sohn Matthias betreut die Facebookseite und den neuen Onlineshop mit 4000 Produkten. 40 Mitarbeitende sind für das Unternehmen tätig. Im Neubau werden exklusivere und beratungsintensivere Produkte wie Bewässerungssysteme, Gartenhäuser, Grills und Lifestyle-Artikel verkauft. Wie war dieser Erfolg möglich? Sie lehnt sich zurück. Das Bistro liegt inmitten von Dekorationsartikeln, Zimmerpflanzen, Pastageschenken und mehr Wohlfühlobjekten. Keine typische Blumenmarkt-Atmosphäre. «Es ist vielleicht gerade deshalb möglich gewesen», sagt sie, «weil wir als Branchenfremde offener an alles herangegangen sind. Schritt für Schritt.»

Exakter und schneller Zahlungsverkehr

Der Pragmatismus und die Bodenständigkeit des Ehepaars äussern sich auch in nachhaltigen Lieferanten- und Geschäftsbeziehungen. Es sei äusserst wichtig, sagt Annemarie Dietrich, Lieferanten sicher und pünktlich zu bezahlen. «Die Zahlungslösungen von PostFinance haben mich nie im Stich gelassen», sagt sie und lobt die exakte und schnelle Verarbeitung, die Qualität der Tools. Immerhin sind es 50 bis 150 Transaktionen wöchentlich, die sie in einem EZAG-File zusammenfasst und per E-Finance übermittelt. Auch Auslandszahlungen sind enthalten; Währungsrisiken fürchtet Annemarie Dietrich nicht, da sie auch ein Eurokonto führt. Die Löhne ihrer Mitarbeitenden markiert sie speziell, sodass diese Zahlungen prioritär und zeitgleich mit Bankenzahlungen auf den Empfängerkonten eintreffen. Für Rechnungen verwendet sie den Einzahlungsschein mit Referenznummer (ESR), wobei die meisten Kunden im Laden mit Debit- oder Kreditkarte bezahlen. Mit Bargeld zahlen nur 20% der Kunden. Manchmal verlangen sie auch eine Rechnung. Darauf geht sie meistens ein, fürchtet das Inkassorisiko nicht. «Ich will keine Mauer zwischen uns und den Kunden aufbauen.» Aufgrund der guten Erfahrungen im Offlinegeschäft ging sie auf den Vorschlag ihres Kundenberaters sofort ein, den neuen Onlineshop mit der Payment-Lösung von PostFinance auszustatten. Mit einem klassischen Mix aus Kreditkarten und der PostFinance-Karte. Nicht aber der Rechnung. Vielleicht komme sie noch. Vielleicht mit PayPal. Und vielleicht auch TWINT: Auf die Mobile-Payment-Lösung der PostFinance-Tochter TWINT hat sie der Kundenberater aufmerksam gemacht. Diese lässt sich sowohl im Blumenmarkt an der Kasse als auch im Onlineshop installieren. Annemarie Dietrich will aber langsam vorangehen, bedächtig wie eine Rosenzüchterin. «Wir sammeln mit dem Shop erst unsere Erfahrungen», sagt sie. Wachstum braucht Zeit. Ertrag auch.

Ausstrahlung auf die ganze Schweiz

«Es läuft gut», sagt Annemarie Dietrich. Trotz der harten Konkurrenz durch Grossmärkte. Ihr Mann Peter stösst dazu, setzt sich kurz an den Tisch. Er ist für den Betrieb an der Verkaufs- und Logistikfront zuständig. Ebenso für den Landwirtschaftsbetrieb. Dieser wird allerdings nur extensiv genutzt. Zu mehr fehlt die Zeit. So warten etwa die Sortimentserweiterung in der neuen Verkaufshalle, das Umräumen und Neueröffnen. «Wir wollen neue Kunden ansprechen und eine grössere Wirkung auch ausserhalb der Region erzielen», sagt Annemarie Dietrich. Ihr Mann verabschiedet sich. Sie geht durch die Halle, den Auslagen und Warenstapeln entlang. Die harte Zeit hat begonnen. 75% des Umsatzes erzielt der Blumenmarkt Dietrich von März bis Juni. Im Vorbeigehen schenkt sie ihren Mitarbeitenden ein Lächeln und fügt eine verbale Blume bei: «Ohne sie geht hier nichts», sagt sie und meint es auch so. Klassische

Hierarchien gibt es bei Dietrichs nicht. Viele Mitarbeitende dürfen sogar selbst einkaufen. «Sie sind es schliesslich, die ganz genau die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden kennen.»

Mehr Informationen

E-Payment

www.blumenmarkt.ch

[→ Zur Startseite](#)