

Blumen können mehr ...

Karin Spengemann, Leiterin Consulting

April 2006

Übersicht

1. Fleurop AG
2. Blumen im privaten Bereich
3. Blumen für Fremde (Kurzfilm)
4. Blumen im Business
5. Business Day



1. Fleurop AG

Von der Blumenspendenvermittlungvereinigung zur Aktiengesellschaft...



- 1908 Gründung durch Max Hübner
- 1910 USA nimmt Idee auf
- 1927 Fleurop Interflora
Flores europae = Fleurop
- 1937 aus Verein wird GmbH
ca. 3.500 Mitglieder, 73 Bezirke
Deligiertenversammlung + 11 AR
- 1946 Weltverband Interflora inc.
FTD – USA + Japan
Interflora – UK + Commonwealth
Fleurop Interflora – 17 europ. Länder
Währung Fleurin

1. Fleurop AG

50er / 60er Jahre

Boom – 12.000 Floristen, 6 Mill. Aufträge
keine Konkurrenz in Distanzüberwindung
Überschüsse in Werbung (Emotionen, Distanz)
Start Direktvertrieb, seit 1997 www.fleurop.de
aus der GmbH wird eine AG

1994

2003



1. Fleurop AG

Geschäftszahlen 2005

Umsatz: 70 Mill. Euro (netto)

Aufträge: 3,9 Millionen

... fast jeder dritte Fleurop-Gruß wird zentral bestellt!

Partnernetz: 9.000 Geschäfte

Mitarbeiter: 75 in Zentrale
7 im Außendienst

Außerdem:

50.000 Floristen in 150 Ländern der Welt



**Mein Liebes!
Auch aus der Ferne
hab ich Dich gerne.
Dein 'Reisender' Klaus!
(Lachst Du jetzt
wieder?!)**

Wohin Sie auch reisen, Fleurop ist schon da.
Und wir liefern pünktlich und frisch
an jeden Ort, in alle Welt.
Das garantiert Ihnen gleich das nächste
Fleurop-Fachgeschäft schriftlich.

Fleurop-Grüße bringen Freude. Garantiert!



FLEUROP
bringt's.



Fleurop-Werbung der 70er Jahre



Wir nehmen immer den direkten Weg. Egal wie hart er ist.

Ohne Umwege einem besonderen Menschen Gefühle zeigen?
Gehen Sie ins Fleurop-Geschäft, wählen Sie 0180-FLEUROP (9 Cent/Min.) oder klicken Sie auf www.fleurop.de

FLEUROP
bringt's.



2. Blumen im privaten Bereich

FLEUROP
bringt's.



2. Blumen im privaten Bereich

Beispielfotos aus bildrechtlichen Gründen entfernt

2. Blumen im privaten Bereich

Blumen sind...

ein fester Bestandteil unseres Kulturgutes.

sympathisch.

festlich.

lebendig.

emotional.

persönlich.

stilvoll.

vergänglich.



3. Blumen für Fremde

Kurzfilm

Düsseldorf 2001









„Für Sie!“

4. Blumen im Business



4. Blumen im Business

Blumen, mit einer Botschaft überreicht:

-  sorgen immer für spontane Freude (Event-Charakter Übergabe),
-  bleiben aufgrund der Tiefe des Eindrucks lange im Gedächtnis,
-  erreichen immer die Zielperson selbst (vorbei am Torwächter),
-  lassen den Absender immer sympathisch erscheinen,
-  bewirken, dass die Botschaft gelesen wird,
-  erzeugen sensationelle Responsequoten (Beispiel Citroen),
-  werden als persönliche Geste empfunden (Beispiel Topdeq),
-  wirken niemals aufdringlich.

4. Blumen im Business

Anlässe für Blumen im Marketing:

Produkteinführung (Odenwald, Henkell-Söhnlein)

Neukundenakquise

Gewinnspiel (Krüger-Kaffee, Weihenstephan)

Kundenbindung (Festina, Olymp)

After Sale (Audi)

Mitarbeitermotivation

Reklamationsmanagement (Topdeq)



4. Blumen im Business

Logistik:

Fleurop-Firmenservice

200 geschulte Business-Partner

Persönliche Beratung vor Ort

Gestalterische Vorschläge

Bequeme Abwicklung

Briefing und Ausstattung
der Fleurop-Kollegen



5. Business Day



5. Business Day

Anlass für Unternehmen, Blumen im B2B einzusetzen

2004: Business-Day-Strauß und Umfrage an 1.000 Unternehmen (30 %)

2005: Exklusives Angebot, 220 registrierte Unternehmen (6.000 Aufträge)

Studie: 48 % Response, davon 46 % sofort nach Erhalt
36 % Kontakt zu neuen Kunden gewonnen
78 % wollen in 2006 wieder mitmachen



Business Day 2006: 12. September
Registrierung unter
www.fleurop.de/firmenservice

Am besten...

...probieren Sie es
selbst einmal aus!