

Zusammenfassung der Resultate der Umfragen

- Teil 1 - zu Valentin 2015 bis 2018
- Teil 2 - zur Entwicklung der Jahresumsätze im Vergleich mit dem Vorjahr (ab 2013>2014 bis 2016>2017)

Summary

An der Valentinsumfrage 2018 haben 72 (entspricht gut 15% aller) Aktivmitglieder teilgenommen. Dies sind deutlich mehr als in den Vorjahren (2017:55; 2016/2015: ca.25) – herzlichen Dank allen, die sich 5-10 Minuten Zeit genommen haben, Verkaufsentwicklungen in unserer Branche aufzuzeigen!

Dank nun bereits 4 Jahren (2015 - 2018) vergleichbarer Resultate steigt auch die Aussagekraft der Antworten zunehmend.

Das wichtigste, und gleichzeitig erstaunlichste Resultat (im Vergleich mit 2015/2016) war die erneut positive Entwicklung 2017>>2018. Dies betrifft sowohl den Valentinstag 2018, als auch den Gesamtumsatz und die Kundenfrequenz 2017 im Vergleich mit jenen der Vorjahre! Es ist zu berücksichtigen, dass Valentin 2016 ein Sonntag war.

Erstaunlich ist auch, dass die Rote Rose keineswegs an Bedeutung verliert – im Gegenteil: der Anteil Rosen, und dabei insbesondere derjenige der Roten, stieg in den 4 Jahren an.

Teil 1 - Valentinstag 2018

Es sind erneut **über 87%** der Antwortenden mit Valentin 2018 **zufrieden bis sehr zufrieden** – nach 65%, resp. 56,5% in den Jahren 2015/2016 ein erneut **sehr positives Ergebnis!**

Die **klassische Rote Rose** verkaufte sich mit durchschnittlich **350 Stücke** zwar weniger als im Vorjahr, aber im Rahmen von 2015 (418 / 311 / 355). Entgegen dem Wunsch vieler Floristen scheinen die Käufer sich ans traditionelle Muster zu halten! So hatten denn auch mit **25%** wiederum erstaunlich viele Geschäfte zu **wenig Rote Rosen** – sie gingen dort aber erst gegen Abend aus. Teilweise wurde sogar im Laufe des Tages noch (Rote) Rosen zugekauft. 2015/2016 hatten jeweils nur 4-7% zu wenig Rote Rosen.

Alle **übrigen Farben Rosen** haben es an diesem Tag schwer: mit 255 (303 / 222 / 308) verharrte deren Anteil auf tiefen 42% - d.h.: **58% aller Rosen an diesem Tag sind Rote Rosen!**

2018 wurden von allen **übrigen Blumen** 698 (1'032 / 1'332 / 977) verkauft. Damit **sank** der Anteil übriger Blumen auf **53,6%** (2017: 58,9%)

Aus allen 4 Jahren geht somit hervor, dass die **Rosen einen zunehmend höheren Anteil ausmachen an diesem Tag**. 2018 waren es bereits **46,4% aller verkauften Blumen**.

Rund **25%** aller Geschäfte machten **Sonder-Werbeanstrengungen** auf Valentin 2018 hin (Vorjahre 20% / 38% / 24%). Dabei standen 3 Massnahmen - Facebook, Plakate & Inserate - klar im Vordergrund.

Teil 2 - Vergleich Jahresumsatz 2017 mit jenem von 2016

Auffallend ist, dass 2017 **nur 28% weniger verkauft haben als im Vorjahr** – dieser Wert war 2017 bei 32% und davor bei jeweils rund 62%(!) Offensichtlich ist also im gesamten Jahr **2017 durchschnittlich deutlich mehr verkauft worden als in den Vorjahren**, dies zeigt sich auch bei den Steigerungen, die wiederum bei 12%, gegenüber nur 8-9% in den Jahren 2015/2014 lag bei jenen Geschäften, die Mehrumsatz verzeichneten.

Bei jenen mit Minderumsätzen fiel das Minus mit 9% erneut geringer aus als 2015/2014 mit -14% bis -21%(!) – was generell auf ein **gutes Jahr 2017** schliessen lässt.

Beim **durchschnittlichen Verkaufsbetrag** ist seit 3 Jahren ein Trend zu **höherem Ertrag pro Kunde** sichtbar. 2017 betrug dieser knapp CHF 45/Kunde (Vorjahre 41 / 48 / 44). 2017 & 2018 haben sehr viel mehr Mitglieder an er Umfrage teilgenommen, vermutlich dürften v.a. mehr Geschäfte ausserhalb der städtischen Gebiete. Dort wird generell weniger pro Kunde eingenommen.

Die **Kundenfrequenz** hat sich auf hohem Level stabilisiert: während für 2017 ganze **77%** angaben, **gleich hohe oder höhere Frequenz** im Laden gehabt zu haben, war dieser Wert in 2016 bei 70%, resp. 2016/2015 gar bei nur 30%, resp. 40%.