

Erfolg ist planbar

Kommunikation mit Gartenbildern

Menschen achten nicht auf Werbung. Sie achten auf Bilder die sie direkt ansprechen. Und manchmal sind diese auf einer Gärtner-Website oder einem Flyer.

Text und Bilder: Reto Corrodi,
gartenfotografie.ch

In meiner Tätigkeit als Webdesigner und Fotograf höre ich oft dieselbe Zielformulierung: „Wir wollen das gehobene Segment ansprechen. Privatkunden von 45-65 Jahren die sich etwas leisten können.“ Das verlangt dann natürlich auch nach den entsprechenden Bildern. Denn dieses Zielpublikum ist durch die Bilder aus hochwertigen Consumer-Zeitschriften verwöhnt. Eine so anspruchsvolle Kundschaft gewinnt man nur mit top Bildern. Es gilt Vertrauen aufzubauen und zu überzeugen. Wenn der Kunde denkt: „Hier bekomme ich was ich suche. Die wissen worauf es mir ankommt“ sind sie im Rennen. Sie wollen ihre Kunden mit Fachwissen überzeugen? Mit einem Meisterdiplom? Gehen sie eine Stufe weiter. Begeistern sie ihre Kunden mit Bildern die sie dort abholen wo ihre Träume aufhören. Denn wer stimmungsvolle Bilder von seinen



Zeigen sie ihr Holzdeck und das Wasserbecken. Aber bitte mit Stil

Gärten zeigen kann, der hat logischerweise auch die Kompetenz diese zu planen und zu bauen.

Bild ist nicht gleich Bild

Ausdrucksvolle Bilder die begeistern entstehen nicht indem man in zehn Minuten durch einen Garten huscht und wild rumknipst. Der Garten als Motiv gibt viel mehr her als man auf den meisten Gärtner-Websites zu sehen bekommt.

Sie glauben, von ihren Gärten könnte man keine wirklich guten Bilder machen? Zugegeben, es gibt Gartenanlagen die nicht fotogen sind. Die wenigsten geben jedoch nicht wenigstens ein paar brauchbar Bilder her. Die Kunst ist es dann aus einem „Standard-Garten“ das Maximum an stimmungsvollen Bildern herauszuholen. Eine Aufgabe bei der meine Erfahrung als Gartenfotograf von grossem Nutzen ist.

Wertschätzung für die eigene Arbeit.

Sie wünschen sich Kunden die ihre Arbeit schätzen und entsprechend honorieren. Zeigen Sie dass sie stolz auf ihre Gärten sind. Zeigen sie ihren Kunden was für Wohlfühloasen



Lauschiges Schattenplätzchen oder bloss eine Gartenlaube?

sie bauen und pflegen. Begeistern sie die Menschen mit Bildern in Profi-Qualität. Ihre Gärten sind es auch.

Fotoshootings planen

Bilder sagen mehr als tausend Worte. Was genau sie aussagen hängt vor allem davon ab wer hinter der Kamera steht.

Die besten Bilder entstehen nicht aus Zufall. Dafür wird genau geplant

auch mit motivierten Mitarbeitern. Banken haben schon vor der Krise für 0.25%-Zins-Konten mit Bildern von glücklichen Leuten in entspannter Umgebung geworben. Aber Hallo! Wir Gärtner können das besser. Schliesslich bauen wir die Grundlage fürs Wohlfühlen.

Entscheiden sie sich. Inszenieren sie lauschige Schattenplätze für erholsame Stunden oder bauen



Tischdecken und Accessoires gehören nicht zur Kernkompetenz des Gartenbaus. Sie unterstreichen jedoch die Aussage: „Hier darf man sich wohlfühlen.“

in welchem Garten zu welcher Jahreszeit und zu welcher Stunde mit was für Requisiten fotografiert werden soll. Was will man mit den Bildern aussagen? Welche Emotionen sollen geweckt werden? Braucht es dazu Models, und zu welchem Zielpublikum sollen diese passen?

Auch für mich als Gartenfotograf ist es immer wieder eine Herausforderung genau den richtigen Zeitpunkt und Gegebenheit für die besten Bilder zu erwischen. Neben einer guten Pflanzenkenntnis erfordert dies viel Flexibilität und Beobachtungsgabe. Schliesslich gibt es meistens nur wenige Tage im Jahr an denen das Wetter stimmt und der Rosengarten oder die Wisterie in voller Blüte stehen. Und genau dann muss man bereit sein.

Krise oder Chance?

Wer in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Mut hat, zukunftsorientierte Investitionen zu tätigen, wird langfristig nicht nur mit Wettbewerbsvorteilen belohnt, sondern

sie Pergolen aus Granitsteelen und Kastanienholz. Und dann kommunizieren Sie mit entsprechenden Bildern. Investieren Sie in das was die Menschen fasziniert: Bilder ihrer Gärten die das Herz öffnen. Die entsprechenden Aufträge werden nicht ausbleiben.

Die Besten gehen zu den Besten

Die Firmen die es verstehen mit eindrucksvollen Bildern zu kommunizieren, haben neben dem Erfolg bei den Kunden noch einen positiven Nebeneffekt: Die besten Berufsleute suchen sich auch die Arbeitgeber aus, die die interessantesten Arbeiten ausführen. Sie machen sich also gleichzeitig auch als Arbeitgeber interessant.

Mit emotionsgeladenen Bildern begeistern

Was spricht ihr Zielpublikum wohl mehr an: Das korrekte Fugenbild eines lehrbuchmässigen Mosaikbelages aus Maggia-Granit oder zu sehen wie man sich auf einem sol-



Genau den richtigen Zeitpunkt erwischt. Am nächsten Tag war Sturm.

chen Sitzplatz mit Freunden oder der Familie amüsieren kann?

Antoine Berger hat es auf der diesjährigen Delegiertenversammlung von Jardinsuisse richtig gesagt: „Wir verkaufen nicht einfach Gärten. Wir verkaufen Emotionen und Lifestyle.“ Also zeigt her eure Gärten und begeistert eure Kunden mit emotionsgeladenen Bildern. Denn es gilt Emotionen zu zeigen resp. zu entfachen. Das Bauchgefühl ist der wichtigste Entscheidungsfaktor. Und nichts beeinflusst dieses Gefühl mehr als positive Emotionen.

Reto Corrodi ist Gärtnermeister, Webdesigner und Fotograf. Seit 2003 nutzt er sein Fachwissen zur Erstellung von Websites und Drucksachen für die Grüne Branche.

www.gartenfotografie.ch
www.gardapro.ch
Tel. 044 790 10 01