



Gartencenter: wie geht das?

Rabensteiner baut auch für Dehner komplett schlüsselfertig

Nur wenige Meter vom ursprünglichen Standort entfernt, schrieb Dehner mit dem Neubau in Ulla im März letzten Jahres ein weiteres Kapitel in Dehners mittlerweile 23 Jahre umfassenden Thüringer Erfolgsgeschichte. Wie schon bei diversen Gartencenterneubauten zuvor übergab Dehners Hofflieferant Rabensteiner auch das Projekt in Ulla bei Erfurt vollkommen gemäß Rabensteiners Firmenmotto „Die erste Skizze. Die letzte Schraube. Und alles dazwischen“ zum vereinbarten Termin rechtzeitig zum Start in die Frühjahrssaison komplett schlüsselfertig an die Firma Dehner.

Auf Basis der Entwurfsplanung von Dehners Bauabteilung hatte das Rabensteiner Team im September 2013 „auf der grünen Wiese“ mit den Arbeiten begonnen; nach nur sechs Monaten Bauzeit konnte das Projekt samt aller baurechtlichen Abnahmen und der TÜV-Abnahmen für die Einrichtung an Dehner übergeben werden. Was man über diese schnell hingeschriebenen Sätze leicht vergisst: In diese sechs Monate fiel die Planung, Koordination und Ausführung von insgesamt über 30 Gewerken, wovon sicherlich das Gewerk Gewächshausbau das weitaus beeindruckendste war: Innerhalb von zwölf Wochen entstand aus knapp 200 t Stahl, über 10 t Aluminium, etwa 5500 m² Paneelen und 3600 m² Glas die Gebäudehülle des zukünftigen Marktes.

Eine statische Besonderheit des Gartencenterneubaus ist dabei das Gewächshausmittelschiff mit einer Breite von 24,5 m und einer Firsthöhe von über 10 m. Rabensteiner bewies auch hier, dass das der Firmenleitspruch „Ein wenig Stahl. Sehr viel Glas. Und noch mehr Hirnschmalz“ weit mehr ist als nur eine Floskel, schließlich sind beispielsweise die im Gewächshausmittelschiff verwendeten Stahlprofile dank einer ausgeklügelten Fachwerkkonstruktion nicht größer als die in den angrenzenden Seitenschiffen.

Es versteht sich fast von selbst, dass die gesamte Hüllfläche thermisch hoch gedämmt ist, und sogar die Entwässerungsrinnen als komplett gedämmte Elemente ausgeführt wurden. Dabei kam die von Rabensteiner entwickelte Thermorinne zum Einsatz, die heute aus dem modernen Gartencenterbau nicht mehr wegzudenken ist.

Aufwendige Blenden in den Dehner Farben, sowie das zu Dehners so genannter Corporate Identity gehörende Eingangsportale mit der Werzalitverkleidung komplettieren das äußere Erscheinungsbild. Die Glaskonstruktion setzt sich dabei sogar teilweise bei der Einfriedung fort. Auch dies ein Detail, das zum modernen Erscheinungsbild Dehners gehört: In exponierten Lagen wie in Ulla wird ein Teil des Zaunes verglast, damit der Blick in die Landschaft nicht behindert wird. Auch hat der Kunde immer einen guten Überblick über die gesamte Verkaufsfläche: große, offenbare Industrietore geben die Sicht vom überdachten Gewächshausbereich auf die Außenverkaufsfläche frei.

Verkehr und Logistik im Griff zu haben, sind weitere wichtige Voraussetzungen für ein funktionierendes Gartencenter. Knapp 200 Parkplätze wurden verkehrsgünstig geplant und gut anfahrbar ausgelegt; dabei wurde auch der Lieferverkehr berücksichtigt. Die Versorgung des Gartencenters mit Ware geschieht fast

ausschließlich über die Dehner-LKW-Flotte, deren Fahrzeuge für die Entladung rückwärts an ein Loadingsystem mit einer hydraulisch anpassbaren Überladebrücke andocken können.

Abgerundet wird das gesamte Bauwerk durch eine den Erfordernissen angepasste Technik. So deckt in Ulla ein BHKW mit einer Leistung von 50 KW (elektrisch) bzw. 80 KW (thermisch) einen Großteil des Energiebedarfs. Bewährte Schattierungssysteme und großflächige Dachlüftungen sorgen auch im Sommer für ein angenehmes Klima. Die Regelung aller Klimakomponenten erfolgt über einen Computer der Firma RAM Herrsching, der wiederum mit der gesamten Gebäudeleittechnik verbunden ist.

So entstand in Ulla unter Federführung des Teams von Rabensteiner in kürzester Bauzeit ein funktionales und auch wirtschaftliches Gebäude auf dem neuesten Stand der Gartencentertechnik.

Tim Jacobsen

Seit März 2014 in Betrieb: der Neubau von Dehners Gartencenter in Ulla. Noch moderner ist nur das 111. Gartencenter, das nach Umbau im Oktober 2014 am gleichen Standort in Karlsbad wiedereröffnete

Fotos: Rabensteiner



ZURBILDMAN P&P

Blühende Partnerschaft.

Damit Vertrauen wächst, muss es gehegt und gepflegt werden. Projekte, die mit hervorragender Kompetenz, guter Beratung, Verlässlichkeit und herausragender Qualität abgewickelt werden, fördern das Vertrauen. Und lässt eine gute Partnerschaft entstehen. So wie unsere mit Rabensteiner. Seit vielen Jahren.

Dr. Hansjörg Flassak
Geschäftsführer Dehner Gartencenter



www.rabensteiner.eu



Dehner Garten-Center Nr. 109

Pünktlich zum Start in die Gartensaison 2013 fand in Limburg die vorerst drittletzte Neueröffnung eines Dehner Gartencenters statt. Das nach zehn Monaten Bauzeit in unmittelbarer Nähe zum Einkaufszentrum Kaufland eröffnete Garten-Center besticht auch zwei Jahre nach der Eröffnung durch die großzügige Verkaufsfläche im offenen Gewächshausstil sowie die weitläufige Freifläche direkt am Ufer der Lahn.

Die braunroten Holzfassaden, das weithin sichtbare Logo sowie die im Firmengrün gehaltenen Dachprofile lassen keine Zweifel daran aufkommen, wessen Kind dieses Gartencenters ist – selbst wenn der Standort von der auch hinter dem Möbelunternehmen Müllerland stehenden gleichnamigen Investorenfamilie entwickelt wurde. Geht normalerweise die Initiative für die Ansiedlung eines Gartencenters

ters naturgemäß von Dehner selbst aus, waren es in diesem Fall mit Familie Müller die Limburger, die nach der Bedarfsfeststellung die Baumaßnahmen in die Hand nahmen, einen Betreiber suchten – und mit der Gartencenterkette Dehner dann auch schnell fanden.

Eines der Highlights der rund 6 000 m² Quadratmeter großen Einkaufs-Erlebniswelt ist das zwischen Innen- und Außenbereich befindliche 350 m² große Kalthaus, in dem jahreszeitenabhängig Beet- & Balkonware oder auch mediterrane Pflanzen ihr Verkaufszuhause finden. Einer der Clous des Kalthauses ist, dass es sich mit Rolltoren soweit öffnen lässt, dass Kalthaus und Freigelände eine durchgängige Verkaufsfläche bilden können.

Bei der Konzeption des Marktes mit angeschlossener Bäckerei stand das Thema Kundenfreundlichkeit an erster Stelle. Dass die Standortplaner dabei mit Sicherheit nicht nur die rund 33 000 Einwohner des Bischofsitzes, sondern die ganze Region zwischen Taunus und Westerwald im Fokus hatten, beweist die optimierte Verkehrsanbindung an die Bundesstraße sowie die Abstellmöglichkeiten für mehr als 210 Fahrzeuge.

Ein 35-köpfiges Team steht in der Limburger Westerwaldstraße den Garten- und Tierfreunden mit Rat und Tat zur Seite. Marktleiterin Marina Tschersich bringt die Stärken ihrer Filiale auf den Punkt: „Unser Markt beeindruckt mit einem erstklassigen Angebot, vor allem aber mit hervorragendem Service. Ganz gleich, wofür sich die Kunden auch interessieren: Unser kompetentes Fachpersonal berät gerne beim Einkauf und nimmt sich Zeit, um auf jeden Wunsch einzugehen.“ *Tim Jacobsen*

Dehner auf allen Kanälen



Zwar lässt sich auch im Internet alles kaufen und diskutieren, das wahre Einkaufserlebnis stellt sich aber nur vor Ort ein

Foto: Dehner

Gute Nachrichten für Dehnerfans: nachdem seit 2013 Europas größte Gartencentert Gruppe mit einem Onlineshop samt click & collect-Option im Internet vertreten war, kam Oktober 2014 noch eine eigene Fanpage auf Facebook dazu.

„Garten und Haustiere sind von Grund auf sehr emotionale Themen. Deshalb bietet Facebook – als soziales Netzwerk – eine geeignete Plattform für Dehner, Kundenbindung und Markenbekanntheit nachhaltig zu steigern“, erläutert Chris-

toph Harlinghausen, Bereichsleiter E-Commerce und Multichannel, Dehners Online-Strategie. „Wir sehen in Facebook einen idealen Kanal, um Themen, die unsere Kunden bewegen, aufzugreifen und mit ihnen zu interagieren. Zudem können sich User direkt über unsere Produkte austauschen und ihre Erfahrungswerte teilen. Davon profitieren wir und unsere Kunden gleichermaßen.“

Der Dialog und die Interaktion des Unternehmens mit seinen Fans stehen daher auch im Fokus der Fanpage. Die Nutzer haben die Möglichkeit, sich unter anderem in Form von Produktabstimmungen und Tests direkt einzubringen und ihre Ideen mit Dehner und der Community zu teilen. Darüber hinaus setzt Dehner auf Beratungskompetenz und fundiertes Expertenwissen.

Tim Jacobsen