

GARTENMARKT

FACHJOURNAL FÜR DEN GRÜNEN ERLEBNISEINKAUF

APRIL 2018



Umbau Pflanzen Breuer Seite 2 und 3

Fit für die Zukunft



365 Tage Genuss pur im neuen Kiefl in Gauting

Carola und Wolfgang Kiefl machen den Einkauf zum Erlebnis. Mit seinen 13 Meter Firsthöhe sticht das neue Gartencenter sofort ins Auge. Die Gastronomie lockt Kunden an **Seite 4**



Wachsen durch Übernahmen am Beispiel Dehner

Mit hoher Schlagzahl eröffnet Dehner in diesem Frühjahr neue Filialen in ganz Deutschland. Der 130. Standort ist in Bous. Ein Gespräch mit dem COO Bernhard Hönig **Seite 6**



Persönliche Geschenke aus dem Gartencenter

„Individualisierung“ heißt das Motto, das sich zum Megatrend erhebt. Immer mehr Menschen wollen sich bewusst abheben. Lösungen und Ideen, wie man den Trend bedienen kann auf der **Seite 14**

Fit für die Zukunft

Ein Konzept, das für ganz unterschiedliche Lebenswelten eine Antwort findet: Bei einem Umbau bei Pflanzen Breuer in Sankt Augustin wurde gezielt an einzelnen Stellschrauben gedreht, um das Gesamterlebnis im Gartencenter zu steigern und junge wie angestammte Zielgruppen gleichermaßen anzusprechen. Von **Konny Scholz**

Wir wollten den Platz optimieren und die Fläche an die zeitgemäßen Rahmenbedingungen anpassen“, kommentiert Frank Breuer. Seine Frau Doris und er betreiben gemeinsam das Gartencenter Pflanzen Breuer in Sankt Augustin,

„Das Café platze aus allen Nähten, es bildeten sich lange Schlangen davor, wir mussten etwas tun.“

Frank Breuer, Pflanzen Breuer

dessen Umbau gerade pünktlich mit Beginn der Frühjahrsaison abgeschlossen werden konnte. Die bereits in der Vergangenheit gelebte Verknüpfung von Garten und Erlebnis sollte geschärft und ausgebaut, die Außendarstellung

verbessert und geöffnet werden. Das Ziel: Mehr Natürlichkeit, mehr Offenheit, mehr Zeitgeist sowie eine erhöhte Aufenthaltsqualität für eine längere Verweildauer der Besucher.

Größere Offenheit

Schon im Eingangsbereich wurde durch die Entnahme einer Glaswand ein großzügiges Foyer geschaffen. Zentrales Element ist ein deckenhohes schwarzes Rückwandregal, das wie ein überdimensionaler Setzkasten ausgesuchte Wohn-Accessoires hochwertig und modern in Szene setzt. – Ein perfekt emotionaler Vorgeschmack auf die akzentuiert zusammengestellten Wohn- und Lifestyle-Welten im Markt. Davor sind Aktionsware, regio-

nale Lebensmittel, Blumensträuße und Säfte auf Paletten und Tischen als Mitnahmeartikel bei Verlassen des Centers platziert, ein separater Kassentresen steht bereit. Auch die Holzlamellenwände im Eingangsbereich und an Teilen der Fassade sorgen für einen individuellen Auftritt mit Wiedererkennungswert.

Den Weg vom Foyer ins Glashaus weist ein riesiges Willkommens-Schild. Die Beschilderung mit großen, gut lesbaren Begriffen zieht sich durch die ganze Fläche und dient der einfachen Orientierung auf dem Weg durch die Abteilungen auf der insgesamt 8.000 Quadratmeter großen Verkaufsfläche. Sie ist Teil des Gestaltungskonzepts, das das Düsseldorfer Design-Büro

Pflanzen Breuer, Sankt Augustin

- Gartencenterfläche: 29.000 qm
- VK-Fläche: 8.000 qm
- Kalthaus: 2.500 qm
- Warmhaus 3.000 qm
- Baumschule überdacht: 1.450 qm
- Baumschule offen: 1.050 qm
- Mitarbeiter gesamt: 130 (89 Vollzeit)
- Garten Küche 850 qm
- Parkplätze 330
- Technik: Heizung durch Brennwerttechnik und Blockheizkraftwerk der Stadtwerke Gießen mit lokal geforderter 30prozentiger CO-Einsparung
- Isolierverglasung (26 mm Isolierglas, k=1,2 W/Km)
- Fußbodenheizung
- Photovoltaikanlage mit 50 kW

Schwitzke in Kooperation mit der De Haan Group für Pflanzen Breuer entwickelte. Dieses wiederum entstand auf der Basis eines Ladenbaukonzepts, das Schwitzke zuvor für Sagafloor grün erleben entwickelt hatte –

Pflanzen Breuer ist an die grünen-Gruppe angeschlossen. Frank Breuer erzählt: „Uns gefiel das Ladenbaukonzept von der Sagafloor, und so kamen wir im vergangenen Jahr mit Schwitzke auf der Messe EuroShop ins Gespräch.“



Frank und Doris Breuer, Firmengründer Hugo Breuer, Klaus Schumacher, Bürgermeister (r.).



Der optisch ansprechende Eingang führt in ein geräumiges Foyer.

Fotos: Schwitzke GmbH

Warme Holzoptik, cooles Baugerüst

Dieses Ladenbaukonzept bildet den visuellen Rahmen im Center. Der jedoch wird immer wieder aufgebrochen von individuellen und mitunter überraschenden Raumelementen, die den Rundlauf durch die Abteilungen dynamisch gestalten und dem Ganzen einen sehr persönlichen Anstrich geben. So zum Beispiel finden sich etliche Farbflächen in knalligem Pink, Türkis, Hellblau oder Seegrün, die Auge und Aufmerksamkeit der Besucher unweigerlich auf sich ziehen. In die Rückwand eingelassen, tragen die farbigen Highlight-Flächen mit davor herausgestellten Produktpräsentationen dazu bei, dem Center Gesicht und Struktur zu geben.

Auffällig ist auch, wie die Höhe des Glashauses für optische und gestalterische Zwecke genutzt wird. Punktuell heben Haus-in-Haus-Konstruktionen einzelne Abteilungen hervor, und herabgezogene Deckenelemente suggerieren die Wirkung von Wohnräumen dort, wo eigentlich nichts als luftige Höhe ist. Auf diese Art behält insbesondere der Bereich der Wohn-Accessoires sein gemütliches Feeling mit den dazugehörigen Wohnszenarien, obwohl zwei „Kojen“ auf der Fläche der offenen Bauweise mit komfortablen Platzverhältnissen gewichen sind.

Ein original Baugerüst, das miten auf die Fläche gesetzt wurde, zaubert demgegenüber einen cooler Industrial Chic ins Center. Dekoriert ist es mit großen Pflanzgefäßen und Gartenmöbeln. Das silberne glänzende Gerüst, das früher andernorts im Center eine Nebenrolle spielte, schert aus allen üblichen Schweisen aus und dient nun als Raumteiler, mutiger Eyecatcher und originelles „Schmuckobjekt“.

Dem Umbau war eine längere interne Planungsphase vorausgegangen, in der die Breuers gemeinsam mit dem kompletten Team, hoher Mitarbeiterbe-



Eycatcher und Deko-Element: Ein Baugerüst dient als Raumteiler.



Cooler Loungebereich mit Wallpainting.



Sitzbereich in der neuen „Garten Küche“.



Haus-in-Haus-Aufbauten strukturieren die Fläche.



Gemütliche Verweil-Atmosphäre in der Gastro-Zone.

► teilung und viel Herzblut die Rahmenbedingungen und Anforderungen für den Neuauftritt erarbeitet hatten. Dieser Weg hat sich gelohnt: Mit dem Umbau gelang auf ganz faszinierende Art und Weise der Spagat, den bewährten Zielgruppen weiterhin „ihr angestammtes Zuhause“ sicherstellen zu können und gleichzeitig erweiterten Zielgruppen eine adäquate Aufenthaltsqualität zu bieten.

Zeitgemäßer Gastro-Auftritt

Auch der nagelneue Gastro-Bereich zeigt, wie die Bedürfnisse und Weltanschauungen unterschiedlicher Kundengruppen durchaus harmonisch unter einen Hut zu bekommen sind. Hier hat der Kunde die Wahl: Um kleine, große, runde und eckige, hohe und niedrige Tische und Ablageflächen gruppieren sich die verschiedenen Sitzmöglichkeiten, ein Loungebereich mit gemütlichen Sofas vor einer Wand mit Wallpainting lädt zu jugendlichem Chillen ein, ein Indoor-Kinderspielbereich antwortet auf die Belange junger Eltern, und die Stammkunden treffen auf ihr liebgewonnenes Café Bistro, nur in modernisierter Form.

Der gesamte Gastro-Bereich wurde massiv ausgebaut und das ehemalige „Café Grün“ durch „Garten Küche“ ersetzt. „Das Café platze aus allen Nähten, es bildeten sich lange Schlangen davor, wir mussten etwas tun“, betont

Breuer. Die Gastronomie wird nach wie vor in Eigenregie betrieben. Obwohl mit viel Spezial-Know-how verbunden, hatte sich das Food-Konzept bei Pflanzen Breuer längst schon zu einem Profitcenter entwickelt. Zuvor mittig in die Fläche integriert, tauschte es seinen Platz mit der Gartenmöbel-Abteilung und zog in einen Randbereich des Centers. Dort besteht direkte Anbindung an die Außenterrasse sowie die Möglichkeit, das Food-Areal vom Centerbetrieb abzukoppeln.

Mit separatem Zugang sind so Events losgelöst von den Ladenöffnungszeiten zumindest baulich denkbar – ein Thema für die Zukunft, betont Doris Breuer. Die Speisekarte wurde erweitert und deckt vom Frühstück über kalte und warme Snacks bis hin zum süßen Kaffeeplätzchen ein komplettes Tagesangebot ab. Der Sitzbereich wurde von 200 auf 300 Plätze aufgestockt. Ein eigenes Logo sowie neu gestaltete Speisekarten und Menüboards stärken den gastronomischen Auftritt.

Neuer Taktschlag, neue Kooperation

Das Center wurde 2009 erst neu gebaut, damals von der De Haan Group. Frank Breuer findet es in der heutigen Zeit absolut angemessen und erforderlich, ein knappes Jahrzehnt nach Eröffnung eines modernen Garten-Centers bereits tiefgreifende Modernisierungsmaßnahmen



Einladende Raumszenierung bei den Wohn-Accessoires. Fotos (2): K. Scholz



Abgehängte Deckenelemente erzeugen angenehme Raumwirkung.

durchzuführen, um sich zukunftsorientiert aufzustellen. Schließlich entwickeln sich durch den aufstrebenden Gartentrend immer vielfältigere Zielgruppen und höhere Erwartungen bei den Kunden. Großstädter suchen im Urban Gardening die Abwech-

Rhythmen werden wir alle uns verabschieden und immer mehr dahin entwickeln müssen, permanent an den Verkaufsflächen zu arbeiten, etwas zu verändern und zu erneuern. Die Kunden haben heute extrem hohe Erwartungen und wollen ständig etwas Neues geboten bekommen.“

Dass hier in einer Dreier-Konstellation aus Bauherr und zwei Dienstleistern geplant und umgebaut wurde, ist ungewöhnlich, verlief aber positiv, wie Doris Breuer in Übereinstimmung mit Schwitzke und De Haan beteuert: „Alle drei Parteien haben diese Zusammenarbeit als wirklich bereichernd erfahren.“

Mehr unter

www.taspo.de/gartenmarkt/

„Die Kunden haben heute extrem hohe Erwartungen und wollen ständig etwas Neues geboten bekommen.“

Kees de Haan, de Haan Group

lung vom Stadtalltag, junge Familien besinnen sich auf ihr grünes Eigenheim. Kees de Haan stimmt ihm da zu: „Von den alten

Die Autorin



Konny Scholz, Dipl.-Ing. Bekleidungs-technik, Fachjournalistin



Das perfekte Geschenk zum Muttertag

Ab Mitte April werden die Endless Summer®- Hortensien mit Anzeigen in auflagenstarken Hobbygartenmagazinen beworben. Presseveröffentlichungen und Social-Media-Aktivitäten transportieren zusätzlich die Stärken der Marke.

DIE FRÜHE HORTENSIE FÄNGT DIE KUNDENSCHAFT

Der große Vorteil der Endless Summer®- Hortensien gegenüber anderen Sorten liegt auch darin, dass sie früher blühen. Ideal: da sich die Abverkäufe auch im Baumschulbereich immer mehr auf das Frühjahr fokussieren.



AB MITTE APRIL MIT MUTTERTAGS-GRUSSKARTE

Endless Summer®- Hortensien sind das perfekte Muttertagsgeschenk. Ein etwas anderer Blumenstrauß, der den ganzen Sommer blüht. Passend zur Aktion mit Herz-Grüßkarte.



Endless Summer® Hortensien

Die Baumschule zu Jeddelloh ist der führende Endless Summer®-Produzent in Europa. Wir beraten Sie gerne zu speziellen Muttertags-Angeboten.



Weitere Informationen finden Sie unter www.jeddelloh.de