



1



2



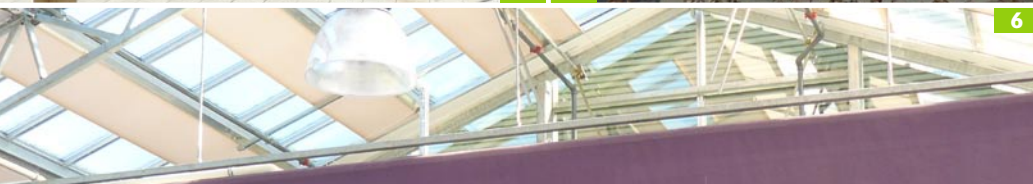
3



4



5



6

Meiers Beratung

... für grüne und stilvolle Wohnakzente!



- 1 Hochziehbare Tore machen die Flächen zwischen Gewächshaus und Freiland durchlässig
- 2 Freibereich: die Beete sind meist Sonderanfertigung. Die Bodenbeete auch eine eigene Entwicklung mit Eignung für die Ebbe- und Flutbewässerung
- 3 Vom 1. Stock hat man einen schönen Blick ins Gewächshaus
- 4 Die Freilandwege sind überdacht. Holz unterstreicht die natürliche Ausstrahlung
- 5 Blick auf die Front des Gartencenters. Darunter ist die Einfahrt zum unterirdischen Teil des Parkplatzes zu sehen
- 6 Die Beratungskompetenz will Meier weiter in den Vordergrund stellen. Die neuen Plakate weisen weithin sichtbar darauf hin

GARTEN-CENTER MEIER IN DÜRNTEN/CH

Der neue Treffpunkt für Gartengenießler

Das Gartencenter Meier in Dürnten in der Schweiz zwei Wochen vor der Eröffnung – ein eher ungewöhnlicher Zeitpunkt für einen Besuch: Noch keine berauschende Blütenpracht, erst wenige Produktgruppen eingeräumt. Doch nichtsdestoweniger ein lohnender Termin. Eines vorweg – es ist mehr als ein ganz gewöhnliches Gartencenter, nicht nur wegen seiner rund 15 000 m² Verkaufsfläche.

Die Neugier war groß, das neue Gartencenter, eines der größten Projekte im zentralen Teil Europas, zu sehen, mehr zu erfahren darüber, wie das Gartencenter entstanden ist. Geschäftsführer Erwin Meier-Honegger legte viele Details offen, viele Gedanken, die bei der Entstehung und dem bisherigen Entwicklungsprozess eine Rolle spielten. Ein paar Puzzleteile des großen Ganzen seien an dieser Stelle herausgegriffen, damit der Leser vor seinem geistigen Auge ein grobes Bild des Gartencenters, nicht nur in seiner technischen Bauweise, entwickeln kann.

WARUM EIN NEUES GARTEN-CENTER?

Warum baut man ein neues Gartencenter, wenn das alte gerade erst 20 Jahre alt ist? Viele Gebäude renommierter Gartencenterbetreiber sind schließlich deutlich älter. „Alle 10 bis 20 Jahre muss sich auch ein Gartencenter deutlich verändern, um neue Akzente zu setzen, um neue Entwicklungen aufzugreifen und umzusetzen, um neu ins Bewusstsein der Kunden zu rücken, um auch weiterhin als modern und besuchenswert wahrgenommen zu werden“, so Erwin Meier-Honegger, der „Juniorchef“, wie ihn die Mitarbeiter nennen. Es geht aber auch darum, effektiver zu sein als früher, zu rationalisieren, wo es möglich ist. Das ‚alte Gartencenter‘ in Tann Rüti war nach heutigen Maßstäben nicht mehr effektiv. Das heißt, auch dort hätte investiert werden müssen, um den Standort zu optimieren.

Meier-Honegger: „Beim Rechnen kam man bald darauf, dass der Unterschied zu einem Neubau gar nicht so groß war.“ Zudem gab es noch andere Faktoren: Das Gartencenter lag in einem Wohngebiet, Anwohner fühlten sich gestört, die Zufahrt war schwierig.

Als dann ein verkehrstechnisch nahezu perfektes Grundstück nur 2 km entfernt vom jetzigen Gartencenter und mit direkten Anschluss an die Autobahn gefunden worden war, fiel die Entscheidung leicht. Im Vorfeld wurde geprüft, vom Büro des englischen Gartencenterplaners Malcolm Scott, dann von einem Planer von Großflächenmärkten und von einem Architekten, ob und wie sich der Zuschnitt für ein Gartencenter eignet. Alle kamen zum selben Ergebnis und Vorschlag für die Gartencenteranordnung.

NUR EIN GANZ NORMALES GARTENCENTER?

Ursprünglich hatte der weit und mit offenen Augen in der Welt herumgekommene Juniorchef den Traum, etwas ganz Besonderes und Einzigartiges zu entwickeln und viele neue Ideen zu etwas Neuem zusammenzufügen. Jetzt, kurz vor der Eröffnung, scheint er ernüchtert. „Viele Ideen scheiterten letztendlich an vielen Sachzwängen, es konnte nur wenig davon umgesetzt werden.“ So sei nun eigentlich ein ganz normales Gartencenter herausgekommen.

Ganz normal ist ein charmantes Understatement. Nicht nur wegen der Größe ist es für die Schweiz und Deutschland ein besonderes Bauvorhaben. Die neuesten tech-

nischen Erkenntnisse flossen ein. Aufgrund des Flächenzuschnitts und der Aufteilung war viel Sonderanfertigung notwendig.

Etwas gewöhnungsbedürftig ist vielleicht der Anblick eines zweistöckigen Betonbaus in Festbauweise mit vorgezogenem Dach über dem Eingangsbereich. Zwei Wochen vor der Eröffnung wirkte er zugegebenerweise noch etwas schmucklos. Die Welt des Gartencenters eröffnet sich, zumindest momentan, erst, wenn sich die Automatiktüren öffnen und den Blick freigeben. Das Glashaar – üblicherweise als Sinnbild des Gartencenters verstanden – kommt in seiner Größe und Modernität zur Geltung, wenn man den ersten Teil des Gartencenters durchschritten hat. V

EINGANG ALS ZENTRALER KUNDENTREFFPUNKT

Der Eingangsbereich selbst ist sehr durchdacht. Als eine Art zentraler Punkt konstruiert, treffen und verteilen sich hier die Kunden. Sie vom oberirdischen Parkplatz herein und treffen die Kunden, die aus dem unter der Erde gelegenen Parkplatzteil per Rollband nach oben gelangen. Von hier aus ist der Floristikbereich zugänglich für die eiligen Kunden, die nur für diesen Anlass kommen. Kundentoiletten für dringende Bedürfnisse sind ebenfalls am Eingang strategisch günstig platziert.

Die Kassen und der Ausgang sind ebenfalls hier angeordnet. „Viele plädieren für einen getrennten Ein- und Ausgang. Ich finde, das gehört zusammen, so können sich

| |
|--|
| <p>STANDORT</p>  |
| <p>BETRIEBSDATEN</p> <p>Garten-Center Meier, Dürnten/CH</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Firmengründung: 1894 ■ Gesellschaftsform: Familien-AG ■ Geschäftsführer: Erwin Meier-Albrecht, Erwin Meier-Honegger ■ Flächen: <ul style="list-style-type: none"> • Grundstück: 37 000 m² • Verkaufsflächen • Festbau: (zweistöckig) 3 000 m², • Glashäuser: 4 700 m², davon 2 600 m² frostfrei, 800 m² temperiert, 1 300 m² geheizt, Außenverkauf: 8 000 m² • Parkplätze: 327 mit Tiefgarage (80) ■ Mitarbeiter: Gesamtunternehmen 150, Gartencenter 70 ■ Weitere Geschäftsfelder: Garten- und Landschaftsbau, Floristik, Produktion, Dienstleistung, Restaurant (verpachtet) ■ Sortiment im Gartencenter: alle gartencenterrelevanten Sortimente ■ Kundengruppen: einkommensstarke Zürichsee-Kundschaft und Gartengenießler aller Einkommensgruppen ■ Einzugsgebiet: gesamtes Zürichseebecken ■ Mitgliedschaften: JardinSuisse, IGCA ■ Konkurrenzsituation: Hauptmitbewerber Landi, neu zusätzlich Kooperation Coop/Dehner • Öffnungszeiten: Montag bis Freitag von 8.30 bis 18.30 Uhr, Samstag von 8 bis 16 Uhr |

+++ KONTAKT



Ernst Meier AG
 Kreuzstrasse 2
 CH 8635 Dürnten
 Telefon +41 55 251 71-10, Fax -72
 info@meier-ag.ch, www.meier-ag.ch

Kunden nach dem Einkauf leichter treffen. Haben sie etwas vergessen, können sie nochmals zurückgehen und müssen nicht erst wieder den Eingang suchen“, steht als Überlegung Meier-Honeggers dahinter. Hier ist auch der Eingang des Beratungs- und Besprechungsbüros für die Dienstleistungskunden. Die Kunden des Garten- und Landschaftsbau sind – vom Umsatz gesehen – sehr gute Kunden, die hier gleich ihre Ansprechpartner finden können. Bei Bedarf begleiten sie „personal assistants“ durchs Gartencenter, um sie bei der Auswahl der passenden Ausstattung zu beraten.

Im Eingangsbereich sieht der Kunde gleich die Theke für Reklamationen. „Das signalisiert ihm, dass er bei uns mit seinem Anliegen ernst genommen wird“, so Erwin Meier-Honegger. War der Kunde mit etwas nicht zufrieden, so kann er sein Anliegen gleich loswerden und dann in Ruhe das Gartencenter besuchen. In Blickweite ist auch die Theke für die Pflanzenschutzberatung eingerichtet, eines der Paradeperle, für die das Gartencenter bekannt ist.

Von hier aus geht es per Lift oder Treppe in die ersten Stock. Dort oben, mit schöner Aussicht und Freiterrasse, ist ein Restaurant eingerichtet, das sich in drei Teile aufsplittet: einen Bedienteil (58 Sitzplätze) und ein Selbstbedienungsrestaurant (110 Plätze) mit warmen Mahlzeiten und ein Café (110 Plätze). Es wird von einem lokalen Gastronomen betrieben. Ein weiterer Raum ist als Buffetraum (100 Plätze) oder als mit moderner Technik ausgestatteter Seminar- und Konferenzraum für Firmen- oder private Veranstal-

tungen konzipiert. „Es gibt schon eine ganze Reihe von Vorbuchungen“, erklärt der Geschäftsführer, der damit offensichtlich eine kleine Marktlücke getroffen hat.

Für „Meiers Spielgarten“, die Kinderbetreuung, die an drei Wochentagen mit Fachkräften besetzt ist, wurden gegenüber Räume eingerichtet.

Der Platz ist attraktiv, es schön hell, man hat einen schönen Blick in die Weiten der Gewächshäuser oder auf Restaurantseite bis zu den Alpen.

RASCHER RUNDGANG

Doch zurück zur ebenen Erde. Der Blick von der Eingangshalle fällt gerade aus direkt auf Boutique und Saisonpflanzen, auf alles was Lust auf Wohnraum- und Gartenverschönerung macht. Paare können sich hier beim Gartencenterbesuch trennen: Sie geht direkt in die schönen Welten, er besucht die Hartwaren- und Gartentechnikabteilung rechterhand. Ganz an der Seite: die Werkstatt, der Bereich, der zuerst, schon vor Weihnachten, umgezogen ist. Im Gegensatz zum abgelegenen Standort im bisherigen Gartencenter liegt sie direkt am Kundenweg. Für Meier-Honegger ist sie enorm wichtig und gut ausgelastet. „Die Kunden gewinnen Vertrauen zu unserer Verkaufskompetenz, wenn sie sehen können, dass hier auch repariert wird“, sagt er.

Von hier aus erstrecken sich die weichen Sortimente mit vielen Boutique- und Dekoartikeln bis hin zu Gartenmöbeln und Gartengefäßen, wenn man der Querachse

7 Erwin Meier-Honegger hat trotz der großen Herausforderungen das Strahlen nicht verlernt

8 Die Augen zuhalten brauchen die Hasen jetzt wirklich nicht. Im neuen Gartencenter lässt es sich auch gut leben – zumal sie als erste in die Boutique einziehen durften



folgt. Geradeaus geht's in frostfreie Haus zu den Saison- und mediterranen Gewächsen. Die Gewächshäuser mit 4700m² Grundfläche rahmen in einem leicht spitzen Winkel die Freifläche von zwei Seiten ein. Im Gegensatz zu manch anderen führenden Gartencenterbetreibern setzt man bei Meier auf eine Freilandabteilung, die ihren Namen verdient und nicht im überdachten Gewächshaus stattfindet. „Authentischer mit engeren Kontakt zur Natur und zudem für die Pflanzen besser“, meint der Juniorchef. Den Aspekt Natürlichkeit unterstreicht das Holz, das für die Wegüberdachungen verwendet wird. In der letzten Spitze des Geländes geht die Rosenabteilung in einen Schaugarten über. Davon momentan zu sehen ist ein Pavillon. Alles andere soll nach der Eröffnung angelegt werden. Dann können die Kunden hautnah mitverfolgen, wie die Gärten entstehen – gleichzeitig Werbung für die Garten- und Landschaftsbauabteilung.

HARMONIE DURCH WEGE UND FARBEN

In Zusammenarbeit mit dem niederländischen Planer Cees de Haan, De Haan Retail Supportgroep aus Waalwijk wurden die Verkaufsräume gestaltet. Es kam zu einem Kompromiss zwischen der in den Niederlanden propagierten Ikea-Lösung mit eng vorgegebener Zwangswegeführung und dem an vielen anderen Stellen üblichen „alles auf einem Blick“. Längsachsen und Querachsen erlauben den Blick von einem Ende

der maximal 96 m langen und 79 m breiten Gewächshäuser bis zum anderen. Dazwischen sind immer wieder Wandelemente eingefügt, um kleinere Räume zu schaffen. Die Wege sind harmonisch geschwungen. Das Farbleitsystem, die graphischen Elemente, das neue CI inklusive des neuen Slogans „Der Treffpunkt für Gartengenießer“ entwickelte in vielen Stufen und Ausprägungen Simone Angst-Muth aus Würzburg und setzte es mit ihrer Agentur sam Agentur für Kommunikation um. (Wir berichteten darüber in „Grüner Markt“ in einer Serie zwischen September 2009 und bis April 2010. Unsere Abonnenten können unter Abo exklusiv, Rubrik Betriebsführung die Beiträge nachlesen). Die Farbe Grün steht für alles, was mit Pflanzen zu tun hat, Violett für kreative Bereiche und alles Schöne, Anthrazit für das Technische.

Im Gartencenter lenken große emotionale Plakate die Blicke auf die Beratungszonen. Die Beratungskompetenz sieht die Unternehmensleitung als einen wichtigen Punkt der Abgrenzung zum Wettbewerb, den man noch stärker als bisher herausstellen möchte.

Kompetenz ist auch, die Ware erlebbar zu machen. Das **Zeigen von Produkten in Funktion** wird daher noch verstärkt. Vor der Technikabteilung wird eine Fläche präpariert, auf der ein automatischer Rasenmäher fahren soll. Auch Komposter sollen hier zur direkten Anschauung aufgebaut werden.

Am anderen Ende des Centers sollen die Möbel zusammen mit passenden Accessoires vor der malerischen Kulisse der Alpen in der Ferne beim Kunden reale Wohnsituationen heraufassoziieren.

WENN'S EINMAL BRENNT...

Ein unerquickliches und immer neue Überraschungen bietendes Thema war der Brandschutz. Weil Erwin Meier-Honegger im Bereich Gartenmöbel einen freien Durchgang von Festhaus zum Gewächshaus als kundennäher ansah, kamen findige Verwaltungsköpfe auf immer mehr Ansprüche und Vorschriften, denen Folge zu leisten war und die die Kosten letztendlich in nie geplante Höhen trieben. „Hätte ich das am Anfang gewusst, hätte ich vielleicht doch die Trennwand eingebaut“, überlegt er im Nachhinein. Aber so kann er seinen Kunden ruhigen Gewissens versprechen, dass sie sich im sichersten Gartencenter befinden, mit einem Sicherheitsstandard wie für ein Fußballstadion – da kann nichts mehr passieren, selbst wenn es brennt.

AM NEUEN STANDORT

Was hat sich geändert?

- › Das Gartencenter ist kompakter geworden. Die Abteilungen sind näher beieinander und besser miteinander verbunden.
- › Der Kunde kann leichter von einem Bereich in den anderen gelangen und hat einen besseren Überblick.
- › Vom unterirdischen Parkplatz verspricht sich Meier-Honegger Vorteile für den Kunden: im Sommer ist es kühl und schattig, bei Regenwetter nicht naß, im Winter weniger unangenehm. Da die Einfahrt ebenerdig ist, sieht er auch die Hemmschwelle weniger hoch.
- › Die Beratungskompetenz wird herausgehoben und gestärkt.
- › Praktische Beispiele, Ware in Funktion, sollen dem Kunden noch mehr konkrete Anregungen geben
- › Das Restaurant bietet mehr Möglichkeiten als zuvor.
- › Ein neuer Konferenzraum zieht neue Kunden an und sorgt für PR.
- › Die Anfahrt ist einfacher.
- › Negativ ist die räumliche Entfernung der Produktion, die vorher eng verzahnt war.

FÜR DEN WETTBEWERB GEWAPPNET

Die Familie Meier hat mutig in die Zukunft investiert. Die Goldgräberstimmung in der Branche ist vorbei, Zuwächse sind nur noch marginal möglich. In dieser Zeit ist es ist ein klares Zukunftssignal, das Gartencenter in Position zu bringen. Nur so hat es auf längere Sicht Chancen, sich neben der wachsenden Macht der Filialisten zu behaupten.

TEXT: **Doris Ganninger-Hauck**
BILDER: **Ganninger-Hauck (8)**

WWW. GRUENER-MARKT.COM

Als Abonnent geben Sie in das Suchfenster auf der oben genannten Website den Webcode **dggm2071033** ein. Dort können Sie noch mehr über das Gartencenter Meier lesen, zum Beispiel, welche Auswirkung die zwangsweise um ein Jahr verschobene Eröffnung hat.

