



Lüske in Haselünnen.

Foto: Stedinger

Vorüberlegungen & Planung

Die Zeit ist reif

Bevor ein Gartencenter entsteht, müssen viele Informationen eingeholt werden und Entscheidungen getroffen werden. Dazu ist es hilfreich, sich eine Liste der Abläufe und zu klärenden Fragen zu erstellen.

Als Erstes müssen **Informationen** eingeholt werden: Sehen Sie sich möglichst viele erfolgreiche, aber auch weniger erfolgreiche Gartencenter an.

Es gibt eine Vielzahl von Gartencentern unter anderen in Deutschland, Holland und Umgebung, die schon fast alles richtig gemacht haben. Kontaktieren Sie einfach den Garten-Center Verband oder die Einkaufskooperationen. Man wird Ihnen professionell und erfolgreich weiterhelfen.

Gespräche und Erfahrungsaustausch mit anderen Gartencenterbetreibern werden Ih-

nen einen großen Wissensvorsprung bringen.

Fachzeitschriften geben Ihnen erste Hilfen. Ihrem Erfolg wird nichts mehr im Wege stehen. Fast nichts.

Geld regiert die Welt: Eine **Marktanalyse** muss grundsätzlich vor jeder kaufmännischen Entscheidung stehen. Bei einem finanziell bedeutsamen Entschluss, wie der Neuerrichtung, Erneuerung oder Erweiterung eines Gartencenters, sollte man sich schon wegen des professionellen Auftretens bei den Banken eines mit der Problematik

erfahrenen Standortanalytikers bedienen.

Investitionsplanung

Von den Planzahlen der Standortanalyse hängt vorrangig die Größe der Maßnahme ab. Aus dieser entwickelt sich ebenfalls die Höhe der notwendigen Investitionen. Es gibt eine grundsätzliche Faustformel für den Investitionsspielraum einer Gartencenter-Neuplanung:

Für die Miete stehen circa 8 % des Umsatzes zur Verfügung.



Abbildungen: ais

Lüske in der Totale.



Hervorgehobene Wegführung bei Lüske.



Fassade und Parkplatz bei Lüske.

Die Höhe der möglichen Investition kann in etwa dem erwarteten Umsatz des dritten Jahres entsprechen.

Wichtige Punkte für den Bauherrn:

► Bei jeder großen Investition sollte man professionelle Hilfen in Anspruch nehmen. Wenn man krank ist geht man auch zu einem Facharzt und plombiert sich nicht die Zähne selbst.

► Banken erwarten professionelle Kreditanträge.

► Überdenken der eigenen finanziellen Situation: Habe ich für das Vorhaben ausreichend Eigenkapital oder freie Sicherheiten?

Die Marktanalyse zeigt den Banken (die im Normalfall kein Gartencenter-Fachwissen besitzen), worauf sie sich einlassen sollen. Auch Sie selbst werden mit mehr Sicherheit an die Sache heran gehen können.

Gerade in Gebieten, in denen es noch wenig Gartencenter als Vergleichsobjekte gibt, zeigen sich Banken dieser Investition gegenüber anfangs manchmal etwas reserviert.

Banken wollen nicht nur die Investition durch Tabellen und Zahlen, sondern auch visuell begreifen. Aussagekräftige Architektenpläne spielen hier eine tragende Rolle. Ani-

mierte 3-D-Darstellungen werden Ihnen bei schwierigen Verhandlungen die Tore öffnen und Ihre Chancen erhöhen.

Eine Kostenschätzung, die alle Gewerke ihres Gartencenters erfassen, ist nur von einem erfahrenen Architekten zu erstellen. Finanzielle Planungssicherheit ist absolut notwendig.

Planung

Als Erstes muss man sich einen maßstabgerechten Lageplan des Grundstückes vom Katasteramt der Stadt oder des Kreises einholen. Der Architekt benötigt diese Daten vorzugsweise in digitaler Form.

Auf der Basis des Lageplanes, auf dem man die Grundstücksgrenzen, Abmessungen, vorhandene und Nachbarbebauungen erkennt, wird ein Übersichtsplan bzw. eine Generalplanung für das gesamte Grundstück entwickelt. Übersichtlichkeit und Klarheit in der Planung sollte dabei vorrangiges Ziel sein.

Die Gesamtentwicklung sollte nicht nur den aktuellen Ausbauschnitt enthalten, sondern auch die möglichen, halbwegs realis-

tischen Ausbauplanungen der nächsten 20 Jahre.

Sehr oft sehe ich vor fünf Jahren entwickelte Ausbauplanungen, die jetzt schon überholt sind. Mögliche zukünftige Entwicklungen müssen mit in die Planung einfließen. Denn es gibt genügend Beispiele, in denen Teil-Neubauten erfolgreicher Gartencenter wieder abgerissen wurden, weil der große Erfolg sie kurzfristig zur Erweiterung aufforderte.



Foto: U. Metzgerbauer

Udo Scheffler, Architektur-Ingenieurbüro ais.

Durch die geschichtliche Entwicklung der Gartencenter aus Produktionsgärtnereien in Stadtrandlage ergeben sich oft mannigfaltige Chancen, aber auch planungsrechtliche Probleme. Standorte außerhalb gewachsener Ballungsgebiete bedürfen meist einer Bebauungsplanaufstellung zur dauerhaften baurechtlichen Absicherung der Investition. Hier ist eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit der zuständigen Kommune wertvoll und die Hinzuziehung eines mit dieser Problematik geübten Architekten unerlässlich.

Hier geht es nicht nur um die planerische Zulässigkeit, sondern der Betreiber muss meist hart um die gewünschten Sortimente und deren Erweiterung kämpfen.

Die Genehmigungsbehörde will zwar oft einen „Pflanzenmarkt“ genehmigen, sperrt sich aber bei der Zulassung der für ein Gartencenter lebenswichtigen sogenannten innenstadtrelevanten Sortimente – wie Geschenkartikel und manchmal sogar der Schnittblumen.

Als planerischen Anhalt sollte man auf die mögliche Durchsetzung von circa 10 % der Verkaufsfläche oder maximal erlaubter 800 m² innenstadtrelevanter Sortimente beharren. Nur oft sollen diese Werte nicht erreicht werden, daher ist für die Durchsetzung großes Fachwissen, Verhandlungsgeschick und eine enge Zusammenarbeit Ihres erfahrenen Planers notwendig. Die Hürden des Genehmigungsverfahrens können hier leider nur grob angerissen werden, da hier immer orts- und fachspezifisch argumentiert werden muss.

Wegeführung

Über die Wegeführung ist bisher viel diskutiert worden. Zur Beruhigung: Es gibt viele

Wege nach Rom und durch ihr Gartencenter. **Theorie 1:** Rechts herum im Eingangsbereich ist richtig? Es kann so sein, muss aber nicht. Wenn Sie am Anfang einmal rechts herum hineingehen, werden Sie innerhalb des Gartencenters dann meist links herum gehen müssen. Einmal rechts, viermal links.

Viele Discounter gehen heute links herum hinein und dann immer rechts herum. Falsch machen kann man kaum etwas; es muss nur eine stimmige Gesamtplanung sein.

Theorie 2: Eingang durch die Kalthalle. Für mich spricht vieles dafür: Ich kann mir einen Windfang ersparen, da die Kalthalle nun einmal nicht so aufgeheizt wird wie eine Warmhalle. Der Kunde ist schon direkt in der, im Winter oft weniger attraktiven Pflanzhalle und muss nicht mehr hineingelockt werden.

An der Kalthalle kann sich ein zurzeit immer größer werdender überdachter Außenbereich anschließen, dem ein freier Außenbereich bzw. eine Baumschule folgt.

Zurück zur Kalthalle. Im gemütlichen Pflanzencafé noch ein Stück Kuchen oder ein deftiges Mittagessen einnehmen, den Ehemann mit Kindern in der Spieloase lassen und in Ruhe einige Wohnaccessoires in der mit Wärme und Gemütlichkeit erfüllten Warmhalle kaufen. Den Ehemann bezahlen/einpacken lassen und sich dauerhaft über die schönen Gartencenterartikel freuen.

So kann es richtig sein; aber es gibt genügend höchst erfolgreiche Gartencenter (u.a. Schlößer, Mauk, Schley), die zuerst den Kunden durch ihre wunderschöne Warmhalle führen, und ihn hier schon durch bunte Blüten und herrliche Accessoires wandeln lassen, so dass er den Rest des Gartencenters bis auf den letzten Quadratmeter erkunden will und die Kalthalle garantiert nicht auslässt.

Ich habe eins gelernt: Jedes Gartencenter ist anders, hat seine eigene Philosophie und jedes wird seinen eigenen richtigen Weg finden! Nichts ist schöner als immer wieder ein neues, oft völlig anderes Gartencenter planen zu dürfen und mit den Bauherren stolz auf das gemeinsam erarbeitete Ergebnis sehen zu dürfen.

Keine Theorie, sondern Praxis 3: Wegbreiten sollten den Bedürfnissen des jeweiligen Betriebes und seiner Größe angepasst werden. Eine Wegbreite von 2,00 m hat sich als grundsätzlich richtig erwiesen. Jedoch sollten größere Betriebseinheiten auch über Wegbreiten von 2,50 m bis 3,00 m nachdenken.

Denn Drängen und Schieben sollte den aussuchenden Kunden in der Hauptsaison erspart werden, wenn die Möglichkeit besteht, einen Einkaufswagen am Hauptweg zu parken um – höchst interessiert – und in Ruhe die Waren an den Nebenwegen zu erkunden.

Lagerräume

Lagerräume sollten circa 10 % der Verkaufsfläche betragen. Auf die richtige Breite muss geachtet werden. Zur besten Raumnutzung sollte man neben den erforderlichen Rangierflächen immer circa 130 cm Platz für Ware oder Paletten haben. Beim Lager kommt es nicht unbedingt auf die Größe, sondern auf die optimale Ausnutzung der Fläche an. Vorsicht bei der Lagerhöhe: Hier können Bauvorschriften schnell dafür sorgen, dass die Brandschutzvorschriften eine sehr teure Sprinkleranlage notwendig machen. Manche Landesbauverordnungen lassen sonst ggf. keine zusammenhängenden Lagerflächen, größer als 500 m², zu.



Die Kassenzone bei Lüske.



Café-Außenbereich bei Lüske.

Abbildungen: als

Sozialräume

Sie müssen den Vorschriften der Bauordnung und dem Arbeitsschutz entsprechen.

Falls mehr als 20 Mitarbeiter/innen in einer Schicht arbeiten, wird die Errichtung eines Liegeraumes notwendig. Hier kann Ihnen Ihr Architekt sicherlich weiterhelfen.

Die Sozialräume sollten nicht zu klein bemessen sein. Ihr Personal wird es Ihnen danken.

Parkplätze

Parkplätze müssen den Vorschriften der jeweiligen Bauordnung entsprechen. Die Breite sollte 250 cm nicht unterschreiten, die Fahrbahnbreite muss möglichst breit sein, sonst wird das Rangieren zur Qual, Stauungen und Karambolagen sind die Folge.

Bei der erforderlichen Anzahl der Stellplätze müssen verschiedene Ziele betrachtet werden: Da das Gartencenter ein saisonaler Betrieb ist, sollten zur Hauptsaison genügend Stellplätze vorhanden sein. Hier besteht die Möglichkeit sogenannte Schotterrasen-Stellplätze zusätzlich für die Hauptsaison vorzuhalten.

Achtung: Manche ungeübte Baubehörden verlangen ggf. von Ihnen Stellplätze nach der Stellplatzverordnung von Discountern (Aldi und Co.). Das kann dazu führen, dass ein 5.500 m² großer Betrieb bis zu 275 Stellplätze vorhalten muss.

Schön, wenn Sie so viele Kunden haben, schlecht wenn Sie für unnötige Stellplätze ein teures Grundstück kaufen, Stellplätze bezahlen und errichten müssen. Hier sollten entsprechende Argumente für die Anzahl der notwendigen Stellplätze gegenüber den Behörden dargelegt werden.

Fassaden

Der Gestaltung der Fassaden ist zwischenzeitlich kaum mehr eine Grenze gesetzt. Es ist zunehmend der Trend zu sehr modernen Fassaden zu erkennen. Horizontale, große Glasscheiben mit hochwertig anmutenden farbigen Aluminiumsprossen haben nicht nur aus optischen, sondern auch aus energetischer Sicht einen Sinn. Vor zehn Jahren wurde solch eine moderne Gestaltung für ein Gartencenter mit Argwohn gesehen, man hatte die berechtigte Befürchtung, dass der Kunde nicht auf den ersten Blick das Gartencenter-Gebäude erkennt. Da der Kundenkreis jedoch ständig jünger und moderner wird, erwarten viele auch eine moderne Gartencenter-Architektur. Der Trend zur Individualisierung jedes Gartencenters

Das Grundstück

Lage des Grundstücks/Standort

- Beurteilung der Standort-Qualität
- Verkehrsanbindung
- Lage der Mitbewerber
- Größe und Leistungskraft der Mitbewerber
- Kaufkraftbeurteilung
- Lage der Zufahrt
- Erschließung
- Wasserversorgung (Brunnen)
- Größe der gewünschten Verkaufsfläche
- Sichtbarkeit der Immobilie
- Werbewirksamkeit
- Werbeflächen Genehmigung (Pylon) Abstand BAB, Bundesstraße, Kreisstraße
- Genehmigungsfähigkeit des Objektes
- Auflagen zur Begrünung

Grundstücksgröße

- Größe der Verkaufsfläche
- Größe und Lage der Nebenflächen
- Stellplatzbedarf und seine Flächenauswirkung
- Verfügbarkeit von geeigneten Grundstücken
- Anfallende Kosten für den Grundstückskauf berücksichtigen

Grundstückszuschnitt

- Die vorhandenen Möglichkeiten im Grundstücksangebot
- Verfügbarkeit von geeigneten Grundstücken
- Größe und Zuschnitt des Gebäudes
- Größe und Zuschnitt des Außenverkaufes
- Größe und Zuschnitt des Anlieferbereiches
- Größe und Zuschnitt der Parkplatzanlage
- Abstandsflächen beachten

Beschaffenheit des Grundstücks

- Möglichst ebene Grundstücksfläche
- Gleichmäßiges Gefälle, um unnötige und teure Tiefbauarbeiten zu reduzieren
- Altlastenfreiheit
- Keine Altlasten: Aufschüttung nach dem 2. Weltkrieg, da dann der Käufer für die erheblichen notwendigen Tiefbauarbeiten als Vorbereitung für den Kampfmittelräumdienst aufkommen muss
- Grundwasserstand unterhalb der Gründungsebene
- Ausreichende Tragfähigkeit des Baugrundes.
- Prüfung der Bebaubarkeit in genehmigungsrechtlicher Hinsicht

Baugrund

Der Baugrund kann die Kosten eines Bauwerkes stark beeinflussen. Ein hoher Grundwasserstand führt zu hohen Wasserhaltungskosten bei den Tiefbauarbeiten und führt oft zur Destabilisierung des Baugrundes. Ein bindiger Boden ist sehr abhängig vom Grundwasserstand und vom jahreszeitlich bedingten Auftreten des Oberflächenwassers.

In einer langen Trockenperiode ist dieser Baugrund sehr tragfähig, wird dieser nass, ist er so instabil, dass ein erheblicher Aufwand zur Bodenstabilisierung erforderlich wird. Ein felsiger Untergrund zeigt gute Boden-Kennwerte, jedoch wird das Ausheben jeder Baugrube zu einem teuren Unternehmen.

Unebene Geländeformationen führen zu starken Auf- und Abtragsarbeiten.

Diese Kosten können noch akzeptabel sein, jedoch ist immer daran zu denken, dass Abtrag und Abfuhr von Bodenmaterialien sehr kostspielig sind.

Materialauswahl Pflaster

Verbundsteinpflaster
Pflaster, Maschinen-verlegbar, daher kostengünstiger.
Form als Knochenpflaster

Materialstärke innerhalb der Zufahrt 10 cm
Materialstärke innerhalb der Anlieferung 10 cm
Materialstärke innerhalb der Parkplätze 8 cm

Im Stellplatzbereich versickerungsfähige Materialien, Schotter, Rasenschotter, Rasensteine, versickerungsfähige Verbundpflastersteine.

Materialstärke im Parkplatz und Anlieferungsbereich ggf. 8/10 cm
Auswahl der Farben, Rot-Bunt, Grau, Anthrazit, Rot oder Braun.

Asphalt als Material für die Stellplatzanlage möglich, jedoch sollte man auf einen geraden Zugschnitt achten, da sonst mit unwirtschaftlichen Kosten zu rechnen ist. Asphalt ist für große Parkplätze oder längere Zufahrten sehr wirtschaftlich und schnell in der Ausführung.

Markierungsarbeiten bei Asphalt und Verbundpflaster mit weißen Markierungstreifen, bedeutend haltbarer sind Kunststoffbeschichtungen, aber leider auch teurer. Bei Verbundpflaster können auch farbige Steine für die Markierungen eingesetzt werden.

ist ungebrochen und verstärkt sich mit der Dichte der Mitbewerber.

Eingang

Der Eingangsbereich spielt die größte Rolle bei der Individualisierung und bietet eine Möglichkeit, sich von den Mitbewerbern zu unterscheiden.

Hier gibt es viele Möglichkeiten, die auch mit vernünftigen Herstellungskosten eine wunderschöne Architektur ermöglichen. Die Außenwirkung des Objektes sollte mit der Umgebungsarchitektur abgestimmt werden.

Integrierte Großstadt-Standorte müssen auf Verlangen der Behörden oft möglichst modern gestaltet werden, ohne die Eigenständigkeit der Gewächshaus-Architektur zu gefährden. Center in ländlicher oder historischer Umgebung haben die Möglichkeit, hervorragende Standorte durch eine Anlehnung an englische Glasarchitektur zu besetzen. Der Gewächshausbau bietet eine Vielzahl von kostengünstigen Gestaltungsmöglichkeiten. Der Architekt muss nur gut mit dem zur Verfügung stehenden „Baukosten“ umgehen können, dem ihn die verschiedenen Gewächshausbauer bieten. Der zur Verfügung stehende Kostenrahmen darf niemals außer Sicht gelassen werden.

Wir sollten unsere wunderbaren Gartencenter niemals durch einen Einheitsbrei, wie er bei vielen Baumärkten zu sehen ist, verhandeln. Wir haben das Glück, Aufsehen erregende Glasarchitektur kostengünstig erstellen zu können und so die Eigenständigkeit der Gartencenter-Architektur als beste Außenwerbung zu nutzen.

Packen Sie es an – die Zeit ist reif!

Gastronomie

Fast jedes von uns geplante Gartencenter über 4.000 m² überdachter Verkaufsflä-

che hat ein integriertes Café. Es muss nicht groß sein, aber es sollte unverwechselbar zu Ihrem Gartencenter gehören. Nutzen Sie die Wirkung der Pflanze als Gestaltungselement. Ein überdachter Außen-Sitzplatz macht den Aufenthalt während der oftmals heißen Saisontage zum angenehmen Erlebnis.

Ein Café steigert die Aufenthaltsqualität Ihres Betriebes. Im Außenbereich liegende Center können mit preiswerten Angeboten zum Ausflugsziel heranreifen.

Verdienen können nur die wenigsten Betreiber etwas mit ihrem Café.

Wenn Sie unnötige Verluste vermeiden wollen, versuchen Sie einen Bäcker mit Backshop und Café zu integrieren, hier kann man bei einer entsprechenden Standortwahl sogar eine gute Miete erzielen.

Bodenbelag

Klassisch wählt man aus schalldämmungstechnischen Gründen einen **fasenlosen Betonverbundstein-Pflaster-Belag**.

Die Farbe sollte nicht zu hell und damit fleckempfindlich sein. Grau ist etwas trist, ein in sich bunter Stein, wie er erstmals vor 20 Jahren in vielen holländischen Gartencentern zu sehen war, ist immer noch eine gute Wahl. Wichtig: Schwarz aus der Mischung heraushalten, sonst hat man 2 m² große „Öl“-Flecken im Verkaufsraum.

Es gibt wichtige Gründe gegebenenfalls **Terrazzo-Platten** im Verkaufsraum zu verlegen. Betonverbundpflaster staubt erheblich mehr als ein geschlossener Terrazzo-Belag. Daher ist er in der Warmhalle oft eine gute Wahl. Leicht zu reinigen, hochwertig und (wenn er nicht auf einer Betonplatte verlegt wird), sogar erschwinglich.

Betonsteinpflaster in Verbindung mit einer Fußbodenheizung ist meines Erachtens keine gute Idee. Sie machen die schon aus

Prinzip träge Fußbodenheizung langsam wie eine Schnecke.

Glaswände

Eine gläserne, transparente Außenhaut ist das Nonplusultra der Gartencenter-Architektur. Jedoch sollte man besonders lange eintönige Fassaden gliedern.

Hier gibt es so viel Möglichkeiten der Gestaltung, wie es Gartencenter in Deutschland gibt.

Gliederungen können u.a. aus farbigen Betonflächen, Natursteinfassadenplatten, Gabionenwänden, Rankgerüsten mit flächendeckender Begrünung, großen Werbe- oder Imagetafeln mit plakativen Pflanzenabbildungen, in den Glasfassadenflächen integrierte farbige oder Holzgeprägte Einlagen und vielen anderen individuellen Gestaltungsmöglichkeiten bestehen.

Jedoch sollte man nicht mit dem Glas übertreiben. Meist werden vor die Fassaden Regale gestellt mit einer Höhe von über 300 cm. Damit die oft unansehnlichen und mit Spinnenweben durchzogenen Rückseiten der Regale den Kunden nicht den „Appetit“ verderben, sollten getönte Scheiben zur Auswahl kommen. Nicht zu schwach getönt, dann wirken die Scheiben dreckig. Sind sie zu dunkel, wird Ihr Verkaufsraum seinen lichtdurchfluteten Charakter verlieren.

Seitenwände müssen nicht verglast sein. Die Wandseiten zum Außenverkauf sollten transparent bleiben, damit der Kunde in die Baumschule „gesogen“ wird.

Die Zeiten von Einscheiben-Verglasung sind nun zum Glück schon seit Jahren vorbei, aber ich sehe wieder Gartencenter mit seit mehr als zehn Jahren unüblichen ATK Gummi-Eindichtungen, die kaum UV- und Einbruchschutz besitzen und schon in wenigen Jahren aushärten. Das Gebäude wird undicht und unansehnlich. Kleine Spinnen und Insekten kriechen durch die Fugen und besorgen den Rest.

Man sollte die hervorragenden Entwicklungen der deutschen Gewächshausbauer für sich ausnutzen und nicht wieder auf Billigst-Lösungen, die nur wenige Jahre unseren Ansprüchen entsprechen, zurückgreifen.

Das Wichtigste: Bedienen Sie sich in Gestaltungsangelegenheiten eines Profis, der sich mit dem Repertoire des Gewächshausbaus auskennt.

Der Architekt Dipl.-Ing. **Udo Scheffler** betreibt in Castrop-Rauxel das Architektur-Ingenieurbüro ais und hat im Lauf der Jahre bereits über 40 Gartencenter geplant und gebaut. ▀