

## Interview

# Trends im Verkaufsgewächshausbau

Architekt Udo Scheffler erzählt von seinen Beobachtungen am Markt.

## Sind weiterhin repräsentative Eingangsportale gefragt?

Mehr denn je, denn der Eingang ist und bleibt das hervorstechende Stilelement zur repräsentativen Gestaltung des Gartencenters. Die Erneuerung eines Eingangsbereiches an einem bestehenden – aber gestalterisch aus der Mode gekommenen Gartencenters – ist eine gute Gelegenheit, frischen Wind in das äußere Erscheinungsbild zu bringen. Kurz gesagt: Der Eingang ist das prägende Gestaltungs- und Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Kunden und den Wettbewerbern.

## Wie üppig dürfen sie sein?

Wo die individuellen Grenzen des Repräsentationsgedankens liegen, obliegt dem Geschmack und Geschick des Bauherrn und seines beratenden Architekten. Gartencenters haben sich aus einer kaufmännischen Nische herausgearbeitet und sind nun allseits anerkannte Wirtschaftsunternehmen. Als diese dürfen sie auch ihren Anspruch in der Gebäudegestalt verwirklichen. Fast 50 % des Gestaltungsanteiles bei der Planung eines Gartencenters liegen bei der Wahl der Eingangsgestaltung. Sie muss immer harmonisch zum Gesamtbild der Anlage passen, sonst kann sie unter Umständen als zu üppig oder unpassend empfunden werden. Den Königsweg gibt es auch hier nicht, jedoch wird die

naturgetreue 3D-Animation des Architekten in der Planungsphase Fehlentscheidungen frühzeitig erkennen lassen.

## Welche Materialien werden bevorzugt?

Es gibt so viele Gestaltungsmöglichkeiten wie Gartencenters in Deutschland. Hierbei spielt eine mögliche alternative Materialwahl die tragende Rolle. Natürlich sollte bei einem Gartencenters in der Fassade Glas das vorherrschende Element sein. Glas setzt uns zu anderen Verkaufsstätten in ein besonderes Licht, es erstickt uns nicht im gestalterischen Einheitsbrei der Baumärkte. Die Mischung von Materialien wie Glas, Naturstein, Holzwerkstoffen, glänzendem Blech, farbigen Putzflächen oder gar modernen Betonelementen zeigen den Reiz des Machbaren.

Wie in der Gartengestaltung können wir hier auch mit Naturwerkstoffen gestalterisch spielen. Allerdings sollten wir sie nur akzentuiert einsetzen, da sie sonst den Blick vom Wesentlichen ablenken könnten.

Zurzeit ist u.a. ein Trend zu gemauerten Eingangsportalen zu erkennen. Hier sollte darauf geachtet werden, eine großzügige gläserne Eingangspforte zu verbauen. Eine im Verhältnis zu kleine „Tür“ in einem großen geschlossenen Eingangsbereich wirkt unter Umständen verengend und kann im Inneren als zu dunkel empfunden werden.

Allerdings: Es stört in den Niederlanden niemanden, dass das Gartencenters vom riesigen Eingangsbereich durch eine geschlossene zwei mal zwei Meter kleine Tür zu erreichen ist.

## Wohin geht der Trend bei der Eindeckung?

Die klare Aussage: Solange wir lebende Pflanzen anbieten, wird auch Glas oder

Polycarbonat das vorherrschende Dacheindeckungsmaterial bleiben. Jedoch macht es Sinn, in Boutique- und Hardwarebereichen gezielt Sandwichprofile (z.B. auf der Südseite zum Schutz gegen UV-Strahlung) einzusetzen. Hier ist darauf zu achten, die Produkte mit künstlichem Licht gezielt in Szene zu setzen. Der Lagerbereich hingegen muss geschlossen eingedeckt werden. Hier wird es meist nur (schattierte) durchsichtige Flächen in den Lüftungsbereichen geben.

## Energiesparpotenziale

**Konstruktion:** Der moderne deutsche Gewächshausbau hat mit Entwicklungen wie Thermo 26 / 36 oder Ecolite früh auf die Energieverteuerung reagiert. Deren energetischer Vorteil ist jedoch mit nicht unerheblichen Mehrkosten verbunden und mancher Bauherr wählt besser eine Außenüberdachung als die Energieeinsparung, denn die bringt keinen Mehrumsatz.

Ebenso ist es manchmal unumgänglich, Polycarbonat als Isolierglas zur Dacheindeckung zu verbauen, denn erst muss das Geld für das neue Gartencenters verdient werden. Nur sollte bedacht werden, dass auch Energiekosten, genau wie Finanzierungskosten, jährlich anfallen.

Es ist festzustellen, dass das Interesse der Bauherren, bei gefallen Energiepreisen mehr Finanzmittel in die Energieeinsparung zu investieren, sofort nach einer Stabilisierung des Energiemarktes nachlässt. Die nächste Energiekrise wird kommen und dann wird der Markt für diese Innovationen auch wieder schnell und sprunghaft anziehen.

**Heizungsanlage:** Die Mehrkosten für eine Brennwert-Kesselanlage sind überschaubar und bei einem Einsparpotenzial von gut 10 % auch wieder schnell (circa fünf Jahre) amor-

Udo Scheffler  
Architekt Dipl.-Ing.  
Architekt.







Fassade mit Eingangsportal und Eye-Catchern von AIS Scheffler. (AIS Scheffler)



Einsatz eines „Brückenelementes“ zur Verbindung von Parkplatz, Café und Gartencenter. (AIS Scheffler)

tisiert. Der Markt der alternativen Brennstoff-Quellen – wie Pellets, Kohle oder Hackschnitzel – befindet sich in einem fast vier-jährlichen Wandel und ist damit schwer zu überschauen. Hier sollte man grundsätzlich langfristig denken, damit nicht nur der Heizungsanlagenhersteller seinen Gewinn daraus ziehen kann. Erste Bürgerpflicht bei einem Neubau ist die bessere Wärmedämmung.

**Beleuchtung:** Die Auswahl an modernen Beleuchtungssystemen ist sehr groß und er-

scheint manchmal auch unübersichtlich. Für den Einsatz von LED-Leuchten zur Hauptausleuchtung des Gartencenters ist es zur Zeit noch zu früh, jedoch werden wir in den nächsten Jahren hier ein riesiges Einsparpotenzial erwarten dürfen. Im LED-Bereich sind aber schon jetzt sehr interessante Angebote für die Spot-Beleuchtung zu erhalten.

**Ausblick:** Die nächsten Jahre werden sehr spannend: Es entstehen Gartencenter, deren Entwicklung vor wenigen Jahren noch nicht

einmal in der Fantasie zu erkennen war. Diese Aufträge sind bei uns schon in der Realisierungsplanung. Es ist jedoch nachvollziehbar, dass die Bauherren ihre Projekte noch nicht für eine Veröffentlichung freigeben.

Warten wir noch einige Zeit ab, dann werden wir Gartencenter mit größeren Scheibenmaßen (u.a.) und sehr interessanten Gestaltungselementen betrachten können. ▶

Udo Scheffler Architekt Dipl.-Ing. Architekt  
[www.ais-scheffler.de](http://www.ais-scheffler.de)

Das Marketing-Magazin

# markt. = grün

[www.markt-in-gruen.de](http://www.markt-in-gruen.de)

Mai 2011  
 27. Jahrgang

5