

# Ein steiniger Weg bis zum Neubau

Nicht nur gestandene Inhaber, auch „frische“ Unternehmer wagen ihn trotz Wirtschaftsdruck und Bankentrating: den steinigen Weg bis zum Neubau eines Gartencenters. Welche Hürden dabei zu überwinden sind und an welchen Stellen man sich unbedingt Hilfe suchen sollte, darüber sprach TASPO GartenMarkt mit Beratern, Architekten und Bauherren der grünen Branche.

Von Katrin Klawitter

Eines sollte man gleich vorweg klar stellen: Wirkliche Branchenanfänger treten diesen Weg nicht an. „Branchenfremde gründen in der Regel keine Gartencenters. Eher sind es neben den bestehenden Unternehmern ehemalige Mitarbeiter – Marktleiter, Abteilungsleiter. Allesamt Menschen mit einer gewissen Affinität zum Gartencenterbereich, zu Pflanzen und zum Marketing“, sind die Erfahrungen von Udo Scheffler, Inhaber des Architekturbüros Scheffler in Castrop Rauxel, das mittlerweile schon 40 Gartencenters beim Bau betreut hat. Branchenkenntnisse zu haben, sei auch zwingend notwendig, zumal man schon einen beträchtlichen Betrag in die Hand nehmen müsse, um einen solchen Schritt zu wagen.

## Eckdaten und Mindestflächen

Als Eckdaten, mit denen ein Bauherr bei der groben Kostenplanung erst einmal rechnen muss, nennt der Experte:

- 40 bis 140 Euro je Quadratmeter für das Grundstück,
- 460 bis 680 Euro je Quadratmeter für Verkaufs-, Lagerflächen inklusive Sozialräume, Parkplätze, Nebenflächen

- sowie 65 bis 90 Euro je Quadratmeter komplett für die Einrichtung
- und noch einmal 80 bis 115 Euro je Quadratmeter für den Warenbestand.

Mindestflächen, mit denen man bauen sollte, gibt es laut Scheffler nicht – vielerorts seien Flächen einfach so teuer, dass die finanziellen Möglichkeiten der begrenzende Faktor seien. „Je weiter im Süden, desto teurer die Flächen.“ Folge: Mittlerweile werden auch im Norden Gartencenters neu gebaut, das sei vor einigen Jahren noch eine große Ausnahme gewesen. „Der Norden hatte bisher eine Erzeuger-, keine Gartencenterkultur“, so der Architekt.

Verkaufsflächen zwischen 5.000 und 6.500 Quadratmetern funktionieren nach den Erfahrungen Schefflers auch in der Nähe eines filialisierter Mitbewerbers in der Regel gut, eine Größe unter 4.000 Quadratmetern Verkaufsfläche seien nur in Ausnahmefällen oder in ländlichen Gebieten zu empfehlen.

Mit welchen Erträgen kann ein durchschnittliches Gartencenters derzeit in etwa rechnen? Das lässt sich nach Erfahrungen der Berater nicht beziffern. Die Erträge im Einzelhandel insgesamt sind sehr stark von der erzielten Kalkulation abhängig, erläutert dazu Unternehmensberater Daniel Schnödt vom Teamscio (Steinheim/Westfalen). „Das ist keine Weisheit – aber große Filialunternehmen legen immer mehr Wert auf einen kompletten Mehrverkauf ohne Reduzierungen zugunsten des Deckungsbeitrages und verzichten dabei bewusst auf Masse.“

## Wie lässt sich die richtige Fläche finden?

Eine der besonders großen Hürden für einen Neubau liegt darin, die richtige Fläche zu finden. „Wohl dem, der räumlich nicht gebunden ist“, könnte man es auf



CAD-Animation: Der Pflanzhof Weingärtner (Lilienthal) entsteht auf rund 20.000 Quadratmetern Grundstück.

den Punkt bringen. Denn ein guter Weg, um an gute Flächen zu kommen, ist die Suche mancher Gemeinden und Wirtschaftsförderer. Beispielsweise, wenn für einen guten Standort neben einem neuen großen Discounter ein Betreiber für ein Gartencenters gesucht wird. „Oftmals fahnden die regelrecht nach Gründern – Gartencenters sind gern gesehen“, sind Schefflers Erfahrungen. „Solche Standorte liegen oftmals weit von anderen filialisierter Gartencenters entfernt, so dass diese aufgrund der Entfernung zu ihren eigenen Filialen hieran kein Interesse haben.“ Deshalb sei es empfehlenswert, Wirtschaftsförderer einer oder verschiedener Regionen auch von sich aus anzusprechen.

Es gibt also regionale „Zwischenräume“, in denen eine lohnenswerte Gründung noch möglich ist. Vorteil des Weges über Bürgermeister oder Wirtschaftsförderer: Der spätere Weg von

Grundstückspreisverhandlungen bis hin zu Genehmigungen wird vermutlich einfacher zu bewältigen sein.

Auch für alle anderen, Ortsgebundenen gilt es, den richtigen regionalen Standort zu finden und unbedingt einen Standortanalytiker mit großer Erfahrung mit Gartencenters hinzuziehen, empfiehlt Scheffler. Wichtige Grunddaten und Informationen über Einzugsgebiete können hier die örtlichen Industrie- und Handelskammern liefern. In beiden Fällen sollte man aber bereits vorher zumindest einen Budgetplan, eine Kurzanalyse in der Tasche haben, seine Grunddaten kennen, um gewappnet in solche Gespräche zu gehen. Hier kann der Anschluss an eine Kooperation durchaus von Vorteil sein, weil diese „Anfangspakete“, allgemeines Zahlenmaterial, im konkreten Fall auch Standortanalysen liefern. „Man braucht gute Berater, die sich beispielsweise auch beim Verband Deutscher Gartencenters finden lassen“, empfiehlt Scheffler. Grundsätzlich hilfreich sei es, Kollegen zu befragen. „Natürlich keine potenziellen Mitbewerber, sondern Kollegen aus anderen Regionen oder sogar Bundesländern.“

## Die Banken überzeugt nur ein gutes Konzept

Erst, wenn passende Flächen gefunden sind, setzt die Tätigkeit von Unternehmensberater Daniel Schnödt ein. Seine Dienstleistung ist eine konzeptorientierte Gründungsberatung, die zur Hälfte durch die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) gefördert wird, wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind und sofern man nicht nur eine sogenannte Vorgründungsberatung in Anspruch nehmen möchte: Zum einen muss der künftige Bauherr Flächen gefunden haben. Zum anderen – und das ist laut Schnödt das A und O einer erfolgreichen Neugründung – muss er mit einem wohl durchdachten und Erfolg versprechenden Konzept überzeugen, das er



Berater Daniel Schnödt.

„Bei individuellen Konzepten akzeptieren Banken nur fundierte Berichte, die eindeutig Alleinstellungsmerkmale aufzeigen.“

Daniel Schnödt

zumindest schon ansatzweise im Kopf haben sollte. Denn vom Konzept hängt es auch ab, in welcher Form die Bank Sicherheiten fordert und in welcher Höhe sie zur Finanzierung bereit ist.

Was genau beinhaltet ein gutes Konzept, bei dessen Erstellung der Berater zur Seite steht? „Bei individuellen Konzepten akzeptieren Banken und Förderer nur perfekte und fundierte Berichte, die eindeutig Alleinstellungsmerkmale aufzeigen. Ausgesuchte Nischen im gesamten Angebot, die leicht zu berechnen sind und eine Geschichte, die dahinter steht“, sind Schnödts Erfahrungen. „Eine Planung in die Zukunft ist nicht mit Zahlen aus der Vergangenheit zu vergleichen“, weiß er. Deshalb werde auch keine Bank aufgrund von berechneten Umsatzerwartungen eine Finanzierung zusagen. Das Konzept an sich müsse überzeugen. Es müsse verschiedene Blickrichtungen berücksichtigen, die eigenen Stärken darlegen, Alleinstellungsmerkmale aufzeigen, Benchmarks setzen, aber auch die Stärken der Mitbewerber, eventuelle Gefahren, den ‚worst case‘ aufzeigen, fasst der Berater zusammen.

„Existenzgründungsmodelle vom Steuerberater, Rechereinen

mit Umsatz je Quadratmeter, so etwas wollen die Banken heute nicht mehr.“ Zusammen mit einer hieb- und stichfesten Analyse entscheide dann auch das persönliche Gespräch bei der Bank wesentlich darüber, welches Risiko diese letztendlich eingehen. „Der Banker muss davon überzeugt sein, dass er Vertrauen zum Unternehmer haben kann.“ In der Regel fordern die Banken bei Neugründern sonst große Sicherheiten: „Eine abbezahlte Immobilie, Lebensversicherungen, ein bestehendes, abbezahltes Gartencenters, ein Grundstück – möglichst 100 Prozent Deckung“, sind Schnödts Erfahrungen.

Im schlimmsten Fall werde die Investitionssumme auf unbewegliche Güter meist schon in der Entstehung nur noch mit 20 bis 30 Prozent gewertet. Das heißt, wenn die Immobilie eine Million Euro gekostet hat, gilt sie nur mit 250.000 Euro als Sicherheit.

## Beratungsangebote – welche gibt es?

Stehen das Konzept und die Finanzierung, können Bauherren auch für den weiteren Verlauf Hilfe in Anspruch nehmen. Berater wie Daniel Schnödt bieten Betreuung – von der Umsetzung des Konzeptes in ein Raumkonzept („Hier planen wir die drei Faktoren Raum, Ware und Mensch detailliert“) – bis hin zu einer kompletten Eröffnungsplanung oder einem Werbe- und Kommunikationskonzept. Bauherren können hier wählen, Beratungsverträge auch für einzelne Bestandteile abschließen. „Die Kosten für die Beratung sind im Vergleich zum Gesamtaufwand der Investition gering“, beruhigt Schnödt.

Wenn es beim eigentlichen Bau konkret wird, es um die Grundstücksform, Lage, Gefälle und später natürlich die Bauteile geht, dann ist der Architekt der richtige Ansprechpartner. Er betreut den Bauherrn von der Handskizze über den CAD-Entwurf bis hin zum Bau und der Gestaltung der Außenflächen.

Im Bau von Gartencenters erfahren Architekten stehen in der Regel mit unterschiedlichen Gewächshausbauformen in regelmäßigem Kontakt, können auch auf dem kurzen Weg klären, was möglich und umsetzbar ist und den Bau entsprechend ausschreiben. Umgekehrt können aber auch Gewächshausbauformen die ersten Ansprechpartner sein, wenn man sich konkret für einen Anbieter entschieden hat.

Immer gilt dabei: „Ein Berater ist auch ein Coach und Lebensbegleiter. Neben den qualitativen Merkmalen einer guten Beratung und einem fundierten Grundwissen ist daher das persönliche Miteinander und das Vertrauen eine wesentliche Grundvoraussetzung“, fasst Schnödt zusammen.

Welche entscheidenden Vorteile bietet eine Kooperation bei der Neugründung eines Gartencenters? Laut Schnödt

## Wie würde Ihr eigenes Gartencenters aussehen?

Wenn Sie selbst ein neues Gartencenters errichten wollten, wie würde das aussehen?, fragte TASPO GartenMarkt

Architekt Udo Scheffler: „Ich würde immer mit Profis arbeiten. Ich würde eine dem Standort entsprechende Optik, in ländlichen Gebieten eher eine traditionelle (englische) Gestaltung wählen. In Großstädten und Ballungsräumen dagegen würde ich eher nach außen hin modern gestaltete Fassaden mit gegebenenfalls hoher Stehwand und modernen Eingängen bevorzugen. Wichtig ist meines Erachtens eine angepasste Gestaltung, die sich positiv von vorhandenen oder zukünftigen Mitbewerbern unterscheidet. Besonders in kalten Regionen mit langen Wintern rate ich zu der Überlegung, größere Teile des Außenverkaufs zu überdachen und über die Wände und das Dach großflächig zu lüften und zu klimatisieren. Und ich

würde immer eine sehr gute, dauerhafte Gewächshauskonstruktion mit sehr guter Wärmedämmung wählen. Die anfangs höheren Erstellungskosten verzinsen sich im Laufe der Jahre gewinnbringend. Ich würde eine moderne Brennwertheizungsanlage installieren. Mein Gartencenters würde ich als Vollsortiment-Gartencenters mit einem starken Pflanzenbereich ausrichten – als Erlebnisgartencenters. Nicht davon abhalten lassen würde ich mich, wenn alle Vorzeichen positiv stehen, mein Traum-Gartencenters zu realisieren.“

Berater Daniel Schnödt: „Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Gartencenters dann gut ‚funktionieren‘, wenn sie sich fokussieren, klare Schwerpunkte setzen. Nicht nur im Sortiment, auch später bei Aktionen und Werbeauftritten. Beispielsweise sich nur auf bestimmte Events konzentrieren oder nur auf ei-

nen ausgezeichneten Internetauftritt setzen. Zur Nutzung neuer Medien rate ich sehr, der hohe Aufwand für eine gute Homepage rechnet sich immer. Unser Slogan heißt: ‚Wir suchen das Besondere‘. ‚Im Land der 365 - Ideen‘ zeichnet gerade solche Konzepte aus – dieses Konzept von Müller LebensraumGarten, das wir mit umgesetzt habe und das den TASPO Award 2009, ‚Unternehmer des Jahres‘ erhielt, ist dafür ein schönes Beispiel. Wenn ich ein Gartencenters eröffnen würde, wäre es ein Ort, an dem man sich trifft und über den man spricht – das ‚öffentliche Wohnzimmer‘. Ein Ort mit dem Hauptaugenmerk auf Lebens- und Stilwelten, auf breitem Niveau in der Sortimentsauswahl und in der Gestaltung. Ein Ort, an dem der Kunde beraten und umsorgt wird, bis hin zur individuellen Beratung in seinem Garten oder seinem Haus.“ (kla)

Politische Hürden überwunden

Zwischen die Mühlsteine der Kommunalpolitik ist Ralph Arkenau geraten. Der Gärtnermeister aus Delmenhorst trägt sich schon seit Langem mit dem Gedanken, neben seinem Stammbetrieb ein zweites größeres Gartencenter an einem anderen Standort der Stadt zu erbauen. Als sein Vorhaben jedoch konkret wurde und die Stadt Delmenhorst mit dem Bau auf einem 22.400 Quadratmeter großen Grundstück in einem Gewerbegebiet ihn sogar einem großen Möbelriesen vorzog, legte die Nachbargemeinde Ganderkesee als Mitglied im Kommunalverbund Einspruch ein. Nach Zahlen eines Gutachtens der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA) und der IHK Oldenburg rechnete die Gemeinde Ganderkesee damit, dass Arkenau auf seinen geplanten rund 8.000 Quadratmetern Verkaufsfläche einen utopischen Umsatz von 1.000 Euro Jahres-

umsatz je Quadratmeter machen würde – und damit der Nachbargemeinde geschätzt ein Viertel der Kaufkraft abziehen könnte. „Viel zu hoch gegriffen und völlig unrealistisch“, bewertete nicht nur Arkenau diese Zahlen – ein entsprechendes Gutachten bestätigte das. Danach werde der geschätzte Jahresumsatz des Gartencenters nach Branchener-

fahrungen nicht einmal die Hälfte des vorher geschätzten Wertes ausmachen. Damit würde nur ein Anteil der Kaufkraft aus Ganderkesee abfließen, der unter der zumutbaren 20 Prozent-Schwelle liege, rechnet die Stadt Delmenhorst und befürwortete das Bauvorhaben weiter. Nun hat Ralph Arkenau mit den Bauarbeiten begin-

nen können, nachdem im November nach ungewöhnlich kurzen acht Monaten der Bauantrag positiv beschieden war. Und trat mit einem besänftigenden Versprechen an die aufgebracht Nachbargemeinde heran: „Wenn unser Jahresumsatz wirklich die acht Millionen Euro erreicht, dann lade ich ganz Ganderkesee für eine Woche nach Hawaii ein.“ Diese Worte sollen sogar die Bürgermeisterin der Nachbargemeinde zu einem lächelnden Versprechen, dann werde sie künftig alle ihre Blumen und Pflanzen bei Arkenau kaufen, bewegen haben. So herrscht jetzt also wieder Frieden zwischen Delmenhorst und Ganderkesee und Ralph Arkenau kann sich den üblichen Bauproblemen widmen. Probleme bereitet das feuchte Winterwetter beim Fundamentbau, so dass eine zeitweilige Wassersenkung über in den Boden

eingelassene Filter notwendig ist. Wann der Bau letztendlich fertig sein wird, möchte Arkenau nicht festlegen. Die Erwartungen der Leute seien durch die Gemeindestreitigkeiten und die Berichterstattung in der Presse so hoch geworden, dass er erst dann eröffnen will, wenn alles perfekt ist. „Lieber eine Woche später, aber dann richtig gut“, ist seine Devise. Deshalb werde er den Saisonstart am alten Standort machen, und vermutlich im Mai mit dem neuen, großen Gartencenter nachziehen. Der neue Standort soll neben Blumen, Pflanzen, Zubehör und Gartendeko auch ein Café zum Wohlfühlen bieten, dazu 160 bis 260 Parkplätze, abhängig von der Saison. Erst einmal 25, später sogar bis zu 45 neue Arbeitsplätze will Arkenau am neuen Standort bieten – mehr als 50 Bewerbungen hat er jetzt schon vorliegen, ohne überhaupt in der Richtung aktiv

geworden zu sein. Der Unternehmer hat sich mit seinem neuen Gartencenter dem Konzept der Bellandris-Gruppe innerhalb der Sagaflor angeschlossen – „allein würde ich ein so großes Projekt niemals angehen“, ist Arkenau überzeugt. Er habe schon bei seiner ersten Kostenschätzung mit den Zahlen völlig daneben gelegen und sei jetzt nur froh, solche erfahrenen Experten wie denen der Bellandris-Gruppe vertrauen zu können. „Dort stehen Ihnen jederzeit Ansprechpartner zur Verfügung, auch die Glaubwürdigkeit gegenüber den Banken ist eine völlig andere“, sind seine Erfahrungen. „Angesichts solcher großen Zahlen habe ich manchmal selbst schon ein etwas mulliges Gefühl im Bauch“, lächelt Arkenau. Sicher verständlich – bei einer Investitionssumme von rund fünf Millionen Euro. (kla)



So großzügig werden Parkplatz- und Eingangsbereich des Gartencenters Arkenau die Kunden künftig begrüßen.



Architekt Udo Scheffler. Fotos: Privat

„Beim Bau eines Gartencenters besonders brisant sind die Punkte Brandschutz, Parkplätze, Sortiment, Baukosten, Wegeführung und Einrichtung.“  
Udo Scheffler

liegt der Vorteil einer Kooperation eindeutig in der Systemerfahrung. Hierbei sei der Trend eindeutig: „Franchiseunternehmen expandieren heute nur noch über die Franchisenehmer. Wenn diese mehrere Unternehmen eröffnen, ist dies ein Schneeballeffekt zur Expansion. Das funktioniert dann, wenn solche Kooperationen, wie beispielsweise die Sagaflor, reibungslos funktionieren. Also auch, wenn beispielsweise bei Inhabern mehrerer Unternehmen der Inhaber nicht überall physisch vor Ort ist.“

Ohne Kooperation ist es schwieriger

Jede Bank begrüße daher einen Systemanschluss. Insbesondere, da eine Kooperation bereits eine Prüfung und Standortanalyse vornehme und somit die Grundlage für das Bankgespräch liefere. Wer einen eigenen Weg gehen möchte, der wird es dagegen deutlich schwerer haben: „Hier steht der Wunsch nach Individualität. Es kommt auf den Gründer und seine eigene Wunschvorstellung an – Mc Donald versus Sternküche“, so Schnödt.

Sicherlich sei der Weg zu einem individuellen inhabergeführten Gartencenter aber deutlich steiniger. Einige wenige, sehr starke und am Markt seit langem eingeführte Gartencenter benötigten laut Scheffler diese Kooperationen nicht unbedingt, gehörten aber in der Regel zu einer Institution oder hätten sich untereinander zu kleinen, starken und geschlossenen Kooperationen vereinigt. „Ich bin der festen Überzeugung, dass gerade ein Betriebsneugründer sich einer Kooperation anschließen sollte“, betont Scheffler.

Welches Sortiment sollte man anbieten?

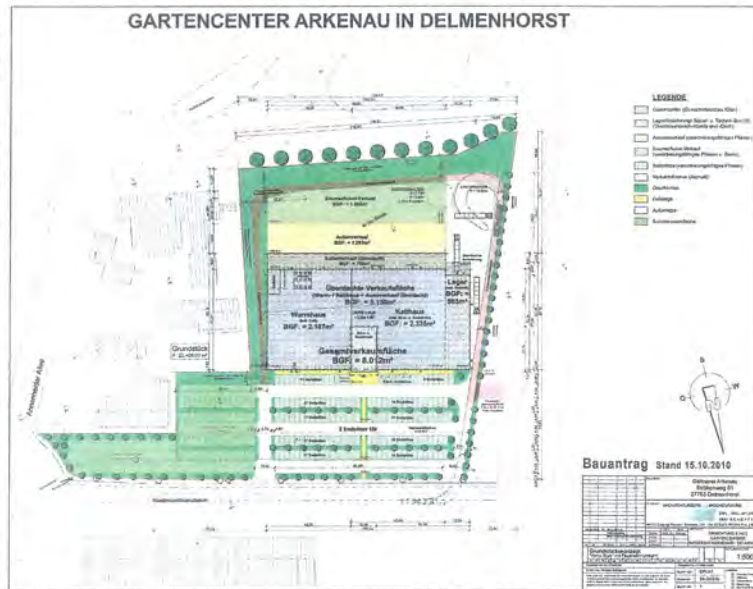
Lässt sich eine Aussage dazu treffen, mit welchen Sortimenten man im Gartencenter derzeit gut Geld verdienen kann? „Sorti-

mente müssen deutlich gekürzt werden“, sagt Schnödt. Als Faustregel nennt er pro Quadratmeter ein bis vier – „mehr nicht“. Um hierbei einen ständigen Sortimentswechsel zu erreichen, müssten kleinere Stückzahlen und mehrere Alternativen nach jeweiligem Abverkauf angeboten werden. Damit erhöhe sich unweigerlich die Wiederbesuchsrate. Sicherlich gelte diese Annahme verstärkt für den Hartwarenssektor, fügt er hinzu. Der Vorteil in der grünen Branche liege dabei im Wandel der Pflanze an sich: „Wöchentlich zwei Lieferungen mit Frischpflanzen sind ja bereits Sortimentswechsel“, bestätigt er.

Ein Vollsortiment-Gartencenter hat laut Scheffler in allen Jahreszeiten seine Kundschaft, daher wertet er dies als überlebensfähigstes Sortiment. „Jedoch sollte die Pflanze immer an erster Stelle stehen.“ Je nach Standort und Stärke des Gründers muss in allen Fällen die Pflanze im Mittelpunkt stehen, sagt auch Daniel Schnödt: Die Zeiten, in denen mit Zusatzsortimenten in Masse Deckungsbeiträge erzielt wurden, seien vorbei. „Back to the Roots ist gerade für Individualbetriebe ein Muss!“

Der Bau – was ist hier besonders zu beachten?

Um besondere Hürden beim eigentlichen Bau zu vermeiden, ha-



Dieser Neubau, das Gartencenter Arkenau in Delmenhorst, wird im Frühjahr eröffnen. CAD/Pläne: Büro Scheffler

Ein Neugründer auf der Suche

Andreas Koch ist der Neffe eines ehemaligen Gartencenter-Besitzers und plant, selbst in den nächsten drei Jahren ein Gartencenter mit 2.000 bis 2.500 Quadratmetern Verkaufsfläche neu zu errichten. „Ein grundsätzliches Konzept habe ich schon im Kopf, aber noch habe ich keinen geeigneten Standort gefunden“, schildert er sein größtes Problem. Denn er möchte in der Nähe seines derzeitigen Wohnortes im Raum Mannheim/Heidelberg/Karlsruhe bleiben. Die Standortproblematik sei ein heikles Thema, die Suche aufgrund der

neuen Gesetzgebung in der Regionalplanung, die besondere Genehmigungen bei Verkaufsfächen über 800 Quadratmetern vorschreibt, schwieriger geworden. „Ich suche, frage bei leer stehenden Grundstücken immer wieder nach“, beschreibt er sein Bestreben. Erste Zahlen, Ergebnisse von Standortanalysen und zu Fördermöglichkeiten erwartet er in Kürze von einem Regionalverband. Erst dann wird er sich konkreter mit dem Erstellen eines Konzeptes, eines Businessplanes und Bankverhandlungen

beschäftigen. „Eigenkapital ist vorhanden, Branchenerfahrungen habe ich auch ausreichend“, sagt der ausreichte Betriebswirtschaftler und Geschäftsführer im Einzelhandel. Sich an eine Kooperation anschließen, hält er für denkbar – „zuerst einmal möchte ich mir aber die einzelnen Konzepte angucken“. Grundsätzlich möchte er eine so große Investition nicht ohne Hilfe und Beratung in Angriff nehmen. TASPO Gartenmarkt wird ihn dabei in den nächsten Jahren beobachtend begleiten. (kla)

ben die Experten ebenfalls eine ganze Reihe an Vorschlägen: „Zu klären ist im Vorfeld unbedingt die Bebaubarkeit eines Grundstücks mit einem Gartencenter“, so Scheffler. Oftmals könnten auch politische Widerstände durch Mitbewerber oder Läden aus der Innenstadt oder Einsprüche von Nachbargemeinden wie im Fall Arkenau (siehe Kasten) auftreten. Ein wichtiges Thema sei auch das Bauen im Außenbereich und der Landschaftsschutz, beide haben einige Fallstricke zu bieten. Zudem können Schwierigkeiten mit der Bebaubarkeit durch Einschränkung und Auflagen, beispielsweise von Straßenneubauämtern, auftreten. Für den Betreiber sollte zudem sicher sein, dass überhaupt die Möglichkeit zur Führung eines Gartencenters mit den notwendigen Sortimenten, insbesondere der innenstadtrelevanten Sortimente, besteht. „Zu klären ist unbedingt auch die Anzahl der notwendigen Stellplätze. Die Behörden wollen meistens zu viele. Analog eines Discountmarktes wie Aldi &

Co.“ Fallstrick sei seiner Erfahrung nach auch die Brandschutzproblematik: Oft werden eine sehr teure Sprinkleranlage und eine Brandwand gefordert. Auch die Größe der Sozialräume und die Auflagen für eine Gastronomie könnten Hindernisse sein. „Möglichst Fachleute um sich sammeln“ Was kann der Bauherr zu einem möglichst unverzögerten, problemlosen Bauverlauf beitragen? Die Praxis habe gezeigt, so Schnödt, dass gerade bei fehlender Ortsansässigkeit des Gründers ein Vertrauensmann vor Ort wichtig ist. „Jemand, der die städtischen Strukturen und Ansprechpartner kennt und entsprechendes Vertrauen besitzt.“ Der Bauherr sollte Fachleute um sich sammeln, politisch nach allen Seiten, insbesondere zu den Machthabern, offen sein. „Er kann Grundstücksnachbarn positiv beeinflussen, sich über Mitbewerber und beispielhafte Gartencenter informieren“, empfiehlt

Scheffler. Ein einfacherer Weg sei es auch hier, sich einer Kooperation mit Erfahrungspotenzial anzuschließen. Berater Schnödt empfiehlt, unbedingt Verträge mit festgelegten Zeitfenstern zu vereinbaren. Im Rahmen der Ausschreibungen müsse so auf den geplanten Eröffnungstermin bereits hingewiesen werden. Die Deadline könne je nach Umfang des Bauvorhabens zurückgesetzt werden. „Es ist immer besser, Betriebe mit einer größeren Mitarbeiteranzahl zu nehmen, da diese in der Regel flexibler sind.“ Grundsätzlich empfiehlt er immer eine Begleitung, diese sogar über mehrere Jahre, da so auch frischer Wind von Außen komme. Dazu zählte auch die Empfehlung, für bestimmte Segmente branchenfremde Berater zu wählen. „Die KfW und verschiedene Landesprogramme bieten diesbezüglich bereits verschiedene Programme an, die über mehrere Jahre gelten.“ Auch die ortsansässige Wirtschaftsförderung sei für die ersten Schritte immer eine sehr gute Anlaufstelle.