

„Philosophie grüner Lebensart“

Daniel-Schnödt-Projekt: Neue Verkaufsanlage mit toskanischem Ambiente

„Die Verkaufsanlage war im Herbst noch so, wie sie vor zwanzig Jahren üblicherweise gebaut wurde.“ sagt **Cornelia Häussermann, Chefin des gleichnamigen Unternehmens, nordöstlich von Stuttgart. Jetzt ist daraus etwas wahrhaft Neues entstanden.**

Häussermann, vor allem in Deutschlands Süden als Staudenproduzent und Großhändler bekannt, betreibt seine zwei Verkaufsstätten unter **neuem Konzept**. Als „Einkaufsgärten“ bezeichnet Häussermann diese Betriebe und nennt den in Weilimdorf „Terrazza“, den anderen im etwa zehn Kilometer entfernten Möglingen, „Campo Verde“. Letzterer befindet sich am Standort des dortin vor acht Jahren ausgesiedelten Produktions- und Großhandelsbetriebes von Häussermann. „Campo Verde“ erhielt jetzt seinen neuen Namen zur markanteren Positionierung am Markt. „Terrazza“ hingegen befindet sich am Standort des alten Betriebes und hat außer Umbauten auch ein neues Konzept erfahren.

„Wir haben mit ‚Terrazza‘ eine völlig neue **Erlebniswelt** für das grüne Ambiente geschaffen“, freut sich Cornelia Häussermann über den Mitte Februar eröffneten Einkaufsgarten. „Terrazza“ steht für das **stilvolle Wohnen** im und mit dem Garten, „erläutert sie“, das wir hier mit betont südlichem Flair verbinden. Von **Citrus und mediterranen Kübelpflanzen über blühende und grüne Topfpflanzen**, weiter über **Stauden** und, gehölze, Wohnaccessoires, Skulpturen, geschmackvolle Bücher, erlesene Weine – hier findet unsere Kundschaft rund ums Jahr alles, was ihr grünes Zuhause noch attraktiver macht.“ Häussermann möchte sich durch die neue Geschäftsaussage im umkämpften Markt des Stuttgarter Nordens **profitierter positionieren**. „Wir möchten mehr bieten als ein übliches Gartencenter oder gar ein Baumarkt. Wir leben und vermitteln eine **Philosophie der Lebensart im Grünen**“, bringt die Chefin des Hauses es auf den Punkt. Und all das ist oben drein eingebettet in ein umfassendes Angebot von Topfloristik.



Der neue „Einkaufsgarten“ von Häussermann steht für stilvolles Wohnen im und mit dem Garten.

Fotos: Engelbert Kötter

GROSSE HOLZTERRASSE GAB DEN NAMEN

Ein prägender Punkt in der Außenverkaufsfläche, gerahmt und durchzogen von großen Bäumen, ist eine rund 80 Quadratmeter **große Holzterrasse**. Sie gab dem Weilimdorfer Einkaufsgarten ihren Namen (so, wie die Lage mitten auf dem Feld „Campo Verde“ dem Möglinger seinen Namen gab). Diese **Holzterrasse wird für Feste, Feiern und Veranstaltungen genutzt**. Cornelia Häussermann bietet Unternehmen der Region an, zum Beispiel für Betriebsfeiern und Produktvorstellungen dort auszurichten.

EINE EHEMALIGE ENDVERKAUFSCÄRTNEREI

Bis im Herbst war alles noch eine klassische Endverkaufsgärtnerei des Zuschnittes der 80er Jahre: In der Mitte des Verkaufsrums positioniert die Kasse, davor und rundherum die Ware, im Hintergrund angebaut der Arbeitsraum. Jetzt ist die Kasse versetzt, sind Wände entfernt worden. Entstanden ist ein **offen und transparent gestaltetes**,

gärtnerisch-floristisches Fachgeschäft. Die Werkstücke entstehen vor den Augen der Kunden, um die Wertigkeit der Arbeiten deutlicher wirken zu lassen.

Früher hatten die Kunden keine Möglichkeit zu einem Rundweg: Die Wegeführung war vergleichsweise dunkel und ging um Ecken. Der Kunde hat sich die gesamte Verkaufsfläche, vor allem die etwas abseits gelegene, gar nicht erschlossen. Jetzt ist die **Wegeführung deutlicher** und vor allem eines ist passiert:

Der zwar leicht abseits gelegene Verkaufsräum ist durch **große Schaufenster** erkennbar geworden. Durch diese hindurch wirkt bereits sein toskanisches Ambiente wie ein **Kundenmagnet**: Es macht neugierig. Im Verkaufsräum selbst umfängt den Kunden beim Betreten **gepflegtes italisches Wohnambiente** für drinnen und draussen. Eine mehrere Meter lange und hohe Phototapete zeigt toskanisches Hügelland, die davor platzierten manns hohen Zypressen wirken wie aus dem Bild nach vorne gezogen oder

so, als könnte man an ihnen vorbei geradewege in das Bild eintreten.

DANIEL SCHNÖDT SORGT FÜR STIMMUNGEN

Cornelia Häussermann entwickelte die Ideen rund um die neue Abverkaufssituation einer „Terrazza“ zusammen mit Daniel Schnödt, Fachmann für Shopkonzeptionen und mit einem **Blick über den Tellerrand** hinaus (er berät unter anderem Möbelhäuser und den hochwertigeren Facheinzelhandel, aber auch hochwertiger Gartencenter). Schnödt erarbeitete für „Terrazza“ ein komplett neues Raumkonzept. Das geschah jedoch nicht gärtnerisch-pragmatisch und verdrehtet branchenüblich: „Was haben wir, und was können wir daraus machen?“. Daniel Schnödt denkt vielmehr in bereits fertigen Bildern, in Visionen, die den Kunden ansprechen: „Welche Atmosphäre soll später einmal den Kunden um- und einfangen?“

Schnödt dazu: „Wenn wir diese Stimmung festgelegt haben, findet sich alles daraus folgende **Praktische** und **Pragmatische**. Wenn ich, wie zusammen mit Cornelia Häussermann, mit ihr die gemeinsame Vision von einem Zielpunkt habe, dann wird das ganze **Projekt ein Selbstläufer in Detailplanung und Durchführung**. Denn wir verfolgen miteinander dieselbe Idee.“

Entstanden ist so eine moderne, musterhafte – weil höchstgradig stimmungsvolle – Einkaufsstätte für Menschen, die stibewusst den Premiemarkt zu schätzen wissen.

[Engelbert Kötter, Walldürr-Rippberg]



Das toskanische Ambiente wirkt wie ein Kundenmagnet.



Neben mediterranen Kübelpflanzen findet der Kunde auch Wohnaccessoires, Bücher und erlesene Weine, kurz „alles, was das grüne Zuhause noch attraktiver macht“.