

### Parkplatz als Visitenkarte

Auf dem Parkplatz bekommt der Kunde den ersten Eindruck von der Verkaufsstätte. Hier hat es die grüne Branche besonders einfach. Mit Ihren eigenen Produkten können Sie die Parkplatzflächen schön gestalten und gleich Verwendungsbeispiele geben. Achten Sie darauf, dass die Parkplätze bequem angefahren werden können. Hierzu gehört eine breite Fahrgasse sowie ein passender Aufstellwinkel. Eine klare Markierung verbessert die Orientierung für die Kunden und sorgt für eine bessere Nutzung des Parkraums.

Wie viele Stellplätze nötig sind, hängt von der Größe der Anlage, der durchschnittlichen Verweildauer der Kunden sowie den örtlichen Ausweichmöglichkeiten ab. Kunden- und Lieferantenverkehr sollten möglichst getrennt werden, um Behinderungen zu vermeiden.

### Die Fassade ist Blickfang

Die Gestaltung der Fassade muss der Art der Verkaufsstätte und dem geplanten Image Rechnung tragen. So passt zu einer Saisongärtnerei mit Pflanzenverkauf ohne Schnittblumen die Optik eines Kulturgewächshauses. Dagegen lohnt für einen ganzjährigen Verkauf im höherwertigen Preissegment eine besondere Gestaltung der Fassade.

Die Fassade ist immer Blickfang. Sie soll Kunden in den Betrieb locken. Oft reicht es aus und ist am wirtschaftlichsten, durch die Gestaltung des Eingangs einen Blickfang zu schaffen und die restliche Anlage mit Standardmodulen kostengünstig auszustatten.

Die Fassaden sollten wenigstens teilweise den Blick nach innen zulassen, denn Pflanzen können sich so quasi selbst verkaufen.

Horticultural products should be sold where the customers are already located. As a result, the area should be analysed before new premises are built. Occasionally the site needs to be changed to ensure the company stays in business.

### Saving money on the design

The customers want attractively designed facilities that offer comfort. Different roofing and ventilation systems can help to create a pleasant climate whatever the weather. Energy costs are also an important factor. Heating costs, but also running costs for lighting or for the pumps play a role.

Plan your main paths so they are wide enough and avoid any dead ends if possible. By encouraging customers to walk anti-clockwise and providing frequent special product presentations, you increase the time they are prepared to linger. It is vital that customers, employees and owners enjoy being on the premises.

### Your car park is your calling card

Car parks make the horticultural industry's job especially easy. You can use your products to make the car park look appealing and give examples of product use. Ensure that access to the parking spaces is convenient.

The number of spaces you need depends on the size of the car park, the average time the customer spends with you and the availability of alternative customer parking. If possible, traffic caused by customers and suppliers should be separated in order to avoid hold-ups.

## Verkaufsanlagen als Blickfang Eye-catching outlets

Hülle und Funktion sollten zueinanderpassen.  
Form and function should be in harmony.





**Die Kunden freuen sich über eine attraktive Anlage.**  
The customers want attractively designed facilities that offer comfort.

### Professionelle Planung ist hilfreich

Bei einer Verkaufsanlage geht es um viel Geld. Deshalb sollte die Planung eines solchen Projekts an ein unabhängiges Planungsbüro mit Erfahrung in der grünen Branche vergeben werden. Holen Sie dazu Referenzen ein. Ein unabhängiges Büro hat Möglichkeiten, Lösungen aus dem Gewächsausbau mit Systemen aus anderen Branchen zu kombinieren und somit Investitionskosten einzusparen oder die Wirtschaftlichkeit zu erhöhen.

Für Planung einschließlich Ausschreibung und Vergabe sollten Sie genügend Zeit einplanen. Ein Zeitraum von einem Jahr wäre optimal. Zwar geht es auch wesentlich schneller. Weil so viele Parameter abzustimmen sind, sollte jedoch genug Zeit sein, um die Planung in Ruhe zu überdenken. Es lohnt sich auch, die Planung vorab mit den Mitarbeitern zu besprechen. Auch für die Beantragung und Bewilligung von Fördermitteln wird oft ein größerer Zeitraum benötigt.

### Ausschreibung sorgt für Vergleichbarkeit

Zur Einholung von Angeboten sollten firmenunabhängige Leistungsverzeichnisse erstellt werden. Dabei sind alle Leistungen vollständig auszuschreiben. Dann sind die Angebote nicht nur im Preis, sondern auch in der Leistung vergleichbar.

Text: **Thilo Grust**  
Werkbilder Siedenburger, Gysi, Grust

#### AUTOR / WRITER



**Thilo Grust,**  
Holzkirchen, betreibt ein unabhängiges Planungsbüro mit dem Schwerpunkt Gewächshausbau. Sein Leistungsspektrum umfasst alle Gewerke von der Beratung über die Planung bis hin zur Bauabnahme.

### Exteriors are eye-catchers

The design of an exterior must reflect the type of retail outlet and the image you want to target. An ideal option for seasonal greenhouses selling plants, but not cut flowers, is to make them look like production greenhouses. On the other hand, it is worthwhile giving facilities a smarter design that sell horticultural products the year round in a higher price segment.

The goal is for the outlet to encourage customers to come inside. An eye-catching design of the exterior and a low-cost standard design for the rest of the facilities are often enough. The exteriors should allow customers to look inside – at least partially. As a result, flowers and plants can virtually sell themselves.

An independent planning office can combine greenhouse construction solutions with systems from other industries, saving investment outlay or increasing efficiency.

Remember to allow enough time for obtaining quotes and placing orders. A year is an ideal period of time. It is worth discussing the planning with your employees beforehand. Applying for and obtaining funding is often time consuming too.

TEXT: **Thilo Grust**, Pictures of Siedenburger, Gysi, Grust

**ARTIGIANFER**  
GEWÄCHSHÄUSER & AUSSTATTUNGEN

**DER PARTNER FÜR IHR GEWÄCHS-  
HAUS MIT LANGJÄHRIGER  
INTERNATIONALER ERFAHRUNG**

Seit über 40 Jahren exportieren wir unsere Technologie  
in mehr als 20 Länder und erfüllen alle Anforderungen

[www.artigianfer.com](http://www.artigianfer.com)

**ARTIGIANFER** di Virgilio Cardelli S.r.l.  
Via Francesca Vecchia 23 - 51010 S. Lucia Uzzanese (Pistoia) - Tel. 0572/451197 - Fax 0572/453444  
E-Mail: [info@artigianfer.net](mailto:info@artigianfer.net) - Web: [www.artigianfer.net](http://www.artigianfer.net)