



# EINMAL HIN, ALLES DRIN ...

Mit diesem Slogan wirbt seit einiger Zeit eine grosse deutsche Supermarktkette. Die Idee dahinter: Man möchte die Kunden auf das außergewöhnliche und reichhaltige Warensortiment aufmerksam machen. Große Produktauswahl und -vielfalt und das alles unter einem Dach. Ist das auch eine Perspektive für Garten- und Landschaftsbaubetriebe und Landschaftsarchitekturbüros?

Erste Ansätze in diese Richtung gibt es: So verfolgt etwa das Ehepaar Florian und Lisa Sigmund aus Altusried mit Campo Verde ein im Prinzip ähnliches Konzept: Begonnen hat alles 1992 mit der Gründung von Atelier Verde, einem freiberuflichen Architekturbüro für Garten- und Landschaftsarchitektur. Zunächst umfasste die Arbeit von Atelier Verde die Planung von anspruchsvollen Privatgartenanlagen, halböffentlichen und öffentlichen Außenanlagen. 1994 wurde dann Campo Verde, ein Gewerbebetrieb, der die Planungen von Atelier Verde als Generalübernehmer mit Subunternehmerfirmen komplett zum Festpreis ausführt, gegründet. Das Angebot neben Planung und Ausführung von Gartenkonzepten wurde nun um eine weitere Komponente erweitert, die als Gesamtlösung angeboten wird. Der Kunde hat seitdem die Möglichkeit, für seinen

Garten auch entsprechendes Mobiliar, Pavillons und Accessoires dazu zu kaufen.

**TASPO-GARTENDESIGN: Was hat Sie bewogen, das Angebotssortiment zu vergrössern? Ist es ein finanzieller Aspekt (Zusatzgeschäft) oder ist es eine erweiterte Dienstleistung für Kunden?**

**Florian Sigmund:** Der finanzielle Aspekt steht hierbei eher im Hintergrund, da die Handelsspannen bei Möbeln oftmals nicht den Dienstleistungsaufwand, der dahinter steht, abdecken. Die Möbel müssen bestellt, oftmals zwischengelagert, ausgeliefert und die Verpackung wieder entsorgt werden.

In erster Linie ging und geht es uns darum, den Kunden umfassend zu bedienen. Und dazu



GARTEN  
DESIGN  
AUTOR

**Marc Vorwerk**

studierte an der Filmakademie Baden-Württemberg in Ludwigsburg. Neben seiner Tätigkeit als Regisseur für Werbefilme, arbeitet er als freier Autor und Konzeptioner.

GARTEN  
DESIGN

04.09

gehört in manchen Fällen auch die Beratung hinsichtlich Wintergarten, Pavillon oder beispielsweise dem passenden Mobiliar. Unsere Aufgabenstellung ist hierbei entweder, kompetente Netzwerkpartner oder qualitätvolle Lieferanten zu empfehlen oder aber Produkte auch selbst zu verkaufen.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Ist das Mobiliar nur als „Gesamtpaket“ im Rahmen einer Beauftragung erhältlich oder kann man es auch unabhängig davon kaufen?

**Florian Sigmund:** Man kann die Möbel natürlich auch unabhängig kaufen, dafür machen wir aber keine Werbung, da es nicht unser Kerngeschäft ist.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Handelt es sich bei dem Mobiliar um eine eigene Kreation/Linie oder greifen Sie auf einen bestimmten Hersteller zurück?

**Florian Sigmund:** Nein – eigene Kreationen haben wir nicht im Angebot. Wir arbeiten mit Herstellern zusammen, die die Qualitätsansprüche unserer Kunden erfüllen. Mit Herstellern wie Garpa, Weishäupl, Rausch, Teak & Garden, Dedon haben wir bereits gute Erfahrungen gemacht.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Welche Vorteile ergeben sich dadurch für Campo Verde?

**Florian Sigmund:** Wir denken in erster Linie an die Vorteile, die unsere Kunden dadurch haben: einen Ansprechpartner für alle Bereiche, die den gesamten Wohnraum Garten betreffen: Mobiliar, Garten- und Gerätehäuser, Pavillons, Wintergärten, Orangerien, Sauna, Schwimmbad, Beleuchtung, Sound, einfach die komplette Ausstattung. Dadurch heben wir uns auf alle Fälle vom breiten Mitbewerbermarkt ab und Kunden wissen schon, was sie bei uns erwarten dürfen

und können. Unser CI ist klar und dient unserer ständigen Weiterempfehlung. Das wiederum sichert uns unsere zukünftige (Allein-)Stellung und Positionierung am Markt.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Gibt es Nachteile, wie zum Beispiel ein höherer Mehraufwand in der Verwaltung?

**Florian Sigmund:** Wenn wir uns als Dienstleistungsunternehmen für unsere Kunden sehen, dann sprechen wir nicht von den Nachteilen, die uns entstehen, sondern vom Mehrwert, der für die Kunden entsteht. Unsere Aufgabenstellung ist es, die Organisation und Verwaltung unseres Unternehmens so zu gestalten, dass dadurch für beide Seiten (Kunde und Unternehmer) ein Mehrwert entsteht.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Welche Vorteile ergeben sich für den Kunden?

**Florian Sigmund:** Die Vorteile liegen klar auf der Hand:

1. Ein geringer Zeitaufwand bei der Planung und Baudurchführung, da ein kompetenter Ansprechpartner dem Bauherren (Kunden) zur Seite steht.
2. Kostensicherheit durch Festpreis, damit ist eine leichtere Finanzierung, als auch eine Fremdfinanzierung möglich.
3. Die Terminalsicherheit wird durch eine zuverlässige Koordination aller Gewerke gesichert.
4. Dazu kommt die Zusammenarbeit nur mit erfahrenen und bestimmten, ausgewählten

Musterprojekt „box modern“ in Zusammenarbeit mit dem Fertighaushersteller Griffner. Eine Kooperation, die sich positiv für die Sigmunds auswirkte – eine Reihe von Privathausgärten und ein Auftrag für die Gestaltung der Außenflächen eines Firmenneubaus entstanden daraus.

Neue Geschäftsfelder als „logische Folge“: Lisa und Florian Sigmund.



Am Anfang steht der Entwurf – je nach Kundenwunsch bietet man inzwischen mit Campo Verde auch Gesamtpakete an..





Die Gestaltung von Haus und Garten komplett verzahnen. Wer hat heute noch Muße, sich um das Bauen zu kümmern?

Werkfotos

Lieferanten. Wir liefern unseren Kunden keine Lagerbestände oder Materialien, an denen wir besonders gut verdienen, sondern richten uns immer nach den individuellen Kundenwünschen. Der individuelle und professionelle Entwurf, passend zu Haus, Bewohner, Nutzerverhalten und Umgebung, ist immer die Basis unserer Zusammenarbeit mit dem Kunden.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Wie kommt diese Idee bei den Kunden an? Was sagt die „Konkurrenz“? Finden sich in der Branche Nachahmer?

**Florian Sigmund:** Die Idee kommt bei den Kunden bestens an. Nachahmer haben wir bis jetzt auf dem Markt noch nicht wahrgenommen. Deshalb nehmen wir in unserem Bereich schon eine Alleinstellung ein.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Eine weiteren Coup landete Campo Verde erst vor kurzem und setzt damit neue Maßstäbe. Eine Kooperation und Verkaufsberatung mit dem Fertighaushersteller Griffner. Die Griffner AG hat sich als einer der führenden Hersteller für ökologische Designfertighäuser etabliert. Dabei verfolgt man den Anspruch, dem Kunden höchstmöglichen Komfort in allen Phasen des Hausbaus einzuräumen. Wie sieht diese Kooperation aus?

**Florian Sigmund:** Wir bieten selbst keine Fertighäuser an, sondern arbeiten hier mit Partnern zusammen, die die Qualitätsansprüche unserer Klientel erfüllen. Griffner ist ein anspruchsvoller Hausbauer im oberen Segment und das sind auch unsere Gartenarchitektur-Kunden. Aufgrund der gleichen Kundenzielgruppe haben wir uns entschieden, für Griffner das Verkaufsbüro Allgäu zu eröffnen. Dadurch entstehen für beide Seiten wertvolle

Synergien. Im Vordergrund steht auch hier: Wertvolle Lebensräume für unsere Kunden zu schaffen und zu gestalten. Wir haben schon immer Kooperationen mit Hausanbietern und Architekten gesucht, die meisten sind jedoch entweder zu sehr mit sich selbst beschäftigt oder nicht offen für „Gesamtkonzepte und Gesamtlösungen“. Das ist schade. Diejenigen, die sich für solche Kooperationen öffnen, profitieren in höchstem Maße davon. So sieht die anspruchsvolle Bauherrschaft doch ganz klar den Vorteil, Haus & Garten komplett zu kaufen. Die Schnittstellen sind klar, das Gesamtkonzept sofort ersichtlich und das Gesamtergebnis einfach perfekt.

Griffner war offen für diesen Weg der Kooperation. Die erste Zusammenarbeit fand 2007 statt, als wir die Außenanlagen am neuen Musterhaus in Mannheim, der box modern, gestalteten. Daraus sind einige schöne Privatgartenprojekte im Raum Mannheim, Frankfurt, Hunsrück und auch Österreich, sowie ein sehr großes Projekt in Mainz, der Firmenneubau der Firma juwi in Würzburg mit 8.500 Quadratmetern Bürofläche und zwei Hektar Außenanlage, entstanden.

**TASPO-GARTENDESIGN:** Welche Funktion übernimmt dabei Campo Verde? Was sind die Vorteile?

**Florian Sigmund:** Das Verkaufsbüro Allgäu von Griffner plant und verkauft Häuser. Die Gestaltung und das Budget für die Außenanlagen kann daher auch gleich von Anfang an mit eingeplant werden. So vermeiden wir große Überraschungen am Schluss, wenn kein Geld mehr für den Garten vorhanden ist. Die Gestaltung von Haus und Garten kann komplett verzahnt werden, das ist für alle Beteiligten optimal.

## KONTAKT

Atelier Verde,  
Florian Sigmund,  
Binzen 1,  
87452 Altusried,  
Tel.: 08373-935466,  
www.atelier-verde.de

Campo Verde,  
Lisa Sigmund,  
Binzen 1,  
87452 Altusried,  
Tel.: 08373-935466,  
www.campo-verde.de

Griffner AG,  
Gewerbestraße 3,  
9112 Griffen,  
Tel.: +043-4233-2237-0,  
www.griffner.com/de

Die Vorteile liegen, wie bei dem Mobiliar auf der Hand: Kostensicherheit, Gesamtlösungen, Fachleute kümmern sich von Anfang an um alle Belange, das Ergebnis ist ein zufriedener Kunde und ein tolles Gesamtergebnis.

**TASPO-GARTENDESIGN: Gibt es zu dem Fertighaus einen Fertiggarten oder werden individuelle Lösungen angestrebt? Können Sie sich einen Garten von der Stange vorstellen?**

**Florian Sigmund:** Wir bieten ganz klar individuelle Lösungen an. Einen modularen Fertiggarten hatten wir schon mal überlegt, aber wieder verworfen. Denn das widerspricht eindeutig der Individualität und den Wünschen unserer Kunden und unserem Anspruch als Planer. Doch für die Zukunft kann man sich sicher noch vieles vorstellen ... eventuell auch den modularen Garten in verschiedenen Ausführungen.

**TASPO-GARTENDESIGN: Sehen Sie sich als Vorreiter für eine neue Geschäftsidee? Lässt sich diese noch erweitern?**

**Florian Sigmund:** Es muss immer einen geben, der beharrlich an einer Idee dranbleibt und diese versucht umzusetzen. Wir sind schon seit Beginn unserer Selbständigkeit Netzwerker und Kooperationspartner und so war es nur eine logische Folge, dass wir irgendwann Haus und Garten und Innenarchitektur komplett anbieten. Denn dahin geht ja auch ganz klar der Trend unserer Zeit. Wer hat heute noch Muße, sich um das Bauen zu kümmern? Wer kennt sich noch mit Details aus, wer kennt noch Pflanzen oder ist bereit, sich schlaue machen? Vor allem die jüngeren Bauherren in der Altersgruppe 25 bis 30 Jahre verdienen gut und wollen sich um nichts mehr kümmern. Und unsere Bauherren, die meist über 45 bis 50 sind, bauen zum zweiten oder dritten Mal und wollen jetzt erst recht nichts mehr selber machen. Und dann sind wir für sie genau der richtige Partner, der ihnen alles abnimmt und sie vertrauensvoll, ehrlich und fachlich zuverlässig berät und betreut. Das ist die Zukunft.

**TASPO-GARTENDESIGN: Wo liegen die Gefahren?**

**Florian Sigmund:** Wir sehen nur die Chancen und Möglichkeiten! In der kompetenten und vor allem dem Kunden zugewandten und ehrlichen Dienstleistung liegt die Zukunft. Und dass Dienen vor Verdienen kommt, ist mittlerweile auch vielen klar geworden. Wir handeln schon immer nach diesem Vorbild, da auch wir andere so behandeln wollen, wie auch wir behandelt werden wollen.

Nicht alle Versuche aus der Branche, das Angebot zu erweitern, sind allerdings so erfolgreich, wie bei dem Unternehmen Campo Verde. Erst kürzlich musste sich ein renommiertes Landschaftsarchitekturbüro aus Eng-

land, das namentlich nicht genannt werden möchte, von einem ähnlichen Traum verabschieden.

Mit einem enormen Zeitaufwand hatte man einen online-Shop für luxuriöses Gartenmobiliar und Accessoires im gehobenen Marktsegment aufgebaut. Der Shop sollte eine weitere Einnahmequelle zu der eigentlichen Arbeit des Planungsbüros darstellen. Ähnlich wie bei Campo Verde umfasste das Angebot ein weitgefächertes Produktsortiment unterschiedlichster Hersteller. Dabei wurde großer Wert auf Exklusivität, Design und Funktionalität gelegt.

Anfänglich wurde diese Idee auch gut angenommen, wenn auch die Einnahmen nicht unbedingt den Erwartungen entsprachen. Selbst getragen habe sich der Shop jedoch nicht wirklich und spätestens mit der großen Welle der Weltwirtschaftskrise, sei der Verkauf der Luxusartikel fast vollständig zum Erliegen gekommen. Zudem habe man es versäumt, sich rechtzeitig um eine Aufwertung und das Marketing zu kümmern. So wurde beispielsweise auch verpasst, Anzeigen in einschlägigen Zeitschriften zu schalten, um Neukunden zu werben. Der Planungsbetrieb geht weiter, der Shop hat aber seine Türen geschlossen.

Einmal hin, alles drin ... ein Verkaufskonzept, das viele Chancen, aber eben auch Risiken bergen kann. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist man gut beraten, sich rechtzeitig nach Alternativen und Neugeschäft umzusehen. Dennoch muss man immer den Markt und vor allem die Wünsche der Verbraucher fest im Auge behalten. Ein Überangebot oder eine falsche Ausrichtung des Angebotes kann leicht zur Stolperfalle werden. Diese Regel hat für alle Branchen Bestand, ob groß oder klein – wie die jüngsten Entwicklungen bei den Traditionskaufhäusern zeigen.

Marc Vorwerk | Berlin

— Anzeige —

**Software für alle**  
 ...die mit Wasser planen

**DATAflor**  
 Software für Ihren Erfolg

**www.DATAflor.de**

**DATAflor AG**  
 August-Spindler-Str. 20  
 37079 Göttingen  
 Tel. 0551 / 506650  
 info@dataflor.de