Sinnlich gestaltete Präsentationen

Neuer Verkaufsbereich eröffnet: Fünf Lebensräume in der Baumschule Müller. **Von Klaus Nasilowski**

Asiatischer Lebensraum in der Baumschule Müller.

Fotos: Klaus Nasilowski

Das Blow Up-Banner zeigt an, wo sich der Kunde befindet: hier im romantischen Lebensbereich.

Daniel Schnödt (links) entwickelte das Lebensraum-Konzept für Christian Müller (rechts).

Mediterraner Lebensraum mit Blow Up-Banner: Pflanzen und Zubehör im gleichen Stil.

Bereits im Kassenhaus werden die fünf Lebenswelten dargestellt.

Wer die Baumschule Müller im nordbadischen Mauer betritt, entert kein normales Verkaufsgelände. Die Besucher wandeln vielmehr durch fünf verschiedene Lebensräume und erleben diese mit allen Sinnen. Im dem Lebensraum, in dem sie sich zu Hause fühlen und der sie begeistert, werden sie fündig werden – mit Pflanzen, gestalterischer Hartware und mit Dienstleistungen. Dieses Konzept hat Juniorchef Christian H. Müller mit Hilfe von Unternehmensberater Daniel Schnödt in der Traditionsbaumschule W. Müller konsequent umgesetzt. Seit zwei Jahren wurde der gesamte Betrieb – mit Ausnahme des Produktionsbereiches – Stück für Stück umgestaltet in einen „Lebensraum Garten".

Am 17. bis zum 22. März konnten Betriebsinhaber Wilhelm und Christian H. Müller den neu gestalteten Betrieb begleitet von zahlreichen Events der Öffentlichkeit vorstellen. Den Begriff des „Lebensraum Garten" hat sich Christian Müller als Marke schützen lassen. Dabei sei das Konzept geschützt, welche Sortimente sich dahinter verbergen wähle er selber aus, erläutert Müller auf dem Presserundgang.

Lebensräume als geschützte Marke

Festgelegt hat sich Müller zunächst auf die Auswahl der Lebensräume. Etwa gleichrangig hat er fünf Lebensräume geschaffen: asiatisch, modern, mediterran, romantisch und traditionell. Fast der gesamte Außenbereich wurde konsequent in diese fünf Räume aufgeteilt. Dies ist bereits in dem modern gestalteten, fast quadratischen Kassenhaus zu spüren. Nur die Kassen selbst erinnern hier an ein Gartencenter. Ansonsten findet der Kunde sinnlich gestaltete Präsentationen zu den fünf Lebenswelten mit dem Schwerpunkt ausdrucksstarke Accessoires. Hier bekommt man vor allem Lust, die Lebensräume kennenzulernen und Neues zu entdecken. Im anschließenden etwa 400 Quadratmeter Kalthaus-Verkaufsbereich gibt es ein umfassendes, aber übersichtliches Angebot an Pflanzenschutzmitteln und Düngern, daneben eine kleine Auswahl an hochwertigen Werkzeugen.

Der etwa 6.700 Quadratmeter umfassende Außenbereich ist fast vollständig in fünf Sektoren für die fünf Lebensräume aufgeteilt. Jeder Bereich ist an der Gestaltung der Wege mit seinen Bodenbelägen und seinem Aufbau zu erkennen. Bereits aus großem Abstand sehen die Kunden die so genannten Blow-Ups der jeweiligen Lebensräume. Das sind übergroße Banner auf Kunststofffolie, die über der eigentlichen Präsentation aufgehängt wurden. Die Blow-Ups haben den Sinn, den Kunden mit ihrer Fernwirkung zu locken, aber auch vor Ort zu zeigen, in welchem Raum man sich gerade befindet. Auf der rechten Seite betritt der Kunde zunächst den Bereich „asiatisch". Die vielen asiatisch geschnittenen Formgehölze, aber auch die fernöstlichen Zen-Gärten nachempfundene organische Wegeführung lässt keinen Zweifel darüber aufkommen. Spätestens der goldene Buddha und die steinernen Tempellampen lassen den Fernen Osten näher kommen. ■

Anzeige