



UMBAU GÄRTNEREI HOEGNER IN GARCHING AN DER ALZ

Die Wohlfühlgärtnerei

1 Mit dem Anbau entstand der Eingangsbereich der Gärtnerei ganz neu – hier haben das neue Café und die Floristik ihren Platz gefunden.

2 Maria Hoegner ist Floristmeisterin, ihr Mann Eduard Gärtnermeister. Sie führen den Betrieb in der dritten Generation.

Aus ihrer Gärtnerei einen Erlebnisort zu machen – das hatten sich Maria und Eduard Hoegner für den Umbau der Verkaufsgewächshäuser und den Neubau des Eingangsbereichs zum Ziel gesetzt. Ein Jahr nach der Neueröffnung können die beiden zufrieden feststellen, dass sie dieses Ziel erreicht haben. Insbesondere das neue Café und das hochwertige Ambiente locken zahlreiche Kunden an den Ortsrand von Garching an der Alz. Text: Grit Landwehr Fotos: Golze (9 und 11), Landwehr (Rest)



Schwiegereltern haben sich immer weiterentwickelt, sich veränderten Bedingungen und Kundenbedürfnissen angepasst“, erklärt Maria Hoegner.

Und mit diesen Veränderungen wurde die Gärtnerei immer wieder um neue Glashäuser erweitert. Zuletzt hatten die Eltern von Eduard Hoegner Mitte der 1990er-Jahre mit einem Glasanbau eine Verbindung zwischen Blumengeschäft und Verkaufsgewächshaus geschaffen. Um aus den einzelnen Gebäuden eine Einheit zu machen, entschieden sich die Hoegners für einen Anbau an die bestehenden Glashäuser, der nun gleichzeitig der Eingang der Gärtnerei ist. „Die Gärtnerei hatte bisher kein richtiges Entrée. Der Neubau fasst nun alles zusammen – fungiert als Klammer um die al-



Maria Hoegner ergänzt: „Als Floristin lag mir zudem am Herzen, mit dem Neubau und einer neuen Ladeneinrichtung die Produktpräsentation ansprechender gestalten zu können.“ Besonders glücklich ist die Floristmeisterin über ihre neue Schnittblumenpräsentation. „Die Blumen kommen nun wahn-sinnig gut zur Geltung. Das hat unseren Schnittblumenverkauf deutlich gesteigert“, freut sie sich. Im Vorfeld des Umbaus hatten sich die beiden viele Betriebe angeschaut. Danach stand für die Floristmeisterin fest, dass sie auf keinen Fall einen Glasschrank wolle. „Da stehen die Schnittblumen häufig recht gequetscht, zudem gehen die wenigsten Kunden in einen solchen Schrank rein“, ist Maria Hoegner überzeugt.

Matthias Golze baute deshalb einen vorne geöffneten kleinen Raum ein, der nach Ladenschluss komplett geschlossen werden kann und dann als Kühlraum fungiert. Die Schnittblumennische ist zudem zentral im Verkaufsraum positioniert – das rückt die Floristik auch ins Blickfeld der Kunden.

Das Café sorgt für eine Belebung außerhalb der Saison

Beim Betreten der Gärtnerei fällt der erste Blick auf die Theke des Cafés, das seit dem Umbau nun zur Gärtnerei gehört. „Unsere Idee war es, den Kunden ein Gesamtkonzept zu bieten. Sie sollen sich hier wohlfühlen, verweilen und die Seele baumeln lassen können“, erklärt

Natürlich hätte man die alten Gebäude abreißen können und komplett neu bauen, aber das hätte nicht zu uns gepasst, erklärt Eduard Hoegner. Gemeinsam mit seiner Frau Maria führt er den Betrieb in der dritten Generation. „Die alten Gebäude stehen für die Lebensleistung der Generationen vor uns. Das wollen wir wertschätzen“, erklärt der Gärtnermeister. Seine Großeltern starteten mit einer kleinen Amaryllis-Treiberei und Schnittgrünproduktion, später kamen die Produktion von Gemüsepflanzen, Beet- & Balkonpflanzen und auch eine kleine Baumschule dazu. Ab den 1960er-Jahren wurde das Portfolio auch immer mehr um Floristik erweitert. „Meine

ten Gebäude und gibt der Gärtnerei nun einen schönen Empfang“, erklärt Matthias Golze, der die Hoegners als Innenarchitekt beim Umbau begleitet hat.

„Wichtig war uns zudem, die große Theke im Verkaufsraum loszuwerden“, erklärt Eduard Hoegner weiter. Viele Kunden seien beim Betreten des Ladens direkt auf die Theke zugelaufen und haben gesagt, was sie kaufen möchten, ohne sich vorher selbst im Laden und im Verkaufsgewächshaus umzusehen. „Die Kunden sollen selbstständiger über die Verkaufsfläche gehen. Wir wollten im Zuge des Neubaus die Wegführung deshalb so verändern, dass sie sich möglichst überall umschaun“, erklärt der Gärtnermeister weiter.

3 Raum im Raum – die Schnittblumen werden in einem nach vorn geöffneten Raum mit Kühlung an zentraler Stelle präsentiert. „Die Blumen rücken so in den Blick der Kunden und werden toll in Szene gesetzt“, freut sich Maria Hoegner.

4 Die zurückhaltenden Grautöne des Innenraums bringen die Farben der Produkte gut zur Geltung. Die Regale sind flexibel und können innerhalb des Verkaufsraums verschoben werden.

5 + 6 Für Kunden, die in Eile sind, gibt es immer vorgebundene Sträuße in verschiedenen Preisklassen, auch ganz kleine Sträuße.

7–9 Gemütlich im Glashaus unter Palmen, unter schattigen Bäumen auf der Wiese oder lieber auf der bequemen Couch inmitten des Verkaufsraums – die Sitzplätze des Cafés sind in allen Verkaufsräumen verteilt, auch ein großer Biergarten gehört dazu. Um die Bewirtung von den fast 100 Sitzplätzen mit dem kleinen Team von vier Mitarbeiterinnen stemmen zu können, betreiben die Hoegners das Café in Selbstbedienung.

10 Nach wie vor produzieren die Hoegners die Saisonware selbst – die Eigenproduktion ist ihnen



7



8



9

wichtig. „Wir wollen Gärtner bleiben und individuell sein“, erklärt Maria Hoegner. Auch das Gemüse fürs Café wird zum großen Teil selbst produziert. Zukauf erfolgt in regionalen Gärtnereien. Regionalität und Nachhaltigkeit sind den Hoegners wichtig.

11 Verkaufs- und Produktionsgewächshaus gleichzeitig – vor dem Umbau wurde hier noch in Erdbeeten produziert. Neue Pflanzentische und die Pendelleuchten, die ein stimmungsvolles Licht zaubern, sorgen nun für eine angenehme Verkaufsatmosphäre.

12 Eine stimmungsvolle und verkaufsfördernde Warenpräsentation ist Maria Hoegner wichtig – Pflanzen werden beispielsweise immer mit passendem Topf präsentiert. Dann nimmt der Kunde gern beides mit, ist die Erfahrung der Floristin.

Eduard Hoegner. Zudem soll das Café als Anziehungspunkt fungieren, vor allem in Monaten, in denen es in der Gärtnerei ruhiger wird. „Wir liegen sehr abgelegen, fast versteckt. Der Kunde muss aktiv zu uns kommen und das tut er nur für die Gärtnerei nicht so oft, wie wir es uns wünschen“, erklärt Maria Hoegner.

Und nach dem ersten Jahr zeigt sich: Der Plan ist aufgegangen. Das Café wird so gut angenommen, dass die Hoegners im Sommer die Sitzplätze im Freien um einen Biergarten ergänzt haben. „Vor allem die Männer freuen sich über unser Café. Während die Ehefrau in Ruhe einkauft, lässt sich der ein oder andere Ehemann, der bisher im Auto gewartet hat, einen Kaffee oder Espresso schmecken“, erzählt Eduard Hoegner. „Und der schmeckt hier wirklich ausgezeichnet“, lobt Matthias Golze. „Das war uns ganz besonders wichtig“, erklärt Maria Hoegner lächelnd. „Wir haben auf unseren Besichtigungstouren durch andere Gärtnereien so viel schlechten Kaffee getrunken, dass eine gute Kaffee-

maschine ganz oben auf unserer Wunschliste stand“, fügt sie hinzu.

Was ihnen auf ihren Touren auch vielfach aufgefallen ist: In einigen Betrieben herrschte eine Atmosphäre, in der man sich nicht wohlfühlen kann. Im eigenen Betrieb legen die beiden besonderen Wert auf einen guten Kundenkontakt.

„Mit dem Café sind wir nun zum Anziehungspunkt geworden.“

Die Mitarbeiter sind angehalten, jeden Kunden freundlich zu begrüßen und sich für Fragen Zeit zu nehmen. Das führt zu einer spürbar angenehmen Atmosphäre – die Caféplätze inmitten der lichtdurchfluteten Gewächshäuser, zwischen großen Palmen und mit geschmackvollen Möbeln ausgestattet, tun ihr Übriges. Die Kunden kommen, bleiben und genießen, das können die



nen – darum herum gruppieren sich, zwischen zahlreichen großen Grünpflanzen, weitere Sitzplätze des Cafés. „Orangerie“ haben die Hoegners diesen Bereich genannt (Bild 7). „Das war mal eine unserer hässlichsten Ecken, die Ware hier hat sich überhaupt nicht gedreht. Und jetzt ist es unser schönster Bereich geworden, der von unseren Kunden auch wahnsinnig gut angenommen wird“, freut sich Eduard Hoegner.

Das Sortiment haben die Hoegners nach dem Umbau nicht verändert. „In den neuen Regalen wirken die Produk-



Hoegners nach einem Jahr erfreut konstatieren.

Zudem habe sich das Einzugsgebiet spürbar erweitert – auf einen Umkreis von bis zu 30km schätzt Eduard Hoegner. Einige Kunden legen sogar größere Entfernungen zurück und verbinden nun ihren Einkauf im benachbarten „s‘Drumherum“ mit einem Besuch bei den Hoegners. Das Geschäft für gehobene Wohn- und Gartendekoration lockt kaufkräftige Kunden aus entfernteren Regionen, sogar aus München. „Für diese Kunden waren wir vor dem Umbau überhaupt nicht relevant. Mit unserem neuen Ambiente werden wir nun auch ganz anders wahrgenommen“, freut sich Eduard Hoegner.

Im Zuge des Neubaus wurden auch die vorhandenen Gewächshäuser umgebaut und zum Teil neu eingerichtet. Die größte Veränderung passierte im Produktions- und Verkaufsgewächshaus. Hier wurde noch bis vor zwei Jahren in Erdbeeten produziert. „Die Modernisierung war in diesem Gewäch-

haus überfällig“, erzählt Maria Hoegner. Die Erdbeete wurden komplett herausgerissen und ein neuer Belag verlegt. Produziert wird nun auf Ebbe-Flut-Tischen, von denen aus auch direkt ver-

„Es ist uns gelungen, eine Atmosphäre zu schaffen, in der die Kunden gern und regelmäßig eine kleine Auszeit nehmen.“

kauft wird. Besonders begeistert ist die Floristin von der neuen Beleuchtung. Matthias Golze hat über den Pflanzentischen Pendelleuchten installieren lassen (Bild 11). „Wenn die angehen, macht das hier im Gewächshaus eine ganz tolle Stimmung“, schwärmt die Floristin.

Wo im vorderen Bereich des Gewächshauses die große Heizungsanlage stand, plätschert nun ein Springbrun-

te aber gleich ganz anders“, freut sich Maria Hoegner. Die beiden Inhaber legen großen Wert auf eine langfristige, vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Produktherstellern. Zudem ist den beiden bei der Wahl ihrer Lieferanten das nachhaltige Handeln der Unternehmen wichtig. „Wir wissen bei allen Produkten, wo sie produziert werden“, erklärt Maria Hoegner.

Die Floristin setzt auf hochwertige Vasen und Dekoartikel, die nicht überall zu finden sind. Zudem ist ihr zeitloses Design wichtig. „Wenn die Kunden sich diese Produkte gönnen, wollen sie viele Jahre etwas davon haben. Deshalb sollte man sie gut kombinieren können“, erklärt die Floristmeisterin. Zudem sind ausgewählte Feinkost- und Geschenkartikel im Angebot. „Wir haben eine besonders gute Schokolade, die es im Umkreis nur bei uns gibt, und es gibt Kunden, die extra deswegen zu uns kommen“, erzählt Maria Hoegner – Qualität und Genuss wird bei den Hoegners eben in allen Bereichen großgeschrieben. ✱