

Mille fiori – die Viridea-Gartencenter

Die grösste Gartencenter-Gruppe Norditaliens floriert. In den Regionen Piemont, Lombardei und Venetien laden neun Viridea-Gartencenter zum Einkaufserlebnis ein. Nahe der Mode- und Kulturmetropole Mailand ist auf 53 000 m² eines der grössten Gartencenter der Viridea-Gruppe zu finden – Viridea Mailand-Rho.

Text und Bilder: Christine Huld, dieschreibwerkstatt, Zierpflanzengärtnerin/ Journalistin, Lostorf



1 | Die Gartencenter der italienischen Viridea-Gruppe haben eine klare Corporate Identity.

2 | Luca Pellicciari führt das Viridea-Gartencenter in Mailand-Rho.

Mit der Eröffnung des ersten Gartencenters Viridea Cusago in der Lombardei im Jahr 1997 läutete Fabio Rappo die Erfolgsgeschichte der Gartencenter-Gruppe Viridea ein. Der Firmengründer führt bereits seit 1983 die auf Garten- und Landschaftsplanung sowie Sportplatzbau spezialisierte Firma Rappo in Cusago. In der über 20-jährigen Unternehmensgeschichte von Viridea wurden in den Regionen rund um Mailand, Turin und Venedig insgesamt neun Gartencenter eröffnet. Heute beschäftigt die Gartencenter-Gruppe 490 Mitarbeitende. Über 7 Mio. Kundinnen und Kunden besuchten allein im vergangenen Jahr die Gartencenter von Fabio Rappo. Dabei erzielte das Unternehmen im Jahr 2018 einen Umsatz von rund 62 Mio. Euro (über 70 Mio. Franken) und ein Plus von 1,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Alles für den urbanen Garten

Dachziegel, Backsteinfassade und Holzleimbinderkonstruktion – die Gartencenter der norditalienischen Gartencenter-Gruppe lassen die Corporate Identity klar erkennen, präsentieren sich aber dennoch mit individuellen Gestaltungselementen. Die Venlo-Gewächshäuser beherbergen ein breites Sortiment von rund 100 000 Artikeln aus den Bereichen Pflanzen, Pflanzgefässe, Blumenerden und Dünger, Gartentechnik, Floristik, Dekoartikel und Gartenmöbel. Auf den Aussenverkaufsflächen werden Gehölze, Stauden, Beet- und Balkonpflanzen sowie Gemüsesetzlinge präsentiert. «Rund 75 Prozent unserer Indoor- und Outdoorpflanzen beziehen wir aus europäischen Anbaugebieten wie den Niederlanden und Deutschland», erklärt Luca Pellicciari, Garten-

centerleiter von Viridea Mailand-Rho, dem mit einer Fläche von 53000m² und 45 Mitarbeitenden zweitgrössten Gartencenter der Gruppe. Aus inländischer Produktion finden sich im überdachten Aussenbereich und auf der Freilandfläche mediterrane Pflanzen wie Palmen, Olivenbäume und Zitrusgewächse sowie ein grosser Teil des Baumschulsortimentes.

In den vergangenen Jahren sei die Nachfrage nach regional produzierten Pflanzen stark gestiegen. Zudem habe der Anteil an Bio-Gemüsepflanzen im Sortiment einen Aufschwung erlebt, berichtet der Gartencenterleiter. Alte, längst vergessene Gemüse-, Beeren- oder Obstsorten mit vollem Aroma seien gefragt denn je. Im Indoorbereich zeichne sich, so Pellicciari, ein Trend von den einst von der italienischen Kundschaft heiss favorisierten farbenfrohen Blühpflanzen hin zu den Urban-Jungle-Trendpflanzen wie *Monstera*, Gummibaum, Sukkulenten und Kakteen ab. «Die Konsumenten haben die Grünpflanzen neu entdeckt», freut sich Pellicciari. Ideen für das Pflanzenparadies in den eigenen vier Wänden präsentiert das Gartencenter im Grünpflanzen-Verkaufsbereich mit regelmässig wechselnden Themenwelten.

Für das Outdoor-Gartenzimmer finden sich bei Viridea neben Grill und Co. auch schlichte sowie designverspielte Gartenmöbel für jeden Geschmack. Nach der Outdoorsaison weichen diese der Weihnachtsausstellung «Christmas Village» mit einem Sortiment aus mehr als 12000 Artikeln. «Festlich und stimmungsvoll präsentieren wir dort unser Dekosortiment für die Adventszeit und die Festtage. Für den Einkauf von Festtagsdekorationen zieht es den Kunden nicht in den Supermarkt – man geniesst das stimmungsvolle Weihnachtsmarktambiente lieber im Gartencenter», weiss der Leiter.

Erlebniseinkauf, der die Kundenbindung stärkt

Die Zoo-Erlebniswelt von Viridea ist eine besondere Attraktion – gerade für Kinder. «Sie ist in unserem Unternehmen ein strategischer Ort», betont Pellicciari, und fügt hinzu: «An den Wochenenden – wir haben auch an Sonn- und Feiertagen geöffnet – werden die Viridea-Gartencenter gerade für Familien zu einem beliebten Ausflugsziel». Meerschweinchen Kaninchen, oder Papageien wirken als



Die Kaufkraft in Europa steigt

Die Studie «Kaufkraft in Europa 2018» des internationalen Marktforschungsinstituts GfK zeigt ein Wachstum der Pro-Kopf-Kaufkraft in Europa von rund 2,5%. Die durchschnittliche Kaufkraft lag 2018 bei 14 292 Euro pro Kopf. Im Ranking belegten mit einer Kaufkraft pro Einwohner in Euro Liechtenstein (65 438), die Schweiz (40 456) und Island (32 958) die ersten drei Plätze. Mit 17 601 Euro liegen die Italiener rund 23% über dem europäischen Durchschnitt und belegen Rang 16.

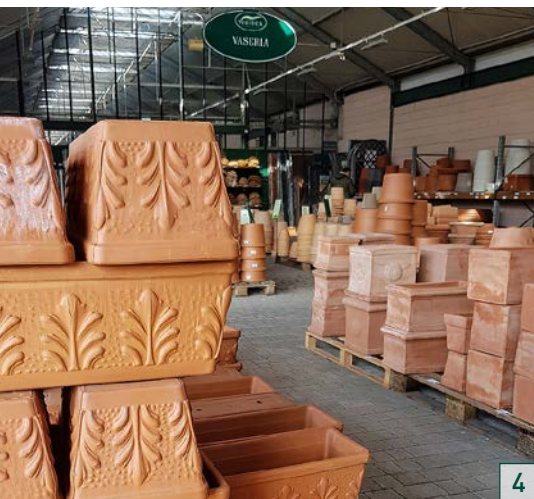
Wie viel die Konsumenten für ihre Ausgaben zur Verfügung haben, unterscheidet sich gemäss der Studie auch von der jeweiligen Region des Landes. Die Kaufkraftverteilung in Italien folgt einem deutlichen Nord-Süd-Gefälle. So liegen alle Provinzen, die sich in den Top 10 der Regionen Italiens befinden, im Norden des Landes – allen voran die Provinz Milano mit der Metropole Mailand. In dieser Provinz beträgt die Pro-Kopf-Kaufkraft 24 080 Euro und liegt damit fast 37% über dem Landesdurchschnitt und rund 69% über dem europäischen Durchschnitt.

Quelle: GfK

Magnet für Kinder. Nach dem Besuch der Tierabteilung werden neben Futter für das eigene Haustier nicht selten auch Geranien für die Bepflanzung der Balkonkästen in den Einkaufswagen gelegt.

2017 wurde die Kundenkarte «Carta Club Viridea» mit aktuell über 104 000 registrierten Kundinnen und Kunden eingeführt. Die Clubmitglieder profitieren von speziellen Rabattaktionen. In jüngster

3 | Ziegeldach, Backsteinmauern und eine Holzleimbinderkonstruktion sind den neun Gartencentern gemeinsam, ergänzt durch individuelle Gestaltungselemente.



4

4 | Das Sortiment für drinnen und draussen umfasst rund 100 000 Artikel.

5 | Aussenverkaufsfläche mit Stauden, Gehölzen und Saisonpflanzen.

6 | Kakteen- und Sukkulentenangebot.



5



6

Zeit haben die Viridea-Gartencenter ihr gastronomisches Angebot weiter ausgebaut. So laden nach dem Einkaufsbummel an jedem der neun Standorte Restaurants zum Verweilen ein. Ist ein Gastronomiebereich in einem Gartencenter ein Must-have? Irgendwie schon, findet Pellicciari: «Ein Restaurant oder Bistro bietet einem Gartencenter oder einer Gärtnerei in vielen Punkten einen Mehrwert – sei es, um Synergieeffekte für den Pflanzenverkauf zu nutzen oder um die Kundenbindung zu stärken», bestätigt der Gartencenterleiter. Die Gesellschaft sei mobiler geworden, die Urbanisierung schreite weiter voran und das verfügbare Einkommen der Konsumentinnen und Konsumenten sei in den vergangenen Jahren gestiegen. Da gönne man sich gerne eine kulinarische Auszeit inmitten der Pflanzenwelt.

Die Gartencenter in Italien hätten in den letzten Jahren schwierige Zeiten durchlebt, berichtet Pellicciari. 2013 und 2014 seien witterungsbedingt (schlechte Frühjahrssaison) von Umsatzeinbußen von bis zu 30 Prozent bestimmt gewesen. Der Gartenmarkt habe sich aber in den vergangenen zwei Jahren merklich erholt. Zudem sei die Pro-Kopf-Kaufkraft (siehe Kasten), so der Gartencenterleiter, weiter gestiegen – optimale Voraussetzungen für ein erfolgreiches Jahr 2019. |

Betriebsdaten der Viridea S.r.l.

- *Standorte der neun Gartencenter und Verkaufsfläche:* Cusago (35 000 m²), Mailand-Rho (53 000 m²), Rodano (58 000 m²), Arese (6 600 m²), Montebello della Battaglia (8 700 m²), San Martino Siccomario (33 500 m²) in der Region Lombardei; Collegno (38 400 m²) und Settimo Torinese (27 000 m²) in der Region Piemont; Torri di Quartesolo (50 000 m²) in der Region Venetien.
- *Sortiment:* rund 100 000 Artikel aus den Bereichen Indoor- und Outdoorpflanzen, Gefässe, Erden und Dünger, Gartentechnik, Floristik, Dekoartikel, Gartenmöbel sowie Zoo-Erlebniswelt mit Haustieren, Tierzubehör und Tierfutter.
- Gründung: 1997
- Geschäftsführer: Fabio Rappo
- Mitarbeitende: 490
- Website: www.viridea.it