Edizione 2013

Il Rabensteiner

Un garden center per il futuro. *Pagina 4*

Il congresso IGCA. *Pagina 5*

Guardare oltre i confini. *Pagina 8*

Una progettazione accurata, dagli esterni agli interni …

INTERIOR DESIGN … COME PROGETTARE CORRETTAMENTE I GARDEN CENTER SIN DALLE FASI INIZIALI

Nella realizzazione di un nuovo garden center o di una nuova struttura di vendita sono determinanti numerosi fattori. È la prima impressione del cliente, l'aspetto esteriore che risveglia innanzitutto la sua voglia di acquistare. La seconda impressione tuttavia è sicuramente altrettanto importante, in quanto determina l'intenzione del cliente di indugiare a lungo nel garden center o nella struttura di vendita, oppure di restarvi soltanto brevemente. Il design d'interni, e soprattutto la corretta progettazione del percorso di visita, sono quindi di grande importanza. Per questo motivo lo staff di vendita Rabensteiner, con a capo Karl-Georg Bärlin, ha potuto acquisire nozioni interessanti in merito durante un incontro con Karel de Graaf, titolare della società NIFEM Instore Builders. *Segue a pagina 2*

Guidare la clientela.

Gentili lettori,

sempre più spesso si lascia la clientela a se stessa nella decisione degli acquisti, sia perché il personale di vendita in quel momento è già impegnato con altre persone, sia perché il cliente ama girare da solo per il negozio e farsi conquistare dall'assortimento. La giusta conduzione del cliente nel garden center o nella struttura di vendita è quindi tanto più importante.

In generale il cliente accede al garden center o alla struttura di vendita solo per un motivo: vuole comprare qualcosa. L'imprenditore deve trarre vantaggio da questa intenzione di acquisto e condurre la clientela attraverso un percorso chiaro e semplice, di modo che possa ricevere numerosi impulsi all'acquisto dall'assortimento, sentendosi così ispirato.

Alcuni studi dimostrano che il 75% dei clienti decide di acquistare un prodotto solamente una volta entrato nel punto vendita, e che più della metà di questi ha rinunciato ad acquistare un prodotto perché non è riuscito a trovarlo rapidamente. Ciò significa che il cliente presso il punto vendita, cioé presso il garden center, ha bisogno di un orientamento chiaro. Ciò è di grande importanza durante la progettazione di un nuovo garden center o nel rifacimento di uno già esistente.

Anche noi in questa Newsletter abbiamo affrontato questo argomento estremamente interessante. Nel corso di una chiacchierata a tu per tu con Karel de Graaf, titolare dello studio di progettazione NIFEM, abbiamo potuto acquisire nuove conoscenze sull'allestimento di garden center o di strutture di vendita. Queste nozioni sono molto interessanti anche per noi che produciamo serre, in quanto dobbiamo tener conto di aspetti importanti già in fase di progettazione, e consegnare a Voi, i nostri clienti, strutture facili da allestire e che permettano la realizzazione di un percorso convincente.

Buona lettura!

Il Vostro Klaus Wierer

Continua da pagina 1 "Una progettazione accurata, dagli esterni agli interni"

Karl-Georg Bärlin: Signor de Graaf, innanzitutto vorrei ringraziarLa di cuore per la Sua disponibilità. Poiché veniamo interpellati sempre più di frequente nelle fasi preliminari della progettazione, anche le nostre considerazioni devono tener conto delle idee degli arredatori d'interni sin dall'inizio.

Karel de Graaf: Mi fa piacere che Lei si occupi di questo aspetto, perché mi rende più facile progettare successivamente

La gestione da parte del cliente é decisiva per ogni costruzione.

Karel de Graaf, Ditta NIFEM

l'allestimento secondo i criteri più moderni, senza essere posto di fronte al fatto compiuto. In quasi tutti i casi ci sono soluzioni buone e soluzioni meno buone, e solo insieme riusciamo a trovare la soluzione ottimale.

Johann Schnaitl: Quando i clienti si rivolgono a me, spesso hanno già un'idea preconfezionata di come deve essere la struttura senza aver pensato a come realizzarla in maniera sensata.

Richard Schneider: In questi casi viene spesso consultato l'architetto, viene redatta la domanda di concessione edilizia, che non offre più spazi di manovra, dopodiché si rimane delusi se il risultato non è pari alle aspettative.

Karel de Graaf: Oggi per ogni nuova costruzione e anche per ogni rifacimento è decisiva la gestione da parte del cliente, il cosiddetto "routing". Nell'ultima Vostra Newsletter avete trattato l'argomento delle facciate, che anch'io ritengo sia molto importante perché il cliente riconosca da lontano il profilo del negozio, ma una volta entrato, è fondamentale condurlo lentamente attraverso tutto l'assortimento. In questo caso il detto "Form follows function" (la forma segue la funzione) rivela tutta la sua importanza, per cui ogni forma può essere naturalmente valorizzata anche dal punto di vista architettonico, come mostrano innumerevoli esempi.

Karoline Klar: Esistono principi di base nella disposizione e nelle dimensioni dei reparti?

Volker Rieger: Spesso in questo caso dobbiamo tener conto, dal punto di vista urbanistico, delle limitazioni della superficie di vendita o dell'assortimento ad esempio gruppi merceologici di rilievo per la vendita nel centro cittadino.

Karel de Graaf: All'inizio si effettua sempre l'analisi di ciò che si deve e si può vendere, e questo varia da sede a sede. Secondo la mia esperienza i committenti hanno già le idee

I PARTNER DELL'INTERVISTA

Karl-Georg Bärlin
Direttore
Rabensteiner Schorndorf

Johann Schnaitl
Rabensteiner
Vendite Austria

Richard Schneider
Rabensteiner
Vendite Germania

Karoline Klar
Rabensteiner
Vendite Germania

Volker Rieger
Rabensteiner
Vendite Germania

Antonio D'Ambrosio
Rabensteiner
Vendite Italia

Karel de Graaf
Proprietario della ditta NIFEM
Instore Builders

La giusta presentazione delle piante è essenziale per il successo del garden center.

chiare sulla suddivisione di massima delle superfici, e ne parlano con noi. La tendenza va in direzione di una maggiore presenza di "verde" nei garden center. In linea di massima si dovrebbe cercare di ricavare l'ingresso nel reparto stagionale (zona fredda), il cliente deve rimanere impressionato dalla quantità e dalla varietà delle piante, i tavoli con sopra disposte le piante permettono di far vagare lo sguardo sugli scaffali in posizione arretrata, costituendo così un primo punto di partenza.

Antonio D'Ambrosio: Il cliente accede poi ad una zona esterna coperta, dopodiché al vivaio. Al ritorno si arriva alla cassa passando attraverso la zona calda, giusto?

Sempre più spesso ci confrontiamo con le Norme per il Risparmio Energetico (EnEV).

Volker Rieger, staff di vendita Rabensteiner

Karel de Graaf: Giusto, questo è il percorso logico, si devono però offrire al cliente anche delle "scorciatoie", che non devono essere così evidenti come il percorso principale attraverso il quale si vuole condurre il cliente e attraverso il quale la maggior parte dei clienti desidera comunque procedere, perché desidera contemplare tutto l'assortimento. Desidero tornare ancora brevemente alle dimensioni dei reparti. Oggi si può dire che nella maggior parte dei casi la suddivisione della superficie di vendita in tre parti, zona fredda, zona calda e superficie libera (all'aperto e al coperto) non si discosta molto dalle esigenze successive.

Karl-Georg Bärlin: Già nei primi schizzi realizzati a mano disegniamo spesso un possibile percorso del cliente con alcune frecce. Quale profondità devono possedere i locali a destra e a sinistra del percorso?

Karel de Graaf: Per i clienti del garden center si può ipotizzare una profondità a destra e a sinistra del percorso principale di max. 7-8 metri, dopodiché si dovrà pensare nuovamente a una barriera, ad esempio scaffali per l'occhio. Ciò significa che si può considerare ideale una larghezza di presentazione di 15-17 metri. Tutto sta ora a trasferire questo "corridoio" su di una possibile struttura.

Karoline Klar: Può essere utile tener conto della copertura del tetto per determinati gruppi merceologici?

Karel de Graaf: Per quanto riguarda la copertura del tetto, penso in realtà che non si debba essere eccessivamente legati all'utilizzo in parte di coperture non trasparenti, ma di utilizzarle nelle aree che con ogni probabilità rimarranno sempre fisse, ad esempio le casse e le zone della boutique.

Volker Rieger: Sempre più spesso ci confrontiamo con le Norme per il Risparmio Energetico (EnEV), proprio per il fatto che in numerosi garden center non si vendono solo piante (51% del fatturato). Per questo motivo dobbiamo renderci conto che con una disposizione accorta di superfici non trasparenti e ben isolate il fabbisogno di calore viene mantenuto entro limiti ristretti, a tutto vantaggio alla fin fine anche del portafoglio del gestore.

Richard Schneider: In questo caso si deve pensare naturalmente anche a pareti ben isolate, in quanto dove vengono disposti gli scaffali non sono necessarie vetrature, che anzi in questo caso sono addirittura di ostacolo.

Karel de Graaf: Sono d'accordo al 100%. Le conviene allora progettare i pannelli per le pareti di altezza 3,50 metri circa, da chiudere poi in alto con lo spigolo superiore dello scaffale.

Antonio D'Ambrosio: Cosa ne pensa dei bar e dei ristoranti che sempre più spesso rientrano nella progettazione? Qual' è la loro collocazione ideale?

Karel de Graaf: Credo che ciò dipenda molto naturalmente dalla relativa situazione. Se il bar è gestito dal gestore durante gli orari di apertura del garden center, allora dovrebbe essere disposto più o meno al centro del percorso per la clientela, se invece è gestito in maniera indipendente dal garden center e può essere utilizzato anche per altre manifestazioni, deve essere collocato per forza nei pressi dell'ingresso.

Johann Schnaitl: Si dovrà comunque sempre avere la possibilità di aprire il bar o il ristorante all'esterno. Abbiamo già utilizzato spesso le cosiddette pareti pieghevoli, che permettono una grande flessibilità di delimitazione degli spazi dall'interno verso l'esterno.

Karoline Klar: Cosa pensa dell'allestimento di un secondo piano per la vendita e/o il ristorante, indipendentemente dal fatto che ciò è sempre legato a particolari esigenze in materia di scale o di antincendio?

Karel de Graaf: Bisogna pensarci molto bene, perché i clienti non sono molto inclini a salire di piano, a meno che non si tratti di gruppi merceologici ben definiti che rappresentino qualcosa di "extra", come ad esempio i mobili da giardino, oppure appunto un ristorante, che quindi può godere in questo modo anche di una bella visuale sul paesaggio circostante.

Karl-Georg Bärlin: La ringrazio per l'interessante colloquio e le innumerevoli informazioni. È stato per noi, ma sicuramente anche per i nostri lettori, molto formativo.

Karel de Graaf: La ringrazio anch'io di cuore: solo una progettazione integrata garantisce alla clientela la base redditiva per la riuscita del garden center. ■

Un garden center per il futuro.

"Müller Blumen und Garten", azienda tradizionale di Schallstadt (D) giunta già alla terza generazione, è gestita da Sonja e Peter Müller. Per rendere l'azienda attraente anche per la quarta generazione, la famiglia Müller ha voluto riorientare e soprattutto rivoluzionare il Garden center.

La figlia Sarah, diplomata in economia aziendale, e il figlio Daniel, maestro giardiniere esperto nella costruzione di giardini e nell'architettura paesaggistica, lavorano già attivamente in azienda e sono stati quindi coinvolti fattivamente nella realizzazione del nuovo complesso.

Il garden center "Müller Blumen und Garten" è caratterizzato dalla Sua molteplicità.

L'obiettivo era demolire l'esistente giardineria e realizzare una struttura completamente nuova e modernissima. Il risultato dell'intensa collaborazione tra la famiglia Müller, l'architetto, la Soc. Rabensteiner e le diverse ditte coinvolte nel progetto è un garden center "all in" per la clientela. "Müller Blumen und Garten" riunisce sotto lo stesso tetto quattro settori aziendali: il garden center con il reparto di floristica, la giardineria con produzione propria, l'adiacente ristorante "Vinolivio" e il reparto costruzione di giardini e architettura paesaggistica. Il cliente può così avvalersi di un servizio perfetto e di un'offerta completa in questo settore. Il garden center, la giardineria con produzione propria e la costruzione di giardini e architettura paesaggistica vengono gestiti direttamente dalla famiglia Müller. Solo il ristorante "Vinolivio", con i suoi 190 coperti all'aperto e al coperto e dotato di accesso sia esterno che direttamente dal garden center, è stato esternalizzato e affidato ad un esperto gestore. Ciononostante la clientela può acquistare comodamente da tutti e quattro i reparti. La ricetta del successo di "Müller Blumen und Garten" è proprio questa offerta globale e il servizio completo e professionale per la clientela.

L'intera area comprende una superficie di 2,2 ettari, di cui 3.120 m² dedicati al garden center, e 5.150 m² alla produzione.

Nel giro di sole 12 settimane inoltre, la nostra società di Schorndorf (D) ha realizzato una nuova serra su ca. 4.500 m². Grazie alla nostra pluriennale esperienza nella costruzione di serre, abbiamo potuto contribuire ad una gestione efficiente dell'energia con una buona consulenza e progettazione. La struttura moderna permetterà alla "Müller Blumen und Garten" di ridurre del 50% il consumo di energia. Il progetto è stato realizzato con tre serre a navata larga con annessa serra "venlo" per la zona fredda. La copertura del tetto è stata realizzata in parte con pannelli isolanti, nella porzione della zona calda e della zona ristorazione con vetro isolante da 26 mm e nella zona di produzione con vetro di sicurezza temprato da 4 mm Vetrasol. Nella zona fredda è stata montata una schermatura energetica orizzontale.

A seconda delle esigenze le pareti verticali e i frontoni esterni sono stati realizzati con pannelli isolanti, lastre di policarborato alveolare o vetro isolante. Con questa nuova costruzione e con un progetto ben ponderato, "Müller Blumen und Garten" ha posato la prima pietra per un futuro duraturo e di successo. ■

Anno di costruzione:	2012
Superficie totale:	2,2 ha
Superficie di vendita:	1.500 m² superficie scoperta/vivaio
Serra fredda:	920 m²
Serra calda:	700 m²
Superficie di produzione:	5.150 m²
Ristorazione:	200 m² zona interna da 130 coperti, 100 m² terrazza da 60 coperti

Struttura-materiali: copertura tetto: in parte pannelli isolanti, vetro isolante da 26 mm (vetro laminato di sicurezza VSG6/vetro di sicurezza temprato ESG4) nella zona calda e nella zona ristorazione, vetro di sicurezza temprato da 4 mm Vetrasol 503 nella zona di produzione. Frontoni esterni e pareti verticali: pannelli isolanti, di policarborato alveolare o vetro isolante.

◂ *Il ristorante Vinolivio di „Müller Blumen und Garten".*

Il Modulo Azzurro: un anno di esperienza.

Alcuni anni fa il nostro reparto Ricerca ha sviluppato il Modulo Verde, per il quale la parola "verde" era stata scelta sia come sinonimo di struttura a risparmio di energia, sia per la possibilità di realizzare un tetto piano verde. Proprio un anno fa avevamo presentato all'IPM di Essen un altro progetto innovativo made in Rabensteiner: il Modulo Azzurro.

La prima vera Serra a cielo aperto è una cosiddetta "Modulo Azzurro", il cui tetto si apre e si chiude completamente grazie alla struttura del tessuto di copertura. È possibile installare inoltre nello stesso modo anche sistemi di ombreggiatura o di schermatura energetica. Il tessuto resistente agli strappi ed estremamente resistente viene condotto da traversa a traversa con un sistema a tiranti elastici con azionamento a cremagliera. In presenza di luce diurna il tessuto possiede una permeabilità alla luce dell'85%, e, a cielo coperto, del 78%.

Una caratteristica particolarmente interessante del Modulo Azzurro è la possibilità di utilizzarlo come protezione dalle intemperie per vivai, aziende coltivatrici di piante o garden center. In questo modo è possibile prolungare la stagione di coltivazione, oppure valorizzare ed ampliare la superficie di vendita su superficie libera.

Il colmo, dell'altezza pari a 5 metri, non necessita di autorizzazione nella maggior parte degli stati federali tedeschi. Anche per la zona delle facciate sono disponibili numerose possibilità di combinazione a seconda delle esigenze: vetro, lastre o pareti avvolgibili.

Dal momento dell'introduzione sul mercato del Modulo Azzurro nel gennaio 2012, siamo riusciti ad attuare numerosi progetti con questo sistema, come ad esempio il progetto Gaissmayer a Illertissen, dove la superficie libera è stata coperta con una campata senza colonne di 16 metri. Le prime esperienze sono assolutamente positive: protezione ottimale dalla pioggia da un lato, e possibilità dall'altro di ottenere un clima sostanzialmente piacevole senza necessità di un riscaldamento supplementare, soprattutto nelle mezze stagioni, grazie alla chiusura del tetto e delle pareti (in questo caso pareti avvolgibili). E non appena splende il sole, la guaina praticamente "scompare", restituendo completamente la superficie libera. ■

Il "Modulo Azzurro" del florovivaismo Gaissmayer a Illertissen.

Gli avvenimenti dell'ultima metà dell'anno.

Due importanti eventi hanno caratterizzato l'estate avanzata e l'autunno.
Il congresso IGCA tenutosi alla fine di agosto è stato il palcoscenico del settore florovivaistico internazionale e il conferimento dei Taspo Awards a Berlino.

220 partecipanti provenienti da 18 nazioni hanno visitato la 54a edizione del Congresso IGCA in Germania. I partecipanti hanno potuto vivere momenti emozionanti durante la visita di alcuni interessanti garden center, caratterizzati dalle impostazioni più diverse. È stato inoltre rappresentato in maniera particolare il settore delle piante e alberi nel Basso Reno, dalla produzione fino alla commercializzazione. Numerosi highlight culturali completavano il programma. Gli ospiti hanno potuto inoltre visitare il complesso industriale e minerario Zollverein della Ruhr, il Duomo di Colonia e ammirare, nel corso di un'escursione in barca, la valle del Medio Reno superiore, nominata Patrimonio dell'Umanità dall'UNESCO. Rabensteiner, sponsor della giornata, era naturalmente presente. Nel corso del "Rabensteiner Day" sono stati visitati numerosi garden center di successo realizzati da noi, tra gli altri il "Gartencenter Breuer" di St. Augustin.

Il 23 novembre Berlino si è trovata nuovamente al centro del settore florovivaistico. Il conferimento dei **TASPO AWARDS** che si ripete ogni anno è un punto di incontro molto apprezzato per eleggere i migliori tra i migliori, curare i contatti e invitare clienti e partner commerciali, il tutto in piacevole compagnia. Il Rabensteiner Award di quest'anno è stato assegnato al florovivaista **"Raritätengärtnerei Treml"** a Arnbruck in Germania.

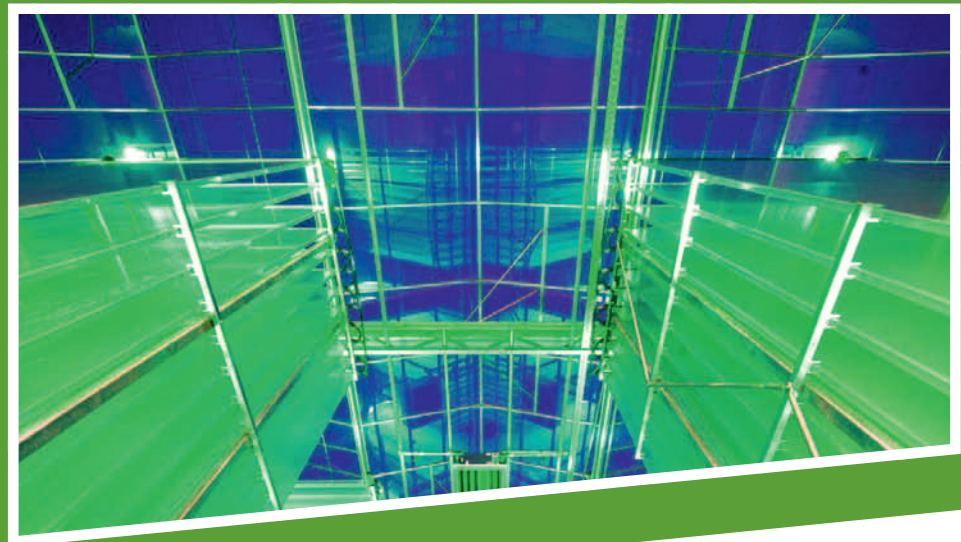
I numerosi partecipanti dell'IGCA.

La clientela dietro ai progetti Rabensteiner.

Ogni anno, cogliamo l'occasione dell'uscita della newsletter "IL RABENSTEINER" per presentarVi alcuni dei progetti più interessanti da noi realizzati.
Come sempre è solo un estratto tra i tanti effettuati. Come ad esempio il progetto "ecoduna", realizzato a Bruck an der Leitha in Austria, dove abbiamo costruito una serra per la produzione delle alghe. Comunque sia, ciascuno degli altri clienti che abbiamo avuto il piacere di seguire nel 2012 è stato unico e particolare.

ecoduna
Bruck an der Leitha — A

A Bruck an der Leitha, in Bassa Austria, è stato realizzato un progetto pilota tutto particolare. La "ecoduna produktions GmbH" ha infatti progettato un impianto dimostrativo costituito da un fotobioreattore per la coltivazione di microalghe. Nell'impianto pilota sarà prodotto prevalentemente olio dall'elevato contenuto di acidi grassi omega-3. L'impianto però dovrà garantire in futuro la possibilità di sperimentare altri prodotti o altre condizioni. L'obiettivo è l'utilizzo globale delle biomasse con il maggior coinvolgimento possibile delle risorse disponibili. Per questo progetto la società Rabensteiner ha realizzato una serra "venlo" sotto forma di struttura a tetto inclinato a una sola navata della superficie di 504 m². L'altezza della grondaia richiesta dall'utente (8 m) è notevole. È stato inoltre realizzato un sistema di oscuramento avvolgibile completo per le pareti verticali e quelle del frontone. A schermatura chiusa sembra di essere in un'astronave! ■



Bellaflora
Fohnsdorf — A

Prosegue nuovamente la collaborazione pluriennale tra "Bellaflora", la più grande catena di garden center in Austria, e Rabensteiner. La nuova immagine dei garden center Bellaflora sviluppata insieme al cliente sarà attuata, dopo la realizzazione effettuata lo scorso anno a Fohnsdorf, anche per la nuova sede di Wörgl. Bellaflora si distingue per l'immagine moderna, legata nel contempo ai valori tradizionali. Il garden center ora realizzato offre, soprattutto grazie ai portoni di grandi dimensioni, un clima particolarmente favorevole agli acquisti. ■

Schaar Pflanzenwelt
Kreuzau — D

Fondata 60 anni fa, la ditta "Schaar Pflanzenwelt" di Kall sull'altopiano dell'Eifel, in Germania, ha compiuto nel 2012 un importante passo nello sviluppo aziendale. Una nuova sede sorgerà a Kreuzau presso Düren, su di una superficie sopraedificata di oltre 3.500 m². L'azienda Saga-Flor, proprietaria del marchio "Grün-erleben", investe qui in un nuovo garden center con vendita in vivaio. La serra "venlo", dalla bella navata che funge da ingresso, sarà operativa nella primavera del 2013. ■

Palm house Psenner
Cornaiano — I

La serra, molto impegnativa dal punto di vista architettonico, è costituita da due corpi: una navata larga con copertura in vetro permeabile ai raggi UVB, semenzai e doppia schermatura per la coltivazione di colture particolari e del giardino delle palme in fase di realizzazione ad elevato isolamento, per la presentazione della merce. ■

Dehner Gartenmarkt
Erding D

Nella zona artigianale di Erding West, Rabensteiner ha realizzato nel giro di due anni il quarto punto vendita Dehner con il nuovo Corporate Identity. Dehner propone il suo grande assortimento su di una superficie di ca. 5.400 m² comprensiva di una grande area ZOO. La particolarità di questo punto vendita è data dal pannello perimetrale verde, un requisito urbanistico questo, e dall'elevato grado di isolamento della serra con la grondaia termica Rabensteiner e il tetto e le pareti separate dal punto di vista termico. È stato possibile rispettare le strette scadenze solo con la scrupolosa attuazione del progetto in collaborazione con partner di comprovata affidabilità. ■

Garden De Antoni
Camisano Vicentino I

Questa nuova struttura, della superficie di 1.300 m², rappresenta l'ampliamento delle serre esistenti. Ora il Garden De Antoni si presenta su di una superficie di complessivi 3.000 m², di cui ca. 1.300 m² costituiti dalla serra in vetro, 140 m² su due piani per gli uffici e i vani tecnici, e ca. 1.600 m² di serra a tunnel per la produzione. La grande sfida era data dall'integrazione dei due corpi, quello nuovo e quello vecchio, sia dal punto di vista architettonico che da quello tecnico, in modo da creare un'immagine complessiva nuova e accattivante, conforme alle esigenze della clientela e dei titolari. ■

Gartencenter George
Eschwege D

Una serra Gabler a navata larga del 1999 utilizzata come struttura di vendita, con annesso un impianto di serre "venlo" del 2006: ecco ciò di cui il progetto doveva tener conto per dare alla struttura di vendita già esistente una nuova immagine globale sia all'esterno che all'interno. Grazie alla disposizione intelligente dei portali sporgenti sotto forma di elemento creativo, e all'ingresso, messo sapientemente in risalto, che riprende gli elementi caratteristici dei portali, la struttura di vendita è ora dotata di un'immagine nuova e unitaria. È stato realizzato inoltre un nuovo concetto di percorso di visita con costruzioni aggiuntive e con l'ampliamento della superficie di ca. 1.700 m², ed inoltre con la nuova suddivisione dei reparti. Su di una superficie sopraedificata di complessivamente 3.000 m², il garden center George di Eschwege è quindi pronto per affrontare il futuro. ■

Garden Piccolo Giardino
Foggia I

Il Garden Piccolo Giardino è caratterizzato dalla sua immagine moderna con un padiglione ottagonale. In questa hall ottagonale trovano spazio un banco di servizio/accoglienza, la fioreria, le piante da interni e un grande soppalco centrale a disposizione per campagne merceologiche mirate e/o eventi. Da questo spazio a pianta centrale si può accedere alla serra fredda (una "Cabrio open air" divisa in una serra vera e propria e in un porticato), ad uno spazio esterno e ad un settore destinato al Dekor casa e giardino, collocato in una fabbricato in cemento. ■

ZIMMERMANN PUPP

Guardare oltre i confini.

Per la prima volta si è tenuto a fine settembre il tour guidato Rabensteiner per commercianti al dettaglio e gestori del settore florovivaistico. Con lo slogan "Guardare oltre i confini" i partecipanti, per lo più provenienti dalla Svizzera, ma anche dalla Germania, si sono ritrovati per visitare insieme tre progetti di grande successo realizzati da Rabensteiner.

La visita, della durata di un giorno e con complessivamente 15 partecipanti, è iniziata a Rheinfelden presso il "Blumen und Gartencenter Steul". Il garden center su due piani, sviluppatosi a partire da una giardineria, si estende su di una superficie totale di ca. 2.500 m². Il progetto è stato realizzato in collaborazione con l'architetto Hans Steul. Il garden center è stato costruito chiavi in mano da Rabensteiner. Il nuovo concept estetico dei punti vendita Dehner Gartenmarkt, soprattutto per quanto riguarda il Corporate Identity/Corporate Design, riconoscibile nella parte frontale e nell'ingresso della struttura a tetto piano, è stato realizzato fino alla strada, in modo da catturare lo sguardo. La disposizione su due piani conferisce al garden center un aspetto simile ad un atrio.

Successivamente è stato visitato il "Dehner Gartenmarkt" di Friburgo. Questo progetto è stato realizzato completamente ex-novo su di terreno non ancora edificato. Anche questo garden center è stato costruito chiavi in mano da Rabensteiner. Il nuovo concept estetico dei punti vendita Dehner Gartenmarkt, soprattutto per quanto riguarda il Corporate Identity/Corporate Design, riconoscibile nella parte frontale e nell'ingresso della struttura a tetto piano, è stato realizzato su una superficie di 5.800 m².

Riflettere sulla propria azienda e discutere con altri è sempre un ulteriore passo verso il successo.

Karl-Georg Bärlin, Direttore Rabensteiner Schorndorf

Il programma prevedeva infine il progetto riguardante "Müller Blumen und Garten" di Schallstadt, che prevedeva la demolizione della giardineria esistente e la nuova costruzione di tutto il garden center. Da sottolineare la zona ristorazione con il ristorante Vinolivio, struttura in vetro completamente a sé stante. Il progetto "Müller Blumen und Garten" è un fiore all'occhiello anche dal punto di vista energetico: grazie alla struttura modernissima, il consumo energetico si riduce infatti del 50% circa rispetto ad altre strutture paragonabili.

I partecipanti del tour guidato Rabensteiner hanno potuto prendere visione dei dati costruttivi di riferimento, delle strutture, delle raffinatezze architettoniche, traendone così spunti di riflessione. Tutte queste impressioni e informazioni hanno fatto della giornata un'occasione davvero interessante per tutti i partecipanti. ■

Rabensteiner su facebook.

Da poco comunichiamo con la clientela anche tramite Facebook. Per rimanere sempre al passo con i tempi, abbiamo seguito questa tendenza e abbiamo creato un profilo Rabensteiner. Se volete diventare nostri fan cercateci su Facebook alla voce "Rabensteiner.DasGlashaus". In questo modo sarete sempre aggiornati sulle novità e sui progetti in corso. Per coloro che desiderano ricevere il biglietto di ingresso per l'imminente Fiera IPM di Essen è sufficiente diventare nostri fan su Facebook e inoltrarci la relativa richiesta: saremo lieti di inviare un apposito codice online.

Diventa nostro amico e riceverai un ingresso gratuito per la fiera IPM.

www.facebook.com/Rabensteiner.DasGlashaus

Rabensteiner
LA SERRA

ITALIA
Rabensteiner S.r.l.
Via Julius Durst 88
39042 Bressanone
Tel. +39 0472 272 900
Fax +39 0472 833 733
info@rabensteiner.eu

GERMANIA
Rabensteiner S.r.l.
Gottlob-Bauknecht-Straße 10
73614 Schorndorf
Tel. +49 (0) 7181 608 - 0
Fax +49 (0) 7181 608 - 200
info@rabensteiner.eu

UCRAINA
Rabensteiner S.r.l.
Via Gorkogo 13
31100 Starokonstantinov
Khmelnitsky Region
Tel. +380 3854 31053
info@rabensteiner.com.ua

RAPPRESENTANZA AUSTRIA
Rabensteiner S.r.l.
Mayr-Melnhof-Gasse 5
5020 Salzburg
Tel. +43 (0) 662 628655
info@rabensteiner.eu

www.rabensteiner.eu

Colofone: Editore e proprietario: Rabensteiner S.r.l., Dott. Klaus Wierer, Via Julius Durst 88, 39042 Bressanone, Italia, USt.-Id.Nr. IT 02239970219.
Idea e concetto: Agenzia pubblicitaria Zimmermann Pupp. Redazione: Karl-Georg Bärlin, Erika Kusstatscher. Foto: Rabensteiner, Shutterstock. Stampa: Longo SPA