



MATERIALIEN

– AUßERGEWÖHNLICH PRÄSENTIERT



Insgesamt umfasst die Ausstellungsfläche bei Livinghouse rund 500 Quadratmeter.

Sie heißen Livinghouse und Wohn-Atelier 49. Sie sind auf der Suche nach kaufkräftigen, designorientierten Kunden, die das Besondere suchen. Hinter beiden Namen steckt ein Zusammenschluss von hochqualifizierten Handwerkern unterschiedlichster Gewerke, die zusammen Lösungen für den gesamten Wohnraum anbieten können – und dazu gehört auch der Garten, die Terrasse oder der Balkon. Zwei Garten- und Landschaftsbauunternehmer aus Baden-Württemberg sind auf diesen Marketingzug aufgesprungen und garantieren für Raum-Unikate im Außenbereich.

LIVINGHOUSE sitzt in Stuttgart und garantiert seinen Kunden Einmaligkeit in Planung und Ausführung im, am und ums Haus. Gewährleistet wird dies durch 13 kompetente Partner aus dem Handwerk. Geboren wurde diese Idee, als das Unternehmen Sanitär Wahl immer öfter von seinen Kunden auf eine komplette Planung der Wohnräume angesprochen wurde. Bislang hatte sich das Angebot des Unternehmens auf die Bäderplanung

beschränkt, doch diese Anregung brachte Harald Wahl, heutiger Geschäftsführer von Livinghouse, ins Grübeln.

So dehnte er sein Planungskonzept im Jahr 2002 unter dem Namen Livinghouse auf den ganzen Wohnraum aus. Seitdem planen und beraten drei Innenarchitekten für Livinghouse und die Partnerbetriebe (GaLaBau-Unternehmer, Glasmanufaktur, Stuckateur, Tonstudio,



**VISO GARTEN
DESIGN**
AUTOR

Petra Reidel
ist ausgebildete
Gartenbauingenie-
rin, seit 2000 ist sie
selbstständig mit dem
Redaktionsbüro
„Blätterwerk“ tätig.

Livinghouse: Eine große Glasfront im Ausstellungsraum verbindet innen und außen.
Fotos: Livinghouse

Lichtstudio, Raumausstatter, Maler, ...) setzen die Ideen auf höchstem Niveau um.

„Wir verwenden gewöhnliche und ungewöhnliche Materialien, wir verwenden sie aber immer außergewöhnlich“, zitiert Wahl den Leitspruch von Livinghouse. Für jedes Material gibt es einen ausgewählten Partnerbetrieb. „Entscheidend für die Auswahl ist neben den handwerklichen Fähigkeiten auch die Einstellung“, erläutert Wahl, der von seinen Partnern die gleiche Leidenschaft erwartet, wie er sie im Sanitär-Bereich geprägt hat. Dass zum Wohnraum mittlerweile auch fast immer ein Garten, eine Terrasse oder ein Balkon gehören, war Wahl schnell klar und so begab er sich auf die Suche nach einem besonderen Partner für das Grüne.

FÜR DIE „GRÜNE SEITE“ VON LIVINGHOUSE steht das Unternehmen Otto Arnold aus Leinfelden-

Stephan Arnold

Stephan Arnold ist seit 1999 Inhaber und alleiniger Geschäftsführer der Otto Arnold GmbH. Zurzeit beschäftigt die Otto Arnold GmbH 30 Mitarbeiter, davon 3 Ingenieure, 5 Meister und Techniker, 10 Facharbeiter, 7 Hilfskräfte und 5 Auszubildende. Einen Namen hat sich die Firma bereits im Bereich der hochwertigen Hausgärten gemacht. Stephan Arnold, Techniker im Garten- und Landschaftsbau, ist Präsidiumsmitglied im Verband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg e.V. und engagiert sich aktiv für berufständische Ziele.

Otto Arnold GmbH
Im Spitzhau 1
70771 Leinfelden-Echterdingen
Tel.: 0711-97589-3



Der von Arnold gebaute Außenbereich.

Echterdingen. „Der Betrieb war mir schon lange bekannt und durch qualitativ hochwertige Ausführung und Planung aufgefallen“, so Wahl. „Unsere erste Prüfung war dann auch gleich die Umgestaltung des Hausgartens der Familie Wahl“, schmunzelte Stephan Arnold, Geschäftsführer der Otto Arnold GmbH. Die fiel zur Zufriedenheit des Bauherrn aus und

das Unternehmen wurde als Livinghouse-Partner aufgenommen.

Projekt Nummer zwei folgte auf dem Fuße: Ein ehemaliges Außenlager, direkt vor dem Livinghouse-Ausstellungsraum, war in einen viel versprechenden Hausgartenbereich umzubauen. „Die Planung verlief zusammen mit den Innenarchitekten Hand in Hand und nach zwei Monaten Bauzeit war der 170 Quadratmeter große Außenbereich fertig“, erzählt Arnold. Auf dieser Fläche wird den Kunden ein Maximum an Materialien gezeigt, ohne dass es zu einer Überfrachtung kommt. Vier große, dachförmig geschnittene Sumpfeichen (*Quercus palustris*) überdachen einen gemütlichen Freisitz, Schneeball-Hortensien (*Hydrangea arborescens* 'Annabelle') entfalten ihre Pracht in bunten Töpfen und eine Holzterrasse führt zu einem Wellnessbereich mit Whirlpool, Gardendusche und ausgewählten Liegen. Buchsheken schaffen Gartenräume und ein üppiger Fächerahorn zeigt, welche Wirkung von Solitärpflanzen ausgehen kann. Der komplette Bereich ist mit Glas überdacht, das machte eine Bewässerung der Bepflanzung zwingend erforderlich. Alle Kübelpflanzen werden von unten, also für den Betrachter nicht sichtbar, bewässert. Doch nicht nur das Gießen läuft hier vollautomatisch, auch das Rasenmähen übernimmt ein kleiner Roboter. Für Lichteffekte nach Sonnenuntergang sorgt ein modernes BUS-System, welches auf den Garten ausgeweitet wurde und den Kunden „nach Knopfdruck“ schon so manches „Ah“ entlockte. „Nachdem wir auf dem Betriebsgelände keinen Mustergarten besitzen, schicke ich meine Kunden inzwischen einfach zu Livinghouse“, erklärt Arnold. Als Partner kann er sowohl den Garten als auch die Ausstellungsräume jederzeit für eigene Kundenevents nutzen. Die Außenanlage von Livinghouse ist über ein Tor – kaschiert mit einer mobilen Wandbegrünung aus Efeu – von außen zugänglich. „Die



Harald Wahl

Nach einer Ausbildung zum Kaufmann stieg Wahl in die elterliche Sanitärfirma in Stuttgart ein und wurde 1977 Geschäftsführer. 2002 gründete Wahl die Firma Livinghouse und ist seit 2005 auch hier in der Geschäftsführung tätig.

Livinghouse GmbH
Unter dem Birkenkopf 16
70197 Stuttgart
Tel.: 0711-656790-00
www.livinghouse.de



Die Ausstellungsräume ersetzen den Mustergarten auf dem Betriebsgelände – Arnold lädt die Kunden einfach zu Livinghouse ein.

Platten sind befahrbar und so fühlte sich bei einem speziellen Kundenevent auch schon ein Maserati bei uns im Garten wohl“, schildert Arnold.

„PARTNERBEZIEHUNG“: Gegen einen monatlichen Partnerbeitrag garantiert Livinghouse „seinen“ Handwerkern, dass sie den Kunden bei jeder Planung empfohlen werden. Außerdem werden hiervon der 500 Quadratmeter große Ausstellungsraum und das Personal von Livinghouse finanziert. In diesem Büro laufen alle Fäden zusammen und eine Vision von Wahl ist es, dass pro Jahr jeder Partner einen Auftrag in die Gemeinschaft einbringt, von dem alle anderen Gewerke mitprofitieren. Die Partner treffen sich monatlich zu einer Sitzung und besprechen laufende Projekte, gemeinsame Marketingaktionen und geplante Veranstaltungen, wie zum Beispiel die Ausstellung „Loft im Lift“ für September. Der zum Wohnraum umfunktionierte Raum – also Loft – war aber in diesem Fall kein Lager- oder Industrieraum, sondern der Lastenaufzug in der Ausstellungsfläche von Livinghouse. „Das war der schönste Aufzug weltweit“, schwärmte Wahl. „Und wenn es nicht der schönste war, dann auf jeden Fall der außergewöhnlichste“, ergänzte Arnold, der den in weiß gehaltenen High-Tech-Aufzug, ausgestattet mit Flachbildschirm und Sound von Robbie Williams, mit einem ausgefallenen Pflanzgefäß begrünzte. Die geladenen Gäste und Kunden waren begeistert.

MARKETING: Neben Aktionen, wie oben beschrieben, schaltet Livinghouse Anzeigen in Wohnzeitschriften, in der Stuttgarter Zeitung und auch in Heften mit Titeln wie „Feine Adressen“. Zusätzlich werden Mailings versandt – allerdings sehr selektiv. Viele Kunden gewinnt Livinghouse immer noch aus dem Sanitärbereich, der im oberen Stockwerk mit einer exklusiven Bäderausstellung lockt. Zurzeit produziert Livinghouse eine DVD über realisierte Projekte. Diese wird zukünftig im Ausstellungsraum gezeigt und in einer CD-Hülle

zusammen mit einem kleinen Prospekt an Kunden und interessierte Besucher verteilt. Auch bei den Kredit- und Immobilienabteilungen von Banken, bei Versicherungen und Maklern möchte Livinghouse seine DVD platzieren. Und auch Im Internet ist Livinghouse natürlich zu finden.

Über zwei gemeinsame Veranstaltungen pro Jahr will Livinghouse weitere Kunden gewinnen und einen stärkeren Zusammenhalt unter den Partnern fördern. „Manchmal fehlt einfach noch die 100-prozentige Identifikation mit Livinghouse“, so die Einschätzung von Arnold, der den Zusatz „Partner bei Livinghouse“ bereits auf sein Briefpapier gedruckt hat. „Die Partner selbst bringen noch zu wenig Kundenkontakte ein“, äußert sich Wahl. „Zudem sind wir, was das



Kaum Platz war für eine Außengestaltung, dennoch wirken die Hochbeete im Vorgarten des Wohn Ateliers 49 als Eyecatcher und werden als aktuelle Präsentationsplattformen genutzt.
Foto:Seydell

Die sehr exklusiv renovierte Altbauwohnung ist für alle Partner des Wohn Ateliers 49 ein Imageprojekt. Die Wohnung dient als Anschauungsobjekt bei Kundengesprächen, bietet einen schönen Rahmen für große und kleine Events und ist durch die geregelten Öffnungszeiten ideal zur Neukundengewinnung. Fotos: Reidel

Kai Seydell

Kai Seydell studierte nach seiner Ausbildung als Landschaftsgärtner an der Fachhochschule in Osnabrück Landespflege mit den Schwerpunkten Baubetrieb und Freiraumplanung. Zur Finanzierung seines Studiums gründete Seydell in Osnabrück einen kleinen Garten- und Landschaftsbaubetrieb, in welchem er drei Mitarbeiter beschäftigte. Nach erfolgreichem Studium löste er seinen Betrieb in Osnabrück schweren Herzens auf und stieg 1993 in das elterliche Unternehmen in Karlsruhe ein. 1994 wandelte Seydell den Betrieb in eine GmbH um und übernahm die alleinige Geschäftsleitung. Zurzeit beschäftigt Seydell 22 Mitarbeiter, darunter drei Azubis, zwei Ingenieure, einen Techniker, viele Landschaftsgärtner und keine Hilfskräfte. Seydell ist seit 1998 Regionalvorsitzender der Region Mittlerer Oberrhein im Verband Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau Baden-Württemberg e.V. Seydell ist bei seinen Kollegen bekannt für seine innovativen und manchmal sogar provokanten Messeauftritte bei Ausstellungen wie der früheren Blumen und Garten oder der Giardina-Karlsruhe.



Investitionsverhalten auf dem Markt angeht, in eine schlechte Zeit gestartet“, ergänzt er. Dennoch haben sich seit 2004 für das Unternehmen Arnold schon mehrere Aufträge über Livinghouse ergeben. „Natürlich hoffen wir, dass sich die Anzahl weiter steigert“, erläutert Arnold, für den die Partnerschaft bei Livinghouse ein weiterer Zugang zu einer stilbewussten Kundenschicht ist.

WOHN ATELIER 49: „Lieber verzichten wir auf einen Auftrag, als Ihnen etwas anzudrehen“. „Es ist Ihnen wichtig, dass Sie sich auf Termine verlassen können? Unsere Terminzusagen kommen Ihnen entgegen“. So lauten einige der Slogans, mit denen das Wohn Atelier 49 in Karlsruhe um Kunden wirbt. Kundenzufriedenheit steht hier in der Prioritätenliste ganz oben – hochwertige Ausführungsqualität ist selbstverständlich.

Außergewöhnliches Marketing hat seinen Reiz, und diesem konnte sich Kai Seydell, Geschäftsführer der Seydell Garten- und Landschaftsbau GmbH in Karlsruhe, nicht entziehen. Als Seydell bei einem eher privaten Gespräch mit einem befreundeten Parkettleger hörte, dass mehrere Handwerkerbetriebe eine Altbauwohnung in der Karlsruher Oststadt zu einer bewohnbaren Musterwohnung umbauen, erweiterte er diese Idee sofort auf den Außenbereich, was bei den beteiligten Firmen gut ankam. „Mich reizt das Besondere und wenn ich glaube, dies gefunden zu haben, dann bin ich auch bereit, ein gewisses Risiko einzugehen“, schildert Seydell. So wurde der zur Wohnung gehörige Vorgarten zum „Aushängeschild“ der Firma Seydell.

WAS STECKT DAHINTER? „Das Wohn Atelier 49 eröffnete im März 2006 seine Tür und inzwischen sind neun Partnerbetriebe beteiligt“, zählt Seydell auf. Eigentümer der Wohnung ist der Geschäftsführer eines Sanitärbetriebes, der auch gleichzeitig der Ideengeber ist. „Man wollte interessierten Kunden das kostenlose Probewohnen in einem „Hightechbad“ mit

Whirlpool und Dampfbad ermöglichen, um teure Kaufentscheidungen zu erleichtern“, schildert Seydell. Aus dieser Idee entstand eine exklusiv renovierte Wohnung, die den Kunden auf Wunsch einen kurzen Ausstieg aus dem Alltag erlaubt und ansonsten von Interessier-



Das Sanitärgerwerbe hat es schon vor Jahren vorgemacht: Aus der schnöden Dusche wurde das Wohlfühl-Hightechbad.

ten zur Ideenfindung besichtigt werden kann. Handwerkskunst vom Feinsten und ausgeklügelte Lösungen beeindruckten die Besucher.

„Natürlich ist das Wohnatelier regelmäßig geöffnet“, erläutert Seydell. Die Öffnungszeiten werden in der Tageszeitung beworben und die Termine abwechselnd durch die beteiligten Firmen betreut. Alle Partnerbetriebe legen Wert auf eine „flache“ Bürokratie, die sowohl den zeitlichen als auch den monetären Aufwand in Grenzen hält. Durch den Partnerbeitrag finanzieren sich die Werbemaßnahmen und die Wohnungsmiete. Die anstehenden Aufgaben werden in den monatlichen Partnersitzungen besprochen und aufgeteilt. Eine





Absprache besagt, dass durch Partnerbetriebe hergestellte Kundenkontakte absolute Priorität haben und binnen 48 Stunden zu erledigen sind. Eine vertragliche Empfehlungsverpflichtung der Betriebe untereinander besteht nicht. „Pro Jahr haben wir drei bis vier Events für geladene Gäste aus dem Kundenpool aller Firmen geplant“, erläutert Seydell. Zukünftig soll es außerdem Beratungsseminare zu ganz bestimmten Bereichen wie zum Beispiel Parkettböden oder Rollrasen geben. Die fachlich nicht involvierten Firmen laden hierzu exklusiv ihre A-Kunden ein, um ihnen sowohl informativ – durch einen qualifizierten und ehrlichen Partnerbetrieb – als auch genusstechnisch - in Form eines Buffets – etwas Gutes zu tun. Im November geht als erstes das Thema „Wellness“ an den Start, im März 2007 wird Seydell sein „Rasenseminar“ halten. „Natürlich wird das Buffet auf feinstem Rollrasen präsentiert und auch sonst kommt das satte Grün nicht zu kurz, verspricht er schon jetzt.“

MARKETING IM VORGARTEN: „Ich wollte einen Eyecatcher, der nicht nur den Besuchern des Wohn Ateliers 49 ins Auge fällt, sondern auch von den vielen Autofahrern und Straßenbahnnutzern wahrgenommen wird, die täglich die Durlacher Allee passieren“, so Seydells Ansprüche. Klare Strukturen dominieren deshalb das Gartenkonzept. Ein wellenförmiges Hochbeet aus Cortenstahl und ein weiteres Hochbeet aus Edelstahl – zurzeit mit Rollrasen und bunten Chrysanthemen bepflanzt – fungieren als Hingucker. „Die Hochbeete werden wir als aktuelle Präsentationsplattformen nutzen und je nach Saison mit leuchtendem Sommerflor, Stauden und vielleicht auch mal mit Kitsch und Kunst bepflanzen“, beschreibt Seydell seine Idee. Die Hochbeete stehen auf grauem Granitschotter. An diese Fläche schließt sich eine Dauerbepflanzung aus bodendeckenden Stauden und einer geschnittenen Hainbuchenhecke an. Der komplette Vorgarten ist

Zwei Konzepte – ein Gedanke: Wohn-Atelier arbeitet im Außenbereich über eine sehr reduzierte Gestaltung, Living-house (unteres Bild) kann über die größere Flächen mehr Details und Ausstattungselemente auch für den Außenbereich zeigen. Beiden Netzwerken gelingt es, das Thema Haus und Wohnen den Kunden umfassend nahezubringen.



abends und nachts professionell beleuchtet. Eine Lichtskulptur übernimmt zu diesen Stunden die Funktion des Eyecatchers. Der lediglich 30 Quadratmeter große Garten ist mit einem aufwändigen Beregnungssystem ausgestattet, um den Kunden die Vorteile einer automatischen Bewässerung und die Funktionsweise von Versenkregnern oder Tröpfchenbewässerungssystemen zu erläutern.

KOOPERATIONSVORTEILE: Innovation steht für Seydell sowohl bei seiner Marketingstrategie als auch bei der Planung seiner Gärten an erster Stelle. Von dem für ihn allerdings nicht ganz so neuen Kooperationsgedanken unter den Gewerken beim Wohn Atelier 49 verspricht er sich vor allem Vorteile in der Imagepflege und im Bereich der Neukundengewinnung. Die Eröffnungsveranstaltung des Wohn Ateliers 49 im März 2006 mit 120 Besuchern hat Seydell immerhin seinen ersten Auftrag beschert. Trotzdem glaubt Seydell, dass diese Kooperation noch ein bis zwei Jahre Anlaufzeit benötigt, bis das Ergebnis für alle Firmen zufriedenstellend ist.

„Wir arbeiten schon seit vielen Jahren mit einem Netzwerk von branchenfremden Firmen zusammen und wickeln die nötigen Kontakte und Abstimmungen mit Elektrikern, Dachdeckern oder Schlossern auf Kundenwunsch im „Rundum-sorglos-Paket“ ab“, schildert Seydell seinen Erfahrungsschatz. „Ich glaube fest, dass in den verschiedensten Formen der Kooperation unsere Zukunft liegt“, behauptet Seydell, „selbst für Individualisten wie mich, denn die Macht der Großen überlebt nur, wer kooperiert.“

Petra Reidel | Grafenau