



Die Jubiläumsausgabe der Giardina stiess auf ein grosses Echo in den Medien. Den Schwung dieser Erfolgswelle wollen die Organisatoren für die Ausgabe 2019 mitnehmen und die Stellung als führende Plattform der Grünen Branche weiter ausbauen. Vor allem auch für Kleinfirmen ist die Giardina eine Riesenchance, wie Patrick Allmann, Mitbegründer und Mitorganisator der führenden Indoor-Gartenveranstaltung in Europa, im Interview darlegt.

Interview: Waltraud Aberle

Bild: zvg



Patrick Allmann, «Mister Giardina», ist der Drahtzieher hinter den Kulissen.

«Wer wagt, der gewinnt»

«Nirgendwo sonst trifft man so viele kompetente Gartenbauer unter einem Dach», lobt Enzo Enea in der Broschüre zur Giardina 2019 den Garten-Event. Der international bekannte Landschaftsarchitekt kehrte zur 20. Ausgabe der Giardina zurück und trat als Zugpferd in Erscheinung.

Redaktion: Ist Enzo Enea (inoffizieller) Markenbotschafter der Giardina?

Patrick Allmann: Nein, Enzo Enea hat es nicht nötig, sich als Markenbotschafter zu betätigen. Die Giardina und Enzo Enea verbindet aber geschichtlich seit den Neunzigerjahren viel. Es besteht eine hohe gegenseitige Wertschätzung.

Die Giardina ist bekannt für ihr hohes Niveau. Wie gross ist die Hemmschwelle für Neuaussteller?

Für STYLE-Aussteller mit einem hohen gestalterischen Anspruch an die Stand-

gestaltung ist die Hemmschwelle sicher höher als für Market-Aussteller mit tendenziell klassischen Messeständen. Kleinstbetriebe mit begrenzten finanziellen Mitteln beweisen aber immer wieder, dass die Teilnahme keine Hexerei ist. Sie brillieren häufig dank hohem Engagement und Kreativität. Wer wagt, der gewinnt. Ausserdem sind wir bereit, Erstaussteller persönlich intensiv zu beraten und zu begleiten.

Wie können die kleineren Schaugärten im Schatten der grossen Garteninstallationen und Sonderschauen die Aufmerksamkeit auf sich ziehen? Was empfehlen Sie Giardina-Newcomern?

Die Grösse eines Schaugartens ist für den Erfolg nicht entscheidend, sondern Authentizität und Qualität der Präsentation. Es geht darum, exakt zu kommunizieren wer man ist und was man auf welchem Preisniveau zu bieten hat. Letztlich gilt immer noch der alte Spruch: Die Kundin

kauft, was sie sieht. Sie will auf der Gefühlsebene angesprochen werden.

Giardinabesucher verfügen über ein enormes Investitionspotenzial. Viele sind konkret auf der Suche nach Ideen und kompetenten Partnern. Wer eine eigenständige gestalterische Handschrift vorweist und einen gedächtniswirksamen Auftritt hinlegt, wird höchstwahrscheinlich auch entdeckt. Grösse ist hierbei nebensächlich.

Jährlich wechselnde Leitthemen bestimmen das Konzept der Ausstellung. Wie wählen Sie diese Fokusthemen?

Die Wahl der Leitthemen ist ein komplexer Vorgang. Wir berücksichtigen gesellschaftliche Entwicklungen, Kundenbedürfnisse und Marktentwicklungen. Daneben spielen auch die Medienarbeit und die Weiterentwicklung der Giardina eine bedeutende Rolle. Nebst Beobachtung ist für uns im Vorfeld ein intensiver Austausch mit der Grünen Branche und mit



den Konsumentinnen wichtig.

Gärtnern ohne Garten wird immer wichtiger. Laut Besucherbefragung sind Terrassen- und Balkonbesitzer stark vertreten. Welche Inhalte bieten sie dieser Zielgruppe?

Zweifellos ist die Terrasse voll im Trend, sei es Gartenterrasse oder Stockwerkterrasse. Neu boomt auch die Balkongestaltung, wobei viele Neubaubalkone die Dimension einer kleinen Terrasse haben. Mit der Sonderschau Balkongärten und Kleinterrassen unterstützen wir diesen wachsenden Trend seit Jahren aktiv. Für die Giardina 2019 wollen wir diesen Bereich ausbauen und themenorientierten Anbietern eine Plattform bieten. Ich hoffe, die Branche nutzt die Chance.

Was wünschen Sie sich in Zukunft für die Giardina?

Ich wünsche mir eine noch vielfältigere und lebendigere Giardina. Hierzu benötigen wir allerdings die aktive Unterstützung der Grünen Branche. Mutige Unternehmen mit innovativen Produkten, neuen Ideen oder dem Willen Bestehendes neu zu interpretieren sind herzlich eingeladen, auf der Giardina den Schritt an eine breite Öffentlichkeit zu wagen.