



„GARTENGEFLÜSTER“

## ELFEN IM MESSEGARTEN

Der Pan und seine Elfen schlugen die Besucher in ihren Bann.  
Fotos: Reidel

Wie wird aus 234 Quadratmetern blankem Hallenboden ein üppig grüner Schaugarten? Wie so oft, steht am Anfang die Idee – daneben braucht es aber natürlich auch gute Nerven, Flexibilität, Sponsoren und Lust auf einen perfekten Messeauftritt. Den erlebten dann auch im April 2008 über 65.000 Besucher der Messe Garten in Stuttgart.

Die Natursteinwand mit Muschelkalk-Freitreppe führt die Besucher in das „Gartengeflüster“.

„Die Entscheidung für einen Messestand in Stuttgart fiel schnell und leicht“, erinnert sich Ute Utz, die Frau von Christoph Walker. „Der Schaugarten sollte alle Sinne ansprechen und gleichzeitig unser handwerkliches Können demonstrieren, das bei uns seit über 40 Jahren Tradition hat“, ergänzen die Brüder Christoph und Andreas Walker. Neben der Tradition wollten die Walkers aber auch modernes Gartendesign präsentieren. Den Bogen zwischen Handwerk und Moderne spannte schließlich die Planungsgrundlage, die das Büro frei raum concept aus Rottenburg erstellte: Geleitet durch eine riesige Natursteinmauer betrat der Besucher über eine dreistufige Freitreppe aus Muschelkalk das „Gartengeflüster“. Rechter Hand eröffnete sich Gartenromantik pur, verknüpft mit Kindheitserinnerungen an Omas Garten, symbolisiert durch





Das Stellen der Natursteinwand: noch ist der Hallenboden blank und leer.  
Foto: Utz

einen großen Apfelbaum, Schlüssel- und Schachbrettblumen und einen geheimnisvollen bemoosten Stuhl. Auf der gegenüberliegenden Seite des in Bahnen verlegten Muschelkalks verliefen klare moderne Linien. Orange Lichtstreifen, Rasen, in Wellenform geschnittene Buchs- und Eibenhecken und die sehr individuelle Gartenkeramik der Sindelfinger Künstlerin Sabina Hunger führten auf eine Muschelkalkterrasse unter einem Kirschblütenhimmel.

Der Arbeitstitel für den Schaugarten war schnell gefunden und lautete „Natur für alle Sinne“. Den feinen Schliff in puncto Gartentitel und das richtige Marketing brachte die Agentur „dialog(a)(r)(t)“ aus Stuttgart. Parallel zum Messeauftritt plante die Firma Walker eine Auffrischung des Logos und einen neuen Internetauftritt. „Wir dachten, ein Messeauftritt ist die ideale Plattform, um das überarbeitete Firmenlogo unseren Alt- und Neukunden vorzustellen“, erläuterte Christoph Walker. Bis es jedoch dazu kam, forderte der von der Agentur vorgegebene Zeitplan viel Disziplin ab. „Dialog(a)(r)(t) hatte es nicht immer ganz einfach mit uns, aber sie hielten sich an den Zeitplan und forderten die nötigen Entscheidungen konsequent ein“, so Ute Utz. Die Agentur entwarf die Einladungsschreiben für die Kunden zum Messeauftritt, organisierte die Pressearbeit, überwachte den Internetauftritt, modernisierte Logo und Geschäftspapier, tauchte die Betriebskleidung in neue Farben und erstellte so genannte Werbemappen mit Produktblättern für die Kundenakquise. Das Komplettpaket stand pünktlich zum Messeauf-

tritt zur Verfügung. Einziger Wermutstropfen: Die teuer zugekauften Adressen für einen Teil der Einladungen – ausgesucht nach Straßen und Wohngebieten im Umkreis von 20 Kilometern – hatten nicht die erhoffte Qualität.

**ZEITPLAN, VORARBEITEN UND AUFBAU:** Die Entscheidung für den Schaugarten fiel im Herbst 2007. Im November pflanzten Annette Sinz-Beerstecher und Christian Böppe von frei raum concept als Mitaussteller das Grundkonzept des Gartens. Ute Utz übernahm als studierte Diplom-Ingenieurin (FH) Landschaftsarchitektur die Bauleitung. Die Baumschule Hörmann aus Stuttgart wurde als Sponsor für alle Gehölze gewonnen.

Die ausgestellte Keramik der Sindelfinger Künstlerin Sabina Hunger umspielt die strengen Formen der Hecken.



Die Durchgangshöhe der Zierkirschen war zu niedrig – über Stahlgefäße wurden die Ballen angehoben.



Wagten in Stuttgart einen besonderen Auftritt (von links nach rechts): Andreas Walker, Ute Utz und Christoph Walker bei der Verleihung des Garten-Preises in Silber.



Die Zusammenarbeit mit dem Natursteinlieferanten verlief nicht wie geplant, da sowohl der Gamser Gneis für die Natursteinmauer als auch der Muschelkalkbelag nicht als Kommissionsware zur Verfügung gestellt wurden. „Für die Suche nach einem neuen Sponsor war die Zeit zu knapp, aber aus Fehlern lernt man“, so das Resümée der Walkers. Die Natursteinmauer wurde aus sechs Teilen zwei Wochen vor Beginn der Messe vorgefertigt. Zusammen mit einem Stahlbauer entwarfen Walkers dafür eine Metallunterkonstruktion, die das horizontale Mauern zuließ. Acht Tage vor Eröffnung der Messe begann der Standaufbau. Für die Fahrzeuge der GaLaBau-Betriebe galt während des Aufbaus eine kautionsfreie Sonderregelung, welche die termingerechte und nahtlose Bestückung mit Materialien sehr vereinfachte. Der Hallenboden musste mit Folie und Vlies vor Verunreinigungen geschützt werden, L-Steine fassten das Schauegelände ein und sorgten für eine Aufbauhöhe von 50 Zentimetern. Während der Bauphase musste



Romantik pur: Ein alter Apfelbaum mit Brombeerranken, Schlüsselblumen, Narzissen und ein Stuhl aus Moos lassen alten Kindheitserinnerungen wach werden.

Utz immer wieder sehr flexibel auf besondere Auflagen der Messe reagieren. So war beispielsweise unter den Zierkirschen eine Durchgangshöhe von 2,50 Metern einzuhalten. Der Kronenansatz der hochgebundenen Pflanzen lag aber nur bei 2,30 Metern. Kurzfristig entwarf Utz zusammen mit dem Stahlbauer vier Pflanzgefäße, die das Herausheben der Ballen aus dem Belag erlaubten. „Es gibt so viele Vorschriften, die letztendlich keiner im Detail liest“, so Utz, die sich ein Merkblatt mit den wichtigsten Fakten wünschte. „Zum Glück fand sich für jedes Problem eine schnelle Lösung“, lobt Utz die Projektleitung der Messe. Nach acht stressigen Aufbauarbeiten mit bis zu acht Personen auf der Baustelle und pünktlich zum Rundgang der Jury öffneten die Kirschen ihre ersten Blüten und zollten der vielen Arbeit ersten Lohn.

**ANIMATION IM GARTEN:** Der Hirtengott Pan – halb Mensch, halb Ziegenbock – und seine zwei Elfen waren eine Empfehlung der Agentur, welche die Pantomimen bereits live gesehen hatte und sicher war, dass diese Art der Animation perfekt zum „Gartengeflüster“ passt. Alle Sinne (es gab etwas zu sehen, zu riechen – der Pan duftete – zu hören und zu kuscheln) wurden durch die Darbietung angesprochen. Der Pan bezauberte, becircte und neckte nicht nur seine Elfen, sondern er schlug auch die Besucher in seinen Bann. So hielt dieses Schauspiel, das täglich vier Stunden im romantischen Teil des Gartens zu sehen war, die Besucher extrem lange und mit viel Begeisterung im „Gartengeflüster“ und erfüllte seinen Zweck perfekt.

**VIER MESSETAGE:** Über tausend Einladungen zur „Nacht der Sinne“, zum VIP-Abend der Landschaftsgärtner oder einfach nur auf den Messestand, sorgten für regen Zulauf, doch das Erkennen der geladenen Gäste war nicht einfach. „Bei der nächsten größeren Veranstaltung werden

wir deshalb eine Postkarte als Rückantwort beilegen und eine Namensliste führen“, erklärt Utz. „Viele unserer Altkunden fanden sich auf dem Messestand ein, was ideal zum Auffrischen der Kontakte war“, so Christoph Walker. Ein professioneller Caterer kümmerte sich während der vier Tage um das leibliche Wohl der Besucher. Unterstützung bekam er von Walkers Mitarbeitern, die ihr neues Wirkungsfeld (dazu gehörte beispielsweise das Ausschütten von Elfenwasser) äußerst spannend fanden. Wie schon in der Aufbauphase beobachtet, schweißte der Messeinsatz die Belegschaft weiter zusammen. Die zu den Elfen passenden Blütenkekse und sonstigen Leckereien, dekoriert mit dem neuen Walker-Logo, bestellte Utz bei einem Konditor.

**GARTEN-PREIS 2008:** „Sehr motivierend für unsere ganze Truppe war die Verleihung des Gartenpreises 2008 in Silber“, erklärten Walkers. Die Jury war beeindruckt vom Gartenauftritt mit



Im modernen Teil des Gartens dominieren strenge, lineare Formen.

einer Natursteinwand und einer gelungenen Treppe. Das Thema „Gartengeflüster“ war in der baulichen Umsetzung und in der romantischen Bespielung der Arena erlebbar und laut Jury aus gärtnerischer und landschaftsarchitektonischer Sicht ein überzeugender und phantasievoller Beitrag. „Wenn man für seinen Einsatz und für seine Mühen dann auch noch offiziell belohnt wird, ist das ein schönes Gefühl“, so Ute Utz, Andreas und Christoph Walker. Die Auszeichnung bekam sofort ein schönes Plätzchen an der Natursteinwand zugewiesen und klärte die Besucher der folgenden Tage dezent über die Prämierung auf.



Ein Messgarten zeigt unterschiedliche Möglichkeiten, der gebaute Garten die individuellen Wünsche des Kunden. Im Bild ein asiatischer Garten in Sindelfingen. Foto: Pässehl

**NICHT GEKLECKERT!** Circa 25 Tonnen wogen die sechs Elemente der acht Meter langen und drei Meter hohen Natursteinwand, die ein Autokran an ihren Platz brachte. Das Gesamtwerk musste aufgrund des Gewichtes und der nötigen schrägen Lagerung während des Transports auf zwei Fahrten aufgeteilt werden. Die acht Tonnen schwere Grundkonstruktion aus Rohstahl war mit Schüttgütern, Mörtel, Fliesenkleber und zehn Tonnen Mauersteinen aus Gamser Gneis bestückt. Die „Heckenwellen“ im modernen Teil des Gartens wurden vor Ort aus dicht gepflanzter Ballenware verschiedener Taxus-Sorten geschnitten. Die verschiedenen Sorten lieferten hierbei unterschiedlich grüne Farbnuancen, die die Komposition der einzelnen Elemente abrundeten. Über 1.000 Arbeitsstunden zuzüglich Maschinen- und Materialeinsatz steckten in diesem Ausstellungsbeitrag. Die Planung, zeichnerische Umsetzung und die Lichtgestaltung (gesamt etwa 120 Stunden) übernahm das Büro frei raum concept als Sponsorleistung. „Bei der letztendlichen Kostenzusammenstellung mussten wir feststellen, dass wir den gesetzten Rahmen doch etwas gesprengt haben“, erläuterte Utz. Bei der Planung eines neuen Schaugartens wird die Zusammenarbeit mit geeigneten Sponsoren sicherlich eine wesentlich größere Rolle spielen müssen, so die Erfahrung der Firma Walker. Dennoch war die Kundenresonanz in Stuttgart viel größer als erwartet. „Die Qualität der geführten Gespräche war überraschend gut“, so Christoph Walker. „Die nächsten zwölf bis 24 Monate werden zeigen, wie viele Kontakte und Aufträge auf diesen Messeauftritt zurückzuführen sind und ob sich somit die Kosten betriebswirtschaftlich rechtfertigen lassen“, äußerte sich Andreas Walker, der einen derartigen Auftritt maximal alle zwei bis drei Jahre für machbar hält.

Petra Reidel | Grafenau



# Walker

natur • form • vollendet

## KONTAKT

Karl Walker GmbH, Calwer Str. 76, 71063 Sindelfingen  
Geschäftsführer: Andreas Walker, Christoph Walker  
Telefon: 07031-9524-0, Telefax: 07031-9524-24  
E-Mail: info@walker.de, Internet: www.walker.de