

Suchbegriff **Rid Stiftung**  
 Medium **DEGA Grüner Markt**  
 Reichweite **10.843** Seite / Platzierung **14-15 / ganze Seite**  
 Auflage (verbr.) **£ 2.846** Seitenanteil **1,69**



Ausgabe: 5/6  
 Mittwoch, 15. Mai 2024  
 Print, Fachzeitschrift, 6 x jährlich

LMD-25786204

AN 78.328

ZUKUNFT

URBAN GARDENERS BY KIEFL

# Stadtkonzept – drei Monate auf Probe

Jakob und Valentin Kiefl haben mit ihrem innovativen Storekonzept „Urban Gardeners“ einen Platz im Münchner „Future Retail Store“ gewonnen. Die Umsetzung musste jedoch verschoben werden, weil die Ladenfläche kurzfristig nicht mehr zur Verfügung stand. Nun kann der Future Retail Store für drei Monate eine Fläche im Münchner Rathaus nutzen – im März wurde Eröffnung gefeiert.

Ein urbanen Pflanzenshop anzubieten, der auf die Bedürfnisse und Herausforderungen urbaner Lebensräume zugeschnitten ist – mit einem auf die Innenstadt abgestimmten Sortiment, unterstützt durch einen Onlineshop, der langfristig an die Sortimentsbreite eines Gartencenters herankommen soll –, mit diesem Konzept hatten sich Jakob und Valentin Kiefl für das Projekt „Future Retail Store“ der Rid Stiftung beworben und gewonnen. Wir haben das Konzept in der Ausgabe 11-12/2023 vorgestellt ([www.gruenermarkt-online.de](http://www.gruenermarkt-online.de), Webcode gm12032). Die beiden Anfang Zwanzigjährigen sind die Söhne von Carola und Wolfgang Kiefl, Inhaber des Gartencenters Kiefl in Buchenbach bei München.

Die Realisierung war für Ende November/Anfang Dezember geplant. Weil aber die Zwischennutzungsfläche in der Münchner Innenstadt kurzfristig nicht mehr zur Verfügung stand, musste die Umsetzung auf Eis gelegt werden. Nun ergab sich für die Rid-Stiftung die Möglichkeit, eine Einzelhandelsfläche im Münchner Rathaus zu nutzen. Die Mietfläche wird über das Referat für Arbeit und Wirtschaft und das Kommunalreferat der Landeshauptstadt München zur Verfügung gestellt – allerdings nur für drei Monate.

„Das war jetzt alles sehr kurzfristig und es ist natürlich schade, dass wir die Fläche nur drei Monate nutzen können, aber eine solche Gelegenheit kann man

sich natürlich nicht entgehen lassen“, erklärt Jakob Kiefl. Also fiel das Ladenkonzept ein bisschen sporadischer aus, weil alles schneller gehen musste. Vieles wurde selbst gebaut. Letztlich haben die beiden ihr Konzept aber so umgesetzt, wie geplant.

### Angebot für eine junge Käuferschicht in der Stadt

Interaktive Screens und KI Chatbots zur Pflanzenauswahl sollen den Kundinnen und Kunden eine innovative Einkaufserfahrung ermöglichen. Außerdem werden live vor Ort passgenaue Übertöpfe mittels 3D-Druck produziert und verkauft. Weiteres Highlight und Einkaufserlebnis: der hauseigene „Gardeners Coffee Club“ mit kleinem angeschlossenen Café, aber auch Kaffee- und Backspezialitäten zur Mitnahme.

Das Feedback der Kundinnen und Kunden nach den ersten Wochen sei extrem positiv gewesen, freut sich Jakob Kiefl. „Alle haben sich gefreut, Pflanzen in der Stadt auch einfach zugänglich zu haben“, fügt er hinzu. Angelegt war das Konzept eigentlich für eine junge Käuferschicht, zur Überraschung der beiden gehören die Kunden aber allen Altersschichten und Einkommensklassen an. Was natürlich sicher auch der sehr zentralen Lage geschuldet ist.

„Überrascht hat uns auch, dass den Kunden wirklich das Wissen an der Pflanze komplett verloren gegangen ist. Wir sind davon ausgegangen, dass das

„Überrascht hat uns auch, dass den Kunden wirklich das Wissen an der Pflanze komplett verloren gegangen ist. Wir sind davon ausgegangen, dass das





Bild: D. Jan Schirmer

1 Zentraler geht's nicht – seit 15. März testen die Kiefls ihr Stadtkonzept im Münchner Rathaus. 2 Jakob Kiefl (r.) hat nach vier Semestern Gartenbau zum berufsbegleitenden Studium Entrepreneurship und Innovationsmanagement gewechselt. Valentin Kiefl hat BWL und Multimedia-Management studiert.



mehr Bilder

eigentlich nur jüngere Kunden und Kundinnen betrifft, wir beobachten das aber eigentlich bei allen Altersschichten“, erklärt Jakob Kiefl. Das mangelnde Pflanzenwissen war ein Baustein, an dem ihr Konzept ansetzt.

Weil die Pflanzenberatung in Zeiten des Fachkräftemangels immer schwerer zu gewährleisten ist, läuft diese in der Stadtfiliale über ein KI-Terminal. Kunden können am Beratungsmonitor ihre Wünsche eingeben und die Standortbedingungen spezifizieren, für die sie eine Pflanze suchen und erhalten dann eine Auswahl an geeigneten Arten. Die dahinter liegende Software nutzt künstliche Intelligenz und wurde von Valentin Kiefl programmiert. An das System angebunden ist ein Onlineshop, der langfristig das komplette Gartencentersortiment verfügbar machen soll. Mittlerweile läuft auch die Zusammenarbeit mit einem Münchner Kurierdienst, der die bestellten Pflanzen direkt zu den Kunden nach Hause liefert.

Die Zusammensetzung des Pflanzensortiments hat sich anders entwickelt als geplant. Der Anteil an Beet- und Balkonpflanzen ist deutlich gewachsen. „Zu Beginn hatten die Zimmerpflanzen einen Anteil von 80 Prozent und die Saisonpflanzen von 20 Prozent. Kurzzeitig lag der Anteil der Zimmerpflanze auch mal bei 90 Prozent, weil die Saisonpflanzenpflege in der Stadt sehr anspruchsvoll ist und Zimmerpflanzen leichter zu pflegen sind. Jetzt sind wir tendenziell eher wieder auf dem Weg von zu 60/40 – also 60 Prozent Zimmerpflanze, 40 Prozent Beet- und Balkonpflanzen, weil die Nachfrage der Kunden so groß ist“, erklärt Jakob Kiefl.

Dabei versuchen sie sich vom Pflanzenangebot in ihrem Umfeld abzuheben – statt Hornveilchen, die der Kunde auch auf dem Viktualienmarkt oder beim Blumenstand um die Ecke kaufen kann, bieten die beiden Hochstammchen und Pflanzen in größeren Töpfen – im 12er- oder 14er-Topf.

Für den Pflanzeneinkauf nutzen die beiden Unternehmer die Kontakte und die Infrastruktur des Stammhauses in Buchenbach. Aber auch hier haben sie sich den Wünschen der Kunden angepasst. Während im Stammhaus Saisonalität eine wichtige Rolle spielt und eher knospige Ware gekauft wird, muss es in der Stadt möglichst üppig blühen. „Hier muss die Ware möglichst fertig sein. Unsere Pick-&-Joy-Tomaten gingen weg, wie warme Semmeln. Trotz Winter einbruch Mitte April“, erzählt Jakob Kiefl.

Wenn sich Mitte Juni die Türen des Future Retail Stores im Münchner Rathaus wieder schließen, wollen Jakob und Valentin Kiefl am liebsten direkt auf eine neue Fläche umziehen. „Aber es ist eine Herausforderung, etwas Passendes zu finden, das unseren Vorstellungen in Bezug auf Anbindung, Lage und Kundenklientel entspricht und preislich machbar ist“, erklärt Jakob Kiefl.

Text: Grit Landwehr, Redaktion DEGA