

Interior-Design

# Nichts von der Stange

*Die Zeiten, in denen T-Shirts zusammengefaltet in Regalen liegen und Jacken einfach an Ständern hängen, sind längst passé. Wer es sich leisten kann, bettet seine Produkte in kostbare Verkaufslandschaften. Ganter Interior Identity aus Waldkirch realisiert solche Marken-Welten mit Wiedererkennungs-Charakter.*

Regal-Idee: Dieser Entwurf des Architekturbüros Fuchs-Maucher hat noch nicht das Licht der Verkaufswelt erblickt, er steht im Ganter-Show-Room.

Seit knapp zwei Jahren gehört die Waldkircher Firma Ganter zum Adel. Nicht, dass das Unternehmen einen jahrhundertalten Stammbaum vorweisen könnte, der Titel ist lediglich ein gefühlter. „Als im Frühjahr 2005 Hugo Boss auf uns zukam, um gemeinsam ein neues Accessoires-Konzept zu entwickeln, das war wie ein Ritterschlag für uns“, erzählt Michael Ganter, Gründer und Geschäftsführer des Ladenbau-Unternehmens Ganter Interior Identity in Waldkirch.

Seither ist Ganter weltweiter Lieferant für die Accessoires-Stores und Shopflächen des Metzinger Modekonzerns. Finanz-, Marketing- und Vertriebschef Ganter und Philipp Heiss, der als zweiter Geschäftsführer für die technische Projektabwicklung zuständig ist, schaffen nicht nur für Boss Markenwelten aus Materialvorlagen – ohne dabei auch nur ein einziges Stück selbst herzustellen. „Wir sind reine Dienstleister“, sagt Michael Ganter, „wir kümmern uns um Konzeption und Planung, um die Möblierung, den Boden, die Beleuchtung und auch die Akustik.“

**Produkte sind austauschbar,  
Marken dürfen das auf keinen Fall sein**

Für rund 25 Millionen Euro kauft das Unternehmen jährlich Güter und Leistungen ein, hauptsächlich hochwertige Holzteile, Metall, Glas, Montagen und andere Bauleistungen. Bei der Umsetzung arbeitet Michael Ganter am liebsten mit regionalen Handwerkern, mit Schreincrn aus dem Elztal oder mit Schnitzern aus dem Elsass zusammen. Besser gesagt arbeitete. „Inzwischen ist das Auftragsvolumen vieler Projekte so hoch, dass kleinere Handwerker die Liefermengen nicht mehr erfüllen können“, erzählt er.

Tatsächlich wächst das Unternehmen rasant: Nicht nur die Mitarbeiterzahl hat sich in den vergangenen zwei Jahren auf 90 Beschäftigte mehr als verdoppelt, auch der Umsatz ist von 12,5 Millionen Euro im Jahr 2005 auf 25 Millionen Euro in 2006 gestiegen. Für 2007 peilt Michael Ganter einen Umsatz von über 30 Millionen Euro an und denkt über Repräsentanzen im Ausland nach, um international agierenden Kunden Service und Anprechpartner vor Ort bieten zu können. „Der Investitionsstau hat sich in Deutschland spürbar gelöst“, sagt Ganter. „2006 hatten wir deutlich mehr Ladenbauaufträge als noch im Jahr zuvor.“ Größtes Wachstumshemmnis ist nach wie vor, dass nicht schnell genug ausreichend qualifizierte Mitarbeiter – vor allem Techniker und Ingenieure – gefunden werden. Derzeit sind mehr als zehn Stellen unbesetzt.

Was in die Läden kommt, bestimmen die Trends, und die wechseln alle paar Jahre. Um up to date zu bleiben, sollten Mobiliar und Optik eines Verkaufsräumcs etwa alle sieben

Jahre ausgetauscht werden. Wenn dunkles Holz angesagt ist, kann Boss seine Hemden nicht auf Kieferregale legen. Denn ein Shop ist heute wesentlich mehr als nur ein Verkaufsraum. Er ist wichtiger Imagerträger und soll einen einheitlich gestalteten Markenauftritt vermitteln, inklusive Lebensgefühl.

Hugo Boss ist dabei längst nur einer unter zahlreichen klangvollen Namen, für die die Waldkircher Ladenbauer außergewöhnliche und vor allem individuelle Shop-Konzepte realisieren. Von A wie Aigner über B wie Burberry, Grohe, Otto Kern oder Porsche Design – die Kundenliste der Ganter-Sparte „Interior Brands“ liest sich wie das Who's who design-beflissener Premium-Marken. Daneben existieren die Sparten „Interior Sells“ sowie „Interior Works“, die Einrichtungs-Lösungen für den Einzelhandel beziehungsweise für den Arbeitsplatz umsetzen.

Bezahlt wird bei Ganter in Euro pro Quadratmeter, wobei die Preisspanne enorm ist: Beginnend bei rund 200 Euro kann ein einziger Quadratmeter schon mal 4.000 Euro kosten – nämlich dann, wenn neben den gestalterischen Elementen noch sicherheitstechnische Aspekte ins Spiel kommen. Bei der Einrichtung der Filialen des Edel-Juweliers De Beers beispielsweise schlugen nicht nur die ungewöhnlichen Glasoptiken und die Holzausstattung zu Buche, sondern auch elektromagnetische Verschlüsse und die gesamte Sicherheitstechnik, die Ganter installieren ließ. „Der Architekt, mit dem wir jeweils zusammenarbeiten, ist allein für den Entwurf verantwortlich“, sagt der gelernte Schreiner, Holztechniker und Betriebswirt Ganter, „den Rest erledigen wir.“

Ihr guter Ruf sorgt dafür, dass Kunden inzwischen direkt auf Michael Ganter und Philipp Heiss zugehen. Beide empfehlen dann einen Designer und entwickeln nach einem kurzen Briefing mit dem Kunden das Shop-Konzept. In vielen Fällen jedoch generiert Ganter Aufträge ganz traditionell über die Teilnahme an einer Wettbewerbsausschreibung. So haben die Waldkircher im vergangenen Jahr mit dem Husumer Büro Hoffmann-Architekten den Salamander-Ideenwettbewerb gewonnen. Aufgabe war, dem 2005 von EganaGoldpfeil



Ganter-Geschäftsführer  
**Michael Ganter (li.) und Philipp Heiss**



Stylisches Ambiente: **Schick shoppen im Porsche-Verkaufsraum.**



Sichere Lösung: **Ungewöhnliche Raum-Konzepte für den Juwelier De Beers.**

aufgekauften traditionsreichen Schuhhersteller Salamander ein frisches Gesicht zu geben. Die Verkaufsräume zeichnen sich nun durch moderne Regalkonstruktionen in Form von Endlosschleifen aus.

Größtes Projekt in Deutschland ist derzeit der Auftrag für die Umgestaltung des Modehauses Engelhorn in Mannheim mit einem Volumen von vier Millionen Euro. Über einen Zeitraum von sechs Monaten richtet Ganter dort die gesamten 12.000 Quadratmeter neu ein.

Ganter hofft, trotz Unternehmenswachstum die Flexibilität und rasche Reaktionsfähigkeit einer kleinen Firma beibehalten zu können. Denn hervorragende Referenzen schützen nicht vor dem unerbittlichen Preiskampf auf dem Markt. Auch langjährige Kunden schreiben Projekte aus, um zu sehen, ob sie bei Ganter nach wie vor gut aufgehoben sind. Noch kann sich das Unternehmen nicht über mangelnde Aufträge beklagen: Als 1995 das Kaufhaus Horten in Baden-Baden von Wagener übernommen wurde, war Ganter beim Umbau mit dabei. Als Wagener 2006 sein Konzept veränderte, hatte Ganter nicht einmal die Kapazität, an der Wettbewerbsausschreibung des zuständigen Architekten teilzunehmen.

Nicole Geißler