



Großflächige, thailändisch inspirierte Frühjahrsdekoration im Blautalcenter Ulm

## IMPOSANTE PARK- UND GARTENLANDSCHAFT

Das fränkische Dekorations- und Messebauunternehmen Bachmeyr gestaltete im Februar eine thailändisch inspirierte, großflächige Frühjahrsdekoration im Blautal-Center in Ulm.

Ende des vergangenen Jahres übernahm die Wealthcap Real Estate Management GmbH die Leitung des Ulmer Einkaufszentrums Blautal. Michael Holz, Head of Asset Management Center, blickt dieser neuen Aufgabe mit Spannung und Freude entgegen: „Wir sind in das Management dieser Immobilie eingestiegen, da wir beabsichtigen, den Standort Blautal-Center Ulm neu

auszurichten und weiterzuentwickeln. Das Einkaufszentrum befindet sich in einer Stadtrandlage der schwäbischen Universitätsstadt. Die sehr gute Verkehrsanbindung, ein gelungener Branchen-Mix, die Licht durchflutete Architektur des Gebäudes und über 2.000 Parkplätze haben das Blautal-Center Ulm in den letzten Jahren zu einem Handelsmagneten gemacht“,

beschreibt er die vorherrschenden Rahmenbedingungen.

Aufgrund der Erfahrung des Unternehmens bei der Leitung ähnlicher Projekte kennt man bei Wealthcap die Bedeutung einer genauen Analyse und einer gewissen Neuausrichtung, vor allem im Bereich des Marketings. „Ulm hat sich in den letzten Jahren als Han-



Projektleiterin Evi Böhner mit einem Mitarbeiter



Authentische Dekorationselemente



Einsatz unzähliger Blumen, Sträucher und Gräser

delsstandort stark weiterentwickelt. Ebenso wurde in der umliegenden Region handelstechnisch zum Teil massiv aufgerüstet“, weiß Michael Holz.

Und so geht es auch im Blautal-Center Ulm nicht nur darum, einen umfassenden Branchen Mix mit attraktiven Einzelgeschäften zu präsentieren, sondern vor allem auch darum, für die Besucher des Centers attraktive Raumerlebnisse und eine angenehme Atmosphäre zu schaffen. Im Hinblick auf die bloße Größe einer derartigen Immobilie alles andere als eine einfache Aufgabe, wie der Leiter des Center Managements erklärt: „Uns ist bewusst, dass die Architektur des Blautal-Centers Ulm eine immense Herausforderung darstellt. Es gilt, die großzügige, Licht durchflutete Mall gestalterisch so weiter zu entwickeln, dass der Wohlfühlfaktor und somit die Aufenthaltsqualität und

die Verweildauer verbessert werden können. Hierbei drängt es sich förmlich auf, mit üppigen und großzügigen Installationen die Räume adäquat zu füllen.“

So geschehen im Zuge der aktuellen Frühjahrsdekoration, die das gesamte Center mit dem Flair einer asiatisch anmutenden Park- und Gartenlandschaft überziehen sollte. Für dieses anspruchsvolle Projekt griff man von Seiten des neuen Center Managements auf die Dienste des im mittelfränkischen Oberasbach ansässigen Unternehmens Deko Bachmeyr zurück. „Die Zusammenarbeit mit der Firma Bachmeyr funktioniert seit Jahren ganz hervorragend. Auch in fünf weiteren von uns bewirtschafteten Shopping-Centern sind die Spezialisten von Bachmeyr mit verschiedenen Umsetzungen von Deko-Konzepten unterwegs. Wir haben

hier in der Tat einen Partner gefunden, der genau diese Herausforderung, großzügige Rauminstallationen zu gestalten und zu dekorieren, umzusetzen vermag“, meint Michael Holz und lobt dabei vor allem die Kooperation mit Bachmeyr-Geschäftsführerin Evi Böhner: „Das tolle an diesem Unternehmen und vor allem an Frau Böhner ist der hohe Grad an Zuverlässigkeit, Kreativität, das Händchen für das Besondere und ein wirklich gutes Preis-Leistungsverhältnis. Nachdem die konzeptionellen Rahmenbedingungen festgelegt wurden, lohnt es sich immer, Frau Böhner ein Stück weit freie Hand in der Gesamtausgestaltung der jeweiligen Dekorationsidee zu lassen. Hier kommt spürbar besonders viel Kreativität zum Ausdruck.“

Im Falle der Frühjahrsdekoration im Blautal-Center Ulm umfasste die Deko-

rationsidee eine imposante Park- und Gartenlandschaft nach asiatischem Vorbild, umgesetzt auf 800 m<sup>2</sup> dekoriertes Fläche mit Wegen und verschiedenen Ausstellungsstücken. Auch für die erfahrene Deko-Spezialistin stellte dieses Projekt eine wirklich große Herausforderung dar. „Die Frühjahrs-gestaltung im Blautal-Center Ulm war sicherlich in seinem gesamten Umfang eines der anspruchsvollsten und spannendsten Projekte, aber es hat uns allen richtig viel Spaß gemacht“, versichert Evi Böhner.

In den letzten Jahren hat sich das von ihr geführte Familienunternehmen immer mehr auf Großprojekte wie Messebauten und Dekorationsprojekte in Einkaufszentren spezialisiert. Mehr oder weniger gezwungenermaßen, wie die Tochter des Unternehmensgründers Heinz Bachmeyr verrät: „Uns gibt es seit 50 Jahren. Seither hat sich das Tages-geschäft stark verändert. Früher haben wir lediglich Schaufenster dekoriert. Heute installieren wir in verstärktem Maße Industriedekorations. Im Grunde ist es so, dass man, zumindest bei großen Ketten, in den Schaufenstern

nicht mehr besonders kreativ sein kann. Als ich meine Ausbildung beendet hatte, sollten wir noch regelmäßig tolle Blickfänge in den Schaufenstern kreieren. Irgendwann durften wir das nicht mehr.“ Durch Zufall ergab sich dann die Spezialisierung auf die Gestaltung von Shopping Centern. „Vor einiger Zeit kam die Anfrage eines Einkaufszentrums bei uns in der Nähe wegen einer Frühjahrsgestaltung und so sind wir da reingerutscht. Die Centermanager haben natürlich Kontakt

untereinander und so wurde dieser Bereich unserer Arbeit immer größer und größer“, erinnert sich die gelernte Gestalterin für visuelles Marketing.

Wie in den meisten Fällen trat auch das Management des Blautal-Centers in Ulm nach Festlegung eines bestimmten Werbebudgets an die Deko-Spezialisten heran und gemeinsam erarbeitete man dann ein Grundkonzept für die diesjährige Frühjahrsdekoration. Vor Ort umgesetzt wurde das Ganze von



Buddha-Figur als Eyecatcher

Pagoden sorgen für asiatischen Flair



Natürliche Lichteffekte setzen zusätzliche Akzente





**COUPLE IN LOVE**



**EuroDisplay<sup>®</sup>**  
[www.eurodisplay.de](http://www.eurodisplay.de)





Brücken und Wege bieten die Möglichkeit, die Frühlingslandschaft aus nächster Nähe zu erleben

einem 20 Leute umfassenden Team der Firma Bachmeyr. „Für diese Gestaltung war eine ganze Menge Material nötig. Insgesamt verwendeten wir für dieses Projekt an die zehn Tonnen Steine, 25 m<sup>3</sup> Rindenmulch, 350 laufende Meter an Beeteinfassungen, ca. 4.800 echte Blumen, Orchideen, Sträucher und Gräser sowie zwei Sattelzüge voll mit Wurzeln und Stämmen“, beschreibt Evi Böhner den enormen materiellen Aufwand. „Gerade bei derartig aufwändigen Gestaltungen ist es von Vorteil, den Großteil der Deko selbst zu bauen und wirklich nur vereinzelt kleinere Objekte dazu zu kaufen, um den Anforderungen gerecht zu werden und das Budget einzuhalten. Zusätzlich

haben wir verschiedene geliehene Ausstellungsstücke wie Statuen, Buddhafiguren, Pagoden und Tempelbauten verwendet, um das Gesamtergebnis so authentisch wie möglich zu halten“, so die Projektleiterin weiter. Wie wichtig eine glaubwürdige und ansprechende Dekoration im Inneren eines Shopping Centers ist, weiß auch der Head of Asset Management Center Michael Holz: „Aufgrund der Erfahrungen, die wir in der Betreuung unserer Einkaufszentren generell machen, zeigt sich immer wieder, dass es sich lohnt, im Rahmen des Budgets bestimmte Themen sehr umfangreich, imposant, professionell und sehr wertig umzusetzen. Dadurch ist es möglich, sich vom Wettbewerb deutlich

abzuheben, da der Kunde bzw. der Besucher spürt, ob man bestimmte Dinge nur ansatzweise umsetzt oder mit der entsprechenden Hingabe. Im Übrigen ist es für uns auch von Bedeutung, nicht nur unseren Besucher zu emotionalisieren, sondern auch unsere Mieter zu begeistern, da diese wiederum über die Werbegemeinschaftsbeiträge im Wesentlichen zur Finanzierung unserer Events und Deko-Konzepte beitragen.“

Eine Sichtweise, der auch die Geschäftsführerin von Deko-Bachmeyr nur beipflichten kann: „Natürlich muss man die Leute heutzutage begeistern und versuchen, sie mit besonderen Dekorationen und Ausstellungen zu



Mix aus geliehenen und selbst gebauten Dekoelementen



Verschiedene Blickfänge erzeugen den gewünschten Gesamteindruck



Umsetzung des Konzepts bis ins kleinste Detail

einem Besuch eines Shopping Centers zu bewegen. Dazu braucht man zunächst einmal eine bestimmte Idee und tolle Eyecatcher wie beispielsweise überdimensionale Dinosaurier, die wir auch schon öfter in derartigen Zentren im Einsatz hatten. Wir bauen dann die Landschaft und das Ganze drum herum dazu, damit die Blickfänge durch den passenden Gesamteindruck die gewünschte Wirkung entfalten

und den Kunden zum Besuch des Einkaufszentrums und vor allem auch zum Verweilen und Kaufen animieren.

Natürlich ist es aus verschiedenen Gründen nicht möglich, rund um das Jahr, derartige Großprojekte in die Tat umzusetzen, jedoch sollen laut Michael Holz auch im Blautal-Center zukünftig in regelmäßigen Abständen vergleichbare Dekorationen entstehen:

„Neben einer Vielzahl an Veranstaltungen mit überwiegend lokalem Bezug beabsichtigen wir im Sommer eine groß angelegte Dinosaurierausstellung zu installieren, bei der wir wiederum auf die Erfahrung und das Know How der Firma Bachmeyr zurückgreifen werden.“

Text: Philipp Knab

Fotos: Elke Mörtlbauer, Projekt:Foto



Evi Böhner im Gespräch mit Style Guide-Chefredakteur H. Lippel

## EVI BÖHNER

Als Geschäftsführerin des Familienunternehmens Deko Bachmeyr ist die Fränkin verantwortlich für Projektgestaltung und Entwürfe im Bereich Dekoration und Messebau.

Im Sommer dieses Jahres hat das Unternehmen Bachmeyr aus Oberasbach Grund zu feiern, denn vor 50 Jahren gründete Heinz Bachmeyr seine eigene Dekorationsfirma. Seit dieser Zeit hat sich in der Branche einiges getan und so ergaben sich auch innerhalb des Familienbetriebs verschiedene strukturelle und projektbezogene Veränderungen, erklärt die Tochter des Gründers Evi Böhner: „Lange Zeit waren wir lediglich auf Schaufenster spezialisiert. Heute machen wir als Gesellschafter der Agentur AVS vermehrt auch Industriedekorationen. In den letzten Jahren haben wir uns, so könnte man sagen, schon in gewisser Weise auf große Installationen in Einkaufszentren und auf Messen spezialisiert, wobei wir natürlich auch immer wieder Schaufenstergestaltungen übernehmen.“

Seit 1984 ist die 49jährige im väterlichen Unternehmen tätig. Schon früh beschloss Evi Böhner in die Fußstapfen ihres Vaters zu treten: „Ich habe zunächst eine drei Jahre dauernde Ausbildung zur Gestalterin für visuelles Marketing im Kaufhaus Horten in Nürnberg absolviert. Anschließend blieb ich dem Unternehmen noch ein

Jahr lang treu, ehe ich anfang in der Firma meines Vaters zu arbeiten“, beschreibt sie ihre Anfänge im Bereich der Schaufensterdekoration. Zunächst war Evi Böhner als Dekorateurin im Außendienst unterwegs, ehe sie ab 1992 in die Verwaltung wechselte. Seit 1994 ist sie für die Gewinnung neuer Kunden, die Entwurfsgestaltung und die Realisation sämtlicher Projekte im Hause Bachmeyr verantwortlich.

Derzeit umfasst das Team des fränkischen Familienunternehmens acht Angestellte in den Sektoren Lager, Verwaltung und Planung. Zusätzlich beschäftigt Deko Bachmeyr, je nach Bedarf, bis zu 25 freiberufliche Mitarbeiter. „Die meisten von ihnen sind Messebauer und somit richtige Allrounder. Natürlich braucht man für größere Projekte, wie zuletzt bei der Frühjahrgestaltung im Ulmer Blautalcenter, auch eine Menge Aushilfen. In diesem Fall hatten wir darüber hinaus noch eine Gärtnerin dabei, die sich auch nach Fertigstellung des Projekts um die Bepflanzung gekümmert hat“, beschreibt Evi Böhner die Herangehensweise an das letzte Großprojekt. Immer wieder hatte sie in den letzten

Jahren zusammen mit ihrem Team die Gelegenheit interessante Aufgaben zu übernehmen, gerade in Bezug auf großzügige Dekorationen in Einkaufszentren. „Am meisten Spaß gemacht hat uns allen sicherlich unsere Reptilienausstellung unter dem Motto `Reise ins Abenteuer´ in Zusammenarbeit mit dem aus den Medien bekannten Alligator-Spezialisten Orazio Martino. Wir haben dafür eine Dschungellandschaft kreiert mit Wasserbecken für die Alligatoren, vielen schönen Deko-Elementen und Terrarien mit atemberaubenden Reptilien. Das war für alle Beteiligten eine tolle Herausforderung“, versichert die Projektleiterin, die auch immer wieder selbst Hand anlegt, wenn es um die perfekte Umsetzung der Entwürfe geht.

„Gerne versuchen wir die Wünsche unserer Kunden zu realisieren und begleiten derartig spannende Projekte von ersten Entwurf und der Planung bis hin zur Fertigstellung der einzelnen Elemente und der Realisation vor Ort“, so die gelernte Gestalterin für visuelles Marketing, die aber klarstellt: „Wir sind ein Deko-Unternehmen und keine Event Agentur. Manchmal kommen

Leute zu uns und erwarten Dinge, die so einfach nicht umsetzbar sind. Da haben wir wirklich schon die überraschendsten Anfragen bekommen“, erinnert sich die sympathische Fränkin. Allerdings könne man sich Evi Böhners Meinung nach als Deko-Spezialist gerade bei der Gestaltung von Einkaufszentren noch so richtig austoben. „In den Centern sind Erlebniswelten gefragt. Ich bin mir sicher, dass sich dieser Trend auch in Zukunft noch weiter durchsetzen wird“, lautet die Einschätzung der Kreativen, die ihre Freizeit gerne mit Skifahren, Tanzen gehen und der Ausübung asiatischer Kampfkunst verbringt. Zudem bereist die Mutter eines erwachsenen Sohnes gerne verschiedene Städte überall auf der Welt, um sich internationale Dekorationen anzusehen und sich auf diese Weise Anregungen für ihre eigene Arbeit zu holen. Dabei müssen es laut Evi Böhner nicht immer die vermeintlichen „Deko-Hochburgen“ wie New York, Paris oder London sein, die am meisten Inspiration bieten: „Klar, wir waren letztes Jahr kurz vor Weihnachten in der britischen Hauptstadt. Das hat uns in der Tat total begeistert. New York wird meiner Meinung nach dagegen oftmals etwas überbewertet“, so ihre

Einschätzung. „Aber eben auch kleinere Orte wie Salzburg oder verschiedene deutsche Städte haben oftmals richtig was zu bieten“, bricht die erfahrene Gestalterin eine Lanze für die Metropolen im deutschsprachigen Raum.

Ihre Erfahrung aus 30 Jahren Arbeit innerhalb der VM-Branche nutzt Evi Böhner auch für ihre Tätigkeit als Mitglied des Prüfungsausschusses der IHK Nürnberg. Auch auf diesem Gebiet hat sich in den letzten Jahren einiges getan. „Die Prüflinge müssen heute viel wirtschaftlicher denken als zu unserer Zeit. Bei uns in Nürnberg müssen die jungen Gestalter ihre ausgearbeitete Idee auch vorstellen, samt Kosten und allem was dazu gehört. Wir Prüfer können im Anschluss daran verschiedene Fragen stellen. Das macht schon Sinn, denn heute ist es für einen Gestalter für visuelles Marketing wichtiger denn je, die eigene Arbeit auch verkaufen zu können“, weiß die Expertin.

Ausgebildet wird auch bei Deko Bachmeyr und zwar nach ganz bestimmten Maßstäben. „Unsere Azubis lernen auf jeden Fall die Kunst der Warenplatzierung. Beispielsweise einer Produktgruppe in einer Parfümerie.

Das klingt natürlich jetzt nach absoluter Routine. Ist es irgendwann sicher auch. Aber zunächst muss ich auch das lernen“, weiß Evi Böhner, die fortfährt: „Große Schaufenster-Beklebung, Messebau, Messegestaltung und dazu eben das weite Feld der Dekoration von Einkaufszentren, das sind die Bereiche in denen wir unseren Nachwuchs fit machen wollen. Natürlich gehören dazu auch handwerkliche Tätigkeiten wie beispielsweise das Verlegen eines Parkettbodens oder Ähnliches.“

Insgesamt sieht die Geschäftsführerin von Deko Bachmeyr die Entwicklung in ihrem Arbeitsbereich trotz einiger Veränderungen in den letzten Jahren durchaus positiv: „Soweit ich das beurteilen kann, werden insgesamt wieder mehr Gestalter für visuelles Marketing ausgebildet. Kreative Leute werden immer gebraucht, auch wenn man vielleicht ein wenig davon Abstand nehmen muss, zu denken: Ich lerne diesen Beruf und danach arbeite ich nur noch kreativ, eigenverantwortlich und gestalte von morgens bis abends meine eigenen Schaufenster“, so Evi Böhners Blick in die Zukunft.

Text: Philipp Knab

**ALUMINIUM**  
**BRUSHED AND VARIED**

**GO RACK** Golden Rack Co., Ltd.  
www.goldenrack.com.tw