

MATHYS FRAGT...

FABIAN A. FARKAS

GRÜN BIETET UNS ALLEN EIN RIESIGES POTENZIAL



Oliver Mathys: Für alle, die Sie nicht kennen – wer sind Sie und was macht Sie aus?

Fabian A. Farkas: Ich sehe mich als Mann der Fläche und in erster Linie als Problemlöser. Meine Rolle als Geschäftsführer der NBB egesa hat natürlich viele Facetten, aber seit jeher ist mir der Kontakt zu den Kollegen auf der Fläche sehr wichtig.

OM: Problemlöser? Probleme entstehen doch nur, wenn irgendwas nicht stimmt ...

FF: (schmunzelnd) Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Unsere Partner sind Unternehmen ab einer Größe von 700m² bis hin zu 4.000m², also kleinere bis mittlere Gartencenter mit einer begrenzten Anzahl an Mitarbeitern. Da sind gerade in den Saisonzeiten alle auf der Fläche und bei gutem Wetter brennt auch mal die Hütte. In solchen Zeiten eine Website zu pflegen und die sozialen Netzwerke zu bespielen ist eine Herausforderung. Da treten wir als Problemlöser auf. Unsere Partner können uns Bilder von ihren aktuellen Warenpräsentationen schicken und rund drei Stunden später sind diese dann auf der Website des Unternehmens und mit der passenden Geschichte auch auf den sozialen Netzwerken platziert.

OM: Ich habe gelesen, dass die NBB jetzt seit über 35 Jahren besteht?

Oliver A. Mathys begleitet „DEGA GRÜNER MARKT“ seit 2007 als Kolumnist. Der Gärtner und Floristmeister war im Export aus den Niederlanden tätig und ist als Betriebsconsultant europaweit unterwegs. Er befragt an dieser Stelle führende Köpfe zu Situation und Zukunft der Branche.

FF: Das stimmt, sie wurde vor 36 Jahren von meinem Vater gegründet und arbeitet mit über 750 Franchisebetrieben und Mitgliedsunternehmen zusammen. Die NBB egesa gibt es seit 2002 und es sind rund 110 Betriebe angeschlossen. Im Gesamten beschäftigen wir bei NBB rund 90 Mitarbeiter, wobei wir im Gartenbereich die Synergien des gesamten Unternehmens nutzen können. Mir ist ein wichtiges Anliegen, das wir mit unseren Partnern arbeiten und uns nicht mit uns selbst beschäftigen wollen.

OM: Der grüne Markt in Deutschland ist stark umkämpft von verschiedensten Einkaufsverbänden und auch ausländische Gruppen gewinnen vermehrt Anteile. Warum kommen Endverkaufsbetriebe zu Ihnen?

FF: Das hat verschiedene Gründe. Bis jetzt gelingt es uns, das Gefühl des Familienunternehmens aufrecht zu erhalten – die Werte, die mir mein Vater mitgegeben hat, sind mir wichtig. Wenn ein Mitglied anruft, wird

Fabian A. Farkas ist Volljurist und MBA Absolvent und als Geschäftsführer der NBB egesa Gartencenter GmbH tätig. Aktuell gehören der Verbundgruppe 110 Gartencenter an. Die NBB egesa gehört zur NBB Dienstleistungssysteme AG. Weitere Informationen gibt es unter www.nbb-egesa.de

alles liegen gelassen und sich dem Anliegen voll und ganz gewidmet – und auch erledigt. Bei Neuzugängen im Team liegt mir dieser Punkt immer besonders am Herzen. Wir leben unseren Slogan „Wir lieben Garten“ – bei uns pocht innen drin ein grünes Herz. Wir sind viel in den Betrieben. Nur so können wir uns immer auf der gleichen Augenhöhe begegnen und zusammen gemeinsame Ziele verfolgen.

Und mit den auf unsere Mitglieder zugeschnittenen Konzepten geben wir ein Erfolgsversprechen ab, dass sich die Ware auch dreht. Dabei ist es uns wichtig, dass alles, was wir anbieten, für unsere Partner freiwillig ist. Das fordert unser Team heraus, denn wenn sich die Erlebniswelten, die wir für die Fläche entwickeln, nicht in gute Zahlen umsetzen lassen, werden unsere Partner in der kommenden Saison den Empfehlungen nicht mehr folgen.

OM: Der Markt verändert sich immer schneller – der Konsument wird unberechenbarer

und die Wetterkapriolen immer doller. Wie schätzen Sie die Risiken und Chancen in den kommenden Jahren ein?

FF: Das Wetter können wir nicht ändern, aber damit haben wir ja alle zu kämpfen. Aber wir halten unseren Partnern den Rücken frei, damit sie sich auf ihren Job konzentrieren können. Mehr und mehr gelingt es uns auch, die in Deutschland oft üblichen Lieferanten-Einkauf-Verkauf-Strukturen aufzubrechen und zu echten gleichberechtigten Partnerschaften zu kommen. Denn nur zusammen können wir unsere Berechtigung im Markt sichern. Die Größe und Lage unserer Mitglieder ist auch ein Vorteil, wenn sie richtig bespielt wird. Sie sind in der Region häufig besonders gut verankert und nehmen dort auch viel soziale Verantwortung wahr. Diese Regionalität bietet auch in Zukunft viele Chancen. Konsumenten wollen Transparenz über ihren Einkauf und die Waren – das können wir gemeinsam bieten.

Zudem wird Grün der wichtige Bestandteil unseres Sortimentes bleiben. Grün ist Natur, Entspannung und sorgt zudem für besseres Klima drinnen wie draußen – ein riesiges Potenzial, das sich uns allen bietet. Wir sollten gemeinsam davon Gebrauch machen.

OM: Danke für das offene Gespräch!