



Hoch hinaus

Donnerstag, 25.09.2014



LZnet/him. Der neue Globus-Markt in Koblenz wird von den Kunden geradezu überrannt. "Die Resonanz übertrifft alles, was wir zu hoffen gewagt haben", sagt Marktleiter Uwe Herrmann. Rund 100.000 Menschen seien in den ersten fünf Tagen herbeigeströmt. Die Umsätze in den ersten Tagen sind so gut, dass die Mannschaft Mühe hat, die Regale auf der 10.000 Quadratmeter großen Verkaufsfläche aufzufüllen. Die 340 Mitarbeiter arbeiten bis zu zwölf Stunden am Tag.

Der Markt verspricht also, eine Verkaufsmaschine zu werden. 40 Millionen Euro Umsatz peilt Herrmann im ersten Jahr an, das Doppelte könnte es in fünf Jahren sein, bei einem Durchschnittsbau von 40 Euro. Wenn der Ansturm so weitergeht, muss man die Prognosen ohnehin nach oben korrigieren. Der Grund für den Andrang? "Wir haben in Koblenz einen guten Namen, die Kunden in der Region kennen uns, und wir haben eine sehr günstige Lage", erklärt Herrmann. Am alten Standort in der Innenstadt sei auf 5.400 Quadratmetern alles viel beengter gewesen. "Jetzt können wir dem Kunden auf voller Breite zeigen, was wir alles draufhaben."

Drauf hat Globus zum Beispiel Vielfalt: 80.000 Artikel auf zwei Etagen, unten Lebensmittel (5.500 Quadratmeter), oben Drogeriewaren und Nonfood (3.700). Es gibt 13.000 Kosmetik-Artikel, 900 Sorten Wein, mehr als 500 Artikel Obst und Gemüse, bis zu zweimal täglich angeliefert, 400 Varianten Käse, mehr als 80 Arten frische Fische und Meeresfrüchte.

Den Weg ins Obergeschoss scheuen die Kunden nicht: 80 Prozent fahren über die 35 Meter lange Rollsteige hinauf, angezogen von Kosmetik, Schmuck, Haushalts- und Spielwaren. Oberbekleidung und Schuhe hat Globus allerdings weggelassen, Elektro auf haushaltsnahe Produkte beschränkt. Denn gegenüber liegen Media-Markt und Saturn, und auch das Internet fordert seinen Tribut.

Handwerksqualität zu moderaten Preisen

Stark ist Globus beim Thema Handwerk: Von 340 Mitarbeitern arbeiten 120 in der Meisterbäckerei, in Fachmetzgerei, Sushi-Bar, Restaurant, Grill und Schnippelküche. Handwerkskunst wird offensiv hergezeigt, das schafft Vertrauen und signalisiert Qualität. Lohnt sich das personalintensive Geschäft? Für Herrmann keine Frage: Allein die Sushi-Bar etwa sei in den ersten Tagen sensationell gelaufen, weit über den geplanten 400 Packungen pro Tag. Auch abseits von Restaurant, Grill und

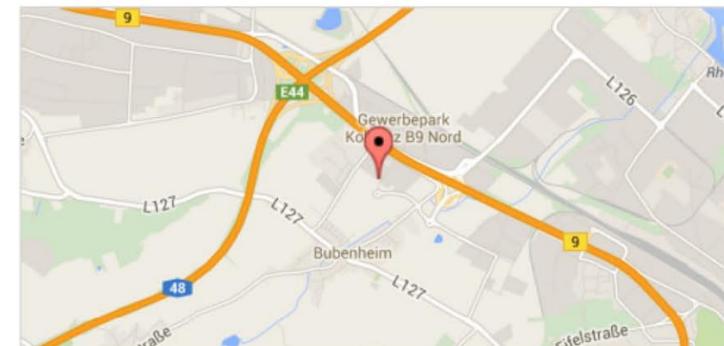
Snackinsel können Kunden probieren, an sechs festen Verkostungsständen, jeden Tag im Jahr. Bei alledem sind die Preise bei Frische- wie Trockensortimenten genauso bodenständig wie die Produkte.

Hochwertig und ansprechend, aber preiswert: Diesen Spagat vollzieht der Ladenbau nach. Für den roten Faden in der Gestaltung des Marktes hat mit Schweitzer erstmals bei Globus ein externer Ladenbauer gesorgt. Er setzte auch eine Aufteilung um, wie sie Globus wichtig ist: mit Überblick und viel Platz, ohne dass sich die Kunden auf der großen Fläche verloren fühlen. Einen festen Kundenlauf gibt Globus nicht vor. Der Verbraucher soll nach Wunsch einkaufen, groß fürs Wochenende oder schnell für den Feierabend. "Sobald man den Kundenlauf kanalisiert, sinkt die Lust am Verweilen."

Die Aufenthaltsqualität erhöhen zahlreiche Serviceangebote - von gratis Babynahrung im Restaurant bis zum Fotolabor mit Sofortbildservice. Technisch neu sind 100 Scanpistolen. Mit ihnen können Kundenkartenbesitzer die Preise ihrer Waren gleich beim Ablegen in den Einkaufswagen erfassen. An vier eigenen Kassen müssen sie nur noch die Summe einlesen lassen und bezahlen. An den ersten fünf Tagen gab es mehr als 2500 Registrierungen. "Das hat eingeschlagen wie eine Bombe", so Herrmann.

Adresse:

Globus Koblenz-Bubenheim
Jakob-Caspers-Straße 2
56070 Koblenz



In Koblenz hat SB-Warenhausbetreiber Globus einen neuen Markt eröffnet. Er zeigt das aktuelle Globus-Konzept auf einer Fläche von 10.000 qm.

Fotos: Bert Bostelmann

