



Mode inszenieren will Engelhorn auf seinen neuen Premium-Etagen – dafür gibt es nun 2000 Quadratmeter mehr Verkaufsfläche.

BILDER: RINDERSPACHER

Mode: Engelhorn investiert mehr als 20 Millionen Euro in Erweiterung des Haupthauses / Verkaufsfläche und Gastronomie ausgebaut

„Mehr Exklusivität bieten“

Von unserem Redaktionsmitglied
Bettina Eschbacher

MANNHEIM. Mehr als 20 Millionen Euro hat die Modegruppe Engelhorn in die Erweiterung ihres Flaggschiffs investiert. Das Haupthaus in Mannheim wurde um zwei auf sieben Etagen aufgestockt sowie mit neuen Restaurants und komplett neuer Haustechnik bestückt. Eine Investition, die deutschlandweit in der Branche Aufmerksamkeit findet und gleichzeitig den Handelsstandort Mannheim aufwertet. „Wir sind halt auf Mannheim kapriziert“, sagt Seniorchef Richard Engelhorn.

Kritik an Verkehrspolitik

Gestern präsentierte die Direktorenriege des Unternehmens das fertiggestellte Prestigeprojekt, das schon im Vorfeld wegen eines kleinen Sterns Aufsehen erregte: Das Nobelrestaurant Opus V, schon seit einem Jahr im sechsten Stock geöffnet, bekam gerade einen Michelin-Stern verliehen. Dabei war der Anlass für den zwei Jahre dauernden Umbau erst einmal banal – die Klimaanlage war kaputtgegangen. Und da dies sowieso eine große Investition nötig

machte, entschied man sich gleich für eine Vergrößerung mit ehrgeizigen Zielen. „Wir wollen aus der Vergleichbarkeit raus, anders sein, besser sein, mehr Exklusivität bieten“, sagt Geschäftsführer Andreas Hilgenstock selbstbewusst. Schließlich geht es um nicht weniger als eine Kampfansage an den größten Feind des Einzelhandels in den Innenstädten: das Internet. Der Online-Handel erobert immer mehr Marktanteile zulasten der Konkurrenz vor Ort.

Auch Engelhorn baut seine Online-Plattform stetig aus, und dennoch sei das aktuelle Projekt „eine Investition in den stationären Handel – und in Mannheim“, betont Geschäftsführer Andreas Hilgenstock. 45 neue Mitarbeiter wurden im Zuge der Erweiterung eingestellt. Bei allem Vertrauen in den Standort spart Richard Engelhorn aber auch nicht mit Kritik an den Rahmenbedingungen. Wer den Kunden motivieren wolle, in die City zu kommen – statt online auf der Couch zu bestellen – müsse auch gut erreichbar sein.

Doch die Infrastruktur werde immer mehr zum Problem für Mannheim, fordert Engelhorn ein Umdenken. Dass die Bismarckstraße am

Engelhorn in Zahlen

■ Engelhorns Haupthaus ist auf den Mannheimer **Planken**, dazu kommen mehrere Modehäuser in der Nähe, einschließlich engelhorn sports und dem **Logistikcenter** in Neckarau.

■ Engelhorn hat auch eine Filiale im Viernheimer **Rhein-Neckar-Zentrum** und einen Airport Store am **Frankfurter Rhein-Main-Flughafen**.

■ Das Familienunternehmen machte mit 1500 Mitarbeitern 2013/2014 einen **Umsatz von 208 Millionen Euro**, im laufenden Geschäftsjahr sind 212 Millionen Euro angepeilt.

Schloss wegen neuer Radwege verengt werde, hält er zum Beispiel für nicht sinnvoll. Mit mehr Erlebnis und Genuss will Engelhorn dennoch die Kunden locken:

■ **Mode:** In den neuen Premium-Etagen vier und fünf geht es laut Hilgenstock darum, Mode zu inszenieren. Die Ware werde zu kompletten „Looks“ zusammengestellt, deshalb gebe es jetzt auch Schuhe, aber auch Bücher oder Kosmetik. Das macht

eine zusätzliche Verkaufsfläche um 2000 auf 20 000 Quadratmeter möglich. Neue Marken hat Engelhorn auch geholt: So bekommt die Mannheimer Designerin Dorothee Schumacher einen eigenen Ladenraum.

■ **Vertriebskanäle verknüpfen:** Mit Hilfen von Tablets haben Mitarbeiter und Kunden die Möglichkeit, nach einem gewünschten Modell im Logistikcenter oder im Online-Shop zu suchen. Das wird dann nach Hause geschickt oder kann bei Engelhorn in einem eigenen Bereich bis 22 Uhr abgeholt werden. Getestet wird in den oberen Etagen, danach soll das Angebot ausgebaut werden. Diese „Click & Collect-Variante“ sei auch ganz wichtig für Stammkunden, die sowohl im Haus als auch Online einkaufen, erklärt Geschäftsführer Fabian Engelhorn.

■ **Gastronomie:** Im Zuge der Erweiterung wurde die Gastronomie in unterschiedlichen Preisklassen ausgebaut. Neben dem noblen Opus V oder der Champagnerbar gibt es jetzt unter anderem den Dachgarten als günstigere Alternative.

 **Fotostrecke unter**
morgenweb.de/wirtschaft

Geschäftsführer erklären, wie Engelhorn Profil zeigen will

Was ist Engelhorns Zukunftsstrategie?

Andreas Hilgenstock: „Wir wollen uns weiter als Anbieter auf unterschiedlichen Vertriebskanälen positionieren und Engelhorn kanalübergreifend anbieten. Ansonsten hat für Engelhorn schon immer gegolten, dass wir den Markt, die Gesellschaft und die Trends genau beobachten, um eigene Impulse setzen zu können. Engelhorn steht niemals still.“



Wie entwickelt sich das Online-Geschäft?

Fabian Engelhorn: „Das Online-Geschäft wächst jedes Jahr zweistellig. Wir machen inzwischen knapp 20 Prozent unseres Umsatzes im Internet. Wir haben zwar nun in unseren stationären Handel stark investiert, aber ebenso unseren e-Shop stetig weiterentwickelt. Unser Ziel ist, über die Region hinaus auch deutschlandweit verstärkt Online-Kunden zu gewinnen.“



Mode und Gastronomie – wie passt das zusammen?

Richard Engelhorn: „Beides passt sehr gut zusammen: Jeder, der gerne einkaufen geht, hat zwischendurch oder anschließend Durst und Hunger. Unsere Kunden können also mit Bekleidung das Äußere perfekt umsorgen und ebenso dem Inneren etwas Gutes tun. Wir stehen für Erlebnis und Genuss. Und mit den verschiedenen Restaurants sind alle Zielgruppen abgedeckt.“



Engelhorn will Mode inszenieren – was bewirkt dabei die Architektur?

Simon Engelhorn: „Wir haben bei der Neukonzeption des Gebäudes sehr viel Wert auf ein angenehmes Klima und gute Beleuchtung gelegt. Große Fenster ermöglichen Tageslichteinfall. Auf einigen Stockwerken sind Terrassen eingerichtet, so dass die Kunden sich sozusagen nach draußen begeben können. All das schafft schon eine angenehme Atmosphäre.“



be