

# Köln



Das Köln-Wetter Heiter bis wolkig bei Temperaturen bis 19 Grad

## Luxus-Showrooms ziehen in die Innenstadt

In der oft gescholtenen City sehen zahlreiche Firmen Standortvorteile – Zwei Chefinnen erklären, warum

VON CHRISTIANE VIELHABER

Für einen Lampenladen hängen hier ziemlich wenig Lampen. Doch die gerade eröffnete Niederlassung der Hamburger Traditionsfirma Prediger in der Gürzenichstraße ist auch kein Lampenladen, sondern ein Lichtberater-Showroom. „Erst kommt das Licht, dann die Leuchte“, sagt Petra Brink, die mit ihrem Mann das mehr als 100 Jahre alte Familienunternehmen leitet. Deshalb werden hier auch nur ausgewählte Produkte aus dem hochpreisigen Angebot der Firma gezeigt. Vor allem geht es aber um die Präsentation von „Lichtsituationen“, um zu zeigen, wie Beleuchtung wirkt. Dafür hat die Firma die ehemaligen Räume des Antiquitäten- und Asiatika-Händlers „Schwarzer Elefant“ aufwendig umbauen lassen.

„Wir haben lange nach einem Standort in der Innenstadt gesucht“, sagt Petra Brink. Das Stammhaus befindet sich an der Mönckebergstraße im Herzen

„Köln hat eine sehr lebendige, kompakte Innenstadt mit hoher Frequenz

Petra Brink, Prediger Lichtberater



Petra Brink im neuen Prediger-Lichtstudio an der Gürzenichstraße

von Hamburg. Nach Berlin-Charlottenburg, Düsseldorf und Frankfurt stand Köln als nächste Filiale fest – auch, dass die Lage zentral sein sollte. Während die Kölner oft über ihre City schimpfen, sieht Brink die Lage viel positiver. „Köln hat eine sehr lebendige, kompakte Innenstadt mit hoher Frequenz. Hier ist auch abends noch viel los durch die Verbindung zur Altstadt“, sagt Petra Brink.

„Wir sind hier in der Gürzenichstraße jetzt sehr glücklich – nicht im großen Trubel, aber an einer Straße, in der viele Menschen an unseren großen Schaufenstern vorbeilaufen.“ In riesigen Lampengeschäften auf der grünen Wiese sieht Brink keine Zukunft. „Der Einzelleuchten-Verkauf läuft im Internet oder im Baumarkt. Zu uns kommen Kunden, die zum Beispiel ein Haus bauen oder eine Wohnung neu gestalten wollen.“ Ihnen soll in einem schönen Ambiente Beratung geboten werden.

Auch für die spätere Installation sorgt Prediger. „Ich glaube an die Zukunft der Innenstädte“, sagt Brink. Auch wenn diese sich sicherlich sehr verändern müssten. „Die Menschen möchten neben interessanten Geschäften auch Gastronomie und Sehenswürdigkeiten. Wer bei uns einen Beratungstermin macht, der kann das mit einem Bummel durch die Stadt verbinden.“

Köln habe ein großes Potenzial, findet Brink. Und auch das Umfeld sei stark. Das bestätigen die Daten der städtischen Wirtschaftsförderung Köln-Business. Danach haben die Kölner eine hohe Kaufkraft – sogar eine höhere als die Hamburger – und die Stadt hat zusätzlich einen noch kaufkräftigeren Speckgürtel. „Wir sind gespannt, wie die Kölner auf unser Angebot reagieren“, sagt Petra Brink – während



Lisa Pötter im Badstudio Hasenkamp

draußen neugierige Passanten durch die Schaufenster gucken.

Schon Erfahrungen mit den Reaktionen hat die Firma Hasenkamp, die seit gut einem Jahr an der Kolumbastraße vertreten ist. Hier gibt es luxuriöse Bad-Einrichtungen, Saunen und riesige Outdoor-Whirlpools – präsentiert in den ehemaligen Räumen einer Galerie. „Die Whirlpools hier hereinzubekommen, war Maßarbeit, die gingen so gerade hochkant durch die Tür. Aber wir sind das gewohnt, denn wir organisieren ja auch den Einbau bei unseren Kunden“, sagt Lisa Pötter von der Geschäftsleitung der Traditionsfirma aus Hattingen, deren drei Standorte inklusive des neuen in Köln vom Zentralverband Sanitär vor kurzem als „Beste Badstudios Deutschlands“ ausgezeichnet wurden.

„Wir haben uns bewusst für diesen zentralen Standort entschieden, von Industriegebieten halten wir nicht viel“, sagt Lisa Pötter. Es gab auch die Option, an die „Möbelmeile“ am Ring zu ziehen. „Da ist die Passanten-Frequenz aber nicht so hoch wie hier.“ Nun sind Bad-Einrichtungen nichts zum Mitnehmen für Laufkundschaft. Es sei aber sehr effektiv, dass jedermann durch die großen Schaufenster die Möglichkeiten sehen könne, wie man sein Bad gestalten kann. „Wir wollen Begehrlichkeiten wecken.“

Quasi als Lockmittel hat Pötter auf den Regalen vor den Fenstern auch Kleinigkeiten wie Schminkspiegel und Seifenspender drapiert. „Damit nehmen wir die Schwellenangst, und Kun-

„Wir haben uns bewusst für diesen zentralen Standort entschieden

Lisa Pötter, Firma Hasenkamp

den schauen einfach mal herein.“ Oft ergeben sich weitere Gespräche daraus. Das Konzept werde sehr gut angenommen. „Wir sind sehr froh, hier zu sein.“

Mit dem Umfeld hätten sich schon Synergien ergeben. So werden Kunden des „Villeroy & Boch“-Porzellanladens an der Breite Straße, die nach den Sanitär-Produkten des Herstellers fragen, an Hasenkamp verwiesen. Und die Nachbarschaft zum Kolumba-Museum und dem ebenfalls höherpreisigen „Manufactum“-Geschäft sei ideal. Auch bei der Kölner Design-Woche „Passagen“ im Juni wird Hasenkamp mitmachen.

Natürlich gebe es noch Verbesserungsmöglichkeiten beim Branchenmix in der City. Einige Kunden hätten mit einem leicht klagenden Ton gesagt: „Endlich mal etwas Hochwertiges in der Innenstadt.“ Der Bedarf scheint also da zu sein. „Köln ist attraktiv, auch wenn die Kölner selbst das vielleicht nicht immer so sehen“, sagt Pötter. Die Einrichtung des Badstudios sei eine große Investition gewesen. „Aber das kann man auch unter Marketing verbuchen.“ Ein Standort in der Kölner City sei eine gute Werbung.

LINDBERG

by NAH + FERN

Lindberg Premium Partner  
Albertusstraße 20  
50667 Köln  
T. 0221 258 930 20

Di - Fr 11.00 - 19.00 Uhr  
Sa 11.00 - 18.00 Uhr  
www.nahundfern-optik.de

NAH + FERN

AUGENOPTIK + DESIGN

KÖLN + LINDBERG

Danish design made by LINDBERG – Brillengläser made in Germany

So individuell wie LINDBERG – Brillen sind auch Ihre Augen



LINDBERG Eyewear definiert individuelles Design und hohe Qualität. Bei NAH + FERN Optik kombinieren wir dies mit den präzisesten Brillengläsern aller Zeiten! Dank der neuesten Messtechnik AVA von Essilor sind wir in der Lage, Ihre Sehstärke auf 0,01 dpt (statt gängiger 0,25 dpt) genau zu bestimmen und so Ihr volles Sehpotenzial auszuschöpfen. Erleben Sie den Unterschied.