

Vorbild für andere Standorte

Umgebauter Raiffeisenmarkt bietet größeres Sortiment und neue Halle – Genossenschaft hat zwölf Millionen Euro investiert

Von unserem Redaktionsmitglied
Julia Weller

BAD RAPPENAU Der Nikolaus hatte dieses Jahr eine neue Markthalle im Gepäck: Nach zwei Jahren Bauzeit wurde am Mittwoch der umgestaltete Raiffeisenmarkt in Bad Rappenau mit 5200 Quadratmetern Verkaufsfläche eröffnet. Weite, helle Gänge und neue Parkplätze sind die auffälligsten baulichen Veränderungen. Außerdem wurde das Produktangebot erweitert: „Wir haben unser Sortiment in die Breite und in die Tiefe ausgebaut“, erklärt Prokurist Christian Lutz, der für alle Raiffeisen-Märkte im Kraichgau verantwortlich ist. Zum Beispiel gehören nun

Haushaltsgeräte wie Waschmaschinen zum Angebot. In der neuen Verkaufshalle ist eine Sanitär-Ausstellung entstanden, in der sich die Kunden Waschbecken, Toiletten und Armaturen ansehen können – zuvor war das nur im Katalog möglich. „In den Bereichen, die wir angegangen sind, gelten wir jetzt als Vollsortimenter,“ erklärt Lutz.

Spagat Nach wie vor wichtig sind auch die Erzeugnisse der Genossenschafter: Im neu konzipierten Regionalmarkt werden zum Beispiel Saft, Wein, Obst, Mehl und Kartoffeln von den Landwirten aus der Region angeboten. „Den Spagat zwischen einem klassischen Baumarkt und ei-



Die Sanitärausstellung gehört zu den Neuigkeiten im Raiffeisenmarkt – genauso wie die überarbeitete Beleuchtung und die breiteren Gänge.

Foto: Julia Weller

nem Anbieter regionaler Spezialitäten haben wir optisch und organisatorisch gut hinbekommen“, findet Lutz. KRZ-Geschäftsführer Jürgen Freudenberger sieht im erweiterten Angebot aber auch eine Herausforderung: „Wir müssen dem Kunden erst einmal vermitteln, was wir jetzt alles haben. Eigentlich muss niemand mehr zum Einkaufen nach Heilbronn fahren“, sagt Freudenberger.

Risiko Für die Genossenschaft sei der Umbau des gesamten Areals mit dem Netto-Markt, der Tankstelle, dem Verkaufsgelände im Freien und den Parkplätzen eine riskante Investition gewesen. Zwölf Millionen

Euro hat das Raiffeisen Zentrum in die Maßnahmen gesteckt. „Während der Umbauphase haben wir rund 15 Prozent weniger Umsatz gemacht“, sagt Freudenberger. „Wir hoffen, das jetzt wieder rein zu bekommen.“ Sollte das neue Konzept mit der breiteren Produktpalette jedoch Anklang finden, könnte der Markt als Vorbild für andere Standorte wie in Eppingen dienen: „Das ist jetzt unser Mastermarkt“, erklärt Lutz, der bei Erfolg auch das Sortiment der übrigen Märkte anpassen möchte. Baulich kann an den anderen Standorten aber zunächst nichts verändert werden: „Wir machen eine Investitionspause“, stellt Geschäftsführer Freudenberger klar.