

GROSSMARKT LEIPZIG

Auszüge und Neuvermietungen hielten sich die Waage

Der aktuelle Standort des Großmarktes Leipzig, 1995 mit dem Güterverkehrszentrum an der A 14 gebaut, ist im vergangenen Jahr sozusagen volljährig geworden und als erwachsenes Unternehmen gut bei Kräften. Das Fruchthandel Magazin sprach mit dessen Geschäftsführer Matthias Zimmermann.

Fruchthandel Magazin: Ein Großmarktchef ist zufrieden, wenn es in den frühen Morgenstunden so richtig wuselt – und also seine Mieter zufrieden sind. Wie nimmt der nicht gebundene LEH der Region die Einkaufsmöglichkeit an?

Treibstoffkosten fordern ihren Tribut. Deshalb entwickelt sich für unsere Mieter deren Auslieferungsgeschäft dynamischer als der Verkauf hier vor Ort. Der größte Trubel in unserer Halle herrscht in den Morgenstunden der Montage und der Donnerstag.

FH-Magazin: Etwa 80% der Flächen sind vermietet. Wie sieht es aus mit dem Kommen und Gehen unter Ihrem Dach?

M. Zimmermann: Um der Wahrheit die Ehre zu geben, die Flächenvermietung liegt schon unter dem deutschen Durchschnitt. Dies hat historische Ursachen: Der neue Großmarkt wurde Anfang der Neunziger geplant, also in einer Phase des enormen, nahezu unberechenbaren Einzelhandel-Aufschwungs. Entsprechend groß war der von den Großhändlern erwartete Flächenbedarf. Deren Schätzungen bewahrheiteten sich allerdings letztlich

Matthias Zimmermann

Matthias Zimmermann: Ich freue mich, dass wir nach einem leichten Sinken ab 2007 im Jahr 2013 erstmals wieder die Anzahl der registrierten Kunden steigern konnten. Und die kämen ja nicht, wenn das Angebot zu wünschen übrig ließe. Rund 550 Einkäufer, in der Mehrzahl Einzelhändler, Hoteliere, Großküchen und Gastronomen, sind derzeit bei uns registriert. Auch der Radius, aus dem sie anreisen oder in dem sie beliefert werden, wuchs auf bis zu 100 Kilometern. Einerseits freuen wir uns, dass es mehr Kunden werden, was nicht nur die Kundenkartei, sondern auch die Bewegung der Schranke beweist. Gleichwohl registrieren wir auch, dass die Frequenz bei einigen zurück geht. Die

nicht. Wir leben also vom ersten Tage an mit Leerstand. Aber der blieb 2013 wie schon in den Jahren zuvor unverändert,

Daten zum Großmarkt Leipzig

Rund 70.000 m² beträgt die Fläche des Großmarktes insgesamt, 20.000 m² sind bebaut. Das mit knapp 10.000 m² größte Gebäude ist die eigentliche Großmarkthalle. Vermietet ist der Markt zu etwa 80%. Überwiegend wird er von Firmen der Obst- und Gemüsebranche genutzt aber auch zum Handel mit Fleisch und Wurstwaren, Verpackungen, Getränken und Trockenwaren. Es werden pro Jahr geschätzt 100.000 t Waren umgeschlagen.

Das mitteldeutsche Ballungsgebiet Leipzig-Halle ist mit 2 Mio Einwohnern und dem flächenmäßig größten Ballungsraum Deutschlands – abgesehen vom Sonderfall Berlin – führendes Wachstumszentrum und zugleich einer der zukunftsreichsten Räume Deutschlands. Hiervon zeugen auch die Ansiedlungen international tätiger Großunternehmen.



Auszüge und Neuvermietungen hielten sich die Waage. Leider haben wir UNIVEG in 2013 verloren und Mietverhandlungen mit einem Kartoffelgroßhändler führten nicht zum gewünschten Erfolg. Aber wir konnten fast gleichzeitig neue Mieter und nennenswerte Erweiterungen registrieren. Zu den Firmen, die sich größere Flächen genommen haben, gehört die Rolf Oertel GmbH Fruchtimport & Großhandel. Das über 100-jährige Leipziger Unternehmen brauchte mehr Raum, um seine wachsende Kundenzahl abzuwickeln und vor allem das Auslieferungsgeschäft zu forcieren. Hansen-Obst, ein Einzelhändler, der seinen Hauptsitz im Großmarkt Leipzig hat, brauchte größere Flächen, unter anderem weil er ins Online-Geschäft eingestiegen war. Ebenso hat der Online-Pionier Premium-Obst erweitert und der hat für 2014 noch viel vor.

Neu angemietet hat im Sommer Frutti-World, ein kleiner Großhändler mit spanischen Wurzeln. Überhaupt hatten wir dank unserer spanischen Kontakte vor Ort einige Interessenten dieses Jahr. Derzeit bin ich in ernsthaften Gesprächen mit zwei neu-



2013 stieg die Zahl der registrierten Kunden auf dem Großmarkt wieder leicht an.

en potentiellen Mietern, einer davon aus Spanien.

FH-Magazin: Bei einem früheren Gespräch mit unserem Magazin spielten Überlegungen zu einem eigenen Logistik-Angebot des Großmarktes eine Rolle. Was ist daraus geworden?

M. Zimmermann: In diese Richtung haben wir nicht weiter geplant. In erster Linie, weil wir den bei uns ansässigen Logistik-Unternehmen nicht im Wege stehen wollen. Außerdem mussten wir einräumen: Die können das vermutlich besser.

FH-Magazin: Im Verband der Deutschen Frischemärkte wird die Öffnung der Märkte für den Endverbraucher diskutiert. Wie finden Sie diese Idee?

M. Zimmermann: Die Überlegung hat schon was. Aber die Vision braucht ein eigenes durchdachtes Konzept, das von ausnahmslos allen Beteiligten am Markt mitgetragen wird, ansonsten ist es zum Scheitern verurteilt. Ich könnte mir vorstellen, dafür eine eigene Fläche bereitzustellen und das Projekt einem erfahrenen Einzelhändler anzuvertrauen. Ähnlich einem Werksverkauf müsste solch ein Verbrauchermarkt eigene Öffnungszeiten, eigenes Personal und eine spezielle Gestaltung haben. Keinesfalls darf es aus meiner Sicht so sein, den Großmarkt zum Frische-Outlet-Center zu entwickeln. Meine Überlegungen gehen derzeit in Richtung Angebot von besonderen Sortimenten. Wir sind jedenfalls am Nachdenken und ich denke, es wird weiter spannend am Großmarkt Leipzig.

mhz

HÜBLER-FRUCHTHANDELSGESELLSCHAFT, GROSSMARKT LEIPZIG

„Am Monatsende geht es meist etwas ruhiger zu“

Wenn das nächtliche Gewusel im Großmarkt Leipzig beginnt, öffnet auch die Hübler-Fruchthandelsgesellschaft GmbH ihr Areal. Rund 150 regelmäßige Lieferanten hat der Großhändler: Erzeuger, Importeure, Bananen-Reifereien ... „Man kennt sich meist schon sehr lange“, so Geschäftsführer Igor Wernicke, seit elf Jahren bei Markus Hübler. „Da weiß man, dass Qualität kommt“. Von einigen dieser Lieferanten, entscheidend sind hier die genau erfassten Reklamationen, trennt sich das Unternehmen, um Qualität und Zuverlässigkeit ständig zu verbessern.

Etwa 200 frische Produkte gehören zum täglichen Produktportfolio. An dem hat sich, so Igor Wernicke, in den vergangenen Jahren nicht viel geändert. „Klar probieren wir neue Produkte, aber die Verschiebungen sind überschaubar.“ Zu denen gehört

die Optik“, erläutert Igor Wernicke. „wenn beispielsweise im Einzelhandel drei Stück Bio-Kiwis in einer Folie eingeschweißt sein müssen, um die Vermischungsgefahr auszuschließen, finde ich das wenig nachhaltig.“



Igor Wernicke

die wachsende Nachfrage nach Regionalem. „Allerdings“, schränkt Igor Wernicke ein, „vermögen die regionalen Erzeuger nicht, den Bedarf zu decken.“ In Sachen Bio geht die Hübler-Fruchthandelsgesellschaft keine Risiken ein und wartet die Entwicklungsvorerst weiter ab. „Es geht nicht nur um

Rund die Hälfte seines Umsatzes macht das 1923 von Martha Hübler gegründete Unternehmen mit dem Verkauf im Großmarkt; die andere Hälfte mit Auslieferungen an Einzelhandel, Caterer, Convenience-Produzenten und Gastronomie im Umkreis von ca. 150 km. Dafür hat der

MITTELDEUTSCHES
FRISCHE
ZENTRUM
LEIPZIG
EIN UNTERNEHMEN IM
GÜTERVERKEHRZENTRUM

**GROSSMARKT
LEIPZIG**

DER
GROSSMARKT
MIT DEM
FRISCHEFAKTOR

WE LOVE FRESH

Großmarkt Leipzig GmbH · Zum Frischemarkt 1A · Tel. (03 41) 4 61 70 20 · Fax (03 41) 4 61 70 25
www.grossmarkt-leipzig.de · info@grossmarkt-leipzig.de

FRUIT LOGISTICA 2014: Halle 21, Stand E-12