

Mit Kletterwand, Höhen-Kälte-Kammer, 60 m Schuhwand und Wasserbecken:

Globetrotter München möchte mit den Wettbewerbern gleichlaufen

Zwölf Jahre lang sind Thomas Lipke und Andreas Bartmann nach München getrottet auf der Suche nach einem „gescheiterten Gebäude“, um ihm „wieder Leben einzuhauchen“. Nun haben die beiden geschäftsführenden Gesellschafter die Tore ihrer ersten Globetrotter-Filiale im Süden Deutschlands geöffnet. Womit das ehemals mondäne Haus von Pelzkönig Rieger nach drei Jahren Leerstand echtes Leben eingehaucht bekommen hat. Kunden paddeln dort gegen Ströme, stehen auf kalten und stürmischen Gipfeln oder sie kommen einfach in der neuen Natur am Isartor zur Ruhe – bevor sie zur Kasse gehen.

Hauptattraktion des neuen Globetrotter-Flaggschiffs ist die Höhen-Kälte-Windkammer auf 125 qm. Ein Stickstoff-Sauerstoff-Gemisch simuliert Atmosphären von Höhen bis zu 8.000 m – wie bei einer Expedition. Trainingsstunden für ein Höhen-training auf Laufbändern und Ergometern sind buchbar. Mittels Infrarot-Kamera kann der Kunde seine Ausrüstung bei Temperaturen bis zu -25° C auf undichte Stellen überprüfen, ebenso ein Stockwerk tiefer in der Regenkammer mit Windanlage.

„Die längste Schuhwand Münchens“ bewirbt kein Geringeres als Lukas Meindl auf Plakaten in der Stadt. Im Erdgeschoss repräsentiert eine 60m lange Schuhwand in Sedimentsoptik den „wichtigen Umsatzbringer“ mit 350 Modellen und 5.000 Paar im Lager. Outdoor-Schuhe (bis auf Kletterschuhe) sind komplett von der Bergsport-Abteilung getrennt.

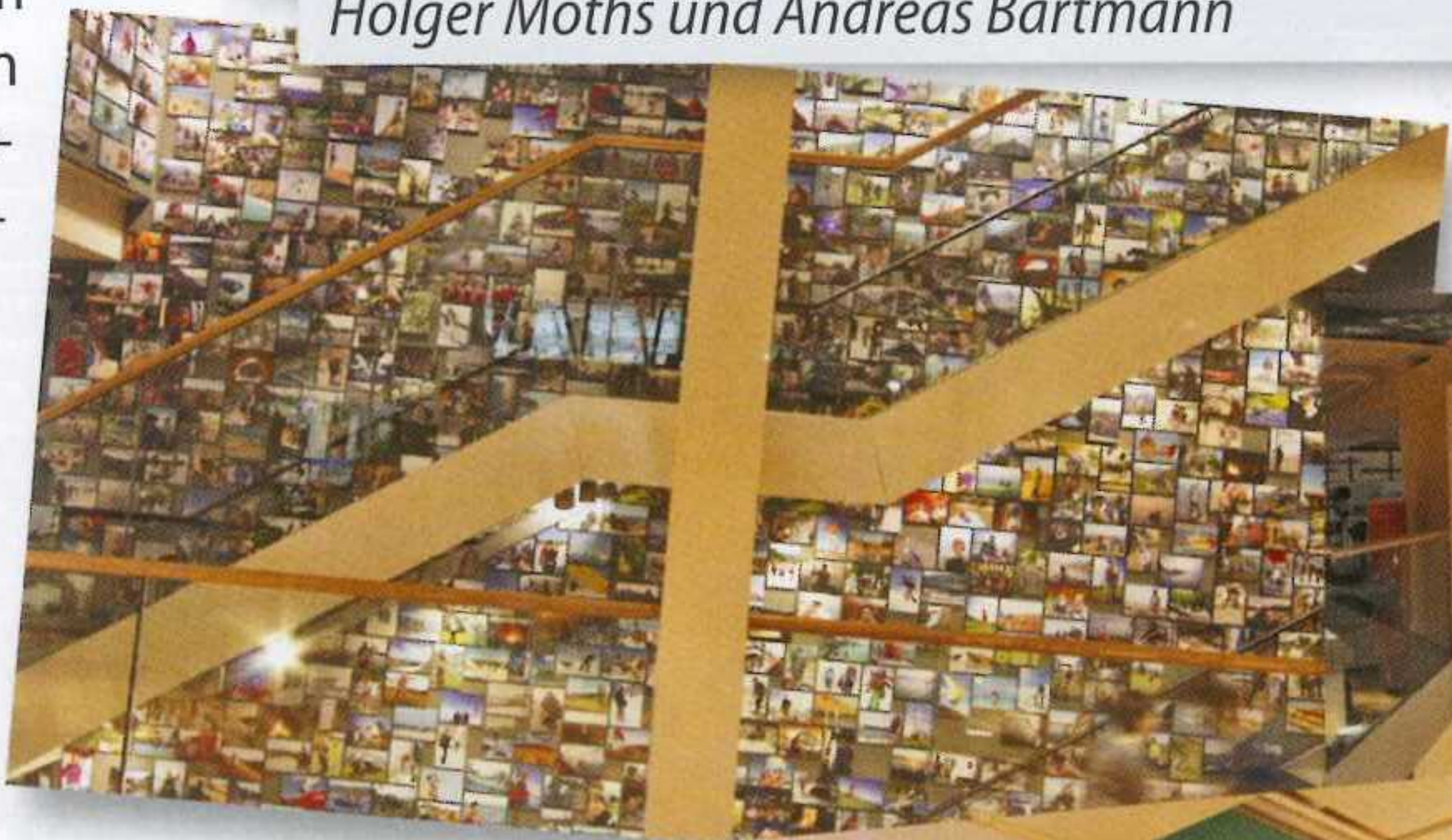
In der vierten Etage lädt eine gläserne, 3 m hohe Kletterwand (74 qm) zum Bouldern von Überhängen (bis Schwierigkeitsgrad 9+) ein. Das 1 m tiefe Wasseraktionsbecken (458 qm), indem auch Eskimorollen mit Kajaks möglich sind, hat eine Gegenstromanlage (100 qm) und eine Fontäne dazubekommen, die nach Geblubbertönen alle 10 min zur Decke schießt.

Das Kinderland auf 260 qm mit Komplett-Sortiment, Kletterwand und Buchabteilung wurde diesmal in den Laden integriert. Für Überraschungen sorgen wieder mal die Toiletten – bei Globetrotter bekanntlich ein Running-Gag. Kunden dürfen im engen Ambiente einer Flugtoilette oder einer russischen Zugtoilette ihr Geschäft verrichten.

„Ich bin richtig glücklich und ein bisschen stolz“, lächelt Professor Holger Moths (Hamburg) über das ganze Gesicht. Der Hausarchitekt



Die Macher (v.l.n.r.): Jens Holst, Thomas Lipke, Holger Moths und Andreas Bartmann



von Globetrotter verschafft in seiner neuesten Kreation auch dem Thema Kunst eine Bühne. Seien es die Schnaken der Künstlerin Lilly Fischer, die 25 Leinwände von Till Julian Huss oder der „Boulevard der gelebten

Träume“. Die neue „Art de Globetrotter“ in München setzt das Motto „mein schönster Outdoor-Moment“ künstlerisch in Szene, um „Globetrotter ein Gesicht zu geben“. Eine Fotowand mit 4.500 Bildern zieht

Nur einige von vielen Highlights des Globetrotter-Flagships in München: großer Lichthof, Reisepraxis mit Impfstation, Kammer mit Höhen-, Druck-, Kälte- und Wind-Simulation, Schuhwand, Fotowand, Wasserfontäne und Zugtoilette



sich am einzigen Treppenaufgang über alle vier Etagen des Hauses hinauf, sie dokumentiert die schönsten Momente des gesamten Globetrotter-Personals von inzwischen 1.400 Mitarbeitern.

Darunter findet sich auch der Marathonlauf von Manfred Hillenbrand (Urbis Nr. 57), dem Investor und Inhaber vom Münchner Riegerbau. Von den rund 12 Mio. EUR Gesamtkosten hat Globetrotter laut Thomas Lipke über 8 Mio. EUR investiert. Der Hochbau war kompliziert. Der bisher verschachtelte Rieger-City-Block hatte 32 Treppen. Damit das „Kartenhaus“ mit Lichthof und vierstöckiger Tiefgarage nicht zusammenfällt, musste Architekt Moths viele Wände durchbrechen, um eine sich weit öffnende Verkaufsfläche mit 6.500 qm zu bekommen. Die Zusage für den inneren Ladenbau hat nach einer Ausschreibung abermals Umdasch (Amstetten) bekommen. Der Boden stammt wieder von Amtico, das Licht von Zumtobel. „Wir haben die Nacht durchgearbeitet“, gesteht Lipke einen Tag vor der Eröffnung. Gebaut wurde seit Oktober 2009.

Im Geschäftsjahr 2010/11 ist der Gesamtumsatz des Familienunternehmens nur um 5 Mio. auf 230 Mio. EUR (davon 56 % stationär) gewachsen. Das siebte Haus vergrößert die Gesamtverkaufsfläche nun auf 27.900 qm. Wird Globetrotter ähnliche Umsätze bewegen wie die Platzhirsche Schuster und Scheck? „Es wäre schön, wenn wir so viel Umsatz erreichen“, antwortet Filialeiter Jens Holst, der 1982 als Azubi seine Karriere bei Globetrotter begann. Nach Ansicht von Lipke würden Schuster und Co. weniger verlieren als Sporthändler in Randlagen. Nicht nur Sport Bittl wird das aufmerksam beobachten.

Mathias Krenski