



Osnabrück ist eine Attraktion reicher und der stationäre Handel spielt sogleich seine Trümpfe aus: Die L&T Lengermann und Trieschmann GmbH & Co. KG betreibt in Osnabrück ein neues Sporthaus, das mehr einem Freizeitpark gleicht als einem Ladengeschäft: Es ist die erste stehende Indoor-Welle (die sog. Hasewelle), auf der surfbegeisterte Kunden ihr Equipment sofort im Laden testen können. Einen Eindruck vermittelt der folgende Film:



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Aber auch andere Sportarten kommen nicht zu kurz: In dem 5.000qm umfassenden Sportbereich findet man von Basketball über Fußball bis Tischtennis jede erdenkliche Ausrüstung.

L&T ist ein Familienunternehmen, das ganz bewusst auf das Thema eCommerce verzichtet und sich auf eine stationäre Exzellenz konzentriert. Neben den Sportbereich betreibt sie noch ein großes Kaufhaus mit 23.000qm Fläche, das jährlich von 5,5 Mio. Menschen besucht wird. Wem die Zahl nichts sagt, hier ein Vergleich: Der Eiffelturm in Paris hat 6 Mio. Besucher! Das Einzugsgebiet dieses Retail-Magneten liegt bei 55 Minuten, Osnabrück

ist in der Region auch das absolute Oberzentrum.

Komplettiert wird das Sportangebot auch von einem Fitnesszentrum, das zudem am Abend Frequenz in die City bringt und so auch die Aufenthaltsdauer verlängert. Dieses Beispiel zeigt in beeindruckender Weise, wie gut gemachter stationärer Handel jedem Wettbewerb widerstehen kann. Dafür braucht es aber eine ordentliche Portion Mut, die das Familienunternehmen bei der 35 Mio. Investition bewiesen hat.

Jetzt kann man die Frage stellen, warum so ein Format nicht von den großen Ketten wie Sport Scheck oder Karstadt Sport kommt? Die gleiche Frage haben wir bereits bei der Vorstellung des beeindruckenden Lebensmittelmarktes Edeka Zurheide vor 4 Wochen gestellt und wiederholen gern die Antwort: Richtiges Unternehmertum mit frischen Ideen und dem Eingehen von Risiken kommt nicht mehr aus den großen Unternehmenszentralen der Regiemärkte. (Wir berichteten über die Innovationsfreude des Handels [hier](#)) Jetzt zeigt sich der Unterschied zwischen Unternehmern und Managern: Der Unternehmer setzt auf „Enkelfähigkeit“, der Manager ist eher dem Ergebnis des nächsten Jahresabschlusses verpflichtet. Gerade in Zeiten der Transformation, in der sich der Handel gerade befindet, gilt ein Satz ganz besonders: Man wird erst neue Lösungen finden, wenn man angefangen hat, eine auszuprobieren. Diese Stärke hat der Mittelstand, das ist auch hier zu sehen!

Bilderstrecke der [Osnabrücker Zeitung](#)

Beitragsbild: L&T