



Facelift der geschmeidigen Art

Store-Planung gelungen: Der Bequemschuh-Laden „Ganzkörperschuh“ in Berlin verwandelte sich durch gezielte Eingriffe in ein originelles Fashion-Loft.



Im Schuh- und Fashion-Store Ganzkörperschuh wurde nur ein Drittel der vorhandenen Inneneinrichtung verändert - mit überschaubarem Investitionsaufwand für Inhaberin Kerstin Fricke. Das Resultat: Ein moderner Laden mit hohem Wohlfühlfaktor und lokaler Identität. Für den Umbau verantwortlich war Jens Fischer von KultObjekt, einer Agentur für Marken- und Erlebnisarchitektur aus Dresden.

Die Wünsche ihrer Kundschaft im Blick, baute Kerstin Fricke das ehemals reine Bequemschuh-Sortiment des Stores, den sie 2006 übernommen hatte, sukzessive in ein Komfortschuh-Segment mit hohem Modegrad und mehr Coolness im Look um.

„Die 60-Jährige kauft heute ganz anders ein als vor 20 Jahren. Auch wenn sie flache, bequeme Schuhe sucht, will sie mit ihnen Stil beweisen“, meint die Einzelhändlerin.

Im Schuhbereich befinden sich unter anderem die Marken Blundstone, Brako, Camper, El Naturalista, Loints, Vabeene, Think!, Wolky. Als Kerstin Fricke mit Consequent, Eve in Paradise, Sandwich und weiteren Labels schließlich ein Fashion-Angebot hinzunahm, war die individuelle, trendgemäße Aussage des Sortiments rund. Aber leider ihrem Umfeld entwachsen.

Refresh mit „Öko-Chic“

Die „grüne“ Anmutung des Storedesigns passte nicht mehr - obwohl die Einzelhändlerin die Details ihres Ladens immer noch mochte und ein gewisser „Öko-Chic“ nach wie vor zu ihrem Konzept gehört. Ein Refresh war also angesagt, der mit Aspekten von Nachhaltigkeit hintergründig spielt und den klischeestrapazierten „Müsli-Touch“ zurücklässt.

Der 250-Quadratmeter-Store befindet sich in einem denkmalgeschützten Gebäude - eine schöne Immobilie, so Jens Fischer, „aber mit verschachtelter Raumgliederung und mit unterschiedlichen Bodenhöhen problematisch als Einzelhandels-Location“. Die Laufwege durch den Laden wurden gezielt mit mehreren Zäsuren kanalisiert. So ist eine nostalgische Badewanne mit Stöberware im Verkaufsraum Hindernis und Störfaktor - im positiven Sinn. Die fabriktypischen Sprossenfenster waren als Schaufenster bisher unwirksam. Nun wurden darin Acryl-Cubes mit LEDs positioniert, die zugleich einzelne Schuhmodelle hervorheben.

Die Stammkunden aus dem Quartier Friedenau, in dem kein hippestes Mitte-Volk, aber ein gut situiertes und nachhaltig bewegtes Publikum unterwegs ist, finden die Neugestaltung sehr gelungen. me