

# Mehr Zufallsbekanntschaften

Verdoppelte Schaufensterfront macht mehr Laufkunden auf Brauneis in der Frankfurter City aufmerksam



Schnörkellos: Das zeitlose Storedesign ist durch eine zurückhaltende Farbgebung, minimalistische Warenträger und den Steinboden in Betonoptik geprägt.

„In den ersten Tagen nach der Wiedereröffnung sind manche Stammkunden auf der Schwelle wieder umgedreht, weil sie dachten, sie hätten sich in der Tür geirrt“, erinnert sich Ralf Schwab schmunzelnd an die Zeit direkt nach dem Umbau des auf 500 qm erweiterten Geschäfts an der Großen Eschenheimer Straße. Durch die Hinzunahme des benachbarten Ladenlokals (ca. 70 qm) und die damit verdoppelte Schaufensterfront hat sich aber nicht nur das Entree geändert, sondern auch die gesamte Anmutung des Multilabel-Stores. Aus dem ehemals schmalen Ladenlokal, in dem Ralf Schwab und Marcus Wittke seit 2002 auf zwei Etagen Contemporary Fashion für Damen und Herren anbieten, ist ein großzügiger Store geworden, der durch Geradlinigkeit und Transparenz besticht (Storedesign: Heikaus Concept, Mundelsheim).

Jetzt ist für alle auf den ersten Blick sichtbar und spürbar, wofür Brauneis steht: für ein sorgfältig kuratiertes Sortiment, in dem sowohl internationale Marken als auch kleinere, unbekanntere Labels ihren Platz haben. „Unsere Stammkunden wussten dies natürlich schon vorher und haben sich nicht an der schmalen Eingangssituation gestört. Aber jetzt werden wir noch stärker den Ansprüchen internationaler Kunden gerecht“, so Marcus Wittke. Angenehmer Nebeneffekt: Seit der Neugestaltung gibt es viel mehr Laufkunden, die zufällig auf Brauneis aufmerksam werden.

Die vier Meter hohen weißen Wände, der helle Boden aus Steinfliesen sowie die puristischen Warenträger in Form von minimalistischen Kleiderständern, schlichten Metall-Regalen und Kuben aus Keramik bilden

eine perfekte Bühne. Das prägnante Licht der neuen LED-Strahler unterstützt zusätzlich diese auf die Ware fokussierte Inszenierung (Licht + Design, Hildesheim). Auf Visuals, Logos und sonstige dekorative Elemente an den Wänden wurde bewusst verzichtet, um die Kundenblicke nicht unnötig abzulenken.

Während auf der rechten Seite des neugestalteten Erdgeschosses die männlichen Kunden fündig werden (u.a. bei Labels wie Stone Island, Kenzo, Neil Barrett, Canada Goose), wird die linke Seite zur aufmerksamkeitsstarken Präsentation ausgewählter Womenswear-Kollektionen (z.B. Diane von Furstenberg, Iro, Dorothee Schumacher) genutzt. Diese Zweiteilung der Fläche wird durch ein fünf Meter hohes Regal verdeutlicht, das im Treppenauge nach oben ins erste Obergeschoss ragt und in den offenen Fä-



chern Platz für die Präsentation besonderer It-Pieces bietet.

Das Obergeschoss ist bis auf den dort neu platzierten Corner für Tagliatore-Anzüge und Eton-Hemden den Damen vorbehalten. Im Gegensatz zur markenorientierten Segmentierung im Erdgeschoss, wird die Ware hier in Stil- und Farbwelten präsentiert. „Wir haben viele Stammkundinnen, und die schätzen es sehr, hier oben ungestört stöbern zu können und dabei sehr individuell beraten zu werden“, weiß Schwab, der vor Gründung von Brauneis u.a. für Boss und Cinque tätig war.

Beide Geschäftsführer sind so oft wie möglich selbst auf der Fläche. Während Schwab überwiegend im Hauptgeschäft am Eschenheimer Tor tätig ist, betreut Marcus Wittke die 2009 eröffnete DOB-Filiale an der Börsenstraße. „Unsere Präsenz im Verkauf ist extrem wichtig, weil wir zu vielen unserer Kunden eine sehr enge und fast schon freundschaftliche Beziehung pflegen“, erklärt Schwab. Neben dem persönlichen Kontakt wird die Nähe zu den Kunden auch über die sozialen Medien gepflegt. Die Ware auch online zu vertreiben, ist für die Unternehmer allerdings keine Option: „Wir setzen auf das Einkaufserlebnis vor Ort. Unsere kontinuierliche Umsatzsteigerung sowie die wachsende Anzahl internationaler Kunden sind zwei Indikatoren dafür, dass wir damit nicht so falsch liegen.“ U

Das fünf Meter hohe Regal dient nicht nur als Raumteiler, sondern hat sich mit den offenen Fächern auch als wertvolle Präsentationsfläche entpuppt. (Fotos: Heikaus Concept, Mundelsheim)