

Frau & Fräulein, Düsseldorf

Klein, aber fein

Man braucht nicht unbedingt fünf Meter Schaufenster und 120 qm Ladenfläche in 1a-City-Lage, um eine Geschäftsidee erfolgreich umzusetzen. Das beweist Judith Schipper mit ihrem individuellen und innovativen Schuhgeschäft im Düsseldorfer Stadtteil Gerresheim.



Wenn es um den Kauf neuer Schuhe geht, wissen Mädchen im Teenageralter meist nie genau was sie wollen, aber immer ganz genau, was sie nicht wollen – von solche Erfahrungen wussten leidgeprüfte Mütter im Bekanntenkreis von Judith Schipper immer wieder zu berichten, angesichts der bevorstehenden Odyssee durch die vielen Schuhgeschäfte der Düsseldorfer Innenstadt. Das muss doch auch anders gehen, dachte sich die gelernte PR-Frau und bald darauf war die Geschäftsidee geboren: ein Geschäft, in dem Mutter und Tochter – gemeinsam und gleichzeitig ungestört voneinander – ihre Lieblingsschuhe finden können.

Zwei Räume mussten dafür her, separat und doch miteinander verbunden. Fündig wurde Judith Schipper 2010 am Kölner Tor 30 in Gerresheim, etwas abseits der lebendigeren Einkaufsmeile Bendersstraße und dennoch zentral gelegen. Für die Planung und Realisierung ihrer Geschäftsidee zog Judith Schipper die Interior-Designerin Bettina Knorr von Kplus Konzept, Düsseldorf, hinzu. Farbenwelt und Einrichtung sollten den Geschmack der jeweiligen Zielgruppe treffen und als Unterscheidungsmerkmal dienen. Das Farbkonzept für beide Räume hatte die PR-Expertin von Beginn an im Kopf: Violette Töne, die für Extravaganz, Weiblichkeit und Originalität stehen, dominieren im vorderen Damenbereich. Samtig-kuschelige Sitzwürfel in frechem und schwärmerischem Pink – und damit in gewollter Abgrenzung von einem hilflosen Rosa – kennzeichnen das Reich des jungen Mädchens. „Gerade weil die gedeckten Farben Grau und Schwarz in Verbindung mit Violett eher zum Farbklang des Alten und Altmodischen gehören, fand ich sie passend für mein Konzept“, sagt Judith Schipper. Ihre Intention sei schließlich die Rückbesinnung auf die gute alte Zeit der Wirtschaftswunderjahre gewesen, in denen alles viel harmonischer und heimeliger schien, und der einzelne Mensch mit seinen Bedürfnissen noch stärker wahrgenommen wurde als im heutigen Massengeschäft. „Das genau vermissen die immer älter werdenden Kundinnen, wenn sie durch die großflächigen und sterilen Stores der Innenstadt irren, wo sie von hektischen Verkäuferinnen abgeschreckt und vom unübersichtlichen Angebot überfordert werden“, ist Schipper überzeugt.

Auch bei der Namensfindung für ihr Geschäft ließ sie sich von besagter Ära inspirieren, in der das Fräuleinwunder zum stehenden Begriff wurde. Schipper: „Damit verband man lange die junge, attraktive, moderne, selbstbewusste und begehrenswerte deutsche Frau. Diese Assoziation brachte mich schließlich auf den Namen des Geschäfts: Aus 'Mutter & Tochter', meinen beiden Zielgruppen, wurde das klangvollere 'Frau & Fräulein.'“

Frau & Fräulein Schuhe

Kölner Tor 30 // 40625 Düsseldorf // Tel. +49211 - 46 87 25 28
www.frau-und-fraulein.de



Store des Monats: Bewerbungen willkommen!

Zeichnet sich Ihr Geschäft durch besondere Individualität, Innovation, außergewöhnliche Sortimentsmixturen oder ein progressives Gesamtkonzept aus? Dann schicken Sie uns Ihre Bewerbung zur Teilnahme am Handelspreis 'Store des Monats'! Die Jury aus Claudia Horbert (Leiterin Forschungsbereich Ladenplanung + Einrichtung im EHI Retail Institut), Winfried Lambertz (Chefredakteur Stores + Shops) sowie Rainer Schlatmann (Chefredaktion TM) sammelt, prüft und entscheidet – unter Ausschluss des Rechtsweges. Aufgerufen sind nach wie vor auch Ladenarchitekten und Ladenbau-

Unternehmen: Senden Sie bitte Fotos und Beschreibungen eines kürzlich realisierten Referenzobjektes aus der Fashion-Branche an TM, Store des Monats, Königsallee 106, 40215 Düsseldorf (eMail: k.scholz@bb-mediacompany.com) oder an Stores + Shops, Store des Monats, Spichernstr. 55, 50672 Köln (eMail: horbert@ehi.org). Wird ein Geschäft als Store des Monats ausgezeichnet, heißt das: Ihr Konzept wird an dieser Stelle in TM präsentiert und der Branche bekannt gemacht. Sie erhalten darüber hinaus Ihre persönliche gerahmte Urkunde.

Interview



Judith Schipper

Generationsübergreifend

Ein Geschäft für Mutter und Tochter – Judith Schipper erläutert ihre individuelle Geschäftsidee und wie sie diese umsetzt.

Sie haben Frau & Fräulein Ende August 2010 Jahr eröffnet. Wie lautet Ihre erste Bilanz?

Nach einem Jahr kann ich sagen, dass mein Konzept aufgegangen ist. Das Geschäft wird nicht nur von den Müttern und Töchtern, sondern auch von deren Großmüttern gut angenommen. Im Zeitalter der Spätgebärenden sind die Mütter der zehn- bis 15-jährigen Mädchen immer öfter in einem Alter, in dem die ersten Fußprobleme auftauchen. Modisch-schicke Absatzschuhe mit anatomischem Fußbett garantieren, dass auch diese Frauen bei mir fündig werden. Nicht selten verlassen aber auch Mutter und Tochter mit dem gleichen Kinderschuhmodell den Laden – vorausgesetzt, die Mutter hat schmale Füße und Waden, denn Schaft und Leisten beim Jugendschuh sind generell schmäler als beim Damenschuh. Es gibt aber auch den Fall, dass die 15jährige Tochter zum klassischen Damenballerina greift, während die Mutter sich für das Modell mit verspielten Schleifchen entscheidet. Derartige Überschneidungen führen letztlich zu einem besseren Abverkauf der Ware.

Treffen Ladenbau und Ambiente den Nerv Ihrer Zielgruppe?

Die Reaktionen der Kundinnen sind generationsübergreifend durchweg positiv. Absoluter Blickfang im Geschäft ist – da sind sich Jung und Alt einig – die Tapete mit den stöckelnden Retro-Damen.

Gerresheim liegt nur acht Kilometer entfernt von der Düsseldorfer City. Müssen Sie bei Ihrem Einkauf ein Auge auf das innerstädtische Schuhangebot werfen, um Überschneidungen zu vermeiden?

Überhaupt nicht! Ich lebe hier vom östlichen Teil Düsseldorfs, die Bergische Landstraße hoch bis Mettmann, hier gibt es keine vergleichbare Einkaufsstruktur. Ältere Kundinnen loben vor allem das wohnortnahe Einkaufen, das überschaubare Angebot an Qualitätsschuhen, das angenehme Ambiente im Laden sowie die kompetente und persönliche Beratung. Sind mehrere Kundinnen gleichzeitig im Geschäft, beobachte ich oft ein geselliges Miteinander und ein gegenseitiges Beraten. Kaffee und Plätzchen, Duftlämpchen und dezente Hintergrundmusik machen somit den Schuhkauf in meinem Laden zu einem sinnlichen und sozialen Erlebnis.