Multichannel im Hinterhof

Ein Pop-up-Projekt beflügelte Sue M. Lee, Betreiberin des Online-Concept-Stores stylealbum.com, dauerhaft stationär zu werden. In den Räumen einer ehemaligen Likörbrennerei in der Düsseldorfer Carlstadt werden die Mode- und Lifestyle-Artikel nun auch offline angeboten.

von Stefanie Hütz

Die Modedesignerin Sue M. Lee reist seit jeher gerne, Shopping ist dabei meist ein fester Programmpunkt. Ihre außergewöhnlichen Mitbringsel aus aller Welt kamen im Bekanntenkreis derart gut an, dass sie 2007 den Onlineshop Stylealbum gründete. Was als Nebenjob begann, wurde 2012 zur Vollzeit-Aktivität. Denn: „Die Resonanz war überwältigend", so Lee.

Ende letzten Jahres, pünktlich zum Weihnachtsgeschäft, präsentierte Sue M. Lee dann erstmals einen Ausschnitt ihres Angebots stationär. Mit einem 28 qm kleinen Pop-up-Store auf der Bilker Allee in Düsseldorf ging das Ziel einher, den Bekanntheitsgrad der Web-Plattform weiter zu steigern. Aus den geplanten 3 Monaten wurden 4; der Erfolg ließ den Plan einer stetigen Stationär-Präsenz reifen.

Diese wurde im Wunschviertel Carlstadt gefunden. Etwas versteckt in einem Hinterhof der Bastionstraße 9, in einem Gebäude, in dem früher Hochprozentiges gebraut wurde, ist das gesamte Business nun unter einem Dach vereint: Versandlager, Büro und Store mit 180 qm Verkaufsfläche. Die zurückgezogene Lage hält Sue M. Lee für keinen Nachteil: „VOO in Berlin oder Merci in Paris machen vor, dass es auch ohne Laufkundschaft funktionieren kann. Die Kundinnen kommen bewusst hierhin, sie wollen das Geschäft finden", setzt die Einzelhändlerin auf den Entdeckergeist ihrer Klientel. Regelmäßige Veranstaltungen wie Lesungen, Filmabende und Produktpräsentationen sollen neben Mundpropaganda für die nötige Frequenz sorgen. Auch PR in Endverbrauchermedien, die regelmäßig mit News versorgt werden, leistet einen Beitrag: Kürzlich trug die Sängerin Lena Meyer-Landrut im Rahmen eines Fotoshootings der Frauenzeitschrift „Jolie" einen Stylealbum-Sweater.

Küchentheke wird Kassentresen

Luftiges Loft-Ambiente prägt das neue Stylealbum-Zuhause. Offeriert werden Mode, Accessoires, Beauty- und Interieur-Artikel – ausgefallene Dinge von kleinen, innovativen Manufakturen, hippen Großstadtbrands und noch fast geheimen Newcomern. Mit dem besonderen Mix, zu dem auch unterschiedliche Preislagen von Premium bis günstig zählen, werden sowohl coole Businessladys als auch trendbewusste Studentinnen angesprochen.

Die Gestaltung des Stores basiert auf Ideen von Sue M. Lee. Die Kassentheke beispiel-

Bild linke Seite: Der Elo-Hund der Boutique-Besitzerin trägt wesentlich zum dekorativen Ambiente bei
Bild unten: Das Unfertige, Provisorische ist Konzept

weise gehörte zuvor zur heimischen Küche. Statt Geschirr und Besteck bevorraten die Schubladen nun Einkaufstüten und alles, was man an der Kasse braucht. Ein lokaler Schreiner verwandelte mit hochwertig anmutenden MDF-Platten die Frontseite der Theke. Er stattete sie mit eingefrästem und hinterleuchtetem Logo aus.

Die gesamte, nahezu quadratische Fläche des Stores wirkt großzügig. Dunkler Expoxidharzboden kontrastiert mit weiß verputzten Rohbau-Wänden und ebensolcher Decke. Neonröhren lassen sich einzeln zu- und abschalten. Galerieleisten ermöglichen das Anbringen unterschiedlicher, auch wohnlicher Leuchten, während durch die Fenster der Deckenkuppeln Tageslicht hereinströmt.

Flexibilität ist Trumpf. Neben dem Kassentresen ist lediglich die Nahreserve fest installierter Bestandteil. Ein Raumteiler, der sich beidseits als Wandabwicklung nutzen lässt, ist ebenso mit Rollen ausgestattet wie die diversen Kleiderständer. Auch der von der Decke abgehängte Warenträger, den das Düsseldorfer Ladenbauunternehmen MPunkt entwickelte, kann variiert werden. Die Einrichtungselemente sind allesamt schlicht und clean gehalten. Farbe und Wärme bringen die Mode und die ebenfalls verkäuflichen (Wohn-)Accessoires ins Spiel, ob Kissen, Spiegel oder Blumentöpfe.

Permanenter Wandel ist Konzept

Der Laden soll sich permanent verändern, stets aufs Neue überraschen und mit seiner Lounge-Ecke vor den Umkleidekabinen bei Kaffee oder Prosessco zum Verweilen einladen. Sue M. Lee sagt: „Ich mag den bewusst etwas unfertig wirkenden Look." Dem aus silbrigen Helium-Ballons kreierten Stylealbum-Schriftzug an der Wand wird schon bald die Luft ausgehen. Auch die mit bunten Klebebändern befestigten Fotos sind ein Element des permanenten Wandels. Sie zeigen Motive eigener Fotoproduktionen des Onlineshops sowie Laufsteg-Aufnahmen der geführten Brands. Mit von der Partie: ein großformatiges Bild des einstmaligen Pop-up-Stores, als Verkörperung von Firmenhistorie und Philosophie. Einfach, aber wirkungsvoll sind auch die auf den Boden gelegten Sperrholzplatten, auf denen Outfit- und Styling-Vorschläge präsentiert werden. Sehr dekorativ und sympathisch ist auch der Hund von Sue M. Lee, ein Exemplar der Rasse Elo, der es sich im Store an verschiedenen Stellen gemütlich macht.

Natürlich gibt es, wie könnte es anders sein, auch Monitore. Bei dem einen, der modische Inspirationen zeigt, handelt sich um eine Old-School-Variante – wieder so ein Bruch, der Lebendigkeit schafft. Der andere, moderne Monitor stellt die direkte Verbindung zum Onlineshop her. Denn dieser bevorratet mehr als 1.000 Artikel – mehr als der Store je anbieten könnte.

www.stylealbum.com

Stylealbum, Düsseldorf

Adresse Bastionstraße 9, 40213 Düsseldorf
Eröffnung 29. August 2015
Verkaufsfläche 180 qm
Planung eigene Planung durch Sue M. Lee
Realisation u.a. ortsansässige Schreiner, Ladenbauunternehmen MPunkt, Düsseldorf (von der Decke abgehängter Warenträger)