

Eine wunderbare Ruhe und Aufgeräumtheit kennzeichnet GL Die Mode



Alle Fotos: Keggenhoff Partner/Constantin Meyer

Klare Welten für schöne Dinge

Mit dem Umzug in neugestaltete Räumlichkeiten wollte GL Die Mode in Arnsberg-Neheim „einen Rahmen für gemeinsame Erlebnisse mit den Kunden“ schaffen. Gelingen ist dies mit einer klar strukturierten Fläche, natürlicher Materialität, Neutralität in der Farbgebung – und einer Terrasse als Outdoor-Lounge.

von Annette Gilles

Wichtige unternehmerische Entscheidungen werden zwar in der Regel akribisch geplant, doch ihrer gelungenen Umsetzung kommt oft der Zufall zu Hilfe. So war es auch im Fall des Fashion-Stores GL Die Mode im nordrhein-westfälischen Neheim, einem Ortsteil der 23.000-Einwohner-Stadt Arnsberg im Hochsauerlandkreis. Den Grundstein des Mode-

unternehmens haben die heutigen Senior-Chefs Monika und Günter Leesberg vor 30 Jahren mit Herrenmode gelegt. 2005 kam die DOB hinzu, mit dem Einstieg des Sohnes Volker Leesberg ins elterliche Geschäft vor 10 Jahren wurden noch Schuhe zum Sortiment addiert.

„Zuletzt sind wir vom Platz her an unsere Grenzen gestoßen“, sagt Volker Leesberg, doch: „Wirklich gute Ladenlokale sind rar.“ Dabei hatte der Junior-Chef längst eine Vision von einem Concept Store als Weiterentwicklung der Kernsortimente, „um die Mode mit den schönen Dingen des Lebens in Einklang zu bringen.“ Und da kam der Zufall ins Spiel: Als sich in der parallel zur Fußgängerzone gelegenen Apothekerstraße mit ihrem Einzelhandelsmix aus inhabergeführten und Monomarken-Stores aus den Bereichen Mode, Möbel, Sport, Wein und Delikatessen durch den Rückbau eines Gastronomie-Objekts eine Baulücke auftat, war für die Leesbergs klar: „Diese Gelegenheit müssen wir beim Schopf packen!“

GL Die Mode

Adresse Apothekerstr. 32, 59755 Arnsberg-Neheim

Fertigstellung Juli 2017

Verkaufsfläche 326 qm

Innenarchitektur Keggenhoff Partner

Bodenbelag Feinsteinzeug von Graniti Fiandre, Eichenparkett von Bauwerk

Wandbekleidung Glasvlies von Brillux

Textilien Stoff von Nya Nordiska, Kunstleder Skai von Hornschuch

Licht Lichtdesign mit integrierter Lichtszenensteuerung von Oktalite Trilux

Mitarbeiter 3 Vollzeit, 4 Teilzeit

Sortiment Damen- und Herrenmode sowie Damen- und Herrenschuhe im mittleren bis gehobenen Preissegment, dazu als Frequenzbringer arrondierende Sortimente wie Wohnaccessoires (5-10 % Anteil) im skandinavischen Design

Kunden 2.500 Kunden in der Kartei

Form follows function

Das haben sie getan. Seit Mitte letzten Jahres residiert GL Die Mode inhaltlich und optisch runderneuert auf 326 qm in 3,15 m hohen Räumen mit klar strukturierten Welten. Form follows function: Die Abteilungen

” Um unseren individuellen Ladenbau perfekt auf unser Sortiment zuzuschneiden, haben wir im Vorfeld die einzelnen Produkte und deren Maße und Stückzahlen systematisch erfasst. Wir haben die Höhe der Stiefelschäfte gemessen, die Jacken gezählt und die Abmessungen der einzelnen Anzüge aufgezeichnet, die wir in einem umfassenden Größenspektrum auch für kurze und unter-setzte Figuren führen. Auf all das mussten die Proportionen der Warenträger passgenau abgestimmt werden.



Volker Leesberg

Inhaber

GL Die Mode, Arnsberg-Neheim

für Damen und Herren – die Bereiche sind spiegelverkehrt aufgebaut – werden jeweils durch eigene Eingänge betreten. Klarheit, Geradlinigkeit und Aufgeräumtheit bestimmen den ersten Eindruck. Mit ihrer natürlichen Materialität und der relativen Abwesenheit von Farbe wirkt die Fläche wie eine Oase der Ordnung.

Schwarz, Eiche, Weiß

Ein dunkler Bereich rechts bzw. links der Eingänge – definiert durch langgestreckte schwarze Sauberlaufzonen, die mit einer Feuchtigkeit absorbierenden Unterlage versehen sind – bildet einen Rahmen für den lichten Kern des Stores. „Dadurch kann man die Zugangstüren auch bei weniger gutem Wetter offenstehen lassen“, sagt die verantwortliche Architektin und Innenarchitektin Sabine Keggenhoff von Keggenhoff Partner. Nebenbei sorgt der praktische Bodenbelag für eine angenehme Akustik. Das Schwarz des Bodens erfasst auch die Wände inklusive Regalsystem.

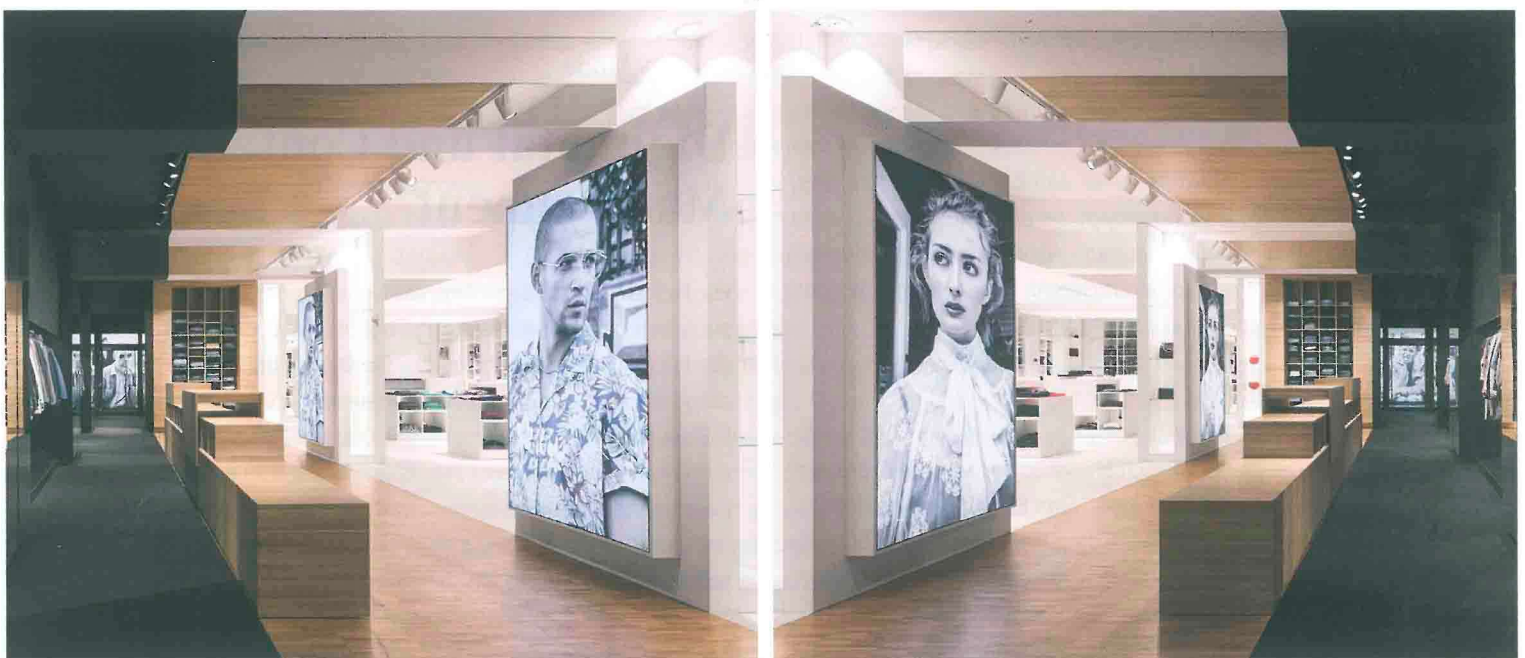
Die zweite Material-„Schiene“, die sich wie ein paralleles Band dazu auf beiden Seiten des Stores erstreckt, ist Eiche für Bodenbelag

und Mobiliar. Das Zentrum schließlich bildet strahlendes Weiß, denn „hier sind wir am weitesten vom Tageslicht entfernt“, so Keggenhoff. Bewusst in die Nähe des Tageslichts wurden die geräumigen, mit taupefarbenen Vorhängen aus gewaschenem Leder zu verschließenden Umkleidekabinen positioniert. Sitzgelegenheiten wurden in die Möblierung im Mittelraum integriert: mal als langgestreckte Bank, mal als ausklappbares Element. „Wir wollten bewusst keine Inseln schaffen, wo die Kunden ‚geparkt‘ werden“, so Keggenhoff, „sondern Kommunikationsgelegenheiten in unterschiedlichen Variationen, die auch eine gewisse Aktivität implizieren“.

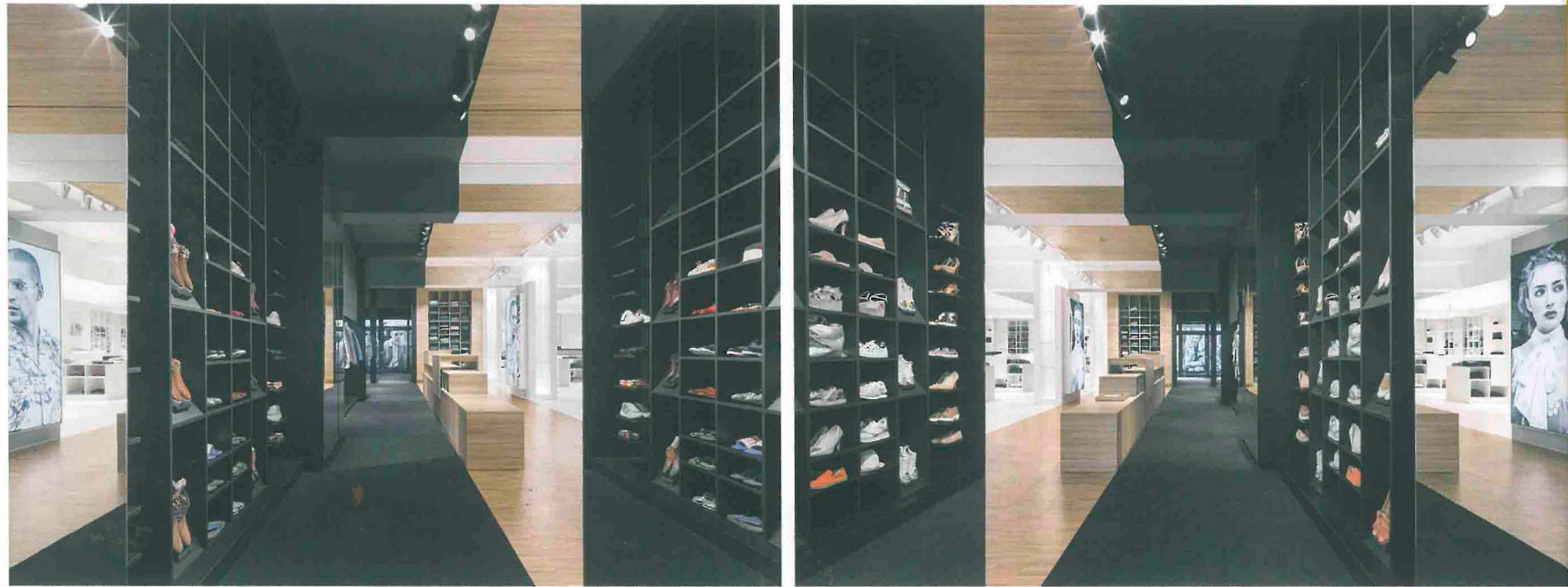
Terrasse als Event-Fläche

Idee und Identität des Hauses werden aber nicht nur auf der Verkaufsfläche gelebt, sondern auch auf der Terrasse, die den Kunden „ein Gefühl der Freiheit gibt“, so Sabine Keggenhoff. Die Öffnung nach draußen soll den Kunden das Gefühl nehmen, im Raum gefangen zu sein. Konzipiert als Treffpunkt, Veranstaltungsort und Outdoor-Lounge, wird sie von den Kunden rege genutzt, sei es für den

Außen schwarz, in der Mitte Eiche, innen weiß



Alle Regalfächer sind auf die Produktgröße maßgefertigt



Klassisches Stabparkett in Eiche



Apéritif vor dem Restaurantbesuch oder bei kulturellen, kulinarischen oder Mode-Events.

Voraussetzung für die Entwicklung und Umsetzung der gestalterischen Idee war für die Leesbergs auch die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Architekturbüro, bei der es den Bauherren darum ging, in einem vollkommen individuellen Konzept die ureigene Handschrift zu zeigen. Auch Authentizität und das optisch wahrnehmbare Bekenntnis zum Standort gehörten zum Anforderungsprofil, das verknüpft werden wollte mit den Bedürfnissen der Kundschaft.

Viel Ware unterzubringen

„Wir haben Kunden von 14 bis weit über 70 Jahre, die wir sehr genau kennen“, sagt Volker Leesberg, „folglich brauchen wir sehr viel Ware, um den breitgefächerten Bedarf abzudecken.“ Das Einkaufsvolumen kratzt knapp an der 500.000-Euro-Marke. Auf die Frage, was die größte Herausforderung war, muss der Bauherr daher nicht lange überlegen: „Viel Ware auf wenig Lagerfläche unterzubringen“, so Volker Leesberg. Hinzu kommt Flexibilität, denn: „Bei uns wird jeden Tag umgeräumt.“ Die

Lösung besteht einerseits in einem Regal- und Warenträgersystem, das exakt auf die einzelnen Produktgruppen zugeschnitten ist, insbesondere aber in diskreten, die Raumhöhe komplett ausnutzenden Push-to-open-Schrankwänden für die Lagerware, die die Mitarbeiter über spezielle Leitern erreichen. „Organisatorisch bedeutet dies, dass wir bereits bei der Auszeichnung auf den Etiketten mithilfe eines Nummernsystems festlegen müssen, wo jeder einzelne Artikel gelagert wird“, erklärt Volker Leesberg.

Dass das neugestaltete Haus gut ankommt, erleben die Leesbergs täglich. „Die Verweildauer hat sich erhöht, die Kundenbeziehungen sind intensiver geworden“, freut sich Volker Leesberg. Ein „offizieller Ritterschlag“ erfolgte unlängst, als GL Die Mode vom HDE in der Kategorie „Fashion“ zum „Store of the Year“ gekürt wurde. „Letztendlich ging es uns darum, gemeinsam mit unseren Kunden etwas unternehmen zu können“, sagt Volker Leesberg, „dafür haben wir jetzt den perfekten Raum.“

redaktion@ehi.org

GL Die Mode

Digitalität und Content Management

Für Fashion- und Image-Filme, die Lieferanten zur Verfügung stellen, aber auch, um beispielsweise zum „Shopping & Fußball“-Event die WM auf die Fläche zu holen, gibt es bei GL Die Mode 1,35 m breite Screens, die gleichgeschaltet werden können und im Trio Videowalls ergeben. Stills werden auf hinterleuchteten Displays gezeigt. „Content Management ist eine permanente Herausforderung“, sagt Inhaber Volker Leesberg, „außerordentlich hilfreich war diesbezüglich für uns die EuroShop, denn dort konnten wir uns einen Überblick über die Möglichkeiten verschaffen, die es in diesem Bereich gibt“.