

STORE DES MONATS

TM stores+shops



Son's & Daughter's, Kehl

Auf Augenhöhe mit den Kids

Cool, aber weder kühl noch kindlich. Spielerisch, aber nicht verspielt. Und stylish: Das innovative Handelskonzept Son's & Daughter's beantwortet Fashion- und Lifestyle-Fragen zeitgemäßer Kids. Der erste Store eröffnete im Mai in Kehl.

Oft ist das Naheliegende das Gute und bleibt dennoch lange unentdeckt. Son's & Daughter's ist so ein Fall, bei dem sich die Frage aufdrängt, wieso dieses Konzept eigentlich nicht schon länger existiert: Seit Anfang April zeigt der Newcomer auf 1.500 m² Fashion und Lifestyle für Kids, und das auf deren Augenhöhe – egal, ob sich diese gerade in 50, 100 oder schon 150 Zentimeter Höhe befindet. Das gelingt dem ersten Son's & Daughter's-Laden so logisch, charmant und humorvoll, dass der Store-des-Monats-Jury diesmal eigentlich keine Wahl blieb. Der großzügige Department Store in Kehl bringt zeitgemäße Fashion für Söhne und Töchter, also Mädels und Jungs zwischen 0 und 14 Jahren und trägt zugleich den Anforderungen des modernen Handels Rechnung. Heißt:

Der Laden bietet Systemlieferanten wie s.Oliver, Esprit, Kanz, Tom Tailor, Lemmi Jeans und Sanetta Platz für Shop-in-Shop-Flächen, die über zwei Drittel der Gesamtläche ausmachen. Auf der verbleibenden S&D-Fläche werden gemischte Sortimente verschiedener Preisklassen dargestellt. Donna Karan steht für die obere Spitze.

Für kindgerechtes Entertainment ist ebenfalls gesorgt mit einer CD-Lounge, interaktiven Spielen, Ruhezeiten für Jung und Alt sowie einem separaten Wickelraum. Der Laden ist eine Art Rundum-Sorglos-Paket für Stilfragen und Lifestyle-Angelegenheiten der Kids. Das alles macht ihn schon zum preiswürdigen Nominee für den „Store des Monats“, so die Jury. Und dann ist da noch die Sahnehaube des Ganzen, das bemerkenswerte, außerge-

wöhnliche Store-Design von Breil + Partner Interior Design Hamburg, das von Korda Ladenbau umgesetzt wurde: Die CI-Farben der neu geschaffenen Marke Son's & Daughter's, Weiß und Orange, domi-

Sound-Station



nieren. Symmetrien kommen eher selten vor, dafür jede Menge eigenständiger, lebendiger Konturen: Riesige Freiformen, „Kiesel“ genannt, verkleiden rechteckige Wände und bilden die Decken-Abhängung. Über dem Kassentresen „tropft“ das Licht von der Decke. Das dynamische, amorphe Innenraumkonzept macht den realen Kontext im Nu vergessen, der Besucher fühlt sich in eine kindlich-unbekümmerte Cartoon-Welt versetzt. Dazu tragen ganz entscheidend auch die 50 skurrilen Zeichenfiguren bei, die über die Wände turnen und ganz nebenbei sinnreich für Orientierung und Führung durch den Laden sorgen. Für Kinder ohnehin logisch und für Große leicht zu merken: Wo der Tausendfüßler winkt, befindet sich das Schuh-Sortiment. Die beiden Hauptcharaktere „Sonny und Daugthy“ sind eine Gestaltungsidee von Breil + Partner, die von dem Stuttgarter Designstudio Projekt Triangle kreiert

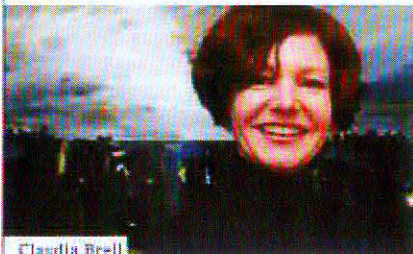
wurden. Dank ihrer Flexibilität können die Figuren saisonabhängig verändert werden sowie an die räumlichen Gegebenheiten jedes weiteren Stores angepasst werden. Zusätzlich werden die Charaktere auf Printapplikationen und Merchandise-Produkten eingesetzt und sorgen so für die Wiedererkennbarkeit des Labels Son's & Daughter's.

Der zweite Store wird im Einkaufszentrum Loop5 in Weiterstadt eröffnet, weitere Filialen sind in Planung. „Wir wollen Son's & Daughter's als Marke im Einzelhandel etablieren. Dafür benötigen wir ein eigenständiges, spannendes Erscheinungsbild, das sich beim Kunden nachhaltig einprägt“, sagt Geschäftsführer Jörg Alexander Schmitt. Hinter dem innovativen Konzept steht außerdem die S&D GmbH aus Starnberg bzw. Neufra mit der Josef Kanz GmbH & Co KG als Hauptgesellschaften.



Tausendfüßler an der Schuh-Wand

Interview



Claudia Breil

Aus welchem Grund braucht Kindermode neue Plattformen?

Auf entsprechenden Messen wie, allen voran, dem Pitti Bimbo in Florenz erkennt man das Potenzial, das Kindermode besitzt. Viele Markenlieferanten für Kindermode arbeiten zur Zeit an neuen kindgerechten Shopsystemen. Das Thema wurde in den vergangenen Jahren etwas vernachlässigt. Jedenfalls

Claudia Breil, Geschäftsführerin von Breil + Partner Interior Design, leitet die gestalterische Planung von Son's & Daughter's.

sind hier sind noch echte Zuwachsraten möglich.

Kehl als Standort für den ersten Store ist ungewöhnlich!

Kehl gilt als Boomtown der Zukunft, angetrieben auch durch das Europaparlament in Straßburg. Auf der Rheinbrücke zwischen Kehl und Straßburg haben sich Sarkozy und Frau Merkel symbolisch die Hand gegeben. Dies steht auch für den lebendigen Austausch zwischen Straßburg und Kehl.

Was war Ihre größte Herausforderung bei der Planung des Projekts?

Das Gesamtpaket: Baby-, Klein- und Schulkinder beider Geschlechts schlüs-

sigt unter einen Hut zu bekommen, die Systemlieferanten zu integrieren, dabei eine logische, nachvollziehbare Führung durch den Laden und die verschiedenen Warengruppen aufzubauen und das alles in ein innovatives, kindgerechtes Ambiente einzubetten, das von den üblichen kindlichen Standard-Schemata abweicht und auch die Erwachsenen anspricht mit hoher Wiedererkennung. Da wir die Initiatoren der beiden Hauptcharaktere waren, verstehen wir uns bei diesem Projekt nicht nur als Innenarchitekten, sondern als Brand Architect.

Store des Monats: Mitmachen

Ist die Neu- oder Wiedereröffnung Ihres Stores besonders individuell, originell, funktionell oder kulturell wertvoll? Hebt sich Ihr Laden durch innovative Ideen, außergewöhnliche Sortimentsmixturen oder ein progressives Gesamtkonzept aus der Masse hervor? Senden Sie Fotos und Beschreibung ein an TM FASHION TREND-MAGAZIN, Store des Monats, Königsallee 106, 40215 Düsseldorf (eMail: k.scholz@tm-fashion.de) oder an Stores + Shops, Store des Monats, Spichernstr. 55, 50672 Köln (eMail: horbert@ehi.org).

Die Jury aus Claudia Horbert (Leiterin Forschungsbereich Ladenplanung + Einrichtung im EHI Retail Institut), Winfried Lambertz (Chefredakteur Stores + Shops) sowie Harald Hochheimer (leitender Wirtschaftsredakteur TM) sammelt, prüft und entscheidet – unter Ausschluss des Rechtsweges. Wird Ihr Geschäft als Store des Monats ausgezeichnet, heißt das: Sie erhalten Ihre persönliche Urkunde, mit der Sie Kunden und Geschäftspartner auf Ihre Leistung aufmerksam machen können. Ihr Konzept wird an dieser Stelle in TM ausführlich der Branche bekannt gemacht.