

DIE KUNST DES KONSUMS

In den neuen Concept Stores findet man lauter Lieblingsdinge. Von Susanne Haase

Wer eintritt, soll sich wohlfühlen, ohne Druck, etwas kaufen zu müssen ...



Eine persönliche Sammlung schöner Sachen: Murkudis in Mitte



Murkudis legt Wert darauf, dass jedes Stück wie ein Kunstwerk behandelt wird und genug Platz bekommt. Zwar tauchen regelmäßig verschreckte Kunden auf, die angesichts der minimalistischen Gestaltung meinen, versehentlich in eine Galerie geraten zu sein. Doch dafür nimmt Murkudis sich Zeit für ausführliche Erklärungen. Zu gut erinnert er sich an seinen ersten Besuch in einer Armani-Boutique: „Ich wurde taxiert und für unwürdig befunden.“ Die Gastfreundschaft ist dem gebürtigen Griechen sehr wichtig: „Wer eintritt, soll sich wohl fühlen, ohne unter Druck zu geraten, etwas kaufen zu müssen.“

Schockiert vom Erfolg

Wie Anja Kantowsky und Andreas Murkudis ist auch Christoph Tophinke eigentlich artfremd. Der Besitzer des „Chelsea Farmer's Club“ entwickelte lange erfolgreich TV-Formate, bis er eines Morgens vor anderthalb Jahren durch die Invalidenstraße flanierte und im Hochparterre einen leer stehenden Laden entdeckte. Die extrem breiten, weiß gestrichenen Eichendielen auf dem Boden hatten es ihm sofort angetan. „Aus der hohlen Hand“ unterschrieb er den Mietvertrag. Im Kopf nicht viel mehr als eine vage Vorstellung: britische Produkte, vor allem klassische Kleidungsstücke wie Smoking, Tweedjacket, Poloheemd oder Wollschal wollte er hier verkaufen. Angereichert mit Gummistiefeln, Gewehrhalftern oder Manschettenknöpfen. Sein Ziel: „Egal ob jemand 25 oder 88 Jahre alt ist, in dem, was ich ihm verkaufe, wird er nie lächerlich aussehen.“ Er spricht viel von guten, vernünftigen



Gentleman Christoph Tophinke

Schnitten und hochwertiger Qualität, von Rosshaareinlagen und Ärmeln zum Durchknöpfen und von Cordhosen, die ewig halten. Die Anzüge, die – wie der größte Teil des Sortiments – nach seinen Vorgaben von einem Familienbetrieb in England produziert werden, sind nicht geklebt, der Stoff hochwertig und überhaupt: „Wo findet man heutzutage noch einen vernünftigen Smoking?“ Einen, der stramm sitzt, dessen Knöpfe nicht bezogen sind und der auch mal einem Saufgelage standhält. Der „Chelsea Farmer's Club“ führt ihn, noch dazu für 368 Euro – nebst Gin mit oder ohne Tonic, den Tophinke gern auf Kosten des Hauses ausschenkt. Vor ein paar Wochen wurde bereits eine Filiale in Charlottenburg eingeweiht, und Tophinke gibt unumwunden zu: „Ich bin über den Erfolg schockiert!“

Er hat, so scheint es jedenfalls, eine Einkaufswelt geschaffen, die seinen eigenen Wünschen und Bedürfnissen entspricht und damit, eine geschätzte Stammkundschaft von rund 300 Personen zugrunde gelegt, offensichtlich viele Geschmackszwillinge angesprochen. Daraus ergibt sich wohl ein weiteres Erfolgsgeheimnis kuratierten Konsums: Je glaubwürdiger der Eigner in seinem



Very british: Chelsea Farmer's Club in der Veteranenstraße





Die Betreiber von The Corner: Emanuel de Bayser und Josef Voelk

Universum erscheint, desto schlüssiger und damit wertvoller wird sein Angebot.

Kosmopolitisches Flair

Das gilt auch für Emanuel de Bayser, 34, und Josef Voelk, 61, die vor einem halben Jahr am Gendarmenmarkt einen Shop namens „The Corner“ eröffneten. Voelk, gebürtiger Österreicher, war zehn Jahre Assistent des legendären Regisseurs Luchino Visconti und arbeitete danach in Deutschland und den USA für Armani. Der Franzose de Bayser war lange Kommunikationschef bei L'Oréal. Die beiden kennen sich seit zehn Jahren, trafen sich auf ihren vielen Reisen häufig

in Berlin und beschlossen irgendwann, „kosmopolitisches Flair“ an die Spree zu bringen.

Auch ihr großzügiger Laden bietet einen Mix von Dingen, die sie für die besten halten. Das Café rechts neben dem Eingang ist mit eigens angefertigten Knoll-Sesseln ausgestattet, die Handtaschen sind von Balenciaga, die Kleider von Lanvin, Givenchy, Marc Jacobs oder Zac Posen. Viele Marken sind hier exklusiv vertreten. „Gucci und Prada gibt es überall“, sagt de Bayser. „Wir wollten die neue Generation internationaler Top-Designer haben. Denn das sind die Designer, die zu Berlin passen.“

Passt zu Berlin: Produkte internationaler Top-Designer



Die Auslage komplettiert biologisch gewonnene Kosmetik internationaler Herkunft, exklusive Bildbände und Zeitschriften, japanisches Spielzeug oder rund 400 DVDs mit Kultfilmen von Andy Warhol, Luis Bunuel oder Federico Fellini. „Jedes Segment ist eine Doktorarbeit an sich“, sagt de Bayser. Wobei er und Voelk nicht alles selbst auswählen, sondern in Bereichen, in denen sie sich weniger bewandert fühlen, auf die Hilfe von sorgfältig ausgewählten Experten zurückgreifen. So ist einer der Chefs von „Proqm“ für die allmonatlich wechselnde Auswahl der Bücher zuständig, der Songwriter Georg Levin und der bekannte DJ Dixon für die Musik. Laut de Bayser kaufen neben anspruchsvollen Touristen aus aller Welt viele berühmte Schauspieler bei ihm ein. Auch Starfotograf Mario Testino, Jade Jagger und Vater Mick sowie der Maler Georg Baselitz waren schon da. Er ist ganz sicher: „Diese Art von Shop ist die Zukunft des Einzelhandels.“ Reinier Ewers von Trendwatching.com sieht es ähnlich: „Nach allem, was wir aktuell beobachten, wird das Feld des kuratierten Konsums geradezu explodieren.“ Der Kunde von heute will eben nicht mehr wählen müssen, sondern schlicht finden, was er haben möchte. Und sei es einfach nur eine Krähe.

Über-Store, Auguststr. 26, Mitte; **Manufactum**, Hardenbergstr.4-5, Charlottenburg; **AM 1-3**, Münzstr. 21-23, Mitte; **Chelsea Farmer's Club**, Veteranenstr. 23, Mitte, **The Corner**, Französische Str. 40, Mitte, mehr Infos im Register ab S. 58.