



Was sich aus 60 qm Kinderfläche alles zaubern lässt, zeigt Cordes.



Cordes' Mut zu Kinderschuhen

Im Umfeld von Gütersloh betreibt Raimund Cordes seit 1996 ein 400 qm großes Schuhgeschäft für die ganze Familie. Immer wieder wurde modernisiert und optimiert. Letzter Coup ist die 60 qm große Kinderschuhabteilung, die auch von der WMS Jury ausgezeichnet wurde.

Seit einem Jahr erstrahlt die Kinderabteilung vom Schuhhaus Cordes in Herzebrock-Clarholz in neuem Glanz. Sie sieht dabei ganz anders aus, als man es von Kinderabteilungen gewöhnt ist: Helles Holz, klare Linien, modernes Ambiente. „Ich mag es klar und schlicht“, sagt Bauhaus-Fan Cordes, der in seinem Stammhaus Schuhe für Damen, Herren und Kinder verkauft.

Für die Kleinen standen immer nur 60 qm zur Verfügung. Das war irgendwann viel zu wenig. „Es war ein langer Entscheidungsprozess bis es schließlich zum Umbau kam.“ Seit Jahren verzeichnete das Schuhhaus ein hohes Umsatzwachstum mit Kinderschuhen. Vor zwei Jahren waren es gar 30 Prozent.

Zweistelliges Wachstum mit Kinderschuhen

„Da ich die anderen Abteilungen natürlich nicht verkleinern wollte, musste ich mir et-



Raimund Cordes: „Für mich ist heutzutage Schuhe verkaufen wie moderner Fünfkampf.“

was einfallen lassen“, erinnert sich Cordes. Inspirieren ließ er sich in Holland und Belgien, wo häufig unterschiedliche Modelle in einer Größe in Modellvorwahl präsentiert werden. Ein befreundeter Schreiner entwarf nach langer gemeinsamer Planung am Computer eine 3D-Ansicht der Kinderabteilung und dann ging's los.

Heute hat Cordes eine Kinderabteilung,

die allein schon eine Reise wert ist. In weißen Regalnischen, die ein bisschen an die Pop-Art-Kultur der 70er-Jahre erinnern, wird das Kinderschuhangebot präsentiert. Eine weitere Unterteilung gibt es dann nach Alter. Dies erleichtert den Kids die Auswahl, da das Geschmacksempfinden der Altersgruppe sehr unterschiedlich ist. Haben Mum und Kind den Schuh gefunden, der gefällt und dem gemessenen Maß an Länge und Weite entspricht, wird die richtige Größe aus dem Lager geholt. Für alle, die in der Zwischenzeit warten müssen, stehen dann coole Kissen zum Loungen und Chillen, Bücher, Malzeug, Wii und Kika TV zur Verfügung.

Dass Cordes mit seiner Kinderabteilung etwas Besonderes geleistet hat, beweist die Auszeichnung der WMS-Prämium-Jury, die die Gütersloher mit einem Sonderpreis bedacht hat. Besonders erfolgreich ist Cordes mit den zwei WMS-Marken Däumling und Ricosta. Hinzu kommen die Labels



Das Familienschuhhaus bietet Damen-, Herren- und Kinderschuhe auf 260 qm.

Vado und Jochie, die italienische Marken Momino, Zecchino d'oro, Naturino, Lepi, die Spanier Clic und Camper sowie Bana, Bisgaard und Ecco aus Dänemark. Gummistiefel gibt es von Aigle, Hausschuhe von Living Kitzbühel. Natürlich dürfen auch die bei Kindern beliebten Marken wie Crocs, Palladium und Chucks nicht fehlen.

Fünf der 12 Mitarbeiterinnen von Cordes sind auf den Verkauf von Kinderschuhen spezialisiert. Das kommt auch über die Grenzen von Herzebrock-Clarholz gut an. Auch für Erwachsene ist das Angebot vielfältig und die Art der Präsentation wurde immer wieder modernsten, aber sehr individuellen Ladenbaukonzepten untergeordnet: Neue Schaufenster, modernisierte Herrenabteilung, getrennter Servicebereich mit Kasse. Dazwischen Designer-Leuchten des britischen Designers Tom Dixon und viele Details, die durch Cordes' Reisen und sein Gespür für Neues entstanden sind.

Saison-Renner: braune Schnürstiefel und Pumps

Mehr als 200 qm Verkaufsfläche gehören den Damen, etwa 100 qm werden den Herren zugeordnet. Mit Gabor macht das Schuhhaus Cordes den größten Umsatz. „Preis, Qualität und modische Aussage stimmen da einfach“, sagt Raimund Cor-

des. Er vergleicht viel, besucht alle Textilmessen und bezeichnet seine Tätigkeit als Inhaber, Geschäftsführer, Ein- und Verkäufer sowie gleichzeitig Marketing-Strategie mit „modernem Fünfkampf.“

Doch auch bekannte Erfolgsmarken wie Paul Green, Peter Kaiser, Tommy Hilfiger, Alberto Fermani, AGL, Homers, Unisa und Accatino geben dem Sortiment Profil. Bei den Männern liegen Lloyd, Camel active, Ecco, Pantanetti, Galizio Torresi, Snipe, Nobrand und Palladium vorn. Seit einigen Saisons gibt es das holländische Label HUB.

In der laufenden Wintersaison habe laut Cordes schwarz nicht so gut abgeschnitten, weder für Männer noch für Frauen. „30 Prozent schwarze Schuhe hätten gereicht.“ Dafür habe man braune Schnürstiefeletten für Damen noch nachgeordert. Erstaunt war Cordes auch von den enormen Umsätzen mit Pumps.

Das nächste Projekt für den rührigen Geschäftsmann ist ein neuer, emotionaler Internet-Auftritt, der noch aussteht. „Unsere Besucher sollen gleich sehen können, was neu reingekommen ist“, sagt der 48-Jährige, „und dann animiert zu uns kommen.“ Ein Internet-Shop ist nicht vorgesehen. „Wir möchten mit unserem Internet-Auftritt nur locken und neugierig machen.“ Kaufen sollen die Kunden im Geschäft. Kirsten Rein

Frankfurt

Richtfest für Skyline Plaza

Der Rohbau für das neue Einkaufs- und Freizeitzentrum Skyline Plaza in Frankfurt ist fertig. Kürzlich wurde das Richtfest für die neue Einkaufsgalerie im Europaviertel gefeiert.

Das Shopping-Center mit rund 38 000 qm Verkaufsfläche sowie einem Parkhaus mit 2400 Stellplätzen soll im August 2013 fertig sein. Auf zwei Verkaufsebenen wird das Center dann Platz für 180 Shops, Cafés, Restaurants und Dienstleistungsbetriebe haben. Das Angebot wird ergänzt durch ein hochwertiges Freizeitangebot des Hamburger Premium-Anbieters für Fitness, Wellness und Bodycare MeridianSpa. Auf 9200 qm inkl. einer großzügigen Dachterrasse entsteht hier das größte Fitness- und Wellnessangebot Frankfurts. Ein weiteres Highlight ist der 10 000 qm große Dachgarten mit einem tol-



len Blick auf die Frankfurter Skyline und einem Dachgartenrestaurant mit einer Fläche von über 1000 qm.

Das Investitionsvolumen für das Einkaufszentrum beträgt rund 360 Millionen Euro. 90 Prozent der Fläche sind bereits vermietet. Darunter Peek & Cloppenburg, Zara, Media Markt, H&M. Parallel dazu entsteht der größte Foodcourt Frankfurts. Das Skyline ist Teil des neuen Europaviertels im Zentrum Frankfurts. Auf der Fläche des alten Güterbahnhofs ist in den letzten Jahren ein neues Stadtviertel zum Wohnen, Arbeiten und Einkauf entstanden. Das EKZ stellt somit durch seine zentrale Lage ein Bindeglied zwischen der Messe Frankfurt, dem Bankenviertel und der City dar. sb