

Entdeckungen auf der „Berliner“

Edda kauft ein



Wer durch die Innenstadt bummelt, der kommt bisweilen aus dem Staunen nicht mehr heraus. Wo eben noch Schuhe das Schaufenster schmückten, gibt es jetzt Wohnaccessoires. Wo früher Mode verkauft wurde, locken jetzt Süßwaren – der Handel in Frankfurt wandelt sich rasant. Neues, aber auch Altbewährtes stellt FNP-Autorin Edda Rössler in ihrer Kolumne „Edda kauft ein“ vor – und hat dabei stets auch einen Geheimtipp parat. Diesmal war sie auf der Berliner Straße unterwegs.

VON EDDA RÖSSLER

Frankfurt – Aus einem hässlichen Entlein wurde ein Schwan: Die Berliner Straße punktet mit vielen originellen Einkaufserlebnissen, bietet, zwischen Altstadt und City gelegen, einen Hauch Stadtgeschichte und urbanes Flair. Nach dem Zweiten Weltkrieg entstand sie als moderner Straßendurchbruch durch die kriegszerstörte Altstadt, gemäß der damaligen Vorgabe zum Zwecke einer autogerechten Stadt. 1955 benannt, war sie zugleich ein politisches Statement der Solidarität mit dem geteilten Berlin. Heute reihen sich Cafés, internationale Restaurants und kleine, oft inhabergeführte Läden aneinander. Wer Lust auf abwechslungsreiche Gastronomie hat, wird hier fündig. Prunkstücke sind jedoch exquisite Shops mit originellen Waren. Dass die Straße mittlerweile fahrradfreundlicher gestaltet wird, erfreut nicht jeden Ladenbesitzer. Doch die Wandlung der einstigen Durchgangsstraße zur urbanen Zone mit Aufenthaltsqualität und attraktivem Einzelhandel steht ganz im Zeichen des neuen Frankfurter Stadtgefühls.

Boutique Blutsgeschwister

Ein grauer Alltag braucht Farbe, und davon gibt es in der Boutique Blutsgeschwister in der Berliner Straße 34 reichlich. Seit über zehn Jahren verkauft das nachhaltige Label, das deutschlandweit 15 Flagship-Shops betreibt, Mode mit Fantasie, Haltung und Herz. Wer durch die Tür tritt, wird gleich empfangen von floralen Prints, kräftigen Farben und einem Hauch Vanilleduft. „Ich bin nicht der Typ für Schwarz oder Grau“, sagt Mitarbeiterin Kristina Garac lachend. „Man bekommt hier einfach gute Laune.“ Fünf Frauen arbeiten im Frankfurter Store, sie beraten, hören zu und geben Styling-Tipps. „Manchmal sind wir auch ein bisschen Seelenrösterinnen“, berichtet Kollegin Hortensia H. Fernandez. Gegründet wurde Blutsges-

chwister 2001 von der Mode-Designerin Karin Ziegler in Stuttgart. Produziert wird in kleinen Manufakturen in Indien und China, unter fairen Bedingungen. „Feste Arbeitszeiten, gute Bezahlung, keine Kinderarbeit“, informiert das Team. Das Label ist Mitglied der „Fair Wear Foundation“, alle Stoffe sind bio-zertifiziert. Nachhaltigkeit ist hier kein reines Verkaufsargument, sondern Haltung: „Wir stehen für Mode, die bleibt, nicht für Trends, die nach einer Saison verschwinden.“ Was die Sommerkollektion bringt? „Natürlich wieder neue Muster, so Garac. Die Schnitte sind verspielt, die Stoffe leicht, die Farben lebendig. Für ein Sommerkleid muss die Kundin um 150 Euro einplanen, der Preis für Leggings startet bei 35 Euro. Woher stammt der Name „Blutsgeschwister“? Das sei mehr als ein Wortspiel, informiert das Team: „Es ist ein bisschen wie ein symbolischer Blutspakt. Die Kleidung verbindet unsere Kundinnen mit uns, durch Stil, Werte und ein besonderes Lebensgefühl.“

www.blutsgeschwister.de

Zumkley Pelletteria

Die einstige Brokerin Maren Zumkley hat dem Bankparkett den Rücken gekehrt und eine Boutique gegründet, die auf Qualität, Charakter und mutige Frauen setzt. Zwölf Jahre ist es her, dass Zumkley ihren Beruf an den Nagel hingelassen und ihre Boutique „Zumkley Pelletteria“ (italienisch für Lederwaren) auf der Berliner Straße 20 eröffnete.

Der Schritt war alles andere als ein sanfter Übergang. „Ich habe im Oktober eröffnet, mitten in der Saison, keine Messen mehr, nichts“, erinnert sie sich. Doch sie blieb hartnäckig. Heute betreibt sie einen kleinen, feinen Laden für anspruchsvolle Frauen, die sich nicht von Logos, sondern von Qualität und Individualität leiten lassen. Zumkleys Auswahl ist handverlesen und europäisch geprägt. Ihre Schuhmarken stammen vor allem aus Spanien, Frankreich, Italien und Brasilien, darunter Paloma Barceló, Carrano, Castañer, Camerlengo oder das junge Sneaker-Label Caval aus Paris. Letzteres kam durch eine Lieferkrise ins Sortiment. „Die Sohlen der anderen hingen im Suezkanal fest“, sagt Zumkley lachend. Was alle Stücke in Zumkleys Boutique vereint: Qualität, Herkunft und Charakter. Manches hat da schon seinen Preis. Die Basttaschen aus geflochtenem Elefantengras von Muun, in Ghana gefertigt und in einem Pariser Atelier veredelt, kosten zwischen 200 und 300 Euro.

Die Boutique ist keine Laufkunden-Adresse, sondern ein Zielort für modebewusste Frauen mit Sinn für Handwerk. Und wie steht's um den Modegeschmack in Frankfurt? „Grausam“, sagt Zumkley schulterzuckend. Die Frankfurterinnen hätten wenig Mut. „Die überlegen fünfmal, ob sie ein Teil kau-



Blutsgeschwister: Kristina Garac & Hortensia Fernandez.



„Stadtgold“: Goldschmiedekunst mit Frankfurter Herz

Eddas Tipp! „Stadtgold“ in der Berliner Straße 20 heißt das Atelier von Goldschmiedemeisterin Christiane Kirchner und ihrer Gesellin Paulina Hofmann. Es ist ein kleines Schmuckuniversum, in dem fast ausschließlich Unikate entstehen. „Wir hießen früher Atelier 64, saßen im Nordend“, erzählt Kirchner, die das Geschäft 2002 gründete. „Mit dem Umzug in die Innenstadt vor neun Jahren suchten wir einen neuen Namen. ‚Stadtgold‘ war dann ein Vorschlag einer Freundin, und er passt perfekt.“ Denn die beiden verbinden in ihrer Arbeit handwerkliche Präzision mit starker regionaler Verwurzelung.

Gefertigt wird mit 750er-Gold, Platin, Brillanten oder farbigen Saphiren, in klarer Formsprache und hoher Qualität. „Wer zu uns kommt, sucht etwas Persönliches, nicht Massenware“, sagt Hofmann. Viele Stücke entstehen auf Wunsch der Kunden mit emotionalem

Bezug. So wie ein Verlobungsring, der aus dem Hufeisen eines verstorbenen Pferdes gefertigt wurde. Der berührende Auftrag stammte von einem jungen Mann, der seiner Partnerin ein einzigartiges Andenken schenken wollte. „Solche Geschichten bewegen uns sehr“, sagt Kirchner.

Bekannt ist Stadtgold für seine Kollektion „Echte Frankfurter“, darunter gerippte Apfelweingläser als Ohrringe, kleine Bembel-Anhänger oder Armreife mit der Gravur „Zum Glück bin ich in Frankfurt“. Besonders originell ist der Schmuck mit Steinen aus dem Main. „Wir suchen gezielt an bestimmten Stellen wie den Schwanheimer Dünen. Die Steine werden wie ein Karäter geschliffen und dann verarbeitet.“

Eine weitere Serie ist die „Kaiser-Karl“-Kollektion, inspiriert von der Zeit Karls des Großen. Ringe aus dieser Reihe starten bei rund 580 Euro. Neueste Kreation

ist die luxuriöse Kollektion „Vier Jahreszeiten“: Vier Goldringe, je einer für Frühling, Sommer, Herbst und Winter, die alle mit glitzernden Saphiren und Brillanten in Form eines Blütenblattes gestaltet sind. „Am aufwendigsten ist das Suchen der Edelsteine, denn sie müssen farblich perfekt harmonieren“, sagt Hofmann. Das hat seinen Preis, jeder Ring kostet rund 10 000 Euro.

Bei „Stadtgold“ beginnen die Preise bei etwa 160 Euro für Silberanhänger mit Kette. Wer mehr möchte, kann eigene Ideen einbringen. „Viele lassen sich Stücke anfertigen, die in der Familie weitergegeben werden“, sagt Kirchner. Der Kundenkreis ist breit gefächert, vom jungen Paar bis zur Sammlerin. „Es sind oft nicht die mit dem dicken Geldbeutel, sondern Menschen mit Sinn für Gestaltung.“ www.stadtgold-frankfurt.de

Foto: Enrico Sauda

fen, und gehen stattdessen lieber sechsmal essen oder dreimal in Urlaub“, sagt sie. Ihre treuesten Kundinnen kommen nicht selten aus Heidelberg, Marburg oder Stuttgart.

www.zumkley-pelletteria.de

Silber mit Geschichte

Seit über 50 Jahren gibt es das Silber-Studio in Frankfurt, das sich auf klassische Gebrauchsgegenstände und Geschenke, versilbert und aus echtem Silber, spezialisiert hat. Gegründet wurde das Geschäft Anfang der 1970er Jahre, seit drei Jahren befindet es sich in der Berliner Straße 22. Lorenz Günther führt das Unternehmen mit seiner Schwester Evi in zweiter Generation. Das Sortiment umfasst Silberbesteck, Schalen, Tablett, Kerzenleuchter, Bilderrahmen und klassische Geschenkartikel. Besonders nachgefragt seien derzeit schlichte,

klare Formen. Verspielte Designs spielen heute kaum noch eine Rolle. „Das hat sich über die Jahre stark gewandelt“, so Günther. Gefragt seien dezente Ränder, glatte Oberflächen und einfache Silhouetten. Viele der Artikel lässt das Silber-Studio eigens anfertigen, hauptsächlich in Italien. „Wir haben Kontakte zu Herstellern, die exklusiv für uns produzieren. Manchmal entwickeln wir gemeinsam neue Ideen, die dann umgesetzt werden.“

Darüber hinaus werden Stücke kleinerer Silberschmiedens ins Sortiment aufgenommen. Neben dem Verkauf bietet das Silber-Studio auch Gravuren an. Vor allem bei Tauf- oder Hochzeitsgeschenken sei das ein gefragter Service. Ein graviertes Kinderbesteck liegt preislich zwischen 200 und 900 Euro, kleinere Schalen beginnen bei etwa 150 Euro. Ein weiteres Thema ist der gestiegene

Silberpreis. In den letzten zwei Jahren habe sich der Kurs fast verdoppelt, sagt Günther. „Wir lagen früher bei 500 bis 600 Euro pro Kilogramm, jetzt sind es fast 1000 Euro.“ Aber Günther ist überzeugt: „Ein kühler Champagner schmeckt aus einem Silberkelch einfach anders. Der Becher bleibt lange kühl, das merkt man sofort an den Lippen.“ Dasselbe gelte übrigens auch für Bier. „Geschmack ist bekanntlich subjektiv, aber wer's ausprobiert, kann es ja selbst beurteilen.“ www.silber-studio.de

„s Fachl Frankfurt“ in der Berliner Straße 32 bekommt ab Anfang Juni mit Martina Homuth-Ernat und ihrem Gatten Frank neue Betreiber. Doch die Leidenschaft zur Fachl-Welt bleibt auch bei der ehemaligen Chefin Lorraine Hastry bestehen, die dort ein Fachl-Regal mietet wird. Der kleine Laden mit den rund 300 Holzboxen,

in denen regionale Manufakturen und kreative Köpfe ihre Waren anbieten, bleibt seiner Linie treu und startet mit frischem Elan durch. Das Konzept, das aus Österreich stammt, ist ebenso charmant wie einfach: Kreative und Produzierende mieten kleine Holzboxen – die „Fächer“ – und präsentieren dort ihre handgemachten oder regionalen Produkte. Verkauf, Abrechnung und Präsentation übernimmt das Ladenpersonal. Für die Kundschaft bedeutet das: stöbern, staunen, entdecken. Viele Produkte kosten weniger als 10 Euro. Es gibt aber auch Hochwertiges, wie Designschmuck oder edle Delikatessen für über 200 Euro.

Besonders stolz ist das Team auf die regionalen Anbieter: „Wir haben zum Beispiel ein kleines Frankfurter Label mit Duftaccessoires fürs Auto. Die Sachen klickt man einfach an die Lüftung, das ist richtig edel gemacht.“ Die Auswahl kuratieren die Betreiber bewusst. „Wir wollen keine direkte Konkurrenz im Laden. Wer also das zehnte Makramee-Fach will, muss leider passen.“ Wer selbst ein Fach mieten möchte, kann sich unkompliziert online oder vor Ort melden.

www.fachl.at/de-at/Standorte/Deutschland/s-Fachl-Frankfurt



's Fachl: Lorraine Hastry, Frank & Martina Homuth-Ernat.



Lorenz Günther in seinem Silber-Studio.



Maren Zumkley in ihrer Pelletteria. EDDA RÖSSLER (4)