

BLONDE

es ist ein modemädchen

NEW
BÖRN
ISSUE

TRENDFARBE
WEISS
FASHION IM FRÜHLING

WILLKOMMEN
IM PARADIES
**SURFEN
AUF BALI**

BLONDE NEW BORN ISSUE
02/2012 #13
WWW.BLONDE.DE

EURO 5,00 (DEUTSCHLAND)
EURO 5,50 (ÖSTERREICH), CHF 10,00 (SCHWEIZ)
EURO 6,00 (SONSTIGES AUSLAND)



**BODY
UPGRADE**
15 PRODUKTE
DIE BELEBEN

**WIR
TUN ES!**
JUNGE START-UPS
UND IHRE ERFOLGS-
GESCHICHTEN

**UNTER
WASSER**
LEICHTE
STOFFE AUF
TAUCHGANG

STYLE
DIE FASHION WEEK
JOHANNESBURG

**GOTYE
FRIENDS
MIEZE
PATRICK MOHR**



Zeit. Einen sechsstelligen Betrag hat Malaika investiert. Geht der Business-Plan auf, sollte sie im Sommer 2013 mit ihren klaren Silhouetten schwarze Zahlen schreiben können.

Knapp 260 Kilometer Luftlinie entfernt hat auch Xenia Alt ihren Traum von der Selbstständigkeit verwirklicht. Den Traum von einem kleinen Concept-Store in einer Seitenstraße der Schanze in Hamburg. Sie ist dem skandinavischen Purismus verfallen und beherbergt in ihrem „Minimarkt“ Wohn- und Mode-Accessoires, Beauty-Produkte und Kunst und füllt damit eine Nische in der hanseatischen Shopping-Landschaft. Einen über Jahre ausgetüftelten Business-Plan sucht man bei der gelernten Reiseverkehrskauffrau vergeblich. Der Laden ergab sich spontan. Xenia ist die Inhaberin der Hamburger Einmann-Casting-Agentur „Smug Agency“. Vor einem Jahr wurde die Ladenfläche direkt neben ihrem Büro frei und Xenia mietete sie an. Ob für die Erweiterung der Agentur, für mehr Bürofläche oder einen Laden, das wusste sie damals noch nicht. Als ihre Untermieterin samt Shop im Herbst 2011 auszog, packte sie die Gelegenheit beim Schopfe und nahm all ihren Mut zusammen. „Ich bin mit Design aufgewachsen. Meine Eltern sind Fotografen, eine Hälfte der Familie kommt aus Dänemark und ich hatte einfach den Drang, den Menschen etwas Schönes zu zeigen.“ Acht Wochen hatte die 25-Jährige Zeit für die Planung, die Umgestaltung und die Einrichtung ihres Ladens und für den Einkauf.



Xenia hat viel Unterstützung von Freunden und von ihrer Familie erhalten. Ihre Schwester ist Grafikdesignerin und hat das Logo entworfen, ihr Vater hat auf Flohmärkten nach Inventar und Unikaten zum Verkauf Ausschau gehalten, ihre Freundin Lotte hilft im Shop aus und der Stiefvater hat ihr Bilder aus seiner Galerie zur Verfügung gestellt. „So konnte ich es kostengünstig ohne ein großes Startkapital auf die Beine stellen. Der Einkauf von Produkten ist natürlich teuer, aber die Auswahl in dem Laden ist selektiert“, sagt Xenia. Gewinn macht der liebevoll gestaltete Laden noch nicht, die Miete und Ange-



MINIMARKT

SKANDINAVIAN LOVE: XENIA ALT VERKAUFT IN IHREM HAMBURGER CONCEPT-STORE „MINIMARKT“ SEIT NOVEMBER 2011 AUSGEWÄHLTE DESIGN-PRODUKTE - VOM HENRIK-VIBSKOV-LAPTOP-CASE BIS ZU BEAUTY-PRODUKTEN VON MALIN + GOETZ.

stelltenkosten finanziert sie mit ihrem Agentur-Job, eingenommenes Geld wird in neue Ware investiert. Xenia geht davon aus, dass der Laden in einem Jahr Gewinn abwirft. Besonders freut sie sich über die Komplimente der „kühlen Deutschen“. „Die netten Worte der Kunden belohnen meinen Mut; ich würde es jederzeit wieder machen“, sagt sie und lässt den Blick durch ihr zweites eigenes Reich schweifen.

Noch weiter nördlich im schönen Kopenhagen hat die 27-jährige Tikkie Oestrich gemeinsam mit ihrem Freund Mads Elsøe den Online-Shop „Adélie“ (adelie.dk) gelauncht. „Adélie“ heißt nicht nur der Shop, sondern auch ihr Mode-Blog, den Tikkie im Februar 2011 ins Web lud. Jetzt will sie beide Online-Welten ganz simpel miteinander verbinden: Was sie auf ihren Blog postet und trägt, wird zum Shop verlinkt.

Erfahrungen in der Modewelt hat Tikkie bei dem dänischen Magazin „Costume“, im Atelier von Stine Goya und als Styling-Assistentin in New York gesammelt. Mads war unter anderem für das „Vice Magazine“ und verschiedene Festivals tätig. Sie übernimmt den Einkauf, er die Vermarktung.

Im Vergleich zu einer Eröffnung eines realen Stores ist der Launch eines Online-Shops kostengünstiger: Das Lager wurde ins Home-Office integriert und für das Webdesign ein Bekannter engagiert – und auch Facebook sollte als kostenloses Werbemittel nicht unterschätzt werden. Lediglich der Einkauf geht ins Geld. ▶

WIR
TUN
ES