

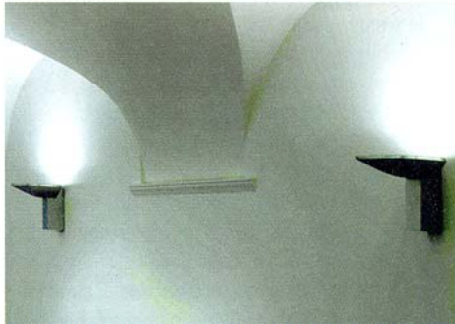
# Skandinavien in Wien

*Im April ist der Winter endgültig Schnee von gestern. Nur in der Wollzeile 20 bleibt neuerdings alles Schneeweiss und der hohe Norden hält auch im Sommer Einzug. Schuld daran ist Yasemin Demirci.*

Die studierte Betriebswirtin hat sich in einem Geschäftslokal in der Wiener Innenstadt einen lang gehegten Traum erfüllt. Der Name ist Programm: Schneeweiss – auf 62 m<sup>2</sup> bezaubern das puristische Innendesign, die schlichte Deko und die klaren Linien des skandinavischen Modetags. »Ich wollte, dass die Ware wirken kann. Deshalb war klar, dass der Innenraum weiß wird. Strahlend weiß, Schneeweiss eben. Zuerst war das nur ein Arbeitstitel, dann wurde er zum Geschäftsnamen«, erzählt Yasemin Demirci, die erst im Juni 2007 von Deutschland nach Wien gezogen ist. Eigentlich fühlte sich die junge Unternehmerin im Controlling sehr wohl, arbeitete auch zunächst in diesem Bereich. »Doch die Idee vom eigenen Geschäft war schon immer in meinem Hinterkopf und ich habe immer geschaut, was der Markt so an Immobilien bietet«, verrät sie. Die horrenden Ablösesummen waren abschreckend, die Lokalitäten passten nicht, der Plan wurde verworfen. »Bis ich durch Zufall im Internet auf das Geschäft in der Wollzeile 20 gestoßen bin. Ich habe mich dann vor Ort in ein Café gesetzt und das Straßengeschehen beobachtet. Die Räumlichkeiten, die Umgebung – alles war mir gleich sympathisch«, berichtet die Shopbesitzerin. Die Lage, der Grundriss und das alte Gewölbe der Immobilie hatten Potenzial, deshalb mussten auch keine Wände eingerissen oder neu aufgezogen werden. Lediglich »Schönheitsreparaturen« seien notwendig gewesen, so Yasemin Demirci. Der blaue Fliesenboden wurde durch einen dunklen Laminatboden ersetzt, um einen warmen und edlen Kontrast zu den Wänden zu schaffen, die in strahlendem Weiß gestrichen wurden.

**Es werde Licht.** Wichtigstes Gestaltungsmittel bei Schneeweiss ist das Licht. Das düstere Holzportal aus den 80ern wurde entfernt, der Eingangsbereich ganz schlicht gestaltet und die Schaufenster raumhoch angelegt, um möglichst viel Licht ins Geschäft zu lassen und einen freien Einblick zu garantieren. Ein Highlight ist das Beleuchtungssystem der Firma Lichtdesign, die auf Wunsch von Yasemin Demirci möglichst natürlich wirkende Lichtquellen einsetzten. Indirektes Licht schafft die

© SCHNEEWEISS



EINE NATÜRLICHE BELEUCHTUNG ZAUBERT BEI SCHNEEWEISS EINE ANGENEHME ATMOSPHÄRE. DAS DESIGN OFFENBART SICH IM DETAIL.

Beleuchtung der Decke, die das Gewölbe perfekt in Szene setzt. »Das Innendesign-Konzept ist gewollt schlicht. Die Ideen stammen alle von mir, es gab keinen Innenarchitekten«, fügt die junge Frau nicht ohne – berechtigten – Stolz hinzu. Yasemin Demirci, die den Shop alleine führt, setzt auch bei den Umkleiden auf eigenwilliges Design. Die exklusiv angefertigten Kabinen im Halbrund greifen die organische Form des Gewölbes harmonisch auf. »Im Geschäft gibt es sehr viele Ecken und Kanten, ich wollte mit den Garderoben keine zusätzlichen harten Formen in den Raum hineinbringen«, verdeutlicht sie das Konzept. Die Umkleiden befinden sich ebenso wie eine Bar mit Sitzmöglichkeiten auf einer Empore, die über eine Treppe erreichbar ist. »Wenn ich merke, dass eine Kundin gestresst ist, biete ich ihr gerne etwas zum Trinken an. Auch wenn eine Dame nichts kauft, freue ich mich, wenn sie bei mir einen Kaffee trinkt«, so Demirci, die viel Wert auf eine persönliche Atmosphäre legt.

**Schweden-Mode.** Die Mode von Schneeweiss wird im vorderen Teil des Lokales auf schlichten Kleiderstangen präsentiert. Das Sortiment ist auf nordische Marken spezialisiert und umfasst Filippa K, Tiger of Sweden, Bruuns Bazaar (in Wien exklusiv bei Schneeweiss) und Fifth Avenue Shoe Repair. Ergänzend bietet sie feinstes Kaschmir von Villa Gaia und Accessoires von Snö of Sweden an. »Momentan ist mein modisches Konzept stimmig, obwohl ich schon offen bin für neue Labels. Es gibt immer ein, zwei Marken, die ich unter Beobachtung habe, aber aktuell ist keine konkrete Sortimentserweiterung geplant. Priorität hat ein gutes Preis-Leistungsverhältnis, denn ich halte nichts von übertrieben teurer Ware. Die Wollzeile ist ja nicht der Kohlmarkt.«

