



SALLY'S WELT FLAGSHIPSTORE – MANNHEIM

Alles echt

Wie wird aus einem Youtube-Star ein erfolgreiches Handelsformat? Vor dieser Frage könnte die Branche in Zukunft öfter stehen. Denn Berühmtheit in den Sozialen Medien lässt sich mit dem richtigen Konzept auch in Umsätze vor Ort konvertieren.

Projektdaten

Standort	Q6/Q71 68161 Mannheim, Deutschland
Eröffnung	15. Mai 2020
Verkaufsfläche (m ² /Etagen)	230/1



Sallys Küche ist den gut 1,8 Millionen Followern von Saliha Özcan aus dem Internet schon lange vertraut. Der Nachbau in einem Mannheimer Shopping-Center steht dem Original in nichts nach und hat zudem einen angeschlossenen Verkaufsraum, der alles führt, was die Influencerin in ihren Videos nutzt. On- und Offline-Wirklichkeiten amalgamieren zu einer Art Hyperrealität, die endgültig belegt, dass die Trennung zwischen Internet und stationärem Handel obsolet ist.

Nachdem das Schisma zwischen On- und Offline, stationär und digital sich aufgelöst hatte, dauerte es nicht lange, bis die ersten Online-Händler in die Fläche strebten. Die nächste Stufe zündeten die sogenannten Influencer, die sich als reine Digitalgeschöpfe zunächst nur zögerlich ins echte Leben wagten. Saliha Özcan, genannt Sally, ist Jahrgang 1988 und mit dem Internet groß und größer geworden. Auf Basis ihres Youtube-Kanals schuf sie binnen weniger Jahre ein beachtliches Medienimperium mit angeschlossenem Online-Shop. Jetzt hat „Sallys Welt“ mit 100 Angestellten auch in der realen Welt Wurzeln geschlagen. Im Februar 2020 eröffnete die Tochter türkischer Einwanderer mit ihrem Mann Murat einen Flagshipstore im ersten Geschoss des Mannheimer Einkaufszentrums Q 6 Q 7. Bei der Einrichtung des Ladens ging es vor allem darum, das auf allen Social-Media-Kanälen gepflegte Image der Selfmade-Frau in handfeste und nahbare Strukturen zu übersetzen. Allein bei Youtube folgen der Influencerin 1,8 Millionen Abonnenten und natürlich ist Sally auch als Bloggerin bei Facebook, auf Instagram und Pinterest aktiv. Sie wird bewundert, weil sie Hobby und Geschäftssinn, Selbstdarstellung und soziale Kompetenz, traditionelle, kaum gebrochene Rollenmuster und modernes Auftreten selbstbewusst und charismatisch verbindet. Im Shop sollte auch der Spaß zum Ausdruck kommen, den die junge Unternehmerin beim Kochen, Backen und Einrichten hat. Etwa 200 Verkaufartikel werden unter dem Markennamen „Sallys Welt“ in Eigenregie produziert und angeboten. Komplettiert wird dieses Angebot von den Erzeugnissen etablierter, großer Küchengeräte-Hersteller. So entstand eine Mischung aus Fanshop, Haushaltswarenladen und Geschenkboutique. Um die Authentizität von „Sallys Welt“ zu untermauern, wurde die millionenfach bekannte und vertraute Videokulisse, ihre private Küche im Heimatort Waghäusel, detailgetreu nachgebaut. Die dunklen Unterschränke mit Arbeitsplatte sowie eine liebevoll eingedeckter Esstisch stehen an der Stirnseite des 14 mal 16 Meter großen fensterlosen Verkaufsraums. Der Store wird auch für Live-Events und Studioaufnahmen genutzt. Präzise ausgeleuchtete modulare Regalsysteme mit viel Naturholz sorgen für eine heimelige Atmosphäre und zahlen auf das ein, was die analoge Welt jetzt nachträglich erlebt: das authentische „Sally“-Markenfeeling.

Projektpartner

Planung	Brust+Partner
Ladenbau	Brust+Partner
Lichtplanung	Brust+Partner
Beleuchtung	Ruco Licht GmbH
Fotografie	Maximilian Heinsch, Elisabeth Samura