

Kaufrausch, Hamburg

– ein Concept Store, der schon in den 1980er Jahren Avantgarde war, als es für solche individualistischen Läden noch keinen Namen gab.

Das Geschäft, seine Geschichte und die Inhaber

Sieben Shops in einem Laden, geführt von sieben Menschen, die es sich seit vielen Jahren mit Bravour erlauben, ihr Sortiment nach persönlichen Vorlieben zu gestalten: Schmuck von inspirierten internationalen Designern, Bademode und Dessous hochwertiger junger Marken, Mode nach eigenen Schnitten, Taschen und Börsen in puristischem Look, Kopf- und Haarschmuck, der jede Frisur zum Eyecatcher macht, Geschenkartikel, die so verführerisch sind, dass man sich oft auch noch selbst beschenkt, und nicht zuletzt klassisch italienische Snacks zum perfekt geschäumten Milchkaffee.

Im Kaufrausch finden Kunden nicht nur Dinge, die sie sonst nirgends finden sondern auch ausführliche Beratung. Durch die stilsichere Auswahl der Ladenbesitzer können sich Kunden darauf verlassen, hier genau das Richtige zu bekommen – typisch Concept Store.

In den letzten Jahren hat so mancher kreative Macher, dem Trend folgend, seinen eigenen Concept Store mit sündhaft teuren bis erschwinglichen Design-Goodies eröffnet. Die Kaufrausch-Inhaber sind da schon weiter: Sie feiern im Jahr 2018 bereits 35 jähriges Jubiläum ihres Ladens über drei Etagen.

Der Kaufrausch ist verwurzelt im Viertel und war schon immer ein Treffpunkt für Individualisten, die wissen: Hier werden nicht nur kurzlebige Trends bedient, hier bieten Fachleute auch kenntnisreich hohe Beratungsqualität in ihren jeweiligen Metier. Diese Eigenschaft zeichnete den Kaufrausch schon aus, als in einer inspirierten kulturellen Aufbruchzeit, Anfang der 80er Jahre, 20 kreative Köpfe eine ehemaligen Wohnung in eine verwinkelte, mehrgeschossige Ladenfläche verwandelten. Das war einmalig.

Seit einem großen Umbau der Räume 1998 bespielen heute sieben Inhaber (drei davon Gründer) die freundlichen Räume direkt bei der U-Bahn Eppendorfer Baum und erproben täglich neu, mit welchen ausgefallenen Kollektionen sie ihre Gäste und Kunden immer wieder überraschen können.

Achtung Stylisten, unser Angebot für Fotoproduktionen:
Gerne verleihen wir 3 Tage kostenlos, was Sie fürs Fotoshooting brauchen.
Sprechen Sie Details gerne mit uns ab, wenn Ausnahmen nötig sind.
Wäsche kann leider nicht zum Benutzen verliehen werden.
Wir freuen uns auf Sie!

Die einzelnen Läden:

Harald Zachert, „Harry’s“ Bar im Kaufrausch:

„Wir sind so etwas wie der Marktplatz in Eppendorf“, sagt Harald Zachert und liegt sicher richtig. Wo sonst, wenn nicht direkt bei der U-Bahn Eppendorfer Baum, um die Ecke des Isemarktes und in der Mitte einer Einkaufsmeile sollte so ein Treffpunkt liegen, an dem man sich auf ein italienisches Panino und einen Capuccino trifft? Bereits zwei Stunden, bevor die anderen sechs Kaufrausch-Macher um 11 Uhr ihre Läden öffnen, kann man sich an Harry’s Bar stärken. Draußen stehen unter einer Markise geschützt – auch im Winter – ein paar Tische und Bänke. Hier lässt sich auch entspannt eine kleine Pause einlegen, wenn die Entscheidung vor dem Kauf eines besonderen Schmuckstückes, der neuen Handtasche oder dem Geschenk für die beste Freundin schwer fällt. Das Angebot ist hochwertig. „Wir sind old school“, sagt Zachert mit Blick auf den verchromten halbautomatischen Kaffeeautomaten, bei dem eine Barista noch was zu tun hat. Den zeitgemäßen Geschmack weiß er aber ebenso gut zu bedienen: Seine veganen Kuchen, Suppen und Gemüsesäfte sind legendär, genauso wie der täglich frisch geschnippelte Obstsalat – aber auch sein ganz spezielles Chili con Carne.

Volker Lang, Lederwaren:

Volker Langs Karriere ist eng mit dem Kaufrausch verbunden. Hier nähte er in der Gründungszeit, direkt nach Abschluss seines Modedesign-Studiums, seine ersten Ledertaschen. Funktioneller Look, klare Formen, puristisch und doch manchmal verspielt im Detail – diesen Eigenschaften galt fortan seine Leidenschaft. Der Stil der hochwertigen Ledertaschen, die nicht einfach Modetrends folgen, findet auch in New York, Paris und London viele Fans. Fast wichtiger noch als das Äußere ist Volker lang aber die Wertschätzung ausgesuchter Materialien und die handwerkliche Fertigung in traditionellen Feintäschnerbetrieben. Das garantiert beständige Qualität. Zum Einsatz kommen robuste Rinderleder, glänzende Anilinleder, weiche Velourleder, Kalbleder oder von Hand gewalktes, rein vegetabil gegerbtes Sattelleder mit unterschiedlichen Prägungen. Besonders bekannt sind Langs Bügeltaschen, denen er die Vornamen berühmter Filmgrößen und Diven gibt. Warum, das sieht der Kenner sofort. Sie heißen Grace, Marlene, Faye, Isabelle oder Romy.

Sonny Gill, Bekleidung:

„Wir machen Mode neben der Modewelt“, sagt Sonny Gill, die im schönen Untergeschoss mit Tür zum Garten individuelle Kleidung anbietet. 90 Prozent ihres Sortiments kommen aus eigener Herstellung. Es ist zeitloser, lässiger Chic der die Kollektion auszeichnet. Das ist Sonny wichtig. Sie liebt es, Kunden zu beraten, die ebenfalls Spaß an Andersartigkeit haben und findet mit ihnen gemeinsam das richtige Outfit. Das Besondere bei ihrer Mode: Auch wenn die einzelnen Teile höchst unterschiedlich aussehen, so sind doch die meisten überraschend kompatibel miteinander. Einen harmonischen Kontrast zur Mode

bilden seit kurzem riesige textile Wandbilder mit fotorealistischen Portraits indischer, afrikanischer und tibetanischer Schönheiten. Sie sind in Lizenz exakt nach den Fotos berühmter Fotografen wie Steve McCurry in Gobelin-Technik gewebt. In beeindruckender Größe, entweder 95 x 140 cm oder 140 x 200 cm, kann man die ausdrucksstarken Wandbilder bei Sonny Gill bekommen..

Françoise Henrichs, Geschenkideen:

Bei Gründung des Kaufrausch war Françoise Henrichs die Spezialistin für Independent Labels, bis das Erlösmodell der Tonträger einknickte. Die Französin hat auch heute das Ohr am Puls der Zeit und verwendet viel Energie darauf, kleine Labels und unbekannte Kreative aufzustöbern. Unikate – das ist ihr Thema. Beglückt ist sie über ideenreiche Kalender und Notebooks von Prager Streetart Künstlern, über schlau durchdachte Schlüsselanhänger von BEHOOKED oder über die Rijkswachters, das sind kleine Roboter-Holzfiguren. Sie wurden aus Holzkisten gefertigt, die während der Renovierung des Amsterdamer Rijksmuseums die Kunst schützten. Ob ein Rijkswachter ursprünglich einen Vermeer, Rembrandt oder Dürer verbarg, lässt sich anhand einer eingestanzten Nummer über die Website rijkswachter.nl herausfinden. Françoise Henrichs liebt auch funktionale schöne Dinge wie die puren Schalen der Keramikerin Anna Sykora mit ihren feinen Ritzdekoren, die hochwertigen Glasschliff-Gläser der Lübecker Manufaktur Carl Rotter oder die farbenfrohe Keramik der Engländerin Mary Rose Young. Selbstverständlich führt Françoise Henrichs handgefertigte LAGUIOLE-Messer, Kultur- und Schminktaschen von ARPERGREN oder die neuen LOQUI-Shopper. Sie kennt ihre Lieferanten persönlich, etwa die von der Kultmarke Pylones. Die lange Bekanntschaft mit dem Macher der etwas anderen bunten Haushaltshelfer – als der noch ein No-Name war – machen es heute möglich, dass sie auch Pylones anbieten kann.

Sabine Aschrich, Schmuck:

Wer hochwertigen Modeschmucks liebt, sieht sofort, dass das Sortiment von Sabine Aschrich von Kenntnis der jungen Schmuckszene geprägt ist – und zwar aus vielen Teilen Europa und aus New York. Der Stil geht von farbenprächtigem Hippie-Glamour bis zu dezenten vergoldeten und versilberten Stücken. „Bei uns spiegelt sich das ganz Persönliche wider“, sagt Caroline, die einfühlsam Kunden berät. Mal empfiehlt sie vergoldete feine Anhänger oder Ohrschmuck von Catherine Weitzman aus New York, mal weiß sie etwas zu erzählen über ausgefallenen Schmuck für Körper und Kleider von dem Schweizer Hersteller Royel Blush oder von vielseitigen und fröhlichen Schmuckideen des belgischen Labels Hypnochic, das Einflüsse des Ethnostils gekonnt überdreht und so einen unkonventionellen zeitgemäßen Hippie-Look erfindet. Zum großen Angebot beim Schmuck gehören auch die Fairtrade-Kreationen der holländischen Schmuckdesigner von „Beautiful Story“, der schwere, versilberte Symbolschmuck des Hamburger Labels Elfcraft, der feinsinnige Ethnoschmuck von Nuts & Pearls aus Berlin aber auch der

hochwertige puristische Schmuck der Designerin Marjana von Berlepsch. Stilsicherheit bei besonders feinen Kreationen zeigt die Dänin Pernille Corydon und Annette Albrecht aus Hamburg, die auch Bildhauerin ist und diese Eigenart in ihrem Schmuck auf besondere Weise zum Ausdruck bringt.

Gabi Martens, Haarschmuck und Hüte:

Voller Überzeugung sagt Gabi Martens: „Ich will ein Fachgeschäft sein.“ Wer ein Weile in ihrem Laden zubringt, erlebt, dass sie dieses Versprechen einlöst. Egal, ob eine Kundin dünnes langes, kurzes gewelltes, oder üppiges lockiges Haar hat – stets hat sie die richtigen Kniffe parat, um ein dünnes Pferdeschwänzchen in eine elegant aufgesteckte Frisur zu verwandeln oder widerspenstige Lockenpracht mit einem speziellen Einsteckkamm zu bändigen. Selbst für banale Probleme wie rutschende Haarspangen kennt Gabi Martens die Lösung. Hilfreich ist die Tiefe des Angebots, das von Unmengen verschiedener Haargummis über handgesägte Kämme bis zum handgearbeiteten Haarschmuck aus feinen Seidenblüten für die nächste Hochzeit besteht. Viele der hochwertigen Haar-Accessoires bezieht sie aus den USA. Etwa Haarspangen von Ficare und Mrs. President oder Hüte von Hatattack. Messe- und Lieferantebesuche stehen sowohl in New York als auch auf Messen in Mailand und Paris auf Gabi Martens Plan, um in einem großen Angebot auswählen zu können, was einem glücklich macht. Sie weiß nicht nur, woher sie die besten handgesägten Kämme beziehen kann sondern auch, warum diese so viel besser für jeden Haartyp sind.

Iris Lohse, Dessous und Bademoden:

Das Design von exklusiver Wäsche ist heute beides: sexy und lässig. Iris Lohse zeigt sich begeistert von solchen neuen Entwicklungen. Sie führt viele der angesagten Marken wie La Perla, Hanky Panky, Cosabella, Twin Set oder LOVE STORIES und arbeitet besonders eng mit der belgischen Marke Marie Jo zusammen. Die setzt gekonnt und mutig diesen Zeitgeist um: Da wird bei einem BH schon mal ein bequemer breiter Stretch-Streifen mit zarter Spitze kombiniert oder ein Taillenslip aus besonders anschmiegsamem Material hergestellt, das nebenbei fast komplett durchsichtig ist. Der enge Kontakt zur Marke ist ein Vorteil für die Kunden, denn er macht Bestellungen einer Extragröße oder einen nötigen Umtausch leichter. Mode, die der Haut so nah ist, erfordert viel Beratung. Das gilt auch für Bademode, die 60 Prozent des Sortiments ausmacht. Iris Lohse kennt den Markt und ihre Firmen wie Seafolly, IODUS, Maryan Mehlhorn, Watercult, Lidea, Valery sowie Prima Donna Swim seit vielen Jahren. Sie hat ihren Job von der Pike auf gelernt. Wenn in der Winterzeit in anderen Läden die Auswahl knapp ist, gibt es bei Iris Lohse noch genau die richtigen Bikinis oder Badeanzüge, um für die Fernreise ins Warme gerüstet zu sein. Immer beliebter werden modische aber unkomplizierte, pflegeleichte Strandkleider, die einfach übergezogen werden und einem auch beim Besuch im Strand-Restaurant super aussehen lassen.