

Geheimnisvolle Marken und mehr

Wie sich die Frankfurter Institution 'Siödam' vom Wettbewerb abhebt

Von der Bankerin zur Inhaberin zweier Braut- und Abendmodegeschäfte, vom nüchternen Job zu bewusst mehr Emotion: Deutlicher hätte sich Stephanie Gasser beruflich kaum verändern können und findet doch einen gemeinsamen Nenner: „Zahlen sind Zahlen.“ Und in denen erkennt sie Potenzial, sonst hätte sie sich nicht dazu entschieden, 2010 in Bad Soden die Braut-Boutique Villa Novia zu eröffnen sowie in Frankfurter City-Lage Siödam zu übernehmen. 1977 von Erika und Reinhard Meier als einer der ersten Hochzeitsmode-Läden in Deutschland eröffnet, hat sich das 450 qm große Geschäft über die Jahrzehnte zu einer Institution für Sie und Ihn entwickelt, auch im Bereich der Abendmode. Vor drei Jahren wurde Siödam aus Altersgründen abgege-

Collagen von Danksagungen zeugen von zufriedenen Kunden.



Siödam bietet Wohlfühl-Atmosphäre. Dazu tragen auch großzügige Separées bei.

ben. Ein halbes Jahr lang hatte Stephanie Gasser Konzept und Bücher geprüft, einen Monat mit ihrer Vorgängerin zusammengearbeitet: „Wir sind ähnliche Charaktere.“ Insofern stand nach der Übernahme auch keine Neuausrichtung, sondern eine behutsame Modernisierung mit Fokus auf modischer Verjüngung auf dem Programm.

Siödam zeichnet sich seit jeher durch Marken aus, die hierzulande, zumindest aber in der näheren Umgebung, sonst nicht zu finden sind. Wie zuvor das Ehepaar Meier begibt sich die Jung-Unternehmerin vielfach auf Reisen, um interessante Label, mit bevorzugt europäischer Fertigung, zu entdecken. Im Interview verrät sie lediglich die Designer-Namen Elie Saab, Jenny Packham und Monique Lhuillier im Damen-sowie die Marken Cerruti, Regent und Pal Zileri im Herrenbereich. Weder Mitbewerber noch Konsumenten können bei ihr im Store erkennen, welche Label darüber hinaus angeboten werden. Die Etiketten sind kodiert. „Das schützt uns vor dem inzwischen weit verbreiteten Brauch, sich bei uns beraten zu lassen, Kleider anzuprobieren und diese dann über das Internet zu bestellen“, schmunzelt Stephanie Gasser. Ihre Klientel sei aber auch nicht ausgeprägt markenbewusst. „Wer Gucci und Prada sucht, geht in die Goethestraße.“ Bei Siödam werden die Besonderheit der Modelle und die typgerechte Beratung geschätzt, dafür reisen die Kundinnen und Kunden teils von weither an.

Siödam beschäftigt 15 Mitarbeiterinnen, sechs davon im eigenen Änderungsatelier – ein weiterer Trumpf. „Nur eins von 100 Kleidern geht unverändert über die Laden-



Stephanie Gasser, seit 2010 neue Inhaberin: „Wer das Besondere sucht, kommt zu uns.“

theke“, berichtet die Geschäftsführerin vom passgenauen Service. Nicht selten werden dabei zusätzliche Überraschungen kreiert, wie z.B. ein Ringkissen aus der Spitze des Hochzeitskleids als liebevolle Zugabe. Preislich beginnt das Spektrum bei 1.000 Euro, ob bei Hochzeits- und Abendkleidern oder Herrenanzügen. Frankfurt und Umgebung sind eine kaufkräftige Region, der die Anlässe nicht ausgehen. Sportpresse-, Juristen-, Apothekerball oder der 'Ball des Weins' sind nur ein kleiner Teil des Reigens. „Manche Frau kauft zehn neue Kleider im Jahr.“

Apothekerball oder der 'Ball des Weins' sind nur ein kleiner Teil des Reigens. „Manche Frau kauft zehn neue Kleider im Jahr.“

Die modische Verjüngung werde gut angenommen. „Auch 60-Jährige kleiden sich heute schließlich jung. Schwere, steife Stoffe sind nicht mehr en vogue, ungezwungene Kofferkleider – Stichwort Schiffsreise – liegen im Trend.“ Ebenso wie aktuell lange Ärmel quer durch alle Altersklassen und Größen gefragt seien. „Im Brautmode-Bereich ist derzeit Vintage in gepflegter Umsetzung ein starkes Thema, gröbere Spitze und abgetöntes Weiß sind Beispiele dafür.“ Hoch im Kurs stehen überdies Looks, mit denen Prominente aus Show-Business und Königshäusern für Furore sorgten.

Und wie macht Siödam werblich auf sich aufmerksam? „Wir gehen Kooperationen mit Ball-Veranstaltern ein. Beim Sportpresseball haben wir beispielsweise bei der Tombola mitgewirkt und Display-Mannequins aufgestellt. Im Abendmode-Segment schalten wir erfolgreich Anzeigen in Sonntagszeitungen wie 'Main feeling', junge Brautleute erreichen wir über das Internet.“ Auch hier hat Stephanie Gasser für Siödam einen Generationswechsel vollzogen. SH