Shoppen in alten **Salzspeichern**

Heick & Schmaltz < Für das Modehaus Heick & Schmaltz ist sein historisches Ambiente in den Lübecker Salzspeichern ein Trumpf auf dem Weg in die Zukunft.



in Lübeck; rechts: Geschäftsführerin Iris Beneke

as Los jüngerer Kinder ist, dass sie die Kleider ihrer Geschwister auftragen. Auch Iris Beneke erbte die Kleidungsstücke ihrer Schwestern. Doch einmal im Jahr bekam sie Geld, um sich neue Sachen zu kaufen. An diesem besonderen Tag tourte sie durch Lübecks Modegeschäfte. Ganz oben auf der Liste: Heick & Schmaltz neben dem Holstentor. Heute ist Iris Beneke Geschäftsleiterin des Modehauses. "Ich habe mich schon immer für Mode interessiert", sagt sie. Sie machte eine Ausbildung zur Schneiderin, danach ließ sie sich bei Heick & Schmaltz zur Handelsassistentin ausbilden. 2013 übernahm die Firmengruppe Henschel das Traditionsunternehmen, und Beneke wurde seine Leiterin.



Wirtschaftsgeschichten Traditionsfirmen im Norden

Zur Henschel-Gruppe gehören fünf Häuser in vier Städten. Zwischen den Häusern gibt es regionale Besonderheiten, etwa dass die Lübecker Kundinnen und Kunden sich weniger Extravaganzen wünschen als im süddeutschen Darmstadt. Dafür gibt es hier mehr Funktionskleidung. Zielgruppe aller Häuser sind hauptsächlich modebewusste Frauen im mittleren Alter. Das Lübecker Haus ist das älteste der Gruppe, es feierte gera-

de sein 150-jähriges Bestehen. Die Kaufleute Bernhard Heick und Karl Schmaltz hatten das "Manufactur-, Weiss- und Hölländisch-Waarengeschäft" als eines der ersten modernen Kaufhäuser 1870 gegründet. Das heutige Modehaus führte damals unter anderem auch Teppiche und Kurzwaren. Beim Bombenangriff auf Lübeck 1942 wurde das Gebäude zerstört, und das Familienunternehmen bekam einen neuen Standort: die historischen Salzspeicher. Die Backsteinhäuser aus dem 16. bis 18. Jahrhundert direkt neben dem Holstentor sind eines der wichtigsten Postkartenmotive der Hansestadt.

"Im historischen Ambiente residieren zu dürfen, ist etwas ganz Besonderes", sagt Iris Beneke auch, wenn das mit Herausforderungen verbunden ist. So gibt es beispielsweise keine Klimaanlage und kaum eine gerade Wand. Doch die Pächter sind stolz auf die Salzspeicher. Eine Sanierung 2012 hatte das Ziel, die Besonderheiten der Gebäude zu erhalten.

Auch das Sortiment auf der 1.900 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche erneuerte sich. In einer Kaffeebar mit Sitzecken können die Kundinnen und Kunden nun bei einem 💆 Espresso ihre Kaufentscheidungen treffen.

Viele Modeinteressierte kämen, um sich von den 35 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen beraten zu lassen, sagt Beneke. Sie suchen nicht nur Kleidung, sondern Inspiration und "ein Lebensgefühl". Im Sortiment finden sie fast täglich etwas Neues, denn die Modelabels entwerfen heute monatlich neue Kollektionen.

Während des Corona-Lockdowns entfielen fast zwei Kollektionen. Trotz des Online-Shops, der in normalen Zeiten nur etwa zehn Prozent des Geschäfts ausmacht, sowie Angeboten wie "Click & Collect", brach der Umsatz stark ein. Inzwischen gibt es im Präsenzhandel aber einen deutlichen Nachhol-Effekt: Wie es scheint, schätzen die Kundinnen und Kunden das g Einkaufserlebnis in den Renaissance-Häusern.

Autorin: Friederike Grabitz Freie Journalistin redaktion@ihk-sh.de