

Miller & Monroe bringen frischen Wind in Brilon Arkaden

Jürgen Hendrichs 07.04.2018 - 14:00 Uhr

Vögele geht, Miller & Monroe kommt: Am 28. April eröffnet die niederländische Modekette in den Brilon Arkaden

Brilon. Brilon gehört für junge Modekette aus den Niederlanden zu den ersten Standorten in Deutschland. Zielgruppe ist die Generation 40+

In die Brilon Arkaden kommt frischer Wind: „Gleich in der ersten Welle“ dabei ist Brilon, wenn die niederländische Modehauskette Miller & Monroe in diesem Frühjahr nach Deutschland expandiert. Der Termin ist bereits im Schaufenster angeschlagen: Genau heute in drei Wochen, am Samstag, 28. April, bezieht Miller & Monroe die bisherige Vögele-Fläche.

Was die neuen Betreiber vorhaben: „Wir werden hier jetzt keine bessere Kopie von Charles Vögele machen“, so der General Manager Deutschland des Unternehmens, Armin Funk, jüngst in einer Branchen-Fachzeitschrift. Miller & Monroe sei „eine neue Welt, deutlich frischer, moderner und emotionaler“.

Zum 1. April hat die niederländische Vidrea Retail B.V. die verbliebenen deutschen 200 Vögele-Filialen übernommen, darunter auch die in Brilon. Die wollte sich im vergangenen Jahr allerdings in einem kleinen Paket von 14 Standorten die Dortmunder Handelskette Tedi ins Unternehmens-Portfolio holen. Deren Plan: Ihren unmittelbar angrenzenden und noch im vergangenen Jahr von 246 auf 425 qm erweiterten Sonderpostenmarkt noch weiter zu vergrößern.

Übergabe an Tedi gescheitert

Das scheiterte jedoch aus bauordnungsrechtlichen Gründen. Die Stadt lehnte die beantragte Nutzungsänderung ab. Was auf wieviel Quadratmetern Fläche in den Brilon Arkaden verkauft werden darf, ist per Sortimentsliste im Bebauungsplan genau festgelegt.

Diese Flächenbeschränkung dient dem Schutz des innerstädtischen Einzelhandels. Und daran scheiterten die Tedi-Pläne. Wegen der saisonal ständig wechselnden Sortimente sei das Warenangebot des Discounters „sehr schwer zu fassen“, so Bauordnungsamtsleiter Volker Lange.

Ein – wie jetzt anstehender – branchenidentischer Betreiberwechsel benötigt keine behördliche Absegnung.

Infokasten:

Flächenobergrenzen für Sortimente festgelegt

In den Brilon Arkaden dürfen z. B. folgende Sortimente insgesamt diese Verkaufsflächen nicht überschreiten: Bekleidung 1500 qm, Unterhaltungselektronik & Elektrohaushaltsgeräte 1500 qm, Schuhe 400 qm, Bücher 150 qm, Backwaren 100 qm, Modeschmuck 100 qm, Geschenkartikel 150 qm, Blumen 100 qm.

Miller & Monroe ist ein junges niederländisches Modeunternehmen, das mit der Übernahme von 72 Vögele-Standorten in den Niederlanden im vergangenen Jahr an den Start ging. Zielgruppe ist die Generation 40+, ein Kundenkreis, für den größere Ketten „oft nicht die ideale Passform bieten“, wie Marketing-Direktorin Evelien Ollongren in einem Interview mit dem Branchenmagazin FashionUnited sagte.

Miller & Monroe ist nicht nur der Name der Shops, sondern auch der Eigenmarke des Unternehmens. Rund 20 Modemarken führt die Kette standortabhängig in ihren Läden, darunter Tom Tailor und Lerros, aber auch einige ehemalige Vögele-Marken werden die Kunden wiederfinden.

Lifestyle-Accessoires

Kinderkleidung wird es nicht mehr in dem Laden geben, dafür aber verstärkt sogenannte Lifestyle-Accessoires.

Zudem soll es Ruhezeiten und Kaffee-Ecken in den offen und luftig eingerichteten und ausgestatteten Geschäften geben. Mit zehn bis zwölf Teilen pro Quadratmeter würden bei Miller & Monroe nur fast halb so viele Artikel wie zu Vögele-Zeiten angeboten.

Den Namen hat der Modekonzern von zwei unvergessenen Stars aus dem amerikanischen Show-Business adaptiert: Arthur Miller und Marilyn Monroe. Das Hollywood--Glamourpaar der späten 50er Jahre sei ja speziell der angesprochenen Kunden-Zielgruppe noch präsent, glaubt das Unternehmen.

Und noch eine gute Nachricht: Die achtköpfige bisherige Vögele-Belegschaft behält auch unter dem neuen Eigentümer und Label ihren Arbeitsplatz.

Quelle: <https://www.wp.de/staedte/altkreis-brilon/miller-monroe-bringen-frischen-wind-in-brilon-arkaden-id213942395.html>