

Tekst 1

Auf leisen Sohlen

Turnschuh-Sammler aus ganz Europa pilgern auf der Jagd nach limitierten Modellen zum Berliner Sneaker-Laden „Solebox“

(1) Hikmet Sugoer saß in seinem muffigen Lagerraum zwischen meterhoch aufgetürmten Schuhkartons und las die E-Mail erneut. „Kein Witz, für ein Paar
5 ‚Puma Yo! MTV Raps‘ tue ich alles“, stand da.

(2) Nur 24 Exemplare der rosafarbenen Schuhe à 120 Euro hatte Sugoer damals auf Lager. Die einzigen 24
10 deutschlandweit. Draußen, auf dem Trottoir vor dem Ladenfenster, warteten in jener Nacht rund 60 jüngere Kunden mit Schlafsäcken und Isomatten. So lange, bis der stämmige
15 34-Jährige morgens sein Geschäft aufschloss und die Wartenden in Zweiergruppen reinließ.



(3) Sein ganz in Weiß gehaltener Laden „Solebox“ unweit der Gedächtniskirche gilt als einer der besten Anlaufpunkte für Turnschuhfans aus ganz Europa. In Deutschland gibt es kein anderes Geschäft, das mehr limitierte Modelle anbietet. Masseware à la „Foot Locker“ gibt’s hier
25 nicht. 2 gibt es Exklusives für Preise zwischen 60 und 500 Euro. Nur wenige Top-Läden dürfen die raren Sammlermodelle der Hersteller
30 vertreiben. Bei „Adidas“ firmieren die

unter dem Namen „Consortium“, bei „Puma“ ist es „The List“, bei „Nike“ „Quickstrike“ und bei „New Balance“ das „Super Team 33“. Sugoers
35 „Solebox“ spielt in jeder dieser Top-Ligen mit. Grellgrüne oder goldene Nike „Air Force One“ gelten inzwischen als salonfähig, aber die Avantgarde dieses Trends bilden nach wie vor die Sneakerheads, Turnschuhsüchtige, die Fußbekleidung sammeln wie Überraschungseier-Figuren.

(4) Sie wissen: Fast jedes limitierte Modell, das es bei „Solebox“ gibt,
45 steigert seinen Wert beim Verlassen des Geschäfts um das Doppelte bis Zehnfache. „Vorausgesetzt, die Schuhe bleiben ungetragen und originalverpackt“, sagt Sugoer, dessen 2003
50 eröffnetes Geschäft laut eigener Aussage alljährlich hundertprozentige Umsatzsprünge aufweisen kann.

(5) Der ursprünglich aus der Türkei stammende Mann mit der Schuhgröße
55 42 ist selbst ein Sneakerhead. In seiner Wohnung hat Sugoer ein 30 Quadratmeter großes Zimmer mit Ikea-Regalen für seine mehr als 500 Turnschuhpaare eingerichtet. „Eigentlich habe
60 ich ‚Solebox‘ nur gegründet, um selbst günstig an die Schuhe zu kommen“, berlinert er. Mit weniger als 4 000 Euro Eigenkapital startete Sugoer, der zuvor schon Eis, Schallplatten und
65 Döner verkaufte, um sein Studium zu finanzieren. Seine Ware ließ er teilweise aus Japan und den USA querimportieren, weil die großen Marken ihn ignorierten. „Meine ersten
70 Regale bestanden aus Schuhkartons.“

- Die waren billig und vermittelten Glaubwürdigkeit.“
- (6) Die Glaubwürdigkeit sei das Wichtigste für ihn und seine fünf
- 75 Mitarbeiter. „Ich lebe den Turnschuh, gehöre zur Community, bilde mich fort wie ein Aktienhändler.“ Bei Fachbegriffen wie „Midsole“, „Lining“ oder „Heelstab“ mache ihm keiner was vor.
- 80 Von seinem Erfolg müssen auch Werber in den USA erfahren haben. Für den Telekommunikationskonzern „AT&T“ ließen sie binnen zwei Tagen in einem Studio in Los Angeles Sugoers
- 85 „Solebox“ eins zu eins als Kulisse für einen TV-Spot nachbauen. Auch US-Musikgröße Pharrell Williams wurde auf ihn aufmerksam. Der auch designende Produzent lässt exklusiv in
- 90 dem Geschäft die Kleidung seines Labels „Billionaire Boys Club“ verkaufen – für Preise um die 95 Euro pro T-Shirt.
- (7) Nur den HipHopper Busta Rhymes
- 95 hat Sugoer in schlechter Erinnerung. „Er suchte nach dem nicht mehr verfügbaren ‚Air Max 90‘ mit aufgenähten Kleeblättern. Ich wollte ihm beweisen, dass ich den Schuh besorgen
- 100 kann.“ Nach langer Recherche habe er ihm ein Exemplar per Expresslieferung als Geschenk ins Hotel schicken lassen. Dann rief Rhymes Manager an, der
- 105 statt zu danken, sich beschwerte, dass das Paar schon mal anprobiert wurde. Mit einem High Profile Customer wie Busta Rhymes sei so was nicht zu machen.



Focus

Tekst 1 Auf leisen Sohlen

- 1p 1 “Kein Witz ... ich alles” (regel 4-5)
1 Wat hebben mensen volgens alinea 2, behalve geld, concreet over voor een paar sportschoenen?
- 1p 2 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 26?
A Außerdem
B Stattdessen
C Trotzdem
- 2p 3 De “Puma Yo! MTV Raps” (regel 5) zijn iets “Exklusives” (regel 26), want ze zijn “Die einzigen 24 deutschlandweit.”(regel 9-10).
3 Citeer uit alinea 3 de **twee** woordgroepen waarmee hetzelfde aangeduid wordt.
- 1p 4 „dieses Trends“ (Zeile 39) bezieht sich auf
A das Eröffnen von Massenwarenläden wie „Foot Locker“.
B das Interesse an besonderen Turnschuhmodellen.
C das modische Design exklusiver Schuhläden.
D das Recycling berühmter Nike-Modelle wie „Air Force One“.
- 1p 5 „Der ursprünglich ... ein Sneakerhead.“ (Zeile 53-55)
5 Wer oder was sind „Sneakerheads“?
A Berliner, die immer auffallende Turnschuhe tragen.
B Hersteller von einzigartigen Turnschuhmodellen.
C Ladeninhaber, die besondere Turnschuhe verkaufen dürfen.
D Personen, die möglichst viele besondere Turnschuhe haben wollen.
E Turnschuhmodelle, die bei Jugendlichen besonders beliebt sind.
- 1p 6 Welche Funktion hat der 6. Absatz?
A Er beschreibt den Erfolg von Sugoers Unternehmen.
B Er erklärt, wie Sugoer seine Kunden wirbt.
C Er gibt Beispiele von bekannten Schuhdesignern.
D Er verdeutlicht einige Bezeichnungen aus der Schuhwelt.
- 1p 7 Was kann man aus dem 7. Absatz schließen?
A Bekannte Persönlichkeiten bezahlen wirklich jeden Preis, den man verlangt.
B Bestimmten Leuten kann man es einfach nie recht machen.
C Promis bekommen durch ihre Kontakte immer genau das, was sie suchen.