

TextilWirtschaft

NEWS | FASHION | BUSINESS

PREIS-KAMPF



50%
bei **H&M**

Hennes & Mauritz
überrascht mit
früher Rabatt-Aktion

KATAG WIRD HÄNDLER

Einkaufsverband will
Berliner Filialisten
Ebbinghaus übernehmen

VERTRIEBSALLIANZEN

TW-Spezial:
Der Kampf um die Flächen
im Handel wird härter

SCHRUMPF IM STRUMPF

Feinstrumpfhosen haben
in zehn Jahren
50% Umsatz verloren



SIGRUN WOHR

Pumps von Pucci? Fast ausverkauft!

Die Schuhbranche erlebt derzeit eine riesige Farbwelle. Da macht das Geschäft richtig Spaß. Sigrun Woehr bespielt sechs modische Geschäfte im Südwesten. Ihre Erfahrungen mit dieser Saison.

Im neuen Geschäft von Sigrun Woehr in der Kirchstraße in Stuttgart ist seit Wochen Hochbetrieb. Die neue Schuhmode boomt. Die Frauen bleiben mit sehnsüchtigen Augen vor den Schaufenstern stehen und haben sichtlich Freude an den überaus filigranen, farbenfrohen Sommerschuhen in der tiefen, weißen Auslage. Dabei kommt es zu kuriosen Situationen. Die Mitarbeiterinnen im Verkauf beschriften bei unserem Besuch gerade gelieferte Schuhkartons mit den Namen von Kundinnen. Sigrun Woehr: „Die Burberry-Ballerinas in Pastellen sind in dieser Saison unheimlich begehrt. Was wir haben, ist seit Wochen reserviert, obwohl wir den Frauen noch gar keinen genauen Preis nennen können.“

Das war vor wenigen Wochen, als wir mit Sigrun Woehr die Eröffnung ihres neuen Stuttgarter Geschäftes feierten. Das neue Geschäft in der Kirchstraße ist ihr zweites in der Landeshauptstadt. Sie hat bereits ein Geschäft in der Hirschstraße, das jetzt mit einem neuen Konzept arbeitet. Angefangen hat sie aber ganz woanders, nämlich in Pforzheim. Und dieser Stadt ist sie bis heute treu geblieben. Ihr „Baby“ dort gibt Sigrun Woehr nicht her. Ihr erstes Schuhgeschäft hat nur 50 m². Eröffnet hat sie es 1984. Heute laufen sechs Schuhläden unter dem Namen „Sigrun Woehr“. Alle liegen im Raum Stuttgart, Karlsruhe, Pforzheim, Heilbronn. Sie führt sie gemeinsam mit ihrem Mann Hans-Peter: „Wir sind ein Dreamteam mit zwei Spie-

lern.“ Der gelernte Elektro-Ingenieur hat zwar die ersten Jahre in seinem Beruf weiter gearbeitet, seine Frau aber immer unterstützt – zumindest „moralisch“, wie Sigrun Woehr erzählt. „Er hat gesagt: Form Dich, in Deinem Beruf!“ Und das hat die Steuerberaterin schnell getan. Denn ihr Herz schlug schon immer für schönes Schuhwerk: „Als Kind musste ich zum Kieferchirurgen gehen. Und jedes Mal, wenn die Behandlung vorbei war, durfte ich mir etwas



» Vielleicht ist das ein Teil unseres Erfolges: die Vielfalt. Wir haben Sportives, Mädchenhaftes, Elegantes, und zwar immer ausgesuchte Exemplare. Der Mix macht's.«

Sigrun Woehr

wünschen. Ich habe mir kein Spielzeug gewünscht, sondern Schuhe.“

Als dann in genau dem Haus, in dem der Kieferchirurg seine Praxis hatte, ein kleines Ladenlokal frei wurde, schien ihr das ein Wink des Schicksals. Mittlerweile hat Sigrun Woehr in Pforzheim außerdem ein Geschäft mit gut 200 m², in dem sie nicht nur Schuhe verkauft: Von D & G über See by Chloé bis Corleone und zu Jeans von Blue Cult reicht ihre Auswahl an modischer Bekleidung. Zum Herbst kommen noch

Citizen of Humanity und Blue Blood hinzu. Ein ähnliches Konzept schwebte ihr vor, als in Stuttgart ein Geschäft in der Kirchstraße frei wurde. Direkt neben Escada, unweit vom Modehaus Fischer und vom Louis Vuitton-Store. „Wir haben während der Renovierung aber bemerkt, dass ein solcher Mix in diesen Räumen schwierig ist.“ So hat sie sich ausschließlich für Schuhe entschieden: „Eine so große Stadt und an diesem Standort lohnt es sich, ein reines Schuhgeschäft zu betreiben.“ Ganz fremd ist ihr Stuttgart nicht: Seit dem Jahr 2000 existiert bereits in der Hirschstraße ein Laden von Sigrun Woehr. Dort präsentiert sie jetzt das etwas preiswertere Sortiment, das bei rund 150 Euro VK endet.

Eine Bühne. Der Laden ist wie die Schuhe: stylish, hell, doch extrem freundlich. „Design ist eines meiner Hobbys. Wir haben die Ideen für die Einrichtung gemeinsam mit der Ippolito Flights Group entwickelt.“ Kein Schnickschnack, keine Illustrationen oder Firmen-Aufsteller. 140 m² pure Bühne für Schuhe. Mit Anspruch. Denn Basic – das ist nicht das Ding von Sigrun Woehr. Weder bei Innenarchitektur, noch beim Sortiment: „Wenn ich über eine Schuhmesse gehe, dann suche ich Highlights.“ Schuhe sind ihr eine Her-



Wie auf einer Bühne: In tiefen, weißen Auslagen präsentiert Sigrun Woehr ihre anspruchsvolle Schuh-Mode



zenssache: „Ich kaufe nicht nur einen Schuh, weil man in ihm laufen kann. Für mich ist es ein ästhetisches Produkt.“ Es sind also Menschen, die selber Lust am Schuh haben, die bei Sigrun Woehr kaufen. „Ich hatte mal eine Kundin, die hat 19 Paar Schuhe auf einmal gekauft. Sie saß in einem Berg von Schuhen und konnte sich einfach nicht entscheiden...“

Keine Schwellenangst. Natürlich hat ein ästhetisches Produkt seinen Preis. Aber es kommt nicht nur die Dame mit Designer-Haarschnitt und Kellybag ins Geschäft. Es kommen

auch normale junge Frauen, die Plastiktüte eines Vertikalen am Handgelenk. Gibt es keine Schwellenangst? „Die darf es nicht geben. In einem Schuhgeschäft muss einfach Bewegung sein. Exklusive Bekleidungsäden, die können sich mehr Ruhe erlauben“, so die Schuh-Fachfrau.

Ein gut aussehender junger Mann im Parka probiert coole Kreuzband-Sandalen an: „Das ist der Fußballspieler vom VfB“, flüstert eine Mitarbeiterin Sigrun Woehr zu. Vorige Woche war er schon mal im Geschäft gewesen. Jetzt kauft er die Sandalen. „Aber generell habe ich die Männer in Sachen Mode überschätzt“, sagt Sigrun Woehr. „Sie kaufen schon sehr funktionell.“ Prada, Puma, Bikkembergs und Miu Miu, das sind einige der Labels für Männer. Rund um die Frauen – da schlägt das wahre Herz des Ladens. Was sind die Highlights in dieser Saison? Zarte Strass-Kunstwerke von Dolce & Gabbana, Dianetten von Pedro Garcia, hochfarbige Pumps von Pucci („fast ausverkauft“). Die Ballerinas von Enrico Antinori sind nur noch in Perlmutter-Tönen zu haben. Alle anderen Farben wurden von Fashion Victims schon nach Hause geholt. „Rosé, Pink, Flieder – das alles läuft in dieser Saison einfach fantastisch.“

Der Trend zur Farbe hält seit Monaten an. Ob als kariertes Burberry-Ballerina, als filigraner High Heel oder Adidas-Edelsneaker. „Bereits im Dezember war der Speed Cat von Puma in

Flieder ausverkauft. Wir haben ihn zweimal nachbestellt und trotzdem war er innerhalb von zwei Wochen in allen Läden ausverkauft“, berichtet eine Mitarbeiterin. „Vielleicht ist das ein Teil unseres Erfolges: die Vielfalt. Wir haben Sportives, Mädchenhaftes, Elegantes. Der Mix macht's“, ergänzt Sigrun Woehr. Von all dem aber ausgesuchte Exemplare.

Das ist ein weiteres wichtiges Verkaufsinstrument: Verknappung schafft Begehrlichkeit. In der Regel gibt es ein, zwei Paar pro Größe in jeder Filiale. „Viele Kundinnen denken so: Wenn ich den Schuh in Größe 36 kaufe, dann kann praktisch kein anderer in der Stadt ihn in der Größe tragen.“ Vielleicht kauft deshalb eine junge Frau die strahlenden Multicolor-Pumps von Andrea Lattanzi, obwohl es an diesem Tag draußen noch ziemlich kalt ist: der totale Spaß für diesen Sommer. „Alles, was witzig und bunt ist, das läuft gut“, sagt Sigrun Woehr. Demnächst gibt es noch mehr davon: „Gürtel, Portemonnaies, Zigarettenetuis. All diese hübschen, kleinen Dinge, auf die Frauen zurzeit supergut reagieren. Dieses Feld will ich zum Herbst ausbauen. Da habe ich in Paris Sachen gefunden...“ Spaß bereitet sie ihren Kundinnen nun schon mit sechs Geschäften. Könnten es noch mehr werden? „Dein Name ist doch eingeführt, sagt mein Mann. Und was eingeführt ist, das muss man weiterführen...“ ■

GUDRUN ALLSTÄDT

Die Geschäfte und die Labels

Sigrun und Hans-Peter Woehr führen insgesamt sechs Geschäfte: zwei in Stuttgart, zwei in Pforzheim und jeweils eines in Karlsruhe und Heilbronn.

Die Labels bei Schuhen:

Dolce & Gabbana, Chloé, Missoni, Marni, Jimmy Choo, Stella McCartney, Helmut Lang, Prada, Prada Sport, Miu Miu, Puma, Adidas, Dior, Yves Saint Laurent, Emilio Pucci

Die Labels bei Taschen:

Jimmy Choo, Marni, Jil Sander, Miu Miu, Helmut Lang.