

Familie Angéloz, Les Boutiques Angéloz Mode SA, Freiburg

«Wir sind ständig auf der Suche nach neuen Modetrends»

Seit vier Generationen stellt sich die Familie Angéloz den Herausforderungen der Modewelt. Das Familienunternehmen ist im Kanton Freiburg Marktführer im Bereich Premium-Mode – mit renommierten Marken und Originallabels. Künftig werden die drei Kinder von Albert und Christiane Angéloz die operative Leitung übernehmen. Ein Gespräch über die Firma, ihre Werte und die konsequente Ausrichtung auf die Kunden. **Valérie Beauverd**

Welche Besonderheiten zeichnen Ihr Unternehmen aus?

Familie Angéloz: Wir gehören zu den seltenen unabhängigen Detailhandelsunternehmen, und wir, also Philippe, Anne-Laure und Christophe, stellen bereits die vierte Generation. Wir positionieren unser Unternehmen im Premium-Segment der Spitzenklasse, und wir haben immer darauf geachtet, innovativ zu sein und uns immer wieder neu zu erfinden. Konkret bedeutet das, dass wir ständig auf der Suche nach neuen Marken sind, seien es nun Labels, die aktuell sind und den Modetrends folgen, oder spezielle Marken, die auf einen Produkttyp fokussieren, etwa Amsterdam-Schuhe, amerikanische Parkas, Schmuck von Pariser Kunsthandwerkern oder italienische Lederwaren. Herkunft und Verarbeitungsqualität sind heute sehr wichtig. Unser Sortiment wird ständig ausgebaut: Das ist ein Mittel, unserer Kundschaft Leidenschaft und Emotionen zu vermitteln.

Strategie entwickelt, die auf Kundendienst, sorgfältig ausgewählte Produkte, verkaufsfördernde Ambiance und Emotionen setzt.

Liegen die Stärken Ihres Unternehmens eher in der Innovation oder der Tradition?

Unser Unternehmen war über alle Generationen hinweg immer fähig, Innovationen umzusetzen. Ende 2008 haben wir umfangreiche Renovationsarbeiten in unserem Hauptgeschäft in Freiburg unternommen. Wir haben auf vier Etagen vergrössert, was eine Gesamtfläche von 1500 Quadratmetern ergab. Zudem haben wir vor zwei Jahren im Stadtzentrum ein völlig neues Konzept in die Tat umgesetzt: «1906 by Angéloz». Wir bedienen da in einer nüchternen, loftähnlichen Atmosphäre eine junge, trendige Kundschaft. Das Sortiment: Denims, Vintage, Streetware. Unsere Kunden begeben sich in unterschiedliche Läden mit unterschiedlichen Konzepten, das bietet ihnen eine riesige Auswahl. Und für uns ist das eine einmalige Gelegenheit, das Angebot zu erweitern.

Was für Kanäle bevorzugen Sie mit Blick auf die Kommunikation?

Vor drei Jahren haben wir unser eigenes Magazin entwickelt. Heute publizieren wir es in einer Auflage von 10000 Exemplaren und machen damit nicht nur Werbung für unsere Produkte und unser Unternehmen, sondern stellen auch regionale Besonderheiten vor. Wir bringen auch Testimonials von Freiburger Persönlichkeiten, die Werte vertreten, die auch uns am Herzen liegen. Für die Shootings der Kollektionen gehen wir an Orte, die typisch sind für den Kanton. Für die Herbst- und Wintersaison haben wir etwa das Thema Luftfahrt gewählt und ein Shooting auf dem Flugplatz Freiburg-Ecuwillens organisiert. Unser Magazin ist ein wertvolles Medium, welches das Image unseres Hauses stützt. Wir sind zudem aktiv in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram, um eine

«Wir sind jeden Samstag persönlich in unseren Läden präsent und in Kontakt mit unserer Kundschaft.»

Wie präsentiert sich die wirtschaftliche Lage in der Textilbranche?

In der Modewelt unabhängig zu bleiben, wird immer schwieriger. Die grossen Player üben einen starken Druck auf den Markt aus, und der E-Commerce ist ebenfalls zu einem wichtigen Faktor geworden. Mode ist ein sehr weitläufiger Markt, auf dem sich neue Trends rasch entwickeln. Noch vor zehn Jahren rechnete man mit einem Jahr, bis ein Modetrend die Schweiz erreichte. Heute, mit dem Internet und den sozialen Netzwerken, reagiert der Konsument schneller und will die neuen Stücke aus New York oder Tokio sofort haben. Um in diesem Umfeld zu überleben, haben wir eine klare



Philippe, Christiane, Anne-Laure, Albert und Christophe Angéloz (von links) führen das gleichnamige Modehaus. Künftig hält die neue Generation die Zügel in den Händen. Philippe und Christophe Angéloz haben in Deutschland Textil-Management studiert und in den USA einen MBA in Unternehmensführung erworben. Anne-Laure Angéloz hat eine Ausbildung in Human Resources und einen Master in Arbeitspsychologie der Universität Neuenburg.

jüngere Kundschaft anzuziehen und unsere Sichtbarkeit zu erweitern.

Haben Sie Probleme, das von Ihnen benötigte Fachpersonal zu rekrutieren?

Gegenwärtig beschäftigen wir 60 Angestellte. Und wir erhalten jeden Tag zahlreiche Bewerbungen. Wir müssen diese sehr sorgfältig begutachten, denn unsere Verkaufsberaterinnen und -berater müssen über ein ganz konkretes Profil verfügen. Wir sind der Ansicht, eine qualitativ hochstehende, individuelle Beratung ist ein entscheidender Faktor, mit dem wir uns von unserer Konkurrenz abheben können.

Engagiert sich Ihr Unternehmen in der Berufsbildung?

Dieses Jahr beschäftigen wir in unseren verschiedenen Filialen sieben Lernende. Es gibt im Rahmen der Berufsbildung leider keine gesonderte Ausbildung mehr, die speziell auf den Verkauf von Textilien zugeschnitten ist. Aus diesem Grund organisieren wir jeden Monat Ausbildungssequenzen für unsere Lehrlinge, damit sie sich die erforderlichen Kompetenzen aneignen können.

Wie funktioniert Ihr Unternehmen im Innern, und worauf achten Sie bei den Mitarbeitenden?

Zwischen Direktion, Filialleitungen und Mitarbeitenden herrscht eine flache Hierarchie, und wir tauschen uns jede Woche mit den Verantwortlichen sämtlicher Filialen aus. Um ein Unternehmen wie unseres zu leiten, braucht es körperliche Fitness. Das ist einer der Gründe, weshalb wir unsere Mitarbeitenden dazu ermutigen, regelmässig Sport zu treiben. In den letzten paar Jahren haben wir einen Trainer engagiert, dessen Aufgabe es ist, die grosse Mehrheit der Mitarbeitenden zur Teilnahme am Nordic-Walking-Lauf Murten-Freiburg zu bewegen. Es haben sich tatsächlich viele eingeschrieben und es freut uns echt, dass ein paar von ihnen auf den Geschmack gekommen sind.

Welches ist der Schlüssel für Ihren Erfolg?

Natürlich unsere Kunden! Wir sind jeden Samstag persönlich in unseren Läden präsent und in Kontakt mit unserer Kundschaft. So bleiben wir auch in Verbindung mit der Schlüsselkompetenz unseres Metiers, dem Verkauf. Das ist für uns unverzichtbar. Wir bleiben am Puls unseres Unternehmens. Um uns von unserer Konkurrenz abzuheben, konzentrieren wir uns auf Qualitätsprodukte, die alle eine Geschichte zu erzäh-

len haben: etwa die italienischen Schuhe, die mit grosser Handwerkskunst in einem Familienbetrieb hergestellt werden. Da bereitet jedes einzelne Stück grosse Freude. Worauf wir in erster Linie Wert legen, ist Authentizität.

Zum Schluss: Wie sieht die Zukunft der Familienfirma Angéloz aus?

Der Übergang von der dritten zur vierten Generation ging sanft über die Bühne, also Schritt für Schritt. Wir haben uns dafür Zeit genommen, denn so etwas ist für jeden Familienbetrieb eine Herausforderung. Der Stab ist übergeben worden, doch wir pflegen weiterhin das Vergnügen, miteinander zu arbeiten. Die neue Generation hat ihre Spuren im operativen Geschäft bereits hinterlassen, aber die wichtigen Entscheidungen treffen wir immer noch zu fünft. Das ergibt eine ideale Kombination zwischen jugendlichem Schwung und Weisheit! ■

Valérie Beauverd ist Redaktorin bei Cadence Conseils in Lausanne.