



Convenience mit Qualität: „Kleider machen Leute, dieses Sprichwort stimmt heute mehr als vor einigen Jahren“, sagt Harper & Fields Master Franchisenehmer Wolfgang Pichler. Um seinen Kunden noch mehr Bequemlichkeit zu bieten kommt er zu ihnen - nach Hause, ins Büro oder ins Hotel. Dort wird Maß genommen und ausführlich beraten. Dann, nach rund drei Wochen wird der fertige Anzug an den Kunden geliefert.

Textilhandel Die Traditionsmarke Harper & Fields kommt mit neuem System für Maßschneiderei in die Alpenrepublik

„Richtiges Outfit entscheidend beim beruflichen Aufstieg“

Das Franchise-Modell von Harper & Fields pusht mit Maßanzügen Karrieren – im doppelten Sinn.

BRITTA BIRON

Salzburg. „Das System hat mich von Anfang an überzeugt, denn es entspricht ganz der Art, wie ich selbst einkaufen möchte“, sagt Wolfgang Pichler, Master Franchisenehmer von Harper & Fields Österreich. Für den ehemaligen Vertriebs- und Marketingmanager gehörten Anzug und Krawatte auch bisher ganz selbstverständlich zum Berufsalltag.

Womit er allerdings immer wieder seine liebe Not hatte, war der Anzugkauf. „Das ist Stress. Und damit stehe ich – wie ich aus vielen Gesprächen weiß – nicht alleine da“, so Pichler weiter. Da wäre einerseits schon der Zeitfaktor, der es den Führungskräften schwer macht, das Passende zu finden. Andererseits sitzt die Stangenware auch selten ohne die eine oder andere Änderungsmaßnahme wirklich gut. Und drittens bleibt beim Konfektionsanzug so gut wie kein Raum für Individualität. „All diese Gründe sprechen klar für den Maßanzug, der ganz auf den jeweiligen Kunden zugeschnitten ist“, erläutert Pichler.

Britische Tradition

Gegründet wurde Harper & Fields 1874 in Mittelengland von den Maßschneidern Jonathan Harper und Thomas Fields. 2003 erwarb der Deutsche Jörg Messerschmidt die traditionsreiche Marke und entwickelte das erfolgreiche Franchise-Modell der Homeservice-Schneider, das

Pichler nun auch in Österreich zum „Maß der Dinge“ für die gut gekleidete Führungsschicht etablieren möchte. Das Sortiment umfasst Maßanzüge und -hemden, Mäntel, Krawatten

„Mit unserem System demokratisieren wir das ehemalige Luxusgut Maßkleidung, ohne dabei die kleinen, aber feinen Details zu verlieren.“

W. PICHLER, MASTER FRANCHISE-NEHMER HARPER & FIELDS

sowie in Kooperation mit lokalen Schuhmanufakturen auch edle Maßschuhe.

„Kleider machen Leute – dieses Sprichwort stimmt heute mehr als noch vor einigen Jahren“, so Pichler. Und es sind längst nicht nur die Top-Manager, die auf feines Tuch und perfekten Sitz Wert legen. Auch die junge Generation hat erkannt, dass sich das Investment in stilsicheres Outfit lohnt. „Und mit unserem System wird das ehemalige Luxusgut Maßkleidung demokratisiert, an die Bedürfnisse der Zeit angepasst,

ohne dabei aber seinen typischen Charakter und die kleinen, aber feinen Details zu verlieren.“

Bequemlichkeit für den Kunden – sowohl beim Einkauf als auch beim Endprodukt – zeichnet Harper & Fields aus. „Unsere Partner besuchen den Kunden ganz nach dessen Wunsch zu Hause, im Büro oder auch im Hotel, nehmen Maß und beraten bei der Auswahl von Stoffen und Schnitten. Diese Daten werden dann via Internet an die Produktion übermittelt und nach etwa drei Wochen liefert der Berater den Anzug an den Kunden“, erklärt Pichler.

Verarbeitet werden ausschließlich qualitativ hochwertige Stoffe bekannter Tuchwebereien wie etwa Loro Piano, Cerruti oder Ermengildo Zegna, aber auch kundeneigene Stoffe. „Preislich liegt der maßgefertigte Anzug etwa auf dem gleichen Niveau wie ein höherwertiges Konfektionsmodell. Und auch Markenware bleibt Massenware und kann der Persönlichkeit des Trägers nie so perfekt gerecht werden wie ein Maßanzug“, so Pichler. 2009 soll das Angebot um klassische Businessoutfits für Damen erweitert werden.

Karriere mit Maß

Eine Schneiderlehre braucht man nicht, um Partner von Harper & Fields zu werden. Pichler dazu: „Unsere besten Partner kommen aus Vertrieb und Marketing, sind kommunikativ und

verfügen über gute Netzwerke. Ein Grundverständnis für Mode sowie Unternehmergeist muss natürlich vorhanden sein.“ Sind diese Parameter gegeben, so bietet das Harper & Fields-Franchisemodell attraktive Perspektiven bei gleichzeitig äußerst

„Unser bisher bester Partner hatte den Eigenkapitalbedarf in nur sechs Wochen wieder herinnen.“

WOLFGANG PICHLER

geringem Risiko. „Der Eigenkapitalbedarf liegt bei nur 9.950 Euro. Unser bisher bester Partner hatte diese Investition in nur sechs Wochen wieder herinnen. Beim Home-and-Office-Service sind auch keine weiteren Investitionen oder Lagerhaltungskosten notwendig“, erläutert Pichler. Dafür erhält der Partner eine intensive zweitägige Schulung, bei der das notwendige Basiswissen, Material- und Stoffkunde sowie das korrekte Maßnahmen vermittelt wird; es gibt ausführliche Unterlagen sowie eine DVD zum Thema Maßnehmen mit zahlreichen Tipps und Infos. Außerdem steht noch eine Hotline für alle tech-

nischen Fragen bereit. Inkludiert ist auch ein Schlupfmuster für die Anproben, die Musterbücher und Kataloge, der persönliche Maßanzug – schließlich ist der Berater selbst sein bester Werbeträger – und laufende Unterstützung in allen geschäftlichen Fragen. Zusätzlich wird auch ein Easy Business-Modell für Maßhemden und Accessoires angeboten – für jene, die sich nebenberuflich ein zweites Standbein schaffen wollen.

Ziel: 15 Partner bis 2009

„Der Aufstieg zum hauptberuflich tätigen Voll-Franchisenehmer ist natürlich jederzeit möglich. Optional ist aber auch die Eröffnung eines Shops bzw. Ateliers. Interessenten können also – je nachdem, wie viel Zeit und Geld sie investieren möchten – aus verschiedenen Varianten wählen. Die Tätigkeit als Harper & Fields-Berater ist etwa – wie die Erfahrung in Deutschland bereits gezeigt hat – auch ideal für den beruflichen Wiedereinstieg von Frauen nach einer Familienpause“, erläutert Pichler weiter.

Bis Ende 2009 plant er, 15 hauptberufliche Partner in den österreichischen Ballungsgebieten zu etablieren. „Wir bieten keinen Gebietswohl aber einen Kundenschutz“, erläutert er, der selbst vom heimischen Salzburg aus Kunden in Wien betreut. „Ein guter persönlicher Kontakt zum Kunden ist in unserem Metier sehr wichtig“, so Pichler abschließend. www.österreich.harper-fields.com