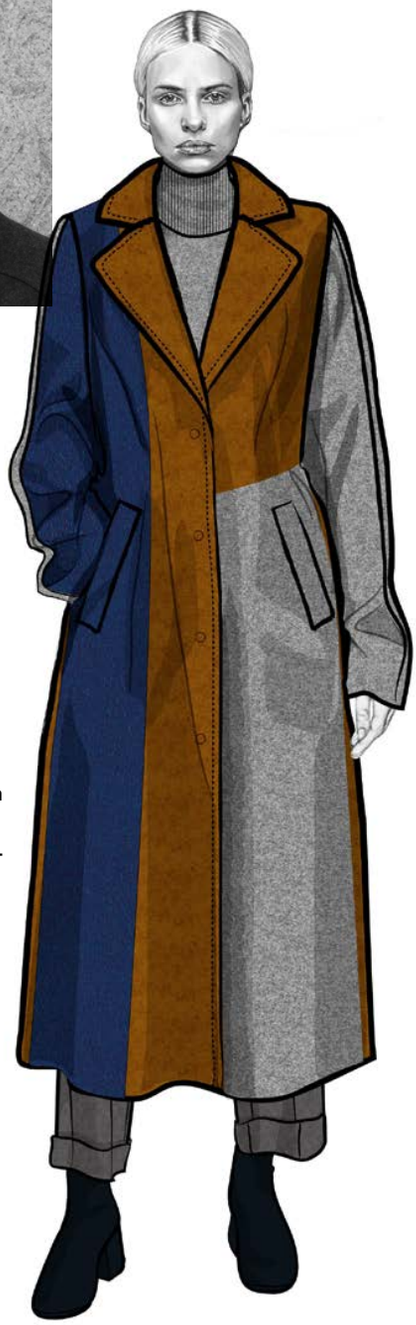
STEINER1888

„AM ANFANG WAR DER STOFF“

Die Branche erfährt eine Rückbesinnung. Schneller, höher, weiter war einmal. Heute fordern Kunden Qualität und Storys. Steiner1888 investiert für die Charakterisierung der Marke in hochwertige Produkte. Inhaber Johannes Steiner über Loden als Basis, die das Profil des Unternehmens prägt.

Interview: Stephan Huber. Text: Veronika Zangl. Fotos: Steiner1888

Johannes Steiner investiert kräftig in die Marke.



Mit seiner neuen Kollektion bestreitet Steiner1888 den ersten Schritt zu einer viel klareren Profilierung und einem Trading-up.

Bei Steiner1888 wird Loden immer Kernelement sein. Wie breit muss eine Kollektion sein?
Wir können nicht alles abdecken, das ist auch nicht unser Ziel. Darum verzichten wir zum Beispiel bewusst auf Hemden, Blusen und Strick. Gleichzeitig entwickeln wir neue Qualitäten und setzen dafür auf den Input von außen, wie mit unserem neuen Designer Christian Weber. Gemeinsam zogen wir Bilanz und stellten fest, am Anfang war der Stoff. Darauf basiert unsere Neuausrichtung. Wir produzieren das Material ja selbst und konzentrieren uns jetzt auf Jacken, Outdoor wie Indoor. Der Lodenmantel für Damen und Herren ist absolut gefragt. Gleichzeitig bieten wir Neuheiten wie Leichtloden und Softloden. Nicht zu vergessen den Vintage-Loden. Wir bedienen die ganze Bandbreite und interpretieren klassische Modelle neu. Aktuelles Beispiel: ein Patchwork-Lodenmantel. Die Kollektion braucht hin und wieder etwas Ausgefallenes.

Ein Schaufensterteil, stimmt. Aber das ist auch der Moment, wo der erfahrene Verkaufsleiter mit einer Limited Edition wirbt.
Genau. Wir wollen Neues bieten. Deshalb gibt es neben ganz leichten Lodenqualitäten auch Caban-Typen. Wenn Kunden unsere Jacken probieren, sollen sie sich wohlfühlen. Dazu zählt auch die Optik. Steiner1888 verbindet Loden mit ganz besonderen Mustern und Farben. Aktuell sind beispielsweise Karo Dessins oder Modelle in Rot, Rost oder Blau. Einen grauen Loden hat inzwischen fast jeder im Schrank, aber einen rost-roten? Die ausgefallene Optik kombinieren wir mit besonderen Schnitten wie Kurzmantel oder Parka. Sehr hochwertig, aber schlicht verarbeitet. Kunden suchen diese Highlights, die wir gerne bieten.

Jacken bedeutet vom Blazer bis zum Schladminger. Wo bleibt da die Hose, für die Steiner1888 bekannt ist?
Bei Hosen liegt unsere Produktkompetenz. Wir setzen hierbei auf zwei Schnitte, einen schmäleren und einen etwas weiteren. Allerdings gibt es unterschiedliche Einsatzgebiete wie den Lodenstretch, den wir speziell dafür entwickelten. Gleichzeitig bieten wir Modelle mit einem etwas kernigeren Lodenthema. Hosen sind bei Steiner1888 immer präsent.

Die neuen Höhepunkte für Konsumenten sind Storys. Welche bietet ihr?
Wir entwickeln ein spezielles Mini-Booklet, das die Geschichte von Steiner1888 direkt am Produkt erzählt. Darin werden Stofftradition und Materialwissen kommuniziert. Der Kunde trifft die Kaufentscheidung vor Ort und den erreichen wir am besten mit authentischen Geschichten. Der Kunde taucht in die Welt von Steiner ein und wird von der Wertigkeit der Produkte überzeugt. Mit dem Ziel, dass er sagt: Das muss ich haben.