



Label-Gründerin
ANGELA WOHLMUTH

43 JAHRE, 100% WIEN, IN EINER BEZIEHUNG LEBEND

OII

„DAS ALLERWICHTIGSTE IST EIN GROSSES MODEGEFÜHL, ABER AUCH EIN GROSSES ZAHLENGEFÜHL. GUTE IDEEN GIBT ES VIELE, ABER WENN EINEM DIE KAUFMÄNNISCHE SEITE FEHLT, SIND IDEEN NICHT UMSETZBAR.“

TEXT MARION HAUSER / FOTO STEFAN JOHAM

Kann denn Shoppen Sünde sein? Nicht wenn man in einen der vier Läden von Angel-a geht, denn dort wird man von geschulten Verkaufsengelein verwöhnt und das zu himmlisch kleinen Preisen für große Qualität. Schließlich benannte die Frau Mama der Label-Gründerin ihre Tochter Angela nach einem Engel. Doch im Geschäftsleben hängt der Himmel nicht immer voller Geigen, für dieses Business muss man fest auf dem Boden der Realität stehen.

Nach jahrelangen Konzernenerfahrungen in Führungspositionen bei Konsum und Schöps gab es nur noch einen Weg: den in die Selbstständigkeit. „Ich habe 14 Jahre als Einkaufsleiterin bei Schöps gearbeitet. Als sich diese österreichische Traditionsmarke aufgelöst hat, wie fast alle anderen heimischen auch, habe ich endlich meinen Traum realisiert. Ich wollte ein eigenes Label mit österreichischer Mode machen, die nicht in Spanien, Schweden, Asien oder sonst wo designt wird. Zu Preisen, die sich jede Frau leisten kann.“

Vor drei Jahren, 2010, eröffnete die Wienerin gleich ums Eck ihrer Wohnung, in der Burggasse 103a ihre erste Angel-a-Filiale. „Der 7. Bezirk ist ein extrem lebendiger, kreativer Bezirk und hier gibt es noch den Grätzelcharakter. Ich habe immer schon von einem Laden um die Ecke geträumt, um dem Mainstream entgegenzuwirken. Wir wollen etwas Persönliches, Individuelles bleiben. Die Kundinnen sollen sich wohlfühlen, werden betreut, können sich in sehr großen, gemütlichen Umkleideräumen umziehen und zahlen aber dennoch nur so viel wie für Waren von einem riesigen Konzern.“

Auch wenn die große weite Modewelt für so

manchen recht schillernd erscheinen mag, ist der Beruf der selbstständigen Mode-Geschäftsfrau und -Designerin doch sehr stark von Zahlen geprägt: Umsatzzahlen, aber auch Maßtabellen und Schnittschablonen. „Es ist eher ein praktischer Beruf. Viele denken, man sitzt an einem Schreibtisch und zeichnet etwas Schönes. So ist es nicht. Das Allerwichtigste ist ein großes Modegefühl, aber auch ein großes Zahlengefühl. Wie viele Stück von welchem Modell, welche Modelle zu welcher Zeit. Gute Ideen gibt es viele, aber wenn einem die kaufmännische Seite fehlt, sind Ideen nicht umsetzbar.“

Ohne Fleiß, kein Preis – und somit beginnt ein ganz normaler Arbeitstag um 6 Uhr früh mit E-Mails checken, Aufträge schreiben, mit Lieferanten Kontakt halten. „Dann klappere ich meine vier Geschäfte ab, liefere Ware aus, schaue, was wo fehlt und spät nächstens geht es an die kreative Arbeit für die Kollektionen, das heißt Farben wählen, neue Styles überlegen.“

Die Farben des nächsten Herbstes heißen bei „Angel-a“ Vanille und Wine. Wenn es die Fashion-Fachfrau noch spürt, gesellt sich ein Blitzblau oder Knallrot als Farbtupfer dazu. „Es ist eine innere Eingebung, da lasse ich mich auch nicht von meinem Weg abbringen.“ Der Weg bringt sie regelmäßig zum Ziel – genau den Nerv der Kundin zu treffen. Konkrete Vorstellungen hat sie auch schon von der Sommer-Kollektion 2014: „Ich war gerade in Cornwall und habe mich von der unglaublichen Flo-



Shoppern wie auf Wolke sieben: Eine der vier „Angel-a“-Boutiquen (hier die Burggasse), in der Angela Wohlmuth ihr Label, viele Accessoires und auch ihren ersten Duft „Wow Vienna“ verkauft. www.angel-a.co.at

ra dort inspirieren lassen. Der nächste Sommer wird sehr blumig.“

Das Modelgen hat Angela Wohlmuth von ihrer Mutter Ingrid auf den Weg mitbekommen: „Ich wollte diesen Beruf nie ergreifen, weil ich von meiner Mutter, die einen Textilgroßhandel betrieb, genau wusste, dass diese Branche kein leichtes Brot ist. Als ich gemerkt habe, dass ich ein Händchen dafür habe, bin ich doch in der Mode gelandet. Sie macht einfach süchtig.“

Neben Accessoires wie Schmuck, Gürtel und Taschen kann man in den Shops auch das erste „Angel-a“-Parfum kaufen: „Ich bin in meinem Leben extrem viel gereist, habe aber eine wahnsinnig große Liebe zu Wien, es gibt keine vergleichbare Großstadt in Europa. Wien ist wie eine Stadt, wo ich mich trotzdem wie auf dem Land fühle. Wenn man bei uns um 22 Uhr auf die Straße geht, sind sie großteils leer und das ist wunderschön, man kann sehen, wie diese Stadt leuchtet. Das hast du in London oder Istanbul nicht mehr. Deshalb kam der Moment, dass wir gesagt haben, wenn wir ein Parfum machen,

dann widmen wir es Wien und deshalb habe ich meinen ersten Duft „Wow Vienna“ genannt.“ Die Kundinnen fanden diese Idee duftete und so entschloss sich Wohltäterin Wohlmuth rund um Weihnachten 2012, ab Juni 2013 40% des Verkaufserlöses von „Wow Vienna“ an ZUKI – Zukunft für indische Straßenkinder – zu spenden. „Bei meinen Geschäftsreisen nach Indien habe ich so viele arme Kinder gesehen, was mich sehr bewegt hat. Deshalb habe ich auch zwei Patenkinder von ZUKI, schreibe ihnen Briefe und schicke ihnen Packerln.“

Und wenn sie einmal Pause von Arbeitsalltag benötigt, dann genießt die Power-Lady mit scheinbar unerschöpflichem Energiepotenzial ihre Blumen auf der Dachterrasse, spaziert mit ihren zwei Hunden im Dehnepark und erfreut sich am Musical: „Ich liebe Musical und es wäre mir tausendmal lieber, wenn das Theater an der Wien noch immer Musicals bringen würde.“

Aber noch mehr wünscht sie sich, dass sie „Angel-a“, ihr Lebenswerk, einmal übergeben kann, „wenn ich einmal nicht mehr kann. Das Label soll zum Stadtbild gehören und immer weiterleben.“