

Frank Walders erste Saison mit Tuzzi

# «Es hat noch viel Platz für weitere Kollektionen»

Seit Anfang Jahr gehört das Düsseldorfer Modelabel Tuzzi zum Portfolio der Frankenwälder W. Held GmbH, deren Hauptmarke Frank Walder ist. Damit hat Herbert Pircher, der seit über einem Jahr der erste Geschäftsführer im Münchberger Unternehmen ist, der nicht aus der Familie Held stammt, den ersten strategisch wichtigen Schritt in Richtung Diversifizierung gemacht. Sybille Frei

Wenn Herbert Pircher aus dem Fenster seines Büros in Münchberg schaut, dann wird er immer wieder daran erinnert, dass es hier Platz für mehr als nur zwei Kollektionen gäbe. «Wir haben eine Halle mit einer Fläche von 33 000 Quadratmetern, die nicht ausgenutzt wird», erzählt er. Das soll sich ändern. Den ersten Schritt hat der Geschäftsmann mit dem Zukauf des Düsseldorfer Modelabel Tuzzi bereits gemacht.



Herbert Pircher, Geschäftsführer

Herbert Pircher, Geschäftsführer

## Grundsolides Familienunternehmen

«Wir suchen Marken, die bereits eingeführt sind, die aber von der Logistik und der Beschaffungstärke unseres Unternehmens profitieren können.» Der umtriebige Geschäftsmann hat ehrgeizige, aber durchaus realistische Pläne. Er verwendet ein Sinnbild, um seine Strategie zu umschreiben: «Wir wachsen wie eine deutsche Eiche. Langsam und kontinuierlich. Wenn ein Hindernis im Weg ist, wächst die Eiche drumherum. Der Tannenbaum ist zwar sehr viel schneller gross, fällt bei Sturm aber auch eher um.» Die Wurzeln des Familienunternehmens sind fest verankert: «Frank Walder war immer profitabel», sagt Herbert Pircher. Auch Tuzzi erwirtschaftete im letzten Jahr einen Umsatz von etwas über zehn Millionen Euro.

Tuzzi bleibt ein selbstständiges Label  
Seit Anfang Jahr gehört Tuzzi zum fränkischen Familienunter-

nehmen. «Tuzzi bleibt Tuzzi», versichert Herbert Pircher. «Wir brauchen keine Kopie von Frank Walder und wollen uns nicht kannibalisieren.» Tuzzi liegt preislich klar über Frank Walder. «Das ist vor allem durch den hochwertigeren Wareneinsatz zu begründen.» Das Tuzzi-Design-Team mit Bettina Hertel und Birgit Aichele ist in Düsseldorf, und die Handschrift soll erkennbar bleiben. Allerdings wurde die Kollektion um rund einen Drittel gestrafft. «Wir wollen weniger Teile, dafür die richtigen. Vor allem an der Kombifähigkeit wurde in den vergangenen Monaten gefeilt.» Tuzzi ist und bleibt auch weiterhin eine Fachhandelskollektion. Herbert Pirchers Ziel ist ambitioniert: «Wir



wollen den Umsatz von Tuzzi innert den nächsten drei Jahren verdoppeln.»

## Tuzzi und Frank Walder im gleichen TMC-Showroom

Viele Frank-Walder-Vertriebsmitarbeiter betreuen neu auch Tuzzi. Auch Nicole Erne ist im TMC-Showroom 304 nun für beide Marken zuständig.



Nicole Erne, Schweizer Repräsentantin

«Die Reaktionen der Schweizer Händler auf die Tuzzi-Kollektion war sehr gut.» Man hoffte, dass das Label durch Frank Walder berechenbarer werde, erklärt Nicole Erne. Immerhin beliefert man hierzulande über 70 POS. Besonders gefreut hat sich Nicole Erne, dass man ehemalige Partner aus dem Handel nun für das «neue» Produkt begeistern konnte. Das Konzept könnte aufgehen. Herbert Pircher schaut sich schon nach weiteren Marken um. «Sie sollten nicht grösser als Frank Walder sein und müssen eine eigene Aussage haben. Wir werden unsere Ressourcen auf jeden Fall für weitere Marken nutzen!» ■

Das Label Tuzzi soll auch nach der Übernahme durch Frank Walder eigenständig bleiben. Für den Sommer 2017 wurden der Modegrad ausgebaut und die Themen gestrafft. Keine Ähnlichkeit hat Tuzzi (rechts) mit dem Label Frank Walder (links), das auch eine andere Zielgruppe bedient.



## Neuer Showroom: Taschen, so weit das Auge reicht

Das Portfolio der Bollag-Guggenheim Fashion Group wächst von Saison zu Saison. Nebst den über zwanzig Bekleidungslinien ist inzwischen auch das Taschensortiment äusserst umfangreich und kompetent. Kein Wunder, dass man immer mehr Platz braucht. Nachdem das Fashion-Unternehmen in der ersten, zweiten und dritten Etage des TMC 3 Showrooms betreibt, ist man jetzt auch im Parterre präsent. Um den Einkäuferinnen und Einkäufern die Arbeit zu erleichtern, wurde pünktlich zur Orderrunde Frühjahr/Sommer 2017 ein neuer Showroom eingeweiht, in dem ausschliesslich die Taschenlinien von Liu Jo, Trussardi und Coccinelle präsentiert werden. Die Taschenkollektionen von Guess sowie Marc O'Polo werden weiterhin in ihrem Markenumfeld gezeigt.

## I.L.M Summer Styles: Mehr Fläche, mehr Aussteller, mehr Mode

Zum 145. Mal lädt die Internationale Lederwarenmesse I.L.M vom 10. bis 12. September 2016 nach Offenbach ein, um die neuesten Lederwaren- und Accessoires-Trends zu sichten.



Picard

Rund 300 Aussteller aus mehr als 20 Ländern präsentieren ihre Frühling-/Sommerkollektionen 2017. Da die Leitmesse der Branche schon seit Jahren stets ausgebucht ist, wird die Fläche der kommenden September-Messe um 500 Quadratmeter vergrössert. Ergänzend zur Messe wird ein umfangreiches Rahmenprogramm angeboten. Die, wie die Veranstalter angeben, äusserst beliebten Fashionshows, präsentieren sich im neuen Look und mit frischen Ideen.

## Suri Frey zelebriert im Sommer 2017 «Freyheit»

Das junge Trendtaschen-Label Suri Frey hat sich für die neue Saison von einem Zitat von Benjamin Franklin inspirieren lassen: «Wer die Freiheit aufgibt, um Sicherheit zu gewinnen, wird am Ende beides verlieren.» Mit Suri Frey (in der Schweiz durch die Teximport AG, TMC-Showroom 610, vertreten) soll Frau sich im Sommer 2017 richtig «frey» fühlen. Die Kollektion besteht aus 16 Linien mit jeweils rund zehn Modellen – sämtliche Taschen sind lederfrei.





gabs.it

FRANCO GABRIELLI



TRANSFORM YOUR GABS!





AGENTUR INK GMBH TASCHEN&CO  
Showroom Swisspel, Riedstrasse 14, 8953 Dietikon  
Tel. 041 752 11 22