

Im Familienunternehmen „La Biancheria“ im Herzen der Josefstadt gibt es nicht nur schöne Damenwäsche. Juniorchefin Katharina Fabian und ihr Team stellen die individuelle Beratung ihrer Kundinnen in den Fokus. Das Ziel: Frauen zu ermutigen, sich in ihrem Körper wohlfühlen. VON NADJA RIAHI

BUNTE WÄSCHE

Die engagierte Juniorchefin Katharina Fabian



Ein bisschen glücklicher

Katharina Fabian ist Josefstädterin durch und durch. Dass sie einmal das Familienunternehmen von ihrem Vater übernehmen würde, war für die 27-Jährige nicht immer klar. Jetzt ist sie Junior-Geschäftsführerin und „schmeißt den Laden“.

„Ich habe verschiedene Stationen durchlebt, bevor ich ins Familiengeschäft zurück bin. Durch meine Arbeit in einem Brautmodengeschäft habe ich gemerkt, dass ich den Verkauf liebe. Es macht mir Spaß, Kundinnen zu beraten und zu sehen, wie glücklich sie sind, wenn sie etwas gefunden haben, in dem sie sich schön fühlen“, erzählt sie an einem heißen Sommertag in ihrem Wäsche-Fachgeschäft „La Biancheria“ auf der Josefstädter Straße. Als sie schon mitten in Bewerbungsprozessen für andere Jobs im Verkauf steckte, kam der Anruf von ihrem Vater: „Er hat gesagt: ‚Wenn du schon dabei bist, quer in den Verkauf einzusteigen, warum willst du das dann nicht gleich bei mir machen?‘“, erinnert sie sich.

Das Gespräch zwischen Katharina Fabian und ihrem Vater ist jetzt dreieinhalb Jahre her. „Ich habe zuerst rein im Vertrieb gearbeitet – wir haben neben dem Geschäft auch die Vertretung von zwölf Firmen inne. Mit der Zeit habe ich begonnen, mehr und mehr im Verkauf zu arbeiten. Gleichzeitig habe ich aber alles in den gewohnten Bahnen laufen lassen“, sagt Fabian. „Wir hatten eine Statistik, die uns aufgezeigt hat, wie viele Stücke wir von schwarzer, weißer und beiger Wäsche brauchen. Bunte Wäsche hatten wir gar nicht im Sortiment.“

Nach Gesprächen mit ihren Kundinnen beschloss Fabian, die Wäsche komplett zu tauschen. „Natürlich haben wir noch unsere Standard-Artikel, jetzt finden die Kundinnen bei uns aber auch ein buntes, schönes und auch verspielteres Sortiment“, so Fabian. Ihre „liebste Kundin“ habe ihr die Augen geöffnet: „Die Kundin, eine Dame um die 90 Jahre, hat etwas Hautfarbendes für den Alltag gesucht. Im Gespräch hat sie mir erzählt, dass sie ‚das mit der Unterwäsche‘ in ihrem Leben verpasst hat und sich jetzt nicht mehr traut, buntere Wäsche zu kaufen. Ich habe dann vorgeschlagen, ein buntes Wäsche-Set zu probieren. Mit ihrem Kauf – einem roten Spitzen-BH und einem roten Slip aus Spitze – war sie dann sehr zufrieden“, schmunzelt Fabian. „Sie hat beim Gehen gelacht und gesagt: ‚Huch, ich muss aufpassen, vielleicht warne ich meinen Mann vor, bevor ich nach Hause komme. Nicht, dass er noch einen Herzinfarkt bekommt.‘“

Seit gut drei Jahren ist „La Biancheria“ auch auf Instagram und Facebook zu finden. „Als ich gekommen bin, hatten wir auch keine Website“, erinnert sich Fabian. „Ich würde sagen, unsere Kundinnen sind vielleicht ein bisschen ‚cooler‘ geworden“, meint sie. „Jetzt kommen immer mehr Frauen zu uns, die den Instagram-Account entdeckt haben.“

Der Kundinnenkontakt ist bei „La Biancheria“ sehr wichtig, viele Frauen gehen schon seit Jahren in das Geschäft, um sich beim Kauf „besonderer Wäsche“ beraten zu lassen. „Ich sage immer, dass wir für eine Wohnzimmer-Atmosphäre bekannt sind. Die Kabinen sind relativ groß und wir führen mit den Frauen vorab ein längeres Gespräch. Wir schaffen einen vertrauten Rahmen, in dem uns die Kundinnen alles sagen können“, sagt Fabian. Gleichzeitig versuche sie auch die Kundinnen zu bestärken, denn 90 Prozent der Frauen, die in das Geschäft kommen, entschuldigen sich zuerst dafür, wie sie aussehen. „Es ist leider wirklich traurig, dass die Frauen – egal ob alt oder jung – mit ihren Kör-



RechtStipp



Mag. Balazs Esztegar

pern so unzufrieden sind und sich für ihre Erscheinung ein Stück weit schämen. Wir versuchen dann die Aufmerksamkeit auf die Körperstellen zu lenken, mit denen sie zufrieden sind. Aber die klassischen Entschuldigungen sind: ‚Bitte schauen Sie mich nicht an ... die Corona-Kilos‘, ‚Früher war mein Busen so fest und jetzt habe ich Hängebrüste‘ oder ‚Ich schwitze ein bisschen‘, nennt Fabian ein paar Beispiele. „Viele Kundinnen wundern sich auch, dass wir nicht nach dem höchsten Preis gehen, sondern die Stücke empfehlen, die am besten passen. Wir versuchen niemandem etwas einzureden, das spüren auch die Kundinnen.“

„Viele sagen auch: ‚Sie hätten mich mal früher sehen sollen.‘ Dann kontern wir: ‚Na, so viel Schönheit hätte ich ja gar nicht ausgehalten.‘ Wir haben es sehr lustig und geben unseren Kundinnen ein gutes Gefühl. Unser Ziel ist, dass jede Frau ein bisschen glücklicher geht“, beschreibt Fabian die Philosophie von „La Biancheria“. In den Jahren, in denen sie im Familienunternehmen gearbeitet hat, sei sie erst richtig in ihre Haut hineingewachsen, sagt die junge Frau. Denn sie habe jeden Tag mit echten Frauen zu tun, die wahnsinnig lustig, charmant, charismatisch und sexy seien. „Im Endeffekt gehen wir nur mit uns selbst so hart ins Gericht. Dabei vergessen wir oft, dass unser Körper uns durch unser Leben trägt. Wir wachen jeden Tag auf und wenn wir gesund sind, dann ist es egal, ob wir hier oder da eine Falte oder eine Delle haben. Wir nehmen es als viel zu selbstverständlich“, sagt Fabian. Das habe auch mit dem „wahnsinnig egozentrischen Zeitalter“ zu tun, in dem wir aktuell leben.

Der Juniorchefin ist es außerdem wichtig, in den Auslagen Diversität zu zeigen. „Wir rotieren mit den Plakaten und sind darauf bedacht, dass wir auch Schaufensterpuppen mit einer – ich sage mal – kurvigeren Konfektionsgröße zeigen. Manche Wäschesets haben wir auch nur ab Größe 42 oder ab einem Umfang von 85. Andere Designer entwerfen wiederum nur in ‚kleineren‘ Größen. Es ist ein Mix“, erzählt Katharina Fabian. Für die Zukunft steht jedoch fest: „La Biancheria“ wird auch weiterhin „size inclusive“ bleiben, das heißt: Jede Frau, die auf der Suche nach schöner Wäsche ist, soll fündig werden.

► La Biancheria, 8., Josefstädter Straße 27. www.labiancheria.at

LOVELY LINGERIE

La Biancheria offers not only beautiful ladies' underwear - owner Katharina Fabian wants women to feel good in their bodies too.

Born and raised in the Josefstadt, the 27-year-old wasn't always sure she was going to take over the family business. But 'working at a bridal fashion store I realized that I love working in sales. I like talking to customers, offering them advice and seeing how happy they are when they have found something that makes them feel beautiful.' She was applying for sales jobs at other companies when her father asked her: 'If you're moving into this career anyway, why not do it here with me?'

That was three-and-a-half years ago. 'I started out in marketing and then began to focus on sales. But I left everything pretty much as it was. We had lists indicating how many pieces in black, white and beige we needed of each item. We didn't have anything in other colours.'

After talking to her customers, she decided to completely renew the product range. 'We still have our standard items, but now you can choose from a colourful, playful palette.' She remembers a 90-year-old lady who told her 'she had missed out on "that underwear thing" when she was younger and thought it would be too daring for her now. I suggested trying something a bit brighter. She left with a red lace bra and red lace panty and said she should probably warn her husband before she got home so that he wouldn't have a heart attack.'

'Before I came in we didn't even have a website,' Fabian says. Today, more and more women are finding La Biancheria through Instagram. Customers value the individual attention and trusting atmosphere that allows them to open up. 90 percent, says Fabian, first apologize for the way they look, from 'Sorry ... pandemic weight gain' to 'My bust used to be so firm and now I have sagging breasts.' 'It is sad that so many women are so unhappy with their body. We try to focus on the parts they do like. We want every woman to leave a little happier than she came.' Diversity is also key. 'We make sure we have curvier mannequins in our windows as well. Some pieces only start at size 42 (UK size 14), while others only come in smaller sizes,' says Katharina Fabian. La Biancheria will continue to be size inclusive so that every woman looking for pretty underwear will find something there.



„Unser Ziel ist, dass jede Frau ein bisschen glücklicher geht“, beschreibt Katharina Fabian ihre Geschäftsphilosophie.

UNTERNEHMENS-NACHFOLGE

Eine Unternehmensnachfolge kann durch vielfältige Vorgänge ausgelöst werden. Neben der Pensionierung des bisherigen Unternehmers können berufliche oder persönliche Veränderungen eine Rolle spielen. In jedem Fall bringt eine Unternehmensnachfolge eine Reihe juristischer Fragen mit sich, wie etwa:

- Darf die/der Nachfolger:in den alten Namen des Unternehmens weiterführen?
- Inwieweit ist die/der Nachfolger:in an bestehende Verträge gebunden?
- Was passiert mit einem bestehenden Mietvertrag für das Geschäftslokal?
- Welche Ansprüche haben Arbeitnehmer:innen im Zusammenhang mit der Betriebsnachfolge?
- Wer haftet für allfällige Verbindlichkeiten aus früheren Geschäftsbeziehungen?
- Soll sich die Rechtsform des Unternehmens ändern?
- Welche administrativen und behördlichen Schritte sind für den Unternehmensübergang notwendig?

Schlechte Vorbereitung und mangelnde Sorgfalt können schnell dazu führen, dass vermeintlich unbedeutende Aspekte sich zu bösen Überraschungen auswachsen. Nicht zuletzt hängt vieles von der Rechtsform ab. Es macht einen Unterschied, ob die Unternehmensnachfolge in einem Einzelunternehmen stattfindet oder ob Anteile an einer GmbH übertragen werden sollen.

Gefahren können im Detail lauern: So wissen beispielsweise viele Unternehmer:innen nicht, dass mit der Übernahme und Fortführung eines Unternehmens die unternehmensbezogenen Rechtsverhältnisse, somit auch allfällige Schulden, des Veräußerers übernommen werden. Im Hinblick auf Arbeitnehmer:innen wäre etwa zu beachten, dass die Belegschaft mitsamt den bisher erworbenen Ansprüchen übernommen wird, die Arbeitnehmer:innen aber dem Betriebsübergang auch widersprechen können. Eine weitere Überraschung kann das Mietrecht bereithalten, denn die Veräußerung eines Unternehmens kann die/den Vermieter:in unter Umständen zur Anhebung des Mietzinses berechtigen. In manchen Fällen wird man schließlich auch auf Markenrechte oder sonstige Schutzrechte Bedacht nehmen müssen.

Neben einem Rechtsanwalt wird man regelmäßig gut daran tun, eine/n Steuerberater:in beizuziehen und die beiden Expert:innen miteinander zu vernetzen, um die Unternehmensnachfolge bestmöglich vorzubereiten und geordnet abzuwickeln. Eine individuelle und rechtzeitig in Anspruch genommene Rechtsberatung schafft für alle Beteiligten die größtmögliche Rechtssicherheit.

Mag. Balazs Esztegar LL.M. ist Rechtsanwalt in 1080 Wien und berät und vertritt vorwiegend kleine und mittelständische Unternehmen in Fragen des Wirtschaftsrechts. Im Spektrum seiner anwaltlichen Tätigkeit bilden Unternehmensgründung und Gesellschaftsrecht, aber auch Marken- und Wettbewerbsrecht zentrale Aspekte. Er ist Vortragender in mehreren Fortbildungsreihen für Unternehmer:innen und darüber hinaus Experte und Fachautor im Bereich Staatsbürgerschaftsrecht.

► www.esztegar.at