

# LEBENSWERTE Karriere: Vom Banker zum erfolgreichen Unternehmer

**Interview.** Wolfgang Rosner ist Unternehmer aus Leidenschaft. Seine beeindruckende Karriere verdankt er seinem gesunden Selbstbewusstsein, Fleiß, Hartnäckigkeit und dem Glück des Tüchtigen

**Michael Miskarik:** Herr Rosner, Ihr Karriereverlauf ist nicht ganz alltäglich. Heute betreiben Sie höchst erfolgreich ein Trachtenmodengeschäft, aber das war nicht immer so. Was haben Sie davor gemacht?

**Wolfgang Rosner:** Ich habe knapp drei Jahrzehnte als Banker im Veranlagungsbereich gearbeitet. Anfang der 90iger Jahre begann alles mit einer soliden Ausbildung in einer arrivierten Bank. Danach stieg ich rasch vom Produktmanagement und Leitung der Vertriebssteuerung einer Landesbank in die Geschäftsführung der Tochtergesellschaft einer Großbank in Wien auf. Damit war eine erfolgreiche Banker-Karriere vorgezeichnet.

**Was war Ihre Motivation den eingeschlagenen Weg dann doch zu verlassen und in die Selbstständigkeit zu gehen?**

Nach der Finanzkrise 2008 änderte sich die Branche fundamental. Gewinnoptimierung und die damit verbundenen Kennzahlen standen im Vordergrund. Gelebte Werte waren kaum noch von Bedeutung. Diese „neue“ Werthaltung wollte ich nicht mehr mittragen. Aber was sollte ich tun? Ich konnte den Konzern wechseln und unter einem neuen Firmenlogo das Gleiche tun – oder etwas völlig anderes. Da kam mir eine Aussage von meinem verstorbenen Vater in den Sinn: Lieber ein kleiner Herr, als ein großer Diener! Also wagte ich den Schritt in die Selbstständigkeit.

**Von der Finanzdienstleistung in die Welt der Trachten ist aber eine gewaltige Veränderung. Wie gelang der Switch?**

Ich liebe die Tracht, seit ich ein Kind war. Und da



Tradition in modernen Zeiten: Wolfgang Rosner eröffnete in der Wiener Innenstadt ein Trachtenmodengeschäft

man nur das wirklich gut macht, was man auch mit Leidenschaft betreibt, entschied ich mich für ein Trachtenmodengeschäft. Mich fasziniert die Liebe zur Tradition und die Wertbeständigkeit dieser Kleidungsstücke. Eine Lederhose, die ich vor rund 30 Jahren gekauft habe, trage ich heute noch – auch wenn sie schon ein bisschen zwickt und Sohn Hugo schon darauf wartet.

**Kann ein serviceorientiertes Fachgeschäft im Wettbewerb mit günstigen Online-Shops heute überhaupt noch bestehen?**

Ja, es geht. Wir sind nicht beliebig im Angebot. Mode ist austauschbar und vergänglich – Stil, Individualität und Persönlichkeit schafft weder KI noch der

Online-Handel. Erstklassige Qualität und handwerkliche Verarbeitung wird vorausgesetzt. Zum persönlichen Look unserer Kunden wird es erst durch den Stil-/Material-Mix und der perfekten Passform. All das ist nur in einem Fachgeschäft mit entsprechender Auswahl und exzellenter Beratung möglich. Das hat zwar seinen



Direktor Michael Miskarik HDI LEBEN Österreich

Preis, aber man weiß auch warum. Ausgezeichnete Qualität hat sich stets über Generationen durchgesetzt. Wie Karl Valentin schon sagt: Heute ist die gute, alte Zeit von morgen.

**Was unterscheidet traditionelle Kleidung von bekannten Modemarken aber auch Luxusbrands?**

Internationale Modketten bieten in jedem Land, in jeder Stadt die gleiche Ware an. Das gilt sowohl für Billiganbieter als auch im Luxussegment. Mode lebt heute von schnelllebigen Trends und wird für ein globales Publikum produziert. Menschen folgen blind irgendwelchen Diktaten internationaler Konzerne. Anstatt Individualität tragen wir Uniformen – sehen Sie

sich doch die grauen Einheitsanzüge für Herren an. Die Botschaft lautet „Zugehörigkeit“. Dabei lautet die Herausforderung doch: Betonung der Persönlichkeit – ohne die Eleganz- und Form-erwartungen, die damit verbunden sind, zu verletzen.

**Wer ist heute die Zielgruppe für traditionelle Kleidung?**

Ich möchte Menschen ansprechen, die wissen, wer sie sind, wofür sie stehen und die sich ihrer Persönlichkeit entsprechend präsentieren wollen. Dazu gibt es eine schöne Geschichte, die das wunderbar beschreibt: In der wirtschaftlichen Katastrophe der 1930er Jahre wurde ein vermürter Adeliger, der nur beste Maßschuhe trug, gefragt, warum er so teure

Schuhe trage. Darauf meinte er: Billigere kann ich mir nicht leisten. Die Marke ist dabei weniger wichtig als die Qualität des Produktes – es geht um Material, Verarbeitung und Herkunft. Meine Kunden stehen für Nachhaltigkeit und wählen gezielt Produkte, welche durch ihre Gestaltung und Ausführung langlebig sind. Sie wählen ein Produkt, das sie über viele Jahre und oft Jahrzehnte begleiten wird. Es darf modern, aber nicht modisch sein, es darf keinem aktuellen Trend unterworfen sein, der im Folgejahr schon wieder vergessen ist.

**Was macht für Sie ein gutes Kleidungsstück aus?**

Es muss hochwertig sein, handwerklich perfekt verarbeitet, möglichst aus Naturmaterialien und lokal gefertigt – also Luxus durch Herkunft, Material und Verarbeitung. Diese Kleidungsstücke sind ein Statement mit einer Wurzel zu unserem Kulturraum, eine Interpretation der Tradition in der Gegenwart, individuell und bodenständig und vor allem keine Verkleidung. Wir bieten Produkte an, die lokal-regionale Wertschöpfung und Werthaltigkeit in ihrer DNA enthalten.

*Tipp: Wer Wert auf guten Stil, erstklassige Qualität und fachkundige Beratung legt, ist bei Wolfgang Rosner im Domgassenviertel bestens aufgehoben.*

Adresse: Habsburg & Meindl Wien, Grünangergasse 8, 1010 Wien, [www.habsburg-meindl.at](http://www.habsburg-meindl.at)

Im nächsten KURIER-Schwerpunktthema am 6. April beschäftigen wir uns mit gesunder Ernährung.

**HDI LEBEN**  
macht das Leben lebenswert

**42 PS**  
**LEBENSWERT**

Versichern Sie, was sich im Leben lohnt.

[www.hdi-leben.at](http://www.hdi-leben.at) | [www.lebenswert.at](http://www.lebenswert.at) | [facebook.com/HDI.Lebenswert](https://facebook.com/HDI.Lebenswert) | [linkedin.com/company/hdileben](https://linkedin.com/company/hdileben) | [instagram.com/hdi\\_leben](https://instagram.com/hdi_leben)