



Ann Dörr aus München. FOTO: MARCUS SCHLAF

Alter ist kein Makeel

Wer beim Thema Mode an abgemagerte Models in megakurzen Glitzerkleidchen denkt, ist bei Ann Dörr an der falschen Stelle. Die Münchenerin entwirft und verkauft Mode für Ältere. Und sie setzt auch bei ihrem Team auf eine eher reifere Belegschaft.

„Ach, ich schaff das ja noch ganz gut“, sagt Ann Dörr nach einer herzlichen Begrüßung und amüsiert sich sichtlich über den außer Atem geratenen Gast, der sich die sympathisch schiefen Holztreppe in den vierten Stock des Schwabinger Altbaus hochgeschleppt hat. Ann Dörr ist 66 Jahre alt und strahlt eine Lebensfreude aus, die ansteckt.

**„Ich bin mir immer
treu geblieben.“**

„Ich weiß, was ich will und ich bin mir immer treu geblieben“, erzählt sie anschließend bei Grünem Tee, und ihre Augen funkeln dabei

energisch. Seit knapp 20 Jahren ist Ann Dörr erfolgreiche Unternehmerin, Chefin von rund 40 Mitarbeitern und nicht nur der kreative Kopf der Modemarke „Kandis & KandisMann“. Modetrends verfallen, das machen, was alle machen, „das kann nicht mein Anspruch sein“, sagt sie. Ann Dörr hat sich spezialisiert, auf eine Zielgruppe, „die etwa bei Ende 30 anfängt und weit über 80 Jahre geht“. Da sei es nur konsequent, auch bei ihren Mitarbeitern auf ältere Jahrgänge zu setzen. Die Kunden sollen sich wohlfühlen, und das könne nicht funktionieren, wenn eine 50-Jährige von einer 25-Jährigen bedient oder beraten werde. Diese Firmenphilosophie brachte Ann Dörr die Auszeichnung „Unternehmen mit Weitblick“ ein und sie erhielt die Staatsmedaille für besondere Verdienste um die bayerische Wirtschaft – schließlich produziert Ann Dörr direkt vor Ort. Vielmehr als über offizielle Ehrungen freut sie sich aber über die positiven Reaktionen der Kunden und liest begeistert aus einem Dankes-Brief vor.

Ann Dörr trotzt dem Jugendwahn, und sie trotzt der wankelmütigen Modewelt. „Ich lese keine einzige Modezeitschrift, auch Modefarben unterwerfe ich mich grundsätzlich nicht“, sagt Ann Dörr und lacht: „Wer will schon wirklich in Lila gekleidet sein?“ Und doch habe sie sich dieses Jahr breitschlagen lassen, einige kleine Accessoires in der aktuellen Trendfarbe zu entwerfen. „Ihr habt es so gewollt, jetzt müsst ihr es auch verkaufen“, sagt sie dabei augenzwinkernd zu ihren Mitarbeitern. Sie hat nunmal ihre Ansprüche.

STEFANIE BACKS

Die Geschichte über die Modedesignerin Ann Dörr und andere sozial aktive Unternehmer, sind in dem Buch „Businessplan Menschlichkeit“ (Sankt Michaelsbund, 17,90 Euro, ISBN 978-3-93 9905-23-3) zusammengefasst, das auf einer Serie der tz basiert.