Sven Voth kehrt mit Higgins zurück: Wien bekommt stylische Streetwear!

Sven Voth gründet in Wien die Streetwear-Marke "Higgins" mit 10 geplanten Stores und Fokus auf günstiger Mode.

Wien, Österreich - Wien gewinnt einen neuen Akteur im Streetwear-Segment! Sven Voth, der Gründer von Snipes, kehrt mit seiner eigenen Marke ȘHigginsȘ zurück und setzt dabei auf die donauländische Metropole als Ausgangspunkt für seine neue Geschäftsidee. Nach seinem Rückzug aus Snipes im letzten Jahr hat Voth mit seiner Familie in Wien eine neue Heimat gefunden und sieht Österreich als idealen Markt für seine Expansionspläne. Heute, am 11. Juni 2025, bestätigt Voth, dass dies erst der Beginn einer aufregenden Reise ist.

Wie der Standard berichtet, wird die Marke Higgins im Spätsommer 2025 mit einer gleichzeitigen Eröffnung von zehn Shops in Wien starten. Die Store-Konzepte werden

vornehmlich in Einkaufszentren angesiedelt, um Familien ein bequemes Einkaufserlebnis zu bieten. Zudem plant man kostenlose Parkmöglichkeiten, damit der Besuch in den Geschäften entspannt und unkompliziert gestaltet werden kann.

Attraktive Preisstrategie

Higgins wird nach Voths Angaben stylish und gleichzeitig extrem günstig sein. Damit zielt die Marke nicht nur auf Sneaker-Liebhaber ab, sondern möchte auch ein breites Publikum ansprechen. Die Strategie, auf Social Media und Sponsoring in Nischensegmenten zu setzen, anstelle teurer Marketingmaßnahmen, wird auch von Branchenfachleuten empfohlen. Viele erfolgreiche Sneaker-Marken nutzen diese Ansätze, um ihre Sichtbarkeit zu erhöhen und Kunden zu binden, wie in einem Artikel von newhdmedia.com beschrieben.

Im Sneakers-Segment wird eine kontinuierliche Wachstumsrate erwartet. Prognosen zeigen, dass die Einnahmen im Vereinigten Königreich bis 2027 um 7,47 % steigen werden, und im Sneaker-Resale-Markt in den Vereinigten Staaten erwarten Analysten ein Anstieg auf 30 Milliarden US-Dollar bis 2030. Vor diesem Hintergrund ist Voths Entscheidung, seine Marke in Wien zu etablieren, besonders bemerkenswert.

Ein Einkaufserlebnis der besonderen Art

Doch damit nicht genug: Higgins plant, den Shopping-Besuch durch regelmäßige Aktionen zu bereichern, darunter Gratis-Gutscheine und Tickets für Events. Diese Angebote sollen sicherstellen, dass Kundinnen und Kunden nicht nur aus der Not heraus, sondern aufgrund eines attraktiven Gesamtpakets in die Geschäfte kommen.

Wie in der Branche allgemein üblich, spielt auch die Online-Präsenz eine zentrale Rolle. Soziale Medien, insbesondere Instagram und Facebook, sind essenzielle Werkzeuge, um

jüngere Zielgruppen zu erreichen und eine Community rund um die Marke aufzubauen. Inhalte wie Unboxing-Videos und nutzergenerierte Inhalte wirken sich positiv auf die Kundenbindung aus und erhöhen die Nachfrage. Die Nutzung solcher Marketingstrategien ist auch in Appnova detailliert beschrieben.

Mit dieser spannenden Verbindung aus kreativer Mode, attraktiven Preisen und einem durchdachten Marketingansatz könnte Higgins bald einen festen Platz in der Wiener Streetwear-Szene einnehmen. Bleibt zu hoffen, dass Voth mit dieser neuen Marke das richtige Händchen beweist!

Details	
Ort	Wien, Österreich
Quellen	• www.heute.at • newhdmedia.com • www.appnova.com

Besuchen Sie uns auf: mein-wien.net