

Quelle: Financial Times Deutschland

© Gruner + Jahr AG & Co. KG

Unternehmen

Ahlers will Pierre Cardin ganz

Herforder Männermode-Hersteller müht sich um Übernahme der Lizenz // Marke überdehnt

Gregor Kessler

Gregor Kessler, Herford

Der Männermode-Hersteller Ahlers konzentriert sich in seinem Wachstumsstreben auf den Ausbau des Lizenzgeschäfts mit der französischen Modemarke Pierre Cardin. Zukäufe, für die sich das börsennotierte Unternehmen seit Jahren ausdrücklich offen zeigt, stünden nicht auf dem Plan, sagte Stella Ahlers der FTD. "Wir haben gerade genug in Paris zu besprechen", so die Unternehmenschefin mit Verweis auf die kürzliche Ankündigung des Pariser Modeschöpfers Cardin, das Lizenz-Imperium um seine Marke verkaufen zu wollen.

Ahlers ist Cardins größter Lizenznehmer und verkauft Kleidung unter dieser Marke in fast allen europäischen Märkten. Jedoch fehlt Ahlers bislang die Lizenz für den wichtigen britischen Markt sowie für Griechenland. Auch in anderen Ländern kann das Herforder Unternehmen bislang nicht alle Produktkategorien unter

dem Namen Cardin verkaufen. Daher böte ein Erwerb der vollen Markenrechte enormes Wachstumspotenzial.

Das Problem ist der Preis. Wie bereits vor einigen Jahren, bezifferte der 88-jährige Cardin den Wert seines Unternehmens mit 1 Mrd. Euro. "Das ist natürlich ein absurder Preis", so Ahlers. Branchenbeobachter bewerten Pierre Cardin mit etwa 200 Mio. Euro. Ahlers würde jedoch bei Weitem nicht alle Lizenzen selbst nutzen wollen. Über die Jahrzehnte hatte der Designer seinen Namen für über 800 Lizenzen hergegeben, darunter auch für Fahrräder oder Spülbecken.

Auch deshalb ist der Name Cardin für internationale Luxusgruppen nicht interessant. Zum einen gilt die Marke als überdehnt, zum anderen wird es schwierig, den Lizenzwust zu ordnen, um die Marke wieder klar zu positionieren. Derzeit genießen Lizenznehmer weitgehende Freiheiten. Ahlers

etwa kann das Aussehen der Cardin-Kollektionen ohne Rücksprache mit Paris bestimmen.

Im Gegensatz zu anderen Unternehmen aus dem ostwestfälischen Textilcluster wie dem Hemdenhersteller Seidensticker oder dem Hosenspezialisten Brax, konzentriert sich Ahlers auf den Ausbau des Premiumgeschäfts. In den vergangenen Jahren legte der Umsatzanteil dieser Sparte kontinuierlich zu. Inzwischen steuern die Premiummarken Pierre Cardin, Baldessarini und Otto Kern rund 52 Prozent der Erlöse von zuletzt 251 Mio. Euro bei. "Mittelfristig wollen wir diesen Anteil auf 60 Prozent steigern", sagte Ahlers. Mit 57 Prozent tragen die Premiummarken überproportional zum Ergebnis (Ebit) von 15 Mio. Euro im Jahr 2010 bei. Zum Unternehmen gehören auch Jeans, Arbeits- und Sportbekleidung.