

ausenden und damit nach der mennter an Chrysler zu greifen. Mit dem Schritt steigt Fiats Anteil an Chrysler auf 52 von 46 Prozent. Chrysler war einst vor der Regierung mit Staatshilfen gerettet worden, nachdem ein Absatzeinbruch im Zuge der Weltwirtschaftskrise die US-Autoindustrie an den Rand des Abgrunds brachte. Für den US-Steuerzahler ist die Rettungsaktion ein Verlustgeschäft. Die Regierung investierte 12,5 Milliarden Dollar in Chrysler – und bekommt lediglich rund 11,2 Milliarden Dollar zurück. Fiat war ebenfalls als Retter eingesprungen und erwägt, Chrysler wieder an die Börse zu bringen. *Reuters*

Spekulationen um Mazdafabrik in USA

Tokio – Der japanische Autohersteller Mazda will nach einem Bericht der Tokioer Finanzzeitung *Nikkei* aus einem Joint Venture mit Ford aussteigen. Die Produktion von Autos in den USA solle eingestellt werden, berichtete die Zeitung am Freitag. Mazda und Ford betreiben im US-Staat Michigan die Autofabrik Auto-Alliance International, jede Seite hält dabei 50 Prozent. In dem Zeitungsbericht heißt es unter Berufung auf Mazda-Kreise, der japanische Hersteller erwäge, seinen Anteil an Ford zu verkaufen. Mazda-Fahrzeuge für den US-Markt sollten von 2013 an von Japan und Mexiko aus geliefert werden. Mazda erklärte zu dem Zeitungsbericht, dieser beruhe auf Informationen, die nicht von dem Unternehmen veröffentlicht worden seien. Es gebe Gespräche mit Ford über die Zukunft des Joint Ventures, zurzeit könnten aber keine Details dazu bekannt gegeben werden. *dapd*

Autozulieferer SHW strebt an die Börse

Stuttgart – Die Schwäbischen Hüttenwerke (SHW) sollen demnächst an die Börse. Beim Gang an den streng regulierten Prime Standard der Frankfurter Börse werde der Autozulieferer aus Aalen von der Commerzbank und BNP Paribas begleitet, teilte SHW mit. Finanzkreisen zufolge ist die Erstnotiz noch vor der Sommerpause bei den Investoren geplant, die etwa Mitte Juli beginnt. Die SHW gehört seit 2005 dem Finanzinvestor Nordwind, der sie für 100 Millionen Euro dem Lkw-Konzern MAN und dem Land Baden-Württemberg abgekauft hatte und nun den Ausstieg vorbereitet. Rund 1000 Mitarbeiter stellen Bremsen, Pumpen und Motorkomponenten für die Autokonzerne her. Die Gießerei war vor dem Verkauf an Nordwind an das Management abgegeben worden. 2010 hatte SHW 290 (2009: 239) Millionen Euro umgesetzt, das bereinigte Ergebnis vor Zinsen und Steuern (Ebit) betrug 22,8 (8,5) Millionen Euro. Im ersten Quartal habe sich der Aufwärtstrend nach der Krise fortgesetzt. *Reuters*

lar. Das meiste davon müssen wir kompensieren, nur etwa 25 Prozent können wir als Preiserhöhung an die Passagiere weitergeben. Und dann kam Japan: Dieses Mal traf es uns auf der Einnahmeseite. Man darf nicht vergessen, dass Japan zehn Prozent unseres gesamten Umsatzes ausmacht, 60 Milliarden Dollar.

SZ: Haben Sie angesichts der aktuellen Ereignisse, aber auch der Umweltdebatte und immer neuen Steuern für Flugreisen Angst, dass der Luftverkehr nicht mehr weiter wachsen wird?

Bisignani: Das ist eine sehr europäische Frage. Es gibt einen großen Unter-

schied gemacht würde, wäre eine Fusion über Kontinente hinweg.

SZ: Aber das scheint vor allem in den USA nicht durchsetzbar zu sein.

Bisignani: Ich muss sagen, ich habe überhaupt keine Hoffnung. Ich sehe über-

dem Schnitt fahren. In China wurden in zwei Jahren 20 Flughäfen für jeweils mehr als 20 Millionen Passagieren gebaut. In Europa und den USA waren es zehn in den vergangenen zehn Jahren.

SZ: Vor allem die Billigfluggesellschaften sind in den vergangenen Jahren stark gewachsen. Wie sehen Sie deren Perspektiven?

Bisignani: Sie kommen mittlerweile weltweit auf einen Marktanteil von 24 Prozent. In Europa haben sie neue Märkte geöffnet. Aber jetzt ist die Lage für die Billigflieger schwierig geworden: wir haben unser Modell geändert und

Bisignani: Das ist eine Sicherheitskontrolle. Wir könnten eine höhere Sicherheit an den Flughäfen ohne all die lästigen Prozeduren haben. Nehmen Sie die Kontrollgeräte: Die Hersteller wollen einem immer alte Technologie verkaufen und die Behörden haben das so hingenommen. Wir haben die Idee eines Tunnels, durch den Sie je nach Ihrer Sicherheitseinstufung werden laufen können. Vorher wird abgefragt, ob Sie Ihr Ticket bezahlt haben oder ob der Reiseverlauf sinnvoll ist. Wenn Sie als ungefährlich eingeschätzt werden, dann können Sie bald einfach durch den Kontrolltunnel durchlaufen, derzeit muss man noch

60 bis 90 Stunden pro Monat. vergangenes Jahr habe ich einmal in einer Woche fünf Nächte im Flugzeug verbracht. Ich scheine die Fliegerei gut wegzustecken und komme mit wenig Schlaf aus: Wenn ich mit Kollegen reise, sind alle anderen oft müde, wenn wir ankommen. Ich bin gleich wieder fit.

SZ: Und wie geht das?

Bisignani: Ich esse und trinke fast nichts an Bord, ich schaue keine Filme. Ich lese ein bisschen, und dann schlafe ich.

Interview: Jens Flottau

Modehersteller verkaufen ihre Kollektionen immer häufiger in eigenen Geschäften. Dafür bremsen sie beim Internet und planen Preiserhöhungen

Von Stefan Weber

Bielefeld – Der Gastgeber ist in Eile an diesem Nachmittag. Strammen Schrittes geht es durch ein helles, weitläufiges Großraumbüro, das vor kurzem noch ein miefiges Versandgebäude gewesen war. Im Vorbeigehen ein kurzer Plausch mit einer Mitarbeiterin, dann heißt es: Weiter! Treppauf, treppab, vorbei an Zuschneidestischen, entlang an Ständern mit Blusen und Kleidern, welche die Damen im Sommer 2012 tragen sollen. Gerhard Weber, 70, der Vorstandschef und Mitgründer des Modeunternehmens Gerry Weber, hat viel zu zeigen in der jüngst wieder einmal erweiterten Firmenzentrale.

Und er hat viel zu erzählen. Vor allem, dass es ihn herzlich wenig kümmert, was andere von ihm halten. Dann zählt er auf, wie oft ihm schon prognostiziert wurde, zu scheitern: Als er mit 24 Jahren als Vater von Zwillingen ein Modegeschäft eröffnete. Später dann, als er eine junge Tennisspielerin mit Namen Steffi Graf als Werbepartnerin verpflichtete, die damals kaum jemand kannte. Dann, als er in der ostwestfälischen Provinz ein Tennisstadion mit mehreren 1000 Plätzen errichtete, und auch, als er als einer der ersten Bekleidungshersteller in China fertigen ließ. Heute dirigiert Weber einen börsennotierten Konzern mit mehr als 600

„70 Prozent aller Betreiber von Geschäften können es einfach nicht. Sie haben keine Ideen.“

Millionen Umsatz und 2700 Mitarbeitern. So jemand kann es sich herausnehmen, bei einem Treffen mit Einzelhändlern zu poltern: „70 Prozent aller Ladenbetreiber können es einfach nicht. Sie haben keine Ideen, keine Konzepte, wissen nicht, was ihre Kunden wollen.“

Anstatt sich auf Partner im Handel zu verlassen, hatte Weber – wieder als einer der Pioniere in der deutschen Modewirtschaft – vor einigen Jahren begonnen, ein eigenes Ladennetz aufzubauen. Inzwischen gibt es weltweit mehr als 430 solcher „Houses of Gerry Weber“. Dass Be-

kleidungshersteller erfolgreicher sein können, wenn sie auch eigene Geschäfte betreiben, haben längst auch andere Modemacher erkannt. Zumindest diejenigen, die über Marken verfügen, die viele Verbraucher kennen. Wie die Ahlers-Gruppe, deren Zentrale in Herford nur wenige Kilometer von Webers Firmensitz in Halle entfernt ist. Pierre Cardin, Baldessarini, Otto Kern – das sind nur wenige Marken, mit denen das Familienunternehmen zu einem der führenden Hersteller von Männermode aufgestiegen ist. Firmenchefin Stella Ahlers verhandelt derzeit sogar über einen Kauf der bisher

nur als Lizenz genutzten Marke Pierre Cardin. Für sie steht fest: „Um weiter zu wachsen, müssen wir die gesamte Kette abdecken, von der Produktion bis zum Ladentisch. Mit 27 eigenen Shops ist das Filialnetz von Ahlers noch dünn geknüpft. Die Läden steuern gerade einmal gut acht Prozent zum Umsatz von zuletzt 251 Millionen Euro bei. Aber in vier Jahren soll der Anteil doppelt so hoch sein. Ähnlich klingt es bei Brax, der vor allem als Hersteller von Hosen bekannten Modegruppe, oder Seidensticker, dem europaweit größten Hemdenanbieter. „Wir investieren viel Geld in eigene Läden.“

Das Thema ist nicht neu. Aber noch immer sehen viele in der Modebranche in der Vertikalisierung den stärksten Wachstumstreiber. Stärker noch als im Onlinegeschäft. „Verkauf über das Internet? Ja, das machen wir. Aber großes Potential steckt da nicht drin“, meint Stella Ahlers. Und Brax-Geschäftsführer Stefan Brandmann stellt fest: „Der Online-Verkauf ist nicht ohne Risiken. Da herrscht totaler Verdrängungswettbewerb.“ Der Verkauf über das Netz ist auch deshalb schwierig, weil die Retouren enorm hoch sind. Wer ein Hemd kaufen möchte, lässt sich nicht selten ein hal-

bes Dutzend Exemplare liefern und schickt die nicht gewünschten Stücke auf Kosten des Lieferanten zurück. Die Retouren sind mitunter jedoch nicht mehr verkaufsfähig oder müssen zumindest neu aufbereitet werden.

Mit einem Problem allerdings haben die Bekleidungsanbieter derzeit nicht zu kämpfen: fehlender Kauflust. Nach Jahren rückgängiger Umsätze verzeichnete der deutsche Modehandel 2010 ein Plus von drei Prozent. Und auch dieses Jahr ist gut angelaufen. Vorläufig vorbei sind die Zeiten, in denen die Hersteller nur wachsen konnten, in dem sie das Auslandsgeschäft vorantrieben. Das ist wichtig für eine Region wie Ostwestfalen. Das Dreieck um Halle, Herford und Bielefeld ist eines der Zentren der deutschen Bekleidungsindustrie, „Fashion valley“, wie mancher sagt.

Vorbei sind die Zeiten, in denen die Hersteller nur im Ausland wachsen konnten.

Zugeschnitten und genäht wird dort – abgesehen von Musterstücken und Spezialitäten wie Reitbekleidung – allerdings schon lange nicht mehr. Das passiert vornehmlich in Asien, mitunter – wie bei Seidensticker – sogar in großen eigenen Fabriken. Die damit verbundenen Preisvorteile schmelzen allerdings dahin. Denn auch in China und Vietnam steigen die Löhne. Und da zuletzt auch noch die Preise für Baumwolle in die Höhe geschossen sind, sehen viele Modeanbieter nur eine Möglichkeit: Preiserhöhungen. Für die Herbst-/Winter-Kollektionen haben die Modeunternehmen Aufschläge bis zu 15 Prozent verlangt. „Dabei wird es nicht bleiben. Auch die Frühjahr-/Sommermode 2012 wird bis zu fünf Prozent teurer werden“, prognostiziert Klaus Brinkmann, Präsident des Modeverbandes German Fashion und Chef der Modegruppe Brinkmann, zu der auch die Marke Bugatti gehört. Und was sagt Gerhard Weber, der so gerne gegen den Strom schwimmt? „Wir stecken das weg. Preiserhöhungen sind kein Thema.“



Gerry Weber hat in rund 45 Jahren einen Modekonzern mit mehr als 600 Millionen Euro Jahresumsatz aufgebaut. Im Bild eine Modeschau bei der „Gerry Weber Open 2010“. Foto: Dana Anders