

Mode in NRW

Fashion Valley Ostwestfalen-Lippe

Die deutsche Modeindustrie ist in vielen Segmenten europaweit führend. Die Region Ostwestfalen-Lippe zählt zu den stärksten Wirtschaftsgebieten. Was macht die dort ansässigen mittelständischen Modeunternehmen so erfolgreich?

„Ein Gruppenfoto wie dieses werden sie von unserer Vorgängergeneration nicht finden“, erzählt Frank-Walter Seidensticker, Geschäftsführer der Seidensticker Holding, und weist auf ein Bild der letzten Fashion Night in Düsseldorf, die ihn zusammen mit führenden Köpfen von Ahlers, Brax, Bugatti, Gardeur und Gerry

Ahlers AG, Brax und Gerry Weber International AG wiesen in 2010 einen Gesamtumsatz von über 1,5 Milliarden Euro aus. Alle fünf Unternehmen wachsen stärker als der Branchendurchschnitt. Ostwestfalen-Lippe gilt als eine wichtige Schwerpunktregion der deutschen Modeindustrie.

„Natürlich gibt es auch Bereiche, in denen

alles, was ich anfasse, wird zu Hemden, und da sind wir auch heute wieder“, erzählt Frank-Walter Seidensticker. Weltweit entwickeln 50 Kreative insgesamt 35 Kernkollektionen. 2.000 Beschäftigte fertigen jährlich knapp 16 Millionen Kleidungsstücke. Dabei durchläuft jedes einzelne Hemd 142 Kontrollen bis zur Produktionsreife. 3,6 Mil-



Stefan Brand

Gerhard Weber

Dr. Stella Ahlers

Klaus Brinkmann

Weber zeigt. Die Unternehmen feiern nicht nur zusammen, sie kooperieren auch miteinander. Längst vorbei sind die Zeiten, in denen man mit Megaphon vor den Werkstoren versuchte, sich die Näherinnen abzuwerben. Heute gibt es eine große Offenheit, die alle profitieren lässt. Die Unternehmen stehen zwar im Wettbewerb miteinander, ihre Geschäftsleitungen treffen sich aber regelmäßig und tauschen sich in einigen Bereichen untereinander aus.

Die Zahlen zeigen: Miteinander macht erfolgreich. Die fünf westfälischen Modeunternehmen Unternehmensgruppe Seidensticker, Bugatti Holding Brinkmann,

jeder für sich arbeitet“, sagt Detlef Adler, ebenfalls Geschäftsführer von Seidensticker. „Über die neue technologische Plattform RFID tauschen wir uns aber beispielsweise aus, damit nicht jeder dieselben Fehler machen muss.“ Generell gehören Logistik und IT zu den Themen, über die Gespräche stattfinden. Die Zusammenarbeit kann aber noch enger sein: So fertigt Seidensticker die Bugatti-Hemden für die Herforder Brinkmann-Gruppe. Das macht Sinn, schließlich gehört Seidensticker zu den bekanntesten Hemdenmarken und ist führend im europäischen Hemdenmarktgeschäft. „Unser Großvater hat einmal gesagt,

onen Euro investiert Seidensticker jährlich in die Qualitätssicherung.

„Wir leben hier im Fashion Valley Ostwestfalen“, schmunzelt Marc Freyberg, Marktingeleiter der Leineweber GmbH & Co KG in Herford. Die Kernmarke Brax hat sich in den letzten Jahren zu einem der wichtigsten Anbieter im gehobenen deutschen Bekleidungsmarkt für DOB und HAKA entwickelt. Zum siebten Mal in Folge hat Brax seinen eigenen Umsatzrekord gebrochen und erzielte im vergangenen Jahr mit einer Steigerung von 5,7 Prozent einen Umsatz von 258,2 Millionen Euro. Den Erfolg – auc-

angesichts der Wirtschafts- und Finanzkrise – begründet Geschäftsführer Stefan Brandmann mit der kontinuierlichen Arbeit an einem soliden Unternehmensfundament. Dazu gehören ein gutes finanzielles Polster, das es ermöglicht, unabhängig von den Banken zu agieren, die Gespräche über Unternehmensgrenzen hinweg, aber auch Kritik-Gespräche innerhalb des Unternehmens selbst. 2001 wurde ein Unternehmensleitbild entwickelt, an dem sich alle Mitarbeiter inklusive der Führungskräfte messen und bewerten lassen müssen. „Damit können wir schnell Schwachstellen aufdecken“, so Stefan Brandmann.

„Gerhard Weber hat in seinem Leben alles falsch gemacht – das behaupten einige meiner Mitbewerber und etliche Händler“, sagt Gerhard Weber, Vorstandsvorsitzender der Gerry Weber AG, der am 3. Juni 70 Jahre alt wurde. Er schmunzelt süffisant, während er das erzählt und zwinkert mit den Augen. Denn natürlich hat Gerhard Weber nicht alles falsch gemacht. Das wird deutlich, während er stolz durch die neuen Räume des modernen Kreativcenters führt. In dem komplett umgebauten ehemaligen Fertigwarenlager werden heute die Abteilungen Verkauf, Retail, Schnitt, Design und Produktion unter einem Dach vereint. Allein rund 180 Designerinnen arbeiten hier. Ein moderner Showroom-Komplex präsentiert Mode- und Lifestylemarken wie Gerry Weber, Gerry Weber Edition, Taifun und Samoon by Gerry Weber. Mit weltweit mehr als 430 Houses of Gerry Weber, über 2.000 Shopflächen und Marken-Online-shops ist die Gerry Weber International AG, die 1973 von Gerhard Weber gegründet wurde, heute eines der bekanntesten und erfolgreichsten deutschen Fashion- und Lifestyle-Unternehmen. Rund 2.700 Mitarbeiter arbeiten im Konzern. Im vergangenen Geschäftsjahr 2010 erwirtschaftete das börsennotierte Unternehmen einen Umsatz von 621,9 Millionen Euro Umsatz. Gerade wurde der Rohbau der neuen Verwaltung der Brinkmann-Gruppe fertiggestellt. Der Einzug soll voraussichtlich im Januar 2012 stattfinden. „Für uns ist der Neubau ein klares Bekenntnis zum Standort Herford, wo wir seit 1953 unseren Stammsitz haben“, erklärt der geschäftsführende



Seidensticker-Geschäftsführer Gerd Oliver Seidensticker, Detlef Adler und Frank-Walter Seidensticker

Gesellschafter Klaus Brinkmann. Zusammen mit seinem Bruder Wolfgang führt er das 1947 gegründete Unternehmen, das zu den führenden Herstellern von Herrenbekleidung gehört, in zweiter Generation. Die Brinkmann-Gruppe erwirtschaftete 2010 einen Umsatz von 210 Millionen Euro. Umsatzstärkste Marke ist das Label Bugatti. Über 200 Shop-in-Shops sowie 20 Stores im In- und Ausland dokumentieren die hohe Akzeptanz. Als eines der ganz wenigen Modeunternehmen in Deutschland produziert die Brinkmann-Gruppe noch einen Teil ihrer Ware in Deutschland. Täglich fertigt das Unternehmen unter der Linie Pikeur Reitmoden rund 100 Reitsakkos in Herford sowie 320 Reithosen in Uchte/Nienburg. „Mit der Inlandproduktion können wir schnell und flexibel auf Kundenwünsche reagieren“, so Klaus Brinkmann.

„Es sind drei wichtige Kernthemen, die zu unserer Unternehmensstrategie gehören“, erklärt Dr. Stella A. Ahlers, Enkeltochter des Firmengründers Adolf Ahlers und seit 2005 Vorstandsvorsitzende des börsennotierten Unternehmens, und zählt auf: „Erstens die Profilierung der einzelnen Marken, zweitens die Entwicklung der Bereiche Retail und Vertikalisierung und drittens die Internationalisierung des Unternehmens.“ Die Marken der AG sind in drei Segmenten gebündelt. Das Premium-Segment umfasst die Marken Pierre Cardin, Baldessarini und Otto Kern und trägt 52 Prozent zum Gesamtumsatz von rund 251 Millionen Euro bei. Das Segment Jeans & Workwear besteht aus den Marken Pioneer, Pionier Jeans & Casuals und Pionier Workwear und macht 25 Prozent vom Umsatz aus. Die restlichen

23 Prozent verteilen sich auf die Marken Gin Tonic und Jupiter, die zum Men's & Sportswear-Segment gehören. Rund 2.400 Flächen bewirtschaftet die Ahlers-Gruppe heute. „Hier werden wir weiter wachsen“, glaubt Dr. Stella Ahlers. Machen Flächen derzeit etwa 8,5 Prozent vom Umsatz aus, soll dieser Bereich bis 2014 auf 15 Prozent wachsen.

Auch diese fünf Unternehmen haben die Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise in ihren Beschaffungs- und Absatzmärkten zu spüren bekommen. Durch gute Planungen in den Bereichen Personalentwicklung, Marke, Retail, Qualitätssicherung, Logistik und vertikalen Partnerschaften fühlen sie sich jedoch mit Blick auf die nächsten Jahre gut aufgestellt. //ss

Die Alles-Könner von Roadsign australia:

wasserdicht

winddicht

easy care

atmungsaktiv

verschweißte Nähte

