

Alle zwei Stunden ein Container für Herford

Gutenberg-Gesellschaft bei der Ahlers AG

■ **Herford** (jwl). 253 Millionen Euro Umsatz, weltweit 2.200 Mitarbeiter, jährlich 8,5 Millionen produzierte Kleidungsstücke – vom T-Shirt bis zum Sakko: Die Herforder Ahlers AG gehört zu den größten Unternehmen der Modebranche und öffnete jetzt seine Tore für 70 Mitglieder der Erich-Gutenberg-Gesellschaft.

„60 Prozent unseres Umsatzes machen wir mit Premium Brands“, erklärte die Vorstandsvorsitzende Dr. Stella Ahlers. Dazu gehören etwa Marken wie Baldessarini, Otto Kern oder Pierre Cardin. 28 Prozent entfallen auf Jeans und Workwear – hinter dem englischen Begriff verbirgt sich die Arbeitsbekleidung. Und 14 Prozent werden im Bereich Men's Sportswear mit Marken wie Jupiter oder Gin Tonic umgesetzt.

Mehr als die Hälfte des Umsatzes (54 Prozent) werden in Deutschland erzielt, weitere 25 Prozent in Westeuropa, 21 Prozent entfallen auf Mittel- und Osteuropa. „In Osteuropa haben wir eine starke Position“, fügte die Vorstandschefin hinzu.

Darüber hinaus ist das Unternehmen in Asien aktiv. 33 Prozent der Kleidungsstücke werden dabei selbst in den eigenen Fabriken gefertigt, 27

Prozent in Form einer so genannten Lohnveredelung, bei der die Ahlers AG eigene Stoffe, Garne und andere Teile stellt und der Auftragnehmer das Nähen übernimmt. Rund 40 Prozent werden auf Grund festgelegter Qualitätsstandards zugekauft.

Dabei gehören Staaten Osteuropas – in Polen betreibt Ahlers ein Werk – sowie die Türkei, aber auch China zu den Ländern, in denen produziert wird. In Sri Lanka besitzen die Herforder ein weiteres Werk mit 800 Mitarbeitern, in dem Jeans genäht werden. Wie Bruno Leder, der Bereichsvorstand Beschaffung und Logistik, erklär-

te, kommen die meisten Teile aus Sri Lanka mit rund 1,5 Millionen Stück, gefolgt von China mit 1,3 Millionen, Polen, der Ukraine, Vietnam, Indonesien oder der Türkei. „Das ist alle zwei Stunden ein 20-Fuß-Container Richtung Herford“, rechnet Leder vor. Transportiert wird die Ware dabei per Schiff aus Asien.

Dort ist aktuell Bangladesch – wegen der Feuer und des Einsturzes einer Textilfabrik in den Fokus gerückt. Anders als einige Hersteller, die im unteren Preissegment agierten, stelle sich das Problem für Ahlers nicht. Nur drei Prozent der Teile werde dort bezogen, erklärte Ah-

lers. „Bangladesch ist für uns (aufgrund des Volumens, d. Red.) von untergeordneter Bedeutung.“ Gleichzeitig warnte sie davor, alle Fabriken über einen Kamm zu scheren: „Es gibt furchtbare Betriebe, es gibt aber auch total vernünftige Betriebe“, so Ahlers, die gleichzeitig das Kaufverhalten der Kunden in den Fokus nahm: „Die Verbraucher sind betroffen, aber nicht gewillt, die Mehrkosten zu zahlen.“ Neben dem Handel sollen die Produkte künftig auch verstärkt online per E-Commerce bestellbar sein. Das Unternehmen, so Stella Ahlers, arbeite hier an entsprechenden Lösungen.



Hohes Interesse: Die Gutenberg-Gesellschaft zu Gast im Ahlers-Logistikzentrum an der Bielefelder Straße. FOTOS: KIEL-STEINKAMP



Vorstandsvorsitzende: Dr. Stella Ahlers erläutert Strategien.