

Nachdem die meisten Händler

Dynamisches Wachstum – nicht alles perfekt

Erwin O. Licher, Gründer Vater der erst einhalb Jahre alten Brands 'Herrlicher' und 'Toney Clothing', freut sich über die positive Resonanz des Handels auf seine Kollektionen. Schon Ende September gelang es dem Münchner Unternehmen, die Umsatz-Ziele für das Jahr 2005 zu erreichen. Dennoch läuft nicht alles rund. Es gibt Kritik von Seiten des Handels. Der Grund: Kollektionen werden zu spät oder nicht vollständig geliefert. Einige Händler geben dem Unternehmen in Sachen 'Lieferpünktlichkeit' die Note 'mangelhaft'. j'n'e sprach darüber mit dem Designer und Unternehmensgründer Erwin O. Licher:

j'n'e: Ihr macht ja einen guten Job im Design. Die Ware verkauft sich im Handel. Das ist in dieser Zeit schon phänomenal. Doch die Anerkennung für Eure Arbeit könnte noch größer sein, wenn Ihr pünktlich liefern würdet. Wie seht ihr das?

Erwin O. Licher: Bei unserem Lieferverhalten muss und wird sich etwas ändern. Wir nehmen die Kritik des Handels sehr ernst. Unsere Wettbewerber nutzen unsere Schwäche, um Negativ-Propaganda zu verbreiten. Doch wir lösen unser Problem! Die Maßnahmen für eine schrittweise Optimierung von Beschaffungs- und Logistik-Prozessen laufen bereits.

Was sind die Gründe dafür, dass nicht alles rund läuft?

Es ist halt wie bei allen jungen Unternehmen. Unsere Orderkollektionen waren anfangs relativ groß. Weil wir im August 2004 gleich durchgestartet sind, verfügten wir über keine Warenwirtschaft zur Erfassung von Aufträgen. Alles lief parallel. Es gab noch zu viele Baustellen. Personal fehlte. Die Kommunikation mit Lieferanten war nicht optimal. Um die ersten Kollektionen durchzubringen, muss man die Lieferanten bitten, Mindermengen zu fertigen. Dies ist nicht selbstverständlich. Erschwerend kam hinzu, dass wir auf bewährte Produzenten verzichten mussten, weil Konkurrenten uns blockierten. Späte oder verspätete Lieferungen waren die Folgen.

Seid ihr jetzt besser organisiert?

Wir verfügen über ein Warenwirtschaftssystem, mit dem wir jetzt, nachdem das Personal und auch der Außendienst geschult wurden, Aufträge sofort erfasst werden. So haben wir täglich einen Überblick über die Ordermenge für jeden einzelnen Artikel. Kurz vor Orderschluss gibt es eine Hochrechnung, die Basis für Bestellungen bei Lieferanten ist. Damit kann früher informiert, produziert und früher geliefert werden.

Produktion ist ein schwieriges Thema, wenn man auf bewährte Lieferanten verzichten muss. Konntet ihr das Problem lösen?
Ich hätte gern mit den bekannten Produzenten zusammengearbeitet, mit denen wir auch bei Freeman T'Porter groß geworden sind. Wo wir nicht zu recht kamen, haben wir uns jetzt neue flexible, aufstrebende, meist mittelgroße Fabrikanlagen gesucht, die bereit sind, mit meinem Unternehmen zu wachsen und auch von unserem Know how zu lernen.

Seid ihr nicht auch mit dem China-Problem konfrontiert worden?
Wir produzieren hauptsächlich im europäischen Raum. Als dann klar wurde, dass China-Ware im Zoll liegen blieb, versuchten die markstarken Lieferanten in Europa nachproduzie-

ren zu lassen. Dies führte dann teilweise dazu, dass die Bearbeitung unserer Aufträge zurückgestellt wurde. Hier waren wir machtlos.

Müssen denn Kollektionen in einer Breite angeboten werden, wie ihr es bisher gemacht habt?

Wir sind hier natürlich in einem Zwiespalt. Der Handel erwartet von guten Lieferanten in den Hauptkollektionen eine gewisse Aussage und will auswählen. Dies können wir nicht über das Angebot von Einzelteilen erreichen. Wir wären damit zu vergleichbar. Wenn die Kollektionen zu klein sind, wären zudem die Handelsvertreter nicht daran interessiert, für uns zu arbeiten. Ist die Kollektion aber trotz allem zu breit angelegt, bekommt man weniger produktionsfähige Stückzahlen zusammen. Das macht die Beschaffung teuer. Es kommt zu den schon beschriebenen Lieferverzögerungen. Auch hier lernen wir jeden Tag dazu. Faktum ist, dass gerade die Winterkollektion zu umfangreich gewesen ist. Wir haben bereits darauf reagiert und konzentrieren uns.

Kann man den Außendienst über eine bessere Informationsstrategie nicht so steuern, dass in der Order pro Teil optimale Mengen zusammenkommen?

Selbstverständlich! Auch hier sind wir auf dem besten Wege. Über unser Warenwirtschaftssystem rufen wir täglich Informationen darüber ab, welche Ordermengen es für welchen Artikel bereits gibt. Über diese aktualisierten Informationen, die vergleichbar mit einem TED-System bei Zuschauerbefragungen im Fernsehen sind, verfügt auch der Außendienst. Er kann die Kunden somit besser beraten, und sie darüber informieren, was bislang schwerpunktmäßig gekauft wurde und bei welchen Artikeln die Auslieferung gewährleistet ist. Es kann alles nur besser werden.

Trotz nicht optimaler Lieferung habt ihr die Umsätze gesteigert. Wie war das möglich?

Nun ja, mit unserer Kollektion haben wir die Nachfrage auf den Punkt getroffen, sei es mit Können oder sei es auch mit dem Glück des Mutigen. Dies führte dazu, dass die Abverkäufe der Teile, die verspätet an den Handel ausgeliefert wurden, optimal waren. Schon in sehr kurzer Zeit waren die gelieferten Teile verkauft.

Zusätzlich habt ihr den Kunden kurzfristig lieferbare Flashprogramme angeboten. Das hat euch Sympathien eingebracht.

Wir haben hier eine richtige Entscheidung getroffen. Flashprogramme werden vom Handel momentan grundsätzlich gut



Erwin O. Licher

aufgenommen. Wir lagen mit unserem Angebot richtig. Über Flashprogramme konnten wir unsere Schwächen bei Minder- oder Spätlieferungen innerhalb der Kollektion voll ausgleichen. Schon kurz nach Auslieferung liegen Nachbestellungen auf dem Tisch.

Was lief besonders gut?

Erwin O. Licher: Wir sind besonders gut bei unseren Denim gewesen. Dazu kamen unsere Damenhosen im Herrenanzugschnitt mit Nadelstreifen in Wolloptik. Wir schaffen es immer Artikel zu bringen, die zu Rennern werden.

Kreativität und Spürsinn sich Eure Stärken. Was tut ihr, damit das so bleibt?

Wir haben uns im Design weiter verstärkt. Mit Sonja Weiss verfügen wir jetzt über eine Expertin, die sieben Jahre für Mogul tätig war und den Wunsch hatte, sich zu verändern.

Wie seid ihr mit eurem Vertrieb zufrieden.

Ich bin froh, über ein engagiertes Vertriebsteam unter der Federführung von Be2Be Fashion Consulting zu verfügen. Riewert Lang ist in seiner Vertriebsleiterfunktion fast täglich bei uns und arbeitet mit uns aktiv an der Optimierung der Organisationsabläufe. Froh bin ich darüber, dass wir in Norddeutschland mit Herrlicher hervorragende Umsätze machen. In meiner Zeit für Freeman T' Porter war das immer ein schwaches Absatzgebiet. Wir haben offensichtlich den richtigen Mann gefunden. Das ist ein Anlass sich zu ein wenig stolz zu sein. Doch es gibt noch einen weiteren Grund. Nachdem wir in der Nachlieferfrist auch diesmal alles geschafft haben, was im Wesentlichen zu erledigen war, freue ich mich jetzt riesig auf meinen, sich ankündigenden Herrlicher-Nachwuchs!

Vielen Dank für das Gespräch.

Wählen Sie aus einer Vielzahl von erstklassigen Weinen Ihre Lieblingsweine aus.



Hier erfahren Sie mehr:



www.fashion-center.de

IT-Systeme für den Modefachhandel

Software + Hardware
Beratung + Schulung
Internetlösungen + Webcams

tel +49 (0)6201 18020
fax +49 (0)6201 180230
info@science-data-software.de
www.science-data-software.de
www.sdswebshop.de



Science Data Software