



SERIE

beim Aufbau des Unternehmens aber auch ausschlaggebend, die Möglichkeiten am Markt zu erkennen – und dann zu kanalisieren und auszuwählen, welche Idee funktioniert“.

Trotzdem weiß Heiner Vierke aber auch: Nicht immer läuft im Unternehmen alles glatt. „Auch wir hatten unter der Wirtschaftskrise zu leiden“, sagt er. „Aber das war für mich kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken. Nur, wer in der Lage ist, Druck und Stress positiv zu nutzen, kann als Unternehmer dauerhaft bestehen.“ Der Schlüssel für ihn ist die stringente Kundenorientierung und ein umfassendes Leistungspaket. Das reicht von der Work Fashion über die Business und Merchandising Fashion bis hin zur Luxury Fashion. Rund 30 Spezialisten kümmern sich am Standort Braunschweig um Design, Entwicklung und Produktion hochwertiger und modischer Unternehmensbekleidung unter anderem für Kunden wie Schnellecke Logistics, die Braunschweiger Verkehrsbetriebe, Bugatti, John Deere, Expert, TUI und e-plus BASE.

Die Wünsche der Kunden stehen zwar im Vordergrund, manche Dinge lehnt er aber auch kategorisch ab. Zum Beispiel die Produktion von Billigtextilien unter fragwürdigen Arbeitsbedingungen. „Das ist unter menschlichen Gesichtspunkten nicht fair. Darüber hinaus schädigt es zumeist auch das Image der

Marke. Möglichkeiten und Ideen, Corporate Fashion zu einem guten Preis-/Leistungsverhältnis herzustellen, gibt es genug“, weiß er. An Ideen mangelt es Heiner Vierke jedenfalls nicht. Die sammelt er unter anderem in der Freizeit, beim Spaziergang mit Hund Gustav, beim Radfahren oder beim Geländereiten. Und

wo tankt er seine Energiespeicher wieder auf? „Zu Hause bei Frau und Kindern oder auf weltweiten Reisen.“

Sollte dabei die alte Leidenschaft für Konzerte wieder aufflackern, lieber Herr Vierke, hier mein Vorschlag: Holen Sie doch mal wieder ein paar Stars nach Braunschweig.

Christian Göttnert

Der Schreibtisch von ...

Heiner Vierke, Geschäftsführer der Vierke Corporate Fashion + Concepts

MIT 16 GRÜNDETE ER DIE größte Schülerzeitung Niedersachsens unter dem Namen „People“. Anfang der 70er erhielt er das Angebot, mit Tina Turner auf Tournee zu gehen, und 1977 holte er die australische Hardrock-Band AC/DC – heute Mega-Stars – nach Braunschweig ins FBZ. Das sind zwar nur ein paar kleine Schlaglichter aus dem Leben von Heiner Vierke. Sie zeigen aber schon: Dieser Mann ist wie ein Energydrink – mitreißend, belebend, voller Ideen und immer in Action.

In Amerika würde man den Braunschweiger als typischen „Self-Made-Man“ bezeichnen. Denn aus eigener Kraft hat er ein Unternehmen aufgebaut, das heute hochwertige Corporate Fashion an renommierte Unternehmen in ganz Europa liefert. Schon während seines Betriebswirtschaftsstudiums gründete der damals 21-Jährige eine Werbeagentur. Weil das Geschäft mit klassischer Werbung, Werbemitteln und Verkaufsförderung überaus gut gedieh, war für Heiner Vierke nach Studienende die Richtung klar: weitermachen, ausbauen, aufstocken und noch mehr inte-

ressante Kunden gewinnen.

Die Initialzündung für die Spezialisierung auf Textilien gab schließlich der Auftrag eines Kunden, der hochwertige Polohemden bei Vierke bestellte. „Das Problem daran war – Werbetextilien in vernünftiger Qualität gab es damals so gut wie gar nicht“, erklärt Heiner Vierke. Und weil Beharrlichkeit eine seiner Stärken ist, ging er selbst auf die Suche. „Ich bin in die Betriebe gefahren und habe mir das gesamte Know-how selbst angeeignet. Das war natürlich die beste Basis, um das Geschäft im Bereich Corporate Fashion auszubauen.“

Was braucht man, um als Unternehmer erfolgreich zu sein? „Ganz wichtig ist der Mut zur Entscheidung, auch wenn man nicht hundertprozentig sicher ist, dass es die richtige ist. Denn diese Sicherheit bekommt man nie“, sagt Heiner Vierke. „Für mich war es

