

Das Regional-Journal für Südostniedersachsen

03.2014

5,00 €

regjo

GOGREEN

Der CO₂-neutrale Versand
mit der Deutschen Post

Konsum



Vertrauenssache

Textilproduktion

Das Braunschweiger Unternehmen Vierke zeigt mit Komplettlösungen rund um hochwertige und designorientierte Corporate Fashion, wie Mode die Markenbotschaft unterstützen kann.

AUTOR: MARTINA ZINGLER
FOTOGRAFIE: MICHAEL PAPENDIECK,
NINA STILLER



Heiner Vierke, Geschäftsführer der Vierke Unternehmensgruppe

Wie ein Unternehmen seine Mitarbeiter einkleidet, vermittelt ein bestimmtes Bild nach außen. Nach innen gibt Mitarbeiterbekleidung im Idealfall Sicherheit und stiftet Identität. Mit modischen und individuellen Kollektionen setzt die Braunschweiger Vierke Corporate

Fashion + Concepts GmbH die Markenbotschaft ihrer Kunden klar um. Der Wohlfühlfaktor steht dabei ganz oben auf der Prioritätenliste.

„Absolut kundenorientiert“, so beschreibt Geschäftsführer Heiner Vierke die Arbeitsweise, die seine Laufbahn schon früh geprägt hat. Bereits

während des BWL-Studiums gründet Vierke eine Firma für Werbung und Marketing und kommt erstmals mit dem Thema hochwertige Bekleidung in Kontakt. Nach dem Studium befasst er sich intensiv mit dem Textilhandwerk, schaut sich in Fabriken und Produktionsstätten um und baut auf diesem

Wissen das eigene Unternehmen auf. Heute beschäftigt die Vierke-Gruppe 60 Mitarbeiter.

Neben dem Hauptsitz in Braunschweig, an dem die Produktion von größeren Aufträgen gesteuert wird, zählen noch ein Designatelier in Potsdam für Spezialaufträge sowie seit Kurzem ein Logistik- und Fulfillmentzentrum in Salzgitter zur Vierke-Gruppe. Mit diesem Full-Service-Angebot – angefangen beim Design über die Produktion bis hin zu Lagerhaltung und Logistik – erreicht das Unternehmen eine Sortimentsbreite und -tiefe, die in der Branche ihresgleichen sucht. Heiner Vierke sieht in den Serviceleistungen noch großes Wachstumspotenzial. „Wir werden die Abteilung Logistik und Fulfillment weiter ausbauen und auch Aufträge von externen Unternehmen und Onlineshops annehmen.“

Kleidung für das königliche Personal

Die Kernkompetenzen des Unternehmens liegen in hochwertiger und bequemer Mitarbeiterbekleidung – der Work und Business Fashion – sowie in Merchandising Fashion für Kultmarken wie John Deere. Vierke hat unter anderem ein Bekleidungskonzept für den Logistikdienstleister Schnellecke und einen neuen, frischen Look für die Business Fashion der expert AG in Hannover entwickelt. „Unsere Kunden vertrauen darauf, dass wir wissen, was es bedeutet, mit einer Marke umzugehen“, sagt Heiner Vierke. Über das Designbüro in Potsdam wickelt Vierke zudem auch ungewöhnliche Aufträge ab. So geschehen etwa bei der Einkleidung der Angestellten einer privaten Fluglinie des Königs von Oman oder des Personals von Spitzenhôtels in Moskau und Dubai, bei der



gungen auch mehr zu zahlen“, so Vierke. „Wir haben in unserem Sortiment ja auch keine T-Shirts für 3 Euro.“

Warum die Beziehungen sowohl zu Lieferanten als auch zu den Kunden so gut funktionieren, weiß Vierke genau: „Textilproduktion hat im Wesentlichen mit Vertrauen zu tun.“ So kennt Vierke nicht nur seine Lieferanten und jeden Betrieb, in dem gefertigt wird, sondern er geht beim Design auch auf die individuellen Wünsche der Kunden ein, führt bei Bedarf Mitarbeiterbefragungen durch und fungiert als Mediator zwischen Angestellten und Geschäftsleitung. „Wenn die Mitarbeiter sich wohlfühlen, trägt das auch zum Geschäftserfolg bei“, sagt Vierke. ...

es spezielle klimatische Bedingungen zu berücksichtigen galt.

International sind ebenfalls alle Parameter auf Wachstum ausgerichtet. Als wichtigen neuen Markt erschließt Vierke zum Beispiel gerade den gesamten arabischen Raum. „Die klassischen deutschen Tugenden werden von den Arabern sehr geschätzt“, berichtet Vierke. „Diese Märkte explodieren.“ In Dubai entsteht zurzeit ein zweites Logistikzentrum, um den afrikanischen und arabischen Markt abzudecken. Für Pakistan ist sogar der Aufbau einer Lehrlingsausbildung nach deutschem Muster geplant.

Die Vierke-Unternehmensgruppe hat Produktionsstätten in Polen, Portugal und im asiatischen Raum. Hier wird nicht billig und auf Kosten der Arbeiter produziert, wie es bei einigen großen Discount-Bekleidungsketten der Fall ist. „Es ist durchaus möglich, unter Social-Fairtrade-Bedingungen zu produzieren, wenn die Kunden mitziehen“, so Vierke. „Unsere Kunden bewegen sich in einem Umfeld, wo Nachhaltigkeit eine große Rolle spielt, und sind bereit, für Ökologie und faire Bedin-

