

# FALKE: Qualität an erster Stelle

„Mittelstand Kompakt“ sprach mit Dr. Frank Kirchner, Personal, Recht, IT / HR, Legal affairs, IT bei FALKE, warum Kontinuität, Verlässlichkeit und Qualität so wichtig für den Erfolg des Familienunternehmens sind.

FALKE ist ein deutsches Familienunternehmen, das im Jahr 1895 gegründet wurde. Heute ist die Gruppe ein Global Player und beschäftigt weltweit insgesamt 3.100 Mitarbeiter. Falke ist bekannt für hochwertige Strumpfwaren, Sportbekleidung und Modeartikel. Die FALKE GRUPPE erwirtschaftete im Jahr 2012 einen Umsatz von rund 230 Mio. Euro.

**Mittelstand Kompakt: FALKE ist ein Familienunternehmen mit fast 120-jähriger Tradition. Wie erklären Sie sich die lange Erfolgsgeschichte von FALKE?**

**Dr. Frank Kirchner:** Einige der Erfolgsfaktoren dürften „Kontinuität und Verlässlichkeit“ sein. In einer Zeit ständigen Wandels suchen Endverbraucher immer häufiger Orientierung, Beständigkeit und Vertrauen. FALKE bietet dieses alles seit fast 120 Jahren. Orientierung bedeutet, dass Werte gelebt werden. FALKE Werte sind in allererster Linie natürlich Qualität, es ist aber auch das Versprechen an den Kunden und die Kundin, hochaktuelle Bekleidung für moderne Menschen herzustellen, die deren persönliches Wertesystem reflektiert.

**Mittelstand Kompakt: Was hat sich in Ihrem Geschäft während der letzten 100 Jahre verändert?**

**Dr. Frank Kirchner:** Fundamental geändert hat sich selbstverständlich die Geschwindigkeit des Wandels. War Bekleidung vor 100 Jahren noch eher handwerklich gefertigt, erleben wir heute nahezu ausschließlich Serienproduktion. FALKE hat sich hier deutlich positioniert und verarbeitet hochwertige Rohstoffe klassischer Herkunft (Baumwolle, Wolle, Seide, Cashmere) überwiegend handwerklich geprägt. Besucher bei FALKE sind immer wieder überrascht über die Intensität handwerklicher Bearbeitungsgänge bei der Strumpfherstellung. Gleiches gilt natürlich auch für die FALKE Oberbekleidung.

**Mittelstand Kompakt: Wie hat sich die Produktion verändert?**

**Dr. Frank Kirchner:** Nach wie vor ist die Produktion durch den hohen Anteil an gestrickten Produkten (Pullover, Shirts,

Strümpfe) geprägt. Allerdings sind aus mechanisch angesteuerten Strickmaschinen mittlerweile computergesteuerte Automaten geworden. Unabdingbar ist jedoch eine kräftige Portion menschlichen Know-hows, um anspruchsvolle FALKE Produkte herzustellen. Unverändert geblieben ist unser Anspruch, dass FALKE Mitarbeiter die Garanten gleichbleibender Qualität, Passform und des Tragegefühls sind.

*FALKE Werte sind in allererster Linie natürlich Qualität, es ist aber auch das Versprechen an den Kunden und die Kundin, hochaktuelle Bekleidung für moderne Menschen herzustellen, die deren persönliches Wertesystem reflektiert.*

**Mittelstand Kompakt: In welche Länder exportiert Falke? Sind die Erwartungen an Socken und Strümpfe in allen Ländern gleich? Welche Unterschiede gibt es? In welchen Ländern weichen die Erwartungen am meisten von denen der deutschen Kunden ab?**

**Dr. Frank Kirchner:** FALKE ist ein international tätiges Bekleidungsunternehmen, das in nahezu alle Länder dieser Welt exportiert. Den größten Anteil am Umsatz hat Europa. Unterschiede in den Erwartungen an FALKE Produkte bestehen vor allem hinsichtlich der Größenverteilung – in Asien sind beispielsweise eher kleinere Größen gefragt als in Europa.

**Mittelstand Kompakt: Wie viele Textilien werden jährlich von Falke produziert?**

**Dr. Frank Kirchner:** FALKE produziert ca. 50 Millionen Paar Beinbekleidung pro Jahr unter den beiden eigenen Marken FALKE, BURLINGTON und für die Lizenzmarke ESPRIT.

**Mittelstand Kompakt: Wie schafft man es kontinuierlich etwas Neues zu entwickeln? Ist das bei Strümpfen überhaupt möglich und wie?**

**Dr. Frank Kirchner:** Beinbekleidung ist ebenso wie die übrige Bekleidung Modetrends unterworfen. FALKE arbeitet daher mit internationalen Designern zusammen, die solche Modetrends aufspüren und auf unseren Produktbereich umsetzen. Andererseits erfüllt Beinbekleidung zunehmend weitere Funktionen, wie z.B. Kompressionsfunktionen, Stimulierungsfunktionen u.ä. Neues ergibt sich auch sehr oft aus neuen Materialien, so sind z.B. Strümpfe aus Bambus mittlerweile gängig am Markt. Aber auch Garnfeinheiten, Materialkompositionen, Garnbindungsmethoden im Gestrick sind Innovationen. Die Sportbekleidung – und damit auch der Sportstrumpf von FALKE – definiert sich regelmäßig über Innovationen neu, FALKE hat gerade im Januar 2014 erneut einen ISPO Award für unsere FALKE Skiing Air Insulation Unterwäsche gewonnen. Zu den Neuigkeiten einer jeden Modesaison gehören nicht zuletzt auch die aktuellen Modifarben.

**Mittelstand Kompakt: Was sind für Sie die perfekten Socken oder Strümpfe?**

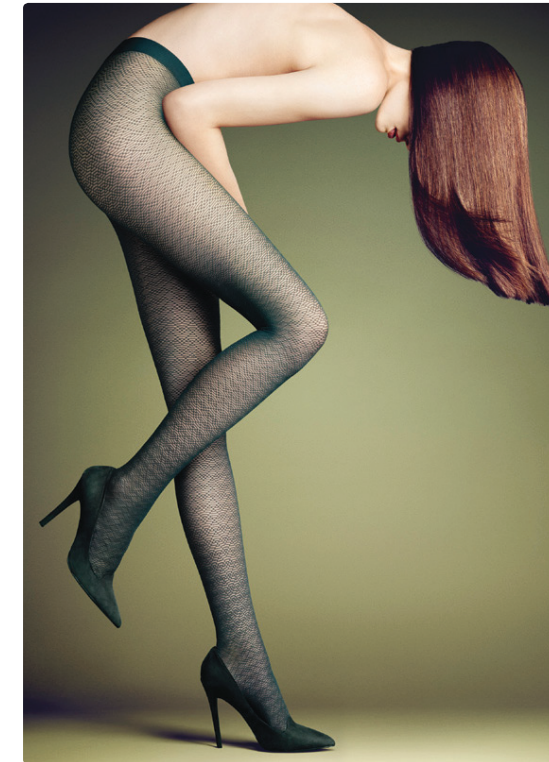
**Dr. Frank Kirchner:** Ideal ist die Beinbekleidung dann, wenn sie über gute Passform, ansprechendes Design, hochwertige Materialien mit außergewöhnlicher Haptik sowie entsprechender Haltbarkeit und Qualität verfügt.

**Mittelstand Kompakt: Welchen Anspruch hat Falke an die Qualität seiner Produkte?**

**Dr. Frank Kirchner:** Auch hier gilt, dass FALKE den gesamten Wertschöpfungsprozess unter dem Licht von Qualitätsas-

pekten sieht. Von der Auswahl der Garne, über ausgiebige Tragetests mit Vorserien Produkten bis hin zu Scheuertests, die das Verschleißverhalten prüfen, reicht die Palette von Q-Maßnahmen. Selbstverständlich sind FALKE Produkte Öko-Text zertifiziert und sind frei von Schadstoffen. Dies ist besonders wichtig bei Bekleidung für Babies und Kleinkinder. Artikel, die nicht bedingungslos den FALKE Qualitätsbedingungen entsprechen, werden nicht an den Kunden versandt.

**Mittelstand Kompakt: Sie vertreiben die Produkte online aber auch im traditionellen stationären Handel. Wie stark sind Sie im stationären Handel vertreten?**



**Dr. Frank Kirchner:** Der traditionelle stationäre Vertriebsweg ist naturgemäß der stärkere Weg. FALKE ist außergewöhnlich fachhandelstreu, wir schätzen die Vertriebsleistung unserer Key Accounts und Fachhändler.

*FALKE hat sich für Comarch und Impuls entschieden, weil hier eine Branchenlösung aufgebaut wurde, deren Basis ein performantes Standard ERP System ist. Die Erweiterung des ERP um die Kategorie E-Business ist konsequent, da dieses Business in Comarch ERP Lösung integriert ist und damit ohne zusätzliche Schnittstellen auskommt.*

**Mittelstand Kompakt:** Wann und warum haben Sie sich für den Schritt ins Internet entschieden?

**Dr. Frank Kirchner:** FALKE hat zunächst diejenigen Händler unterstützt, die einen eigenen Webshop eröffnet haben. Die Nachfrage nach einem eigenen Vertriebsmodell über einen FALKE eigenen Webshop ist in der Vergangenheit immer stärker geworden, so dass wir uns vor einigen Jahren entschieden haben, hierin aktiv zu werden. Neben den bekannten Vorteilen den E-Commerce – bequemes Einkaufen von zuhause, rasche Warenlieferung, Umtauschrecht u.ä. – kann dem Endverbraucher im Web die komplette Artikelvielfalt präsentiert werden. Dies kann bei kleineren Fachhändlern nicht immer der Fall sein. Zusätzlich besteht die Möglichkeit des Kaufs außergewöhnlicher Farbangebote oder auch von Größen, die im Fachhandel nur selten verfügbar sind.

**Mittelstand Kompakt:** War diese Schritt einfach? Welche Probleme gab es am Anfang?

**Dr. Frank Kirchner:** Begonnen hat FALKE mit Hilfe von Agenturen, die diese Geschäftsart professionell gestalten. Da dieser Vertriebsweg in unserer Gesellschaft ohnehin starke Bedeutung gewonnen hat, sind eingangs geführte kritische Diskus-

sionen mit Handelspartnern allerdings recht bald verstummt.

**Mittelstand Kompakt:** Wie haben Sie diese Probleme gelöst? Und wie lange hat das gedauert bis sie mit dem Online-Geschäft zufrieden waren?

**Dr. Frank Kirchner:** Kann ein Unternehmen mit einer Geschäftsart zufrieden sein? Nein, sicher nicht. Wir haben recht rasch verstanden, dass das Online Geschäft in vielen Aspekten vollständig anders funktioniert als das stationäre Geschäft. Aus dieser Erkenntnis wollen wir lernen und uns und das Angebot im Web ständig verbessern. Neben unseren Produkten zählt im Web vor allem das Käuferlebnis, das wir gestalten müssen und das wir ständig aktualisieren und verbessern müssen.

**Mittelstand Kompakt:** Welche Rolle spielt die IT-Unterstützung hier?



**Dr. Frank Kirchner:** Aufgrund der hohen Komplexität unserer Artikelstruktur (Kombination aus Artikelnummer, Größe und Farbe) ist eine performante IT Unterstützung unabdingbar. Es gilt, mehrere Bekleidungsaisons zu planen, zu produzieren und zu verkaufen. Daher legen wir Wert auf einfaches Handling, Ausfallsicherheit und angemessene Systemantwortzeiten.

**Mittelstand Kompakt:** Das Online-Shop-Projekt zusammen mit Comarch und Impuls hat kürzlich die Auszeichnung ERP des Jahres in der Kategorie E-Business erhalten? Warum haben Sie sich für diese Lösung entschieden und was zeichnet die Lösung in Ihren Augen aus?

**Dr. Frank Kirchner:** Unsere IT Strategie ist darauf ausgerichtet, möglichst mit Standardsystemen unser individuelles Geschäft abzubilden. FALKE hat sich für Comarch und Impuls entschieden, weil hier eine Branchenlösung aufgebaut wurde, deren Basis ein performantes Standard ERP System ist. Die Erweiterung des ERP um die Kategorie E-Business ist konsequent, da dieses Business in Comarch ERP Lösung integriert ist und damit ohne zusätzliche Schnittstellen auskommt.

**Mittelstand Kompakt:** Warum bleiben Sie trotz des boomenden Online-Handels im stationären Handel?

**Dr. Frank Kirchner:** FALKE sieht zwar eine Wachstumsmöglichkeit durch den Online Handel. Dennoch ist eine Welt ohne stationären Handel – zumindest in absehbarer Zeit – derzeit nicht vorstellbar. Der stationäre Handel bietet ein Käuferlebnis, das

Endverbraucher über viele Jahrzehnte gewohnt sind und das sie lieben. Denken Sie nur an das Shopperlebnis, wie es unsere Handelslandschaft bietet.

**Mittelstand Kompakt:** Wie wird sich die Branche in Ihren Augen weiterentwickeln?

**Dr. Frank Kirchner:** Einen Bedarf an Bekleidung wird es immer geben. FALKE bietet Premium Produkte an, die die Bedarfsdeckung auf eine neue Ebene positioniert: FALKE vermittelt ein Lebensgefühl, die Marken FALKE und BURLINGTON bieten modische Orientierung. Damit segmentiert sich der Markt auf preisaggressive Anbieter, die zu einem möglichst niedrigen Preis ebensolche Qualitäten offerieren. Dieses Marktsegment wird künftig noch weiter unter Druck stehen.

FALKE wird die sich bietenden Chancen der Weiterentwicklung vor allem in der Internationalisierung und in der Innovationsforschung konsequent wahrnehmen.

Das Interview führte Janina Hänsel.



Dr. Frank Kirchner

Personal, Recht, IT / HR,  
Legal affairs, IT

FALKE KGaA



Janina Hänsel

Redakteurin  
Comarch AG

janina.haensel@comarch.com