



# Die Stärke liegt im Dialog

*Kompetenz und Dialog waren zwei der großen Themen bei der 25. Jahrestagung des DTB in München*

Die Münchner Meisterschule für Mode lockerte die von über 100 Teilnehmern besuchte Jubiläumstagung des DTB mit einer Modenschau auf.

Zur Feier des Tages trugen die beiden Damen das gleiche elegante Kleid aus der Sónja Bogner-Kollektion. Anna Nieß und Susanne Paß signalisierten als Geschäftsführerinnen des DTB Dialog Textil-Bekleidung, was die Arbeit dieser Interessensgemeinschaft in den vergangenen 25 Jahren gekennzeichnet hat: Teamwork und Vertrauen.

Hans-Peter Werminghaus brachte es in seiner Laudatio auf den Punkt: Der DTB sei bei seiner Suche nach gemeinsamen Standards ein Integrationsmagnet – verlässlich, innovativ und geprägt von hoher Sozialkompetenz. „Hier gibt es keine politischen Spielchen, hier ist es wie in einer Familie“, sagte der Chef der BTI Gesellschaft für Beratung, Transfer, Innovation. Dabei gab es zu Beginn diese „Spielchen“ durchaus, als beide Branchen (Textil- und Bekleidungs-Industrie) einander nicht so recht über den Weg trauten. Aber das ist längst Vergangenheit.

**Und so ging** es bei der 25. DTB-Tagung in München um die künftigen Herausforderungen und um die Chancen, die sich im Zusammenspiel ergeben. Guido Dohm, der im Frühjahr von More&More in die Geschäftsleitung des CRM-Spezialisten Global Group Dialog Solutions nach Idstein gewechselt ist, demonstrierte, was möglich ist mit der von seinem neuen Arbeitgeber erstellten Marketing-Datenbank, der seinen Worten zufolge größten Deutschlands.

Informationen über 65 Millionen Menschen sind hier gespeichert, über 40 Millionen Haushalte und 20 Millionen Häuser. Müheless lassen sich Personen, Adressen sowie Zusatzinformationen verknüpfen und geben dem Hersteller die Chance zur zielgruppengenaue Ansprache.

Matthias Hanny, Leiter Marketing und Vertrieb E-Commerce bei Bogner Home-shopping, will genau diese Informationen für die Multichannel-Strategie des Münchner Modeunternehmens nutzen. Willy Bogner verkauft über Wholesale, eigene und Partner-Läden, Outlets, Online-Partnerschaften, den eigenen Online-Shop und das Bogner Magazin. Hanny will den Mehrkanal-Kunden schaffen, ihn an einer Stelle gewinnen und auf alle anderen Kanäle hinüberziehen. An einer speziellen Bogner-Datenbank wird jetzt gearbeitet.

**Wie es ist**, wenn man darum kämpfen muss, überhaupt eine Zukunft zu haben, das schilderte Jan Hilger, Director Operations Formalwear, Shoes, Accessoires, Denim der Escada SE. Die „Krise als Chance“, das hat viel mit Psychologie zu tun, sagt Hilger.

Wenn man kein Geld habe, brauche man die Kommunikation nach dem Motto: „Dem Flurfunk keine Chance“. Das wurde intensiv gelebt bei der insolventen Escada AG. Natürlich musste eine Strategie her. Es galt aber auch, sich an Gewinnern zu orientieren, Stärke zu zeigen, Lieferanten auszusortieren und wahre Freunde kennenzulernen. Am Erfolg oder Misserfolg habe die Präsenz der Führungskraft wesentlichen Anteil. „Sie gehört in die Mitte des Teams“, so Hilger. Dann gelinge auch das, was man kaum für möglich hält in einer Insolvenz: „Wir hatten jeden Tag Spaß.“

RENATE PLATEN

## DAS KOMPETENZ-NETZWERK

Sie sind untrennbar miteinander verbunden, aber eine Gesprächsbasis für gemeinsame Problemlösungen zu finden, war nicht einfach. 1982 kam es erstmals zum Dialog zwischen Vertretern der Textil- und Bekleidungsindustrie, als die Zeitschriften Chemiefaser/Textilindustrie und Melliand, die wie die Textilwirtschaft im Deutschen Fachverlag erscheinen, zum Thema „Qualitätsforderung – Qualitätssicherung bei Web- und Maschenstoffen“ nach Eschborn eingeladen hatten.

1985 griff Willy Bogner die Idee des „Miteinanderredens“ wieder auf mit dem 1. Bogner-Symposium in München. Sein Motiv: Kein Unternehmen war groß genug, branchenweit Produktionsstandards allein durchzusetzen. Anna Nieß, bei Bogner verantwortlich für die Organisation des Qualitätswesens, übernahm die Geschäftsführung.

Heute bietet der DTB Arbeitskreise und Seminare zu den Feldern Qualitätswesen und Umweltschutz, Produktion und Beschaffung, Supply Chain Management und Weiterbildung. Gemeinsam werden Vorschläge und Lösungen erarbeitet und veröffentlicht. Es besteht ein Kompetenz-Netzwerk mit Verbänden, europäischen Hochschulen und Forschungsinstituten. 2010 zählt der DTB 175 Mitglieder aus allen textilen Stufen bis hin zum Einzelhandel. Eine Rekordzahl. Allein in diesem Jahr gab es 26 Projekte mit 33 Sitzungen, 135 Referenten und fast 900 Teilnehmern.

■ RP