

AUFWÄRTS MIT HEMDEN UND STRICK

Umsatzentwicklung der Olymp-Gruppe gesamt
davon Maerz Muenchen in Mill. Euro



*Übernahme von Maerz Muenchen im Mai 2010

Quelle: Olymp



Das neue 40 Mill. Euro teure Logistikzentrum in Bietigheim-Bissingen soll das weitere Wachstum des Hemdenherstellers sichern.

Olymp setzt auf Wachstum im Casual-Segment

Olymp plant auch für das neue Jahr ein weiteres Plus. Das Wachstum soll vor allem aus der erweiterten Produktpalette kommen. So widmet sich der Hemdenhersteller seit einiger Zeit verstärkt dem Hemd- und Strickwarenssegment. Gerade wurde das Angebot um legere Casual-Shirts unter Olymp Level Five in der schmalen Schnittform erweitert. Im Herbst sollen Casual-Strickteile folgen. Aufgrund des veränderten Trage- und Zeitverhaltens der Verbraucher und der lockeren Kleiderordnung in der Arbeitswelt gewinnen Casual-Themen immer mehr an Bedeutung. Deshalb werden wir in diesem Bereich ebenfalls eine führende Marktpositionierung an, wie diese als Business-Anbieter bereits nicht haben“, erklärt der geschäftsführende Gesellschafter Mark Bezner. Er konnte die Olymp Bezner GmbH & Co KG aus Bietigheim-Bissingen, wie angekündigt, ihren Umsatz um mehr als 20% auf 202 Mill. Euro steigern. Der Marktanteil liegt bei 32%. Die Erlöse steigen im Inland wie im Ausland (u.a. Europa, Frankreich, Skandinavien, Irland, Schweden, Schweiz und Belgien)

zugelegt. Die zum Unternehmen gehörende Maerz Muenchen GmbH & Co KG in München-Perlach konnte die Erlöse um 6,1% auf 26,2 Mill. Euro steigern. Damit erwirtschaftete die Gruppe einen Gesamtumsatz von rund 228 Mill. Euro. Zum Ertrag werden keine genauen Angaben gemacht, er sei weiterhin zufriedenstellend, heißt es aus dem Unternehmen. Die Zahl der Mitarbeiter erhöhte sich um 49 auf 613 Beschäftigte in der Zentrale in Bietigheim-Bissingen und in den Olymp-Stores. Im Inland betreibt die Marke selbst bzw. über Franchise-Nehmer 47 Läden. Mit Stores will der Anbieter maßvoll expandieren, in Deutschland sollen mittelfristig sechs bis acht neue Geschäfte hinzukommen. In Österreich gibt es drei Läden. Dort sowie in anderen Nachbarländern sehe Olymp ebenfalls noch Retail-Reserven. 2013 hat sich Olymp mit der größten Einzelinvestition der Firmengeschichte in Höhe von 40 Mill. Euro in ein Logistikzentrum ebenfalls für Wachstum gerüstet. Bis zu 10 000 Artikel pro Stunde können dort versandbereit gemacht werden. ■ PA



Expansiv: Harald Hepperle will in dem Portfolio der Kids Fashion Group den gesamten KOB-Markt abbilden.

Harald Hepperle schnappt sich auch Bellybutton

Die Kids Fashion Group (KFG) ist neuer Mehrheitseigner von Bellybutton. Mit der Übernahme des Labels für Umstands-, Baby- und Kindermode setzt die Gruppe ihre Expansion fort. Das Markenportfolio, zu dem u.a. Kanz, Steiff, Pampolina und Döll gehören, beinhaltet insgesamt 15 Labels. „Unser Engagement bei Bellybutton garantiert unseren Partnern eine noch größere Attraktivität und soll die Voraussetzungen dafür schaffen, dass das volle Potenzial der Marke ausgeschöpft werden kann“, sagt Harald Hepperle, der es sich als geschäftsführender Gesellschafter der KFG zum Ziel gesetzt hat, den gesamten KOB-Markt in seinem Portfolio abzubilden. „Wir haben mit der KFG einen strategischen Partner gewonnen, der es uns ermöglicht, unser Wachstum erfolgreich fortzusetzen“, sagt Astrid Schulte. Sie bleibt geschäftsführende Gesellschafterin von Bellybutton. Weiterhin beteiligt am Unternehmen sind auch Ursula Karven und Dana Schweiger. ■ WS