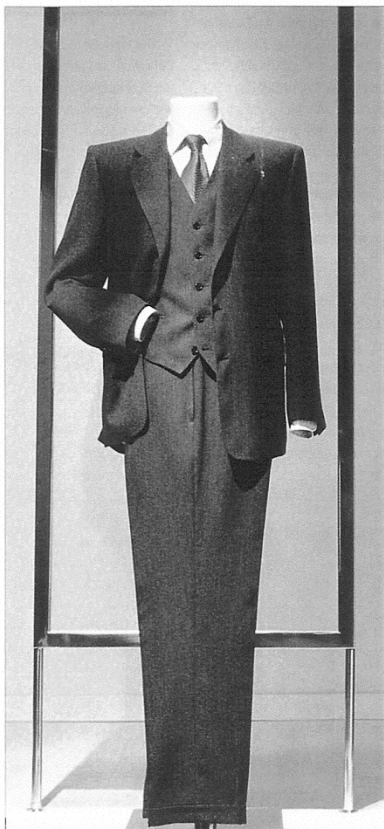


„Maß“volle Expansion in Europa

Keineswegs nur für Dicke, Dümme, Lange, Kurze oder Body-builder: Maßkonfektionsanzüge begeistern junge Berufseinsteiger mit „Normalfigur“ ebenso wie gestandene Manager oder jene Söhne, deren Väter schon von jeher „Maßgeschneidertes“ getragen haben. „Konfektion mit dem Prestige eines Maßanzuges“ – aber bitte bezahlbar – ist in Deutschland auf breiter Front gefragt. Die spanische Franchise-Kette „Mangas“ will sich diesen Trend zunutze machen und in den kommenden Jahren „Step by Step“ in Europa expandieren.



Sakkos, Hosen und Westen können bei Mangas individuell zusammengestellt werden. Die Preise für Anzüge reichen je nach Stoffgruppe von 499 bis 699 DM.

Neben den zwei Mangas-Franchise-Stores in München und dem Pilotshop in Düsseldorf sollen bis zur Jahrtausendwende noch Geschäfte in Berlin, Hamburg, Frankfurt, Hannover und Köln eröffnet werden. „Besonders in Deutschland sehen wir in diesem Segment noch eine große Marktlücke“, erklärt die Europa-Expansionsleiterin Marta Herrero-Cagigal. Österreich und die Schweiz stehen ebenso auf dem Plan. Wie viele Neueröffnungen es am Ende sein werden, hängt jedoch von der Rentabilitätsrechnung ab. „Zur Zeit sind wir weniger gewinnorientiert, unsere Umsatzplanung geht zunächst einmal von der Kostendeckung aus.“ Weltweit ist Mangas mit über 50 Boutiquen vertreten.

Die Münchner Franchiseläden – beide werden von Petra Muthman und Klaus Bohrer geführt – können seit der Eröffnung 1996 auf rund 800 regelmäßig kaufende Kunden verweisen. Im Flagship-Store in Düsseldorf, der unter der Regie von Mangas geführt wird, konnte man seit der Eröffnung im Dezember 1998 bereits 250 Kunden überzeugen. „Das Erfolgskonzept“, so erklärte Indrani Fortpiad, Geschäftsführerin des Mangas-Store in den Düsseldorfer Shadow-Arkaden, „liegt nicht nur in der Individualität, sondern auch an den erschwinglichen Preisen.“ „Konfektions“-maßgefertigte zweireihige Anzüge können schon ab 499 DM erworben werden, Maßhemden gibt es ab 89 DM. Die Preispalette steigert sich in der höchsten Stoffgruppe (insgesamt gibt es vier) bis 699 DM für einen Anzug und 129 DM für ein Hemd. Sakkos gibt es ab 389 DM, Hosen ab 129 DM und Westen ab 105 DM. Ab Größe 60 wird allerdings ein Aufschlag ver-

Professionelle Lager-, Förder- und Verteilsysteme für die Bekleidungsindustrie. Die kompatiblen MEIKO- und JET AGE-Systeme aus einer Hand:



MEIKO Meier AG
Stenmaldenstr. 16
CH-8954 Geroldswil
Telefon 017/48 22 11
Telefax 017/48 26 41
E-Mail: meiko@bluewin.ch
http://www.meiko-meier.com

Marta Herrero-Cagigal (Europa-Expansionsleiterin) und Indrani Fortpiad (Geschäftsführerin des Mangas-Store in Düsseldorf) können seit der Eröffnung im Dezember 1998 bereits auf 250 Kunden verweisen.



langt. 95% wird in Düsseldorf zur Zeit noch über das reine Anzuggeschäft abgewickelt. „Schmal geschnittene Sakkos und Hosen dominieren bei den jüngeren Käufern, während die Älteren den Zweireiher bevorzugen“, so Indrani Fortpiad. Poloshirts, Pullis, Krawatten und Gürtel, Socken, Manschettenknöpfe und Boxershorts ergänzen das Outfit und reichen stilistisch von „italienisch-modisch“ bis „britisch-nobel.“

Maß genommen wird im Laden. Der Kunde probiert sogenannte Prototypen an und wird vermessend, wobei die Größenabweichungen zu den Grundformen festgestellt werden. Auswählen kann der Auftraggeber unter ein- und zweireihigen Schnitten. Darüber hinaus kann er die Knopffronten bestimmen. Fußweiten, Bundfalten oder Umschläge bei Hosen werden ebenfalls zur Auswahl gestellt. Ebenso kann der Interessent auf unterschiedlichen Taschenlösungen zurückgreifen. Beim Hemd stehen mehr als 30 Kragenformen sowie unterschiedliche Manschettenlösungen zur Wahl. Alle Maße werden gespeichert. Für den ständigen Kontakt zwischen dem Franchise-Shop und der spanischen Unternehmenszentrale sorgt ein hochtechnolog-

gisches, jedoch einfach zu bedienendes Computersystem. Jeden Tag werden die Kundenaufträge per Computer an die Fabrik Cinnabar S.A. in Alcantarilla (Murcia/E) weitergeleitet. In vier bis sechs Wochen ist der Anzug dann da. Expresslieferungen kosten einen Aufschlag. Maßhemden dauern zwei bis drei Wochen. Paßformprobleme gäbe es kaum, und wenn, dann würde kostenlos vor Ort nachgebessert. „Wir haben schon viele Kunden, die mal eben in der Mittagspause einen Anzug kaufen. Dies dauert dann oft nicht länger als fünf Minuten, lediglich der Stoff wird ausgetauscht. Oftmals kommen auch nur die Ehefrauen, welche die Stoffe in Augenschein nehmen, bestellen und dabei sicher sein können, die richtige Größe gekauft zu haben,“ erläuterte Indrani Fortpiad.

Zweimal pro Jahr wird die Stoffkollektion – jeweils über 300 Stoffmuster – komplett erneuert. Während der Saison wird sie ständig modisch ergänzt oder auch, wenn Stoffe ausgehen, reduziert. Je nach Land überwiegen Uni oder gemusterte Stoffe, helle oder dunkle Farben.

Werbemäßig trete man noch nicht so groß in Erscheinung, lediglich in größeren Kinos liefe ein

Das umfassende Angebot an Accessoires kann der Franchisenehmer bei Mangas individuell bestimmen, die Maßkollektion wird jedoch von der Zentrale zusammengestellt.



Spot. Dies soll aber, so Marta Herrero-Cagigal, anders werden. Bei einer größeren Präsenz in Deutschland würde dann auch die Werbetrommel kräftiger gerührt werden. Von der Beteiligung an der internationalen Franchisemesse in Frankfurt verspricht Mangas sich interessante Kontakte. „Hier können wir uns einem breiten Publikum vorstellen“, so Marta Herrero-Cagigal. Die Größe eines Mangas-Shops kann zwischen 30 und 60 m² variieren. Aufgrund von Erfahrungswerten mit Mangas-Shops weltweit könne der Franchisenehmer von einer anfänglichen Investition von ca. 135.000 DM ausgehen, je nach Größe des Shops und Standorts.

Oftmals kommen auch nur die Ehefrauen, welche die Stoffe in Augenschein nehmen, bestellen und dabei sicher sein können, die richtige Größe gekauft zu haben.

Der typische Mangas-Kunde ist nach eigener Definition „ein erfolgreicher 25 bis 55 Jahre alter Businessmann mit klassischem Geschmack und dem Anspruch, seiner Garderobe einen persönlichen Touch zu verleihen“. Auch immer mehr Frauen lassen sich maßkonfektionierte Sakkos schneiden. In Spanien – dem Land der Schuluniformen – sei ebenso Kinder-Maßkonfektion ein Thema. Und getreu dem Motto: Wenn die Vater mit dem Sohne... werde man auch in Deutschland demnächst ein Angebot für die „Knirpse“ vorstellen. „damit der Sohn im gleichen Sakko wie der Papa glänzen kann.“ ■ m

Mangas-Historie

Mangas wurde 1988 von drei jungen Diplomwirtschaftern in Spanien gegründet. Das Angebot umfaßte zuerst nur Maßhemden. 1993 wurde die Produktpalette auf die gesamte Herrenkonfektion (Sakkos, Hosen, Westen etc.) ausgeweitet und gleichzeitig mit der Internationalisierung – der ersten Boutique-Eröffnung in Paris – begonnen. Nach und nach wurde das Franchisennetz weltweit ausgebaut. Heute gibt es mehr als 50 Mangas-Shops weltweit. Rund 35 Filialen entfallen davon auf Spanien. Die restlichen Geschäfte befinden sich in Frankreich, Portugal, Großbritannien, Mexiko und Gadeloupe. Hinter dem Label Mangas steht das Unternehmen Cinnabar S.A., 1997 erwirtschaftete Mangas mit 120.000 verkauften Hemden und 12.000 maßgefertigten Anzügen – 30% gingen in den Export – einen Umsatz von 16 Millionen DM.