

# Dr. Bock plant Sympathie-Initiative für die Ukraine

**TW** [textilwirtschaft.de/business/news/ankuendigung-auf-dem-supply-chain-summit-der-textilwirtschaft-dr.-bock-startet-sympathieinitiative-fuer-die-ukraine-235623](https://textilwirtschaft.de/business/news/ankuendigung-auf-dem-supply-chain-summit-der-textilwirtschaft-dr.-bock-startet-sympathieinitiative-fuer-die-ukraine-235623)

1. [Home](#)
2. [Business](#)
3. [News](#)

Ankündigung auf dem Supply Chain Summit der TextilWirtschaft

von Bert Rösch

Dienstag, 03. Mai 2022

Felix Holland



Dr. Bock-CEO Joachim Beer: "Wir versuchen, den Betrieb aufrechtzuerhalten, damit die Menschen Geld verdienen können, um sich Lebensmittel kaufen zu können. Und damit die Ukrainer wieder eine Perspektive bekommen."

Der niedersächsische Bekleidungshersteller Dr. Bock Industries will nach dem Ukraine-Krieg eine sogenannte Sympathie-Initiative starten, um in der Ukraine produzierte Modeprodukte gezielt zu vermarkten. Das kündigte CEO Joachim Beer auf dem Supply Chain Summit an, den die TextilWirtschaft und die Konzernschwester dfv Conference Group an diesem Dienstag in Frankfurt veranstaltet haben.

"Die Sympathie, die wir mittlerweile für die Ukraine haben, ist phänomenal. Und ich finde, das sollten wir nutzen, um den Menschen dabei zu helfen, ihr Land wieder aufzubauen", erklärte Beer und erntete dafür großen Applaus bei den 130

Kongressteilnehmern.

Dr. Bock betreibt derzeit Hosenfabriken in den westukrainischen Städten Polonne und Pulyny. Hinzu kommt eine Wäscherei in Novograd, das sich etwa 220 km westlich von Kiew befindet. "Nach Kriegsbeginn haben wir erst einmal die Mitarbeiter in Sicherheit gebracht, so weit das ging", sagte Beer. Etwa drei Wochen später habe das Unternehmen wieder damit begonnen, die Aufträge, die sich bereits in der Produktion befanden, "relativ vertragskonform" abzuwickeln.

Die Mitarbeiter seien dazu nicht gezwungen worden. Man habe sie "gebeten, auf freiwilliger Basis zurückzukommen", was viele Angestellte dann auch gemacht hätten. In der Folge produziere Dr. Bock mittlerweile etwa 50% der Stückzahlen, die der Hosenspezialist vor der russischen Invasion vorweisen konnte. An einem Standort seien es sogar etwa 70%.



Felix Holland

Dr. Bock-CEO Joachim Beer diskutierte auf dem Supply Chain Summit mit Jörn Otto, Vice President Sourcing and Supply Chain bei Bonprix, sowie Hugo Boss-COO Heiko Schäfer.

Das ist insofern erstaunlich, als viele männliche technische Angestellte nach Kriegsausbruch entweder zum Militär oder militärnahen Dienstleistern wie dem Technischen Hilfswerk und dem Roten Kreuz gegangen sind. Darüber hinaus sind Beers Angaben zufolge zahlreiche leitende Angestellte ins Ausland geflohen. "Ob die wieder kommen, wissen wir nicht", sagte der Dr. Bock-Chef. "Wir versuchen trotzdem, den Betrieb aufrechtzuerhalten, damit die Menschen Geld verdienen können, um sich Lebensmittel kaufen zu können. Und damit die Ukrainer wieder eine Perspektive bekommen." Die Sympathie-Initiative soll zusammen mit Partnern wie Hugo Boss gestartet werden.

## TW-Talk über Nearshoring

---

Dessen COO, Heiko Schäfer, zollte Beer für sein Ukraine-Engagement viel Anerkennung: "Ich habe großen Respekt davor, dass Sie es schaffen, unter diesen Umständen weiterzuproduzieren", sagte der Vorstand in der TW-Talk-Runde "Handel in volatilen Zeiten", an der neben Beer und Schäfer auch der Vice President Sourcing and Supply Chain des Modeversenders Bonprix, Jörn Otto, teilnahm. Dabei gewährten die Modemanager Einblick in ihre Nearshoring-Aktivitäten.

Hugo Boss produziert rund 90% seiner Anzüge in relativ heimatnahen Standorten wie der Türkei, Rumänien und Bulgarien. Bei Jeans liege der Nearshoring-Anteil bei 80%, bei Strickwaren seien es 70%. Jeweils mit Tendenz nach oben: "Wir werden weiter massiv in einzelnen Kategorien wie Jersey nearshoren, u.a. durch den Ausbau unseres Werkes in Izmir", erklärte Schäfer. Seinen Angaben zufolge produziert Hugo Boss mehr als die Hälfte seiner Ware im Nearshoring. "Wir haben also bereits eine sehr ausbalancierte Supply Chain." Die Türkei sei der wichtigste Beschaffungsmarkt für Hugo Boss. Aber: "Ein Teil der Produktion wird ganz klar in Asien bleiben." In Deutschland beschäftige der Modekonzern etwa 300 Angestellte in der Produktion, und zwar am Hauptsitz Metzingen in der Anzugsherstellung. "Es ist sehr wichtig, das Siegel Made in Germany hochzuhalten. Das funktioniert und wird weiterhin funktionieren", betonte Schäfer.



Felix Holland

Hugo Boss-COO Heiko Schäfer: "Die Gewichte werden sich leicht in Richtung Nearshoring verschieben, aber nicht so stark wie bei anderen Unternehmen."

Bonprix stellt lediglich 15 bis 20% seiner Mode in Europa her, prüft aber nach Angaben von Sourcing-Chef Jörn Otto die Option, in Mittelmeer-Anrainerstaaten produzieren zu lassen. Vor allem in Ägypten und der Türkei. Ähnliche Ziele verfolgt der Hosenspezialist Dr. Bock, der bereits 70% seiner Produkte in Europa herstellen lässt: "Es gibt Mittelmeer-Anrainerstaaten, bei denen wir gucken müssen, wie die bei uns reinpassen", berichtete CEO Beer.

Das größte Problem sei das Recruiting: "Die Frage ist, wo man die Leute herbekommt." Der Grund: Da die Textilindustrie vor Jahrzehnten fast komplett nach Asien abgewandert ist, sind viele junge Menschen ausgewandert. In der Folge sind viele Produktionsmitarbeiter über 45 Jahre alt, berichtet Beer. "Daher ist es sehr wichtig, dass die Industrie etwas für die Talentförderung macht." So müssten die Unternehmen beispielsweise verstärkt Studenten direkt an den Unis anwerben und die Angestellten "leistungsgerecht bezahlen".



Felix Holland

Bonprix-Sourcing-Chef Jörn Otto: "Die Betriebe müssen vor Ort ausbilden, um attraktiver zu werden."

Der Bonprix-Geschäftsführer Otto sieht das ähnlich: "Die Betriebe müssen vor Ort ausbilden, um attraktiver zu werden." Laut Schäfer gibt es in der Modeindustrie "durchaus interessante Jobs", z.B. im Bereich Robotik. Diese Stellen böten der Branche die Möglichkeit, ihr angeschlagenes Job-Image zu verbessern. In Bulgarien und Rumänien sei der Mitarbeitermangel inzwischen so groß, dass Arbeiter aus Bangladesch "importiert" werden müssten.

*Weitere Fakten und Statements vom Supply Chain Summit lesen Sie in Ausgabe 19 der TextilWirtschaft, die am Mittwoch, den 11. Mai, als E-Paper und am Donnerstag, den 12. Mai, als Printmagazin erscheint.*