

06.03.2014 – 12:42 Uhr

## Marc Cain - die Erfolgsgeschichte geht weiter / Zweistelliges Umsatzplus in 2013

*Bodelshausen (ots) -*

Im Geschäftsjahr 2013 verzeichnete Marc Cain gegenüber dem Vorjahr ein Umsatzplus von 13% auf einen Gesamtumsatz von rund 253 Mio. Euro.

Das zweistellige Umsatzplus wird im Wesentlichen auf die kontinuierlichen Weiterentwicklungen in den verschiedenen Produktgruppen und vertikalen Expansionsstrategien zurückgeführt. Dadurch konnten im anhaltenden Verdrängungswettbewerb Marktanteile gefestigt und ausgebaut werden. Im Geschäftsjahr 2013 war der EBIT wiederum auf Rekordhöhe im Branchenvergleich.

Zur weiteren Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit wurden 2007 bis einschließlich 2013 rund 82 Mio. Euro in Verwaltung, Produktion sowie Forschung und Entwicklung investiert.

Zurzeit entsteht ein neues Logistics Center am Stammsitz in Bodelshausen. Im Frühjahr 2015 ist die Inbetriebnahme der Versand- und Lagertechnik geplant. Die Investition beläuft sich auf rund 30 Mio. Euro und wird wie in der Vergangenheit vollständig aus dem Cash Flow getätigt.

Neue Märkte/neue Stores

Marc Cain Exklusiv Stores sind mittlerweile in 32 Ländern zu finden! Und das Expansions-Potential in neue Märkte ist noch lange nicht ausgeschöpft. Die Exportquote liegt bei über 60%, Tendenz steigend: Aktuell stehen für 2014 bereits 18 Marc Cain Stores u.a. in Frankreich, Italien und Australien sowie zahlreiche Shop-in-Store Openings in z.B. Japan, Korea, Kuwait, Russland, Teneriffa oder Zypern auf dem Programm.

Neben den eigenen und den Franchise Stores kann Marc Cain auch weiterhin über eine äußerst positive Flächenentwicklung in den Department Stores berichten, so zum Beispiel über die neue Partnerschaft mit dem italienischen Filialisten Coin S.p.A. Am Münchner Flughafen wird im Frühling der erste Airport Store eröffnet.

Neues, erweitertes Store Konzept Generation 5

Authentisch und klar ist auch das neue Store-Designkonzept »Collections Store«, das auf der Panorama Berlin im Januar erstmalig präsentiert wurde. Die Formensprache bleibt dem für Marc Cain so typischen Wechselspiel unterschiedlicher Farben, Formen und Materialien treu:

Schwarz-Weiß als Basis - mit Gold als Akzentfarbe. Als Bodenbelag wurde ein neuer, dunkler Vinyl gewählt, der eine hervorragende Ergänzung zu der Schwarz-Grau gestreiften Tapete und den bedruckten Glas- und Metalltischen ist. Weitere Präsentationsmöbel sind in cleanem Weiß mit schwarzen Kanten gehalten.

Der erste Marc Cain Store in dem neuen Designkonzept wird im April auf Teneriffa eröffnet und ist gleichzeitig der vierte Marc Cain Exklusiv Store auf der Kanarischen Insel. Als Highlight Store jedoch im klassischen Store Konzept gilt der dritte Marc Cain Store in Berlin, der voraussichtlich im April im Leipziger Platz Quartier eröffnet wird. Der Store zählt zugleich mit 225 qm zu den großen Marc Cain Stores in Deutschland.

Shows & Events

Nach der erfolgreichen Show anlässlich der Berlin Fashion Week im Januar 2014 mit internationalen und nationalen Stargästen wie zum Beispiel Elizabeth Hurley oder Barbara Schöneberger, ist die nächste Show bereits in Planung: Ende Mai werden in St. Petersburg, der zweitgrößten Stadt Russlands, die Weißen Nächte von St. Petersburg in Form einer großen Fashion Show vor traumhafter Kulisse vorzeitig gefeiert.

Ein weiteres kunstvolles Highlight wird die Show Anfang April anlässlich der Eröffnung der neuen Matisse Ausstellung von Prof. Roland Doschka im Stadtmuseum Lindau. Vor exklusivem, kunstbegeistertem Publikum werden die neuen Herbst/Winter Kollektionen 2014 inmitten berühmter Gemälde präsentiert.

Produktion/Innovation

Aufgrund der sehr guten Auftragslage hat Marc Cain die Produktionskapazitäten aufgestockt und zusätzlich 16 Flachstrickmaschinen von dem Strickmaschinenhersteller und Marktführer Stoll gekauft. Mit insgesamt 92 Flachstrickmaschinen und 8 Rundstrickmaschinen speziell zur Herstellung von Bekleidungsstoffen verfügt Marc Cain über den wahrscheinlich modernsten und innovativsten Strickmaschinenpark weit über Europas Grenzen hinaus. Alle Maschinen verfügen über die neueste Rechnergeneration und wurden durch hauseigene Techniker getunt. In Softwareschulungen für »Knit & Wear« Produkte hat Marc Cain 600 Arbeitstage investiert.

Dank des Einsatzes dieser Designsoftware und der darauf abgestimmten Hardware, den Flachstrickmaschinen, können alle Maschinen eine deutlich höhere Mustervielfalt aufweisen. Durch die vielfältigeren Muster und Dessins, die dadurch immer

kreativeren Designs und der schnelleren Produktion, hat sich Marc Cain einen wesentlichen Wettbewerbsvorteil verschaffen können. Um diese Innovationen weiterhin voranzutreiben, werden in diesem Jahr allein in der Abteilung Eigenfertigung 30 neue Mitarbeiter eingestellt. Die Produktion am Standort Bodelshausen läuft werktags 24 Stunden im 3-Schichtbetrieb.

Ausbau der »Knit & Wear« Produkte - 100% Made in Germany

Der Großteil der Flachstrickmaschinen ist in der Lage, »Knit & Wear« Produkte zu erzeugen.

»Knit & Wear« bedeutet die Produktion eines Kleidungsstücks in nur einem Arbeitsgang. Ein komplett fertiger Style fällt aus einer Maschine heraus, der nach Veredelung am Standort Bodelshausen auch inhouse bedruckt werden kann. Aufgrund der hohen Nachfrage wurden die Marc Cain Kollektionen durch weitere »Knit & Wear« Produkte ausgebaut. Mit dieser Entwicklung baut Marc Cain den Anteil der 100 % »Made in Germany« Produkte in seinen Kollektionen deutlich aus.

Innovation: Next generation - Marc Cain 3-D-Druck

Da Marc Cain ständig auf der Suche nach Innovationen und neuen Technologien ist, wurde erstmalig ein neuer, kunstvoller Rock, der mit Hilfe eines aufwändigen 3-D-Drucks entstanden ist, auf der Panorama Messe in Berlin präsentiert. Der futuristische Rock aus PA2200 (Polyamid) ist eine abstrakte Kopie eines Marc Cain Strickrocks aus den neuen Herbst/Winter Kollektionen 2014. Der Rock wurde aus 12 Einzelteilen zusammengesetzt und besteht aus 1320 teils beweglichen Körpern, die an einzelne Strickmaschen erinnern. Der gesamte Rock ist mit Stabilitätsmechanismen ausgestattet, so dass die karoartigen Einzelteile in sich beweglich sind. Er kann für Ausstellungs-zwecke oder Kunstinstallationen unterschiedlich eingesetzt werden.

Marc Cain Featuring

Nach erfolgreicher Kooperation mit Fashion Bloggern im vergangenen Sommer werden in der neuen Kollektion Shirts unter dem Thema Marc Cain Featuring Graphic Designers angeboten. Anlässlich der Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien hat Marc Cain in Kooperation mit der Fakultät für Design an der Münchner Hochschule sechs einzigartige T-Shirts kreiert. Die limitierte Auflage ist ab April 2014 erhältlich. Eines davon ist ein Charity Shirt, dessen Erlös in ein soziales Projekt in Rio de Janeiro fließt. Hinter Marc Cain Featuring verbergen sich Kooperationen mit Bloggern, Malern, Fotografen, Bildhauern oder Illustratoren. Die Künstler entwerfen exklusive Designs für ein Marc Cain Produkt, welches dann in limitierter Auflage in die Kollektionen eingebunden wird.

Sourcingstrategie

Marc Cain unterscheidet sich von seinen Mitbewerbern nicht nur mit seinen innovativen Produkten, sondern auch mit seiner Sourcingstrategie. Der Beschaffungsanteil liegt zu 90% in Europa. Die Wege sind nicht nur kürzer und somit schneller, auch die Umwelt wird dadurch geschont. In Europa greifen zudem alle gesetzlichen Regelungen zu Sozial- und Ökologiestandards. Das Lieferanten-management ist geprägt durch enge und langfristige Beziehungen und beinhaltet ein Portfolio von absoluten Spezialisten in jeder Produktkategorie - ohne Lieferanten- und Länderhopping zu betreiben. Via Webportal sind die Lieferanten mit dem Stammhaus vernetzt. Der kompromisslose Qualitätsanspruch wird durch das eigene Prüflabor und ein Qualitätsmanagement entlang der gesamten Supply Chain gewährleistet.

Auszeichnungen

Die Textilwirtschaft, eines der wichtigsten Fachmagazine der Bekleidungsbranche, veröffentlicht im Schnitt alle sieben Jahre eine Marktstudie zur Imageanalyse verschiedener Modemarken. Im Jahr 2012 wurden die 150 wichtigsten Einzelhändler aus dem Premiumsegment über ihre Stammlieferanten befragt. In allen 14 Punkten, die die Themen Stilwelten-Attraktivität, Marken-, Mode-, Waren- und Lieferleistung, Systemkompetenz sowie Partnerschafts- und Profitleistung beinhalteten, schnitt Marc Cain mit Abstand am besten ab und stach als klarer Sieger hervor.

Marc Cain gewann daher ausnahmslos in allen Kategorien die »Textilwirtschaft Imageanalyse Premium DOB 2012« und ist somit die Nummer 1 im Premiumbereich.

Im selben Jahr wurde Marc Cain der Forum-Preis für herausragende unternehmerische Leistungen ebenfalls von dem Fachmagazin Textilwirtschaft verliehen.

Neben den Auszeichnungen aus dem Fachhandelsbereich, gewann Helmut Schlotterer ebenso in 2012 den »Prix de la Mode« von der niederländischen Zeitschrift Marie Claire in der Kategorie »Best Entrepreneur«.

Ende 2013 gewann Marc Cain den »Drapers Independent Award« von der Fachzeitschrift Drapers aus Großbritannien in der Kategorie »Best Premium Brand of the Year«.

Marc Cain kann weitere Preise von Publikumszeitschriften, wie zuletzt der Freundin »Perfect piece award«, der im August 2013 in der Kategorie »Hosenanzug« sowie im Januar 2014 in der Kategorie »Businessdress« verliehen wurde, für sich verbuchen.

History

Das international erfolgreiche Modeunternehmen Marc Cain wurde 1973 von Helmut Schlotterer, dem Vorsitzenden der Geschäftsführung, gegründet. Heute ist Marc Cain eine weltweit operierende Premium-Marke für Damenmode mit eigenem Produktionsanteil in Deutschland. Vom Stammsitz Bodelshausen aus betreut Marc Cain das weltweite Geschäft. Das Unternehmen beschäftigt mittlerweile über 800 Mitarbeiter allein in Deutschland. Die zu verarbeitenden Garne und Stoffe kommen aus Italien. Strickerei, Druckerei und textile Ausrüstung sind am Stammsitz in Bodelshausen. In Partnerbetrieben in Portugal, Ungarn und Rumänien sind über 2000 Mitarbeiter in der Konfektion beschäftigt.

177 Marc Cain Stores, 287 Shop-in-Stores, 472 Depotkunden und weitere 1001 gehobene Fachhandelsgeschäfte in 59 Ländern charakterisieren die selektive Distributionsstrategie.

#### Facts & Figures:

Vorsitzender der Geschäftsführung, Gründer & Inhaber  
Helmut Schlotterer

Geschäftsführerin Design & Produktentwicklung  
Karin Veit

Geschäftsführer Gesamtvertrieb  
Norbert Lock

Geschäftsführer Beschaffung & Fertigung  
Matthias Behr

#### Marc Cain Stores (Stand bis Ende 2014)

Deutschland: Aachen, Augsburg, Bad Essen, Baden-Baden, Berlin (3x), Bocholt, Bochum, Bonn, Darmstadt, Dresden, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Freiburg (2x), Hamburg, Hannover, Kaiserslautern, Karlsruhe, Kassel, Kiel, Koblenz, Köln, Krefeld, Leipzig, Lörrach, Mainz, München (3x), Münster, Osnabrück, Paderborn, Ravensburg, Regensburg, Saarbrücken, Schwenningen, Speyer, Stuttgart, Trier, Ulm, Weiden, Weimar, Weinstadt, Westerland, Wiesbaden, Würzburg  
Niederlande: Amsterdam, Arnhem, Breda, Den Haag, Eindhoven, Laren, Maastricht, Rotterdam (2x), 's-Hertogenbosch

Russland: Barnaul, Belgorod, Irkutsk, Kazan, Kemerovo, Krasnodar (2x), Moscow (5x), Novokusnezsk, Novorossisk, Novosibirsk, Omsk, Orenburg, Rostov on Don, Samara, Sochi, St. Petersburg (3x), Taganrog, Togliatti, Twer, Volgograd, Voronezh, Yekaterinburg

Schweiz: Aarau, Bern, Chur, Geneve, Luzern, Zürich

Österreich: Bregenz, Dornbirn, Innsbruck, Klagenfurt, Kufstein, Linz, Wien

China: Beijing (2x), Chengde, Chongqing, Dalian, Fuzhou, Guangzhou, Harbin, Hefei (2x), Huhhot (Mongolia), Kunming, Macau, Nanchang, Nanjing, Qingdao, Shanghai, Shenyang, Tangshan, Wuhan, Xian, Yantai, Zhengzhou (2x)

Belgien: Antwerpen, Brugge, Bruxelles, Gent, Hasselt, Knokke, Roselaere

United Kingdom: Beaconsfield, Belfast, Jersey, St. Albans

Ukraine: Dnepropetrovsk, Donezk, Kharkov, Kiev (4x), Lviv, Odessa

Polen: Katowice, Lodz, Poznan, Szczecin, Warszawa, Wroclaw

Spanien: Adeje/Teneriffa (5x), Las Palmas/Gran Canaria, Marbella, Mirador, Palma/ Mallorca

Frankreich: Hagenau, Straßbourg

Italien: Mailand

Hong Kong: Hong Kong (2x)

Tschechische Republik: Karlsbad

Luxembourg: Luxembourg

Australien: Melbourne, Sydney

Irland: Malahide

Lettland: Riga

Kroatien: Zagreb

Zypern: Limassol (2x)

Weissrussland: Minsk (3x)

Bulgarien: Sofia

Ungarn: Budapest

Kasachstan: Almaty

Indien: Mumbai (3x)

Estland: Tallin

Liechtenstein: Vaduz

Israel: Tel Aviv

Saudi Arabien: Riyadh

Vereinigte Arabische Emirate: Dubai

Aserbajdschan: Baku

Kuwait: Kuwait (2x)

Marc Cain Showrooms (Stand bis Ende 2014)

Deutschland: Berlin, Düsseldorf, München, Sindelfingen

Niederlande: Amsterdam

Schweiz: Zürich

Österreich: Salzburg

China: Hongkong

Belgien: Antwerpen

United Kingdom: London

Kanada: Montreal, Toronto

Frankreich: Avignon, Mülhausen

Norwegen: Oslo

Australien: Sydney

USA: New York

Italien: Mailand

Japan: Tokio

Dänemark: Kopenhagen

Taiwan: Taipeh

Südkorea: Seoul

Kontakt:

Marc Cain GmbH

Nina Kron

Brunnenstraße 34

72411 Bodelshausen

Tel. +49 (0) 7471 / 709-222

Fax. +49 (0) 7471 / 709-5222

E-Mail [nina.kron@marc-cain.de](mailto:nina.kron@marc-cain.de)

[www.marc-cain.de](http://www.marc-cain.de)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051518/100752495> abgerufen werden.