

# ANGEZOGEN

Interview mit Falke-Geschäftsführer Paul Falke



VON SANDY STRASSER

**M**ode wird vom ewigen Streben nach Schönheit angetrieben. Das Bedürfnis der Menschen, sich zu schmücken und den eigenen Stil zu suchen und schrittweise zu finden, ist zugleich die treibende Kraft der Mode. Die Strumpfmanufaktur Falke hat sich dem Ziel verschrieben, stilvolle Mode für moderne Menschen zu entwickeln, in höchster Qualität mit dem Anspruch auf Perfektion. Die Falke-Szene, geprägt von polyglotten Weltbummlern, eigensinnigen Individualisten, neugierigen Entdeckern, fanatischen Perfektionisten, feinfühligem Kreativen und unverbesserlichen Schöngestirnten. Deren Bilderwelt, ihre Wohnkultur und ihre Kleidung sind sichtbarer Ausdruck ihres Instinktes. Genau hier fühlt sich das Unternehmen zu Hause.

Herr Falke, die Historie Ihres Unternehmens reicht bis ins Jahr 1895 zurück. Angefangen hat damals alles mit einer Strickerei. Wie fühlt es sich an, Teil dieser großen Geschichte zu sein?

Es ist bemerkenswert, dass aus den Anfängen einfacher Strickstrümpfe durch Engagement und harte Arbeit heute ein international agierendes Unternehmen geworden ist. Für mich persönlich bedeutet die lange Tradition des Unternehmens eine hervorragende Basis auf der immer wieder Neuerungen entwickelt werden können, die diese großartige Geschichte auch in die Zukunft tragen.

Sie führen heute das Unternehmen zusammen mit Ihrem Cousin Franz-Peter. Welcher Geschäftsbereich obliegt wem?

Mein Cousin und ich tragen für das gesamte Unternehmen Verantwortung. Wir haben keine fest definierten Bereiche und treffen Entscheidungen gemeinsam.

Obwohl Sie mit Ihrer Marke neben Socken und Strümpfen auch in den Bereichen Strick- und Sportbekleidung unterwegs sind, sehen Sie Ersteres nach wie vor als Ihr Kerngeschäft. Was fasziniert Sie daran?

Strümpfe sind existenzieller Bestandteil eines Outfits. Nicht nur, dass sie gewisse Funktionen erfüllen können, sondern sie setzen auch modische Statements. Das kann kein anderes Kleidungsstück in diesem Maße.

Bis eine original Falke-Socke hergestellt ist, sind es fast ein Dutzend Arbeitsschritte. Die teuersten Strümpfe aus Kaschmir oder Seidengemisch werden bei Ihnen vor Ort in Schmallenberg zum Teil noch immer auf 60 Jahre alten Maschinen gestrickt. Was macht diese „rüstigen Damen“ zu einem unverzichtbaren Bestandteil bei der Herstellung?

Falke steht in allen Belangen für eine Balance zwischen Tradition und Moderne. Techniken, die seit langer Zeit bestehen, sind wichtig. Nur darauf aufbauend lassen sich innovative neue Wege gehen. So ist es uns möglich, nahezu alle unserer kreativen Vorstellungen auch in der Produktion umzusetzen.

Wie viel Handarbeit bedarf es immer noch, bis ein paar Qualitätssocken fertiggestellt sind? Welche Rolle spielt dabei die Spitze einer Socke?

Handarbeit nimmt einen großen Stellenwert ein. Die Falke-Qualität kann nur durch stetige Kontrollen gehalten

werden. Neben den Kontrollen, die per Hand erledigt werden, ist das Handketteln ein besonderes Qualitätsmerkmal. Dabei wird die Strumpfspitze von Hand verschlossen, sodass eine besonders feine Naht entsteht.

Ihre Kernmaxime lautet: Qualität um ihrer selbst willen anstreben und leben. Jedes Detail verdient es, mit Sachverstand und Passion perfektioniert zu werden. Wie vereinbaren Sie diese traditionsbewusste Philosophie mit der fortschreitenden Digitalisierung?

Wichtig ist eine gesunde Mischung. Das Know-how aus der 121-jährigen Falke-Geschichte gemischt mit den Techniken von heute lässt nahezu unbegrenzte Möglichkeiten zu. Diese machen es uns möglich, Entwicklungen voranzutreiben und trotzdem unsere Kernmaximen – höchste Qualität und anspruchsvolles Design für moderne Menschen – nicht zu vergessen.

In welchen Bereichen der Produktion setzen Sie Maschinen mit intelligenter Software ein?

Gar nicht.

Wo nutzen und profitieren Sie außerdem von digitalen Technologien?

Digitalisierung ist in unserem Zeitalter ein wichtiger Prozess. Gerade die Außenwahrnehmung eines Unternehmens verändert sich durch die Digitalisierung. Die Verknüpfung von Offline und Online ist daher besonders wichtig, um nah am Kunden zu sein.

Welchen Reiz beziehungsweise unternehmerische Notwendigkeit sehen Sie für die Zukunft hinsichtlich des Einsatzes von Robotern?

Wir sind nicht umsonst bekannt durch unser Handwerk. Das unterscheidet unsere Qualität von der aus Fernost. Roboter können die Arbeit, die unsere Mitarbeiter leisten, nicht ersetzen.

Was bedeutet Industrie 4.0 für Ihr Unternehmen?

Wir gehen mit der Zeit, aber vergessen den Kern unseres Handwerks nicht.

Trotz großer Onlinepräsenz sind die großen Kaufhäuser nach wie vor der Hauptumsatzbringer für Ihr Geschäft. 40 Prozent davon erzielen Sie außer- »





dem im Ausland, vor allem in Europa. Was denken Sie, sind die Gründe für den unerschütterlichen stationären Erfolg?

Viele Produkte sind erklärungsbedürftig. Eine Beratung kann die Funktion eines Produktes erklären und nur so dem Kunden die Vorzüge näher bringen. Das ist ein enormer Vorteil gegenüber dem Onlinegeschäft.

Welche Strategie verfolgen Sie, um diese Linie eines Tages auch in Bezug auf das Onlinegeschäft ziehen zu können?

Im Onlinegeschäft setzen wir Microsites zu erklärungsbedürftigen Produkten ein, die Hintergrundinformationen liefern. Auch die Falke Newsletter haben die Funktion, Produkte zu erklären und Neuheiten vorzustellen.

Beim Herrenausstatter „Mr. Porter“, einem exklusiven Internet-Versandhaus, sind Falke-Socken seit Langem schon als einzige mit „Essentials“ gekennzeichnet. Bedeutet: unverzichtbare Grundausstattung. Wie stolz sind Sie auf dieses Standing?

Sehr. Unsere Vision erfüllt sich damit: Falke-Strümpfe sind zu unverzichtbaren Accessoires geworden.

Warum sollten Ihrer Meinung nach alle Männer Kniestrümpfe tragen?

Gegenfrage: Wer möchte schon nackte Männerbeine zu rahmengenähten Schuhen und maßgeschneiderten Anzügen sehen?

**falke.com**

PAUL FALKE

*Gemeinsam mit seinem Cousin Franz-Peter führt Paul Falke das gleichnamige Unternehmen, das 1895 von deren Urgroßvater Franz Falke-Rohen gegründet wurde, seit 1990 in vierter Generation. Inzwischen hat es 3.100 Mitarbeiter. 70 Prozent des Umsatzes machen die Schmallenberger mit Socken und Feinstrümpfen. Seit 2005 verkauft das Unternehmen zudem Sportbekleidung.*

## DIGITALE TRANSFORMATION

Kurzporträt Laudert

Eine effiziente Produktkommunikation im Omnichannel ist ohne den Einsatz intelligenter Medien-IT nicht mehr vorstellbar. Laudert analysiert die vorhandene Infrastruktur in Medienproduktionsprozessen und korrigiert mit Weitsicht. Bereits kleine Veränderungen, optimierte Schnittstellen und die Einbindung von Automatismen haben häufig große Zeitersparnisse bei gleichzeitig erhöhter Produktionssicherheit sowie reduzierten Kosten zur Folge. Bei der Optimierung und Implementierung setzt das Unternehmen neben den eigenen Lösungen, wie LaudertMediaPort® (PIM + MAM) und LaudertPrintBase® (Web2Print), auch auf Technologien von Partnerunternehmen. Die Expertise umfasst Contentserv, priint:suite, Chili Publisher, celum, SAP Hybris, Oxid eSales, Informatica und viele mehr. Im Jahr 1959 gegründet, zählt Laudert heu-

te mit über 420 Mitarbeitern (davon 70 im IT-Bereich) zu den führenden Multichannel-Media-Dienstleistern Europas. An den Standorten Vreden, Hamburg, Stuttgart, Bangkok und Ho-Chi-Minh-Stadt agiert das Unternehmen als strategischer und operativer Partner für alle Facetten der Produktkommunikation. Basis bildet die effiziente Verknüpfung von Medienproduktions- und IT-Expertise, auch in den Geschäftsbereichen Laudert-Studios und Digitaldruck. Falke, Joop! Living, bonprix, Karstadt, Jack Wolfskin, Claas und Grohe sind nur einige der renommierten Kunden aus dem Multichannel-Handel sowie der (Marken-) Industrie, die von der ganzheitlichen Betreuung profitieren. Dass Laudert zu den leistungsstärksten Integratoren für Medien-IT am Markt gehört, zeigt nicht nur das TGOA Integratoren-Wheel, sondern belegen auch diverse

Auszeichnungen der Technologiepartner für erfolgreiche Projekte sowie Neuentwicklungen.

**laudert.de**

FALKE UND LAUDERT

*Aufgrund der hohen Benutzerfreundlichkeit und zuverlässigen Performance entschied sich Falke für den Einsatz des MAM-Moduls des LaudertMediaPort® zur Verwaltung der mehr als 50.000 Mediendaten. Das System wurde in einer Rekordzeit von circa 6 Wochen implementiert und in einen Workflow eingebunden, der mittels einer Falke-eigenen Software-Lösung als Schnittstelle unter anderem die Marketplace-Steuerung sicherstellt. Der Auftrag zum PIM-Ausbau liegt bereits vor.*

Let's talk about PIM.

- ✓ Beratung
- ✓ Integration
- ✓ Schulung
- ✓ Support



The P.I.M. Company

[www.thepimcompany.com](http://www.thepimcompany.com)



The Group of Analysts bestätigt:  
Top PIM Integrator