

Street One/CBR-Holding, Isernhagen

Mit 12 Young-Fashion Kollektionen pro Jahr, ergänzt durch wöchentliche Flash- und Repeat-Programme sowie ein dynamisches Never-Out-of-Stock(NOS)-System, ist Street One in den letzten 21 Jahren groß geworden. Das Unternehmen vertreibt heute die Labels Street One, Cecil und One Touch. Im Oktober 2004 wurde das von den Einzelhändlern Detlev Meyer und Friedhelm Behn gegründete Unternehmen an die Finanzinvestor-Gruppe CBR Textile mit den Mehrheitsgesellschaftern Sinven und Apax (GB) verkauft. Seitdem weht ein anderer Wind: „Wir haben uns quasi über Nacht von einem mittelständischen Unternehmen in eine internationale Gruppe mit vielen Möglichkeiten verwandelt“, erklärt Street One Geschäftsführer Hugo Reissner, der schon seit 2002 das Unternehmen führt. Eines bleibe aber bestehen, verspricht er: „Die Gesellschafter wechseln, die Werte bleiben. Und die heißen bei Street One: Verlässlichkeit – Schnelligkeit – Geradlinigkeit.“

Festgehalten wird auch an der Vertriebsstrategie, dass der Young Fashion-Anbieter keine eigenen Läden oder Concessions-Flächen betreibt, sondern nur Partnerschaften mit Einzelhändlern unterhält – und diese Partnerschaften sind sehr eng: Aus dem vorausgewählten Warenangebot muss ein Flächenpartner zu rund 80 Prozent den Empfehlungen des Anbieters folgen. Mit rund 20 Prozent des Einkaufsvolumens kann ein Händler individuell auf seinen Standort eingehen: „Wir wissen, dass von Spanien über Deutschland bis Skandinavien die Abverkaufszahlen von rund 80 Prozent der Kollektion identisch sind, weil der Geschmack der Verbraucherin global ist“, weiß Hugo Reissner aus den Abverkaufserfahrungen von rund 1.000 Systemflächen- und 2.500 Multilabel-Partnern innerhalb Europas, davon rd. 400 Stores, 375 Shop-in-Shops und 325 Corners. Die optimale Präsentation und das Standortmarketing obliegen dem Handelspartner, der durch Ladenbau, wöchentliche Information, EDI, Beratung und Schulung unterstützt wird. Es werden 4 Logistikcenter unterhalten, in denen bis zu ca. 200.000 Teilen pro Tag bewegt werden können.

Street One gilt im Handel als ein Lieferant, der zu den qualifiziertesten in Sachen EDI und Logistik gehört. So konzentriert sich das Unternehmen ganz auf die Kollektionsentwicklung, den Lieferrhythmus sowie die Waren- und Informationslogistik. Street One steuert sehr professionell die Handelsflächen und

war einer der ersten Hersteller, welche die Verkaufsmeldungen (SLSRPT) ihrer Kunden nutzen.

Mittelfristig sind die Ziele auf Expansion gesetzt: „Wir wollen in Europa expandieren, vor allem in den skandinavischen Ländern sowie in Spanien, Frankreich und Italien, wo wir letztes Jahr erfolgreich gestartet sind. Auch neue Vertriebsformen mit Handelspartnern, wie die Multilabel-Stores CBR - derzeit gibt es fünf - sollen ausgebaut werden," so Reissner.

Quelle: BTE marketing berater 1/2005, S. 19, sowie aktuelle Ergänzungen