

Ostwestfälische Wirtschaft

März | 2024

Mitgliedermagazin der Industrie- und Handelskammer Ostwestfalen zu Bielefeld

Sanierungs-Stau

Der aktuelle Brücken-Zustand
ist besorgniserregend

Erfolgreiche Kampagne

#könnenlernen – Ausbildung
macht mehr aus uns

Fachthemen

Recht | Steuern
Finanzen



Jetzt oder nie: Positionen, Herausforderungen
und Markenpositionierung

Auslandsinvestitionen willkommen

Seidensticker und **Peter Lacke** sind traditionsreiche ostwestfälische Familienunternehmen. Beide Firmenchefs halten viel von den Standortbedingungen in **Vietnam**.



Foto: Seidensticker Group

Arbeitsplätze geschaffen Seidensticker fertigt unter anderem im vietnamesischen Haiphong.

Wenn Gerd Oliver Seidensticker über die Standortvorteile Vietnams spricht, fallen schnell Attribute wie Fleiß, Produktivität, hohe Qualität, großes Potenzial an Arbeitskräften und stabile rechtliche Rahmenbedingungen. Die Bielefelder Seidensticker Group fertigt mittlerweile an zwei Standorten in dem ostasiatischen Land Hemden und Blusen für den weltweiten Markt, zwei weitere Produktionsbetriebe befinden sich in Indonesien. Von den etwa 2.200 Beschäftigten des Unternehmens arbeiten derzeit rund 850 in Vietnam, in Indonesien sind es etwa 690. Knapp zehn Millionen Kleidungsstücke werden pro Jahr gefertigt, der Jahresumsatz lag im Geschäftsjahr 2022/23 bei rund 126 Millionen Euro. Erste Kontakte in Asien bestehen seit den 1960er Jahren, damals wurden Beziehungen zu

Lieferanten aufgebaut. Das 1974 gegründete Beschaffungsbüro in Hongkong steuerte bis heute die Produktionsabläufe in Asien.

„In den 1990er Jahren hat unser damaliger Geschäftsführer in Hongkong erste Kontakte nach Vietnam geknüpft und dann die Altvorderen in Bielefeld überzeugt, sich mit dem Land zu beschäftigen“, sagt Seidensticker, der gemeinsam mit seinem Cousin Frank das Familienunternehmen in der dritten Generation leitet.

Bis Mitte des Jahrzehnts sei es in der Branche Trend gewesen, sich alle paar Jahre ein neues Land zu suchen. Seidensticker spricht von „Preisnomadentum“, das wegen des hohen Maßes an Handarbeit bei der Produktion abhängig von den Kosten der Lohnminute gewesen sei. Mittlerweile habe sich die Sicht geändert, so der Diplom-Kaufmann.

ALS JOINT VENTURE GESTARTET

Begonnen habe die Zusammenarbeit als Joint Venture mit einem staatlichen Produktionsbetrieb, der unter anderem Uniformhemden genäht habe.

„Aus einer geschlossenen Hemdenproduktion in Deutschland konnten wir Maschinen in die Zusammenarbeit einbringen. Da vietnamesische Betriebe über wenig Cash verfügten, haben wir außerdem Vorprodukte in Japan und China eingekauft und sie nach Vietnam importiert.“ 2007 wurde dort die erste eigene Fertigung eröffnet, 2019 kam eine weitere hinzu. „Sie können in einem kommunistisch regierten Land keinen Grund und Boden kaufen. Aber es gibt eine Art Erbpacht über einen sehr langen Zeitraum. Darauf kann man sich einstellen.“ Anders als in China gäbe es kein „willkürliches Reinregieren“ seitens der kommunistischen Partei in betriebliche Belange und Entscheidungen. „Die vietnamesische Regierung ist sehr viel wirtschaftsfreundlicher für Auslandsinvestitionen, sie hat von den chinesischen Fehlern gelernt“, sagt Seidensticker.

Als sehr großen Vorteil für seine Branche nennt der Firmenchef das seit August 2020 bestehende Freihandelsabkommen zwischen der EU und Vietnam, das nächstes Jahr Zollfreiheit garantiert. Die 2014 und 2018 in Indonesien eröffneten Fertigungen dienten der Risikostreuung, „wir wollten nicht alle Eier in einen Korb legen“, spielt Seidensticker auf eine alte Oetker-Strategie an. „Wir kannten die Region, Vorprodukte und Infrastruktur sind vorhanden, auch eine Autobahnanbindung. Indonesien ist unser zweites Standbein in der Region.“

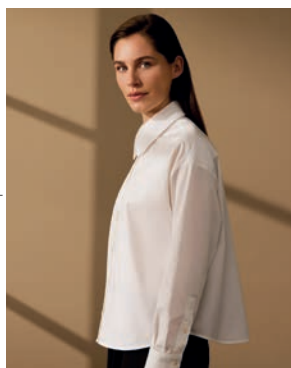


Foto: Seidensticker Group

Mode Made bei Ost-westfalen Die Digitalisierung aller Schnittvorlagen für sämtliche Seidensticker-Produktionsstandorte erfolgt in Vietnam, ebenso die technische Vorentwicklung der Kollektion.

MIT DER WIRTSCHAFTLICHEN SITUATION ZUFRIEDEN

Grundsätzlich biete eine eigene Produktion auch im Hinblick auf die Diskussion über Verantwortung in der Lieferkette und der insbesondere in der Textilindustrie kontrovers geführten Nachhaltigkeitsdebatte viele Vorzüge: „Sie sind ihr eigener Herr im Haus und können ihre eigenen Vorstellungen umsetzen. Wir müssen keine Abstimmungen mit Partnern treffen, die eventuell aufgrund anderer Erwartungen an Margen keine Vorteile in der Umsetzung der geforderten Nachhaltigkeitsstandards sehen.“ Das Unternehmen gehört unter anderem dem „Bündnis für nachhaltige Textilien“ an. „Wir müssen keine Transparenz fürchten, das ist ein klarer Benefit für uns“, unterstreicht Seidensticker.

Mit der wirtschaftlichen Entwicklung in der ASEAN-Region sei er zufrieden. Zuletzt sei viel Geld in Rationalisierung geflossen. Die Bedeutung der dortigen Standorte zeige sich auch daran, dass die Digitalisierung aller Schnittvorlagen für sämtliche Produktionsstandorte in Vietnam erfolge, ebenso die technische Vorentwicklung der Kollektion sowie die Musternäherei für die Kunden weltweit.

„Das klassische Herrenhemd ist nicht gerade auf dem Vormarsch, es gibt eine Verlagerung in den Freizeitbereich, hin zu Wirk- und Strickwaren“, benennt Seidensticker einen Trend in der Textilindustrie. Deshalb werde beispielsweise Indien, wo T-Shirts und Pullover gefertigt werden, zunehmend wichtiger. Mit dem „Nearshoring“ in der Türkei seien sie aufgrund der Lieferzuverlässigkeit und stark schwankenden Preisen „nicht ganz zufrieden“ und verfolgten dort auch „keine größeren Ambitionen“. Der Hauptanteil der Investitionen werde weiterhin nach Asien fließen. Gefragt, welche Tipps er für den Markteintritt in die ASEAN-Region geben könne, antwortet Seidensticker, dass sich diese nicht von denen anderer Auslandsmärkte unterscheiden: „Es ist Chefsache, sie müssen ständig vor Ort sein und sich ein Bild machen. Zunehmend wird auch eine gute Beratung in Rechts- und Steuerthemen immer wichtiger.“



Foto: Seidensticker Group

Herr im eigenen Haus

Gerd Oliver Seidensticker sieht Vorzüge einer eigenen Produktion auch bei den Themen Nachhaltigkeit und Transparenz in der Lieferkette.



Foto: Peter Lacke

Farbe ins Spiel bringen

Ein Beispiel für ein Lifestyle-Produkt, das ohne Peter Lacke ziemlich blass aussähe.



Foto: Peter Lacke

Sieht gute Entwicklungschancen für sein Unternehmen David N. Peter folgt seinen Kunden nach Vietnam und ist optimistisch, dort weitere Firmen zu akquirieren. Insbesondere US-Unternehmen verlagern ihre Aktivitäten aus China nach Vietnam, betreiben De-Risking.

AUF DER SUCHE NACH EINEM NEUEN STANDORT

Der erfolgreiche Weg, den der Textilhersteller Seidensticker schon eingeschlagen hat, liegt noch vor David N. Peter: Der geschäftsführende Gesellschafter der Peter Lacke GmbH aus Hiddenhausen ist gerade dabei, einen komplett neuen Standort für sein Unternehmen in Vietnam aufzubauen. Dafür sondiert der 38-Jährige Firmenchef verschiedene Mietobjekte in Ho-Chi-Minh-Stadt.

„Wir folgen unseren Kunden“, sagt Peter über das Engagement. In Vietnam hätten sie aktuell zwei Mitarbeiter eingestellt. „Wir benötigen zunächst immer ein Labor und Lagerfläche, damit wir an unseren Standorten Sondermengen und Farbanpassungen für den lokalen Markt vornehmen können.“ Die Investitionssumme beziffert er auf 200.000 bis 300.000 Euro. „Mittelfristig, also in weniger als drei Jahren, wollen wir dort eine komplette Produktion errichten“, beschreibt Peter die Perspektive. Angeboten werden zunächst Lacke für das Lifestyle-Segment, für Hersteller von Sport- und Freizeitgerätschaften. Die koreanischen- und japanischen Wettbewerber seien bereits im Land vertreten, skizziert der Lack-Experte das Marktumfeld.

VERSCHIEBUNG FINDET STATT

„Wir nehmen eine Verschiebung wahr. Insbesondere US-amerikanische Kunden verlagern ihr Engagement aus China nach Vietnam. Sie betreiben De-Risking. Zum einen aufgrund der angespannten Lage zwischen China und Taiwan. Zum anderen könnte Trump wieder zum Präsidenten

gewählt werden, und das hätte ebenfalls Folgen für die US-Handelsbeziehungen mit China.“

Deshalb ist Peter optimistisch, noch weitere Neukunden in dem südostasiatischen Land gewinnen zu können. „Wenn Sie erst einmal mit ‚local nationals‘ in dem Land unterwegs sind, kommt eins zum anderen.“ Das gute Lohnkostenniveau, fleißige Mitarbeitende, gute Mietangebote und verhandelbare Steuervorteile seien weitere Pluspunkte, Peter spricht von „easy going“ bei den ersten Schritten in dem Land.

Außerdem ließen sich andere Südostasien-Märkte wie Thailand, Malaysia oder Bangladesch gut aus Vietnam heraus bearbeiten.

160 Millionen Euro hat Peter Lacke im vergangenen Geschäftsjahr mit seinen weltweit 650 Mitarbeitenden erwirtschaftet, davon 80 Prozent im Ausland. Größter Einzelmarkt ist China. Dort verfügt das Familienunternehmen mit seinen Lack-Lösungen für die Bereiche „Automotive, Aviation, Lifestyle, Glass“ schon über eine Tochtergesellschaft. „In China herrscht momentan ein gutes Klima, um antizyklisch zu investieren. Auch dort nehmen wir den Fuß nicht vom Gas und errichten eine weitere Produktion. Wir tun also das eine, ohne das andere zu lassen“, antwortet Peter auf die Frage, ob durch den Standort in Vietnam Kapazitäten innerhalb Asiens verlagert werden sollen. Im Gegenteil: „Wir waren bisher immer erfolgreich in den Ländern, in denen wir investiert haben“, sagt Peter – er leitet das Familienunternehmen bereits in der fünften Generation.

Heiko Stoll



Foto: Peter Lacke

Auf der Suche Momentan sondiert David N. Peter verschiedene Mietobjekte in Ho-Chi-Minh-Stadt, um dort einen neuen Standort aufzubauen.