

# Die neue Masche

**Strick-Spezialist** Samtex forciert das Private Label-Geschäft, Ready-to-wear und die **eigene Kollektion Yuma**



Oliver und Eva Hilgers: „Wir können mit aktuellen Trends Schritt halten.“

**S**ulzbach im Taunus. Gewerbegebiet. Zwischen Sicherheitsdiensten, Unternehmensberatungen und Kosmetik-Anbietern versteckt sich eine Firma, die sich selbst als flexibler Maschen-Produzent versteht: Die Samtex Textil-Handels GmbH & Co KG, ein in zweiter Generation inhabergeführtes Familienunternehmen mit Spezialgebiet Kaschmir- und Merino-Strick. Gearbeitet wird für etablierte Strick-Kollektionen und langjährige Partner aus der Industrie, aber auch auf Projektbasis im Private Label-Geschäft für den Einzelhandel – vom Mittelständler bis zur Premium-Abteilung sowie für Versender. „Über ein Eigenlabel-Geschäft mit guten

Kurzfristig und saisongerecht liefern – die Voraussetzungen dafür hat Samtex geschaffen. Gegründet wurde die Firma 1978 als Garnhandel von den Eltern von Eva Hilgers, die heute gemeinsam mit ihrem Ehemann Oliver Hilgers die Geschäfte führt. Anfangs wurde mit schottischen Spinnereien zusammen gearbeitet, später stieg das Unternehmen ins Vollgeschäft ein und baute die Produktionsstätten in der Inneren Mongolei auf. „Die aktuelle Marktentwicklung hat uns gezwungen, vieles zu verändern“, sagt Oliver Hilgers. „Wir haben uns von großen Fabrikanten in China getrennt, da man mit kleinen Produktionsmengen dort immer hinten an steht. Wir

Gedanken inklusive Design, Beratung und Warentransport immer stärker in den Mittelpunkt. Unsere engen Kontakte zur Produktion machen uns flexibel. Wir können auch außerhalb des normalen Zyklus liefern, bieten moderate Mindestmengen an.“ Die meisten Gespräche für Private Labels würden mit einer Zielpreisvereinbarung starten, vieles werde auch vom Preis ausgehend designt und produziert, ergänzt Brosius.

Eigenlabel bedeute längst nicht mehr nur Basics: „Das sind kreative, qualitativ hochwertige Kollektionen, die auf den Einkauf zugeschnitten sind.“ Den Kreativpart betreut die Designerin Susanne Hannig, in der Bran-



Schnelligkeit gehört zum Handwerk: Mit der eigenen Kollektion Yuma will Samtex saisongerecht und kurzfristig agieren.



Margen denken derzeit viele Einzelhändler nach. Wir sind in vielen großen Häusern“, sagt Vertriebschef Stefan Brosius, der keine Namen von Partnern preisgeben möchte. Für Eigenlabel-Produkte (Merino-Pulli für rund 35 Euro im EK) wird eine 4er-Kalkulation angesetzt. Dafür werden oftmals für Samtex geschützte Label-Namen genutzt.

Ein Business, das forciert werden soll. Die Devise: schneller werden, sich noch dynamischer den Anforderungen des Marktes und der Händler anpassen, deren Ruf nach Ready-to-wear und größerer Handlungsfähigkeit innerhalb der Saisons immer lauter wird.

aber wollen Qualität, Lieferpünktlichkeit und Schnelligkeit.“ In der Mongolei, die im Vergleich zum restlichen China eine reiche und weltoffene Region sei, arbeiten nun sechs kleine Strickereien für Samtex, alle in einem Umkreis von 30 Kilometern, die auf Spezialitäten eingehen können. „2015 kamen rund 140 000 Teile zusammen.“ Die Manufakturen verfügen über neueste Maschinen, beschäftigen einheimisches Personal. Hilgers ist oft selbst vor Ort. Es gibt ein eigenes Büro mit zwölf Angestellten und Technikern.

Der Anspruch: „Wir sind nicht mehr nur reiner Produzent, sondern stellen den Service-

che durch das eigene Label Nonpareille sowie durch ihre Arbeit u.a. für Lola by little West 8 bekannt. Sie entwirft auch die Styles für das Samtex-Eigenlabel Yuma, das im Herbst erstmals in die Läden kommen soll. Es bietet Pullover und Cardigans in Merino extrafein und Kaschmir-Mix zu VK-Preisen von 129 bis 249 Euro – immer mit Fokus auf die permanente Auffrischung der Sortimente. Der Vertrieb läuft über Dreier in Düsseldorf, Brack im MTC München, Wagner in Offenbach und C.C.C. Hamburg. ■

ELKE DIETERICH