

Stoffe aus denen Träume sind: schwere und leichte, samtene und derbe, weiche und herbe, Meterware zum Höchstpreis, Textilien der Extraklasse. Reiche Russen mögen es glänzend, Araber haben es gern hell, Amerikaner lieber stumpf. Japaner wollen Kaschmir, Chinesen Mohair, Banker lieben Nadelstreifen. Der Stoffhersteller Scabal kleidet sie alle ein, die Reichen und die Wohlhabenden, die Ober- und die Mittelschicht.

Ronald Hall webt die Stoffe der Gutbetuchten – Kette, Faden, Schuss, Meter für Meter, Ballen für Ballen. Die Weberei, die er leitet, heißt Bower Roebuck & Company, liegt in Huddersfield bei Manchester, ist hundert Jahre alt und eine der letzten ihrer Art in Englands verblühter Metropole. Sie rückt nun ins Zentrum der Wachstumsoffensive des Mutterhauses Scabal. „Wir sind zwar klein, doch für alles gerüstet“, sagt Hall beim Rundgang durch die weitläufigen, modern ausgerichteten Hallen in der alten Fabrik. Natursteinmauern, hohe Decken, Webstühle, Garne, Spindeln und ein Lager mit Tausenden von Stoffballen prägen das Bild.

Neben Marken wie Zegna, Dormeuil oder Lora Piana zählt Scabal zur Spitze in der Stoffbranche. „Wir sind fit für die steigende Nachfrage, für die angestrebten Wachstumspläne, für den Wettbewerb mit der Konkurrenz“, sagt Scabal-Chef Gregor Thissen. 200 Meilen weiter im Süden sitzt er auf dem Ledersofa seines Ladens in der Londoner Schneiderstraße Savile Row – Hausnummer 12. Nebenan hatte einst das Schneiderhaus Anderson & Shephard seinen Anfang genommen. Anzüge von Filmstars wie Marlene Dietrich, Fred Astaire und Cary Grant kommen von dort. Im Nachbarhaus folgte man diesen Spuren: Marlon Brando trug Scabal im Film „Der Pate“, Michael Douglas in „Wall Street“, Daniel Craig als James Bond.

Gregor Thissen redet nicht über Kunden, er spricht lieber vom Geschäft. Der gelernte Banker und studierte Jurist steht in dritter Generation an der Spitze von Scabal. Sein 80 Jahre alter Vater gilt noch heute als der kreative Kopf der Firma, Thissen ist der Mann für die Zahlen. Ende der dreißiger Jahre von einem deutschen Kaufmann in Brüssel als Stoffhändler gegründet, setzt Scabal heute mit 600 Mitarbeitern auf Textilien und auf das Schneiderhandwerk, bietet Stoffe an und macht daraus auch Anzüge. Die eine Hälfte des Umsatzes kommt aus der Weberei, die andere aus der Schneiderei des Hauses. Damit hat sich das Unternehmen mit seinen 40 Millionen Euro Umsatz im Jahr auf dem Welttextilmarkt zu dem aufgeschwungen, was Porsche in der Autoindustrie ist: ein Premiumanbieter mit Prestige. Thissen will daraus nun Kapital schlagen.

Die Schneiderei floriert, aber das Stoffgeschäft macht immer noch die Hälfte des Gruppenumsatzes aus – Tendenz steigend. Dafür sorgt die Weberei von Huddersfield. Dort kaufen seit Jahren die großen Marken ihre besten Stoffe ein, von Burberry bis Ralph Lauren, von Gucci bis

Stoffe für die Gutbetu

Gewebt wird alles, was gefragt ist: Fischgrat, Glencheck, Cheviot, Covert und Cord aus Manchester. In England macht Scabal feinste Stoffe.

Von Stephan Finsterbusch

Prada; dort stehen seit Jahren namhafte Schneider Schlange. Ray Stowers vom Londoner Maßschneider James Levett sagt: „Die Scabal-Stoffe von Bower Roebuck sind top.“ Der New Yorker Schneider Leonard Logsdail nennt sie „die besten, die es gibt“.

Gewebt wird in Huddersfield, geschneidert in London, genäht in Saarbrücken – auf Maß und nach Sonderwünschen. Geliefert wird in alle Welt – nach London, Sydney und New York, Paris, Rio, Tokio. Ian Harris vom amerikanischen Analysehaus Additive Manufacturing nannte das



chten

einmal „personalisierte Industrialisierung“, Thissen nennt es kundenorientiert. „Wir sind global aufgestellt“, sagt er – wie die Konkurrenten auch. „Es gibt keinen Stoff, den wir nicht machen können“, erklärt Fabrikdirektor Hall. Das sagen die Wettbewerber ebenfalls. In der kleinen Weberei werden im Jahr eine knappe halbe Million Meter Stoff gewebt. Daraus lassen sich rund hunderttausend Anzüge im Jahr schneiden. Zegna macht zwanzigmal so viel, Hugo Boss fast dreißigmal. „Die sind halt größer“, sagt Thissen lapidar. Scabal ist eine der kleinsten der gro-

ßen Spitzenmarken der Branche. „Das nimmt uns Verbundvorteile, doch es gibt uns Flexibilität“, sagt Hall. „So arbeiten wir auch kleine und kleinste Aufträge ab.“ Immerhin das machen andere nicht.

Ein Drittel der Produktion von Bower Roebuck geht an das Mutterhaus Scabal; zwei Drittel werden direkt zu den großen Modemarken geliefert, in alle Erdteile. Die Weber verfügen über das ganze Programm: starkes Kett- und dichtes Schussgarn, Satin- oder Leinwandbindung. Die Stoffe gelten als das Feinste vom Feinen – Tuche aus haardünnen Fäden, aus Kasch-

mir und Alpaka, aus Samt und auch aus Seide, aus belgischem Leinen und peruianischer Baumwolle, aus der Wolle von Schafen, Ziegen und Kamelen. Aus einem Kilogramm weicher Wolle können sie in Huddersfield einen Faden von mehr als 120 Kilometern Länge spinnen. Daraus werden dann die Stoffe für die Gutbetuchten in aller Welt gewebt.

Die Auftragsbücher sind voll, Roland Hall sucht neue Mitarbeiter. Künftig soll auch nachts gearbeitet werden. Die Nachfrage ist riesig. Vier Designer entwerfen neue Stoffe, Muster und Textilien. Sie sitzen vor ihren Computerbildschirmen in einem verglasten Büro mit Blick in die Fabrikhalle. Hinter den Scheiben stehen schrankwandgroße Webstühle, jeder kostet so viel wie ein Porsche. Scabal ist seit Jahrzehnten als Edelschneiderei und Stoffhändler unterwegs. Kurz bevor es ins Geschäft mit der Maßschneiderei eingestiegen war, hatte es Anfang der siebziger Jahre die Bower-Roebuck-Weberei gekauft, sie modernisiert, umorganisiert und die Wirren der Zeit überstehen lassen. „Heute ist Bower unsere Perle im Geschäft“, sagt Scabal-Chef Thissen. Eine Perle für Manchester, eine Stadt im Niedergang: Die alten Industrien gingen weg, neue kamen nicht, ganze Viertel verödeten, an den Rändern sind sie ausgefranst.

In der Region arbeiteten einst Hunderte Webereien, heute sind es noch ein halbes Dutzend. Bower Roebuck erscheint als ein Relikt aus besseren Tagen. Mit dem Haus hat Thissen einiges vor. Er will in den kommenden Jahren wachsen, den Absatz steigern und den Umsatz über die kommenden Jahre auf rund 80 Millionen Euro verdoppeln. Wie die konkurrierenden Zegna-Brüder blickt auch Thissen optimistisch nach vorn: „Wir wissen angesichts der Lage der Weltwirtschaft nicht, was 2012 bringen wird – aber wir haben viel Grund, optimistisch zu sein.“

Dafür hat er kräftig investiert. Der Maschinenpark der Tochtergesellschaft Bower Roebuck ist aufgerüstet, Vertrieb und Einkauf werden schon über moderne Software gesteuert, das Marketing wird forciert. Schließlich will er ein halbes Dutzend neuer Geschäfte eröffnen, in Asien, Europa und Amerika. Thissen will aus einem großen Namen einen ganz großen machen.

Ronald Hall wiederum will nur eines: die besten Stoffe weben. Der studierte Designer, der seit 30 Jahren für Scabal arbeitet, blättert sich durch alte Kataloge; Stoffmusterbögen aus den dreißiger Jahren, Textilgeschichte zum Anfassen, archivierte Tradition fürs Geschäft. „Wir wirken ein bisschen anachronistisch“, sagt er, „denn wir setzen mit unseren Stoffen nach wie vor auf eine riesige Lagerhaltung. Doch wir können mit einem Angebot von 5000 verschiedenen Stoffen nicht anders.“ Das sei in Zeiten von Auftragsfertigung zwar gegen den Trend. „Aber erstens: Einer muss es machen. Zweitens: Wir geben unseren Kunden eine einmalige Auswahl. Drittens: Das macht sich bezahlt“, sagt Scabal-Chef Thissen.



Die Stoffmacher: Ronald Hall im Lager der Weberei in Manchester (links oben), Gregor Thissen in seinem Geschäft in London (links Mitte). Eines der alten Musterbücher für Stoffe (links unten). Weberinnen ziehen Kettfäden auf (rechts oben), Qualitätskontrolle erfolgt am laufenden Meter (rechts unten).

Fotos Stephan Finsterbuch