

„WIR SCHAUEN MIT FREUDE NACH VORNE“

Mit 50 stehen die Frauen in voller Blüte. Auch Bianca Moden. Der runde Geburtstag spornt das Familienunternehmen an zu Investitionen in neue Warenwirtschaftstechnologien, Social Media und moderne Smart-Casual-Kollektionen für anspruchsvolle Frauen.



Bianca

Text Lisa Dartmann

„Wir sind ein Familienunternehmen, und daraus ziehen wir unsere Stärke“, erklärt Britt Burman, Geschäftsführerin Vertrieb und Marketing der Bianca Moden GmbH & Co. KG in Ochtrup, die 115 Mitarbeiter:innen beschäftigt. Das 1973 von Paul Dankbar gegründete Modeunternehmen feiert in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag und hat sich durch Zuverlässigkeit und Beständigkeit, aber auch durch Innovation und Dynamik in der Damenmode fest etabliert. Digitale Avatare helfen bereits seit einigen Jahren bei der Design-Entwicklung der Kollektionen. „Wir leben unsere Unternehmenskultur auf einer menschlich warmen Ebene und werden als starker zukunftsfähiger Partner wahrgenommen“, unterstreicht Britt Burman die Werte. Sie schaue nicht mit Sorgen, sondern mit Freude nach vorne, in Erwartung, was die nächsten 50 Jahre bringen.

50, das ist so ziemlich exakt das Alter der Bianca-Zielgruppe. Wenn Britt Burman über die Frauen der Baby-boomer-Generation spricht, ist sie in ihrer Begeisterung kaum zu bremsen. Sie spricht aus eigener Erfahrung und weiß, wie sich die Ansprüche an Qualität und Passform und auch die Figur verändert. Mode habe nichts mit dem Alter zu tun, sondern mit eigenem Stil und Anlass. Bianca feilt permanent an der Kollektion und hält an der klar definierten Handschrift fest. Trotzdem werden progressive Details immer wieder ausprobiert. Smart Casual ist der Fokus, insbesondere ziehen sich angezogene und gut kombinierbare Looks durch die zwölf Kollektionsthemen. „Wir stehen für gute Konfektion und können vor allem gute Blazer“, sagt Britt Burman selbstbewusst. Die letzte Orderrunde sei super gewesen und viele frühere Kundenkontakte seien aktiviert worden. Geplant sind ab Frühjahr/Sommer auch sogenannte langlebige ‚Timeless‘-Teile, die vom Lager abrufbar sind. Bianca Moden habe einige Lieferverzögerungen in Kauf nehmen müssen, habe aber aufgrund der eigenen Produktion in Bulgarien eine Auslieferungsquote von 95 Prozent erreicht.

DEM HANDEL SICHERHEIT BIETEN

Auf der Agenda für die Zukunft stehen unter anderem Investitionen in das Warenwirtschaftssystem. Zwei neue Mitarbeiterinnen unterstützen diesen Prozess direkt, indem sie die Händler:innen professionell beraten und die Warenstände analysieren und optimieren. „Wir übernehmen gemeinsam oder gerne alleine die Bewirtschaftung und suchen perfekte Lösungen für unsere Handelspartner:innen“, so Britt Burman. Mit einer zielgerechten und passgenauen Wareneinstellung möchte der Damenmodehersteller in unsicheren Zeiten Sicherheit bieten. Social Media wird ausgebaut und die Posts mit Informationen zur Mode stehen den Handelspartner:innen über die Fashion Cloud direkt zur Verfügung.

Das neue Shopsystem wurde technologisch auf den neuesten Stand gebracht und soll weitere Online-Marktplätze anbinden. In der Nachhaltigkeit will Bianca Moden weiter immer besser werden. Der Standort Ochtrup soll zukünftig energieneutral sein und die Logistik auf weniger Verpackungsmüll umgestellt werden. Für das Werk in Bulgarien wurden umweltschonende Waschmaschinen mit Ozon angeschafft.

► bianca.de



BRITT BURMAN,
GESCHÄFTSFÜHRERIN VERTRIEB &
MARKETING BIANCA MODEN