

manager magazin online

URL: <http://www.manager-magazin.de/lifestyle/mode/schumacher-design-auf-der-berlin-fashion-week-a-906469.html>

01. Juli 2013, 08:56 Uhr

Dorothee Schumacher

Ein Plädoyer für die Weiblichkeit

Von Kerstin Walker

Das Unternehmen Schumacher ist eines der angesagtesten Modehäuser im deutschen Markt. In dieser Woche präsentiert Gründerin Dorothee Schumacher ihre neue Kollektion auf der Fashion Week in Berlin. mmo-Autorin Kerstin Walker sprach mit der Designerin über Mode, Innovationen und Familie.

mm: Frau Schumacher, lassen sie uns einen Blick in die Vergangenheit, genauer 23 Jahre zurück werfen. Wie entstand Ihr Unternehmen?

Schumacher: Schumacher war eine Vision. Als junges Mädchen dachte ich, die Mode entsteht in Italien. Also ging ich nach Perugia, und lernte italienisch. Als ich wieder nach Deutschland zurückkehrte fiel mir auf, dass die meisten Frauen, die damals in der Modebranche arbeiteten und eine bedeutende Position hatten, sehr männlich wirkten. Das große Business wurde von Männern bestimmt.

Dieses durch und durch maskuline missfiel mir. Für mich liegt die wahre Stärke von Frauen in ihrer Weiblichkeit. Aus diesem Impuls heraus entwarf ich eine kleine, feminine T-Shirt-Kollektion mit zarter Satinkante. Eine Botschaft an moderne, erfolgreiche Frauen, die begeistert aufgenommen wurde. Daraus entwickelte sich in den Jahren eine Schumacher-Welt.

mm: Also geht es heute nicht mehr nur um die Kollektionen?

Schumacher: Schumacher ist all das was Frauen lieben und was sie bewegt. Die Schumacher-Welt ist mit ganz viel Luxus angereichert - selbstverständlich, sophisticated. Frauen, die sich ihren eigenen Lebenscocktail mixen fühlen sich davon berührt. Manchmal werde ich gefragt: Kann Schumacher nicht auch für Männer sein? Doch diese Frage stellt sich mir gar nicht. Es gibt noch so vieles, was für Frauen zu tun ist und darauf konzentriere ich mich.

mm: Ihre Mode adressiert sich an Frauen, die stark sind, weil sie ihre weiche Seite zulassen?

Schumacher: Genau. Für mich ist das kein Gegensatz.

mm: Wie erklären Sie sich ihren großen Erfolg im asiatischen Raum? Vor zwei Monaten eröffneten Sie Ihren Schumacher-Flagshipstore in Hefei, einer Fünf- Millionen-Metropole. Diese Stadt in der Anhui Provinz gilt als bedeutendes Zentrum für technologische Entwicklungen. Warum sind Frauen ausgerechnet dort vom Schumacher-Spirit begeistert?

Schumacher: Die Erfahrungswerte, die wir in Hefei, unserem zweiten Store in Shenyang und bei über 30 Partnern im Handel gewinnen, sind richtungweisend für ein Rollout in den großen Metropolen Chinas.

Vor drei Jahren zeigten wir in Peking im Rahmen der Mercedes-Benz Fashion Week unsere Kollektion. Durch die enge Zusammenarbeit mit Stylisten und Mitarbeitern vor Ort habe ich erkannt, dass chinesische Frauen sehr stark und feminin sind. Oftmals sind sie die Leiterin ihrer Familie und für ihre Rolle werden sie sehr respektiert. Ich glaube, dass sich viele chinesische Frauen deshalb in der Mode Schumacher wiedererkennen. Diese Verbindung passt einfach.

Schaulaufen im Livestream

mm: Wie sehen diese Frauen aus?

Schumacher: Ihr Look ist auf elegante Weise feminin und sportlich. Bei einem sechsstündigen Aufenthalt am

Flughafen in Shanghai konnte ich bei den chinesischen Frauen eine konsequente Eleganz beobachten, die mir so in Mailand oder Barcelona nicht begegnet. Ich finde es toll zu sehen, dass dieser Wert der Weiblichkeit in einer anderen Kultur so hoch gehalten wird.

mm: Sich mit Stücken von Dorothee Schumacher einzukleiden ist und bleibt aber ein sehr exklusives Unterfangen...

Schumacher: ... wir entwerfen Lieblingsstücke, die jeder Frau das Gefühl geben - made for you. Teile, die sie über lange Jahre behalten möchte, weil sie zeitlos schön sind. Kleidung ist ein Spiegel. Wenn man mutig ist und bereit, sein Innerstes nach außen zu spiegeln, hat man schöne Begegnungen. Ich liebe Frauen, die ein Schumacher-Piece mit einem Mainstream-Piece kombinieren. Warum nicht? Gefühlvoll und klug kombiniert kann das ein sehr persönlicher Stil werden.

mm: Im vergangenen Jahr überraschten Sie ihr Show-Publikum bei der Mercedes Benz Fashion Week mit einer technischen Innovation. Erstmals wurde eine Show - nämlich Ihre - im 360 Grad-Radius live übertragen. Haben Sie heute wieder eine Überraschung parat?

Schumacher: Diesmal übertragen wir sogar das Rehearsal per Livestream! Auch das ist neu, und etwas ganz besonderes. Diese Atmosphäre vor meiner Show, die Spannung - das ist unvergleichlich und wird live spürbar!

mm: Frau Schumacher, wer Ihre Firma betritt fühlt sich wie ein Reisender, der im rauen Hafengelände eine Kreativ-oase entdeckt.

Schumacher (lacht): Interessant, dass Sie das so empfinden. Ich glaube, das ist es, was diese Company ausmacht. Wir haben als Team eine große Strahlkraft.

mm: Bezeichnen Sie sich deshalb als Heart of The Company - nicht in erster Linie als Unternehmenschefin?

Schumacher: Ja, und ich habe das Glück mit tollen Leuten zusammenzuarbeiten, von denen jeder Einzelne handverlesen ausgesucht wurde. Sie werden bei Schumacher Menschen treffen, die seit 15 oder 20 Jahren mit mir arbeiten. Andere, die vielleicht gerade erst aus Italien zu uns gestoßen sind, bringen frischen Wind.

140 Mitarbeiter - und 90 Prozent Frauen

mm: Gibt es ungewöhnliche Werdegänge bei Schumacher?

Schumacher: Sicher. Ich arbeite mit Frauen zusammen, die sich stetig weiter entwickeln. Eine Mitarbeiterin, die früher im Strickdesign war ist heute in der Onlinekreation. Jede von uns wächst mit dem Unternehmen. Und dieses Geben und Wachsen wollen ist überall spürbar. Der Schumacher-Spirit trägt uns. Trotzdem ist jeder Schritt eine Herausforderung und deshalb feiern wir auch, wenn wieder einer geschafft ist.

mm: Ihre 140 Mitarbeiter sind zu 90 Prozent Frauen?

Schumacher: Das hat sich einfach so ergeben, weil Weiblichkeit das Herzstück dieses Unternehmens bildet. Aber mein Headdesigner zum Beispiel ist ein Mann. Andere in leitender Position sind meist Frauen.

mm: Viele Frauen im Team - das bedeutet oft längere Ausfallzeiten wegen Schwangerschaften?

Schumacher: Das sehe ich bei uns nicht. Wir sind sehr eng zusammen gewachsen, und können diese Phasen deshalb gut überbrücken. Eine springt für die andere ein. Bei Schumacher ist es eher so, dass Mitarbeiterinnen, die ein Kind bekommen haben, nach kurzer Zeit wieder da sein wollen.

mm: Sie haben selbst vier Kinder. Sind Sie das Vorbild, das Familie und Karriere unter einen Hut bekommt?

Schumacher: Für dieses Unternehmen sicher, ja. Aber es gab Phasen, in denen ich eins meiner Kinder als Baby mit ins Büro genommen habe. Ich sage nicht, dass dieser Spagat einfach ist. Trotzdem bin ich überzeugt, Schwangerschaften, Kinder und das dazugehörige Zeitmanagement werden erst zum Problem, wenn man sie als Drama empfindet.

mm: Diese enge Verbundenheit mit der eigenen Firma - ist sie ausschlaggebend dafür, dass ihr ältester Sohn ins Unternehmen eingetreten ist?

Schumacher: Davon gehe ich aus. In erster Linie studiert er noch, kümmert sich aber auch um unsere beiden Stores in Berlin. Es ist für mich ein unglaublich gutes Gefühl, mein Unternehmen, das mir so ans Herz

gewachsen ist, weiter in Familienhand zu erahnen.

mm: Ihre Firmenphilosophie klingt nahezu ideal - ist in der Schlussfolgerung auch der Krankenstand bei Schumacher niedrig?

Schumacher: Der ist in der Tat ausgesprochen niedrig. Auch das liegt sicher an der familiären Ambiance. Man begegnet sich, man kennt sich gut und wenn es in die Familie passt, wächst man zusammen. Diese Offenheit, die Transparenz, die hier auch räumlich spürbar ist, verbindet.

mm: Es gibt Wasserflaschen, Servietten, Zuckerpäckchen mit dem Schumacher Markenschriftzug. Regelmäßig taucht die Schleife als Schmuck-Element auf. Der Begriff *Liebe zum Detail* scheint bei Ihnen buchstäblich Programm.

Schumacher: Ich glaube, dieser Geist ist einfach da und wir fassen es in Worte, oder besser gesagt: in etwas Stoffliches. Das kann die kleine Satinschleife sein, die an einen Kleiderbügel geknüpft ist. Oder eben auch die Schleife, die einen Businessplan ziert - ein kleines Detail mit großer Wirkung.

[Hier geht es zur Live-Übertragung der Schumacher-Show auf der Fashion Week in Berlin.](#)

Mehr zum Thema:

Dorothee Schumacher: Luxuriöse Mode

<http://www.manager-magazin.de/fotostrecke/dorothee-schumacher-luxurioese-mode-fotostrecke-98176.html>

Pyjamas: Stilvoll in die Nacht (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/mode/a-898518.html>

Designer Kretschmer: "Augen zu beim Kleiderkauf" (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/stil/a-893087.html>

Schöner radeln: Modisch mobil (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/fitness/a-892458.html>

Mehr zum Thema Stil: Alle Artikel, Fakten und Hintergründe

<http://www.manager-magazin.de/thema/stil/>

Mehr im Internet

Schumacher Live auf der Fashion Week Berlin

<http://live.dorothee-schumacher.com/>

manager magazin online ist nicht verantwortlich für die Inhalte externer Internetseiten.

© manager magazin online 2013

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH