

Bekleidungskette trotz Coronakrise

Liberty Fashion Holding GmbH nach Übernahme auf Wachstumskurs



Foto: © Liberty Fashion Holding GmbH

Mit der Unterstützung von VR Equitypartner erwirbt Peter Wolf in einem schwierigen Marktumfeld als alleiniger Gesellschafter sämtliche Anteile der **Liberty Fashion Holding GmbH**. Die Zukunft von Liberty wird er nun als alleiniger Eigentümer planen und dem Management strategisch beratend zur Seite stehen. Dazu hat er die restlichen Anteile von seinen bisherigen Mitgesellschaftern übernommen. VON **TORSTEN HOLLER**



Foto: © Liberty Fashion Holding GmbH

Der Einzelhandel, und ganz besonders die Modebranche, durchlebt aktuell pandemiebedingt schwierige Zeiten. „Sicherlich ist der Textilhandel – insbesondere im stationären Bereich – unter Druck, aber pauschal zu sagen, es geht allen schlecht, stimmt so nicht. Es gibt durchaus divergierende Entwicklungen in der Branche“,

sagt der ehemalige Tchibo-Vorstand und Karstadt-CEO Peter Wolf. Liberty Fashion ist ein Beispiel dafür, dass es auch anders geht. Vor elf Jahren hat der heute 63-jährige Wolf mit der strategischen Beteiligungsgesellschaft Arcadia aus Hamburg und dem Geschäftsführer von Liberty Damenmoden, Peter Friedrich, die Liberty Fashion Holding GmbH gekauft, einen Modefilialisten im Bereich Damenoberbekleidung im gehobenen Mittelpreissegment. Die Boutiquen richten sich an Frauen zwischen 40 und 55 Jahren, die besonderen Wert auf eine individuelle Beratung legen. Die Filialen



Peter Wolf, Arcadia

sind mit durchschnittlich 85 m² Verkaufsfläche relativ klein und in ganz Deutschland primär in Einkaufsstraßen mittelgroßer Städte vertreten. „Auskömmliche Mietvereinbarungen, eine sehr loyale Kundenstruktur und die Tatsache, dass wir nahezu das gesamte Sortiment in Europa beziehen, haben uns wesentlich über die Pandemie, aber auch über die bestehenden Lieferkettenengpässe hinweggeholfen. Wir mussten zwar punktuell Kurzarbeit beantragen und mit den Vermietern angepasste Mietkonditionen verhandeln, doch insgesamt konnten wir die letzten beiden schwierigen Jahre selbstbestimmt überstehen.“

Seit der Akquisition der ersten Anteile Ende 2011 wurden die Modeboutiquen, die derzeit 114 Filialen umfassen, streng auf Effizienz getrimmt. „Im

KURZPROFIL

Liberty Fashion GmbH

Gründungsjahr: 1976

Branche: Mode

Unternehmenssitz: Lübbecke/Westfalen

Umsatz 2021: rund 48 Mio. EUR

Mitarbeiterzahl: 500

www.liberty-woman.com

Einkauf haben wir einen Vorlauf von circa sechs bis acht Wochen, bei zahlreichen Wettbewerbern sind es mindestens sechs Monate, da sie die Ware primär aus Asien beziehen. Durchschnittlich alle zwei Wochen bestellen wir nach, was zu einem kleinen Lagerbestand führt“, so Wolf. „Wir haben seit vielen Jahren feste Lieferanten und Produzenten beispielsweise in Italien, Griechenland, Türkei und Portugal. Etliche unserer Wettbewerber ordern über 90% ihres Sortiments in Asien und müssen aufgrund der Mindestmengen in den Produktionen mehr ordern, als sie eigentlich disponieren wollen.“

Aufgrund all dieser Faktoren konnte Liberty Fashion sich in einem harten Wettbewerbsumfeld in den letzten Jahren gut behaupten. Neben den Filialen wurde ab 2012 der E-Commerce-Bereich aufgebaut. „Gut ein Jahr vor Ausbruch der Pandemie haben wir den Online-shop relaunched und in eine neue Wachstumsphase geführt, um langfristig ein relevanter Omnichannelanbieter im Markt zu werden. Durch das Zusammenwirken von Relaunch und covidbedingtem Rückenwind im E-Commerce haben wir derzeit einen Umsatzanteil von 14%– nach Retouren“, sagt Wolf. Denn

es gilt zu berücksichtigen, dass im deutschen Textilhandel im Durchschnitt 50% der Ware retourniert werden. „Unsere Zielsetzung ist es, einen E-Commerce-Anteil von circa 20% bis 25% nach Retouren zu erreichen“, so Wolf.

In Zukunft will Liberty neben dem Onlinebereich auch stationär mit den Filialen nachhaltig weiterwachsen. „Zwischen sechs und acht Filialen pro Jahr sind denkbar, allerdings sind wir aufgrund der Gesamtsituation im Markt vorsichtig. Profitable Filialen zu betreiben ist eine komplexe Angelegenheit. Bereits eine schlecht performende Filiale kann das Ergebnis von drei bis fünf gutgehenden Filialen egalisieren“, erklärt Wolf.

Die nächste Wachstumsphase

Die Zukunft von Liberty wird er nun als alleiniger Eigentümer planen und dem Management strategisch beratend zur Seite stehen. Dazu hat er die restlichen Anteile von seinen bisherigen Mitgesellschaftern übernommen. Zur Finanzierung der Akquisition nutzte er ein Mezzanine-Angebot von VR Equitypartner: „Das grundsätzliche Problem ist, dass Banken den Blick nur auf die Gesamtbranche Textil richten und gerade in

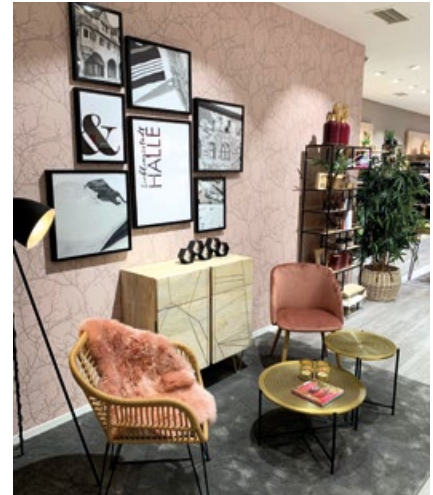


Foto: © Liberty Fashion Holding GmbH

Krisenzeiten zyklisch agieren. So werden spezifische Geschäftsmodelle, die disruptiv für die Branche sind, von den Banken nicht ausreichend wahrgenommen. VR Equitypartner hingegen hat das Geschäftsmodell von Liberty über Jahre hinweg beobachtet, kennt seine Krisenfestigkeit und hat sich daher gerne mit Mezzanine engagiert“, sagt Wolf. „Wir arbeiten mit Liberty profitabel, und seit der Akquisition vor elf Jahren mit Arcadia haben wir die Betriebsmittellinie nicht in Anspruch nehmen müssen.“

redaktion@unternehmeredition.de

„Der Bereich Omnichannel bietet gute Chancen“

Interview mit **Christian Futterlieb**, Geschäftsführer, VR Equitypartner GmbH

Unternehmeredition: Was hat Sie bewogen, sich im Rahmen einer stillen Beteiligung in Form von Mezzanine bei Liberty Fashion zu engagieren?

Christian Futterlieb: Wir kennen das Unternehmen schon lange durch Peter Wolf, der beratend als Retailexperte im Beirat von VR Equitypartner tätig ist und mit dem wir seit vielen Jahren intensiv zusammenarbeiten. Uns hat beeindruckt, wie solide sich Liberty in einer Phase schwieriger Entwicklungen im Einzelhandel behauptet hat – und das bereits vor der Coronakrise, die alles noch einmal verschärft hat. Als nun durch die Auflösung von Arcadia für

Peter Wolf die Gelegenheit bestand, sämtliche Anteile zu erwerben und Liberty weiterzuentwickeln, haben wir ihn gerne dabei unterstützt.

Weshalb wurde Mezzanine ausgereicht? Dabei handelt es sich schließlich um eine relativ teure Form der Kapitalaufnahme für ein Unternehmen.

Diese Art der Finanzierung bietet für Liberty Fashion gerade in diesen Zeiten der Onlinedisruption und der Konjunkturunsicherheiten mehrere Vorteile: Zum einen gilt Mezzanine als Eigenkapital, wir haben aber keine Gesellschafterrechte. Zum



Christian Futterlieb

anderen bleiben die Assets des Unternehmens weiterhin unbesichert und damit verfügbar für weitere Liquidität. Auch Tilgungen gibt es hier nicht. Das Mezzaninekapital, welches wir im Regelfall sechs bis sieben Jahre zur Verfügung stellen, wird in seinen Zinszahlungen individuell ausgehandelt.

Wie sehen Sie die Zukunft von Liberty Fashion?

Gerade der Bereich Omnichannel bietet hohe Chancen. Hier sehen wir Liberty Fashion mit seiner soliden Aufstellung gut gerüstet, um die Wachstumsmöglichkeiten in den kommenden Jahren zu nutzen.