

fleuresse



Ellen Dinges-Dierig und Benjamin Dierig auf
hauselgener Bettwäsche im Showroom in Pfersee.

Spannender Stoff

„GENERATION 7“ lenkt Augsburgs Textil-Dynastie Dierig in die Zukunft

Wie heute manchen Flüchtlingen, so erging es unserer Familie nach dem zweiten Weltkrieg in Augsburg ebenso“, erzählt **Benjamin Dierig**. Als Sohn eines waschechten Schlesiens hat er im Mai 2018 mit seiner Cousine **Ellen Dinges-Dierig** die Nachfolge im Augsburger Textil-Traditionsunternehmen übernommen. Die Diplom-Betriebswirtin und Steuerberaterin kümmert sich vorrangig ums – nach wie vor bedeutende – Textilgeschäft sowie die „Zahlen“; der studierte Architekt und Wirtschaftsfachmann zeichnet für sämtliche Immobilien des Dierig Konzerns verantwortlich, der sich zu etwas mehr als 70 Prozent in Familienbesitz befindet und einen Jahresumsatz von knapp 60 Millionen Euro erwirtschaftet.

Anja Marks-Schilffarth sprach mit der siebten Generation am Dierig-Hauptsitz in Augsburg-Pfersee.

Augsburg Journal: Der Name Dierig steht für das Thema Textilindustrie in Augsburg – Aufstieg, Fall und Wiederaufbau. Wie haben Sie die bewegte Geschichte Ihres Familienunternehmens in jungen Jahren erlebt? Herr Dierig, Sie sind ja in Augsburg aufgewachsen?

Benjamin Dierig: Es ist schon ein besonderes Gefühl, wenn man im Bus an einem Gebäude vorbeifährt, und dein Name steht riesengroß obendrauf. Aber außer dem schönen Namen hatte ich damals nichts damit zu tun. Ich bin kein „Textil-Dierig“, habe nie eine unserer Produktionen in Funktion gesehen. Trotzdem hat es einen gewissen „Wow“-Effekt, wenn so gut wie jeder deinen Namen kennt und sogar eine Verbindung zur Firma hatte oder hat. Trotzdem musste ich immer betonen: Nein, ich bin nicht der Erbe!

AJ: Cousine Ellen Dinges-Dierig lernte die Firma aus einer anderen Ecke Deutschlands – und auch unter anderem Namen kennen. Wie das?

Ellen Dinges-Dierig: Mein Großvater **Victor Dierig** hat damals am Hauptsitz Osnabrück unseren westdeutschen Konzern Hammersen geleitet – von 1956 bis Ende der 80er Jahre. Mit meiner Mutter **Alexandra Dinges-Dierig** war ich auch ab und an am Wochenende in der Firma,

wenn wir dort zu Besuch waren. Meine Mutter ist „die Dierig“ und seit über 30 Jahren Mitglied im Beirat, dem Verwaltungsorgan unserer Familiengesellschaft.

AJ: Eine große Familie!

E. Dinges-Dierig: Oh ja! Insgesamt sind wir rund 120 Gesellschafter, die alle zur Familie gehören. Damit halten wir gut 70 Prozent aller Aktien in Familienhand. Gäbe es die Firma nicht, würden sich die meisten von uns nicht kennen. Einige leben weit entfernt, in den USA und Kanada beispielsweise. Spannend wird es ab dem 18. Geburtstag; ab dem 18. Lebensjahr kann man Gesellschafter werden und Teil dieser Tradition. Das war schönerweise auch bei mir so. Die Familien-Gesellschafter treffen sich alljährlich – in der Regel in Augsburg – zur Gesellschafterversammlung, die praktisch ein großes Familientreffen ist.

AJ: Und da stellen keine anderen Dierigs Führungs-Ansprüche?

B. Dierig: Wir haben beide hart für den Vorstandsposten gearbeitet und wurden nicht in die Jobs hineingeboren. Lange Jahre hatten wir beruflich überhaupt nichts mit der Firma zu tun. Ellen hat viele Jahre im Stuttgarter Raum in vielen Unternehmen verantwortungsvolle Wirtschaftsprüfungs- und Bera-

tungstätigkeiten vollzogen. Ich bin nach meinem Architekturstudium, ebenfalls in Stuttgart, zurückgekommen, als die Aufgabe des technischen Leiters für die Immobilien frei wurde. Diese Aufgabe habe ich letztlich gut elf Jahre wahrgenommen und parallel dazu meinen MBA (Master of Business Administration) gemacht, bevor ich in den Vorstand berufen wurde. Wir wurden wegen des fachlichen und menschlichen Backgrounds ausgewählt. Auch zweiteres ist sehr wichtig, denn letztlich geht es immer um Menschen.

AJ: Den Namen „Dierig“ in einer solchen Führungsposition zu tragen – ist das mehr Fluch oder Segen?



Dierig-„Reklame“ der guten alten Zeit.

**FAMILIE MIT
120 ANTEILS-
EIGNERN**





Der Stoff, aus dem die (Unternehmens-)Träume sind: Was 1805 im schlesischen Langenbielau mit einem „Hausfrauentuch“ begann, ist heute – trotz zahlreicher Rückschläge – die Dierig Holding AG. „In 100 Jahren wird es uns noch geben“, sind sich Ellen Dinges-Dierig und Benjamin Dierig sicher.



E. Dinges-Dierig: Als Fluch würde ich den Namen keineswegs bezeichnen. Aber ich glaube schon, dass man als Dierig mehr leisten muss als andere. Und auch, dass man kritischer beäugt wird.

B. Dierig: Dadurch, dass ich in Augsburg aufgewachsen bin, lebe ich schon länger mit „diesem“ Namen. Ich empfinde es immer so: Der Name macht Türen schneller auf. Aber wenn du beim Durchgehen stolperst, lachen alle ein bisschen lauter. Der Name bedeutet schon eine große Verantwortung. Bei uns wird es selbstredend anders wahrgenommen, als wenn „der Müller“ was vergeigt ...!

AJ: Wo liegen die Vorteile, wo vielleicht auch die Probleme eines Führungsteams?

E. Dinges-Dierig: Es gibt nur Vorteile! Jeder hat seinen Kompetenzbereich, beide sind wir keine großen Freunde von Herrschaftswissen. Gute Ideen sind immer willkommen, egal von wem. Letztlich geht es darum, das Firmengeflecht zu managen. Wir tauschen uns laufend aus, sind „Sparringspartner“ im besten Sinne.

B. Dierig: Kompromissfindung ist das größte Gut. Klar sind wir beide auch unterschiedlich in vielen Dingen. Themen wie Personal, IT und vieles mehr bedürfen aber einer gemeinsamen Richtung. Und als Alpha will man in der Regel schon, dass alles so gemacht wird, wie man selber denkt. Doch wenn nicht – ist man maximal fünf Minuten beleidigt und macht dann der Sache wegen gemeinsam weiter. Mit dem Motto „Wisse, was du gut kannst – und was andere besser können“ fährt man nicht verkehrt.

E. Dinges-Dierig: Ein gutes Team scheitert gerne mal an der Größe – zwei bis drei Personen sind perfekt. Bei uns ist ja noch unser älterer Cousin **Christian Dierig** mit im Boot.

AJ: Was macht Dierig heute genau?

B. Dierig: Das Immobilien-Portfolio erstreckt sich über mehrere Standorte, unter anderem Kempten, aber vornehmlich Augsburg. Vom Schlachthof-Quartier über Lechhausen, die Klinkertorstraße bis nach Gersthofen – dort sind noch 35.000 Quadratmeter unbebaut – und natürlich hier am Hauptsitz am Mühlbach in Pfersee, wo wir entgegen früherer Bestrebun-



Die „Herrin der Zahlen“ mit historischen „Hauptbüchern“.

gen inzwischen hinter den historischen Gebäuden auch Wohnbau ansiedeln werden. Bislang hatten wir nur Gewerbe, zudem sind wir mit **Peter Wagner Immobilien** nun auch groß im Dienstleistungsbereich aktiv. Das sind die Pläne für die nächsten fünf bis zehn Jahre. Es geht darum, auch innerhalb der zwei Sparten „Textil und Immobilie“ nicht nur ein Standbein zu haben, sondern auch noch ein „Unterstandbein“. Wenn eines lahm, läuft in der Regel das andere.

E. Dinges-Dierig: Nach wie vor machen wir rund 80 Prozent des Umsatzes mit Textilien. Unser größter Bereich ist die Bettwäsche mit den Marken „fleuresse“ und „Kaoppel“. Wir stehen der Herausforderung der abnehmenden Wertschätzung von Heimtextilien gegenüber. Über moderne Medien wie Instagram bringen wir unsere Bettwäsche zu den Menschen nach Hause, näher an den Kunden und vor allem auch die jungen Generationen. Inzwischen haben wir auch einen eigenen Online-Shop.

AJ: Kannibalisieren Sie sich da nicht selbst? Ihre Marken gibt es doch im Fachhandel zu kaufen?

B. Dierig: Man kann dagegen kämpfen – oder selbst mitmischen. Im Vergleich zur Konkurrenz sind wir diesen Schritt sehr spät gegangen. Wir sehen es als „Abgrenzung zum Schlechteren“. Im Handel gibt es unsere Produkte natürlich weiterhin und wir untergraben unseren Handel nicht.

E. Dinges-Dierig: Im Textilbereich haben wir aber noch mehr. Mit der erwähnten Bettwäschemarke fleuresse sind wir auch mit Landesgesellschaften in Österreich und der Schweiz aktiv. Die hauseigene Näherei und Produktion in Europa sind hierbei ein großer Service- und Verfügbarkeitsvorteil. Neben der Bettwäsche haben wir noch mehr Textiles zu bieten.

Wir handeln mit Rohgeweben aus Baumwolle aus den Ländern, in denen diese wächst, wie Ägypten, USA, Indien und beliefern damit zum Großteil Bettwäsche-Hersteller, zum Beispiel in Italien und Frankreich. Außerdem betreiben wir das sogenannte Objekt-Geschäft, in dem wir z.B. Krankenhäuser, Pflegeheime, Pensionen mit textilen Produkten wie Frottierware, Bettwäsche und ähnlichem versorgen. In dem Bereich wird die geringe Wertigkeit mancher Kleinteile offensichtlich. Waschlappen werden hier oft eher weggeworfen nach einmaligem Gebrauch, weil dies billiger ist, als sie zu waschen.

Für eine Nische stellen wir technische Textilien her. Zum einen in Form von Schleifmittelgeweben sowie Polierscheiben, zum anderen sind wir mit einem Partner im Filtrationsgeschäft tätig.

AJ: Gibt es im Dierig-Konzern einen Stein, der nicht umgedreht wurde ... oder noch wird?

E. Dinges-Dierig: Wir wissen genau, welche Ameise unter welchem Stein wohnt (lacht).

AJ: Es hat sich viel verändert in den über 100 Jahren Augsburger Geschäfts-Geschichte. Was waren die wichtigsten Meilensteine aus Ihrer Sicht?

B. Dierig: Die strategische Weitsicht, 1918 von Langenbielau in Schlesien in den Süden und Westen umzusiedeln. Die Ansiedlung in Augsburg und etwas später die Übernahme der Hammersen-Werke mit Hauptsitz in Osnabrück haben, in weiser Voraussicht, das Überleben nach dem 2. Weltkrieg gesichert. ➤

tim

AMISH QUILTS MEET MODERN ART

19.5.-25.10.2020 IM TIM

www.timbayern.de

Medienpartner
Augsburger Allgemeine
Alles was uns bewegt

Kulturpartner
DAVERN

Wir wollen 100% zufriedene Kunden!

GOLDHAUS AUGSBURG GmbH

**SERIÖS
DISKRET
FAIR**

**SOFORT
BARGELD!**

Ankauf von Gold, Silber, Bruch- und Altgold, Münzen, Schmuck, Uhren und Nachlässen.

Neu: Versilberte Bestecke und Zinn

Fuggerstraße 4–6 · 86150 Augsburg
(zwischen Königsplatz und Hotel Ost)

www.GOLDHAUS-AUGSBURG.de

Öffnungszeiten Mo. – Fr. von 10–18 Uhr
Samstag von 10–12 Uhr



Dreifache Hommage in Öl: Onkel Christian Gottfried Dierig (1923 – 2016) baute den Konzern nach dem Krieg wieder auf und machte ihn zum größten Textilunternehmen Deutschlands. Den späteren Niedergang der gesamten Branche konnte er zwar nicht aufhalten, begleitete ihn aber mit Sozialplänen.



E. Dinges-Dierig: Dann war ein Meilenstein Anfang der 90er Jahre der Beschluss des Rückzugs aus der textilen Produktion, ausgelöst durch den Ablauf des „Multi-Faserabkommens“, mit dem die Importbeschränkungen aus Fernost gefallen sind sowie die Wiedervereinigung. Das war unser Todesstoß.

AJ: Damals begann der Verkauf der „Kronjuwelen“ – Immobilien, Grundstücke, Wasserkraftwerke. Wie weh tut das im Nachhinein?

E. Dinges-Dierig: Damals hatten wir rund 40 Millionen Deutsche Mark Abfindungen und Sozialpläne zu bezahlen und zudem fast 3000 Pensionäre, die wir nicht auslagern und dem Pensionssicherungsverein überlassen wollten. Das Rückzugskonzept sah so aus, dass wir peu à peu aus dem Produktionsgeschäft aussteigen und damit Produktionsstandorte schließen. Um die Entlassungen sozial etwas abzufedern war der Verkauf von „Juwelen“ unumgänglich.

B. Dierig: Könnten wir zeitreisen – wir würden das ein oder andere anders machen. Am ehesten den Verkauf der Proviantbachzentrale, dem Wasserkraftwerk Wolfzahnau, dem Stadtbachkraftwerk mit der vielleicht ersten elektrischen Turbine weltweit. 1998 haben wir aufgehört mit dem Verkauf der Juwelen. Mit **Bernhard Schad**, keinem gebürtigen, aber einem gefühlten Dierig als Vorstand, haben wir stattdessen angefangen, sie zu polieren!

AJ: Was unterscheidet überhaupt ein traditionell gewachsenes Familienunternehmen von einem „normalen“, fremd-geführten?

E. Dinges-Dierig: Es ist die Langfristigkeit, wie wir ticken, leben und arbeiten. Der langfristige Erfolg, statt des kurzfristigen Gewinns. Natürlich ein Spagat als börsennotierte AG. Die Krise hat das teilweise gezeigt. Es wurden Staatshilfen in Millionenhöhe ausgeschüttet. Wir haben bisher keine in Anspruch nehmen müssen, da wir nachhaltig gewirtschaftet, immer eher vorsichtig gedacht haben.

B. Dierig: Diese Einstellung haben wir wahrscheinlich als eine Art Bluttransfusion unserer Verfahren verinnerlicht. Manager, die sich mit einem „golden Handshake“ verabschieden, das passt nicht zu uns. Wir passen aufeinander auf. Wir arbeiten langfristig und nachhaltig.

AJ: Wie ist die Vision für das Unternehmen in den nächsten 100 Jahren?

E. Dinges-Dierig und **B. Dierig:** In 100 Jahren gibt es Dierig noch. (Pause) Punkt.



Anja Marks-Schillfarth traf „die Dierigs“ in Pfersee.

In der nächsten AJ-Ausgabe haben wir Augsburgs Textil-Tradition weiter im Blick: Welche Unternehmer-Familien hier erfolgreich waren und was aus den Fabriken wurde.