



Monika Beese hat bei Motex in Hörselgau die Aufgabe, die eingehende Kleidung auf Qualität und Fehler zu prüfen.

Foto: Michael Keller

Kleidung, so weit das Auge blickt

Der Textillogistiker Motex erwirtschaftet auf einer Fläche von 25 Fußballfeldern 23 Millionen Euro Umsatz pro Jahr. 75 Prozent der Mitarbeiter in Hörselgau sind weiblich. Ärger über Sparkasse Gotha wegen verwehrtter Kredite

VON MICHAEL KELLER

Hörselgau. Am Ortsrand von Hörselgau steht ein gewaltiger Klotz. 240 Meter lang, 120 Meter breit, 19 Meter hoch. Errichtet 1998. Investitionen bis heute: 90 Millionen Euro. Drinnen 400 Mitarbeiter, 5000 Palettenplätze und 92 Kilometer Hängelanlagen an denen Millionen Kleidungsstücke wie von Geisterhand hin und her gleiten. Hier ist das Reich des Bekleidungslogistikers Motex. Einem der Riesen seiner Branche.

Vor zwei Jahren war es fast vorbei. Da stand das Unternehmen kurz vor dem Aus. Dann kam der Investmentfonds Blue-O und übernahm das Ruder. „Seit da geht es mit uns steil bergauf“, sagt Prokurist Frank Wollboldt. Motex ist ein Textillogistiker, der für Bekleidung

alles tut, um sie knitterfrei und in bester Qualität zwischen dem Hersteller – meistens in Asien – und dem deutschen Handel bzw. dem Endkunden hin und her zu bewegen.

Man versteht sich als „Bündelglied mit Vollservice“. Eigens dazu wurde ein Gebäude mit sechs Etagen auf der grünen Wiese bei Hörselgau errichtet. Dem stattete Landrat Konrad Gießmann (CDU) gestern einen Besuch ab.

Die Zahlen und Fakten, die ihm präsentiert wurden, sind beeindruckend. Was hier ankommt – hängend oder liegend – wird ausgepackt, auf Qualität begutachtet, aufgebügelt, kommissioniert, ausgepreist, verpackt und weitergeschickt.

In der Spitzenzeit lägen bis zu drei Millionen Kleidungsstücke in den Lagern oder glitten auf

den Transportschienen durch das riesige Gebäude, verrät Geschäftsführer Markus Alexander Buckow. Die Steuerung wird mit eigenem Knowhow und Personal vorgenommen.

Das Personal werde nach gehobenem Tarif bezahlt, es gebe Weihnachts- und Urlaubsgeld, Neugeborene bekommen einen Bekleidungsgutschein vom Mode-Hauptkunden Adler, die zwölf Auszubildenden könnten kostenlos zu Mittag essen. Kaffee, Wasser und Obst gebe es kostenfrei, erzählt Prokurist Wollboldt.

Zudem habe man flexible Arbeitszeiten für junge Mütter eingeführt, gebe es ein Blockzeitarbeitsmodell und die Möglichkeit für Verwaltungsmitarbeiter, von zu Hause aus im Erziehungsurlaub so genannte Homeofficearbeit auszuführen,

um den Kontakt zum Arbeitgeber nicht zu verlieren.

„Das funktioniert hervorragend“, versichert der Geschäftsführer. Daher gebe es auch kaum Fluktuation, die meisten Mitarbeiter würden auf eine 12-jährige Betriebszugehörigkeit zurückblicken. Aber die demografische Entwicklung schlage nun durch. Man habe große Probleme, geeigneten Nachwuchs zu gewinnen. Und bei denen, die sich bewerben, lasse der Wissensstand mitunter sehr zu wünschen übrig.

Das Unternehmen arbeite eng mit Schulen und Arbeitsagentur zusammen, um sich für die Zukunft zu rüsten. Schließlich möchte man expandieren, 50 neue Mitarbeiter einstellen. Dass es aber gerade hiesige Sparkassen waren, die Motex bei dem Begehren nach einem

Zwei-Millionen-Kredit hängen ließ, regt den Prokuristen noch heute auf.

„Unklar, bei Null Bankschulden, Null Fremdkapital, 75 Prozent Eigenkapital und einem Großauftrag mit fünf Millionen Umsatz“, regt er sich auf. Gehört fand man bei Kreditinstituten in Bayern und Hessen.

33 Millionen Teile schlägt das Unternehmen jährlich um. Für namhafte Kunden wie Adler, Gin Tonic, Baldessarini, Pierre Cardin, Woolworth, Otto Kern, Metro und Real. Für acht Partner, u.a. Adler, Jeans Fritz, Golf House und Zippo erledige man das Onlinegeschäft auch direkt mit dem Endverbraucher.

Und selbst reiche Ölscheichs beliefert man zuweilen mit Arbeitsuniformen. Für das oft wechselnde Bordpersonal auf deren Luxusjachten.