

Serie "Kreative Stadt": Die Firma Schumacher GmbH im Industriehafen beschäftigt 80 Mitarbeiter

"Für uns scheint immer die Sonne"

Von unserer Mitarbeiterin Bettina Henkelmann

"Bei jedem Modetrend sich treu zu bleiben, macht stark", sagt Dorothee Schumacher, Begründerin des gleichnamigen Modelabels und der Firma Schumacher GmbH und es klingt wie ihr Credo. Das Zuhause der Firma befindet sich im Mannheimer Industriehafen. Dieser, an der nördlichen Neckarmündung gelegen, begrenzt durch die Kammerschleuse zum Neckar und durch die Diffenébrücke zum Altrheinhafen ist mit seinen angesiedelten Fabriken und Mühlen ein graues Allerlei. Und hier soll sich eines der führenden Modenunternehmen der Republik befinden?

Komposition aus Glas und Stein

Aber tatsächlich, auf einmal taucht ein Gebäude mit dem Label "Schumacher" auf. Mit Betreten des Firmengeländes taucht man ein in eine andere Welt. Der Weg führt vorbei an kleinen Rasenflächen mit Apfelbäumen, gesäumt von Buchsbaumhecken und hie und da einem Zitrusgewächs, zum Hauptgebäude. Hell und freundlich ist es, eine perfekte Komposition aus Glas und Stein.

"Das war einmal eine Kartonagenfabrik", erzählt Viktoria Gisbertz, Pressereferentin der Firma. Nach Entwürfen des französischen Architekten Yves Bayard wurde das Gebäude 1998 umgebaut. Der Architekt, dessen Postulat das der Gegensätze und des Ying und Yang war, hat ganze Arbeit geleistet. Von der ehemaligen Fabrik sei nur noch der Aufzug geblieben, gibt die Pressereferentin Auskunft.

Rege Geschäftigkeit und leises Gemurmel herrschen in den Räumen. 80 Mitarbeiter arbeiten miteinander auf dem 2500 Quadratmeter großen Firmengelände. Dann ein weiterer Höhepunkt: Auf der großen Terrasse hat man einen atemberaubenden Blick auf den Rhein. "Für uns scheint hier immer die Sonne", sagt Viktoria Gisbertz und zeigt schmunzelnd auf das Emblem der Auroramühle, die sich auf der anderen Seite des Altrheinarms befindet.

Das Büro der Firmenchefin besticht durch ein mehrere Meter hohes Regal, versehen mit Büchern und Bildern. Eines davon zeigt Rose Kennedy. Wieso Rose? Eigentlich war doch Jackie die Modeikone. "Aber Rose Kennedy war eine starke Frau", versichert die 42-jährige Dorothee Schumacher. 1989, im Jahr der Wende begann die Erfolgsgeschichte des Modelabels. "Ich kam der Liebe wegen von Düsseldorf nach Mannheim", erzählt die Mutter von vier Kindern. Ihre Eltern waren dort im Obst- und Gemüsehandel tätig. "Sie ließen meinen Geschwistern und mir Freiheit in der Berufswahl", fährt sie fort. Nach der Ausbildung sei sie in Italien gewesen und habe gesehen, wie Mode funktionieren könne. Aber damals, vor 20 Jahren habe den Frauen in ihren Business-Look etwas gefehlt. "Sie waren smart, hatten Erfolg im Beruf, aber ihre Weiblichkeit verloren".

Schon mit ihrer ersten Kollektion, bestehend aus körperbetonten T-Shirts, die mit Satin- und Schleifenelementen sowie anderen Details versehen sind, schafft sie den Durchbruch, auch in Italien. Die Idee, jedes Teil mit einem entscheidenden femininen Detail zu versehen, setzt sich durch. "Der internationale Markt hat sich sofort entwickelt", berichtet die Modeschöpferin.

Nach und nach baut sie die Kollektion aus: Strickteile, Röcke, Hosen, Jacken und seit der Jahrtausendwende auch Accessoires, Taschen sowie Schuhe. Ihre Modelle sind in etwa 600 Modehäusern rund um den Globus erhältlich.

Stadt zeigt Interesse

Das Headquarter aber ist nach wie vor in Mannheim. "Wir sind mit Mannheim verbunden, hier ist unsere Erdung", bekräftigt Schumacher, die die Metropolregion auch gerne ihren Gästen präsentiert. Gefreut habe sie, dass vor einiger Zeit die Mannheimer Bürgermeister vor Ort gewesen seien, um sich die Firma anzuschauen. Durch die gezielte Wirtschaftsförderung in der Region sei es ihr möglich gewesen, 2007 ein Nebengebäude zu erwerben und sich dadurch zu erweitern. Wirkt sich die Wirtschaftskrise auf das Unternehmen aus? "Die Kunden ordern überlegter", räumt sie ein, aber ihr Grundsatz sei "straight forward". Bei der vergangenen Eröffnungsshow der Berlin-Fashion-Week im Juli hätten dies gerade die Kunden der ersten Stunde honoriert.

Mannheimer Morgen
9. Oktober 2009

Der Teufel trägt Schumacher

Kinofilm bescherte dem Mode-Label internationale Werbung

Von unserem Redaktionsmitglied Ruth Weinkopf

Vor 17 Jahren wurde das Mode-Label Schumacher aus der Taufe gehoben. Die Designerin Dorothee Schumacher-Singhoff ist stolz darauf, dass viele gute Kunden ihren Kreationen seit dem ersten Tag die Treue halten. Die damals gegründete Singhoff GmbH, die gerade mal eine Hand voll Mitarbeiter beschäftigte, mauserte sich im Laufe der Jahre zu einem mittelständischen Familienunternehmen mit 80 Beschäftigten und rund 25 Millionen Euro Umsatz. Tendenz: weiter steigend.

Der Kinofilm "Der Teufel trägt Prada" mit Meryl Streep und Anne Hathaway in den Hauptrollen, bescherte der Marke aus Mannheim eine bisher nicht gekannte Werbung. Im Abspann des Films flimmerten dem Kinopublikum unter der Rubrik Ausstatter die Namen "Chanel, Prada, Hermès, Schumacher" entgegen. "Das hat etwas", findet die Firmenchefin noch heute. Den überraschenden Auftritt in Hollywood verdankt das Mannheimer Unternehmen einer französischen Stylistin, die telefonisch nach Schumacher-Modellen für einen Film anfragte.

Ansonsten setzt die Singhoff GmbH, die von Dorothee Schumacher-Singhoff und Jörg Singhoff geführt wird, auf Mundpropaganda unter den Einkäufern. Eine Rechnung, die offenbar aufgeht, ist doch die Marke mittlerweile in 32 Ländern der Welt vertreten. Im Vertrieb hat die Designerin den gehobenen Einzelhandel im Blick. In Mannheim werden Liebhaberinnen der Schumacher-Kollektionen im Modehaus Engelhorn und der Boutique Makassar fündig.

Eine Herrenkollektion ist für die Designerin aus jetziger Sicht undenkbar. "Ich bin eine Frau, wie kann ich einen Mann fühlen", sagt Dorothee Schumacher-Singhoff.

Wirtschaftsmorgen
7. März 2007

Eine Designerin spielt mit dem Bruch

Die Unternehmerin Dorothee Schumacher-Singhoff entwirft im Mannheimer Hafen Mode für die Frau mit vielen Gesichtern

Von unserem Redaktionsmitglied Ruth Weinkopf

Am Anfang stand das T-Shirt. Rippentrikot mit Mausezähnen am Halsausschnitt. Das in Italien produzierte Shirt einer 21 Jahre jungen Deutschen kam zwar namenlos, weil ohne eingnähtes Etikett auf den Markt, wurde aber dennoch ein Verkaufsschlager. Knapp 20 Jahre später ist der Twen von damals eine weltweit etablierte Designerin, deren Unternehmen von Mannheim aus die Welt erobert hat. Das Label Schumacher steht für eine Damenmode, die es bis nach Hollywood und in den Kassenfüller "Der Teufel trägt Prada" schaffte.

Dorothee Schumacher-Singhoff ist ein Energiebündel par excellence. Am Schreibtisch mit den Ausmaßen eines Zuschneidetisches sitzt sie nur ungern, viel lieber wandert sie durch das helle Atelier, das den kompletten ersten Stock einer ehemaligen Kartonagenfabrik im Mannheimer Hafenviertel einnimmt. Die Gedanken schweifen lassen, Stoffe fühlen, ein schneller Blick auf Skizzen, in Bewegung bleiben - das ist ihr Ding. Als junges Mädchen war sie von dem brennenden Wunsch beseelt, Einkäuferin eines großen Modehauses zu sein. Den klassischen Weg zum Ziel - ein Studium an der Lehranstalt des Deutschen Textileinzelhandels in Nagold - ersetzte die 17-Jährige doch lieber durch Hilfsdienste auf Modeschauen und ein Praktikum in einer italienischen Strickfabrik.

Ein Angebot des Handels-Riesen Peek & Cloppenburg brachte Dorothee Schumacher aber doch zum ersehnten Beruf. Unter den Fittichen des Düsseldorfer Konzerns durchlief die junge Frau eine Ausbildung zur Einkäuferin, wurde Abteilungsleiterin bei P & C, kreierte für ein französisches Designerhaus eine Kinderkollektion und brachte ihr erstes eigenes Shirt auf den Markt. Karriere im Zeitraffer. "Ich hatte einen Riesenspaß", sagt die sympathische Unternehmerin und man zweifelt keine Sekunde am Wahrheitsgehalt dieser Aussage.

Spaß und Lebenslust sind der Motor, der Dorothee Schumacher-Singhoff treibt. Die Liebe zum Detail, der zielsichere Blick für das Weib in der Frau und ein untrügliches Gespür für beste Qualität sind die Garanten ihres Erfolgs. Seit siebzehn Jahren entwirft die Designerin mit dem unternehmerischen Talent Mode, deren roter Faden das "Spiel mit dem Bruch" ist: mädchenhafte Kleider unter sportlichen Jacken, grob Gestricktes über anschniegbarer Seide, Blümchen und Schleifen auch auf klassisch geschnittenen Shirts, Pullovern oder Röcken.

Die Rebellion gegen den Businesslook der späten 80-er Jahre ließ Dorothee Schumacher-Singhoff zum Skizzenblock greifen. "Ich fand es doof, dass berufstätige Frauen die Zegna-Rüstungen ihrer Kollegen imitierten," sagt die temperamentvolle 40-Jährige mit Blick auf den damals angesagten Hosenanzug-Hemdblusen-Dress. Ein bisschen mehr Weiblichkeit könne der Karriere nicht schaden, befand sie. Das Label Schumacher war geboren.

Auch sonst geht die Unternehmerin eigene Wege. Werbung im klassischen Sinn ist ein Fremdwort, auf dem hausinternen Laufsteg flanieren Mitarbeiter statt Models, Showrooms in den wichtigsten Metropolen ersetzen die Präsentation auf dem Catwalk. In Paris beispielsweise wird die aktuelle Kollektion im Swimmingpool des "Ritz" vorgestellt. Was nicht heißt, dass das Modelabel aus Mannheim nicht den Kontakt zum Kunden sucht. "Wir legen genug Fahrten, dass man uns entdeckt", sagt die Chefin.

Die Frage nach der Schumacher-Kundin stellt sich für die Designerin genau so wenig wie es eine klare Definition des Schumacher-Looks gibt. "Keine ist nur eine" lautet ihr Credo. Die vierfache Mutter entwirft Kollektionen für Frauen, die ihren eigenen Weg gehen und sich, überspitzt formuliert, die Blumen pflücken, die am Rande ihres Lebensweges wachsen. Frauen also, die im Grunde genommen seelenverwandt mit ihr selbst sind. Denn auch Dorothee Schumacher-Singhoff geht ihren ganz eigenen Weg, und stellt sich mit Freude den Möglichkeiten, die das Leben bietet. "Von allem nur das Beste" ist ein anderes berufliches Motto: Gewaschene Stoffe aus Italien, weil Italiener Meister in diesem Fach sind. Spitze aus Frankreich, denn die Grand Nation beherrscht dieses Handwerk wie kein anderes Land. Und Seide natürlich aus China.

Bleibt noch die Frage, warum die gebürtige Kölnerin ihre Mode ausgerechnet in der Mannheimer Industriestraße entwirft. Am Anfang stand, wie so oft, die Liebe. Ende der 90-er Jahre entdeckte die Designerin dann im Hafenviertel das Gebäude einer still gelegten

Kartonagenfabrik und ging dran, die schönen Seiten der Immobilie frei zu legen. Unter sachkundiger Leitung eines Pariser Architekten entstand ein repräsentatives Schmuckstück mit Räumlichkeiten, die Luft zum Denken und Raum für Kreativität lassen.

Von ihrem Schreibtisch aus hat Dorothee Schumacher-Singhoff die Sonne fest im Blick - auch an trüben Tagen. Denn jenseits eines Altrhein-Arms steht nicht das Himmelsgestirn, sondern die Aurora-Sonne der Hildebrand-Mühle am Horizont. "Ich bin gerne hier", bekennt die Unternehmerin. Die Stadt und ihre Menschen seien bodenständig und natürlich, in Mannheim könne man sich treu bleiben. Spricht's und nimmt die Wanderung durch das Atelier wieder auf.

Wirtschaftsmorgen

7. März 2007