

# ***K R A U S E   KOMMT.***

Er war schon im Outlet-Geschäft als es noch keine Outlets gab. Viele kennen ihn, viele arbeiten mit ihm.

Niemand spricht darüber. Aufkäufer Erwin Krause ist vielleicht das bestgehütete Geheimnis des Modehandels.



Die Saison geht – Krause kommt.“ Mit dem Slogan wirbt Aufkäufer Erwin Krause seit Jahrzehnten. Und seit Jahrzehnten fährt er durch das Land, um Restposten aufzukaufen. Von der kleinen Boutique bis zum großen Platzhirsch-Haus. Von Flensburg bis nach Wien. Krause kommt. Und Krause kauft.

**Aber wer ist der Mensch?** Erwin Krause steht an einem kühlen Vormittag im kleinen Bahnhof in Düren. Die aktuelle Textilwirtschaft in der Hand. Als Erkennungszeichen. Krause ist mit seiner Frau Constanze zum Bahnhof gekommen. Er überragt sie und die meisten auf dem kleinen Bahnsteig. Er lächelt freundlich, fast schüchtern.

„Unser Geschäft ist ein diskretes“, erklärt Erwin Krause gleich zu Beginn. Niemals nenne er die Namen seiner Kunden. Diskretion ist sein Kapital und ihm wohl auch nicht ganz wesensfremd. Ruhig und zurückhaltend spricht er über sich und seine Firma. Er ist bescheiden, kann aber doch hin und wieder den Stolz auf sein Lebenswerk nicht ganz verhehlen.

Zu Krauses Unternehmen gehören ein rund 3000 m<sup>2</sup> großes Outlet an der Autobahn 4 bei Niederzier, ein Store in Aachen und zwei Läden in Düren. Der jüngste ist gerade rund drei Jahre alt, eröffnete kurz vor Ausbruch der Pandemie mitten in der Fußgängerzone in der Dürener Innenstadt. Gegenüber liegt C&A, Galeria ist in Sichtweite, das Stadtcenter mit H&M und Co. im Rücken. 500 m<sup>2</sup> in 1a-Lage. In den Schaufenstern sorgfältig kuratierte Outfits vor einer Gitterwand.

Auf den ersten Blick würde niemand ein Outlet vermuten. Für Erwin Krause ist der Store im Zentrum die Erfüllung eines Traums. Und vielleicht auch ein kleiner Triumph.

Denn auch um die Randlagen wie für sein Outlet an der A4 musste Krause kämpfen. Vor Gericht. Anfang der Nullerjahre hatte Krause den Tipp für die Immobilie an der A4 bekommen. Vorbesitzer war eine Teppichreinigung, die nach der Insolvenz abgewickelt wurde. Krause übernimmt. Die Stadt klagt, will das Outlet verhindern. Zu einem Zeitpunkt, zu dem Erwin Krause bereits deutlich in den neuen Standort investiert hat. Eine Zitterpartie und viele schlaflose Nächte folgen. Dabei ist Erwin Krause Gegenwind gewohnt.



1975 war er mit einem Secondhand-Geschäft für Kindermode in Düren gestartet, Anfang der 80er Jahre entdeckte er das Geschäft mit Warenüberhängen. Zu einer Zeit, als das Wort Outlet im deutschen Sprachgebrauch noch gar nicht vorhanden war. „Lagerverkauf“ nannte Krause sein Geschäft in Anlehnung an den Offprice-Verkauf der Textilhersteller im benachbarten Krefeld und Mönchenglad-

bach. Über diesen empörten manche Einzelhändler im Umkreis so sehr, dass sie Woche für Woche mit Flyern warnte.

Aus der Anfangszeit habe er auch immer noch einige Ordner mit Klagen von Herstellern gegen ihn, berichtet Krause. Zu einer einstweiligen Verfügung oder dergleichen kommt es nie. „Heute kann man sich gar nicht mehr vorstellen, wie kleinkariert die



Der rote Lieferwagen, wie man ihn seit Jahrzehnten aus der Werbung kennt, ist in der Realität in diskretem Weiß gehalten.



Welt damals war. Wir wurden richtig angefeindet.“ Er sagt das ohne Groll, fast schon amüsiert. Mit dem Aufkommen der ersten Outlets Ende der 1990er und Anfang der Nullerjahre wuchs auch die Akzeptanz. Outlets in Metzgingen, Wertheim Village, vor allem aber die benachbarten Outlets hinter der Grenze, in Maasmechelen/Belgien und Roermond/Niederlande, trugen zur Normalisierung bei. Und auch der Gerichtsstreit um das Outlet an der A4 wird nach einem Jahr zugunsten von Krause entschieden.

In seinen vier Läden verkauft Erwin Krause Mode im Schwerpunkt 60% bis 70% unter der Unverbindlichen Preisempfehlung: Die Cambio-Hose für 69 Euro statt 169 Euro, das Dorothee Schumacher-Kleid für 159 Euro statt 649 Euro, die Closed-Bluse für 59 Euro statt 160 Euro. Topseller sind Tommy Hilfiger, Calvin Klein und Marc O’Polo.

Für die Ware reist Krause mit seinen Einkäufern quer durch die Republik und öfter auch darüber hinaus. Am Telefon, oft anhand von Bildern über Whatsapp, wird vorher geklärt, ob sich die Reise lohnt. Den finalen Zuschlag aber gibt es immer erst persönlich vor Ort. „Diese selektive Form des Einkaufs ist zwar sehr zeitaufwändig und anstrengend, bewahrt uns aber zu über 90% vor Fehleinkäufen“, sagt Krause.

**Das Einkaufsteam** besteht neben Erwin Krause und seiner Frau Constanze aus vier engen langjährigen Mitarbeitern. „Wir rekrutieren immer aus den eigenen Reihen“, sagt Krause. Neben gutem Verhandlungsgeschick und Modeaffinität geht es eben auch darum, die über viele Jahre oft Jahrzehnte aufgebauten Kontakte zu den Händlern zu wahren und zu pflegen. „Tiefe Einblicke in die Warenwirtschaft und absolutes Vertrauen im Umgang mit unserem Geld sind die Grundvoraussetzung für diesen Job.“

Drei Sprinter gehören zur Krause-Flotte. Sie sind anders als in der Werbung in neutralem Weiß gehalten und so diskret wie möglich. Vor welchem Haus der Sprinter zuvor Halt gemacht hat, wer die nächste Station ist, bleibt Geschäftsgeheimnis. Manche Händler bitten darum, außerhalb der Geschäftszeiten zu kommen, sehen es als Misserfolg, an einen Aufkäufer zu verkaufen. Andere gehen selbstbewusst damit um, sehen es als Service am ▶

Kunden, die Flächen und Läger von Altware zu befreien, beschreibt es Krause. Über 80% der Kunden verkaufen zum wiederholten Mal bei Krause, was bei der Bewertung der angebotenen Posten hilft. Auch vor Ort können die Einkäufer mobil auf ein Business-Tool zugreifen, Abverkaufsquoten bestimmter Marken aufrufen, Daten ähnlicher Posten einsehen. Zehn bis 15 Minuten Zeit haben die Einkäufer die Ware zu sichten und zu bewerten – egal bei welchen Lichtverhältnissen.

Man einigt sich mit den Kunden per Handschlag, gezahlt wird sofort per Echtzeitüberweisung. Gekauft wird der gesamte Posten. Rosinen-Picken betreibt man nicht, betont Krause. Dann beginnt die eigentliche „Knochenarbeit“, wie Krause es nennt. Das Beladen des Sprinters, was er heute seinen Einkäufern überlässt. Das sei in seinem fortgeschrittenen Rentenalter gerechtfertigt, sagt der 72-Jährige.

**Rund 3000 Teile** passen in einen Krause-Sprinter, verrät Einkaufsleiter Michael Wirtz. „Aber man muss definitiv Tetris spielen.“

In Düren wird jeder einzelne Artikel von einem Dreier-Team unter der Leitung von Constanze Krause bewertet. Hier fällt der eine oder andere Trick auf: China-Ware zwischen den Premium-Hosen, das Etro-Hangtag am Esprit-Kleid, bereits getragene Kleidung an der Stange. Kuriositäten, die hin und wieder vorkommen.

Die Trennung zwischen Einkauf und Preisauszeichnung sei für den Abverkaufserfolg essenziell, betont Constanze Krause. Ein Einkäufer, der vergleichsweise viel für einen Posten bezahlt hat, würde in der Auszeichnung der Verkaufspreis möglicherweise zu hoch ansetzen. „Und dann haben wir mit Zitronen gehandelt“, sagt Constanze Krause.

Sie verteilt die Ware auf die einzelnen Standorte. Im Outlet an der A4 sind 1600m<sup>2</sup> für Mainstream-Marken reserviert, mit einer eigenen Fläche für Young Fashion sowie Kidswear. Die andere Hälfte, separiert und mit etwas aufwendigerem Ladenbau, bietet Platz für Premiumbrands. Hinzu kommt eine kleine Fläche für hochwertigere Accessoires. Das Outlet wird mit der besten Ware bestückt. Ein Teil wandert zudem in den noch jungen Flagship-Store „Best Deals“ im Zentrum von Düren. Er soll auch ein Teaser fürs große Out-



Im Kreis der Familie: Erwin Krause mit Ehefrau Constanze (l.) und Tochter Leah.

let an der Autobahn sein. Der zweite Store, „Krause. Das ungewöhnliche Modehaus“, in 1b-Lage am Rande der Dürener Innenstadt, wird mit jener Ware bestückt, die sich im Outlet und im Laden in der Innenstadt schwer tut. Hier wird sie dann für die Hälfte der Outlet-Preise angeboten. Penner, die sich hier trotz Rabatt nicht zum Renner entwickeln, wandern weiter in den Store „Procento“ in Aachen. Krauses „Ausputzer“. Hier dürfen die Verkäuferinnen die Preise bei jenen Teilen, die auch für 50% des Outlet-Preises nicht weggehen, frei gestalten. „Beim richtigen Preis stimmt dann auch irgendwann die Größe“, sagt Erwin Krause. Er ist stolz auf sein dreistufiges System. Er nennt es „das Karussell“.

Krause verkauft ausschließlich über sein Karussell, also stationär in seinen vier Läden. Nichts gehe an Wiederverkäufer. „Und wir verzichten bewusst auf Onlinehandel, weil wir wissen wie sensibel das Geschäft ist.“ Er wolle nicht in das Einzugsgebiet der Häuser eindringen, die an ihn verkauften. Auch be-

schränkt sich Krause allein auf das Geschäft mit Modehändlern, denn Herstellerposten beinhalteten oft „zu viel vom Gleichen“. Für das Krause-Karussell schwer stemmbar.

Hat er Sorge, dass der Warenfluss irgendwann versiegen könne? „Dieser Gedanke quält mich seit Jahrzehnten.“ Bislang aber deutet nichts darauf hin. „Im Gegenteil, wir sind jetzt mit so vielen Leuten wie noch nie unterwegs. Und manchmal reichen auch unsere Sprinter nicht mehr aus. Wenn das Volumen im aktuellen Rahmen bleibt, können wir sehr zufrieden sein und das mit unserem Apparat gut bestreiten.“

**Fast an die Grenzen** kommt der Apparat zu Corona-Zeiten. Händler konnten für durch den Lockdown realisierte Umsatzverluste Überbrückungshilfe III beantragen. Der einfachste Weg, den Erlösausfall für das Finanzamt zu belegen, war der Verkauf an den Aufkäufer. Bei Krause stand das Telefon nicht still. Der erste Posten umfasste 50.000 Teile. „Feinste, hochpreisige Ware“, erinnert sich

Krause. Das größte Problem: Wohin damit? Zwei externe Lager hat das Unternehmen bislang, für die üblichen Postengrößen kein Problem. Aber für mehr als das Zehnfache?

„Da waren wir mit unseren Sprintern aufgeschmissen.“ Krause arbeitet mit Speditionen im Süden und Norden zusammen. Macht mal einen 7,5-Tonner und auch schon mal einen 40-Tonner voll. Und er hat Glück. Wenige hundert Meter vom Outlet entfernt steht ein Aldi-Supermarkt leer, den er übernehmen kann. Er kauft fünf Kilometer Rohrsysteme und baut gemeinsam mit seiner jüngsten Tochter Leah ein zweilagiges Hängesystem, um möglichst viel Ware unterzubringen. Auf den ehemaligen Aldi-Parkplatz kommen zusätzlich noch Schiffscontainer. Gut 400.000 Teile habe er im Zuge der Ü3-Geschäfte aufgekauft, schätzt Krause.

Ein wenig mulmig war ihm manchmal schon: „In einer Zeit, in der wir nicht wussten, wie es weitergeht, alle Leute in Kurzarbeit waren, kauften wir ein wie die Weltmeister.“ Ohne zu wissen, wann und unter welchen Umständen und in welcher Saison die Läden wieder öffnen durften. „Und Mode ist ja eine tickende Zeitbombe.“ Doch die Ware, die jetzt auf den Markt drückt und die teils noch kein Konsument zu sehen bekommen hat, will er sich nicht entgehen lassen. Zudem sei man „durchaus in einer guten liquiden Situation“, so dass die historische Einkaufstour im Lockdown auch Cashflow-seitig stemmbar gewesen sei. Mittlerweile seien die Warenberge auch gut abgeschmolzen, versichert er.

**60 Tage darf ein Teil** auf der Fläche im Outlet bleiben, dann wandert es in das Karussell, kommt mit Rabatten in die Randlage in Düren und dann nach Aachen. Dank RFID hat Krause komplette Transparenz über den Warenbestand und Lager. Mit Handheld können Mitarbeiter über die Fläche gehen und gezielt jene Artikel herauspicken, die ihre Verweildauer überschritten haben.

Krause hat die Technologie 2009 vergleichsweise früh ausgerollt. „Wir verproben das jetzt“, sagt er gern, wenn er etwas Neues ausprobier. Die Experimentierfreude hat er sich aus seinem vorherigen Beruf bewahrt. Erwin Krause ist Nuklear-Chemiker. Hat seine Karriere im Labor im nahen Versuchskernkraftwerk Jülich gestartet. Mit seiner damali-

gen Ehefrau gründete er parallel ein Secondhand-Geschäft für Kinderbekleidung und -ausstattung in Düren. Startkapital: 1100 D-Mark. „Mehr hatten wir damals nicht.“ Das Geschäft läuft gut an, nicht zuletzt wegen des Kindergartens im Hinterhof. Aber das Warensichten und Bewerten, das Verkaufen auf Kommission ist aufwendig. Als Krause erstmals Ware aus einer Geschäftsaufgabe beziehen kann, sieht er ein alternatives Geschäftsmodell. Und ist Anfang der 1980er schnell so erfolgreich, dass er seinen Job im Atomkraftwerk kündigt. „Bist du wahnsinnig?“, fragen Freunde und Kollegen. Aber Krause reizt der



Handel mehr. Er erzählt von seinen verschiedenen Unternehmungen parallel zum Studium. Wie er, den alle wegen seines niederbayerischen Akzents nur Sepp nennen, alte VWs ausschaltete, um damit andere Wagen aufzurüsten. Oder im Handel mit gebrauchten Gasöfen ein Nische findet, mit dem er auch als Student seine junge Familie unterhalten kann. Es geht stets um den Reiz, nicht genau zu wissen, was man bekommt und das Beste daraus zu machen. Auch heute noch: „Unser Konzept ist selbst nach all den Jahren für uns selbst wie eine Wundertüte: Wir wissen nicht, was wir morgen angeboten bekommen, was übermorgen bei uns im Laden hängt.“

Das Konzept ist auch nach all den Jahren erfolgreich. 60 Mitarbeiter beschäftigt Krause. Der Umsatz liege bei rund 8 Mio. Euro, mit

„überdurchschnittlich erfreulichen Erträgen“. Bereut hat er seinen Wechsel vom Labor in den Laden nie, sagt Krause. Jahre nach seinem Ausstieg habe er seine ehemaligen Kollegen besucht. Manche erschienen ihm schon fast inventarisiert. „Da ist ein Unternehmerleben natürlich viel lebendiger.“

Krauses jedenfalls ist es. Er teilt seine Zeit zwischen Deutschland und Neuseeland auf. Hier hat sich der Atomchemiker kurz nach dem GAU in Tschernobyl ein Grundstück gekauft, ein Haus direkt am See gebaut. Zu Zeiten als Remote Work noch alles andere als selbstverständlich ist, führt er sein Unternehmen vom Telefon aus, während sein Sohn und seine Tochter im Meer vor der Haustür mit Delphinen schwimmen. Sein Haus in Deutschland an einem See in der Vordereifel hat er als Hommage an seine Wahlheimat „Neues Seeland“ getauft.

Vor Ort im Outlet ist Krause ebenfalls offen für Neues, probiert vieles aus. Wie die Selbstbedienungsanlage im Schaufenster seines Outlets. Der Vorbesitzer der Halle, eine Teppichreinigung, hatte Schienen an der Decke für den Warentransport installiert. Die Förderanlage will Krause weiter nutzen. Er lässt ein System entwickeln, das automatisch Kleidung an Hängern über die Schienen durch das Schaufenster fährt. Bis zu 2.000 Teile können so in den Rundlauf geschickt werden. Eine Dauer-Modenschau am Kleiderbügel. Kunden sollten über eine 24-Stunden-Hotline Artikel bestellen können, die dann über eine Sicherheitstür an der Seite entnommen werden. Die Kunden aber interessiert es nicht. Krause nimmt's gelassen. „Bei manchen Experimenten gewinnt man nur Erfahrung.“

**Seine Erfahrung** gibt er weiter an Tochter Leah. Die 27-Jährige hat an der LDT in Nagold studiert. Für ihre Abschlussarbeit hat sie im Krause-Outlet eine RFID-Umkleidekabine entwickelt. Den Erfindergeist ihres Vaters scheint sie geerbt zu haben. Wird sie auch das unternehmerische Erbe antreten?

Gut möglich. Krause, der Leah und ihren älteren Bruder einige Jahre allein groß zog, möchte sein Kind nicht drängen. Also bleibt es vorerst dabei: Die Saison geht. Und Krause kommt. ■

JUDITH KESSLER