

Machbarkeitsstudie Modemanufaktur Friedrichshain-Kreuzberg



Machbarkeitsstudie Modemanufaktur

Berlin, Oktober 2014

Verfasserin:

LOK e.V.

Boppstraße 7, 10967 Berlin

Fon 030.297 797 36, Fax 030.297 797 39

info@lok-berlin.de; www.lok-berlin.de

Redaktion:

Maria Kiczka-Halit

Luna Christine Weineck

Michael Mashofer

Finanzierung:

Die Studie wurde erstellt im Rahmen des Programms LSK (Lokales Soziales Kapital), gefördert durch das Land Berlin und den Europäischen Sozialfonds (ESF)

Inhalt

- 1. Ausgangsidee einer Berliner Modemanufaktur 5
- 2. Zielsetzung der vorliegenden Studie 5
- Problemstellung 7
- 3. Modemachen ist ein Risikogeschäft..... 8
- 4. Situation von Modelabels aus der Sicht von LONEX-Coaches..... 11
- Bestandsaufnahme..... 13
- 5. Modestadt Berlin..... 14
- 6. Beispiele für Social Business im Modebereich 15
- 7. Alleinstellungsmerkmal: Fair Trade and Green 16
- 8. Wertschöpfungskette Mode-Produktion 18
 - I. Von der Idee zum fertigen Kleid..... 18
 - II. Beispielhafte Berliner Zwischenmeistereien 18
 - III. Aus der Werkstatt zum Kunden 20
- 9. Fazit zur Bestandsaufnahme 21
- Bedarfsermittlung 23
- 1. Umfrage zur Bedarfsermittlung..... 24
- 2. Diskussionsrunden mit Modeschaffenden..... 25
- 3. Interviews 33
- 4. Einschätzung von NEMONA – Mode-Projekt in Neukölln 34
- 5. Qualifizierung als Schlüsselmerkmal 37
- 6. Fazit zur Bedarfsermittlung 39
- Mögliche Organisationsformen..... 41
- 1. Der Arbeitgeberzusammenschluss (AGZ)..... 44
 - I. Das Modell..... 45
 - II. Definition des AGZ nach tamen..... 45
 - III. Problematik des AGZ in Deutschland 46
 - IV. Einschätzung der Rahmenbedingungen eines AGZ in der Modebranche..... 48
- 2. Angestellte Unternehmer/innen 50
 - I. Das Modell der angestellten Unternehmer/innen in Frankreich..... 56
 - II. Vorteile des Modells Angestellte/r Unternehmer/in für Gründer/innen 58
 - III. Einschätzung des Modells Angestellte/r Unternehmer/in für die Modebranche..... 58

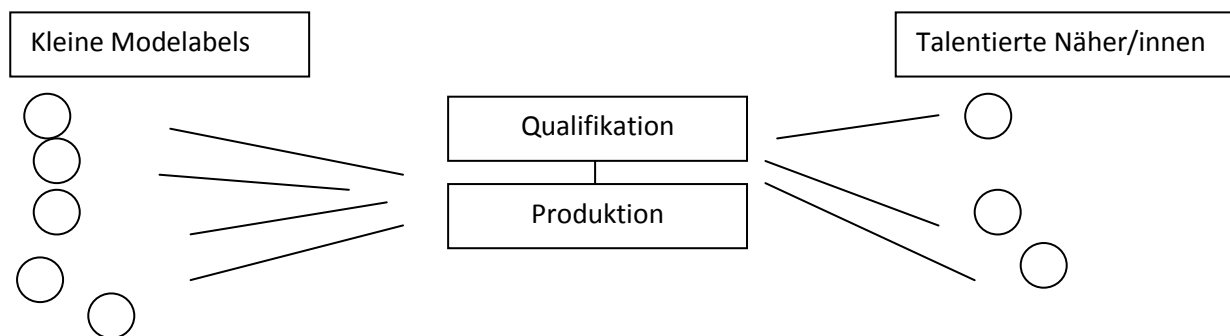
IV. Gründung aus der Arbeitslosigkeit als angestellte/r Unternehmer/in	59
3. Fazit zu möglichen Organisationsformen	60
Modellidee Modemanufaktur	62
1. Validierung der Ausgangsidee	63
2. Handlungsfelder zur Entwicklung und Etablierung der Agentur für regionale Mode.....	68
I. Koordination von Servicedienstleistungen & Netzwerk-Management.....	68
II. Beratung, Weiterbildung und Aufbau von Formalstrukturen	69
III. Bündelung- und Re-Organisation von Arbeits- und Vertriebsprozessen	72
3. Finanzplan	74
I. Basiskalkulation für Bereitstellung von Infrastruktur (Ursprungsidee).....	74
II. Finanzierungsstruktur des Strukturmodells (validiertes Modell).....	76
4. Schlusswort	80
Quellen und Anlagen	83
1. Quellen	84
1. Anlagen.....	85
I. Fragebogen.....	85
II. Qualitätsstandards für AGZ	90

1. Ausgangsidee einer Berliner Modemanufaktur

Kleine Modelabels könnten durch eine Berliner Modemanufaktur die Möglichkeit erhalten, individuell, bezahlbar, aber hochwertig Mode auch in kleinen Stückzahlen produzieren zu lassen; gleichzeitig stabilisieren sie so ihr Unternehmen. Zur Kostensenkung der Investitionskosten würde die bestehende Infrastruktur von Bildungsträgern genutzt. Diese wiederum qualifizieren außerdem Näher/innen bedarfsorientiert nach.

Die Nachhaltigkeit der Beschäftigung ergäbe sich für die Näher/innen entweder durch a) eine Gemeinschaftsgründung der Näher/innen oder b) einen Arbeitgeberzusammenschluss der Designer/innen.

Das Konzept einer Modemanufaktur, das sowohl wirtschaftliche als auch soziale Ziele verfolgt, ordnen wir als Social Business ein.



2. Zielsetzung der vorliegenden Studie

Diese Machbarkeits-Studie soll als Vorbereitung zum Aufbau einer "Modemanufaktur" im Bezirk dienen. Sie zielt darauf ab, auszuloten, ob

- a) der häufig geäußerte Wunsch, Mode vor Ort zu produzieren, bei Schaffung von entsprechenden Rahmenbedingungen tatsächlich auch in Aktivitäten umgesetzt werden kann
- b) wie diese Rahmenbedingungen aussehen
- c) welche Partner/innen ins Boot geholt werden müssen und
- d) welche Finanzierungsquellen genutzt werden können, um den Aufbau eines entsprechenden Vorhabens voranzutreiben und soweit zu professionalisieren, dass es sich selbst trägt.

Wie eine **pilothafte Weiterbildung** von gelernten und angelernten Näher/innen, die sich konkret an den Bedarfen der Modewirtschaft orientiert, in die Umsetzung der Modemanufaktur eingebettet werden kann, ist ebenso Bestandteil der Studie wie die mögliche Verwertung der Ressourcen und Kompetenzen von Beschäftigungs- und Weiterbildungsträgern für eine Produktions- und/oder Qualifizierungsstätte.

Machbarkeits-Studie Modemanufaktur Friedrichshain-Kreuzberg

Die Themenfelder **Arbeitgeberzusammenschlüsse** und **"Angestellte/r Unternehmer/in"**, die für Struktur und Funktionalität eine wichtige Rolle spielen, werden im Rahmen der Idee einer kleinen Produktionsgemeinschaft untersucht. In diesem Zusammenhang wird auch der damit verbundene **rechtliche Aspekt** in die Studie mit einbezogen.

Die gewonnenen Erkenntnisse und damit die Ergebnisse sollen umgesetzt werden in die Akquise einer Anschubfinanzierung. Ein weiterer Indikator der ursprünglichen Zielsetzung ist, wenn etwa zehn Modelabels/Modemacher/innen ihr Interesse an der Manufaktur bekunden.

...