

Im Porträt: Wolfgang Grupp

Der Patron von Burladingen

Bei Trigema herrschen noch Tugend und Ordnung. Dafür sorgt der Chef.

VON SYBILLE WILHELM

Wer mit Wolfgang Grupp reden will, muß erst einmal unterschreiben. Zumindest Journalisten. Denn vor kurzem wurde der Trigema-Chef in einem Artikel aus dem Zusammenhang gerissen zitiert. Seitdem verfügt er: kein Zitat ohne das Okay von Wolfgang Grupp. Und dieses Versprechen läßt er sich lieber schriftlich geben. Das wäre also schon mal geklärt.

Erzählt der 60 Jahre alte Trigema-Chef von diesem Vorfalle, wird er laut. Redet schneller, gepfeift, echauffiert sich. Spricht davon, es nicht zu dulden, daß man seine offene Art einfach ausnutzt. Soll heißen: Ihm gehen verbal schon mal die Gäule durch. Wolfgang Grupp findet durchaus kraftvolle Ausdrücke zu Konkurrenz, Wirtschaft und Politik. Und da er nun einmal impulsiv ist, sind seine Urteile bisweilen gnadenlos.

Wolfgang Grupp ist tadellos gekleidet, mit maßgeschneidertem Anzug und Einstecktuch. Kein Härchen würde es wagen, schief zu

oder aus anderen Gründen mit der Sekretärin spricht, die ein paar Tische weiter sitzt. Auf der rechten Seite des Schreibtisches, neben den Retouren, befindet sich so etwas wie ein Archiv; die Artikel über Herrn Grupp sammelt Herr Grupp, indem er sie auf einen der zwei Stapel wirft. Und bei Bedarf dann hervorkramt. Was fehlt, ist ein Computer: E-Mails stehlen nur seine Zeit, findet er.

Noch eine Eigenheit gibt es im Hause Trigema: „Schauen Sie, ich brauche keine verschließbaren Schränke“, sagt Wolfgang Grupp. Denn: „Wer die Gehaltslisten einschließen muß, zahlt ungerechte Gehälter“, sagt er. Er selbst holt sofort einen kleinen weißen Zettel hervor, auf dem der aktuelle Vermögensstand des Unternehmens ausgewiesen ist. Der Festgeldbetrag, Stand gestern, ist ordentlich; das Unternehmen scheint pumperlgesund zu sein. Den Kontostand kontrolliert er täglich, denn: „Auf diese Weise kann ich den Verlauf der Geschäfte genau beobachten. Und wäre nicht ein halbes Jahr später erstaunt, wenn Verluste auftauchen würden“, sagt er mit kleinem Seitenhieb auf andere Unternehmer, die von einer schlechten Geschäftslage „überrascht“ werden.

„Trigema hat keinerlei Schulden“, stellt der Unternehmer sogleich klar, sichtbar stolz. „Wenn wir etwas nicht bezahlen können, kaufen wir es nicht.“ Und fügt hinzu: „Wir kaufen auch nur Dinge, die wir brauchen.“ Dies wiederum ist ein Seitenhieb auf die Debatten, Kosten zu senken: „Wer in schwierigen Zeiten Kosten sparen muß, gibt zu, daß er in guten Zeiten sinnlose Kosten hat.“

Was Wolfgang Grupp zu einem außergewöhnlichen Unternehmer macht, ist die Tatsache, daß er seine Textilien ausschließlich in Deutschland produzieren läßt und somit knapp 1200 Arbeitsplätze sichert. Was ihn zu einem bekannten Unternehmer macht, ist die Fernsehwerbung mit dem Schimpansen, in der er diese Philosophie dem Publikum vorstellt. Er sendet somit ein bißchen von der heilen Trigema-Welt in die Republik: „Früher war es eine Schande, wenn ein Unternehmen Leute entlassen mußte. Heute ist das fast schon eine Selbstverständlichkeit.“

In Trigema-City, die eigentlich Burladingen heißt und irgendwo hinter Reutlingen und Tübingen vor Ulm liegt, ticken die Uhren eben noch ein bißchen anders. Wolfgang Grupp sieht sich zuallererst als Unternehmer, der Verantwortung seinem Personal gegenüber hat: „Ob der Betrieb Konkurs macht oder ich, das ist kein Unterschied“, sagt er. „Denn dann bin ich persönlich Konkurs gegangen.“

Das hört sich immer gut an, aber bei dem Trigema-Chef sind dies mehr als nur Parolen: „Für jede Entscheidung stehe ich mit meinem Privatvermögen gerade“, sagt Wolfgang Grupp. Und Tugend



Der Patriarch in seiner Hauskapelle: „Ich habe mir geschworen, eine Kapelle zu bauen, sobald ich sie mir leisten kann.“

Foto: Torsten Silz

„Ich kenne keinen Textilunternehmer, der reicher geworden ist, seit er im Ausland produzieren läßt.“

liegen. Auf dem sogenannten Trigema-Betriebs-Familienfest ist Abendgarderobe Pflicht, empfängt der Chef die Angestellten als Vorbild stets im Smoking: „Somit hat jeder automatisch mehr Disziplin.“ Deshalb würde sich dort auch niemand betrinken: „Das wäre doch viel zu peinlich, wenn meine Frau und ich von Tisch zu Tisch gehen und sich jemand danebenbenimmt.“

Der Unternehmer will die Kontrolle haben. In den Betriebsferien hat man den Chef schon mal selbst an der Strippe, wenn man sich am verwaisten Empfang mittels des dazu aufgestellten Telefons anmeldet. Auf seinem Schreibtisch stapeln sich ein paar eingeschickte fehlerhafte Produkte: Hier schaut der Chef noch selbst, ob die Sporthose auch richtig gefertigt ist oder das Loch im T-Shirt tatsächlich vom Werk aus drin war. „Die Leute kennen mich schließlich aus dem Fernsehen. Da muß ich ihnen doch persönlich antworten.“

Wolfgang Grupp hat auch die Kontrolle über seine Mitarbeiter: Er hat sie stets im Blick. Er sitzt am Ende eines mit blauem Teppich auf Boden und Wänden ausgelegten Großraumbüros, quasi auf Tuchfühlung. Der Chef-Schreibtisch ist nicht größer oder schöner oder anders als die anderen Schreibtische. Auf der linken Seite hat er eine Telefonanlage, mit deren Hilfe er um Kaffee (in Trigema-Bechern) und Wasser (in Trigema-Gläsern) bittet

rechnet sich auch: „Ich beschäftige meine Mitarbeiter nicht, um Almosen zu geben, sondern weil ich selbstverständlich mit ihnen auch immer Geld verdiene.“ Für ihn ist selbstverständlich: „Wenn man in guten Zeiten zusammenarbeitet, steht man auch in schlechten Zeiten zusammen.“

Zu einer weiteren Unternehmertugend zählt die Ausbildungsplatzgarantie. Im Hause Trigema hat je-

des Angestelltenkind das Versprechen von Wolfgang Grupp, einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Er vertraut auch im Alltag auf die Eigengewächse: „So Prozent der leitenden Angestellten sind unsere ehemaligen Lehrlinge“, sagt Wolfgang Grupp. Ebenso achtet er bei der Rekrutierung seiner leitenden Mitarbeiter darauf, daß sie dem Hause schon lange verbunden sind.

Darüber, daß die Unternehmertugenden so aus der Mode gekommen sind, kann sich Wolfgang Grupp richtig ärgern. Auch darüber, wie die Debatte um den Standort Deutschland geführt wird. Die Forderungen zum Beispiel nach niedrigeren Löhnen hält er schlichtweg für falsch: „Die deutschen Textilunternehmer waren allesamt gestandene Millionäre, als sie ausschließlich in Deutschland produziert haben“, sagt Wolfgang Grupp. „Ich kenne jedoch keinen, der reicher geworden ist, seitdem er die angeblich billigeren Arbeitskräfte im Ausland nutzt. Aber ich kenne viele, die ärmer geworden sind.“ Das Schlechtreden des Standortes Deutschland hält er für ungerechtfertigt, weil die Unternehmer schließlich das Leben hierzulande sehr wohl schätzen und niemals in die Länder ziehen würden, in denen sie produzieren.

Vorbild sein, das will er auch für seine Kinder. Er sieht sich in seinen Erziehungsmethoden bestätigt, weil sein elfjähriger Sohn, Wolfgang junior, schon mit sechs Jahren als Berufswunsch „Trigema-Chef“ hatte. „Das ist deshalb so,

weil ich nach Hause komme und positiv vom Geschäft spreche“, sagt er. Ein begeisterter Vater sei nun mal die beste Werbung. „Es wäre tödlich für mich, wenn meine Kinder nicht stolz auf ihre Eltern wären.“ Der Bericht des anfangs erwähnten Journalisten hat ihn auch

war Wolfgang Grupp, als er heiratete. „Aber mir war immer klar, daß meine Frau jung sein muß“, sagt er. „Ich brauche schließlich einen Partner, der flexibel ist und nach Burladingen zieht, denn ich kann ja nicht wegziehen.“ Seine Gattin war am Hochzeitstag 22 Jah-

Der Mensch

Wolfgang Grupp wurde am 4. April 1942 in Burladingen auf der Schwäbischen Alb geboren. Nach dem Abitur studierte er Betriebswirtschaft in Köln. Als das vom Großvater gegründete und vom Vater geführte Unternehmen 1969 in eine Krise geriet, brach der Diplomkaufmann seine Promotion über Betriebskrankenkassen ab und übernahm die Leitung von Trigema.

Zu Beginn seiner Unternehmerkarriere kam ihm der Zufall zu Hilfe: Ein Einkäufer der Textilkaufhauskette C&A entdeckte in einem Batik-T-Shirt das Trigema-Etikett und fragte in Burladingen an, ob Wolfgang Grupp davon kurzfristig mehrere tausend Stück liefern könne; der Trigema-Chef sagte zu, obwohl er, wie er selbst sagt, bis zu dem Zeitpunkt überhaupt nicht wußte, was Batik bedeutet und woher das T-Shirt kam. Er mobilisierte die Arbeitskräfte, übernahm das Färben selbst und konnte liefern.

Der passionierte Jäger heiratete im Alter von 46 Jahren die damals 22 Jahre alte Elisabeth von Holleuffer, eine Baroness aus der Steiermark. Das Ehepaar hat zwei Kinder, Tochter Bonita, 12, und Sohn Wolfgang, 11 Jahre alt. Anlässlich seines 50. Geburtstags richtete der Unternehmer eine Stiftung ein, die sich um in Not geratene Mitarbeiter und Burladinger Bürger kümmert.

So bin ich erzogen.“ Denn schließlich erwarteten die Mitarbeiter von ihrem Chef, daß er ein Vorbild ist. „Und auch ich erwarte von den Vorbildern in unserer Gesellschaft mehr.“ Als Beispiel nennt er die Debatte um Flugmeilen. „Wenn einer meiner Einkäufer einen Rabatt aushandelt, den aber nicht weitergeben würde und sich dafür irgend etwas nach Hause bestellt, hätte ich ganz sicher kein Verständnis“, sagt Wolfgang Grupp. „Ich hätte das mit den Flugmeilen wahrscheinlich so nicht gemacht, aber wenn, hätte ich gewußt, daß es grobes Unrecht ist.“

„Ich sehe ein, daß es notwendig war, mich unterzuordnen. So bin ich erzogen.“

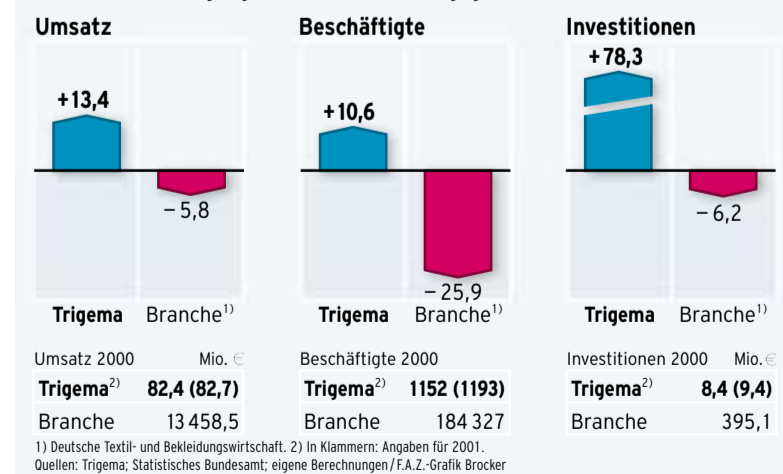
Wolfgang Grupp hat es gleichwohl nicht nötig, Linie zu fliegen: Er hat einen eigenen Hubschrauber. Es scheint ihm ein wenig unangenehm, kommt das doch vielleicht neureich daher, aber: Es ist praktisch. Auf diese Weise kann er in seinen Geschäften schneller vorbeischauchen, diese „konstant unter Kontrolle haben“ und zum Beispiel die Herbstkollektion innerhalb von zehn Tagen in ganz Deutschland präsentieren. Auch hier gilt sein Motto: „Es gibt Probleme, und die gibt es zu lösen.“ Soll heißen: „Ich kann ewig über die Infrastruktur klagen, oder ich kann die auftauchenden Probleme selbst in den Griff bekommen.“ Zudem macht er auch noch bei jedem Flug Werbung. Der Helikopter ist über und über mit Trigema-Signets besetzt. Benötigt der Chef das Fluggerät gerade nicht, steht es im übrigen in einem Glaskasten auf dem Hof der Hauptverwaltung.

Gegenüber, auf der anderen Straßenseite, befindet sich hinter einer weißen Mauer die Gruppische Villa mit gepflegtem Park. Er hat selbst bei den Entwürfen kräftig mitgeholfen, erzählt Wolfgang Grupp, noch als Jungeselle. In dem freundlichen, hellen Landhaus mit Reetdach befindet sich auch eine Kapelle: „Ich bin Jesuitenschüler“, erläutert Wolfgang Grupp. „Und ich habe mir geschworen, daß ich eine eigene Kapelle haben werde, sobald ich sie mir leisten kann.“ Denn er hält nichts davon, nur in die Kirche zu gehen, wenn es Katastrophen gibt. Er halte jeden Morgen kurz inne, auch und gerade, wenn es ihm gutgeht.

Für einen kurzen Moment wird der Unternehmer dann doch ein klitzekleines bißchen weich: „Geld verdienen, das ist alles schön und gut. Aber eine Heimat zu haben, das ist doch viel mehr wert“, sagt Wolfgang Grupp. „Damit meine ich auch meine Mitarbeiter.“ Und dann fügt er hinzu: „Es ist doch wunderschön, gebraucht zu werden.“

Trigema: Erfolgreich gegen den Trend

Umsatz, Beschäftigung, Investitionen (2000 gegenüber 1995 in Prozent)



Das Unternehmen

Die Mechanische Trikotwarenfabrik Gebrüder Mayer KG wurde 1919 von dem Großvater Wolfgang Grupp gegründet. Seit 1969 heißt das Unternehmen nach der Kurzform Trigema GmbH & Co. KG.

Der Produktionsumsatz des nach eigenen Angaben größten T-Shirt- und Tennis-Bekleidungsherstellers Deutschlands betrug im Jahr 2001 gut 161 Millionen DM.

Trigema beschäftigt knapp 1200 Mitarbeiter und produziert an vier Standorten ausschließlich in Deutschland. Seit 1969 machte das Unternehmen weder Verluste, noch mußte es Kurzarbeit anmelden. Das Unternehmen hat nur eine Bankverbindung und nimmt keinerlei Kredite in Anspruch. Den Kindern von Mitarbeitern wird nach Abschluß der Schule ein Ausbildungsplatz garantiert.

Der Hersteller unterhält 34 sogenannter Testgeschäfte, in denen das komplette Warenprogramm zu Fabrikpreisen an Verbraucher abgegeben wird.

Als eines der ersten Unternehmen

der Branche stieg Trigema 1979 ins Sportsponsoring ein und warb auf den Trikots der Fußballspieler von Schalke 04. 1997 war das Unterneh-

men das erste, das auf Verkehrsflugzeugen warb. Die gesamten Werbeausgaben betragen im vergangenen Jahr 6,1 Millionen DM.



Den Affen machen: „Was sagt der Inhaber Herr Grupp dazu?“