



Nicht viel Platz für die Schwerlastkräne: Heller-Leder-Geschäftsführer Thomas Strebost beobachtet den aufwendigen Tausch der Gerbfässer in der Produktionshalle. Fotos: Il

Dieses dicke Fass bringt das Geschäft ins Rollen

Heller-Leder investiert 300 000 Euro / Warum alte Unternehmensgrundsätze nicht mehr gelten

Hehlen (Il). Zwei Schwerlastkräne stehen dicht an dicht in der Produktionshalle des Hehlener Leder-Produzenten Heller-Leder. Nur wenige Zentimeter verbleiben zwischen den Fahrzeugen und der Hallen-Außenwand. Thomas Strebost schlängelt sich durch einen schmalen Spalt zwischen Kran und Wand hindurch. Der Heller-Leder-Geschäftsführer ist unmittelbar dabei, wenn in der Lederfabrik riesige Fässer ausgetauscht werden, in denen sich sonst Häute und Gerbflüssigkeit befinden. Gut 64 000 Liter fasst solch ein Behälter, erklärt Strebost.

Die Hubarme der beiden Kranfahrzeuge reichen bis unter die Decke der Halle. Die Kranführer müssen synchron arbeiten, um das gut 16 Tonnen schwere Fass aus der Verankerung rechts und links empor zu heben.

25 Jahre haben die alten Fässer gehalten, nun sei Ersatz fällig, sagt Strebost. In der Hehlener Lederfabrik gab es zehn solcher Riesenfässer. Innerhalb der letzten zwei Jahre habe das Unternehmen sieben dieser Behälter ausgetauscht. Allein in diesem Jahr haben Strebost und Projektleiter Rudolf Ebeling damit rund 300 000 Euro Technik-Investitionen auf den Weg gebracht. Ein zusätzliches, elftes

Fass für den Gerbprozess, bei dem aus roher Haut Leder gemacht wird, ist angeschafft worden. „So können wir in der Kapazitätsplanung flexibler sein“, erklärt der Geschäftsführer.

Etwa 1300 bis 1400 Häute verlassen täglich die Produktion in Hehlen. „Eine Lederhaut ist etwa 5,5 Quadratmeter groß“, sagt Strebost. In Summe macht das rund 7500 Quadratmeter Leder, die jeden Tag, an sechs Tagen in der Woche, das Werk zu den Kunden verlassen – eine Fläche so groß wie ein Fußballfeld.

Heller-Leder ist eine der wenigen vollstufigen Gerber-



Strebost vor einem neuen Fass.

reien in Deutschland, die von der rohen Haut bis zum Endprodukt Hand in Hand fertigen können. Hierbei übernehmen das 200-Mitarbeiter-Unternehmen auch die Lohngerberei für andere Hersteller, erklärt Geschäftsführer Strebost. „Wet Blue“ heißt diese Zwischenstufe des Produkts, das in Hehlen hergestellt wird. Und „Wet Blue“ sei ein „weltweit handelsfähiges Produkt“.

Knapp 30 Millionen Euro Umsatz hat der Hehlener Lederhersteller im letzten Jahr erzielt. Zwischen 20 und 60 Euro pro Quadratmeter könne Heller-Leder derzeit auf dem weltweiten Markt für einen Quadratmeter Leder bekommen. „Das ist ein relativ hohes Niveau, welches aber an den massiv gestiegenen Rohwarenkosten liegt“, meint Strebost.

Zusätzlich ließen höhere Preise für Chemikalien, Lohnsteigerungen und vor allem die explodierenden Kosten für Energie und Entsorgung die Gewinne derzeit schrumpfen. „Die gesamte Lederindustrie hat im Moment zwar gut zu tun, aber niemand verdient Geld“, so Strebost. Hoffnung hat er deshalb auf die nun beginnende zweite Jahreshälfte, in der sich eine Verschlechterung der Auftragslage nicht abzu-

zeichnen scheint.

Die Lederbranche hat indes einen Zeitenwechsel eingeläutet, indem die Abhängigkeit von Konjunkturschwankungen nicht mehr so stark ausgeprägt ist wie früher. Strebost erklärt, dass bis Ende der 90er Jahre noch der alte Grundsatz galt: „In der dunklen Jahreszeit sind die Geschäfte gut, in der hellen Jahreszeit eher schlecht.“ Das treffe nicht mehr zu – ebenso wenig wie

bilindustrie Abnehmer von etwa 30 Prozent der Häute aus Hehlen.

Bei der Zulieferung für die Automobil-Branche ist Qualität „Made in Hehlen“ gefragt: Fast ausschließlich werden die Häute für Sitze und Armaturenbreiter in Fahrzeugen des Stuttgarter Edel-Herstellers Porsche produziert. Wer schon einmal in einem „911“, „Boxster“ oder „Cayenne“ gesessen hat, der nahm mit großer Wahrscheinlichkeit auch auf Hehlener Leder Platz.

„Entscheidend ist, weltweit Nischen zu finden, in denen man als deutscher Hersteller Fuß fassen kann“, sagt Strebost. Das Hauptgeschäft der Hehlener liege momentan in Europa und den USA. „China ist ein wachsender Markt“, so der Unternehmenschef. Und jeder Markt hat seine Eigenheit: Die Chinesen etwa legten Wert auf besonders dickes Leder, so Strebost. Die Konkurrenz auf dem Weltmarkt aber ist groß. Vor allem italienische Produzenten seien größter Konkurrent – preislich, wie Strebost betont. Flexibilität in der Produktion und ein stetiger Blick auf die Bedürfnisse des Weltmarktes seien unerlässlich, sagt der Geschäftsführer, der derzeit seine Fühler auch in Richtung Südkorea und Dubai ausstreckt.

die Annahme, dass sich Menschen „in wirtschaftlich schlechten Zeiten eher ein Ledersofa kaufen als ein neues Auto“.

Bei Heller-Leder habe sich insbesondere im Hinblick auf die Produktvielfalt einiges getan, sagt Strebost. Rund 65 Prozent der Lederhäute werden heute von der Möbelindustrie weiterverarbeitet, gut fünf Prozent der Produktion landet später in der Fütterung von Schuhen. Und seit gut zehn Jahren sei die Automo-