



Hans-J. Wiethoff • mit Herz und Verstand im Dienst der Mode

Datum: Donnerstag, 12. Januar 2006

Thema: Personality

Fashion Square – mit Herz und Verstand im Dienst der Mode



Hans-J. Wiethoff, Geschäftsführer der Fashion Square GmbH, Düsseldorf, ist ein echter Westfale und zeichnet sich neben Bodenständigkeit, Beharrlichkeit und Pragmatismus durch Energie, Dynamik, Neugier und die tatkräftige Suche nach neuen Geschäftsideen aus – ein klassischer Vollblutunternehmer.

Geboren am 17. Januar 1940, spezialisierte sich Hans-J. Wiethoff nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann schwerpunktmäßig auf

Börsengeschäfte und Kundenberatung im Bereich Vermögensanlage (Dresdner Bank AG). An der Verwaltungs- und Wirtschaftsakademie Essen studierte er Wirtschaftswissenschaft und Jura. Anschließend war er mehrere Jahre als Wertpapierhändler an der Düsseldorfer Börse tätig und gründete 1969 die "Hans-J. Wiethoff & Co. Vermögensverwaltung GmbH".

Neben der klassischen Vermögensverwaltung von Wertpapieren investierte seine Gesellschaft gemeinsam mit Kunden in ausgewählte Immobilien: Z.B. die weltbekannten Hotels "The Helmsley Palace, New York" (1070 Zimmer), "Hyatt Regency on Capitol Hill", Washington D.C. (850 Zimmer) und "Hyatt Regency Savannah, Ga." (350 Zimmer). Sie wurden inzwischen alle, z.T. sogar mit über 100% der Herstellungskosten, weiter verkauft. In Deutschland entwickelte sein Unternehmen das erste Hyatt Regency Hotel in Köln (300 Zimmer) und vermittelte das Projekt anschliessend an einen Pensionsfonds.

Aber auch in Krisensituationen bewies Hans-J. Wiethoff stets Beharrlichkeit und Stehvermögen: Als in den USA eine Kette von modernen Autowaschanlagen – an denen er über Beteiligungsfonds involviert war – durch Missmanagement in Bedrängnis kam, sprang er ein und führte die Firmen wieder in die schwarzen Zahlen.

Geschult und erfahren im Umgang mit großen Immobilienprojekten investierte der Unternehmer 1980 in ein 3.500 m² großes Grundstück an der Kaiserswerther Strasse in Düsseldorf und plante dort, als Kapitalanlage für sich und ausgewählte Kunden, ein Büro- und Wohnhaus (ca. 6.000 m² Fläche, 100 Tiefgaragenplätze). Als das Gebäude 1983 fertiggestellt war, hatte er die Idee, diese Räume als

permanente Show-rooms und Orderbüros an internationale Designer und Agenten des gehobenen Modegenres von women, men, sportswear, accessories bis hin zu shoes zu vermieten. Von der starken Nachfrage bestätigt, verstärkte Hans J. Wiethoff seine Aktivitäten in diesem Bereich und lanciert seither die Ansiedlung von Showrooms der hochwertigen Modeindustrie, mit ihren „Top Fashion Brands“.

Als "Serviceunternehmer" erkannte Wiethoff schnell die Möglichkeit, hier ein ganzes Modeviertel von Showrooms, wie man sie sonst nur in New York, Paris oder Mailand findet, anzusiedeln. Einziger Unterschied: in Düsseldorf sollte alles in "walking distance" bleiben. So erhielten selektiv nur die Designer, Hersteller und Agenten einen Mietvertrag, die sich auch langfristig in der Stadt ansiedeln wollten. Dieses Konzept ging auf! Damit differenzierte sich Fashion Square von Beginn an von punktuell stattfindenden Schauen oder Messen und setzt in seiner Philosophie auf die kontinuierliche Ansprache und Bearbeitung des Modemarktes.

Die Urzelle „Fashion Square“ befindet sich in der Kaiserswerther Strasse 140 - 144. Von dort aus engagiert sich das Team für die Wünsche und Interessen von Top Fashion Marken. Der „Square“ umfasst heute auch die parallel am Rheinufer liegende „Cecilienallee“ und wird eingegrenzt von der Homberger Strasse und der Theodor-Heuss-Brücke. Es gibt inzwischen mehr als 350 Showrooms, verteilt auf 45 einzelne Häuser, mit einer Fläche von rd. 40.000 m².

Der internationale Fachhandel kann inzwischen aus mehr als 1.000 Basiskollektionen wählen und – das ist einmalig in Europa - 75 % der Labels stammen aus dem Ausland.

„Fashion Square ...where the world of fashion meets the fashion of the world!“

Aber Hans-J. Wiethoff denkt weiter: „Projekte und Städte müssen wachsen, wenn sie spannend, innovativ und wettbewerbsfähig sein wollen.“ Aufgrund eines größeren Flächenbedarfs zog es einige Modefirmen in den von moderner Architektur geprägten „MedienHafen Düsseldorf“, der neuen Szene. Auch hier engagiert sich der Unternehmer mit der Fashion Square GmbH standortübergreifend für die Interessen und den Informationsaustausch aller Repräsentanten dieses Modesektors.

Neben der klassischen „Modestadt Düsseldorf“ haben sich auch in München und neuerdings in Berlin, Showrooms für den Top Fashion Bereich angesiedelt. Auch hier sieht Wiethoff Potential für die Dienstleistung von Fashion Square. In der zweimal jährlich erscheinenden Print-Publikation „Seasons Guide“ und damit verbunden im Internet www.fashion-square.de gibt er allen an diesen Standorten aktiven „Top Fashion Brands“ die Möglichkeit, sich dem internationalen Fachhandel umfassend zu präsentieren: „B2B“.

Die Fashion Square Website wurde vor einigen Monaten – wie geplant - um ein

weiteres Portal, einen Händlernachweis für Endverbraucher „B2C“, komfortabel erweitert: Hier können die Einzelhändler des gehobenen Fachhandels ihre Kollektionen nennen, visualisieren und auch Videoclips einbauen lassen. Es sind bereits rd. 950 Geschäfte mit etwa 1.400 Kollektionen online. „Ich sehe hier einen interessanten Spielraum für zusätzliche Serviceleistungen unseres Unternehmens“, so Wiethoff.

Doch Deutschland allein reicht dem Weltenbürger Wiethoff nicht aus. Dubai, das große internationale Drehkreuz in den Vereinigten Arabischen Emiraten, zieht ihn schon seit Jahren an. Er verfügt über lang-jährige Kontakte zu hochrangigen Entscheidungsträgern. Diese schätzen seinen Geschäftssinn, seine Marktkenntnis und seine vorausschauenden Projektideen. Hans J. Wiethoff bietet mittelständischen Unternehmen aus Deutschland in dieser dynamischen Region Hilfestellung bei der Erschließung neuer Märkte und der Gründung einer Niederlassung an. Ziel für ihn ist, komplexe Dinge einfach begreifbar zu machen und maßgeschneiderte Lösungen zu finden - als Unternehmer für Unternehmer. Dass dabei die „Mode“ nicht zu kurz kommt, ist für ihn selbstverständlich.

„Fashion Square FZE, Dubai“ hat ihn zum Managing Director ernannt. 2006 ist für ihn das Jahr, in dem er deutsche Hersteller von Top Fashion Brands - women, men, accessories, sportswear, shoes - nach Dubai bringen und ihre Interessen dort vertreten wird.

Kontakt:

Fashion Square GmbH
Unternehmensberatung
Kaiserswerther Str. 142

D-40474 Düsseldorf

T +49 (0) 211 - 439 59 59
F +49 (0) 211 - 439 59 99
office@fashion-square.de
www.fashion-square.de

Dieser Artikel kommt von EuropeFashion

<http://www.europefashion.de>

Die URL für diesen Artikel ist:

<http://www.europefashion.de/modules.php?name=News&file=article&sid=3019>