

Die jungen Auswanderer

Thomas Bentz und Oliver Lühr haben die Luxusmodemarke Achtland in Berlin gegründet. Nun wollen sie in London groß rauskommen.

Eli Hamacher
Berlin

Die Geschichte klingt zu schön, um wahr zu sein. Vor gut drei Jahren hatten zwei junge Deutsche, der eine Designer, der andere Betriebswirt, in einer Nacht beschlossen, ihren langjährigen Wohnort in der Megacity London aufzugeben und ihr Gründungsglück im angesagten Berlin zu versuchen. Mit einem hochwertigen Modelabel wollten sie erst die Hauptstädter und dann den Rest der Republik umgarnen.

Ausgerechnet Mode! Als bräuchte Berlin noch mehr junge Designer, die vom Durchbruch träumen. Offenbar ja. Denn binnen weniger Monate avancierte das Duo mit seiner Marke Achtland zum Shootingstar der Szene. Mit kleiner Kollektion aus edlen Materialien wie Spitze, handbemalter Seide, Stabperlen oder Lamm-Nappa gilt Achtland seitdem als eine der erfolversprechendsten Neuentdeckungen.

Und jetzt? Kehren die Aufsteiger der Hauptstadt schon wieder den Rücken, um nach London zurückzugehen. „Wir brauchen eine internationale Plattform, um Zugang zu internationalen Einkäufern zu bekommen und wachsen zu können“, sagt Thomas Bentz, Gründer



Der Urenkel von Melitta Bentz, Thomas Bentz (l.) und Oliver Lühr: Zwischen Show und Alltag.

und kaufmännischer Geschäftsführer der Oliver Thomas Collections GmbH, die hinter der Modemarke Achtland steht. In wenigen Tagen soll das neue Kapitel in der Firmengeschichte beginnen.

Bis jetzt war es Schlag auf Schlag gegangen. Im Januar 2012 zeigt das kurz

zuvor gegründete Label Achtland erste Teile während der Mercedes-Benz Fashion Week und steigt blitzartig zum Liebling der Szene auf. Vogue-Chefredakteurin Christiane Arp nimmt die Firmengründer kurz darauf in ihr Mentorenprogramm auf, sichert Achtland damit fortan mediale Präsenz, Kontakte

und Know-how. Nach zwei weiteren Kollektionen wird auch der Meisterkreis Germany aufmerksam. Der Zusammenschluss von gut 60 Topmarken wie Porsche, Lufthansa First Class und Glashütte ernannt Achtland im April 2013 zum „Zukunftsmeister“. Einflussreiche Gönner und Geldgeber öffnen weitere Türen. Im Herbst schließlich schickt der Senat die Jungs von Achtland zum Berlin Showroom bei der Paris Fashion Week. Und auch die jüngste, von Lufthansa First Class gesponserte Show im Berliner Stadthaus kommt gut an.

In einem 70 Quadratmeter großen Studio in einem unscheinbaren Kreuzberger Hinterhof ziehen der 33-jährige Designer Oliver Lühr und sein ein Jahre älterer für das Kaufmännische zuständige Partner Bentz die Fäden. „Wir lernen noch“, konstatieren sie und geben sich für die Branche unprätentiös. Das Gründer-Duo stemmt sämtliche Abläufe - vom Design über den Einkauf in Italien, Indien, der Schweiz oder China - bis zum Vertrieb selbst.

Die Kollektion, die Achtland in Berlin fertigen lässt, besteht aktuell gerade mal aus 65 verschiedenen Teilen: darunter Blusen für 350 Euro; Kleider, die nur bei drei Fachhändlern in Deutschland im



Mode von Achtland: Präsentation beim Bunte New Faces Award Fashion 2013.

Laden hängen, kosten bis zu 1 800 Euro. Kürzlich folgte zudem der Auftritt im externen Onlineshop „thecorner“. 2013 setzte das Unternehmen gerade einmal 50 000 Euro um, in diesem Jahr sollen es 100 000 Euro werden.

Trotz der noch bescheidenen Zahlen sind Berater wie Philip Beil von Roland Berger überzeugt: „Die Mischung aus handwerklichem Können, designerischer Exzellenz und Fokussierung auf eine übersichtliche Kollektion wird den Aufstieg von Achtland beflügeln.“

Lühr, in London ausgebildeter Designer, hatte Erfahrungen bei großen Namen wie Balenciaga (Kering) und Chloé (Richemont) gesammelt. Vielleicht fiel deshalb die Wahl auf Achtland. Achtland, wie die keltische Göttin, die derart vom erotischen Dilettantismus der Männer genervt war, dass sie kurzerhand einen Gott zu ihrem Gatten machte. Ebenso kompromisslos soll der Aufstieg als Luxusmarke gelingen. Bentz studierte Politik und BWL, weiß deshalb besser als andere seiner Zunft, dass sich eine Idee auch rechnen muss. Helfen mag das Gründergen. Bentz ist der Urenkel von Melitta Bentz. Die zog um die Jahrhundertwende mit dem Bollerwagen durch Dresden und verkaufte selbst gebastelte Filtertüten. Die smarte Idee si-

chert Achtland - Bentz ist Mitgesellschafter des Familienunternehmens - eine gewisse finanzielle Unabhängigkeit.

Doch wird sich das Geschäftsmodell überhaupt tragen? „Der deutsche Markt allein ist in unserem Segment nicht ausreichend“, räumen Bentz und Lühr ein. „In der Luxusliga fließt Geld vor allem für Autos, für teure Mode deutlich weniger.“ Deshalb muss es Achtland gelingen, die modebewussten Kundinnen in Italien, Frankreich und London anzuziehen. Unterstützung erhofft sich Achtland vom Industrieverband British Fashion Council. Anders als in Deutschland steht dieser gleichfalls jungen Talenten zur Seite, etwa mit Kontakten zu Vertriebspartnern und Investoren. So scheint sich Berlin als Brutkasten geeignet zu haben. „Die Stadt hat ein großes Interesse an jungen Designern. Da konnten wir uns ideal ausprobieren“, bestätigt Lühr.

Für mehr reicht es offenbar aber nicht. Den festen Glauben an ihre Vision vom Aufstieg in den Mode-Olymp lassen sich die beiden trotz des wenig glamourösen Tagesgeschäfts nicht nehmen. „Vielleicht irgendwann unter dem Dach der Marktführer LVMH oder Kering“, sagt Bentz und lacht. „Man braucht ja auch einen Traum.“