

JOKO WIDODO

Ein Politstar greift nach der Macht

Mathias Peer
Bangkok

Auch an dem Tag, der ihn wohl zum Staatschef der drittgrößten Demokratie der Welt machte, präsentiert sich Joko Widodo nicht als gewöhnlicher Politiker: Das rot-blau karierte Hemd, sein Markenzeichen, hängt aus der Hose, die Ärmel sind nach oben gekrempelt. Der Mann, der meist nur Jokowi genannt wird, will nicht wie ein Staatsmann aussehen. „Wir haben mit harter Arbeit gewonnen“, ruft der bisherige Gouverneur Jakartas am Mittwoch seinen Anhängern zu und formt mit seinen Fingern das Victory-Zeichen.

Das Endergebnis der Präsidentschaftswahl wird es zwar erst in zwei Wochen geben. Die traditionell verlässlichen Hochrechnungen der großen Wahlforschungsinstitute sehen den 53-Jährigen aber eindeutig vorne. Gegenkandidat Prabowo Subianto beanspruchte den Sieg zwar auch für sich. Doch eine Chance gaben ihm nur die TV-Sender, die seinen Verbündeten gehören.

Wahrscheinlich steht demnach künftig Widodo an der Spitze des 250 Millionen Einwohner großen Landes. Präsidiales Auftreten war ihm bisher fremd. Widodo, Sohn eines Schreiners und früherer Möbelhändler, liebt die Band Metallica, geht gerne auf Konzerte und nimmt oftmals lieber das Motorrad statt die Politikerlimousine. Er pflegt das Bild des einfachen Bürgers mit Bodenhaftung.

Seine politische Karriere begann 2005 mit der Wahl zum Bürgermeister der Stadt Surakarta. Dort macht er sich mit unangekündigten Behördenbesuchen einen Namen, bei denen er nach dem Rechten sah. Als pragmatisch und zupackend beschreiben ihn seine Anhänger. Seine Erfolge als Lokalpolitiker sind unbestritten. Die Erwartungen an ihn sind groß, auch auf nationaler Ebene frischen Wind zu bringen. Am Wahltag versprach er: „Ich werde das Vertrauen nicht enttäuschen.“

ALEXANDER BRENNINKMEIJER

Wie Clemens & August

Der C&A-Spross vertreibt sein Modelabel auf ungewöhnlichen Wegen.

► Der 46-Jährige hat im Familienkonzern gekündigt, um selbst zu gründen.

► Seine Vertriebsideen beeindrucken die Konkurrenz.

Elisabeth Hamacher
Berlin

Es gibt einen klassischen Weg, um Mode an den Kunden zu bringen: Designer wie Lala Berlin und Guido Maria Kretschmer präsentieren ihre Frühjahrs-Sommer-Kollektion für 2015 derzeit auf dem offiziellen Catwalk der Mercedes Benz Fashion Week und liefern die Stücke Monate später an die Einzelhändler aus. Alexander Brenninkmeijer, Spross der C&A-Dynastie und Chef der Marke „Clemens en August“, macht es anders: Kaum dass er im Berliner Palais am Festungsgraben am Mittwoch seine Models über den Laufsteg geschickt hatte, konnten Kunden schon online ordern - und 48 Stunden später sollen sie Blazer, Bluse oder Kleid bereits in den Händen halten. „So schnell liefert niemand“, sagt der 46-Jährige.

Es ist nicht unbedingt einfach, in dieser schillernden Branche herauszustechen. Doch der Modeunternehmer, der seine Karriere als Lehrling im Familienunternehmen begann und später im Einkauf von C&A tätig war, hat seit Gründung seines Labels im Jahr 2005 immer wieder mit ungewöhnlichen Geschäftsmodellen Aufsehen erregt.

Das kreative Unternehmertum liegt in der Familie: Im 19. Jahrhundert zogen die Brüder Clemens und August Brenninkmeijer in den Niederlanden zu Fuß von Hof zu Hof und boten wohlhabenden Landwirten hochwertige Textilien an. Daraus entstand das Textilimperium C&A, das die Familie zu einer der reichsten Europas gemacht hat.

Nachfahre Alexander hat dieses Modell 160 Jahre später adaptiert: Er zeigte und verkaufte seine kleine Kollektion zunächst ausschließlich in Galerien und Museen, war nur



Alexander Brenninkmeijer:
Nach 48 Stunden sind die Blazer beim Kunden.

mit ein paar Kleiderständen unterwegs. Der Handel blieb außen vor, wodurch die Kunden von günstigeren Preisen profitieren. Eine Idee, der selbst die Konkurrenz Respekt zollt. „Mit dem Verkauf von Luxus in einer luxuriösen Atmosphäre trifft Clemens en August genau seine Klientel“, sagt der Düsseldorfer Designer Ignatious Joseph.

Im C&A-Clan, der als konservativ gilt und Loyalität hochhält, stieß der Gründergeist Alexander hingegen keineswegs auf Begeisterung. In dieser Familie kündigt man nicht - um obendrein ein Modelabel „Au-

gust en Clemens“ zu nennen, niederländisch für „August und Clemens“, wovon sich ja auch C&A ableitet. Der Clan zog vor Gericht, der Prozess endete 2009. Der Name Clemens en August blieb bestehen.

Am Geschäftsmodell aber muss sich etwas ändern, um das Unternehmen, das zuletzt einen niedrigen einstelligen Millionenbetrag mit zehn festen Mitarbeitern umsetzte und schwarze Zahlen schrieb, in die Zukunft zu führen. „Wir brauchen den Onlinehandel, um die Marke stärker zu etablieren“, sagt Brenninkmeijer. Die Kunden konn-

ten zwar auch bislang schon online ordern, aber das Gros der Umsätze brachten weiterhin die Besucher in den Galerien und Museen. Pünktlich zur Fashion Week, die bis Sonntag läuft, hat er nun einen Partner gewonnen: Stylebop, einer der führenden Internetschops für Designermode, wird künftig die Kollektion verkaufen.



Mit dem Verkauf von Luxus in einer luxuriösen Atmosphäre trifft Clemens en August genau seine Klientel.

Der Designer Ignatious Joseph
Über der Verkauf von Mode in Museen.

Erstmals verdient also ein Händler an Clemens en August mit. Das wird den Preis nach oben treiben. „Die Steigerung wird aber moderat ausfallen, weil wir gleichzeitig das Produktionsvolumen verdoppelt haben“, sagt Betriebswirt Brenninkmeijer, der Stoffe vor allem in Italien einkauft und in Europa nach den Entwürfen seines Design-Teams - darunter Ehefrau Micheline - fertigen lässt. Herrenmäntel kosten 680 bis 1000 Euro, Anzüge 800 Euro, Kleider liegen bei 300 bis 440 Euro.

Brenninkmeijer, der den Stil seines Labels schlicht, überraschend und sexy nennt und sich für die aktuelle Kollektion vom Thema Tennis und der Tragikomödie „The Royal Tenenbaums“ inspirieren ließ, will sich künftig weiteren Online-Vertriebspartnern öffnen - auch in Asien, in den USA oder England. Seiner Ursprungsidee bleibt er dennoch treu. Im Herbst zieht er wieder los, nach Berlin und Brüssel, nach Amsterdam und Antwerpen - insgesamt stehen zwölf Stationen für je drei Tage auf dem Programm.

KURZ NOTIERT

Merkel und Gauck reisen nach Brasilien

Bundeskanzlerin **Angela Merkel** (59, CDU) und Bundespräsident **Joachim Gauck** (74) reisen gemeinsam zum WM-Finalspiel der deutschen Fußballnationalmannschaft am Sonntag nach Brasilien. Sie fliegen in einer Maschine. Merkel war bereits zum Auftaktspiel der deutschen Elf gegen Portugal Mitte Juni angereist und hatte das 4:0 der Mannschaft bejubeln können.

Angela Merkel



Ukrainische Offizierin verschleppt

Die ukrainische Regierung hat Russland vorgeworfen, in der Ostukraine die Armeeoffizierin **Nadeschda Sawtschenko** entführt zu haben. Damit verletze Russland alle internationalen Normen sowie Anstand und Moral, erklärte das Außenministerium in Kiew. Die 33-jährige Sawtschenko soll im Juni bei Luhansk von prorussischen Separatisten gefangen genommen und dann nach Russland verschleppt worden sein.

SPD-Politiker gesteht Drogenkonsum

Der SPD-Bundestagsabgeordnete **Michael Hartmann** hat zugegeben, dass er im vorigen Jahr Crystal Meth genommen hat. Laut einem Schreiben, das sein Anwalt verteilte, hat der 51-jährige bisherige innenpolitische Sprecher der SPD-Fraktion die verbotene Designerdroge „in geringer eigenverbrauchsüblicher Menge“ erworben und konsumiert. Er habe gehofft, dadurch leistungsfähiger zu sein. Nach einem Monat habe er den Konsum endgültig beendet. Eine medizinisch-psychiatrische Untersuchung habe ergeben, dass er nicht drogenabhängig sei.

Neue Leitung für das Erzbistum Köln

Der Berliner Kardinal **Rainer Maria Woelki** soll neuer Erzbischof von Köln werden. Nach Ernennung durch den Papst wird der 57-Jährige die Nachfolge von Erzbischof Joachim Meisner an der Spitze des größten deutschen Bistums antreten. Die Bekanntgabe der Ernennung Woelkis könnte bereits am Freitagmittag in Rom erfolgen. Papst Franziskus hatte im Februar das Rücktrittsgesuch aus Altersgründen von Kardinal Meisner angenommen. Das Erzbistum wird seitdem vorübergehend von dem ehemaligen Generalvikar Stefan Heße geleitet. dpa

Neuer Job für Ex-Möbel-Präsident

Der ehemalige Präsident des Verbands der Möbelindustrie, **Elmar Duffner**, hat einen neuen Job: Der 53-Jährige löst Tobias Fuhrmann, 40, als Chef der Münchener Vivonio Furniture Group ab. Zuletzt hatte Duffner beim kriselnden Küchenkonzern Alno gearbeitet. Dort ging er vor einem Jahr im Streit um den Chefposten, den er eigentlich übernehmen sollte. Davon war er Chef des Luxusküchenherstellers Poggenpohl. Zu Vivonio gehören seit 2012 die deutschen Möbelhersteller Staud und MAJA sowie die französischen Zerlegtmöbel SCIAE.