

Closed holt sich frisches Kapital von neuem Gesellschafter

Fashion Business News, 16. Oktober 2014 von Doreen Wilken

Vier gewinnt! Mit der Beteiligungsgesellschaft Genui hat das Hamburger Premium-Label den Gesellschafterkreis auf vier Parteien erweitert. Hinter Genui steckt unter anderem Detlef Meyer, der Mitbegründer der CBR Gruppe. Mit seiner Finanzspritze soll das weitere Wachstum der Marke forciert werden.



Bei Closed stehen eine Reihe neuer Läden auf der Agenda. Geld dafür schießt der CBR-Mitbegründer Detlev Meyer dazu

Die Closed GmbH hat eine langfristige Kapitalerhöhung mit Hilfe der Genui Beteiligungsgesellschaft vorgenommen. Genui wurde damit zum vierten Mitgesellschafter neben den bisherigen drei geschäftsführenden Gesellschaftern – Gordon Giers (Design und Produktion), Til Nadler (Vertrieb und Marketing) und Hans Redlefsen (Finanzen und Logistik), die das Unternehmen 2004 von Giers' Vater übernommen hatten.

Über die Höhe des investierten Kapitals von Genui und der neu ausgegebenen Anteile wurde Stillschweigen vereinbart. Im Zuge der Finanzierungsrunde wurde der bei Genui investierte Unternehmer und Mitbegründer der CBR Fashion Group (Street One, Cecil) Detlef Meyer in den Closed-Beirat berufen. Genui ist laut eigenen Angaben „eine von Unternehmern und Investmentexperten gegründete Beteiligungsgesellschaft, über die langfristige Engagements an mittelständischen Unternehmen im deutschsprachigen Raum eingegangen werden“. Die alten Mehrheitseigner wurden von Blue Corporate Finance beraten.

Mit dem frischen Kapital soll das nationale und internationale Wachstum von Closed finanziert werden. Der Fokus liegt dabei auf der Stärkung und Weiterentwicklung der Marke im Fachhandel. Gleichzeitig sollen auch weitere Franchise- und Partnerstores eröffnet werden und in den Online-Auftritt in der Marke investiert werden. Zusätzliche eigene Läden soll es nur in begrenztem Umfang geben. Aktuell wird Closed weltweit bei mehr als 1.300 Händlern, vornehmlich führende Department- und Concept Stores, geführt, davon rund 500 in Deutschland. Darüber hinaus ist die Marke in mehr als 30 Monobrand-Stores in Deutschland, Österreich, Belgien, Frankreich, den Niederlanden und Spanien sowie dem eigenen Onlineshop erhältlich. Geschätzt liegt der Umsatz der Hanseaten bei rund 80 Mio. Euro, wobei in diesem Jahr mit einem zweistelligen Wachstum gerechnet wird.