

Bettina Weiguny

DIE GEHEIMNISVOLLEN HERREN
VON C&A

Der Aufstieg der Brenninkmeyers

HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN
Bibliothek

iichborn

INHALT

| | |
|---|-----------|
| I. Einleitung | 7 |
| II. Die Ursprünge | 10 |
| Zu Fuß nach Holland und Russland | 10 |
| Vom Pack auf dem Rücken zur Mode von der Stange | 21 |
| »Einer für alle und alle für einen« * | 32 |
| Ein Luxuscamp in Mettingen - | 43 |
| Das Ende der Tödden Boecker und Hettlage | 50 |
| III. Der Aufstieg • | 53 |
| C&A erobert Deutschland | 53 |
| »Arisch« bis zum letzten Mitarbeiter | 63 |
| Auf zum Mond . | 81 |
| | |
| W. Der Mythos | 94 |
| C&A - ein ganz normales Unternehmen? . | 94 |
| Die unsichtbaren Helfer | 99 |
| Harte Sitten, gute Werke - der Führungsstil | 100 |
| Hurra, die erste Chefin! | 113 |
| Die unterschlagenen Frauen | 115 |
| Der Kampf gegen Verbände und Gewerkschaften | 117 |
| Im Visier der Globalisierungsgegner | 120 |

| | |
|---|------------|
| V. Die Krise | 125 |
| Mit Designern gegen »Cheap & Awful« | 125 |
| Die Krise im Handel: »Geiz ist geil« | 132 |
| Die Senkrechtstarter H&M und Zara | 138 |
| Weniger Kunden trotz neuer Bundesbürger | 147 |
| Konzeptlos zwischen Big Mac und Pelzen | 150 |
| Wenn Kreative weinen | 154 |
| | |
| VI. Die Revolution | 158 |
| Der Big Bang | 158 |
| Die Siebener-Bande | 161 |
| | |
| VII. Die wilde fünfte Generation | 167 |
| Herr Erik, Herr Lucas, Herr Dominic und Herr Bart | 167 |
| Schluss mit Experimenten | 171 |
| Wachsen in der Provinz | 174 |
| Die Marketing-Offensive | 176 |
| Das Aus für England und Amerika | 183 |
| Die ersten Gesichter | 187 |
| | |
| VIII. Das Imperium | 195 |
| Eine Holding in der Schweiz | 195 |
| Das Herz | 197 |
| Der Immobilienbesitz | 198 |
| Die Finanzprofis | 205 |
| Die soziale Ader der Familie | 209 |
| Die Abtrünnigen | 212 |
| | |
| IX. Ausblick | 216 |
| | |
| X. Anhang | 219 |
| Literatur/Quellen | 219 |
| Die wichtigsten Brenninkmeyers | 221 |
| Namensregister | 225 |