PRESSEINFORMATION

ALBERTO   
  
Mönchengladbach, 12.09.2024

**ALBERTO erweitert Geschäftsführung**

**Zum 02. Januar 2024 hat der Mönchengladbacher Hosenspezialist ALBERTO sein Geschäftsführerteam erweitert. Für den aus dem aktiven Geschäftsbetrieb ausgeschiedenen ALBERTO-Inhaber Georg Walendy rücken die Kinder Anna Mühlen (geb. Walendy) als Geschäftsführerin Nachhaltigkeit, Produktion, Logistik, Beschaffung und IT sowie Philipp Walendy als Geschäftsführer Produktentwicklung nach. Beide arbeiten bereits seit mehr als 15 Jahren in führenden Positionen im Unternehmen. Mit Marco Lanowy (GF Retail, Vertrieb und Marketing) und Jürgen Schmiedel (GF Personal, Controlling und Finanzen) steht das Quartett nun gemeinsam an der Spitze des Familienunternehmens. Georg Walendy, der ALBERTO gemeinsam mit Marco Lanowy und Jürgen Schmiedel in den vergangenen Jahrzehnten zu einem der innovativsten Hosenanbieter aufgebaut hat, bleibt dem Unternehmen als Inhaber in beratender Rolle erhalten, zieht sich aber aus dem aktiven Bereich zurück: „Ich kann nun jahrelang gepflegte und geliebte Verantwortung abgeben, denn meine Kinder sind in das Unternehmen hineingewachsen, und wenn ich sehe, mit welchem Elan und welch innerer Überzeugung sie die ALBERTO-Philosophie weiterführen, macht mich das sehr stolz. Mit Marco Lanowy und Jürgen Schmiedel in der Geschäftsführung ist unsere Kontinuität und Stabilität auch zukünftig gesichert.“**

**Gute Führung**

In den Disziplinen getrennt, in der Aufgabe vereint – mit der Aufteilung der Geschäftsführung auf nunmehr vier Geschäftsführer mit Fachexpertise verfügt ALBERTO an den Schlüsselpositionen des Unternehmens über ein Team von ausgewiesenen Spezialisten, die ihre Verantwortungsbereiche weitestgehend autark bearbeiten und leiten, sich dabei aber immer eng abstimmen. Der Verzicht auf einen administrativen Überbau zugunsten konsequent flacher Hierarchien unterstreicht die moderne Arbeitskultur und ist ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor der Mönchengladbacher Hosenexperten. Und apropos moderne Arbeitskultur: Da wo vielerorts die aktive Einbindung von Mitarbeitern in wichtige Prozesse lediglich theoretisch angedacht wird, macht ALBERTO als partizipatives Unternehmen ernst. „Wir holen unsere Belegschaft mit ins Boot, fordern sie auf, ihre Ideen und Vorschläge einzubringen und Eigenverantwortung zu übernehmen. Das schweißt das Team zusammen und stärkt die Identifikation mit der Firma. Als Führungskräfte sind wir uns bewusst, dass wir mit unserem Führungsstil die gesamte Unternehmenskultur prägen und damit wichtige Motivationsanreize setzen können. Wir sind Vorbilder und wissen, dass motivierte Mitarbeiter am Ende immer den Unterschied machen und nicht nur sich selbst, sondern auch das Unternehmen stärken,“ erläutert Marco Lanowy. Jürgen Schmiedel unterstreicht: „Wir setzen auf allen Ebenen und in allen Prozessen auf eine transparente Arbeitsaufteilung innerhalb der Kompetenzen und dabei gleichzeitig auf eine offene Fehler- und Dialogkultur. Nur so bringt man meiner Meinung nach ein Unternehmen heute nach vorne.“

**Offene Unternehmenskultur**

ALBERTO ist in den letzten 20 Jahren stetig gewachsen – von damals 22 Mio. auf heute über 50 Mio. Euro Umsatz im Jahr. Gesundes Wachstum, das auf einer gesunden, zukunftsorientierten Unternehmenskultur fußt. „Einer der Dreh- und Angelpunkte besteht darin, dass wir nach wie vor ein Familienunternehmen sind und das Familiäre auch innerhalb der Firma gelebt wird. Die Entscheidungswege sind kurz und wir haben das Heft einfach selbst in der Hand. Das schafft Zusammenhalt. Hinzu kommt, dass wir auf kompakte Strukturen mit flachen Hierarchien setzen. Und was das Thema Beschaffung und Nachhaltigkeit angeht, so werden wir uns auch weiterhin auf neue, intelligente und langlebige Stoffqualitäten, hochwertigste Verarbeitungsstandards sowie innovative Produktions-, Veredelungs- und Recyclingverfahren fokussieren“, erklärt Anna Mühlen die ALBERTO Erfolgsgeschichte.

**Kompetenz is King**

Man sagt, dass Tradition verpflichtet, und die ALBERTO-Definition von Tradition betrifft das Gestern genauso wie das Heute. Das Gestern, weil Werte wie Qualität, Handwerk und Spezialistentum ALBERTO seit der Unternehmensgründung ausmachen, und das Heute, weil die Pflege dieser Kompetenzen nur dann Sinn macht, wenn sie bis tief in die Zukunft hineinwirken. Eine Maxime, die von der erweiterten Geschäftsführung konsequent fortgeführt wird. „Unser Anspruch war und ist es, ein auf allen Ebenen hervorragendes Produkt zu erstellen. Ein Produkt, das auch oder vielleicht gerade in schwierigen Zeiten Bestand hat und auf das man sich zu 100 Prozent verlassen kann“, begründet Philipp Walendy. Dazu gehört nicht nur das Selbstverständnis höchster Qualitätsstandards in allen Abteilungen des eigenen Betriebs. Maßgeblich sind diese in der gesamten Lieferkette und auch ein ganzes Stück darüber hinaus. Und dafür bedarf es echter Experten mit entsprechendem Know-how, davon ist Marco Lanowy überzeugt. „Wir sind, was umfassende Expertise und Erfahrung angeht, bestens aufgestellt.“ Der Erfolg gibt ihm recht.

*Fotos: Patrick Lanowy  
Motiv 01: (von links nach rechts) Anna Mühlen, Jürgen Schmiedel, Marco Lanowy, Philipp Walendy*

*Motiv 02: (von links nach rechts) Jürgen Schmiedel, Anna Mühlen, Marco Lanowy, Philipp Walendy*

*Das Text- und Bildmaterial steht zum Download zur Verfügung unter:*

[*press.alberto-pants.com*](http://press.alberto-pants.com/)

*ALBERTO versteht sich als kulturell geprägtes Pantslabel in Bewegung, entwickelt für Menschen in Bewegung. Menschen, für die Qualität, Komfort und Freiheit eine wichtige Rolle spielen, Menschen, die Relevanz suchen und dabei Stil finden. Vor über 100 Jahren mit dem Ziel gegründet, eine dynamische, innovative Präsenz in der internationalen Modewelt zu werden und dabei immer wieder neue Standards zu setzen, ist die Marke bis heute ihrem Gründungsethos treu geblieben. Zeitgeistige Handwerkswerte und Design zeugen davon ebenso, wie der unternehmenseigene Concept-Store oder der Einsatz intelligenter, sprachgesteuerter Interaktionssysteme. So ist, was als kleine Hosenmanufaktur begann, heute längst in Kollektionen – etwa für urbane Biker – angekommen: Eine Marke, die es sich zum Anspruch gemacht hat, die Bedürfnisse ihrer Kunden zu antizipieren und zu einem inspirierenden Lifestyle-Konzept zu vereinen, das auch jenseits aller Trends seine Berechtigung hat.*

**Für weitere Informationen:**

HOPFER Public Relations

Mona Meier, Inhaberin

Panoramaweg 6, 78727 Oberndorf a. N.

Fon: +49 7423 8758752

mona.meier@hopfer-pr.de

hopfer-pr.de

ALBERTO GmbH & Co. KG

Rheydter Straße 19-31, 41065 Mönchengladbach

Fon: +49 2161 8192-0

presse@alberto-pants.com

alberto-pants.com