



Drei aus der Chefetage: (v.r.) Katag-Chef Daniel Terberger, Ministerpräsident Christian Wulff und Katag-Vorstand Marcus Schönhart.

Auf dem Weg aus der Krise

Chef-Tagung der Katag AG: „Geiz ist geil“ ist bei Kunden nicht mehr angesagt

VON ANDREA FRÜHAUF
UND WOLFGANG RUDOLF (FOTOS)

■ **Bielefeld.** Experten fürchten, dass sich das Konjunkturklima in Folge der Weltwirtschaftskrise in diesem Jahr weltweit eintrübt. Nach den Insolvenzen von Arcandor und Hertie drohen weitere Pleiten. Doch Daniel Terberger, Vorstandssprecher der Katag AG, macht den Fachhändlern Mut, weist ihnen mit Strategien den Weg aus der Krise.

„Wir sind nicht in die Steinzeit zurückgefallen“, betont Terberger vor den rund 400 ange-reisten Teilnehmern bei der Katag-Cheftagung in Bielefeld. Der Chef von Europas führendem Systemdienstleister für den mittelständischen Textilfachhandel ergänzt energiegeladend: Die deutsche Wirtschaft sei nach Rekordjahren lediglich auf den Stand von 2004/2005 geschrumpft. Der für 2009 erwartete Einbruch des Bruttoinlandsprodukts von 6 Prozent (BIP) sei zwar gravierend, aber die Regierung habe bei aller Kritik „einen guten Job“ gemacht. Zudem

kämpften heute Europäer, Russen, Amerikaner und Chinesen gemeinsam gegen die Finanzkrise. China und Indien hätten zudem noch natürliche Wachstumsperspektiven.

Keiner wisse, wo die Krise hin-führe (Deflation, Stagflation, 20 Jahre Rezession wie in Japan). Terberger rät den Fachhändlern deshalb, zunächst kurzfristig, sprich für die nächsten zwei bis sechs Wochen die Liquidität zu überprüfen. „Schauen Sie, dass Sie nicht bei Kreditversicherern auf falschen Listen auftauchen. Reden Sie notfalls mit Finanzinstituten. Es haben alle dasselbe

Problem.“ Zweiter Rat: „Sichern Sie kurzfristig den Umsatz und weisen Sie auf Preise hin.“ Marketing sei wichtig. Printmedien könnten dabei helfen, den Umsatz kurzfristig anzukurbeln. Laut Umfrage wollten zwei Drittel der Konsumenten vermehrt auf den Preis zu achten. 50 Prozent plant nun, die beabsichtigte Anschaffung zu verschieben und kleine Käufe ganz aufzugeben. Dritter Rat: „Senken Sie weiter (Personal-)Kosten, aber mit Intelligenz.“

Terberger ist sich sicher: „Familienunternehmen sind die Gewinner dieser Krise.“ Mit „Geiz

ist geil“ seien Verbraucher nicht mehr zu locken. „Value for money“ (Wertigkeit für Geld) ist heute in. „Das bedeute ein fairer Preis für entsprechende Qualität.“ „Die moderne Mitte bietet viel Platz für vielerlei Marken und eine hohe Preisspreizung.“

Ferdinand Oetker, Generalbevollmächtigter und Gesellschafter der Bankhaus Lampe KG, räumte ein, dass Banken wegen erschwelter Rahmenbedingungen (teurere Refinanzierung, sinkende Bonität der Kreditnehmer, mangelnde Verbriefungsmöglichkeiten) restriktiver bei der Kreditvergabe seien. Die Kreditverfügbarkeit sei vor allem für Kunden mit schwächeren Bonitäten merklich eingeschränkt. „Die Sorge vor einer Kreditklemme bleibt bestehen.“

Auch Oetker ermuntert Unternehmer, möglichst früh mit wichtigen Geschäftspartnern zu kommunizieren und das Vertrauensverhältnis zur Hausbank zu pflegen. Gegebenenfalls sollten sie auch nach alternativen Finanzierungen (ausgewogener Finanzierungs- und Bankenmix) suchen, um nicht unverschuldet in Finanzprobleme zu geraten.

Kultur des Zupackens

■ Auch Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff erschien als Gast zur Katag-Cheftagung in Bielefeld. Katag-Chef Daniel Terberger kündigte den Redner stolz als „zweitbesten“ CDU-Politiker nach Bundeskanzlerin Angela Merkel an. Wulff gab das Lob zurück, rühmte Ostwestfalens Mittelständler. Sie hätten eine

Kultur der Eigenständigkeit und des Zupackens. Diese Eigenschaften seien Garant für wirtschaftlichen Erfolg. Eigentlich, so konstatierte Christian Wulff fast ein bisschen neidisch, gehörten die Ostwestfalen zu seinem Bundesland. Dies hätten allerdings die Gründungsväter der Bundesrepublik 1946 verhindert. (fr)