



Der Verbund- Spezialist

MATTHIAS HÜLZEVOORT

- 1979 bis 1981: Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann/Handelsassistent bei der Peek & Cloppenburg KG, Düsseldorf
- 1982 bis 1989: Abteilungsleiter/Einkäufer P & C Düsseldorf
- 1989 bis 1996: Einkäufer/Abteilungsleiter/ Zentraleinkäufer Anson's Herrenhaus KG, Essen
- 1996 bis 1999: Zentraleinkäufer SinnLeffers AG und WHG Westdeutsche Handelsgesellschaft, Hagen
- 1999 bis 2001: Koordinator HAKA der WHG
- 2001 bis 2009: Leitung der WHG
- Seit März 2009: Geschäftsführer des Katag-Markenkontors, Bielefeld

Matthias Hülzevoort ist der erste hauptamtliche Geschäftsführer des Katag-Markenkontors

Das schwere Holland-Rad wird Matthias Hülzevoort in nächster Zeit seltener als früher aus der Garage holen, um mit der Familie aus seinem Heimatstädtchen Rhode durch die weiten Parklandschaften des Niederrheins oder über die „grüne Grenze“ in die Niederlande zu strampeln. Die neue berufliche Herausforderung als hauptamtlicher Geschäftsführer des Katag-Markenkontors in Bielefeld wird die Freizeit des 49-jährigen deutlich einschränken. „Aber ich habe mich für den Wechsel von Hagen nach Bielefeld entschieden, weil ich in dieser Dienstleistungsplattform eine zukunftssträchtige Organisationsform sehe“, sagt er. Dadurch könne für den Fachhandel auf der einen und die Markenlieferanten auf der anderen Seite eine ergebnisorientierte Win-Win-Situation geschaffen werden, sagt Hülzevoort. „Denn beide Partner

müssen gerade in schwierigen Zeiten eng zusammenstehen.“ Bei diesem Miteinander gehe es nicht nur um die besten Konditionen, es gehe auch um die Performance auf der Fläche, Warenbeschaffung, Lieferzyklen, Vernetzung untereinander, Qualifizierung von Mitarbeitern und vieles mehr. Diese Struktur wolle er mitgestalten und weiterentwickeln, auch sogenannte Markentage oder Marken-Workshops organisieren.

Hülzevoort wird eng mit Claus W. Vocke, der von der Gründung 2004 an bis Ende Februar 2009 das Markenkontor leitete, und Marcus Schönhart, Katag-Vorstand für das Lieferantenmanagement, sowie dem Beirat des Markenkontors zusammenarbeiten. „Es kommt ein großer Aufgabenkatalog auf mich zu“, sagt Hülzevoort. Er werde zunächst das persönliche Gespräch mit vielen der rund 150 Mitglieder des Markenkontors suchen, um ihre Bedürfnisse und Wünsche an die Organisation auszuloten. Parallel dazu wird er auch den Dialog mit den Lieferanten suchen. „Nur über gegen-

seitiges Vertrauen werden wir gemeinsam schlagkräftig sein für die Zukunft.“ Das ist sein Credo, und er weiß, wovon er spricht. Immerhin hat er 30 Jahre Branchenerfahrung und kennt sich durch seine zehnjährige Tätigkeit bei der WHG im Verbundgeschäft bestens aus.

Mit Matthias Hülzevoort besetzt die Katag in ihrem Markenkontor zum ersten Mal die Geschäftsführer-Position mit einem hauptamtlichen Mitarbeiter. Claus W. Vocke betont, dass die Schaffung dieser Führungsebene in dieser Form von Anfang an geplant war. „Aber wir haben uns bewusst Zeit gelassen mit der Aufbauarbeit für diese Dienstleistungsplattform. Nun sind Strukturen geschaffen und die Neuregelungen von Verantwortlichkeiten notwendig geworden.“ Die Komplexität der Aufgaben mache die Bestellung eines hauptamtlichen Geschäftsführers erforderlich. Hülzevoort will dafür vehement in die Pedalen treten. ■

BRIGITTE HERTMANNI