

# Die Katag wird zum Einzelhändler

*Chef-Tagung: Der Bielefelder Einkaufsverbund startet mit E-Commerce und sieht sich gewappnet für die Herausforderungen Beschaffung und Nachhaltigkeit*

Die Katag will das Thema E-Commerce offensiv angehen und wird dabei selbst zum Einzelhändler. Das ist eine der zentralen Botschaften der Chef-Tagung des Einkaufsverbunds, die in der vergangenen Woche in der Bielefelder Firmenzentrale stattgefunden hat. „Der Umsatz im E-Commerce ist in Deutschland seit 2007 um 73% gestiegen, bis 2014 soll er sich erneut um mehr als 40% erhöhen“, sagt Holger Zdora, stellvertretender Vorstand. Künftig will nun auch die Katag davon profitieren.

Im Frühjahr 2012 soll es losgehen, zunächst mit zwei Shops für die Eigenmarken Staccato (KOB) und Basefield (Sportswear für Frauen, Männer und Kinder). Dabei sollen die Anschlusshäuser mit ins Boot geholt und am Erfolg beteiligt werden. Geplant ist ein Modell, bei dem die Katag den Online-Shop betreibt und die kooperierenden Händler eine Umsatzprovision erhalten. Konkrete Details stehen noch nicht fest. Die Höhe der Provision wird abhängig sein vom Kooperationsgrad. Der soll von bloßer Verlinkung bis zur Annahme von Retouren und Abholung der bestellten Ware im Laden reichen. „Wir werden mit unseren Partnern einen Online-Beirat gründen und unter anderem diesen Punkt sowie etwaige Gebietsüberschneidungen diskutieren. Bis Ende des Jahres sollten die Details feststehen“, sagt Zdora. Er geht von einer Umsatzprovision von „5% plus X“

für die Händler aus. „In der höchsten Stufe der Kooperation kann sie sicher auch zweistellig sein.“ Langfristig hat die Katag auch den Start mit stationären Läden auf der Strategie-Agenda. Derzeit ist das aber nicht konkret. „Und wenn, dann wohl als Franchising-Modell“, sagt Zdora.

Zeitgleich mit dem Kooperationsmodell will die Katag ihren Anschlusshäusern künftig auch ein Service-Paket für die Einrichtung eines eigenen Online-Shops anbieten. Das Shop-System kommt von Oxid Esales, das Fulfillment von eFulfillment. Mit potenziellen Partnern für die Bereiche Foto, Hotline, Logistik, Shop-Design, Optimierung, Steuerung und Koordination wird noch verhandelt. Auch hier soll der Online-Beirat die Rahmenbedingungen erarbeiten und die Funktionen des Shops entwickeln.

Was die Kosten für die Händler betrifft, hat die Katag ein Leasing-Modell erarbeitet. In den ersten 24 Monaten fallen pro Monat 549 Euro an, pro Transaktion werden 50 Cent berechnet. Ab dem dritten Jahr soll die Monatsrate auf 199 Euro fallen, die Transaktionsgebühr bleibt bei 50 Cent. In der Gebühr enthalten sind laut Zdora unter anderem die Shop-Software, Warenwirtschaftssystem, Shop-Design sowie Aktualisierung und Implementierung von Tools wie Blog und Trendberichten. „Wenn wir von 50 000 Euro Umsatz mit einem Shop ausgehen, dann belaufen sich die Kosten auf etwa 7000 Euro

pro Jahr, im freien Markt und ohne die Stärke eines Verbunds wären dafür locker 40 000 bis 70 000 Euro fällig.“

Dr. Daniel Terberger blickte in seiner Auftaktrede bei der Chef-Tagung auf ein erfolgreiches Jahr zurück, mit einem „vor einem Jahr noch unvorstellbaren Aufschwung“. Grenzenlos optimistisch ist der Ausblick des Katag-Vorstandsvorsitzenden trotzdem nicht. „Die Baumwollpreise haben sich verdreifacht, die Wollpreise verdoppelt, und die Löhne in den Produktionsländern steigen“, sagte Terberger. Gleichzeitig schwächeln Euro und Dollar, der Renminbi könnte zur Weltleitwährung aufsteigen. Die chinesischen Produzenten werden immer selbstbewusster, fakturieren in ihrer eigenen Währung und verlagern so das Währungsrisiko auf die Einkäufer. „Wir haben deshalb vor einem Monat damit angefangen, Konten mit der chinesischen Währung einzurichten“, sagte Terberger.

Ein weiterer Punkt der Rede Terbergers war das Thema Nachhaltigkeit. „Es ist derzeit vielleicht etwas überlagert durch andere,

**TextilWirtschaft** online  
NEWS | FASHION | BUSINESS

Fotos der Katag-Abendveranstaltung finden Sie in dieser Ausgabe auf Seite 226 und im Internet unter [www.textilwirtschaft.de/szene](http://www.textilwirtschaft.de/szene).

[www.TextilWirtschaft.de](http://www.TextilWirtschaft.de)



Katag-Vorstandschef Dr. Daniel Terberger sprach in seiner Auftaktrede unter anderem über das Thema E-Commerce und über die Preisentwicklung: „Wir werden neue Preislagen etablieren müssen. Der Fachhandel hat dabei den Vorteil, das gegenüber seinen Kunden kommunizieren zu können.“

bleibt aber eines der wichtigsten Themen.“ Ob E-Commerce, Preise oder Nachhaltigkeit, der Katag-Chef sieht den inhabergeführten Fachhandel im Vorteil. Im Internet sei Vertrauen die wichtigste Währung, und das genieße nun mal vor allem der Fachhandel. Was die Preise betrifft, habe er den großen Vorteil, notwendige Preiserhöhungen seinen Kunden direkt kommunizieren zu können. „Und wenn es um Nachhaltigkeit geht, kann man nur sagen, dass der Fachhandel per se nachhaltig ist.“

Die Chef-Tagung der Katag ist jährlicher Treffpunkt der Inhaber und Geschäftsführer der angeschlossenen Modehäuser. Weitere Redner der Veranstaltung in Bielefeld waren u. a. Roman Pollozek (Modehaus Pollozek), Renate Sixt (Sixt AG) und Dr. Reinhard Zinkann (Miele & Cie). Am Abend fand ein Event statt, bei dem u. a. Außenminister Guido Westerwelle und Entertainerin Barbara Schöneberger auftraten.

JÖRG NOWICKI