



Ein bisschen Werbung am Rande: Simone Bögel, Vanessa Brödling und Madeleine Vogel (v. l.) präsentierten Mode von Katag-Eigenmarken wie Basefield. Auch Marken wie Commander, Clarina oder In Linea kommen von der Bielefelder Katag AG. FOTO: WOLFGANG GRUDOLF

# Fehler erkennen und abstellen

Katag-Cheftagung: Einzelhandel muss auf Veränderungen reagieren

VON MARTIN KRAUSE

■ Bielefeld. Daniel Terberger zeigte sich erleichtert. Die heutige wirtschaftliche Situation habe vor einem Jahr, bei der Cheftagung 2009, „keiner erwartet“. Seitdem habe es viele (positive) Überraschungen gegeben, so der Vorstandschef der Bielefelder Katag AG: „Die Wirtschaft kommt mit Voll-dampf aus der Krise.“ Doch es gebe viele Unsicherheitsfaktoren. Die Einzelhändler müssten Chancen und Risiken erkennen, die Rahmenbedingungen änderten sich schnell.

Terberger, der sich über mehr als 400 Teilnehmer bei der Cheftagung 2010 freute („Rekordbesuch“), umriss in knappen Worten die bestimmenden Faktoren für die Zukunft des Handels. ♦ Dazu gehöre vor allem der dramatische technische Fortschritt: Ein Verzicht auf das Internet sei heute kaum noch denkbar, und die Entwicklung gehe weit darüber hinaus.

♦ Der demographische Wandel bringe Verschiebungen in der Kundschaft und folglich im Bedarf mit sich. Das berge auch neue geschäftliche Chancen, ähnlich wie die großen Themen Nachhaltigkeit und Biotrend. ♦ Die Kaufkraft breiter Kundenschichten werde wegen der hohen Verschuldung des Staates zunehmend abgeschöpft. ♦ Deutschland leide im Einzelhandel weiterhin unter einem flächenmäßigen Überangebot von 0,3 Quadratmeter pro Kopf. ♦ Die Werthaltigkeit der Angebote („value for money“) werde wegen des Kaufkraftverfalls und der durch das Internet steigenden Preistransparenz große Bedeutung behalten. Terberger mahnte seine Partner im Einzelhandel: „Man kann Fehler machen“, sagte der Chef des größten europäischen Systemdienstleisters für den mittelständischen Textilfachhandel, doch Entscheidungen müssten schnell überprüft werden, um Fehler zu erkennen und abzustellen. Die Fehler der Oppen-

heims, Schickedanz', Schaefflers und Porsches dürften nicht wiederholt werden: „Wir dürfen nicht überheblich werden.“ Eine wichtige Fehlerkorrektur der Katag erklärte die stellvertretende Vorstandsfrau Angelika Schindler-Oberhaus: Mit der Young-Fashion-Marke Stac-

## »Produkt muss funktionieren«

cato Women sei es nicht gelungen, an der Marktentwicklung teilzuhaben und den Anschluss zu halten. Darum sei die Katag eine strategische Partnerschaft mit der Topaz GmbH und ihrer Madonna-Kollektion eingegangen. Die Düsseldorfer hätten das Knowhow, um selbst schnelle Trends zu erkennen. Topaz übernehme ab Frühjahr 2011 Produktion und Warensteuerung der „neuen“ Staccato. Kritische Zwischentöne waren von Jens Beining vom Detmolder Schuhriesen Wortmann

zu hören: „Das wichtigste ist für uns der Schuh, also das Produkt. Diesen Eindruck hat man im Textilbereich oft nicht“, sagte der Neffe von Firmenchef Horst Wortmann und erntete dafür Applaus. Immerhin bleibe das Produkt beim Endverbraucher „und muss funktionieren“. Beining nutzte die Cheftagung, um Wortmann vorzustellen und die Einzelhändler für das Geschäft mit Schuhen zu begeistern.

Eine andere Welt, nämlich eine Zeitreise, bot der Trendforscher Sven Tollmien seinen Zuhörern. In den nächsten Jahren werde das Internet zunehmend in die reale Welt wachsen, sagt Tollmien. Die Verknüpfung von Informationen und Dingen werde allgegenwärtig, unterstützt durch technische Innovationen wie folienartige Computer, Gesichtserkennung und Kontaktlinsen mit Bildschirm. Händler sollten auf das Internet 4.0 („always online“) vorbereitet sein, findet Tollmien: Bald werde es möglich, Kunden jederzeit anzusprechen. Allüberall.

# Mehr als ein Plausch unter Freunden

Guttenberg diskutiert mit Unternehmern in Bielefeld

VON MARIUS GIESSMANN

■ Bielefeld. Lautstarkes Gelächter schallt durch das Hauptschiff der umgebauten Martini-Kirche. Es gilt dem Verteidigungsminister Karl Theodor zu Guttenberg – besser einem seiner Scherze. Denn der Politiker erfreute sich gestern Abend im „Glück und Seligkeit“ bester Laune und rhetorischer Form. So traf der Ehrengast der Katag-Cheftagung in Bielefeld von Anfang an den Nerv der teilnehmenden Unternehmer.

„Hier eingeladen, fühle ich mich fast schon als wirtschaftspolitische Altlast“, begrüßt er das Publikum. Dabei genieße er doch, einen Abend lang statt des Berliner Treibandes harten westfälischen Boden spüren zu können. Tosender Applaus.

Dann wurde er ernst und holte zum argumentativen Rundumschlag aus. Das Zusammen-

spiel von Sicherheitspolitik und wirtschaftlichen Interessen war sein Thema an diesem Abend, das er in seiner geschliffenen Rede mit allerlei kritischen Einschüben flankierte. Angelehnt an den Rücktritt des ehemaligen Bundespräsidenten Horst Köh-

ler und die anhaltenden Querelen innerhalb der Bundesregierung mahnt er, der Wähler dürfe ein Mindestmaß an Umgangsformen und Stil auch von einer Koalition erwarten.

Mit deutlichen Worten konstruierte er anschließend das

komplexe Zukunftsszenario für die Sicherheits- und Wirtschaftspolitik. Besonders wichtig seien dabei auch der Schutz vor jeglicher Art von Piraterie und die Wahrung der Ressourcen- und Datensicherheit. „Das hat nichts mit Science Fiction zu tun“, sagte er. „Es ist tägliche Realität, dass Angriffe auf Unternehmensgeheimnisse erfolgen.“

Im Anschluss an seine Rede diskutierte Guttenberg mit Gastgeber Daniel Terberger, sowie den Unternehmern Karl-Erivan Haub, Jens Fiege, Franz-Peter Falke und Ferdinand Klingenthal. Am Ende erhielt der Minister – wie alle Podiumsgäste – noch eine Flasche Champagner der Marke Dom Pérignon. Und ein vollmundiges Versprechen von Terberger: „Das war eine Riesengeste an uns als Mittelständler. Ich denke, der Loyalität dieser Mittelständler können Sie sich sicher sein.“



Duzfreunde: Verteidigungsminister Karl Theodor zu Guttenberg (l.) folgte der Einladung von Katag-Chef Daniel Terberger und Gattin Elisabeth Prinzessin in Bayern. FOTO: CHRISTIAN WEISCHÉ