

Wöhl tritt der Katag-Zentralregulierung bei. Ein weiterer Schritt in einer zunehmend engen Zusammenarbeit des Bekleidungsfilialisten und der Verbundgruppe.



Wöhl-Einkaufschef Gerhard Kränzle (links) und Katag-Vorstand Marcus Schönhart arbeiten künftig noch intensiver zusammen.

„Wir passen gut zueinander“

In letzter Zeit sehen sich Marcus Schönhart und Gerhard Kränzle öfter. Der Katag-Vorstand und der Wöhl-Einkaufs- und Vertriebschef haben viel zu besprechen. Es geht um Ware und Lieferanten, um Marketing- und organisatorische Fragen. Und immer geht es auch darum, Prozesse zu verschlanken und Kosten zu senken. Seit eineinhalb Jahren kauft der Nürnberger Bekleidungsfilialist bei der Bielefelder Verbundgruppe ein. Aktuell gibt es 36 Baselfield Men-Flächen (siehe Foto), zwölf Baselfield Women sowie 36 In Linea-Flächen bei Wöhl. Auch die Katag-Marken Staccato Kids und Clarina finden sich in den Stammabteilungen der Wöhl-Häuser.

Seit Anfang Juni nutzt der Filialist darüber hinaus auch die Katag-Zentralregulierung. Rund 200 Lieferanten haben laut Schönhart eine ZR-Vereinbarung mit der Verbundgruppe unterschrieben, etwa 120 beliefern auch Wöhl. Ein signifikanter Anteil am Einkaufsvolumen der Nürnberger wird nun buchhalterisch über Bielefeld abgewickelt. „Die Katag und Wöhl passen gut zueinander“, sagt Kränzle. Die Partnerschaft sei überdies sehr freundschaftlich geprägt. Für den Wöhl-Einkaufschef stand bei der Entscheidung für die Zentralregulierung weniger die Aussicht auf verbesserte Konditionen im Vordergrund. „Wichtig war mir vor allem, dass wir die Prozesse verschlanken.“ Man habe jetzt im Rechnungswesen für etliche Vorgänge nur noch einen Ansprechpartner. Wöhl ist mit seinen 40 Häusern einer der bedeutendsten Katag-Partner. Dass es wegen Standortüberschneidungen Probleme mit anderen Händlern der Katag geben könnte, sieht Schönhart nicht. „Der Markt rückt einfach stärker zusammen. Viele

Händler werden wissen, dass sie von unserer Zusammenarbeit mit Großen wie Wöhl eher profitieren.“ Am Ende hätten aufgrund der Volumenbündelung im Einkauf alle Partner etwas davon. Für die Bielefelder ist Wöhl nicht der einzige Großkunde. Seit vier Jahren schon arbeitet die Katag mit Marktkauf zusammen, seit drei Jahren mit Toom. Anfang des Jahres gab man die Kooperation mit Globus bekannt. Das SB-Warenhaus-Unternehmen hat seine Bekleidungsabteilung an die Bielefelder ausgelagert.

Die Zentralregulierung ist nicht der letzte Schritt in der Zusammenarbeit von Katag und Wöhl. Konkret mache man sich über den Ausbau der Wöhl-Eigenmarken Gedanken. Aktuell sind 12 % der Ware im Sortiment Eigenmarken. Wöhl unterteilt die drei eigenen Labels in Stilwelten. Dazu gehören die Marken Rudolf Wöhl mit einer eher zeitlosen und klassischen Ausrichtung, die moderne, junge Linie Yannick sowie die Linie Car-

naby's. Die Nürnberger hatten den Private Label-Anteil in den vergangenen Jahren eher zurückgefahren, wollen ihn aber jetzt wieder hochfahren. Insbesondere in der Stammabteilung.

„Die Aufgabe der Katag wäre es dann, als Dienstleister für diese Marken aufzutreten“, so Schönhart. Die neue Marke müsse nicht unbedingt als eine Einstiegspreislage im Sortiment positioniert werden, meint Kränzle. „Wir wollen mit der Eigenmarke vor allen Dingen einen Mehrwert für den Kunden schaffen.“

Schönhart und Kränzle reden über noch viele weitere Möglichkeiten der Kooperation. „Da kommen noch einige Dinge, die wir gemeinsam vorhaben“, versichert Schönhart. Beispielsweise in der Werbung, im IT-Bereich und bei anderen Dienstleistungen. Für beide wird es also auch weiterhin genügend Gesprächsstoff geben. ■

ANDRÉ BANGERT

Katag und Wöhl in Zahlen

Das Ergebnis der Katag AG hat sich im Geschäftsjahr 2008 (31.12.) um 26,7 % gesteigert. Der Jahresüberschuss lag bei 3,8 Mill. Euro, nach 3 Mill. Euro im Vorjahr. Der Umsatz stieg um 1,5 % auf 675 Mill. Euro. Die Zahl der betreuten Standorte ist laut Katag von 179 auf 197 gestiegen, während die Zahl der Vertragspartner von 386 auf 380 sank. Die Katag-Händler erzielten 2008 einen Umsatzzuwachs von 0,5 %. „Auch aktuell liegen unsere Händler aufgelaufen leicht im Plus“, so Vorstand Schönhart. Für 2009 rechnet die Katag mit einem leichten Umsatzplus.

Die Rudolf Wöhl AG verzeichnete im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres 2009/10 (31.03.) einen Umsatzrückgang um 1,7 % auf 83,9 Mill. Euro. Das Betriebsergebnis vor Steuern verbesserte sich allerdings auf 2,4 Mill. Euro. Was das aktuelle Geschäftsjahr angeht ist Wöhl-Einkaufschef Gerhard Kränzle optimistisch. „Das Einkaufsvolumen ist bei uns auf ein Pari ausgerichtet.“ Die Nürnberger eröffnen außerdem im Oktober eine weitere, 4300 m² große Filiale im Shopping-Center Nova Eventis in Günthersdorf zwischen Halle und Leipzig. ■ AB