



Daniel Terberger:
Der Unternehmer
ist ein großer
Netzwerker.

imago/teufelpress

Daniel Terberger

Ein Helfer in der Krise

Der Bielefelder kämpft als Dienstleister für Modehändler gegen die Flaute in der Branche.

Daniel Terberger setzt voll auf die Fashion Week in Berlin: Dort hat der Vorstandschef der Katag AG einen eleganten Showroom gemietet am Gendarmenmarkt, mit Blick auf den deutschen und den französischen Dom. Das „Karlsson Penthouse“ soll Einzelhändler locken, die dann möglichst viel von der neuesten Kollektion der Marke „(The Mercer) N.Y.“ bestellen.

„Die Marke verkaufen wir nur in unserem Berliner Showroom zur Fashion Week“, erzählt der Unterneh-

mer aus Bielefeld. Das heißt: Wenn er Facheinzelhändler von Hamburg bis München nicht in Berlin überzeugen kann, hat er mit der Marke ein Problem.

Die Marke ist eines von neun Labels im Modereich von Terbergers Katag. Das umfasst auch solche Marken wie „Jette“, die von der deutschen Designerin Jette Joop betreut wird, „Staccato“ oder „Basefield“.

Die Bandbreite von bezahlbarem Luxus wie The Mercer bis zu preiswerteren Marken scheint zumindest im vergangenen Jahr funktioniert zu haben. Der „Modedienstleister“, wie sich Terberger gerne bezeichnet, hat den Umsatz der Katag um fast vier Prozent auf rund 1,1 Milliarden Euro gesteigert. Und die rund 350 Händ-

„
Mit „The Mercer“ hatten wir das Glück, früh auf den Trend zu bezahlbarem Luxus zu setzen.

Daniel Terberger
Vorstandschef Katag

ler, die sein Unternehmen berät und die bei ihm einkaufen, haben ein Plus von knapp einem Prozent geschafft. Das ist viel in einer Branche, die nach Berechnungen der „Textilwirtschaft“ zwei Prozent Umsatz gegenüber dem Vorjahr verloren hat. Mit Terberger gegen den Trend.

Wenn der 50-jährige Bielefelder darüber spricht, was sein Unternehmen von anderen in der Modebranche unterscheidet, holt er gerne weit aus. Er kämpfe leidenschaftlich für seine Kunden: „Das reicht vom kleinen Einzelhändler in einer mittelgroßen Stadt bis zu Lodenfrey in München.“

Das vor 90 Jahren als Textileinkaufsverband gegründete Unternehmen verkauft den Fachhändlern viele Dienstleistungen vom Wareneinkauf über Logistik und IT bis zu Vertrieb und Mitarbeiterschulungen.

Terberger ist ein großer Netzwerker. Das bestätigt auch Mark Bezner, geschäftsführender Gesellschafter der Hemdenmarke Olymp, der Terberger „als äußerst kompetenten Gesprächspartner schätzt“. Terberger berät viele Familienunternehmen bei Fragen zum Generationswechsel. Seine prominenteste Position hat er im Beirat des Modekonzerns S.Oliver („Comma“, „Liebeskind“). Dort war der Übergang von Inhaber und Gründer Bernd Freier auf einen externen Manager an der Spitze schiefgegangen. Nun soll Terberger mithelfen, dass es im zweiten Anlauf mit dem neuen CEO Gernot Lenz gelingt.

Doch auch mit seinem eigenen Unternehmen hat Terberger, der mit Elisabeth Herzogin in Bayern verheiratet ist, genug zu tun. Mit der Marke „The Mercer“, die er erst Anfang 2012 auf den Markt gebracht hat, will er weiter wachsen. „Mit der Marke hatten wir das Glück, früh auf den Trend zu bezahlbarem Luxus zu setzen.“ Ob der Trend anhält, weiß er vielleicht schon Ende dieser Woche. Dann ist das Modespektakel in Berlin vorbei. Georg Weishaupt