

Wenn Reiche Federn lassen müssen

Luxusgüter sind in Teilen der Welt weniger gefragt, das spürte auch der Ladenbauspezialist Ganter

VON UNSEREM REDAKTEUR
BERND KRAMER

WALDKIRCH. Thomas Flach staunte nicht schlecht: Plötzlich hatte der Kinzigtälner Bauleiter des Waldkircher Ladenbauspezialisten Ganter Interior eine Einladung des usbekischen Staatspräsidenten Isom Karimov auf dem Tisch. Flach sollte dem Präsidenten höchstpersönlich die Geländer für das neue Kongresszentrum in der usbekischen Hauptstadt präsentieren. Ganter hatte zuvor den Auftrag bekommen, wesentliche Teile des palastähnlichen Gebäudes auszubauen. Im Taxi raste Flach zum Herrscher. Zur persönlichen Begegnung kam es zwar nicht, dafür bekam der Bauleiter den Auftrag, die ohnehin nicht ganz billigen Bauteile noch etwas aufzutunzen. Mehr Edelmetall könne nicht schaden, hieß es aus dem Präsidentenbüro. Der Bau diene ja repräsentativen Zwecken.

26 Millionen Euro betrug das Ganter-Auftragsvolumen für den Bau, der die Usbeken noch lange an ihren Herrscher erinnern wird. Die Bestellung war die größte in der 15-jährigen Geschichte des Unternehmens. Damit haben Geschäftsführer Michael Ganter und das Mitglied der Geschäftsleitung, Felix von Knobelsdorff, eine gute Basis für das laufende Geschäftsjahr 2009/2010, in dem sie den Umsatz um 50 Prozent steigern wollen.

Solche Umsatzsprünge waren bei dem Waldkircher Familienunternehmen zuletzt die Regel. Ganter hat sich vor allem mit dem Bau von Läden für Anbieter von Luxusartikeln einen Namen gemacht. Ob



Kongresszentrum in Taschkent –
Einrichtung von Ganter FOTO: GANTER

in den USA, Großbritannien oder Indien – die Einrichtung der Shops bekannter Marken wie Apple, Burberry oder des Diamantenanbieters DeBeers stammt oft aus Südbaden. Die Luxushersteller geben die Aufträge für das Ladendesign an Architekten. Die wiederum wenden sich gerne an Michael Ganter und seine Mannschaft. Die Waldkircher konstruieren die passenden Einrichtungsgegenstände, organisieren den Innenausbau und sorgen dafür, dass alles zur richtigen Zeit und an den richtigen Ort kommt.

Vor der Krise war das ein echtes Boomgeschäft. Dank der hohen Wachstumsraten ihrer Volkswirtschaften konnten es

sich Asiaten, Russen und Menschen aus den Ölstaaten zunehmend leisten, teure westliche Markenartikel zu kaufen. Boni-verwöhnte Banker in New York oder London gaben ihr Geld gern in von Ganter gestylten Geschäften aus. Oder zogen in von den Waldkirchern eingerichteten Luxus-Apartments ein. „Wir haben von der Blase gelebt“, sagt Michael Ganter.

Bis die Krise kam und die Einkommen und Vermögen vieler Reicher zusammenschmelzen ließ. Das spürte auch Ganter: Im ersten Halbjahr 2009 verzeichnete das Unternehmen ein Umsatzminus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Das Unternehmen reagierte. Die 20 geplanten Neueinstellungen wurden zurückgestellt, frei werdende Arbeitsplätze zum Teil nicht mehr besetzt, einige befristete Arbeitsverträge nicht mehr verlängert und Überstunden abgebaut. Die Mitarbeiterzahl sank von 183 auf 167. Am Ende des Geschäftsjahres 2008/2009 war der Umsatz um neun Prozent auf 54,5 Millionen Euro gestiegen – gerechnet hatte man mit einem Wachstum von 60 Prozent. Im Vergleich zur Konkurrenz trotzdem gute Zahlen: Die verzeichnete im Durchschnitt Umsatzverluste, sagt Michael Ganter.

Angesichts der Krise haben von Knobelsdorff und Ganter vermehrt Mode-Discounters wie Takko im Auge, bei denen in relativ kurzen Zeiträumen viele Läden nach dem gleichen Muster eingerichtet werden müssen. Und sie vertrauen natürlich auf ihren Ruf. Schließlich schwört sogar ein Präsident im fernen Usbekistan auf die Einrichtungen made in Südbaden.