

Das EK-Konzept im 'mi'-Check: Ein Besuch bei küchenplus PLAG

Damit Sie, **verehrte Leserin, geehrter Leser**, korrekt einordnen können, wie es zu dem nun folgenden Artikel über das **küchenplus**-Konzept der **EK (EK/servicegroup)** kam, hier ein kleiner Abriss der Vorgeschichte:



Beim Get-together der **IFA Kickoff**-Veranstaltung am 27. Juli dieses Jahres stand Ihr 'mi'-Chefredakteur zu einem kleinen Plausch u. a. mit **Jochen Pohle**, Vorstand der EK, und **Martin Wolf**, Head of Sales

& Marketing Electro/Kitchen/Lightning, zusammen. Beide berichteten ihm über ihre Aktivitäten rund um die und während der **IFA 2024**. Das überzeugte Ihren 'mi'ler so sehr, dass die Redaktion darüber einen Bericht in Ihrer Mö-Ausgabe 34/24 veröffentlichte. Nicht zuletzt, aber auch, weil die EK mit küchenplus die einzige Verbundgruppe aus dem Küchenbereich war, die in Berlin unterm Funkturm Flagge für den inhabergeführten und qualifizierten Küchenfachhandel zeigte. Im Nachgang dazu interessierte uns nun intensiver, was die EK für die Mitgliedsunternehmen darüber hinaus noch zu bieten hat. Ehrlich gesagt erschienen die Bielefelder bisher nicht so ganz zentral auf dem 'mi'-Branchenradar. Bei den meisten unter Ihnen wird es auch so oder ähnlich sein. Also wollten wir uns das Leistungsprofil der EK mit dem Konzept küchenplus einmal näher anschauen.

Dazu suchten wir das intensive Gespräch mit Martin Wolf und **Christian Claes**, Senior Concept Manager küchenplus. Martin Wolf erklärt uns eingangs in wenigen Worten das Prinzip EK küchenplus: „Wir bieten für alles



eine Lösung!“ Heißt: „Den Einkauf haben wir durch die Zusammenarbeit mit der **Garant outgesourced. Marketing und Vertrieb erledigen wir komplett eigenständig.**“ U. a., so hebt er hervor, könne jeder küchenplus-Händler – mittlerweile gibt es 58 davon, z. T. mit bis zu sechs Standorten – auf Exklusiv-Geräte, auch im Einbaubereich, zurückgreifen. Sie seien mit speziellen Features ausgestattet und böten dem Händler eine sehr attraktive Marge. Darüber hinaus: „Wir verstehen uns als **Unternehmernetzwerk, für das wir stets neue Mitglieder suchen. Das sollten Typen sein, die Lust darauf haben, sich intensiv einzuschalten und konstruktiv einzubringen.**“ Auf Nachfrage erfahren wir, dass es in diesem Bereich der EK drei Strukturen gibt: **1.)** Diejenigen, die quasi als hybride Händler (Weiße Ware und Küche) die beiden Konzepte **electroplus** und küchenplus nutzen – mit den beiden Marken nach außen so auch erkennbar. **2.)** Diejenigen, die als reine Küchenfach-

händler allein der küchenplus-Gemeinde angehören sowie **3.)** diejenigen, die ausschließlich mit ihrem Händlernamen und ohne den küchenplus-Zusatz nach außen auftreten. Martin Wolf betont: „*Der Service bleibt im Prinzip bei allen dreien gleich.*“ Zudem sei die aktuelle Händlerstruktur von der Betriebsgröße her betrachtet sehr heterogen. Es gebe einige kleine mit einem Umsatz von ca. 200.000 € und wiederum andere mit mehreren Millionen Euro. „*Das Konzept funktioniert bei allen*“, ist Martin Wolf überzeugt. Soweit die grobe Skizze.

Christian Claes erklärt: „*Unsere Konzepte fußen auf drei Säulen: Das Online- & Offline-Marketing, die Marken & Produkte sowie das Store Design. 360° Marketing heißt bei uns 'Vernetztes Marketing auf allen Kanälen'. Es besteht im Wesentlichen aus diesen Elementen:* ■ **Google Marketing (Google, Google MyBusiness, Google Ads)** ■ **Facebook** ■ **Instagram** ■ **Pinterest** ■ **TV** ■ *individuell nach systematischem Baukastenprinzip gestaltete Website – inkl. Checkliste zur Lead-Generierung* ■ *personalisiertes B2C-Lifestyle-Magazin 'Küchenzauber'* ■ *Küchenfragebogen (digital und Print)* ■ *Award Marketing* ■ *Küchengütepass* ■ *Bewertungskarten* ■ *PoS-Werbematerial* ■ *Prospekte* ■ *Newsletter.* Zudem bieten wir *Hilfestellung beim Recruiting von Mitarbeitern sowie Küchenmodernisierung, Initiierung und Steuerung von Mega-Kampagnen in Zusammenarbeit mit Top-Markenherstellern sowie eine Garantieverlängerung.*“ Unsere beiden küchenplus-Gesprächspartner sind überzeugt, dass ihr Leistungskanon optimal abgestimmt ist auf die Zielgruppe der Endverbraucher, die gut verdienen, serviceorientiert sind, nachhaltig agieren, starke Marken bevorzugen, Wert auf Freizeit und qualitative Familienzeit legen und schließlich schnell entscheiden.

Dass Martin Wolf und Christian Claes uns Ihr Portfolio so überzeugend überbringen, das ist deren Job. Und den machen sie zugegebenermaßen verdammt gut und mit einer gehörigen Portion authentischer Begeisterung. Nicht, dass 'mi' ihnen misstraut, aber wir wollen uns mit eigenen Augen und Ohren ein Bild davon machen, wie das küchenplus-Konzept in der Praxis, bei den daran teilnehmenden Küchenfachhändlern, funktioniert. Dazu haben wir **electroplus küchenplus PLAG** in Schwalmstadt ausgesucht und das Unternehmen besucht. Vorab: Es war ein äußerst angenehmer wie hochinteressanter Vormittag, den wir im intensiven Gespräch mit Geschäftsführer **Frank Draxler** und seinem Mitstreiter in der Geschäftsführung, **Valentin Koslow**, verbrachten. Hier zunächst einige Eckdaten zum Unternehmen und seiner Historie:

Ihr direkter Draht zur Redaktion Möbel-Fachhandel: +49 (0) 211 6698-125

■ Fax: +49 (0) 211 6698-350 ■ E-Mail: moebel@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/moebel

■ 1885 Unternehmensgründung durch **Justus Plag**. Gegenstand: Handel mit landwirtschaftlichen Produkten. Es folgten

■ 1920 Sohn **Peter** ■ 1946 **Ludwig Plag** und ■ 1984 **Horst Plag**; Umwandlung in eine Kundendienststelle für Hausgeräte in Treysa – Ortsteil von Schwalmstadt

■ 1988 Eröffnung eines neuen Geschäfts mit Hausgeräte- und Küchenausstellung. Der Schwerpunkt: Vertrieb von **Miele**-Produkten

■ 1992 Verlegung an den heutigen Standort in einen modernen Neubau mit einer Verkaufsfläche von mehr als 1.000 m² ■ 1.1.2004 Verkauf an den heutigen Inhaber Frank Draxler (beruflicher Lebenslauf: fundierte Ausbildung zunächst zum Großhandelskaufmann, dann Weiterbildung bis zum Betriebswirt und anschließender Arbeit im Fachgebiet Hausgeräte und Küchen. 1992 Wechsel in den Außendienst von Miele. Wichtig: Der Branche immer treu geblieben) ■ Marken: Anfangs Miele, **Hofemeier**, **K&M** und **Dammer**, später dann **Nieburg** und auf Anfrage **Nobilis**. Heute werden mit den **Häcker**- und **Ballerina**-Sortimenten eine Vielzahl von Kundenwünschen erfüllt. Zudem: Ein Sortiment von Haus- und Großgewerbegeräten

■ April 2011 Eröffnung der komplett sanierten Filiale in Fritzlar

■ Derzeit 30 Mitarbeiter (u.a. vier Schreiner im Montageteam, drei Elektriker (ein Meister), zwei Auslieferungsfahrer, vier Küchenverkäufer, vier Verkäufer Weiße Ware/Ersatzbedarf)

■ 1.000 m² Ausstellungsfläche, davon ca. 700 m² mit 16 Küchen-Kojen

■ Durchschnittswert der verkauften Küchen zwischen 17.000 und 25.000 €. Das Umfeld: ■ 20.000 Einwohner im Nahbereich (ländlich strukturiert). Darüber hinaus: ■ 88.000 Haushalte in einem Umkreis von ca. 80 km Radius, Kassel und Marburg mit seinen ca. 22.300 Studenten quasi vor der Haustüre. Ebenso von Bedeutung: ■ Kunden auf Empfehlungen, verteilt über die gesamte Republik von Sylt über Hamburg, Frankfurt, Nürnberg, München, Stuttgart bis Garmisch. Und nun im Folgenden eine kurze Zusammenfassung der Gesprächsschwerpunkte:

'mi': **Wie kam es zur Verbindung mit EK?** – Frank Draxler: „Bis 2003 waren wir als verbandsfreier Händler tätig. Wir stellten uns dann aber zunehmend Fragen wie 'Wo wollen wir hin?' oder 'Welche Küchen können wir statt Miele Küchen verkaufen?' und letztlich auch 'Welche Verbundgruppe passt zu uns?'. Wir schauten uns bei zwei, drei in Frage kommenden Verbänden um, letztlich kam dann aber nur die EK in Betracht.“

'mi': **Was gab den Ausschlag dafür, Mitglied in der EK zu werden?** – Frank Draxler: „Erst einmal die Historie der Genossenschaft. Zudem waren die ersten Schritte zum Beitritt so unkompliziert. Man ist uns offen gegenübergetreten, hat uns ein Höchstmaß an Transparenz gewährt. Zudem war uns die EK sehr hilfreich zur Seite gestanden, als die Nachfolge von Horst Plag auf mich über ging. Und schließlich merkten wir, dass die

menschliche Ebene zwischen unseren EK-Ansprechpartnern und uns stimmte – und noch immer stimmt! Wir waren uns schon damals sicher: Mit denen können wir arbeiten.“



Christian Claes, Valentin Koslow, Frank Draxler, Georg Clemens ('mi')
© mi

'mi': **Wie hat sich diese Zusammenarbeit dann entwickelt?** – Frank Draxler: „Zuerst lag der Schwerpunkt auf der Weißen Ware. Dann bauten wir aber ziemlich schnell das Segment Küchen aus. Durch die Kooperation von EK mit Garant beim Bezug der Produkte ist der Bereich Küche auch bei uns noch einmal enorm gewachsen. Denn damit hat sich die EK erneut optimiert und noch besser aufgestellt. Insbesondere unter Herrn Claes kam zusätzlicher frischer Wind hinein. Auf einmal gab es Aktionen, mit denen wir noch erfolgreicher arbeiten können. Zwischendurch haben wir unsere Mitgliedschaft zwar immer wieder mal hinterfragt, aber sind jedes Mal zu dem eindeutigen Ergebnis gelangt, bei der EK zu bleiben. Auch hier war und ist die menschliche Ebene ein wichtiger Faktor für unsere Entscheidung!“

Frank Draxler lobt die EK: „Die Zusammenarbeit mit der Buchhaltung läuft sehr gut. Die gestaltete sich selbst in Krisenzeiten wie Corona absolut super! Ich hatte stets das Gefühl, dass man offen auf uns zugegangen ist und uns genau die Unterstützung angeboten hat, die wir benötigten. Wir waren uns immer sicher: Da in Bielefeld ist nicht nur jemand, der Ware verkauft, sondern ein kompetentes und engagiertes Team, das sich um unsere Anliegen tatsächlich kümmert – egal in welcher Abteilung, ob Innendienst, Außendienst oder bei der Online-Betreuung. Einfach super! Besonders die Marketingunterstützung, off- wie online, treibt die EK ganz aktiv für uns voran. Mit dem Eintritt von Martin Wolf in die Dienste der EK ist eine unglaubliche Zukunftsvision, Inspiration und Motivation hinzugekommen, um im Markt zu bestehen. Durch die Herauslösung des küchenplus-Konzepts aus dem EK-Konstrukt heben wir uns deutlich von den übrigen EK-Sparten ab, haben eine eigene CI, eigene Marketingunterstützung. Das funktioniert bestens! Früher haben wir versucht, alles in Eigenregie zu bewerkstelligen. Das hatte dann auch halbwegs funktioniert. Aber seitdem wir den von der EK zur Verfügung gestellten Werkzeugkasten nutzen, haben diese hochprofessionellen Tools zu einer erheblichen Zeitersparnis geführt. Dinge, die wir in der Firma nicht abbilden können, geben wir vertrauensvoll in die Hände der EK. Folge: Das Geschäft mit den Kunden ist viel intensiver geworden.“

Zudem funktioniert das Miteinander zwischen EK und den Mitgliedern. Beispiel: Wenn wir glauben, dass sich etwas an unserem Marktauftritt ändern muss, kontaktieren wir unsere Ansprechpartner bei der EK, geben Tipps und machen Vor-

schläge hin zu einer Optimierung. Die werden dann in der Regel auch erkannt, berücksichtigt und anschließend umgesetzt. Heißt: Die EK arbeitet kontinuierlich und intensiv mit uns daran, dass wir am Markt sichtbar werden bzw. bleiben. Auch den Einsatz schätzen wir an der EK.“ 'mi': **Wie lautet Ihr bisheriges Fazit nach gut 20 Jahre als EK-Mitglied?** – Frank Draxler: „Die EK zeigt für uns ein erhebliches Engagement in einem breiten Spektrum an Geschäftsprozessen und -feldern. Das beobachten wir auch bei unseren EK-Kollegen. Jedes Mitglied wird wahr- und ernstgenommen. Wir sind zufrieden mit der EK. Eigentlich sind wir sehr zufrieden mit der EK! Aber das sagen wir natürlich nicht! ;-)“

'mi' meint: Warum haben wir uns so viel Zeit genommen, um Ihnen ein zugegebenermaßen eher kleines Verbundgruppenkonzept für den Bereich Küche vorzustellen? ■ Nun, zum einen, weil wir glauben, dass es auf lange Sicht nicht so klein bleiben, sondern aufgrund zahlreicher Eckpunkte im Portfolio über kurz oder lang den ihm gebührenden Zulauf an Neumitgliedern erhalten wird. Obwohl wir vor unseren Recherchen

schon eine grobe Ahnung von der Leistungsfähigkeit der EK und dem küchenplus-Konzept hatten, hat uns jetzt die Quantität und die Qualität der Aktivitäten doch noch einmal überrascht – im positiven Sinne ■ Zum anderen gehört es zum Credo Ihrer 'mi'-Redaktion, dass der mittelständisch geprägte und inhabergeführte Küchenfachhandel dann eine selbstbestimmte Zukunft hat, wenn er vor einer vielfältigen Verbundgruppenlandschaft agiert, in der zahlreiche unterschiedliche Akteure und Konzepte ihm zur Seite stehen wollen und er sich genau die aussuchen kann, die 100 % zu ihm persönlich, seiner Geschäftsidee und seinem Umfeld passen. Zudem: ■ Je kleiner das Oligopol auf Verbundgruppenseite wird – und es ist in den letzten Jahren schon fast beängstigend schnell geschrumpft –, um so kleiner wird auch die Macht des einzelnen Küchenfachhändlers. Denn: Er muss, will er nicht das aufreibende Leben eines Einzelkämpfers führen, dann womöglich mit denen kooperieren, die eigentlich nicht seinen Ansprüchen und letztlich seinem Naturell entsprechen. Last but not least: ■ **Nicht nur Frank Draxler hat die starke menschliche Komponente beim EK-Konzept küchenplus beeindruckt!!!**

Lehrfabrik Möbelindustrie Löhne ist offiziell on

Mit einem feierlichen Festakt vor rund 150 Gästen hat am Montag nach nur 16-monatiger Bauzeit das neue Aus- und Weiterbildungszentrum der Möbelbranche, die **Lehrfabrik**, jetzt ganz offiziell die Türen geöffnet. Um dem Fachkräftemangel etwas entgegenzusetzen, wurde das innovative Projekt unter Federführung des **Verbands der Holzindustrie und Kunststoffverarbeitung Westfalen-Lippe VHK** gemeinsam mit dem Dienstleistungspartner **Zeus GmbH** entwickelt. Im Juli 2021 schließlich wurde eine Trägergenossenschaft mit den zahlreichen Kooperationspartnern gegründet, die aktuell auf 16 Mitglieder angewachsen ist. Die Lehrfabrik erhält vom **Bund** und vom **Land NRW** eine Förderung von 22,5 Mio. €, die Investitionen in Gebäude und Ausstattung liegen bei ca. 25 Mio. €.



Andreas Wagner, Vorsitzender des VHK sowie des Aufsichtsrates der Lehrfabrik, bedankt sich bei den beteiligten Parteien aus der Politik sowie der Möbel- und Technologiebranche und sagt: „Wir sind stolz auf die Realisierung dieses einzigartigen Projekts. Mit der Lehrfabrik Möbelindustrie wirkt unsere Branche aktiv dem Fachkräftemangel entgegen, indem wir die Attraktivität und Professionalität der Ausbildung weiter steigern.“

Jan Kurth, GF der **Verbände der deutschen Möbelindustrie** und Vorstand der Lehrfabrik, sieht große Herausforderungen im Fachkräftemangel, da das durchschnittliche Alter in der Möbelindustrie schon 2023 bereits bei 46,4 Jahre lag, in der Metall- und Elektroindustrie aber bei 43 Jahren. Er sieht in der Lehrfabrik „eine wegweisende Initiative zur Sicherung der Fachkräfte für unsere Hersteller in Ostwestfalen-Lippe und auch darüber hinaus“. Der GF der Lehrfabrik, **Markus Kamann**, betont die „erstklassige berufliche Aus- und Weiterbildung“.

Die Azubis haben in dem neuen Zentrum die Möglichkeit, an hochmodernen und komplexen Anlagen praktisch zu üben,

was im Produktionsalltag oft nur eingeschränkt darstellbar ist. Das Bildungszentrum bietet eine hochmoderne realitätsnahe Umgebung und vollständige Produktionsketten mit Wareneingang, Produktion von zerlegten und montierten Möbeln, Qualitätssicherung und Versand. Die Ausstattung: z. B. Sägemaschinen, computergesteuerte Maschinen zum Fräsen und Bohren von Materialien wie Holz und anderen Werkstoffen, Planungs- und Produktionssteuerungssysteme mit moderner Software. Digitalisierung, Vernetzung und Nachhaltigkeit spielen in allen Bereichen eine Rolle. Robotics-, Elektronik-, Pneumatik- und Logistik-Labs stehen für spezielle Schulungen ebenfalls zur Verfügung. **Das Angebot der Lehrfabrik umfasst die Berufsorientierung, Ausbildung, Weiterbildung und Zusatzqualifikationen.** Ausgebildet wird in Holzmechanik, Mechatronik, Fachinformatik, Maschinen- und Anlagenführung, Elektronik für Betriebstechnik, technisches Produktdesign, als Fachkraft für Lagerlogistik und in kaufmännischen Berufen. Bereits Berufstätige können sich spezialisieren und weiterbilden in technischen und digitalen Bereichen, z. B. in industriellen Bildverarbeitungssystemen. Aber auch Führungskräfte trainings, Umschulungen und Schnupperpraktika sowie berufsvorbereitende Maßnahmen werden in Löhne angeboten. Es wird mit bis zu 450 Teilnehmern pro Jahr gerechnet. Die Lehrfabrik Möbelindustrie wird Teil von **BANG Berufliches Ausbildungsnetzwerk im Gewerbebereich**. Das Recruiting potenzieller Azubis in der umliegenden Umgebung läuft.

'mi' meint: Der Bedarf an Fachkräften war bei den Küchenmöbelherstellern sicherlich schon mal größer als es aktuell der Fall ist, aber dennoch: Es kann gar nicht genug in hochqualifizierte Bildung investiert werden! Und es ist zu wünschen, dass dieses Vorzeigeprojekt auch andere Industriezweige inspiriert trotz der aktuellen Flaute und den bevorstehenden nationalen und globalen Unwägbarkeiten. Wir sollten unsere Zukunft nicht verschlafen!

Aus Wirtschaft und Branche: Für Sie sortiert, verschraubt, veredelt

Fliegender Wechsel Wie 'mi' in der Ausgabe der vergangenen Woche bereits kurz gemeldet hatte, verlässt Geschäftsführer Vertrieb und Marketing **Ulf Triebener** auf eigenen



Wunsch **DER KREIS**. Sein bisheriger Arbeitgeber hat ihn „mit sofortiger Wirkung von seinen Aufgaben freigestellt“. Der geschäftsführende Gesellschafter **Ernst-Martin Schaible** dankt „Herrn Triebener für sein Engagement und seine wertvolle Arbeit für unser Unternehmen“

und wünscht ihm für die Zukunft alles Gute. Der Nachfolger im Amte ist mit **Marcel Gerling** auch schon gefunden. Er wird zum 1.12.2024 seinen Dienst in Leonberg antreten. Seit 2017 fungierte er als Geschäftsführer der **Volksbank Partner GmbH/Mittelstadt** und war dort für den Gesamtvertrieb Deutschland und Österreich verantwortlich. Marcel Gerling stand schon seit geraumer Zeit den Mitgliedern als Experte bei Fragen der Existenzgründung, Studioübernahme und Nachfolgeregelung zur Verfügung. Ernst-Martin Schaible freut sich über den „branchen- und vertriebserfahrenen Profi“ als Neuzugang und knüpft an ihn gewissermaßen die Erwartung: „Er wird unseren vertrieblichen Wachstumskurs stärken und die serviceorientierte Betreuung unserer Mitglieder als neuer Vertriebsleiter aktiv vorantreiben.“ 'mi' wünscht Ulf Triebener viel Erfolg in seiner Nach-DER-KREIS-Ära und seinem Nachfolger selbigen zum Vorteil der Mitgliedsunternehmen und der gesamten Küchenbranche!

Halbes Jahrhundert Auf genau diesen Zeitraum schaut das Küchenstudio **Nagel Küchen** in Velen zurück und feiert in diesen Tagen sein 50-jähriges Firmenjubiläum. 1974 gründeten die Eheleute **Brigitte** und **Bernd Nagel** den Betrieb, der seine Ursprünge als Schreinerei hatte. Daher erklärt sich auch der Schwerpunkt der Arbeit im traditionellen Handwerklichen, das mit den modernen Technologien, die

die Branche bietet, kombiniert wird. Vorteil für die Kunden: Nagel Küchen kann mit seiner eigenen Werkstatt – inkl. Lackiererei – sehr weit auf individuelle Wünsche eingehen. Die Nachfolgeregelung ist bei dem Familienunternehmen, das auch über die Grenzen der Region und ihres Verbands, **DER KREIS**, bekannt ist, schon seit längerer Zeit in trockenen Tüchern. Seit 2010 geht Tochter **Jutta Nagel** voran. Nicht nur in Velen, sondern auch bei den Leonbergern ist sie mächtig aktiv. Dort seit 2012 als Verwaltungsrätin. Ach ja, bleibt noch zu erwähnen, dass 'markt intern' Nagel Küchen mehrfach, zuletzt in 2024, als **'1a Küchenfachhändler'** ausgezeichnet hat! **'mi' wünscht der Familie Nagel und ihrem Küchenstudio für die Zukunft weiterhin Erfolg**, was bei dem bisher gezeigten Engagement, kein Problem sein dürfte.

Neues 'markt intern'-Webinar

'Betriebliche und private Notfallordner'

Donnerstag
14.11.2024
14:00 – 15:30 Uhr

Ein Notfall im betrieblichen Bereich kann schneller eintreten als gedacht: ■ Der Firmeneinhaber oder Geschäftsführer erkrankt oder hat einen Unfall und fällt für einige Zeit aus. Die Mitarbeiter im Betrieb sind ratlos, was nun zu tun ist. ■ Durch einen Einbruch, ein Feuer oder Hochwasser sind die betrieblichen Räumlichkeiten eine Zeit nicht mehr nutzbar. Dort befinden sich jedoch alle wichtigen Informationen, die zur Schadensbegrenzung erforderlich sind. ■ Ähnlich verhält es sich in der privaten Sphäre. Auch hier stehen Angehörige bei unvorhersehbaren Ereignissen vor dem Problem, nach wichtigen Angaben und Schriftstücken lange suchen zu müssen. Wie in solchen Fällen ein Notfallordner Abhilfe schafft, erläutert Ihnen **StB Günter J. Stolz** in unserem nächsten Webinar. Er wird mit den Teilnehmern einen **Muster-Notfallordner mit zehn Gliederungspunkten** Schritt für Schritt durchgehen und ausführlich besprechen.



© StB Günter J. Stolz

Weitere Informationen zu den einzelnen Themen, den Kosten sowie zur Anmeldeöglichkeit finden Sie unter

www.markt-intern.de/shop-webinar-notfallordner

Chaotische Zeiten dieser Tage, oder?

Dennoch: Bleiben Sie gespannt und zuversichtlich! Ihr



Georg Clemens

RA Georg Clemens
– Chefredakteur –

„Ich will Millionär werden. Genau wie mein Vater!“ – „Dein Vater ist Millionär?“ – „Nein, aber er will auch Millionär werden!“

markt intern und **iii**DIREKT – volle Leistung für Abonnenten!

Europas größte Brancheninformationsbrief-Verlagsgruppe kämpft für den Erhalt und die Stärkung des deutschen Mittelstandes. Nutzen Sie deshalb unsere umfangreichen Zusatzangebote durch den Bezug eines unserer klassischen Print-Briefe inkl. Digitalversion und Online-Zugang oder der rein digitalen Variante. Sie sind noch kein Abonnent? Informationen zu den Möglichkeiten (bei jährlicher Berechnung mit 15 % Nachlass, beim Bezug mehrerer Briefe mit weiteren 40 % Nachlass) und Urheberrechten finden Sie unter www.markt-intern.de. – Im **markt intern** Verlag erscheinen zumeist wöchentlich:

Steuern & Mittelstand:

- arbeitgeber intern
- GmbH intern
- immobilien intern
- steuerberater intern
- steuertip
- umsatzsteuer intern

Gesundheit & Freizeit:

- Apotheke/Pharmazie
- Augenoptik/Optomietrie
- Hörgeräteakustik
- in motion – Sport- plus Schuh-Handel
- Parfümerie/Kosmetik
- Spielwaren/Modellbau/Kreativ

Technik & Lifestyle:

- Automarkt & Tankstelle
- Büro-Fachhandel
- Consumer Electronics
- Elektro-Fachhandel
- Uhren & Schmuck

Bauen & Wohnen:

- Eisenwaren/Werkzeuge/Garten
- Elektro-Installation
- Installation Sanitär/Heizung
- Möbel-Fachhandel

International:

- EXCLUSIV (Schweiz)

Im **kapital-markt intern** Verlag

- erscheinen wöchentlich:
- Bank intern
 - finanztip
 - kapital-markt intern
 - versicherungstip

