

Jetzt anmelden zum TdM 2021!

'Gemeinsam – erfolgreich – vor Ort' – das Motto des von 'markt intern' initiierten **Tag des Mittelstandes 2021** steht unter dem Eindruck der unternehmerischen Erfahrungen der vergangenen rund eineinhalb Jahre – und der Chancen und Möglichkeiten, die sich Mittelständler daraus für die Zukunft erarbeitet haben. Am 14. Oktober stellen Fachhandels- und -handwerksunternehmen, Handelsorganisationen und Lieferanten ihre erfolgreichen kooperativen Praxisbeispiele vor. In diesem Jahr – dem 50. Jubiläum des 'markt intern'-Verlags – ist der TdM ein rein digitaler Event und vollständig kostenfrei! **Lassen auch Sie sich auf der kreativsten Mittagspause des Jahres inspirieren!** Das Aktivprogramm mit Netzwerkmöglichkeiten beginnt ab 13:00 Uhr mit kurzweiligen Vorträgen zu den Themen: ■ Barrie-



ren überwinden: Wie können Gemeinsamkeiten identifiziert und ausgebaut werden? ■ Nutzen durch Netzwerken: Welche Netzwerke bieten einen direkten Dialog? ■ Digital/Social Media: Sind Digital-/Social-Media-Plattformen Umsatzbringer?

'miE'-Tipp: ■ Weitere Informationen zum Programm und zur Anmeldung finden Sie in der heutigen Beilage sowie unter www.tag-des-mittelstandes.de ■ Nutzen Sie die Impulsvorträge von Praktikern aus der mittelständischen Wirtschaft, um Mehrwerte für Ihr Unternehmen zu schaffen ■ Die Teilnahme ist kostenfrei, aber nicht umsonst! ■ Wir danken unseren Partnern daher für ihre Unterstützung, ohne die uns eine Ausrichtung dieser Veranstaltung nicht möglich wäre.

Starke Messestrategie, starke Markenpräsenz, starke Botschaften: 'miE' berichtet von der EK LIVE

Nach vielen pandemiebedingten Einschränkungen und digital durchgeführten Messe-Events und Produktpräsentationen, an denen auch 'miE' für Sie in den zurückliegenden zwei Jahren teilgenommen hatte, führte das hybride Messeformat der **EK/servicegroup**, die Herbst-Ausgabe der **EK LIVE**, in dieser



Woche zahlreiche Repräsentanten der 'Weißen Ware'-Branche **physisch** in Bielefeld zusammen. Bereits der für den Vorabend der eigentlichen Warenbörse angesetzte **'electroplus/küchenplus'**-Branchentalk entwickelte sich so gewissermaßen zu einem großen 'Familientreffen' mit vielen vertrauten und lang vermissten Gesichtern. Endlich konnten sich am 14. September 'Weiße Ware'-Menschen aus dem Fachhandel, der EK-Zentrale, der Industrie und der Fachpresse, die sich allesamt schon viel zu lange nicht mehr persönlich gesehen hatten, unter den aktuell weiterhin gültigen Pandemie-Regeln mit Fist-Bump oder Ellenbogen begrüßen.

Wie sehr sich die Branche die Möglichkeit zum persönlichen Dialog bereits herbeisehnt, zeigt sich an der prominent besetzten Gästeliste, die wir in ganzer Länge hier schon aus Platzgründen gar nicht abbilden könnten. Besonders herausstellen möchten wir beispielhaft aber, dass

sich neben vielen hochkarätigen Vertretern aus den Führungsetagen der Industrie u.a. auch die **IFA-Direktoren Jens Heithecker** und **Dirk Koslowski** eigens von Berlin nach Bielefeld begeben hatten, um zu unterstreichen, wie wichtig die persönlichen Begegnungen auf physischen Messen jeder Couleur und Größenordnung sind.

„Die IFA findet in diesem Jahr nicht statt, auf das gewohnte Branchengeflüster brauchen wir dennoch nicht zu verzichten. Wir haben uns entschieden, ein 'Stück Berlin' nach Bielefeld zu holen und bieten mit dieser Veranstaltung eine attraktive Alternative zum Netzwerken.“ Mit diesen Worten begrüßte denn auch der EK-Vorstandsvorsitzende **Franz-Josef Hasebrink** die geladenen Gäste auf der electroplus-Messefläche in den Ausstellungshallen und Jens Heithecker hob seinerseits die Bedeutung solcher Formate „für die Weiterentwicklung der Hausgeräte-Branche“ hervor.

Bereits im Rahmen des Branchentalks wurde zudem auch ein kurzer Blick auf die Entwicklung der Elektro- und Küchen-Sparte der EK/servicegroup geworfen. **Diesbezüglich möchten wir Sie heute allerdings gerne auf unsere Berichterstattung über die am Folgetag durchgeführte Pressekonferenz in KW 38 vertrösten, und das aus gutem Grund:**

Die 'Bilanz', die Ihr Fachhandelskollege **Horst-Werner Dick**, electropus-Markenstore-Betreiber in Bad Kreuznach und Ingelheim, Mitglied der EK-Vertreterversammlung und Konzept-Beirat von electropus als Schlussredner des Branchentalks zog, verdient es nämlich, nicht minder ausführlich dargestellt zu werden:

Zunächst betont Herr Dick die Bedeutung des EK Verbundes für den Einzelunternehmer, die weit über das Angebot von Sortimenten, Konzepten und marktnahen stationären und digitalen Serviceleistungen hinausgeht: „Die Corona-Krise, aber auch die Flutkatastrophe in Rheinland-Pfalz und NRW, zeigen uns, wie wichtig die Unterstützung und Solidarität dieser Händlergemeinschaft ist.“ Daran schließt sich nahtlos auch eine kritisch-konstruktive Analyse der aktuellen Branchensituation an, und jeder der Anwesenden (insbesondere die Vertreter des Industrielagers) sind gut beraten, hier ganz besonders aufmerksam hinzuhören!

'miE' zitiert nachfolgend in Auszügen aus dem mehrseitigen Redemanuskript, das Horst-Werner Dick Ihrem 'miE'-Chefredakteur freundlicherweise nach der Veranstaltung in Kopie überließ: ■ Zur **Rolle der modernen Verbundgruppen** in der aktuell definitiv nicht einfachen Zeit stellt Ihr Kollege zunächst einmal etwa dies klar:

„Wir Händler brauchen niemanden, der für uns Preise verhandelt, nein, das können wir auch selbst. Wir benötigen jemanden, der für uns Strategien, Verkaufskonzepte und Attraktivität am PoS entwickelt und durchführt, der uns unterstützt in jeglicher Art der Präsentation in sozialen Medien und uns ein funktionelles und attraktives Internet-Shop-Konzept bereitstellt. All das sind Dinge, die ein 'Einzelnkämpfer' in unserer Branche heute kaum noch selbst leisten kann, oder er wird sich das Know-how und die Konzepte für teuer Geld einkaufen müssen.“



Horst-Werner Dick
© EK/servicegroup

■ **Speziell am Konzept von electropus überzeugt Herrn Dick, wie er weiter betont, dass der einzelne Unternehmer und dessen guter Name weiter im Vordergrund stehen:** „Dieser persönliche Name ist in der jeweiligen Region bestens bekannt und steht für Zuverlässigkeit, große Geräte- und Küchenauswahl sowie besten technischen Kundendienst. Jetzt, gepaart mit dem Konzeptnamen electropus oder küchenplus, ergibt sich eine Synthese von regionaler und überregionaler Bekanntheit.“

■ **Völlig zu Recht fordert Dick aber von (s)einer Verbandszentrale nicht nur Unterstützung für sein Tagesgeschäft, sondern weit darüber hinaus, beispielsweise politisch, im Kontext mit den zurückliegenden Corona-Lockdowns.** Horst-Werner Dick zeigt sich stolz und glücklich, insofern einer engagierten GEMEINSCHAFT wie der EK/servicegroup anzugehören und appelliert im weiteren Verlauf seiner Rede an die Damen und Herren im Lieferanten-Lager:

„Diese Gemeinschaft wollen wir auch mit der Elektrogeräte-Industrie erweitern, ausbauen und festigen. So können Sie mit uns als verlässlichem Partner immer rechnen, denn wir setzen auf Kontinuität und fairen Umgang in der gemeinsamen Zusammenarbeit. Diese Zusammenarbeit findet sich z. B. in Ihrer Bereitstellung und der Auswahl der **EK-Sondermodelle**. Seit nunmehr ca. zwei Jahren haben wir in einigen Produktgruppen Exclusive-Geräte, die ausschließlich für uns EK-Händler produziert und typisiert sind ... Mit diesen Geräten (laut Dick bis heute rund 20.000 (!), Anm. der Red.) lässt sich für alle Beteiligten eine angenehme Handelsspanne realisieren und wir am PoS sind raus aus der Modellvergleichbarkeit. Ein Erfolg für alle, den ich aber gerne noch erweitert und ausgebaut sehe.“

■ Dass Herr Dick als nächsten Punkt in seiner Rede auch das Thema **'Lieferengpässe'** ansprechen würde, hatte 'miE' gehofft und erwartet. Dass er in diesem Kontext aber Verständnis für die Situation der Hersteller signalisiert, mag einige seiner Zuhörer durchaus auch verblüfft haben: „In diesem Zusammenhang darf ich ein herzliches Dankeschön, auch im Namen meiner Händlerkollegen an Sie, meine Damen und Herren der Elektrogeräte-Industrie, aussprechen, dass Sie uns, trotz anhaltender Rohstoffverknappung mit Ihrer Ware im Großen und Ganzen recht gut versorgt haben“, stellt er fest. Ergänzend regt Herr Dick an, und auch da sind wir voll und ganz bei ihm:

„Diese gesamte Misere, die ich jetzt nicht weiter vertiefen und darauf eingehen möchte, gibt vielleicht auch Anlass zur Überlegung, ob in Zukunft die Produktionsstätten und die damit verbundenen Lieferketten nicht doch geographisch enger und näher gestaltet werden können! Sie, als die Kapitäne der Industrie, können dafür Sorge tragen, dass möglichst viele Komponenten, die für die Fertigung Ihrer Geräte benötigt werden, wieder hier in Europa produziert werden. So könnte man politischen Unruhen, Epidemien, Naturkatastrophen, oder auch Unglücken, wie der Schiffshavarie im Suez Kanal, entgegenwirken!“ Etwas gedacht hat er sich bei dieser insgesamt versöhnlichen Wortwahl selbstverständlich, und die Auflösung lässt auch nicht allzu lange auf sich warten. **Lieferanten und Händler sitzen aktuell tatsächlich im selben Boot, platte Schuldzuweisungen helfen an dieser Stelle niemandem und 'miE' gefällt wirklich gut, wie subtil Ihr Kollege deshalb die Industrie daran erinnert, auch diese Herausforderung gemeinsam, sprich PARTNERSCHAFTLICH zu bewältigen!**

Das derzeit ebenfalls sehr intensiv diskutierte Thema, ■ **die Direktvertriebsaktivitäten der Industrie**, stellt Dick in seiner Rede in einen unmittelbaren Zusammenhang zu dieser Forderung: „In der Zeit, in der wir alle eine branchenübergreifende und bis dato nicht gekannte Waren-Verknappung erfahren, und wir als Händler vielleicht einmal das Prinzip 'Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis' anwenden können, kommt uns allerdings eine Gegebenheit in die Quere, mit der wir so nicht gerechnet haben ... Als ich vor ca. 1 ¾ Jahren an anderer Stelle über die Zukunft der Elektrogerätevermarktung sprach,

stellte ich die Prophezeiung an, dass nur zwei Arten von Handel eine langfristige Überlebenschance haben, nämlich der Internet und der spezialisierte Facheinzelhandel! Heute muss ich sagen, dass sich die Anzahl der Warenbezugsmöglichkeit um einen Marktteilnehmer wohl erhöhen wird, nämlich die produzierende Industrie selbst! ...“ Nicht nur die logistischen Probleme, die sich damit auftun, skizziert Herr Dick gegenüber der Industrie recht eindrucksvoll: „Heute können Sie noch auf uns, als Ihr Handels- und Dienstleistungspartner zurückgreifen und die Geräte über uns an den Endkunden ausliefern lassen. Doch sollte Ihr Direktgeschäft überhand nehmen, müssten wir Händler vielleicht diese 'Dienste' neu überdenken. Oder es kommt noch viel schlimmer – wir bekommen ein Händlersterben – damit ist dann keinem geholfen.“

Bedenken Sie auch den technischen Kundendienst, denn eines wissen wir alle: ein Haushaltsgerät ist nur so gut wie sein Kundendienst! ... Und auch hier stehen wir Ihnen als Händler mit funktionierendem Kundendienst flächendeckend zur Verfügung! Auf der anderen Seite kann ich Ihre Bestrebungen nach Direktvertrieb verstehen, denn schaut man sich in den Großstädten um, dann findet man leider kaum noch eine ausreichende Anzahl von Fachhändlern. Auch ist nicht jeder

Händler in der Lage, alle Neuheiten in seiner Ausstellung zu zeigen, und es ist auch nicht überall möglich, sog. 'High End'-Geräte, die ja nicht die große Umschlaggeschwindigkeit besitzen, in seinem Unternehmen zu präsentieren. Hier kann das stationäre Geschäft der Industrie uns Händlern sogar hilfreich sein. **Der Idealfall wäre dann, Beratung hier – Verkauf und Auslieferung über den Fachhandel. Das verstehen wir als gelebte Partnerschaft. ... Deshalb lasst uns noch enger, intensiver und partnerschaftlicher zusammenarbeiten, nur damit schaffen wir die Grundlage für noch viele Jahre/Jahrzehnte des gemeinschaftlichen Erfolges.“**

Wir belassen es, weil Ihr Kollege es bereits so toll auf den Punkt gebracht hat, für heute bei diesem Schlusswort und verzichten ausnahmsweise auf ein eigenes Fazit! Einige weitere der Anliegen aus dem Vortrag von Herrn Dick, etwa den Wunsch, sich auf politischer Ebene presseseitig für eine **Attraktivitätssteigerung der Ausbildungsberufe im Fachhandel und Fachhandwerk** stark zu machen, haben wir zudem an die politisch vernetzten Redaktionen und **Dr. Schweizer-Nürnberg** weitergeleitet, der bei 'markt intern' den Mittelstands-Blog verantwortet. **Noch mehr von der EK LIVE dann, wie bereits oben erwähnt, in sieben Tagen!**

Aktuelle Streiflichter aus Wirtschaft und Branche

IKGVO-Sondergewinnspiel powered by Smeg Zur Reichweitensteigerung der von 'miE' initiierten **'Ich kauf gern vor Ort'**-Kampagne hat der Hausgeräte-Hersteller **Smeg** auch in diesem Jahr als Partner der Aktion für eine Social-Media-Sonderverlosung einen überaus aufmerksamkeitsstarken Sachpreis zur Verfügung gestellt. Das Gewinnspiel läuft auf Facebook und Instagram, der Gewinn wird plattformübergreifend aus-



gelobt. Mit etwas Glück können die Fans der Initiative einen Kühlschrank FAB28 von Smeg Deutschland gewinnen, wenn sie diesen Beitrag liken und zu Followern werden und in einen Kommentar angeben, welche der diversen Farben, in denen es das Gerät gibt, am besten gefällt: Rot, Orange,

Gelb, Limettengrün, Pastellgrün, Dunkelblau, Pastellblau, Cadillac Pink, Creme, Weiß, Polarsilber Metallic oder Schwarz. Die Entscheidung ist bei der Vielfalt gar nicht leicht und viel Zeit zum Überlegen bleibt nicht mehr. Teilnahmeschluss ist bereits der 19.9.2021, 23:59 Uhr! Ein Smeg Kühlschrank im 50's Style setzt Akzente in Küche und Büro. Die freistehenden Kühlgeräte gelten wegen ihres Retrodesigns im Stil der 50er Jahre, der runden Linieneinführung und bombierten Front als Stilikone. **'miE' bedankt sich hiermit von Herzen beim Smeg-Team für diese tolle Unterstützung und ist zugleich natürlich zuversichtlich, dass der eine oder andere Kunde ohne Losglück möglicherweise nun 'seinen' FAB28 bei Ihnen erwirbt.**

Mittelstandskreis mit neuer Q3-Bosch-Kampagne „Für das Vertrauen seiner Haushalte bedankt sich **Bosch** jetzt mit der

Fortsetzung seiner attraktiven Premium-Offensive im Fachhandel: Wer sich bis zum 30. November für eines der hochwertigen



Geräte aus dem umfangreichen Aktionsportfolio entscheidet, erhält bis zu 100 € Cashback zurück. Die **EXCLUSIV-Aktion** zum dritten Quartal wird aber nicht nur die Endverbraucher begeistern: Auch dem Handel be-

schert die Marke damit zusätzlichen Schwung“, informierte uns die Pressesprecherin des Bereichs Großgeräte, **Maria Beltrán**, Mitte der Woche über eine Initiative der Münchner zur Ankurbelung der Umsätze aller MK-Kollegen. **Umfangreiches Informationsmaterial sorgt für die besten Argumente im Verkaufsgespräch, die Aktion läuft bis Ende November 2021 und umfasst sage und schreibe 23 Aktionsgeräte in den Kategorien Waschen, Trocknen, Kühlen, Gefrieren sowie Kochen und Backen.** Zur umfassenden Händler-Unterstützung – digital und analog – halte Bosch zudem ein umfassendes PoS-Dekorationspaket mit Aktionsprospekten, Dispensern und Geräteaufklebern bereit und für die Online-Flankierung gibt es wieder ein entsprechendes Toolkit zum Download. **Wichtig für Sie:** Alle Materialien können auf www.tradeplace.com abgerufen werden.

ElectronicPartner fühlt sich der eigenen (Kooperations-)Farbe verpflichtet! Wie sehr das Thema Umweltschutz und Nachhaltigkeit derzeit die gesellschaftliche Debatte prägt, hat 'miE' in den zurückliegenden Wochen bereits häufiger aufgegriffen. Die Hausgerätebranche bringt sich hier konsequenterweise natürlich ebenfalls in Position. Nach dem