

Zuvor freilich kommt 'miE' auf einen Vorfall zu sprechen, der den Anlass zu unserer heutigen Überschrift lieferte. Ebenso widersprüchlich wie Ressourcenschonung und Verwendung von Batterien anstelle eines Kabels ist es unserer Meinung nach nämlich, wenn Herr de Boer einerseits betont, die SEB werde „auch in Zukunft in den stationären Handel investieren“, weil die Kundschaft gerade bei hochwertigen Hausgeräten dort beraten werden wolle, andererseits aber die kühne Behauptung aufstellt, auch von den herstellereigenen Live-Online-Beratungen würden Sie und Ihre Kollegen profitieren. Persönlich glauben wir, dass er damit weniger den beratungsstarken Fachhandel meinen kann, sondern just diejenigen, die diese Kompetenz nicht haben, sprich Kistenschieber, Discounter und Internet-Verramscher. Damit aber nicht genug: Der Gipfel der Widersprüchlichkeit ist für uns erreicht, als Fenno de Boer auf das Nachhaken Ihres 'miE'-Chefredakteurs hin vor laufender (Live-Stream-)Kamera auch noch bestätigen muss: „**Ja, im Zuge der Live-Online-Beratung finden auch Verkaufsgespräche statt. Dem Kunden wird auch die Möglichkeit gegeben, bei uns direkt zu kaufen.**“ Zwar schiebt er noch hinterher, die finale Entscheidung läge beim Kunden und man sei auch in Gesprächen mit dem Handel, die Online-Bera-

tung in deren jeweilige „eigene Plattform einzubauen“, doch wie das in der Praxis transparent und datenschutzverträglich umsetzbar sein soll, verrät er uns dann leider doch nicht.

Als Fazit des digitalen SEB-Pressetages halten wir daher fest: ■ Mit Blick auf die eigene Innovationskraft müssen sich die SEB-Marken im Vergleich mit den führenden Marktbegleitern keinesfalls verstecken ■ Insbesondere in der Speisezubereitung geht zum Beispiel an Tefal kaum ein Weg vorbei ■ Einen regelrechten **Vertrauensbruch der Frankfurter gegenüber Ihnen und Ihren Kollegen** hat 'markt intern' Elektrofachhandel allerdings mit Blick auf die Direktvertriebstätigkeit der Online-Berater des Unternehmens aufgedeckt, **oder kennen Sie diese Praxis bereits?** ■ Wer bislang als Fachhändler gutgläubig seinen Kunden diesen Kanal empfahl, um sich zu informieren, sollte sich das in Zukunft wirklich gut überlegen ■ Da 'miE' aktuell nicht ausschließen kann, dass noch weitere Kleingeräte-Hersteller ähnlich verfahren, raten wir Ihnen, in Testanrufen zu überprüfen, welchen Marken Sie insofern vertrauen können ■ Hinweise dazu nimmt Ihr Chefredakteur jederzeit entgegen. **Auf Wunsch natürlich auch streng vertraulich!**

'miE' berichtet von der EK LIVE, Teil 2: Heute der 'offizielle' Part!

Vom 15. bis 17. September bot der Bielefelder Multi-Branchen-Verbund **EK/servicegroup** im Rahmen einer hybriden Herbstmesse Ausstellern und Fachbesuchern gleichermaßen die Möglichkeit zum Austausch sowohl im digitalen wie analogen Umfeld. 'miE' war, wie bereits in Ausgabe **E 37/21** dargestellt, bereits zum EK-Branchentalk am Vorabend angereist, empfand aber auch den offiziellen Messe-Part als sehr produktiv. Das erste Kompliment gilt dabei all den EK-Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die unter strenger Einhaltung aller geltenden Corona-Regeln alles sorgfältig vorbereitet hatten, um den gut 2.200 vorab angemeldeten Fachbesuchern aus Deutschland, aber auch aus den Niederlanden, Österreich und Frankreich das Gefühl zu vermitteln, sich in einem sicheren Umfeld aufzuhalten. Darüber hinaus hatten sich, wie wir im Nachgang zur Messe erfuhren, erneut auch mehrere Hundert Online-Besucher vom heimischen Bildschirm aus in ausgewählte Bereiche der Veranstaltung eingeloggt.

Der Struktur der Gruppe geschuldet fällt es uns zwar schwer zu beurteilen, wie viele der Teilnehmer wirklich an 'Weißer Ware' interessiert waren, sprich wie viele **Electroplus-** und **Küchenplus-Händler** bzw.

Warenhaus-Unternehmer mit Elektrogeräten im Sortiment das Angebot tatsächlich nutzten. Geboten wurde denen, die mit dabei waren, jedoch „*einmal mehr eine riesige Sortimentsvielfalt, starke Konzepte und Digital Services für alle relevanten Kanäle*“, betont die EK selbst in ihrer Messe-Nachlese. **Wir können das nach Begehung des Electroplus-Muster-Stores und der Inaugenscheinnahme der Stände der vertretenen Hausgeräte-**

EK/servicegroup



marken nur bestätigen. Die 'Digital Services'-Abteilung der EK stellte zudem u.a. neue, zielgruppengenaue Online-Marketing-Pakete für die nötige Sichtbarkeit der Händler vor.

Ebenfalls im Rahmen der EK LIVE nahm 'miE', last, but not least, an der dazugehörigen Pressekonferenz des EK-Vorstands teil. „*Nach den coronabedingten Einbußen der letzten eineinhalb Jahre kommt es gerade auch mit Blick auf das Weihnachtsgeschäft darauf an, den Shoppern zu zeigen, wie unwiderstehlich der Fachhandel sein kann*“, so der EK-Vorstandsvorsitzende **Franz-Josef Hasebrink**. Sein Resümee der Geschäftsentwicklung fällt unterm Strich positiv aus, wenn gleich hier in einem Multi-Branchen-Verbund einige Bereiche (z.B. Textil) unter den Lockdowns logischerweise mehr litten als etwa der Elektrofachhandel. „*Der Rückzug ins Private und ins Home-Office hat Bereiche wie Elektro, Living oder DIY befeuert. Dadurch konnten wir Rückgänge in den Geschäftsfeldern Fashion und Sport kompensieren*“, gab Finanzvorstand **Martin Richrath** auf der Messe einen ersten Einblick in das laufende EK-Geschäftsjahr. **Besonders erfreulich:** „*Es gibt bei unseren Händlern keine coronabedingten Geschäftsaufgaben. Der inhabergeführte Handel hat seine Stärke bewiesen und durch aktives unternehmerisches Handeln der Krise getrotzt*“, so Richrath.

Nachgehakt haben wir (typisch 'miE') auf der Pressekonferenz, als im Kontext mit dem Ausbau der digitalen Leistungen auch die neu angepeilte Zusammenarbeit mit **Zalando** angesprochen wurde. Wir erfuhren, dass dies zunächst in erster Linie den Mode-

bereich betreue. Ganz ausschließen wollten unsere Gesprächspartner eine Ausweitung zu einem späteren Zeitpunkt freilich nicht. **Hier gilt es aus Fachhandelssicht wachsam zu bleiben.**

Unser Fazit: ■ Es wurde höchste Zeit für eine auch physische Messe ■ Manch ein Hersteller bereut es womöglich inzwischen, diesmal nicht vor Ort dabei gewesen zu sein ■ Den uns zum Abschluss des Transformationsprozesses der EK-Gruppe

Leser-Meinung zu Direktvertrieb und Fulfillment-Partnerschaften: Diskutieren Sie mit!

Im nebenstehenden Kasten können Sie die relevantesten Passagen aus dem Schreiben Ihres Kollegen **Dirk Bönnen**, Geschäftsleitung **Fa. Holzleitner**/Mönchengladbach, an die 'miE'-Redaktion nachlesen. 'miE' stellt den Inhalt hiermit zur Debatte! Leserbriefe spiegeln nicht unbedingt immer die uneingeschränkte Meinung der Redaktion wider, sind uns aber – so oder so – überaus wichtig. **Der Stimme unserer Leser Gehör zu verschaffen, ist eine unserer vornehmsten Aufgaben und das in diesem Jahr bereits seit genau 50 Jahren!**

■ **Im heutigen Fall geht es um das Thema 'Fulfillment-Partnerschaft'.** Angeboten wird Ihnen diese aktuell von einigen wenigen Herstellern, die den Fachhandel im Zuge der eigenen Direktvertriebs-Aktivitäten nicht vollständig ausschließen wollen. Nicht unerwähnt bleiben sollte, dass diese Unternehmen damit mehr für den Fachhandel leisten, als die große, stetig wachsende Mehrheit der Direktvertreiber!

■ Gerade die zurückliegenden Lockdowns haben zum Beispiel aufgezeigt, dass es speziell für Händler ohne eigene Web-Präsenz sehr wohl sinnvoll sein kann, wenn ein Kunde **ein dringend benötigtes Gerät** über den Shop des Herstellers bestellt, die Auslieferung und der Anschluss – wie gewohnt – vom Fachhändler seines Vertrauens durchgeführt wird ■ **Fulfillment-Angebote generell zu verurteilen, halten wir selbst insofern für nicht zielführend** ■ Andererseits zeigen sich nicht wenige Kollegen aber auch besorgt und fürchten, es sei doch nur eine Frage der Zeit, bis ein Hersteller zur Optimierung der eigenen Marge auch den Logistik-Part in

in veränderter Struktur präsentierten Vorständen wünscht 'miE' weiterhin ein gutes Gelingen, sowohl bei der Durchführung von Messen als auch bei der Entwicklung zielführender Konzepte, stets natürlich im Sinne der Mitglieder! Zum 1. Oktober 2021 rücken **Gertjo Janssen** und **Jochen Pohle** als 'Chief Retail Officer' (CRO) in den EK-Vorstand auf. **Gleichzeitig verlässt Susanne Sorg nach sechs Jahren im Vorstand die Unternehmensgruppe.**

Leserbrief

„ ... Wir als stationärer Händler mit angeschlossenem Onlineshop wissen, wie einfach es ist, online Großgeräte zu vermarkten. Was nicht einfach ist, ist die Logistik. Es gibt zur Zeit keinen Logistikdienstleister, der schnell und mit guten Personal, bundesweit Großgeräte seriös liefern kann. Die Probleme der großen Logistikdienstleister sind zahllos. Wer hat in Deutschland den besten Service? Der Elektrofachhandel. ... Ich kann mir nicht vorstellen, dass die Hersteller genauso agieren würden, wenn sie die Lieferungen entweder selber machen müssten, oder über DHL & Co. liefern würden. Vor diesem Hintergrund kann ich es in keinster Weise verstehen, dass es in Deutschland zahlreiche Händler gibt, die sich als Logistikdienstleister der Industrie missbrauchen lassen. Es kann doch nicht sein, dass wir als Elektrohandel uns darüber beschweren, dass die Industrie Geräte direkt an den Endkunden verkauft und dann den Service für die Industrie übernehmen. ... “

Dirk Bönnen,
Geschäftsleitung **Fa. Holzleitner**/ Mönchengladbach

Eigenregie vollends übernimmt ■ **Diese Sorge ist nicht minder respektabel und kann gar nicht ernst genug genommen werden.**

Für Sie gilt deshalb: ■ Auch IHRE Position in dieser Frage interessiert die 'miE'-Redaktion daher sehr ■ **Rufen Sie uns dazu an oder mailen Sie Ihre Meinung an elektro@markt-intern.de!** ■ **Welche Erwartungen verbinden Sie mit einer Fulfillment-Partnerschaft konkret?** ■ **Was kann die Industrie hier aus Fachhandelssicht noch besser machen?**

Aktuelle Streiflichter aus Wirtschaft und Branche

Auch Hama will am Megatrend Luftreinigung teilhaben
„Für überall, wo man aus verschiedenen Gründen eben nicht mal kurz ein Fenster öffnen kann oder will, gibt es von Hama jetzt den Luftreiniger 'Smart' mit 3-fach-Filter.“

Das Highlight an diesem Gerät: Es ist per Sprachbefehl via **Amazon Alexa** oder **Google Assistant** und über die

Hama Smart Home-App steuerbar“, leitet der ansonsten eher für Zubehör-Utensilien bekannte Allkanal-Lieferant **Hama** eine Meldung ein, in der er ankündigt, auch im boomenden 'AirTreatment'-Bereich verstärkt mitmischen zu wollen. Zumindest auf dem Papier hat der 'Smart' auch einiges drauf: „Besonders ausgeklügelt ist hier auch das Filtersystem. Pollen, Tierhaare, Milben,



Viren und Bakterien filtert er dank seines 3-stufigen Filtersystems, bestehend aus einem Hepa13-Filter (H13) und einem Vor- sowie einem Aktivkohlefilter. ... Dabei schafft der Reiniger eine Raumgröße von 65 m² mit einer Luftreinigungsrate von 250 Kubikmetern pro Stunde. ... Und all das ganz ohne Gateway, da der Raumluftreiniger eine Wifi-Direktverbindung zum Router herstellt“, lobt Hama das eigene Produkt in höchsten Tönen selbst. Stutzig macht uns vor allem der angepeilte VK. In der uns vorliegenden Info nachlesbar ist: „Im Handel ist der Luftreiniger 'Smart' mit 3-fach-Filter für etwa 200 Euro erhältlich.“ **Kann man für dieses Geld wirklich etwas Vernünftiges erwarten? Was meinen Sie?** Und bei Fernost-Billigprodukten ebenfalls immer öfter zu hinterfragen: Ist die Steuerung per App an Freigaben auf dem Mobil-