

Ausgabe Nr. E 04/22 | Düsseldorf, 28. Januar 2022 | 51. Jahrgang | ISSN 1431-3340

Viele positive 'miE'-Eindrücke von der EK LIVE

Bevor 'miE' für Sie nachfolgend zusammenfasst, wie Ihr Chefredakteur während seines 'EK LIVE'-Messerundgangs die erste Kooperationsmesse des Jahres 2022 selbst wahrgenommen hat, hier zum Einstieg in Auszügen ■ die noch druckfrische, von der Zentrale des Verbundes formulierte Bilanz der im Zeitraum **19.–21. Januar 2022** hybrid durchgeführten Veranstaltung sowie ■ ein kurzer Blick auf einige der Statements aus der **Pressekonferenz**, die bereits am ersten Messtag in Bielefeld über die Bühne ging:



„Wir sind nach aktuellem Stand besser durch das zweite Corona-Jahr gekommen als erwartet. Dabei hat sich erneut unsere breite Aufstellung als Mehrbranchenverbund bei konsequenter Spezialisierung in den einzelnen Geschäftsfeldern ausgezahlt. Rückgänge bei EK Fashion und EK Sport wurden durch Zuwächse in EK Home oder EK Living mehr als kompensiert. Hier hat uns der Rückzug ins Private und ins Homeoffice in die Karten gespielt“, skizziert der CEO **Franz-Josef Hasebrink** vor der versammelten Wirtschafts- und Fachpresse die wesentlichen Gründe für das Abschneiden der EK im vergangenen Jahr. **EK-Shopkonzepte wie electroplus erwiesen sich dabei nach Ansicht unserer Gastgeber als besonders zielführend und existenzsichernd.**

„Diese kundennahen Shopkonzepte stehen in allen Geschäftsfeldern und auf allen Kanälen für innovative Produkte, eine hohe Rentabilität und vor allem für den Einkaufsspaß, den die Shopper gerade in schwierigen Zeiten vermissen. Hier haben die Teilnehmer einmal mehr von dem Mehrwert für ihre Kunden profitiert, die die Konzepte bieten“, betonen die EK-Verantwortlichen weiter. Die von CFO **Martin Richrath** vorgelegten **vorläufigen Geschäftszahlen 2021** fallen entsprechend zufriedenstellend aus: „Für die EK-Gruppe zeichnet sich dabei ein Jahresumsatz leicht über Vorjahreshöhe ab.“ **Die Rede ist von einer erwarteten Steigerung von ca. 0,3 % auf rund 2,18 Mrd. Euro und auch beim zu erwartenden Jahresergebnis besteht Anlass zu einer entsprechend optimistischen Prognose:** „Unterm Strich können wir konstatieren, dass die wirtschaftliche Situation der EK weiterhin stabil ist und uns auch 2022 eine aktive Marktgestaltung zum Nutzen unserer Handelspartner ermöglicht“, blickt Richrath zuversichtlich nach vorn.

Noch deutlich erfreulicher fällt die Entwicklung allerdings aus, wenn man sich eingehender mit den Resultaten in dem

Bereich befasst, den **Martin Wolf** als Leiter Vertrieb + Marketing Elektro/Küche/Licht zu verantworten hat. Abseits der Presserunde, im direkten Gespräch mit ihm und **Daniel Kullmann** (Abteilungsleiter Corporate Marketing and Communications) erfahren wir u. a.: „Für Elektro weisen wir tatsächlich für 2021 sogar **ein Plus von acht Prozent** aus und liegen damit laut den letzten uns bekannten **GfK-Zahlen über dem Markt. Darüber sind wir natürlich besonders glücklich und auch im Januar geht es wohl ungebrochen so weiter. Wir erwarten weiter ein starkes Jahr und sehen uns auch durch die electroplus-Neuzugänge hierin bestätigt.**“ Auf einige der EK-Leistungen, die Kollegen anderer Verbundgruppen aktuell offenbar besonders motivieren, um über den Wechsel zu den Bielefeldern nachzudenken, kommen wir weiter unten noch detaillierter zu sprechen. Zunächst nochmal zurück zum offiziellen 'EK LIVE'-Fazit:

Dass die momentane COVID-19-Lage der Messe ihren Stempel aufdrücken würde, war schon im Vorfeld natürlich jedermann klar: **Die Zahl der Fachbesucher vor Ort war laut EK auf 2.000 begrenzt. 500 weitere 'Gäste' nutzten diesmal nach Auskunft der Bielefelder den digitalen Zugang.** Auch dieser ermöglichte es der Händlerschaft, sich einerseits produkttechnisch auf den neuesten Stand zu bringen und Bestellungen zu platzieren und andererseits, um auch von der Zentrale ein Update zu den von der EK angebotenen Leistungen zu erhalten:

„Egal, ob digital am heimischen Bildschirm oder live auf der 32.000 m² großen Ausstellungsfläche: Die Frühjahrmesse des Mehrbranchenverbundes bot einmal mehr alles, was der Corona-geplagte Fachhandel so dringend braucht. 250 Top-Aussteller und die EK selbst stellten eine Vielzahl von Highlights aus den EK-Sortimentsbereichen vor, die auch online zu gewohnt attraktiven Messekonditionen geordert werden konnten. Präsentiert wurden außerdem die aktuellen Entwicklungen in so erfolgreichen Markenstore-Konzepten wie ■ **electroplus** ■ **HappyBaby** oder ■ **licht+concept** ■ die weiterentwickelte Kampagne 'Starker Fachhandel' ■ **die kreativen PoS-Umsetzungen des Megathemas 'Nachhaltigkeit'** ■ die neuesten **Marketingaktivitäten auf den Social-Media-Foren** oder auch ■ **der immer weiter perfektionierte digitale EK Werkzeugkasten**“, ist dazu von den Bielefeldern zu erfahren. Besonders beeindruckt hat 'miE' in diesem Kontext, wie könnte es auch anders sein, der erneuerte **electroplus**

Ihr direkter Draht zur Redaktion Elektro-Fachhandel: +49 (0) 211 6698-121

■ Fax: +49 (0) 211 6698-175 ■ E-Mail: elektro@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/elektro

Muster-Store. Auch virtuell aus 'miE'-Sicht ein echtes Highlight! Von Martin Wolf erfährt Ihr Chefredakteur hierzu:

„Für unsere Handelspartner, die nicht nach Bielefeld zur Messe kommen konnten, haben wir natürlich wieder unsere mittlerweile schon vielfach bewährte Kommunikationsfläche auf Wonderme aktiviert (es war ja eine hybride Messe). Damit unsere Händler den neuen electroplus Muster-Store auch richtig erleben können, haben wir diesen mit einer neuen 360° Kamera-technologie (Matterport) fotografiert und wichtige Themen entsprechend verlinkt. Unsere Regionalleiter konnten die Händler auf diese innovative Weise durch den electroplus Muster-Store führen und die Themen besprechen – das ist viel besser als



Powerpoint & Co. Klicken Sie sich gerne mal selbst durch: <http://electroplus.lim-film.de/>. Die Qualität ist beeindruckend.“

Recht hat er – immer vorausgesetzt natürlich, man hat einen stabilen und schnellen Internet-Anschluss.

Denjenigen, die sich eine entsprechende Lösung auch für den EIGENEN PoS wünschen, dürfen wir zudem erfreut bestätigen: **Ja, auch das geht mittlerweile! Die virtuellen Touren durch IHR eigenes electroplus-Ladengeschäft werden auf Wunsch in die Google-'my-Business'-Einträge und Webseiten der jeweiligen Unternehmen integriert.** Es handelt sich dabei wohlgerne aber längst nicht um das einzige Angebot, mit dem die EK die zentrale Rolle unterstreicht, die der praxisnahe Ausbau der digitalen Services innerhalb der Gruppe genießt! Das von den Bielefeldern entwickelte und auf der EK LIVE vorgestellte **'Window Shopping'-Konzept** auf der Mehrbranchenplattform **compravo** etwa ist nach Meinung von 'miE' mindestens ebenso erwähnenswert:

Für 'miE' stellt das EK-'Window Shopping' die ultimative, prozess-optimierte Variante dessen dar, was sich einige besonders kreative Elektrofachhändler bereits während mehrerer zurückliegender Lockdowns mit bordeigenen Mitteln einfallen ließen, um trotz geschlossener Läden ihre Kunden zu bedienen. **Mit Hilfe von QR-Codes neben den Produkten im Schaufenster werden Stadt-Bummler auch außerhalb der Ladenöffnungszeiten erreicht. Es können Detail-Infos zum ausgestellten Elektrogerät abgerufen werden, in das sie sich gerade 'verliebt' haben, und im Idealfall kommt 'online' sogar ein Kauf zustande – und das natürlich direkt auf der Seite des Fachgeschäfts, vor dem der Kunde gerade steht.** Dies ist jedoch erst die halbe Story! Auch die Art, wie die ausgestellte Ware im Schaufenster und im Verkaufsraum 'ins richtige Licht' gerückt wird, überlassen die Ostwestfalen dank der im Rahmen der EK LIVE ebenfalls vorgestellten Lichtlösungen nämlich längst nicht mehr dem Zufall!

Der nächste Blick der 'miE'-Redaktion während des Messerundgangs mit Wolf und Kullmann fällt sodann

auf eine Präsentationswand, auf der die Logos mehrerer Hersteller herausgestellt werden. Wir erfahren, dass es sich um Industrie-Partner handelt, welche den electroplus-Händlern zur Margenoptimierung neben Linienware auch ausgesuchte **Exklusiv-Produkte** liefern. Als 'exklusiv' definiert wird nach dem Sprachgebrauch der EKler dabei **Ware mit eigener Artikelbezeichnung**, deren **Mehrwert durch das mitgelieferte Zubehör** unterstrichen wird. Hierdurch entziehen sie sich, was definitiv sinnvoll ist, unter anderem der Vergleichbarkeit mit Angeboten der Wettbewerber bei **idealo & Co.**

Nicht minder stolz führen unsere Gastgeber uns sodann weiter zur **Premiumverkaufsfläche von electroplus.** Diese wurde im Vergleich zur Herbst-'EK LIVE' komplett überarbeitet und zeigt auf, wie ein Fachgeschäft quasi „auf Knopfdruck und mit Hilfe moderner LED-Technik“ ohne großen Umbau-Aufwand die Regalbeleuchtung jeweils farblich der Hausgerätemarke anpassen kann, die dort gerade in den Kunden-Fokus gerückt werden soll. **Martin Wolf macht's für 'miE' an einem konkreten Beispiel fest:**

„Unser Händler kann hingehen und sagen: Diese Fläche stelle ich jetzt ein halbes Jahr der Marke AEG zur Verfügung, die das übrigens auch finanziell großzügig unterstützt, wenn sie als erste zum Zuge kommt. Dann leuchtet die ganze Fläche in den AEG-Farben und im Besprechungsbereich läuft ein AEG-Film im Hintergrund. Nach Ablauf der vereinbarten Zeit will unser Händler dann vielleicht aber doch irgendwann auch andere Marken bewerben, also verändert er die Hintergrundfarbe und es läuft ein anderer Film. Diese hohe Flexibilität ist von unseren Händlern hier auf der Messe sehr, sehr gut angenommen worden.“

„Die zweite wichtige hier gezeigte (Ladenbau-)Innovation“, so Wolf weiter, „ist unsere **Video-Wall.** Bisher kam bei electroplus zum Abspielen von Produkt- und Imagevideos in der Regel ein Monitor zum Einsatz. Der war zwar auch schon ein PoS-Highlight, wirkt im Vergleich zur Wand aber jetzt wirklich klein. Der Vorteil ist, dass die Wall nicht nur deutlich heller strahlt, was insbesondere im hinteren, fensterlosen Teil des Geschäfts toll wirkt, sondern dass sie auch komplett flexibel einsetzbar ist. Jede der Platten, aus denen die Wand sich zusammensetzt, ist ungefähr so groß wie meine Hand und ich kann das jetzt so bauen, wie ich das haben will: bei Bedarf auch nur halb so groß oder aber kreisrund – in welcher Form auch immer eben! **Der dazugehörige Rechner wird im Schrank versteckt. Da kann ich dann einen USB-Stick reinstecken oder ihn online vernetzen.**“

Last, but not least, auch wenn Geräte bekanntermaßen in der 'miE'-Berichterstattung gegenüber vertrieblichen und marketingtechnischen Themen eine eher nachgeordnete Rolle spielen, wollen wir zum Abschluss unseres Rundgangs zumindest kurz auch noch auf eine beeindruckende Premiere auf

dem 'EK LIVE'-Messestand von **WMF** sowie auf eine Marke eingehen, die in Bielefeld erstmals vertreten war: **Xiaomi**.

■ Dass WMF seit einiger Zeit den Wiedereinstieg in das Consumer-Geschäft mit Kaffeefullautomaten vorbereitetete, wusste 'miE' schon länger. Dass nach Absage der für die Premiere der **WMF-Vollautomaten-Serie 'Perfection 800'** ursprünglich vorgesehenen Weltleitmesse **Ambiente** in Frankfurt gerade das beschauliche Bielefeld als Ersatzort ausgewählt wurde, kam auch für uns allerdings recht überraschend, zumal hierdurch natürlich auch aus einer erst für die Folgeweche geplanten Presse-Preview vorzeitig die Luft ein wenig raus war. Andererseits war die Entscheidung der Schwaben sicher alles andere als zufällig.



Die enge Verbindung zwischen der EK und einem Hersteller, der auch in Sachen 'Tischkultur, Messer, Bestecke, Töpfe und Pfannen' zu den besonders bedeutenden Partnern des Multibranchen-Verbundes gehört, dürfte den Ausschlag gegeben haben. Der WMF-Stand zog in diesem Jahr denn auch besonders viele Blicke auf sich, und das völlig zu Recht. Gut sehen die Vollautomaten ja schon mal aus. Zu hoffen bleibt nun nur noch, dass WMF bei der Entwicklung der Geräte diesmal auch in Sachen 'Technik' seine Hausaufgaben gemacht hat. **In welcher Form der Lieferant bei der Vermarktung der Produkte auch an Sie und Ihre Fachhandelskollegen gedacht hat, dazu dann mehr in einer der kommenden Ausgaben. Was wir Ihnen schon heute gern als sehr ansprechend ans Herz legen, ist das gelungene, edel wirkende und zu den Geräten passende WMF-Präsentationsmöbel.**

■ Wer, um wirklich zum Ende zu kommen, das chinesische Unternehmen **Xiaomi**, so wie Ihr Chefredakteur, bislang vor allem als Lieferant qualitativer und toll ausgestatteter Mobiltelefone zum vertretbaren Preis kennt oder, wenn's hoch kommt, auch als Anbieter von Elektro-Tretrollern, der lernte in Bielefeld definitiv dazu: **Auch vor Hausgeräten**

schreckt Xiaomi nicht mehr zurück und das, was die Marke insofern alles 'aufgefahren' hatte, war schon beeindruckend! Das Line-up der Chinesen reichte von einem gerade erst zum Testieger gekürten Luftreiniger bis zu einer intelligenten (!) Heißluft-Fritteuse, die sich mit Blick auf einige Features von vergleichbaren Geräten anderer Anbieter



sogar positiv weiter abhebt. Auch das Design aller Xiaomi-Kleingeräte wirkt zudem wie aus einem Guss und dürfte auf einer entsprechenden PoS-Sonderfläche einige begehrlche Blicke Ihrer Kunden auf sich ziehen. **Falls all das dann auch noch sauber und mit guter Rendite abverkauft werden kann (was wir Stand heute noch nicht beurteilen möchten), dann wird sich manch ein anderer Lieferant in Zukunft wahrscheinlich warm anziehen müssen!** Gegen diese Art von Wettbewerb durch einen relativen Newcomer lässt sich aus Sicht des Fachhandels dann aber sicher nichts einwenden!

Das 'miE'-Fazit zur EK LIVE ist eindeutig: ■ Wir beglückwünschen die Organisatoren zu einer von uns als sehr spannend empfundenen und facettenreichen Hausmesse, die trotz der erschwerten Bedingungen mit dem Rückhalt von Ausstellern wie **AEG, Beurer, Bosch, Graef, Jura, Liebherr, Miele, Samsung, Siemens, WMF** und weiteren wichtigen Hausgeräte-Marken rechnen durfte ■ Gefreut hat uns darüber hinaus natürlich der sich in den (vorläufigen) Geschäftszahlen der Bielefelder widerspiegelnde gute Lauf der electroplus-Fachhändler! ■ Besonders danken möchten wir zudem auch auf diesem Wege Martin Wolf und Daniel Kullmann, die der 'miE'-Redaktion und ihren Lesern in einem exklusiven, mehr als einstündigen Messerundgang mit einigen tiefergehenden 'EK LIVE'-Einblicken aufgezeigt haben, wohin die Reise für die EKler im Bereich 'Weiße Ware' auch zukünftig gehen soll. **Beide sehen die Gruppe im Allgemeinen und die electroplus-Partner im Besonderen für die Zukunft gut aufgestellt und 'miE' hat keinen Anlass, dem hier zu widersprechen!**

Aktuelle Streiflichter aus Wirtschaft und Branche

Auch ElectronicPartner sieht sich voll auf Kurs Mit den selbstbewussten Worten „neue Projekte auf den Weg bringen und Erfolgreiches zukunftssicher ausbauen – das **ElectronicPartner Jahr 2022** steht im Zeichen von Innovationen“, kündigt die in Düsseldorf beheimatete Verbundgruppe ihre für die Zeit vom 18. Februar bis 4. März 2022 geplante **virtuelle Warenmesse** an. Ferner entnehmen wir der Meldung, dass rund zwei Monate später (am 29. und 30. April) dann der zweite



Streich in Form eines neuen Veranstaltungsformats in Präsenzform vorbereitet wird. Auch im Rahmen des ersten **'ElectronicPartner Kongresses'** werden den Teilnehmern Workshops, Vorträge und ausgewählte Ware angeboten. Als Ausblick auf konkretere Umsatzzahlen, die im März kommuniziert werden, betont Verbundgruppen-Vorstand **Friedrich**

Sobol: „Gemeinsam mit unseren Mitgliedern und Partnern ist es uns auch im zweiten Corona-Jahr gelungen, alle Geschäftsfelder von ElectronicPartner souverän durch die Pandemie zu steuern.“ Den kleinen Seitenhieb „während Wettbewerber sich zunehmend der Großfläche widmen, ist die Stärke der EP-Mitglieder bester, persönlicher Service auf konzentrierter Fläche mitten in der Gemeinde“, dürfte jeder in der Branche auch ohne Nennung konkreter Namen richtig verstanden haben. Die Ansicht Sobols, der sogar von einem **Alleinstellungsmerkmal** der EP: spricht, dürfte man freilich beispielsweise in Mainz und Bielefeld wohl eher nicht teilen.

ZVEI-Hausgeräte-Bilanz 2021 Von einer „ungebrochen starken Nachfrage nach Elektro-Haushalts-Groß- und -Kleingeräten“ auch im zurückliegenden zweiten Pandemie-Jahr ist in den vorläufigen **ZVEI-Berechnungen** die Rede. Der inlän-