

EK Retail

Im Krisenjahr 2022 9,3 % Zuwachs

Mittwoch, 18.01.2023

Der Mehrbranchenverbund EK Retail geht die bekannten Herausforderungen dieser Zeit auch im neuen Handelsjahr selbstbewusst an. Und das aus guten Gründen: Der Blick auf die vorläufigen Geschäftszahlen 2022 zeigt ein deutliches Umsatzplus, gleichzeitig geht die aktive Marktgestaltung weiter stetig in Richtung profitabler Expansion. Und aktuell bringt der Einkaufsverband vom 18.-20. Januar wieder alles auf die 32.000 qm große Ausstellungsfläche der Messehallen am Standort Bielefeld, was den Fachhandel auch in Krisenzeiten stark macht.

„Drei Corona-Jahre und fast ein Jahr des furchtbaren Kriegs in Europa haben mit all ihren Konsequenzen auch dem mittelständischen Handel viel abverlangt. In dieser Zeit haben wir erlebt, wie groß die Bereitschaft und die Fähigkeit zum Wandel in der EK Händlergemeinschaft ist. Deshalb schauen wir sehr zuversichtlich nach vorn. Der inhabergeführte Fachhandel kann mit großen Veränderungen umgehen“, so Martin Richrath auf der Pressekonferenz zur Jahreseröffnung im Rahmen der Frühjahrsmesse EK LIVE.

Auch vor diesem Hintergrund sieht Richrath, früherer CFO und als Nachfolger von Franz-Josef Hasebrink seit dem 1. Januar als CEO an der Spitze des EK-Vorstands, die aktuell schwierige Zeit denn auch als Chance für EK Retail. „Die zu erwartende Konsolidierung der Handelslandschaft in Europa eröffnet uns Möglichkeiten.“ Die über 30 Häuser der aufgelösten österreichischen Fashion-Verbundgruppe ModeRing sind zum Jahreswechsel bereits Handelspartner von EK Retail geworden.

Rückblick auf 2022

Mit den vorläufigen Geschäftszahlen 2022 zeigt sich der EK-Vorstand auf der Pressekonferenz sehr zufrieden. Für EK Retail zeichne sich hier ein deutliches Umsatzplus in Höhe von 9,3 % im Vergleich zum Vorjahr auf rund 2,4 Mrd. Euro ab, vermeldet der neue CFO Frank Duijst, vormals EK-Bereichsleiter Financial Services. Punkten konnte der europäische Verbund wie in den Jahren zuvor mit seiner breiten Aufstellung in sechs Geschäftsfeldern. Deutlich zugelegt haben die Business Units EK Fashion, EK DIY und EK Sport.

„Mit bewährten Konzepten in Europa wie electroplus, Intersport, HappyBaby oder hubo, aber auch mit neuen POS-Lösungen wie der Nachhaltigkeitsfläche „GreenChange“ von EK Fashion treffen wir offensichtlich den Nerv der Kunden. Die permanente Weiterentwicklung dieser innovativen und emotionalen Shop- und Flächenkonzepte hat deshalb höchste Priorität“, so Richrath. Gleiches gilt für erfolgreiche Marketing-Kampagnen wie die Aktion „Starker Fachhandel. Von Herzen gern“ zur Sichtbarmachung der Fachhandelsqualität vor Ort. Parallel zur Umsatzentwicklung stellen die EK-Verantwortlichen erneut ein positives Jahresergebnis in Aussicht. Auch das Ausschüttungsvolumen an die Mitglieder bleibt als zentrale Erfolgskennziffer von Verbundgruppen absehbar auf dem hohen Niveau der Vorjahre.

Konstant blieb 2022 die Zahl der EK Retail Handelspartner, die weiterhin bei über 4.000 liegt.

„Konjunkturbedingt zunehmende Leerstände in vielen Innenstädten gehen nicht auf das Konto unserer Händler. Diese Unternehmerinnen und Unternehmer wissen, wie wichtig die Nähe zu ihren Kunden ist und

haben auch 2022 ihre individuellen und konzeptionellen Qualitäten voll ausgespielt“, konstatiert Martin Richrath. Für diese Nähe zu den Händlern stehen explizit die beiden CRO (Chief Retail Officer) Jochen Pohle und Gertjo Janssen, die den Vorstand bereits seit Oktober 2021 verstärken. Das Führungsgremium von EK Retail besteht damit seit dem 1. Januar 2023 aus CEO (Chief Executive Officer) Martin Richrath, CFO (Chief Financial Officer) Frank Duijst und den CRO (Chief Retail Officer) Gertjo Janssen und Jochen Pohle.

EK LIVE: Reeller Mehrwert in unsicheren Zeiten

Für den guten Start ins Handelsjahr 2023 bietet EK Retail auf der ausverkauften Hybrid-Messe wie gewohnt ein starkes Lagerprogramm, emotionale Absatzkonzepte und zeitgemäße Dienstleistungen. Dazu kommt der Werkzeugkasten mit digitalen Services, die nicht nur alle Online-Kanäle zielgruppengenau belegen, sondern vor allem das Vor-Ort-Geschäft der Händler stärken, sowie die Sonderkonditionen der Ordermesse mit rund 250 Ausstellern.

Im Krisenjahr 2022 9,3 % Zuwachs