

EK/Servicegroup

Mit EK Live ins Handelsjahr 2019 – stabile Umsätze 2018

Freitag, 18.01.2019

Gemeinsam mit 250 Top-Lieferanten aus den Bereichen living, comfort und fashion wollen die Bielefelder demonstrieren, wie der Fachhandel mit trendigen Sortimentswelten, emotionalen Absatzkonzepten und zeitgemäßen Serviceleistungen auch in Zukunft gute Geschäfte machen kann. „Die vielbeschworene Kauflust weckt man nicht mit Standards, sondern mit inspirierenden und überraschenden Aktionen am PoS – vor Ort und im Netz“, so der Vorstandsvorsitzende Franz-Josef Hasebrink auf der Frühjahrsmesse **EK Live vom 16. bis 18. Januar 2019**. Schon das Messemotto verspricht hier viel Dynamik: „Auf die Fläche, fertig, los!“

Rückblick auf 2018

Im Rahmen der ersten Pressekonferenz des Jahres blicken die EK Verantwortlichen auf der EK Live traditionell auf das vorangegangene Geschäftsjahr zurück. Nach vorläufigen Zahlen liegt der Umsatz der EK Gruppe 2018 mit rund 2,4 Mrd. Euro (-0,4%) auf dem Niveau des Vorjahres, genauso wie die Summe aller Ausschüttungen an die angeschlossenen Unternehmer. Vor dem Hintergrund anhaltender Geschäftsaufgaben ist die Zahl der Mitglieder bei der EK/Servicegroup leicht rückläufig.

Franz-Josef Hasebrink über die strategische Ausrichtung der EK: „Die Branche befindet sich in einem heftigen Strukturwandel, daraus ergeben sich viele Möglichkeiten für den Fachhandel. Der Konsument erwartet die Stärken des klassischen Fachhandels, gepaart mit moderner Kommunikation auf Basis von Datenmanagement, Künstlicher Intelligenz und Voice Commerce. Die Bereitschaft, Chancen der Veränderung zu nutzen und Geschäftsmodelle nachhaltig weiterzuentwickeln, bleibt der entscheidende Erfolgsfaktor im Handel.“ Die EK/Servicegroup wird daher ihre Geschäftsfelder neu ausrichten und von acht auf sechs Einheiten zusammenführen. „Unser Fokus liegt auf dem Ausbau von Leistungen und Services, die die Wertschöpfung für unsere Händler auch in Zukunft sichern“, so Hasebrink.

Grundsätzlich folgen alle EK Aktivitäten der Strategie 2020, die nachhaltiges Wachstum und die Steigerung des Betriebsergebnisses von Handelspartnern und Verbund ins Visier nimmt. EK Vorstand Susanne Sorg hat dabei alle Kanäle, auf denen der Konsument erreicht werden kann, fest im Blick: „Mit der Fokussierung auf den Ausbau unserer digitalen Angebote stärken wir die Händler auf allen Kanälen. Eine Allrounder-Qualität, die angesichts stark wachsender Online-Umsätze immer wichtiger wird.“ Mit ihrer neu entwickelten ERES-Plattform tragen die Bielefelder dabei der weiteren Digitalisierung der Handelswelt Rechnung, ohne den Mittelpunkt des Handelns aus den Geschäften vor Ort zu verschieben. So eröffnet der erste Online-Marktplatz den Händlern mit Spielwarensortimenten (www.spielundspass.de) alle Chancen, selbst zum Online-Händler zu werden und parallel mit den klassischen Stärken ihres Fachgeschäftes zu punkten. Gleiches gilt in Kürze auch im Bereich der Babyhartwaren (www.happybaby.de). Weitere Online-Marktplätze werden folgen.

Erfolgsgaranten waren 2018 einmal mehr profilstarke und rentable Shopkonzepte wie electropus, HappyBaby, intersport (sports/NL), hubo (diy/NL) oder Ambiance & Styles und Culinarion (beide living/F). In der fortgesetzten Marktdurchdringung der Shopkonzepte prognostiziert der EK Vorstand auch zukünftig großes Wachstumspotenzial. Ein wichtiger Zukunftsbaustein ist auch das Thema „Business

Intelligence“. Die EK Gruppe verfügt mit ihren rund 4.000 aktiven Unternehmern über einen Datenschatz, den es durch den Aufbau der technischen Prozesse sowie das Management der Daten und des Contents zu nutzen gilt – bis hin zur objektivierten Zusammenstellung gefragter Sortimente an jedem einzelnen Standort. Parallel geht die Entwicklung zur europäischen Unternehmerplattform weiter. „Wir sind grundsätzlich offen für Allianzen mit mittelstandsorientierten Organisationen. Nicht zuletzt, weil die Zusammenführung zentraler Funktionen und gemeinsame Serviceleistungen wie Omnichannel zu signifikanten Ertragseffekten führen und das finanzielle Fundament der EK stärken“, so Hasebrink.

EK Live: „So wird Kauflust geweckt“

Im Rahmen der EK Live machen die Ostwestfalen ihre Handelspartner einmal mehr fit für den Wettbewerb. Im eigenen Messecenter warten genau dafür viele Neuheiten und Trends aus allen Sortimentsbereichen. Attraktive Messeangebote und -rabatte seitens der Industriepartner erhöhen den Spaßfaktor beim Ordern, genauso wie Messerabatte und Valuten beim Bezug aus dem breiten EK Lagerprogramm. Zu den vielen guten Gründen für einen Fachbesuch gehört außerdem die Präsentation von ERES. Die vollintegrierte Omnichannel-Plattform vereint Funktionalitäten wie Warenwirtschaft, Kasse, Kiosk, Online-Shop sowie die Anbindung an die neuen Online-Marktplätze in nur einem System. Hier liefern die EK Experten spannende Informationen für Interessenten und Anwender – erstmalig auch über den nächsten geplanten Online-Marktplatz für Elektrogroß- und -kleingeräte. Ein weiteres Highlight ist das Online-Kiosksystem: Die Handelspartner haben hier kostenfrei Zugriff auf rund 42.000 Lagerartikel und können damit ihre Ladentheke virtuell spürbar verlängern.

Zahlreiche praxisnahe Workshops und die vielfältigen Austauschmöglichkeiten mit Händlerkollegen, Industriepartnern, Dienstleistern und dem Messteam machen die EK Live außerdem zum idealen Forum für den fachlichen und persönlichen Austausch von Angesicht zu Angesicht.

Mit EK Live ins Handelsjahr 2019 – stabile Umsätze 2018

Links

- [EK/Servicegroup](#)