

„Leidenschaft, Qualitätsbewusstsein, Service“

Interview mit Karl Trautmann, Vorstand ElectronicPartner

ElectronicPartner ist seit 82 Jahren am Markt erfolgreich – wie lautet Ihr Erfolgsrezept?

Wir kombinieren unsere Branchenerfahrungen aus über 80 Jahren mit der Überzeugung, dass Veränderungen Chancen sind. So verbessern wir uns und unser Handelskonzept immer weiter und bleiben ein erfolgreicher Partner für Mitglieder und Industrie. Seit der Gründung 1937 bestimmen Leidenschaft, Qualitätsbewusstsein und Service das Vorgehen von ElectronicPartner. Das Familienunternehmen ist von spannenden Kontrasten geprägt: Verlässlichkeit und Innovation, Beständigkeit und Trendbewusstsein, in Düsseldorf verwurzelt und gleichzeitig in Europa angekommen.

Wie bewerten Sie die gegenwärtige Branchensituation?

Wir bewegen uns in einer extrem schnelllebigen und herausfordernden Branche. Alle Marktteilnehmer sind regelmäßig mit massiven Umbrüchen konfrontiert, auf die sie sich einstellen müssen. Das wird mit Sicherheit auch so bleiben, denn der Elektronikmarkt lebt von ständiger Entwicklung und immer neuen Innovationen.

Wie positioniert sich ElectronicPartner am Markt?

Wir prüfen regelmäßig unsere eigene Strategie und richten sie so aus, dass unsere Mitglieder souverän am Markt auftreten. Erfolge wie die EP:Qualitätsoffensive bestätigen uns, die Weichen richtig gestellt zu haben. Genauso wie wir positive Strategien weiterverfolgen, reagieren wir frühzeitig, wenn sich Prozesse in eine falsche Richtung entwickeln. Deshalb gehen wir zurzeit aktiv die Neuausrichtung unserer Fachhandelsmarke MEDIMAX an, um schneller und schlagkräftiger zu werden sowie eine höherwertige Sortimentierung voranzutreiben. Wir haben bereits vielfach bewiesen, dass wir uns hervorragend auf sich ändernde Marktbedingungen einstellen können und auch in einem anhaltend schwierigen Umfeld gute Ergebnisse erzielen. Das ist auch in Zukunft unser Anspruch.

Wie ist aktuell die Situation Ihrer strategischen Marken?

Seit 2014 die Qualitätsoffensive ins Leben gerufen wurde, konnte die Vertriebslinie EP: ihren Umsatz jährlich steigern. Ein hochwertiger PoS, kompetente Beratung, hervorragender Service und ein durchgängiger Auftritt an allen Kontaktpunkten zum Kunden zahlen sich eindeutig aus. Im Geschäftsjahr 2018 erreichten die EP:Händler gemeinsam eine Umsatzsteigerung von 1,5 Prozent. Damit lagen sie 7,5 Prozent über dem von der GfK ermittelten Durchschnitt für den Kanal Fachhandel. Wichtige Schwerpunkte liegen aktuell auf dem Bereich Fortbildung und Qualifizierung mit dem EP:Campus sowie dem Ausbau der digitalen Strategie am PoS und Online.

Um die Marke MEDIMAX erfolgreich weiterzuentwickeln, schlagen wir neue Wege ein. Dafür haben wir interne Kompetenzen gebündelt und Strukturen optimiert. Auf der Fläche stehen

ElectronicPartner

eine attraktive, höherwertige Sortimentsgestaltung und eine nochmalige Verbesserung der Beratungskompetenz im Fokus.

Das Technologie-Netzwerk comTeam mit rund 800 Partner hat 2018 das beste Ergebnis seit seiner Gründung erwirtschaftet. Auch nach 35 Jahren passt sich comTeam immer wieder erfolgreich an die Marktveränderung an und setzt eigene Akzente. So erfährt growr, das 2017 gegründete Netzwerk für Start-ups, immer mehr Zulauf und verbindet mittlerweile über 300 Gründer.

Welche Onlinestrategie verfolgt Ihre Verbundgruppe?

Bei unseren Endkunden-Marken EP: und MEDIMAX setzen wir auf eine Multichannel-Strategie. Wir holen Kunden dort ab, wo sie sich bewegen.

Gleichzeitig verknüpfen wir die Vorteile des stationären Handels mit dem Einkauf im Netz – zum Beispiel mit den verschiedenen Servicestufen bei der Auslieferung durch EP:Fachhändler.

Wie sehen Ihre Erwartungen und Pläne für die Zukunft aus?

Handel ist und bleibt Wandel. Wir sind ständig in Bewegung, um unser Unternehmen an der Zukunft auszurichten und für unsere Mitglieder sicher aufzustellen. Mit zwei gut etablierten Onlineshops und damit verbundenen Multichannel-Strategien geben wir eine erfolgreiche Antwort auf die Entwicklungen im E-Commerce.

Wir werden weiterhin Veränderungen als Chancen nutzen und unsere Erfahrungen bei der Entwicklung nachhaltiger Konzepte einsetzen. Deshalb sind wir optimistisch, dass wir weiterhin erfolgreich am Markt performen und freuen uns auf kommende Herausforderungen.