

ElectronicPartner Vorstand Friedrich Sobol:

„Wir investieren in die Zukunft“

Wie in der vorigen Ausgabe von PoS-MAIL berichtet, hat ElectronicPartner für das Geschäftsjahr 2019 ein Umsatzminus gemeldet. Trotz des herausfordernden Umfeldes schauen die Verantwortlichen mit Optimismus in das Jahr 2020, in dem die bereits eingeleiteten Maßnahmen Früchte bringen sollen. PoS-MAIL hat mit Friedrich Sobol, ElectronicPartner Vorstand, über die Situation bei der Verbundgruppe gesprochen.

PoS-MAIL: Herr Sobol, trotz 5,1 Prozent Umsatzminus in der Verbundgruppe haben die EP: Fachhändler 2019 um 8,3 Prozent besser abgeschnitten als der Kanal Fachhandel insgesamt. In der Fläche ging es dagegen abwärts. Warum ist es bei der einen Vertriebslinie besser gelaufen als bei der anderen?

Friedrich Sobol: Bei EP: ernten wir bereits seit Jahren die Früchte der Qualitätsoffensive, die wir 2014 gestartet haben. Diese Ergebnisse sind klar zu erkennen: bei der Gestaltung der Läden, auf unserer Home-

page mit dem Virtual Shelf Konzept, den digitalen Plakaten und den starken Social Media Auftritten. All das hat dazu geführt, dass wir unsere Marktposition seit 2014 jedes Jahr verbessern konnten.

PoS-MAIL: Was war dabei die größte Herausforderung?

Friedrich Sobol: Die Einführung eines einheitlichen Warenwirtschafts-systems, denn das ist eine überaus komplexe Angelegenheit. Es gibt aber dafür keine Alternative, denn die Konditionensysteme unserer Lieferanten sind nicht zuletzt aus kartellrechtlichen Gründen so kompliziert, dass man als einzelner Händler kaum eine verlässliche Margenaus-sage machen kann. Dafür braucht man eine Kooperation mit leistungs-fähiger IT, die wir in den nächsten Jahren weiterentwickeln werden. Bereits seit zwei Jahren gibt es eine Projektgruppe für die Einführung von SAP S/4 HANA, die wir bis zum Jahr 2022 abgeschlossen haben werden – und zwar für alle Länder und Sprachen, die wir brauchen, mit dem gesamten Artikelkatalog usw. Das ist eine gewaltige Investition, die zeigt, dass ElectronicPartner und seine Gesellschafter in die Zukunft investie-ren.

PoS-MAIL: Welche Pläne haben Sie für Medimax, damit die Fachmärkte



ElectronicPartner Vorstand Friedrich Sobol: „Entscheidend für den Erfolg im Fachhandel ist immer der Unternehmer vor Ort.“

dem Beispiel von EP: folgen können?

Friedrich Sobol: Dass Fach- und Flächenmärkte neue Konzepte brauchen, zeigt sich nicht nur bei Medimax. Deshalb haben wir bereits den Umbau dieser Vertriebslinie eingeleitet.

PoS-MAIL: Handelt es sich dabei um einen Umbau oder vielmehr, wie in der Branche kolportiert wird, um einen Abbau?

Friedrich Sobol: Es handelt sich um einen Umbau, in den wir kräftig investieren. Dabei wollen wir



Seit dem Start der Qualitäts-offensive 2014 hat sich die Marktposition von EP: jedes Jahr verbessert.

Medimax bis Ende 2021 komplett auf Franchise umgestellt haben, denn ich bin davon überzeugt, dass es immer der Unternehmer vor Ort ist, der im Einzelhandel über den Erfolg entscheidet. Deshalb arbeiten wir intensiv daran, die guten Märkte an aktive Unternehmerpersönlichkeiten zu übergeben.

PoS-MAIL: Dabei verlieren Sie aber offensichtlich Standorte.

Friedrich Sobol: Ja. Zum einen wollen wir nur solche Standorte an Franchisenehmer übergeben, die tatsächlich lebensfähig sind. Und wenn man so grundlegende Veränderungen einführt, liegt es zum anderen in der Natur der Sache, dass sich in Einzelfällen Menschen auch für andere Partner entscheiden. Für uns ist wichtig, dass diejenigen, die als Unternehmer bei Medimax einsteigen, aus Überzeugung hinter unserem Konzept stehen, damit wir gemeinsam mit ihnen nach vorn gehen können. Denn wir haben mit dieser Marke noch viel vor und

investieren nicht nur in die Neugestaltung der Märkte, sondern auch in eine neue zentrale IT-Lösung, bei der die Franchisenehmer auf Wunsch auch Buchhaltung und Lohnbuchhaltung von der Zentrale erledigen lassen können.

PoS-MAIL: Wie lange wird man bei Medimax auf Ergebnisse dieser Maßnahmen warten müssen?

Friedrich Sobol: Diese Ergebnisse sind bereits zu sehen, denn wir erzielen z. B. im Onlinegeschäft wieder ordentliche Umsätze, nachdem wir vom zentralen Shop zu einem Omnichannel-Auftritt gewechselt sind, bei dem jeder Markt seine eigene Homepage führt und das Rechtsgeschäft direkt mit dem Endkunden macht.

Auch in den bereits übergebenen Märkten sehen wir hier ermutigende Resultate. Und nachdem wir in der Anfangsphase der Transformation vor allem mit technischen Dingen beschäftigt waren, investieren wir jetzt auch wieder mehr in Marke-

ting-Aktivitäten. Dazu wird auch der sechsköpfige Unternehmerbeirat, den wir Anfang März in Düsseldorf vorstellen werden, wichtige Impulse geben.

PoS-MAIL: Werfen wir einen Blick auf den Markt. Dort sehen wir in wichtigen Segmenten wie TV und bei bestimmten Großgeräten zur Zeit einen deutlichen Preisverfall. Macht Ihnen diese Entwicklung bei allem Optimismus für 2020 keine Sorgen?

Friedrich Sobol: Natürlich sehen wir diese Entwicklung mit Besorgnis. Aber wir vergessen auch nicht, dass es nach wie vor Lieferanten gibt, die es ihren Handelspartnern ermöglichen, vernünftige Preispunkte zu setzen und dabei auch Margen zu erwirtschaften. Es ist für jeden Fachhändler sinnvoll, sich auf solche Produkte zu konzentrieren, anstatt zu versuchen, im Wettbewerb mit preisaggressiven Anbietern Waschmaschinen für 249 Euro ohne Rendite zu verkaufen. Natürlich ist es deshalb besonders für Fachhändler

schlecht, wenn ein Premium-Lieferant ausfällt. Im vergangenen Jahr haben wir z. B. unter der Insolvenz von Loewe sehr gelitten.

PoS-MAIL: *Wie sehen Sie den Neustart in Kronach?*

Friedrich Sobol: Wir würden uns freuen, wenn er gelingt. Natürlich ist bei unseren Mitgliedern nach den Erfahrungen der letzten Jahre eine gesunde Skepsis vorhanden, aber auch guter Wille, einen Neustart dieser wichtigen Marke zu unterstützen, wenn das Konzept stimmt.

PoS-MAIL: *Nun sieht es so aus, als ob wichtige Marktsegmente wie z. B. TV nicht mehr die Bedeutung für den Fachhandel haben werden wie früher. Welche neuen Sortimentsbereiche können diese Lücken schließen?*

Friedrich Sobol: Fachhändler, die nicht auf die Vermarktung von Dienstleistungen wie Versicherungen und Finanzierung setzen, werden es in Zukunft noch schwerer haben. Auch beim Angebot von Diensten gibt es noch großes Potential, indem man z. B. den Verkauf von Premium-TVs mit Festnetz-Verträgen oder Streaming-Angeboten kombiniert. Nicht vergessen sollte man aber die klassische Grundlage für Erfolg im Fachhandel und im Fachmarkt: die kompetente Beratung. Hier können wir als Kooperation unsere Mitglieder besonders wirksam unterstützen und damit auch den Lieferanten Arbeit abnehmen. Mit dem EP:Campus sind wir sehr erfolgreich und vermitteln zahlreichen Händlern und ihrem Verkaufspersonal fundiertes Wissen über Produkte, Verkaufsstrategien

und Betriebswirtschaft. Das werden wir in Zukunft weiter ausbauen.

PoS-MAIL: *Haben Sie bei so vielen Investitionen keine Sorgen, dass Ihnen irgendwann einmal die Luft ausgeht?*

Friedrich Sobol: Ich danke Ihnen sehr für diese Frage, die ich gerne beantworte. Nein, diese Sorgen haben wir bei ElectronicPartner nicht, denn wir sind ein kerngesundes Familienunternehmen, das von seinen Gesellschaftern seit Jahrzehnten finanziell erstklassig ausgestattet wurde und wird. Deshalb bin ich zuversichtlich, dass wir auch in den nächsten Jahren unsere Mitglieder bestmöglich dabei unterstützen können, als Unternehmer Erfolg zu haben.

PoS-MAIL: *Herr Sobol, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.*



Bis Ende 2021 sollen die Medimax Fachmärkte komplett auf Franchise umgestellt sein.