

# expert Frühjahrstagung 2020

## Motivation durch Partnerschaft

**Auf der expert-Frühjahrstagung, die mit anschließender Messe unter dem Motto „Motivation durch Partnerschaft: Gemeinsam Ziele erreichen“ vom 8. bis 10. Februar in Hannover stattfand, stellten der expert-Vorstand sowie die Marketing- und die Vertriebsleitung die wichtigsten Themenschwerpunkte der Verbundgruppe vor. Rund 1.000 Mitglieder (das ist eine Teilnahmequote von über 82 Prozent) und 180 Aussteller kamen auf dem Messegelände in Hannover zusammen, wo sich zum guten Start in die „Goldenen 20er“ etwas Wehmut gesellte, weil man sich in diesem Jahr letztmalig in der niedersächsischen Landeshauptstadt traf.**

Dafür soll in Zukunft die Gesellschafterversammlung immer in Hannover stattfinden. Auf der Jahresauftaktveranstaltung stand weiterhin der Begriff Partnerschaft im Mittelpunkt, denn darin liegt nach Einschät-



*Gut besucht: Die 3.800 Quadratmeter große expert-Area auf der Messe der Frühjahrstagung 2020.*

zung der Verantwortlichen die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg. „Wir wollen die Zusammenarbeit mit unseren Partnern im gesamten Wertschöpfungsprozess weiter intensivieren und zusätzliche Dienstleistungen integrieren“, erklärte Vorstandsvorsitzender Dr. Stefan Müller. Mit einem Innenumsatz von 1,642 Mrd. Euro (minus 1,7 Prozent) von April bis Dezember 2019 hat expert besser abgeschnitten als der Markt, lag aber unter den selbst gesteckten Zielen. Das gilt auch für das Kalenderjahr 2019 mit einem Volumen von 2,056 Mrd. Euro (minus 0,4 Prozent). Beim e-Commerce nutzte expert das Wachstum der Internet-Branche effektiv und steigerte seinen Online-Anteil 2019 auf 4,7 Prozent. Damit lag

die Verbundgruppe um 2,1 Prozentpunkte über dem Gesamtmarkt. Dazu kamen positive Auswirkungen für den stationären Fachhandel, denn die Gesellschafter profitieren von zusätzlichen Online-Umsätzen ebenso wie von Produktreservierungen im Fachmarkt und mehr Kundenfrequenz im Geschäft.

### **Intelligente Kooperationen**

Frank Harder, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce betonte die Notwendigkeit, angesichts der rasanten Veränderungen deren Potenziale intelligent zu nutzen. Ein besonders gelungenes Beispiel stellt seiner Ansicht nach das Telekom-Fachmarkt-Konzept dar: Alle expert-Standorte mit einer solchen Shop-in-

Shop Lösung wiesen in der Vermarktung von Telekom-Produkten höhere Abschlussquoten auf als Fachmärkte ohne das Konzept. Erfolgreich entwickelte sich auch der mySwoop Ankaufservice für gebrauchte elektronische Geräte. Mit einem Ankaufovolumen von rund 3,2 Millionen Euro in 2019 bieten die beiden Unternehmen ihren Kunden den größten stationären Re-Commerce-Service in Deutschland und unterstützen damit den umweltbewussten Umgang mit wertvollen Ressourcen. Durch den Ankauf von weit über 17.000 Geräten in 214 Fachmärkten wurde die CO<sub>2</sub>-Bilanz um rund 230 Tonnen entlastet. Dafür wurde expert auf der diesjährigen Frühjahrstagung in Hannover der Nachhaltigkeitsaward verliehen. Der Service soll künftig an vielen weiteren Standorten angeboten werden.

## Erfolgreiche Black Week

Die 2019 erfolgte Intensivierung der Black-Week-Kampagne erwies sich als die richtige Strategie: Im November und Dezember des vergangenen Jahres stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 Prozent. Das war die Grundlage für den erfolgreichen Jahresstart mit dem Leitthema „Goldene 20er“. Die auffallend goldene Optik der expert-Jahresstartkampagne wird auch die bevorstehende Osterkampagne prägen und auch rund um die Fußball-Europameisterschaft 2020 mit dem „expert Golden Goal“ für Aufmerksamkeit sorgen.

## Qualifizierungsoffensive 2020

Gerd-Christian Hesse, Vorstand für Finanzen, Versicherung und Personal, stellte in seiner Präsentation die Mitarbeiter und deren Engagement in den Mittelpunkt. „Der Mitarbeiter ist



Zuversichtlich am Beginn der Goldenen 20er: Die expert Vorstände (v. l.) Gerd-Christian Hesse, Dr. Stefan Müller (Vorsitzender) und Frank Harder.

der Garant für unseren Erfolg. Denn unser Fokusthema lautet: den Kundenauftrag erfüllen. So unterstützen wir Gesellschafter und Mitarbeiter hinsichtlich der Optimierung von Beratungs- und Verkaufsqualifikation.“

Im Zuge der Qualifizierungsoffensive 2020 wird im Laufe des Jahres ein Mystery Shopping mit anschließender Analyse durchgeführt. Dabei werden in verschiedenen Warenbereichen stationär und online Testkäufe getätigt. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse erhalten expert-Gesellschafter individuelle Unterstützung und Qualifikationsmaßnahmen vor Ort, um das Geschäftsmodell noch besser an den Bedürfnissen der Kunden auszurichten.

## Messe-Begegnungen

Auf der expert-Messe konnten die Gesellschafter nach der Tagung in den Dialog über die präsentierten Konzepte und Handlungsempfehlungen treten und intensive Gespräche mit den Dienstleistungs- und Industriepartnern führen. So bestätigte die Veranstaltung ihre wichtige Funktion als Plattform für den Austausch und die gemeinschaftliche

Motivation. Diese Funktion will expert auch in Zukunft nutzen; auf der Kooperationsmesse KOOP 2021 sollen die persönlichen Verbindungen zwischen den Partnern weiter gestärkt werden.

## A-Lieferanten-Status für Samsung Hausgeräte

Im Rahmen der Frühjahrstagung hat expert den langjährigen Partner Samsung im Bereich der Elektrohausgeräte mit Wirkung vom 1. April 2020 in den A-Lieferanten-Status aufgenommen. Dies sei das Ergebnis einer jahrelangen, partnerschaftlichen Zusammenarbeit, betonte die Verbundgruppe in einer Pressemitteilung. In den vergangenen drei Jahren habe sich Samsung im Bereich der Elektrohausgeräte stetig verbessert und mit dem Smart-Dealer-Programm die Zusammenarbeit mit dem Elektronikfachhandel erfolgreich gestaltet.

„Wir möchten diese positive Entwicklung, die sich in den Marktzahlen nachhaltig widerspiegelt, honorieren“, sagte Frank Harder, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce. „Samsung bereichert den Markt kontinuierlich mit Innovationen, die uns erfolversprechende Vermarktungschancen bieten.“ Deshalb sollen im Fokus der Partnerschaft die Produktbereiche liegen, in denen Samsung in den vergangenen Jahren durch beständige Innovationen überzeugen konnte. Dazu gehören freistehende Kühlgeräte, Waschmaschinen und Trockner.

Die Aufnahme von Samsung in den etablierten Kreis der strategischen Partner und Lieferanten von expert stellt auch für den Elektronikhersteller eine wichtige Bestätigung dar. „Wir freuen uns, den A-Lieferanten-Status von expert zu erhalten“, erklärte Leif-Erik Lindner, Vice-President-Consumer-Electronics bei Samsung Electronics GmbH. „Damit ist eine Verantwortung verbunden, der wir uns sehr wohl bewusst sind.“