

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

EK Retail: Umsatz im Krisenjahr deutlich gestiegen

Die Verbundgruppe EK Retail hat nach vorläufigen Geschäftszahlen 2022 ein Umsatzplus um 9,3 % auf 2,4 Mrd. Euro erzielt. „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, der neue CEO der EK. Man wolle organisch und anorganisch wachsen, so der frühere CFO des Mehrbranchenverbundes. „Die zu erwartende Konsolidierung der Handelslandschaft in Europa eröffnet uns Möglichkeiten“, so Richrath. 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 Richrath.

<https://www.ek-retail.com>

MediaMarktSaturn: Breit angelegte Brand-Kampagne

Seit kurzem läuft die gemeinsame Brand-Kampagne von MediaMarkt und Saturn – von nun an mit einem übergreifenden Markenlogo. „Mit der ersten gemeinsamen Brand-Kampagne für MediaMarkt und Saturn in Deutschland gehen wir konsequent den nächsten Schritt innerhalb unserer Neupositionierung“, erklärt Michael Schuld, Chief Commercial & Marketing Officer der MediaMarktSaturn Retail Group. „Wir führen zwei starke Marken noch enger zusammen, da ist es nur logisch, dass wir auch den Markenauftritt von MediaMarkt und Saturn unter einer gemeinsamen Kampagne präsentieren und den Kunden die zahlreichen Vorteile näherbringen – gemäß unserem Ziel, Technik für alle zugänglich zu machen und das Beste aus Technik herauszuholen.“ Die Brand-Kampagne startete in Deutschland mit

<https://www.mediamarktsaturn.com>



einem gemeinsamen Image-Werbespot, zwei weitere Spots zu den Service-Leistungen von MediaMarkt und Saturn folgen. „Mit dem gemeinsamen Auftritt stärken wir die Schlagkraft der beiden Erfolgsbrands MediaMarkt und Saturn“, erklärt Dr. Sascha Mager, CEO von MediaMarktSaturn Deutschland.

Whirlpool: Europa-Deal mit Arçelik

Die Whirlpool Corporation hat die strategische Überprüfung ihres Geschäftsbereichs Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA) abgeschlossen. Jetzt gab Whirlpool bekannt, mit Arçelik eine endgültige Einbringungsvereinbarung geschlossen zu haben, um die Umgestaltung des Portfolios von Whirlpool erheblich zu beschleunigen. Die Vereinbarung sieht vor, dass Whirlpool seinen europäischen Geschäftsbereich Haushaltsgroßgeräte und Arçelik seine Geschäftssparten Haushaltsgroßgeräte, Unterhaltungselektronik, Klimaanlage und Haushaltskleingeräte in ein neu gegründetes Unternehmen einbringen. An diesem Unternehmen werden Whirlpool 25 % und Arçelik 75 % halten. Unabhängig davon stimmt Whirlpool grundsätzlich dem Verkauf des Whirlpool-Geschäfts im Nahen Osten und in Afrika an Arçelik zu. Whirlpool bleibt Eigentümer des EMEA-Geschäftsbereichs Haushaltskleingeräte der Marke KitchenAid.

<https://www.whirlpoolcorp.com>

Loewe: Ein Jahrhundert Erfindergeist

Am 22. Januar wird Loewe 100 Jahre alt. Auch ein Jahrhundert nach der Gründung 1923 durch Siegmund und David Ludwig Loewe in Berlin prägt die Marke das Segment der Unterhaltungselektronik und ist heute als Loewe Technology GmbH in 42 Ländern mit einem breiten Sortiment an hochwertigen, eleganten TV- und Audioprodukten aktiv. Die Geschichte der Marke Loewe ist voller Meilensteine. Seit der Übernahme durch Aslan Khabliev in 2019 ist Loewe ein inhabergeführtes Familienunternehmen, Khabliev fungiert als Eigentümer und CEO. Das Jubiläum wird das ganze Jahr über gefeiert, der Startschuss fällt am 2. März mit einem Festakt zur Eröffnung der Sonderausstellung „100 Jahre Loewe Designgeschichte“ am Loewe-Heimatstandort Kronach. Im Verlauf des Jubiläumsjahres sollen viele weitere Events und Aktivitäten sowie diverse Kommunikationsmaßnahmen folgen.

<https://www.loewe.de>

eBay: Marketing-Kalender mit relevanten Terminen

Eine ausführliche Übersicht der diesjährigen Kaufanlässe gibt es im neuen eBay Ads Marketing-Kalender 2023: Mit ihm behalten Händler unterschiedlicher Branchen alle wichtigen Messen und Events, verkaufsfördernden Er-

<https://www.ebayads.de>



eignisse und Shopping-Hochphasen bei eBay.de im Blick. So können relevante Marketing-Momente frühzeitig erkannt und in die eigene Marketingstrategie aufgenommen werden, um gezielt zu werben und weiter zu wachsen. Um diese Marketing-Momente individuell für das eigene Business zu nutzen, bietet eBay Ads passende Werbelösungen. Mit entsprechenden Tools können Händler ihre Artikel hervorheben und dafür sorgen, dass ihre Angebote von potenziellen Käufern gefunden werden. Der neue Marketing-Kalender 2023 steht ab sofort unter bit.ly/ebaykalender zum kostenfreien Download bereit.

Ambiente: Sonderpräsentation Küche und Haushalt

Cleverere Lösungen für Küche und Haushalt von morgen werden auf der Solutions 2023 im Rahmen der Frankfurter Messe Ambiente vom 3. bis 7. Februar gezeigt. Mit Form und Funktion stellt sich die Sonderpräsentation in der Galleria 1 den Herausforderungen in Küche und Haushalt. Sebastian Bergne zeigt zum zehnten Mal auf der Ambiente eine Auswahl innovativer Problemlöser und wie diese auf kreative Weise unseren Alltag erleichtern. In diesem Jahr hat der Londoner Industriedesigner für die Sonderpräsentation Solutions insgesamt 20 spannende Produkte ausgewählt, von denen Anwender wirklich profitieren.

<https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/de.html>

Beko Grundig: Tool berechnet Energiespar-Potenzial

Beko arbeitet ab sofort mit Youreko zusammen, um die Effizienz der Haushaltsgeräte zu maximieren. Das Energiespar-Tool berechnet auf beko.com/de-de die mögliche Energie- und Kosteneinsparung und liefert damit eine echte Entscheidungshilfe. Laut einer weltweiten Beko-Umfrage sind 9 von 10 (87 %) Befragten von der Wichtigkeit der Energieeffizienz überzeugt und 78 % am Kauf von Produkten interessiert, die helfen, Energie zu sparen.

<https://www.beko.com/de-de>

Wertgarantie: Nachhaltigkeit vermehrt kundenrelevant

Für über 85 Prozent der Wertgarantie-Kunden ist der Aspekt Nachhaltigkeit bei ihrer Kaufentscheidung von Relevanz, für über 62 Prozent sogar von mindestens großer Relevanz. Das hat eine repräsentative Stichprobe unter den Kunden des Spezialversicherers ergeben. Fast 80 Prozent der Versicherten bestätigen zudem, dass Wertgarantie durch die Möglichkeit, Geräte reparieren zu lassen, seinen Kunden Anreize zu umweltbewusstem Handeln gibt. Mit diesen Ergebnissen der durch den TÜV Rheinland im November 2022 durchgeführten Kundenbefragung sieht sich der Versicherer in seinem nachhaltigen Handeln bestätigt. Wertgarantie-Vorstand Konrad Lehmann: „Wir begreifen Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor für unser

<https://www.wertgarantie.de>



Geschäftsmodell. Auch deshalb richten wir unsere Leistungen darauf aus. Die Ergebnisse zeigen, dass die überwiegende Mehrheit unserer Kundinnen und Kunden das wahrnimmt und honoriert." Die Relevanz von Nachhaltigkeit bei Kaufentscheidungen liegt bei Wertgarantie-Kunden grundsätzlich mit 85,5 Prozent im Jahr 2022 sowie mit 88 Prozent im Jahr 2021 weit über dem gesamtgesellschaftlichen Wert.

BVMI: 178 Milliarden Musik-Streams in 2022

Die Menschen in Deutschland haben auch im vergangenen Jahr viel Musik über Streamingdienste gehört. Wie eine Sonderauswertung von GfK Entertainment in Kooperation mit dem Bundesverband Musikindustrie (BVMI) zeigt, wurden 2022 rund 178 Milliarden Audiostreams gemessen. Dies waren acht Prozent mehr als 2021 (165 Milliarden), über ein Viertel mehr als 2020 (139 Milliarden) und fast zwei Drittel mehr als 2019, als noch 107 Milliarden Abrufe erzielt wurden. Insgesamt summiert sich die Zahl der Audiostreams seit dem Start der Erfassung im Jahr 2013 auf mittlerweile über 800 Milliarden. Der Auswertung zufolge wird vor allem aktuelle Musik gestreamt: Mit einem Anteil von 47 Prozent machten Produktionen, die seit 2020 veröffentlicht wurden, im zurückliegenden Jahr fast die Hälfte der gestreamten Menge aus. Etwas mehr als ein Drittel (35 %) stammte von Tracks aus den 2010er-Jahren, gefolgt von den 2000ern (8 %), 1990ern (4 %), 1980ern und Veröffentlichungen vor 1980 (jeweils 3 %).

<https://www.musikindustrie.de>

Weitere Fachinformationen im Abonnement:



hitec news: Brancheninformationsdienst für den Technikhandel
<http://www.bvt-ev.de/Publikationen/index.php>

Hinweise zum [DATENSCHUTZ](#).

BVT Chef-Info

Redaktion: Joachim Dünkelmann
Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20
E-Mail bvt@einzelhandel-ev.de
Internet www.bvt-ev.de