Aktuelle Streiflichter aus Wirtschaft und Branche

Engagiertes EK-Plädoyer 'pro Exklusivgeräte' Die nachfolgende Notiz der Bielefelder Verbundgruppe **EK** sowie ein sich daran anschließendes Zitat von **Franz Schreckenberg**, Leiter Category Management Bereich Elektro, möchte 'miE' Ihnen und Ihren Kollegen keinesfalls vorenthalten: *„Verbraucher, die sich für ein neues Elektro-Hausgerät interessieren, können angesichts der Angebotsvielfalt auf dem Markt schon mal den Überblick verlieren. Klare Orientierung geben hier die **electroplus**-Konzeptpartner der EK: Die bundesweit aktuell 65 Unternehmerinnen und Unternehmer punkten neben den Sortimenten der Top-Marken mit Exklusivgeräten, die in Sachen Funktion, Ressourcenschonung, Komfort und Design Spitze sind und mit einem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis überzeugen“*, ist man sich in Bielefeld sicher. *„Unsere Exklusivangebote kommen aus der Markenindustrie und sind ausschließlich für unsere Handelspartner reserviert. Und das zahlt sich aus: 2021 erzielten diese Geräte einen zweistelligen Anteil am Gesamtumsatz im Hausgeräte-Segment, bei einem Wachstum von insgesamt 25 %“*, berichtet Schreckenberg. Das dürfte auch bei anderen Verbundgruppen ähnlich ausschauen und nicht wirklich neu ist in diesem Kontext natürlich auch die Diskussion darüber, was ein Exklusivgerät grundsätzlich ausmacht: *„Für die Alleinstellung jenseits des 'Normal-Programms' sorgen nicht nur die speziellen Bezeichnungen der Großgeräte, sondern auch zahlreiche Mehrwert-Features wie z. B. besondere Flecken-Programme. Gleichzeitig weckt der stabile, hochpreisige Absatz im Premium-Segment das Interesse des Fachhandels.“* Bei der EK nennt man diese Produkte denn auch ***„Unsere Goldstücke“***. Ihre Vermarktung wird zudem *„mit kompletten, personalisierten Marketing-Paketen unterstützt. electroplus-Händler profitieren dabei von der zentralen Ausspielung aller individualisierten Aktivitäten.“ „Exklusivgeräte sind ein echter Trumpf im Portfolio unserer Handelspartner. Wir werden alles tun, damit das im zweiten Halbjahr 2022 und weit darüber hinaus so bleibt“*, verspricht Schreckenberg. Der aus diesem Anlass formulierten EK-Pressemeldung entnehmen wir sodann auch, wo insofern der nächste Schwerpunkt gesetzt werden soll: *„Neben dem generellen Ausbau des Exklusivangebots haben die Hausgeräte-Profis hier den Bereich der Premium-Einbaugeräte im Blick.“* **Speziell die EK-küchenplus-Händler unter den 'miE'-Partnern werden das mit großen Hoffnungen verknüpfen. Unsere Redaktion wünscht ihnen schon jetzt ein 'Gutes Gelingen'!**

Samsung fokussiert auf die Konnektivität und die Individualisierungs-Optionen seiner Geräte Zu den Marken, die während der zurückliegenden **Innovations Media Briefings** der Messe Berlin zwar keinen Präsentations-Slot, zumindest jedoch eine kleine IMB-Ausstellungsfläche gebucht hatten, zählt **Samsung**. Die Schwalbacher nutzten die Gelegenheit, um insbesondere ihre Kompetenz in Sachen Konnektivität in den Fokus zu stellen und auf die Möglichkeit hinzuweisen, die Bespoke-Produkte des Unternehmens den individuellen Bedürfnissen der Kunden anzupassen. *„Das Leben, die Menschen, ihre Lebensweisen sind ungemein facettenreich. ... Mit der Einführung unserer Bespoke-Kühlschrankserie haben wir ... die Möglichkeit geschaffen, Farbe und Persönlichkeit in die eigene Küche zu bringen. Das Konzept kommt an, unsere Bespoke-Familie wächst und lässt sich jetzt auch in Wohn- und Arbeitszimmer, Bad und Funktionsraum blicken“*, so **Diana Diefenbach**, Senior Manager Technical Product Management & Communication. Nach dem Launch des **Akkustaubsaugers Bespoke Jet** im März sind für die zweite Jahreshälfte 2022 nun auch **Bespoke-Backöfen** mit modernen Gar-Funktionen wie Dual Cook Steam, Air Sous Vide oder AirFry sowie *„farbenfrohe **Bespoke-Mikrowellen**“* geplant. Die Bespoke-Waschmaschinen und -Trockner passen sich dank ihrer künstlichen Intelligenz außerdem mit personalisierten Programmvorschlägen, automatisierten Reinigungsprozessen sowie zusätzlichen Programmfunktionen an die individuellen Bedürfnisse der Menschen an und sind dank ihrer Vernetzbarkeit Teil des SmartThings-Ökosystems, das Ihrer Kundschaft hilft, Zeit zu sparen und ein sauber-frisches Wasch-Ergebnis zu erzielen.

Inventurdifferenz-Statistik 2021 Der Begriff **'Inventurdifferenz'** ist mit Sicherheit eines der gefürchtetsten Worte im Vokabular des deutschen Einzelhandels. Das **Handelsforschungsinstitut EHI** hat auch für das Jahr 2022 die Entwicklung auf diesem Gebiet in einer Studie beleuchtet. **Herausgekommen ist dabei:** Dem Einzelhandel gehen zwar noch immer in branchengewichteter Hochrechnung im Schnitt knapp 1 % des Umsatzes verloren und das summiert sich – zu Verkaufspreisen bewerteten – auf 4,1 Mrd. €. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Inventurdifferenzen jedoch um rund 3 % gesunken. Auch wegen der wochenlangen, lockdownbedingten Schließung in zahlreichen Branchen wurde dort vermutlich weniger geklaut. **Von Interesse ist mit Blick auf die Ergebnisse des EHI aber nicht nur das, sondern auch die Einteilung nach 'Tätergruppen':** Nach Einschätzung der Handelsfachleute wird ▪ der Kundschaft ein Schaden in Höhe von 2,1 Mrd. € zugemessen ▪ eigene Angestellte verursachen etwa 810 Mio. € und ▪ Servicekräfte sowie Beschäftigte von Lieferanten rund 320 Mio. €.

Miele-Geschirrspüler verteidigen im aktuellen StiWa-Test erfolgreich ihren Führungsanspruch Über einen erneuten Doppelsieg für Geschirrspüler bei der **Stiftung Warentest** informierte die Gütersloher Premiummarke Ihren 'miE'-Chefredakteur kurz vor Redaktionsschluss: *„Der G 7160 SCVi AutoDos überzeugte auf ganzer Linie bei den vollintegrierten Modellen (Bedienpanel in der Tür). Bei den integrierten Modellen mit sichtbarer Bedienblende holte sich das ansonsten baugleiche Gerät G 7110 SCi AutoDos den alleinigen Sieg“*, ist dazu dann bereits kurz darauf auch in einer dazugehörigen Meldung nachlesbar. **'miE' ist sich sicher, dass Sie diese Info erfolgreich auch in Ihre Verkaufsgespräche**