

Sich auf Hausgeräte namhafter Marken zu konzentrieren und sie zu marktgerechten Preisen anzubieten, das ist das Credo eines erfolgreichen Elektrofachmarktes. Als Stärke gelten weiterhin die Fachkompetenz des laufend geschulten Verkaufspersonals und dass sie dadurch die Technik an den vorführbereit angeschlossenen Hausgeräten erläutern können.

Die Sinne kaufen mit

Will man den Kunden einen leichten Überblick über die Palette an elektrischen Hausgeräten bieten, so empfiehlt es sich, die Produkte entweder thematisch sortiert in Szene zu setzen oder gemäß den Herstellern zu ordnen. Darüber hinaus kurbeln Verkostungen und Vorführungen den Verkauf an.

Wo es nach frisch gemahlenem Kaffee duftet, da ist man willkommen. Überdimensionierte Plakate an der Wand weisen den Weg ins Kaffeestudio. Wir stehen im ersten Stock bei der EFM Elektrofachmarkt Müller KG in Fulda. Udo Müller, einer der Gesellschafter, erwartet uns im Miele-Kompetenzstudio. »Wir möchten insbesondere im hochwertigen Bereich etwas exklusiver werden«, begründet er die nun abgeschlossene, mehrwöchige Umgestaltung der oberen Etage, der ein Räumungsverkauf vorausgegangen ist. Jetzt präsentiert sich die Verkaufsfläche großzügig und übersichtlich.

Die gesamte, fast 1500m² große Verkaufsfläche erstreckt sich über zwei Etagen, unten Unterhaltungselektronik samt Telekommunikation und PC, oben die Elektrogroß- und -kleingeräte auf 650m². Im Erdgeschoss beträgt der Anteil am Gesamtumsatz ca. 60%, im Obergeschoss ungefähr 40%. »Die Weiße Ware ist schon ein starkes Standbein für uns, insbesondere der Bereich Kaffee«, sagt U. Müller und sieht hier noch »enorme Wachstumsraten«. Von der einfachen 9,90-€-Kaffeemaschine bis hin zu 2800-€-Espressovollautomaten für das Kleingewerbe ohne Festwasseranschluss reicht die Bandbreite. »Jura ist unsere Nummer 1, Nivona kommt mittlerweile gleich danach«, verrät U. Müller. »Die ausschließlich im Elektrofachhandel angebotenen Nivona-Maschinen liegen preislich zwischen 499€ und 849€, also unterhalb des Segments, wo wir mit den Jura-Maschinen erst richtig einsteigen. Bei den Großgeräten ist Miele ganz klar die Nummer 1, gefolgt von Siemens und Liebherr.«

Bei EFM verkauft man Espresso-vollautomaten von Nivona deshalb so gern (ca. vier Maschinen pro Woche), »...weil die Maschinen auf einem absolut guten Niveau sind und es kaum Reklamationen gibt, weil das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt und weil der Service sehr gut klappt und schließlich weil die Maschinen relativ

sauber vermarktet werden, es also den Preiskampf hier nicht gibt«, erklärt U. Müller.

In dem Euronics-Fachgeschäft scheint man alles zu bekommen, was das Herz begehrt. »Wir haben alles, was mit Strom zu tun hat«, sagt U. Müller. Kunststück. Das Konsumgütergeschäft wurde 1985 aus dem 1947 gegründeten Elektrogroßhandel Josef Trabert ausgegliedert, deren Inhaber ebenfalls Udo und Hans-Jürgen Müller sind. »Wir wollten den auf den Markt kommenden Media-Märkten etwas entgegenzusetzen.«

Schaufenster gibt es übrigens bei EFM nicht mehr. »Das hat sich nicht bewährt. Wir liegen am Stadtrand. Hier läuft keiner spazieren. Außerdem nimmt das viel Platz von der inneren Ausstellungsfläche weg«, so U. Müller.

Der Bereich der Vernetzung ist ebenfalls ein Spezialgebiet von EFM. Im Erdgeschoss des Fachmarktes ist dazu ein komplettes Haus nachgebildet, inklusive Küche, Büro sowie Kinder-, Wohn- und Außenbereich.

Außerdem gibt es seit 1994 ein 500m² großes Servicecenter. Hier dreht sich alles um Dienstleistungen, z.B. im PC-Bereich von der Netzwerkplanung bis hin zu Leitungsverlegung. Hier werden auch Hausgeräte außerhalb der Garantiezeit repariert, die in anderen Geschäften erworben wurden.

MEHR INFOS

Internetadressen

- www.efm-fulda.de
- www.euronics.de
- www.de.jura.com
- www.liebherr.com/hg
- www.miele.de
- www.nivona.com
- www.siemens-hausgeraete.de
- www.tip-fulda.de
- www.trabert-fulda.de

2007 stieg der Umsatz um 10%. »Das war das beste Jahr seit Bestehen unseres Fachmarktes. Und auch 2008 erhöhte sich der Umsatz nochmals um 6%. Wir sind auf einem guten Weg und das macht richtig Spaß«, sagt U. Müller. »Wir konzentrieren uns eben auf gute Markenprodukte und bieten sie zu besten Preisen an. Der Kunde erkennt das und sieht die Beratungsleistung, die wir erbringen. Mit Aushilfen lässt sich die Qualität der Beratung nicht halten, deshalb legen wir auch keinen Wert auf lange Öffnungszeiten. Vor allem möchte sich der Kunde aufgehoben fühlen, auch nach dem Kauf. Darauf konzentrieren wir uns voll und ganz«, resümiert U. Müller.

Dipl.-Ing. (FH) Christiane Decker, Redaktion »de«



Ziehen Freunde des guten Geschmacks magisch an, der Coffee-Shop (li.) und das Miele-Studio (re.) im Elektrofachmarkt Müller