

PRESSEMITTEILUNG

expert Frühjahrstagung 2020: Motivation durch Partnerschaft

Langenhagen, 12. Februar 2020 – Unter dem Veranstaltungsmotto „Motivation durch Partnerschaft: Gemeinsam Ziele erreichen“ fand vom 8. bis 10. Februar 2020 die expert-Frühjahrstagung mit anschließender Messe statt – rund 1.000 experten (das ist eine Teilnahmequote von über 82 Prozent) und 180 Aussteller kamen auf dem Messegelände in Hannover zusammen. Der expert-Vorstand sowie die Marketing- und die Vertriebsleitung stellten zudem die gegenwärtigen und zukünftigen Themenschwerpunkte der Verbundgruppe vor und gaben den anwesenden Gesellschaftern Handlungsempfehlungen für das bevorstehende Geschäftsjahr.

Auf der Jahresauftaktveranstaltung stand die Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit durch Intensivierung von Partnerschaften im Fokus. „Wir wollen die Zusammenarbeit mit unseren Partnern im gesamten Wertschöpfungsprozess weiter intensivieren und zusätzliche Dienstleistungen integrieren“, erklärte Vorstandsvorsitzender Dr. Stefan Müller. Dass die expert-Strategie erfolgreich ist, belegt auch der e-Commerce-Ansatz. expert nutzt das Wachstum der gesamten e-Commerce-Branche effektiv und steigerte seinen Online-Anteil 2019 auf 4,7 Prozent. Das Online-Geschäft sichert so die Marktposition: expert war 2019 besser als der Markt und lag um 2,1 Prozentpunkte über der Gesamtmarktentwicklung. Darüber hinaus hat die gute Aufstellung im Online-Geschäft positive Auswirkungen für den stationären Fachhandel: expert-Gesellschafter profitieren von einem Umsatzzuwachs durch zusätzliche Online-Verkäufe. Die Online-Sichtbarkeit sichert zudem einen Mehrumsatz durch Produktreservierungen im Fachmarkt und steigert die Kundenfrequenz vor Ort. Die Umsetzung des expert e-Commerce-Ansatzes bringt ganzheitlich positive Effekte – für Gesellschafter und die gesamte Fachhandelskooperation.

Intelligente Kooperationen und smarte Service-Erweiterungen

Frank Harder, Vorstand für Vertrieb, Marketing und E-Commerce betonte, dass in einer sich zunehmend schneller wandelnden Branche gelte, Veränderungen und die damit einhergehenden Potenziale intelligent zu nutzen. Das Telekom-Fachmarktkonzept stelle ein besonders gelungenes Beispiel dafür dar: Alle expert-Standorte, welche die Shop-in-Shop Lösung nutzen, wiesen in der Vermarktung von Telekom-Produkten höhere Abschlussquoten

auf als Fachmärkte ohne das ganzheitliche Konzept. Eine weitere Stärke von expert sei seit jeher die Kompetenz, dynamisch auf Veränderungen in der Handelsbranche einzugehen. Gemäß der vollständigen Fokussierung auf den Kunden und der Zielgruppenerweiterung habe expert verinnerlicht, das Dienstleistungsspektrum zu vergrößern: Über den Ankaufservice mySWOOOP würden diese Verbesserungspotenziale smart ausgeschöpft.

Erfolgsstory Black Week und expert „Golden Goal“

Die Black Week 2019 war ein voller Erfolg, mit der eine hohe Marktdurchdringung erzielt wurde. expert hat mit der Intensivierung der Black-Week-Kampagne die richtige Strategie gewählt: Im November und Dezember des vergangenen Jahres ließ sich eine Steigerung von 1,3 Prozent des kumulierten Umsatzes verzeichnen. Ebenso positiv verlief der Jahresstart mit dem Leitthema „Goldene 20er“. Die goldene Optik der expert-Jahresstartkampagne wird in der bevorstehenden Osterkampagne fortgesetzt und ebenfalls in die Kampagne zur Fußball-Europameisterschaft 2020 „expert Golden Goal“ übertragen. expert wird im Rahmen der EM-Marketingkampagne Präsenz in allen relevanten Kanälen zeigen und Gesellschafter lokal unterstützen. „Der volle Fokus liegt auf unseren Produkten und Angeboten – wir werden auch während der Fußball-Europameisterschaft für positive Umsatzimpulse sorgen“, so Harder.

Qualifizierungsoffensive 2020

In seinem Fachvortrag stellte Gerd-Christian Hesse, Vorstand für Finanzen, Versicherung und Personal, die Mitarbeiter und deren Engagement in den Mittelpunkt. expert fokussiere sich weiter auf das Kerngeschäft des Fachhandels: „Der Mitarbeiter ist 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: In unterschiedlichen Warenbereichen werden Testkäufe getätigt – stationär und online. Anschließend bietet die expert-Zentrale den Gesellschaftern umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten an. Auf Basis der Erkenntnisse erhalten expert-Gesellschafter individuelle Unterstützung und Qualifikationsmaßnahmen vor Ort, um das Geschäftsmodell noch besser an den Bedürfnissen der Kunden auszurichten.

Messen als Kommunikationsplattform

Die expert-Gesellschafter konnten im Anschluss an die Tagung auf der expert-Messe in den Dialog über die präsentierten Konzepte und Handlungsempfehlungen treten. Darüber hinaus wurden intensive Gespräche mit den vertretenen Dienstleistungs- und Industriepartnern geführt. Die Frühjahrstagung ist eine wichtige Plattform für den wechselseitigen Dialog und die gemeinschaftliche Motivation. Das sind essenzielle Bausteine von expert, um sich künftig noch besser auszurichten. Es gilt zudem, weitere Voraussetzungen zu schaffen, um das Handelsgeschäft mit Blick auf den Kunden – stationär und online – optimal zu positionieren. Hierzu ist eine aktive Teilnahme an der Frühjahrstagung ebenso wie der IFA und der expert-Hauptversammlung unumgänglich. Partnerschaftliche Veranstaltungen dieser Art sind wesentliche Kommunikations-, Informations- und Innovationsplattformen. Auf der bevorstehenden Kooperationsmesse KOOP 2021 sollen so neu geschaffene Synergieeffekte genutzt werden – durch die Stärkung persönlicher Verbindungen mit expert als verlässlichem Partner.

Über die expert SE

Die expert SE mit Sitz in Langenhagen ist eine Handelsverbundgruppe für Consumer Electronics, Informationstechnologie, Telekommunikation, Entertainment und Elektrohausgeräte. Aktuell sind in ihr 211 expert-Gesellschafter mit insgesamt 410 Standorten im gesamten Bundesgebiet zusammengeschlossen. Getreu dem Markenclaim „Mit den besten Empfehlungen“ steht expert wie kein anderer Elektronikfachhändler für höchste Service- und Beratungskompetenz. In der über 55-jährigen Unternehmensgeschichte konnte sich expert eine starke Position im Markt erarbeiten und ist inzwischen zweitgrößter Elektronikfachhändler in Deutschland. Seit Jahren verzeichnet die expert-Gruppe Geschäftsergebnisse, die über dem Branchendurchschnitt liegen. Im Geschäftsjahr 2018/2019 belief sich der Innenumsatz zu Industrieabgabepreisen (ohne MwSt.) auf 2,14 Milliarden Euro. www.expert.de

Die Marke expert ist an mehr als 4.000 Standorten in insgesamt 21 Ländern vertreten. Die jeweiligen Landesgesellschaften sind in der 1967 gegründeten expert International zusammengeschlossen, die ihren Sitz in Zürich hat. Im Jahr 2018 erwirtschafteten alle Mitglieder der expert International einen Gesamtumsatz von mehr als 15 Milliarden Euro. www.expert.org

Pressekontakt

expert SE

Jutta Popp
Unternehmenskommunikation
Bayernstraße 4 | D-30855 Langenhagen
Tel.: +49 511 7808 – 33430
E-Mail: [presse\[at\]expert.de](mailto:presse[at]expert.de)

www.expert.de

Bildunterschriften

Bild 1 (expert_FJT_2020_Vorstand.jpg):

Gerd-Christian Hesse, Dr. Stefan Müller und Frank Harder auf der Frühjahrstagung 2020

Bild 2 (expert_FJT_2020.jpg):

Die 3.800 Quadratmeter große expert-Area auf der Messe der expert Frühjahrstagung 2020