

markt intern

Pressemappe

www.jahrdesfachhandels.de



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

tefering

IQ

Markenprofi

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG

Kooperationen, Markenhersteller und 'markt intern' erklären 2011 zum Jahr des Fachhandels

Aktionsjahr startet am 17. Januar mit großer Anzeigenkampagne im SPIEGEL



Düsseldorf, im Januar 2011. Im vierzigsten Jahr ihres Bestehens feiert die Verlagsgruppe 'markt intern'/Düsseldorf nicht sich selbst, sondern ihre Leser – Fachhändler in ganz Deutschland. Gemeinsam mit den Kooperationen aus der Unterhaltungselektronikbranche ElectronicPartner, Euronics, expert und Teling/IQ/Markenprofi sowie den Markenherstellern Kathrein, Loewe, Metz, Panasonic, Philips und Samsung kürt 'markt intern' 2011 zum Jahr des Fachhandels. Den Start ins Fachhandelsjahr 2011 markiert eine vierwöchige Anzeigenkampagne im Magazin DER SPIEGEL, beginnend am 17. Januar. Ziel der Kampagne, die unter einem eigenen Logo auftritt, ist es, die Stärken des Fachhandels öffentlichkeitswirksam herauszustellen. So lauten die Schlagworte der Anzeigenkampagne 'Fair – wie Fachhandel', 'Ihr Fachhandel – nichts liegt näher', 'Ihr Fachhandel – überraschend modern', 'Ihr Fachhandel – so kauft man ein'. Die Anzeigenkampagne wird im Verlauf des Jahres mit Fokus auf andere Fachhandelsbranchen fortgesetzt. Ein eigener Webauftritt unter der Web-Adresse www.jahrdesfachhandels.de begleitet die Aktion; dort erhalten Verbraucher und an der Aktion interessierte Fachhändler weitere Informationen.



Lorenz Huck, Chefredakteur 'markt intern'-Unterhaltungselektronik erklärt, an wen sich die Kampagne pro Fachhandel richtet: *"Unter Fachhandel verstehen wir inhabergeführte Unternehmen, die – im Gegensatz zu Filialbetrieben – völlig eigenständig über ihr Sortiment entscheiden und maßgeblich für lebendige und unverwechselbare Innenstädte sorgen. Für einen Fachhändler steht die serviceorientierte, kompetente und langfristig orientierte Beratung des Kunden im Vordergrund. Deshalb nimmt er sich die nötige Zeit, um Kunden die Vorteile gerade von Qualitätsprodukten zu erläutern. Ein Fachhändler trägt auf diese Weise maßgeblich zum Aufbau und zur Pflege von Marken bei. Unvereinbar ist es mit den Überzeugungen eines guten Fachhändlers, Werte zu vernichten, indem Markenware verramscht wird. Dies schließt eine*

Internet-Präsenz als 'verlängerte Ladentheke' nicht aus."



Pressekontakt:

Uwe Kremer
Pressesprecher
'markt intern'-Verlag

Grafenberger Allee 30
40237 Düsseldorf

Tel.: (0211) 66 98 - 255
Fax: (0211) 69 12 - 440
E-Mail: presse@markt-intern.de
www.markt-intern.de/presse

Bastian Peiffer
Pressereferent
'markt intern' Verlag

Grafenberger Allee 30
40237 Düsseldorf

Tel.: 0211/6698-255
Fax: 0211/6912-440
E-Mail: peiffer@markt-intern.de
www.markt-intern.de/presse

! Alle Portraitfotos finden Sie in Druckauflösung zum Download auf unserer Website unter www.markt-intern.de/presse/Fachhandelsjahr



Dr. Jörg Ehmer, Sprecher der Geschäftsführenden Direktoren, ElectronicPartner:

"Wir sehen die Initiative als sehr gute Möglichkeit, umfassend auf die Rolle des Fachhandels aufmerksam zu machen und sie in einem übergreifenden Ansatz gemeinsam zu stärken. Gleichzeitig unterstützen wir den Fachhandel, seine spezifischen Qualitäten und seine Leistungsbereitschaft ins Bewußtsein der Verbraucher zu rücken. Dazu gehören bewährte Vorteile wie eine kompetente Beratung und umfassende Serviceleistungen. Aber auch der Faktor Lokal-

verbundenheit ist nicht zu unterschätzen. Jeder einzelne Fachhändler kann vor Ort anpacken und Verantwortung übernehmen, indem er beispielsweise Ausbildungsplätze schafft oder lokale Vereine unterstützt. Die Image-Kampagne demonstriert somit neben der wirtschaftlichen auch die gesellschaftliche Bedeutung des Fachhandels in Deutschland."



Robert Trapp, Leitung Vertrieb UE Deutschland und Österreich, Metz-Werke GmbH & Co KG:

"Wenn wir als Metz, den der Fachhandel seit Jahren als seinen Partner Nr. 1 kürt, uns nicht an dieser Kampagne beteiligen würden, wer denn dann? Selbstverständlich werden wir das Logo ganzjährig in unsere Werbeaktivitäten einbauen. Dies sowohl in unseren Imageanzeigen, in den Anzeigenvorlagen, die wir unseren Fachhandelspartnern zur Verfügung stellen, als auch in den Gemeinschaftswerbungen mit den teilnehmenden Kooperationen. Wir sind uns sicher, dass 2011 für den Fachhandel durch die Kampagne von 'markt intern' ein besonderes Erfolgjahr wird."



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

telearning

IQ

Markenprofi

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG



Henrik Köhler, Philips-Geschäftsführer Consumer Lifestyle:

"Wir unterstützen die Image-Kampagne „Fair wie Fachhandel“, um zu zeigen, dass der Fachhandel eine immense Bedeutung für uns hat, nicht nur weil er sich fair verhält mit seinen Preisen, seiner Beratung und seinem Service, sondern auch als Zeichen, dass wir ihm ein fairer Partner sein wollen. Der Fachhandel war und ist für Philips ein wichtiger Partner bei der Vermarktung unserer Produkte, die er mit hoher Kompetenz und großem Engagement dem Konsumenten präsentiert und kommuniziert. Durch die Vielzahl der Distributionspunkte, die uns der Fachhandel bietet, können die Potentiale des Marktes gemeinsam sehr intensiv genutzt werden."



Volker Müller, Vorstandsvorsitzender expert:

"Die Qualität des Fachhandels gibt dem Endverbraucher ein hohes Maß an Sicherheit, insbesondere in Punkto Preis-Leistung, Service und Beratung. Das ist für expert Motivation genug, eine Initiative des Fachhandels, gemeinsam mit den fachhandelsorientierten Lieferanten in jedweder Form, insbesondere in der von 'markt intern' initiierten, zu unterstützen."



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

tecler

IQ

Markenprofi

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG



telering-Geschäftsführer Franz Schnur:

"In einer Zeit, in der die meisten immer nur "mehr und billig" schreien, findet der seriöse und qualitätsbewusste Fachhandel kaum Gehör und unsere telering Botschaft ist zudem nicht schrill, sondern ganz einfach: "IQ-Immer Qualität". Damit dieses im Grunde sehr anspruchsvolle Versprechen draußen im Land (noch) besser wahrgenommen wird, haben wir uns gerne und sofort dazu entschieden, über die 'markt intern'-Initiative ebenfalls kurzerhand das Jahr 2011 zum "Jahr des Fachhandels" auszurufen! Gemeinsam mit 2411 telering- und Markenprofi-Fachhändlern sowie tausender weiterer Kollegen der Koope-

rationen EP:, Euronics und expert werben wir über diese Initiative für die herausragende Qualität und den einzigartigen Service des deutschen Fachhandels. Denn als Teil dieser starken Gemeinschaft sind wir schließlich weit mehr als "nur das Fachgeschäft um die Ecke". Zusammen sind wir eine ernst zu nehmende Marktmacht, die ihren Einfluss bis in die höchsten Etagen von Politik und Wirtschaft geltend machen kann. Schaut man sich die 4 Anzeigenmotive an, welche diese Initiative verkünden, wird dem Leser auf einem Blick sofort deutlich vor Augen geführt, wofür der Fachhandel steht und dass eben auch in diesem Jahr somit nichts näher liegt als der Einkauf im Fachhandel, auch wenn es hier keine Produkte zum Einkaufspreis gibt!"



Erich Rock, Division Manager KATHREIN-Werke KG:

"Wer seit vielen vielen Jahren als Partner des Fachhandels agiert, braucht hierzu nicht lange überlegen, sondern geht auch hier mit dem Fachhandel und trägt seinen Teil bei, um auch in der Zukunft die Aktivitäten des Fachhandels zu stützen."



Eine Initiative von: **markt intern**





Benedict Kober, Vorstandssprecher Euronics:

"Das 'Jahr des Fachhandels' ist die richtige Initiative zur richtigen Zeit. Als größte deutsche Verbundgruppe im Markt für Consumer Electronics möchten wir ein klares Zeichen setzen – für den Fachhandel in Deutschland, für seine Werte und seine Stärken. Eine gemeinsame Image-Kampagne, wie jetzt von 'markt intern' angestoßen, bündelt die Interessen aller Verbundgruppen und bildet ein wertvolles Gegenwicht zu den preisgetriebenen Aktionen unserer konzerngebundenen Wettbewerber. Die Euronics Deutschland eG wird das 'Jahr des Fachhandels' zum Anlass nehmen, um den Verbrauchern einmal mehr und offensiv die hervorragenden Leistungen und die hohe fachliche Kompetenz ihrer Mitglieder vorzustellen. Kunden von Euronics wollen nicht nur Produkte kaufen, sondern echte Lösungen und legen großen Wert auf kompetente Beratung und Support z.B. bei der Einrichtung und Vernetzung

von verschiedensten Komponenten. Wo der Handel diese Anforderungen erfüllt, investieren Endverbraucher durchaus gerne in hochwertige Produkte und Innovationen. Vor diesem Hintergrund sehen wir den Fachhandel nicht nur 2011 als klaren Gewinner im Markt. Als einzige Genossenschaft der Branche sehen wir uns in der Pflicht, unsere Stärken weiter auszubauen. Dafür investieren wir Jahr für Jahr erhebliche Summen in Ausbildung und Qualifizierung unserer Mitgliedsbetriebe bzw. deren Mitarbeiter. Die aktuelle Image-Kampagne 'Jahr des Fachhandels' trägt aktiv dazu bei, dies auch kommunikativ bei unseren Kunden zu platzieren."



Uwe Paul, Vertriebsdirektor Consumer Electronics Panasonic:

"Im nächsten Jahr feiert Panasonic in Deutschland seinen "Fünfundzwanzigsten" Geburtstag und ist damit ein japanisches Unternehmen der ersten Stunde in Deutschland. Seit dieser Zeit haben wir uns immer sehr stark dem Fachhandel verpflichtet gefühlt. In einer sich ändernden Marktstruktur haben wir über die ganzen Jahre hinweg den Fachhandel als unseren stärksten Partner die Treue gehalten. Der beratende Fachhandel honoriert dies mit starken Umsätzen im TV Segment, in dem wir heute mit Abstand die Nummer 1 sind."



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

telering

IQ

Markenprofi

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG



Hans Wienands, Senior Vice President Samsung Electronics:

"In allen Handelsformen haben diejenigen, die auf Qualität in Ausstellung und Beratung setzen, in den vergangenen Jahren von den technologischen Quantensprüngen profitiert. Die Handelspartner, die sich in der Betreuung auf Anspruch und Erwartungshaltung ihrer Kunden einstellen, werden auch in Zukunft an der Wertschöpfungskette in vollem Umfang teilnehmen. Nachhaltige Kundenbindung und Erträge sind meines Erachtens durch das permanente Treiben des Preises nicht mehr positiv zu beeinflussen – kurzfristige Umsatzschübe und Lagerbereinigungsaktivitäten führen zu lange nachwirkenden Katergefühlen, die auch durch Jammern nach entgangener Spanne nicht gelindert werden können. Glaubwürdigkeit durch qualitativ hochwertige Beratung und erstklassigen Service – darauf setzen wir auch in diesem Jahr bei Samsung und freuen uns, gemeinsam mit den Partnern von markt intern und den starken Partnern im Handel das 'Jahr des Fachhandels' in allen Belangen zu unterstützen."



Oliver Seidl, Vorstandsvorsitzender der Loewe AG:

"Loewe begrüßt die 'markt intern'-Kampagne 'Jahr des Fachhandels' sehr. Sie stärkt die Kompetenz und das Standing des qualifizierten Handels in der Öffentlichkeit in besonderem Maße. Für Loewe ist die enge und vertrauensvolle Partnerschaft mit dem Fachhandel seit Jahrzehnten die wesentliche Säule unserer Vertriebsstrategie. Premiumkunden erwarten nicht nur beste Produkte, sondern auch eine herausragende Beratungs- und Servicekompetenz. Und die gibt es im qualifizierten Fachhandel. Wir werden diese Partnerschaft weiter ausbauen. Die Kampagne selbst werden wir mit Kampagnen-Logo auf unseren Anzeigen-Vorlagen, Theken-Aufstellern, Plakaten und im Internet-Auftritt integrieren. Wir werden außerdem bei Loewe-Aktionen im Fachhandel die Initiative aufgreifen. Uns liegt sehr daran, deutlich zu machen, daß wir mit dem qualifizierten Fachhandel in enger Partnerschaft zusammenarbeiten."



Eine Initiative von: **markt intern**



Fair – wie Fachhandel.

Faire Beratung

Wir versprechen Ihnen nicht
das Blaue vom Himmel.
Wir nehmen uns Zeit für eine
ehrliche und verständliche
Beratung.

Fairer Service

Wir schicken Sie nicht von
A nach B. Bei uns gehören
Lieferung, Anschluss,
Wartung und Reparatur ganz
selbstverständlich mit dazu.

Faire Preise

Sollen sich andere in Rabatt-
schlachten kaputt machen.
Unsere Preise sind zu jeder
Zeit nachvollziehbar und fair
kalkuliert.

www.jahrdesfachhandels.de



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

telering



Markenpreis

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG

Ihr Fachhandel – nichts liegt näher.

Persönlich

Bei uns sind Sie nicht nur Kunde, sondern in erster Linie Mensch.

Inhabergeführt

Wir verweisen Sie an keine ferne Zentrale. Bei uns können Sie auch den Chef persönlich sprechen.

Um die Ecke

Lange Um- und Anfahrtswege können Sie sich sparen. Sie finden uns ganz in Ihrer Nähe.

www.jahrdesfachhandels.de



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

tolering

IQ

Werkkraft

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG

Ihr Fachhandel – überraschend modern.

Fachkompetenz

Wir verstecken uns nicht hinter Fachchinesisch, sondern beraten Sie umfassend und verständlich.

1A-Sortiment

Minderwertige Schnäppchenware überlassen wir anderen. Wir bieten Ihnen lieber ausgesuchte Markenprodukte.

Nachhaltigkeit

Wir legen nicht nur Wert auf höchste Energieeffizienz. Dank fachgerechter Wartung und Reparatur halten unsere Geräte auch besonders lange.

www.jahrdesfachhandels.de



Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner

EURONICS

expert

tefering



Markenprofis

KATHREIN

LOEWE.

Metz

Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG

Ihr Fachhandel – so kauft man heute.

Stressfrei

Ohne Hektik, ohne Zeitdruck, ohne seitenlange Kaufverträge – bei uns kaufen Sie in entspannter Atmosphäre.

Gut beraten

Wir sind nicht nur erfahren und geschult. Wir nehmen uns auch ausreichend Zeit für eine umfassende, ehrliche Beratung.

Umweltbewusst

Energieeffiziente Produkte und kurze Wege – mit Ihrem Einkauf bei uns entlasten Sie unsere Umwelt und Ihren Geldbeutel.

www.jahrdesfachhandels.de



2011 JAHR DES
FACHHANDELS

Eine Initiative von: **markt intern**

EP: ServicePartner



expert 



KATHREIN

LOEWE.



Panasonic
ideas for life

PHILIPS

SAMSUNG