

Pressemitteilung

Entspannt einkaufen – aber sicher!

electroplus küchenplus-Händler ziehen erstes Fazit eine Woche nach Wiederöffnung

Sie waren gut auf den Restart am 20. April eingestellt und haben sich auf das Ende des Shutdown und die Wiederöffnung ihrer Geschäfte gefreut. Doch wie ist die Gemütslage eine Woche später? Die EK/servicegroup hat einige Stimmen ihrer bundesweit über 50 electroplus küchenplus-Händler eingefangen.

„Repräsentativ ist unsere Abfrage natürlich nicht. Trotzdem spiegeln die Statements der Händler die Stimmung wider, und das sicher nicht nur im Kreis der electroplus küchenplus-Partner“, so Leiter EK Home Elektro/Küche/Licht, Martin Wolf.

Seit der Öffnung am 20. April gilt in den Markenstores das Motto: Entspannt einkaufen – aber sicher! Bei den praktischen Vorbereitungen wurden die Händler von EK tatkräftig unterstützt: Neben Mund- und Hustenschutz, Desinfektionsmittelständern oder der Einrichtung kontaktloser Bezahlmöglichkeiten stellten die Bielefelder z. B. Aufsteller, Plakate, Fußbodenaufkleber und Piktogramme im Shopkonzept-Design mit allen wichtigen Abstands-und Hygieneregeln zur Verfügung.

Und das kam bei den Kunden offensichtlich gut an. Vor allem aber war die Freude spürbar, auf dem Weg in die Normalität einen Schritt nach vorn zu gehen:

- **Horst-Werner Dick von electroplus küchenplus Dick in Bad Kreuznach:** „Wir waren über die Anzahl der Kunden in den ersten Tagen positiv überrascht. Und genauso bemerkenswert ist das große Verständnis für die Abstandsregelungen. Auch die Einlassbeschränkungen wurden anstandslos akzeptiert.“

- **Ingo Jacobsen von electroplus küchenplus Jacobsen in Husum:** „Der Verkauf und die Kundenfrequenz waren anfangs noch verhalten. Viele Kunden kommen mit Mundschutz. Wir achten darauf, dass nur so viele Kunden in den Laden kommen wie auch Verkäufer da sind. Unser Team trägt im Verkaufsgespräch auch Mundschutz.“
- **Christian Gath von electroplus Gath in Frensdorf:** „Die Wiedereröffnung verlief sehr positiv. Die Kunden sind froh, wieder einen persönlichen und kompetenten Ansprechpartner zu haben, der ihnen bei Auswahl und Kauf der Geräte zur Seite steht. Auch die Disziplin ist überragend. Die meisten kommen mit einem Mund- und Nasenschutz ins Geschäft. Sehr gut kam unsere mobile Hygienestation vor dem Eingang an: Hier kann sich der Kunde beim Rein- und Rausgehen die Hände waschen und desinfizieren. Wenn wir uns alle – Händler, Mitarbeiter und Kunden – vernünftig verhalten, können wir entspannt in die Zukunft schauen.“
- **Frank Winkelmann von electroplus küchenplus 2000 in Edewecht-Friedrichsfehn:** „Der Montag war noch etwas verhalten. Man merkte schon, dass die Kunden sich erst einmal an die neue, alte Situation herantasten. Trotzdem war es viel besser als die Wochen vorher. Der Dienstag lief dann super. Schon vormittags hatten wir richtig viele Kunden und haben gut verkauft. Wir werden alles tun, damit das so bleibt.“
- **Susanne Reinig von electroplus Reinig in Eberbach:** „Die Leute sind total froh, die persönlichen Gespräche haben offensichtlich nicht nur uns gefehlt. Den Ein- und Ausgang haben wir getrennt und es gibt Wartezonen vor dem Laden und im Kassenbereich. Unsere Kunden akzeptieren das. Jetzt müssen wir alles drangeben, damit wir nicht wieder schließen. Das wäre ganz furchtbar.“

Einig sind sich die Händler darin, dass die Gefahr für Gesundheit und wirtschaftliche Entwicklung auch nach den ersten Lockerungen der Anti-Corona-Maßnahmen längst nicht gebannt ist. „Wir dürfen in der konsequenten Einhaltung von Abstands- und Hygieneregeln keinen

Deut nachlassen“, so Susanne Reinig stellvertretend für alle Kolleginnen und Kollegen.

Der neue Stellenwert des E-Business

Auf die Unterstützung der EK können sich die Händler aber nicht nur im stationären Sektor verlassen. Die Wucht des E-Business, die in den Wochen des Shutdown über den Einzelhandel fegte, ist nach Überzeugung von Martin Wolf keine temporäre Erscheinung: „Eine der Folgen der gegenwärtigen Krisenlage wird sein, dass die Digitalisierung auch im Fachhandel einen neuen Stellenwert bekommt. Über die Notwendigkeit, die Fachhandelsstärken auch online nach außen zu tragen, wird es dann eher keine zweite Meinung mehr geben“.

Die EK/servicegroup hat sich diese Herausforderung längst auf die Fahne geschrieben und wird das ohnehin starke Omnichannel-Angebot der Verbundgruppe konzentriert weiterentwickeln.