

**Gemeinsam durch die Krise:**

## **EK/servicegroup unterstützt den Einzelhandel auf allen Ebenen**

**Bielefeld, 12.05.2020 - Ob Eingaben an die Politik, ein Zahlungsmoratorium für die Mitglieder, gezieltes Online-Marketing im Shutdown oder Hygieneartikel für den Restart: Die EK/servicegroup hat in den letzten Wochen die ganze Klaviatur möglicher Unterstützungsleistungen für den krisengeschüttelten Einzelhandel gespielt. Und daran wird sich in den kommenden Monaten nichts ändern.**

„Unser erstes Ziel bleibt die Erhaltung der Gesundheit von Kunden und Händlern, parallel dazu werden wir weiterhin alles tun, um den Einzelhandel wirtschaftlich durch die schwierige Zeit zu bringen“, umreißt der Vorstandsvorsitzende Franz-Josef Hasebrink die grundlegende Zielsetzung der EK/servicegroup in der Corona-Ausnahmesituation.

Der europaweit aufgestellte Handelsverbund, selbst spürbar vom Shutdown der letzten Wochen betroffen und seit Anfang April mit einem Teil der Belegschaft in Kurzarbeit, hat sich in den letzten Wochen auf allen Ebenen für die gut 4.000 angeschlossenen Einzelhändler stark gemacht.

Die Angebote zur Gesundheitsfürsorge reichten von der Checkliste für gesundheitliche Prävention über die Versorgung der Händler z. B. mit Atemmasken, Hustenschutz, Desinfektionsmittelständer oder der Einrichtung kontaktloser Bezahlungsmöglichkeiten bis hin zum Video-Tutorial zur Eigenproduktion von selbst gefertigtem Mund-Nase-Schutz.

Bereits im Vorfeld der Geschäftsschließungen haben die Bielefelder ihre Partner nicht nur über Sofortmaßnahmen zur Liquiditätssicherung wie Bank- und Vermietersgespräche informiert, sondern auch gleich die entsprechenden Musteranschreiben zu Themen wie Kurzarbeit,

Ausnahmenregelungen, Soforthilfe, Steuerstunden u. ä. zur Verfügung gestellt.

### **„Liquidität für den Mittelstand“: Task Force und ein Moratorium**

Vor dem Hintergrund zunehmender finanzieller Engpässe im Einzelhandel formierte sich die EK mit anderen Verbundgruppen zur Task Force „Liquidität für den Mittelstand“ im Mittelstandsverbund ZGV. Ziel war es hier, die Aufmerksamkeit von Politik und Öffentlichkeit auf den Mittelstand zu lenken, damit die staatlichen Rettungsschirme dort aufgespannt würden, wo sie dringend gebraucht werden.

Mit dem Moratorium der Aussetzung von Rechnungsbegleichungen für 30 Tage in Richtung Handel und Industrie warf die EK anschließend ihr ganzes Gewicht als Verbundgruppe in die Waagschale. Für die Mitglieder bedeutete diese Maßnahme eine spürbare Entlastung der angespannten Liquiditätslage.

### **E-Business stark gefragt**

Mit dem Shutdown startete die EK außerdem eine Omnichannel-Offensive, die nachhallen wird. „Die Bedeutung des E-Business war nie offensichtlicher als in den letzten Wochen. Unsere Handelspartner haben hier großartig gearbeitet und in kürzester Zeit Strukturen geschaffen, die auch für die Zeit nach Corona wichtig sind“, so der Bereichsleiter EK Home, Jochen Pohle.

Entsprechend intensiv wurden Angebote wie der sehr kurzfristige Aufbau von Online-Shops inklusive Anbindung an EK eigene und externe Marktplätze wie Amazon genutzt. Genauso wie Social Media-Kampagnen mit dem Aufruf, bei lokalen Händlern online zu kaufen und den Liefer- bzw. Abholservice zu nutzen.

Werbekampagnen für Händler, deren Betrieb eingeschränkt weiterlief, z. B. electroplus und küchenplus mit dem Kundendienst für Elektrogroßgeräte, und die Versorgung mit relevantem Marketingmaterial wie Bodenkleber, Schilder, Schaufensterposter, Online-Banner usw. machten das EK Portfolio rund.

## **Enge Abstimmung mit den Handelspartnern**

Die vielfältigen EK Aktivitäten wurden eng mit den Händlern abgestimmt. Das Parlament der EK, die Vertreterversammlung, war ebenso per Videokonferenz eingebunden wie Erfa-Gruppen und Fachbeiräte. Außerdem gingen diverse Webinare mit Tipps zu den aktuellen Themen online.

Um die Phase des Restarts optimal vorzubereiten, ermittelten die Ostwestfalen eine Reihe praktikabler Maßnahmen, die die Händler im Falle einer möglichen Wiedereröffnung bereitwillig umgesetzt hätten. Über 600 Unternehmerinnen und Unternehmer beteiligten sich an der entsprechenden Umfrage, die Ergebnisse wurden unmittelbar u. a. an das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) übergeben.

### **„Darf ich öffnen oder nicht?“**

Die Unübersichtlichkeit der Entscheidungslage in den Bundesländern machte rechtliche Beratungen zur 800 qm-Verkaufsflächen-Thematik notwendig. Darüber hinaus stellte EK neue Software zur digitalen Personaleinsatzplanung in Zeiten von Kurzarbeit bereit, entwickelte eine neue App mit Checkliste zur Vorbereitung, Durchführung und Kontrolle der Hygienemaßnahmen und schnürte Restart-Marketing-Pakete zur Wiedereröffnung.

Auch für die Babyfachmärkte, denen die Systemrelevanz abgesprochen worden war, setzte sich EK nachdrücklich ein – kurz darauf waren auch diese Geschäfte mehrheitlich geöffnet.

Für die Mode- und Textilhändler der EK kam die neue Kooperation mit Zalando zum optimalen Zeitpunkt: Mit dem Zugang zur Zalando-Plattform über das „Connected Retail“-Programm öffnet sich eine weitere Absatzmöglichkeit über einen der am stärksten frequentierten Online-Kanäle überhaupt.

„Wir haben noch genug Pfeile im Köcher, um auch die nächsten Herausforderungen zu meistern. Und die werden ganz sicher kommen, denn wir stehen möglicherweise erst am Anfang der Pandemie. Nur wenn wir uns auch im Handel an die Kontaktbeschränkungen, Hygiene-

und Abstandsregeln halten und die Lage so ernst nehmen wie sie ist, wird sich unser Land mittelfristig von der Corona-Ausnahmesituation erholen“, mahnt Jochen Pohle weiterhin eine realistische Einschätzung der Lage an.