

Pressemitteilung

EK kommt mit positivem Jahresergebnis aus dem Corona-Jahr 2020

Vorstand gibt vorläufige Geschäftszahlen bekannt / Digitale EK LIVE: Kreativer Impulsgeber für den krisengeschüttelten Fachhandel

Bielefeld, 21.01.2021 - Mitten im zweiten Corona-Lockdown, von dem europaweit auch viele Handelspartner der EK Gruppe betroffen sind, startet die EK/servicegroup mit der ersten rein digitalen EK LIVE Frühjahrsmesse vom 20. bis 22. Januar in das Handelsjahr 2021. Dabei demonstrieren die Bielefelder auf ebenso sichere wie kompetente Art und Weise, welche Antworten der Handel auf aktuelle und zukünftige Herausforderungen geben kann. Auf der traditionellen Pressekonferenz zum Jahresauftakt blickt der Vorstand außerdem auf das abgelaufene Geschäftsjahr zurück.

„Die Pandemie-Beschränkungen drücken im Einzelhandel stark auf Stimmung und Bilanzen. Umso mehr begeistert mich die Leidenschaft und Innovation, mit der sich unsere Handelspartner über das Jahr hinweg der existenzbedrohenden Lage entgegengestellt haben“, zeigt sich der Vorstandsvorsitzende Franz-Josef Hasebrink auf der EK LIVE-Pressekonferenz vom besonderen Zusammenhalt der Händlergemeinschaft beeindruckt. In engster Zusammenarbeit mit dem EK Team wurden dabei über sämtliche Geschäftsbereiche hinweg alle gangbaren Mittel und Wege genutzt, um den Fachhandel vor Ort gerade in Zeiten des notwendigen Abstands in den Köpfen und Herzen der Kunden präsent zu halten, von Online-Marketing-Kampagnen sowie Abhol- und Lieferservices über “Window-Shopping” mit telefonischer Beratung der Kunden vor dem Geschäft

bis hin zu eigenen Online-Shopping-TV-Sendungen der Händler. „Da haben wir gemeinsam einiges richtig gemacht“, so Hasebrink. Allerdings warnt Hasebrink auch vor den Folgen des Lockdowns für den Handel: „Der Einzelhandel braucht jetzt einen schnellen, unbürokratischen und realitätsnahen Verlustausgleich für die entgangenen Erträge, sonst drohen Insolvenzen im Handel, die unsere Städte nachhaltig verändern werden.“

Rückblick auf 2020

Vor den online zugeschalteten Journalisten teilt der EK Vorstand anschließend die vorläufigen Geschäftszahlen für das vergangene Jahr mit. Für die Gruppe zeichnet sich hier ein Umsatzminus von rund sechs Prozent auf 2,14 Mrd. Euro im Vergleich zu 2019 (2,28 Mrd. Euro) ab.

„Mit Blick auf die zwei Lockdowns sind wir mit dieser Entwicklung sehr zufrieden“, zieht Hasebrink mit Blick auf die Auswirkungen der Corona-Krise ein erstes Fazit. Dabei profitieren die Bielefelder auch von der starken Gemeinschaft der rund 4.000 Händler und ihrer Aufstellung als Mehrbranchenverbund. Umsatzverluste in den Geschäftsfeldern Fashion und Sport stehen Zuwächse in den anderen Bereichen, zum Beispiel Home und DIY, gegenüber. Entsprechend rechnen die Verantwortlichen erneut mit einem positiven Jahresergebnis und verweisen gleichzeitig auf die nach wie vor stabile wirtschaftliche Lage des Unternehmens, die auch 2021 den nötigen finanziellen Spielraum für die aktive Marktgestaltung zum Nutzen der Handelspartner sichert. Auch das Volumen der Ausschüttung an die Mitglieder, die zentrale Erfolgskennziffer einer Verbundgruppe, bleibt auf dem hohen Niveau der Vorjahre.

Aktuell konzentriert sich die EK u. a. auf den konsequenten Ausbau der Leistungen für die Handelspartner. Beispielsweise auf die Marktdurchdringung erfolgreicher Shopkonzepte wie electroplus küchenplus oder der Marketing-Kampagnen wie die aktuelle Aktion

„Starker Fachhandel. Von Herzen gern“, die die Vor-Ort-Kompetenzen der Unternehmen auch im Lockdown sowohl offline als auch online in den Mittelpunkt rückt.

Neben vielfältigen Unterstützungsleistungen für die Handelspartner hat die EK im Herbst 2020 mit der Verschmelzung der Würzburger Gruppe „Baby-Plus“ auf die EK Mittelstandsplattform auch langfristig Weichen gestellt. Die Bündelung der Aktivitäten für den angeschlossenen Babyfachhandel soll u. a. die Expansion der EK Markenstore-Lösung „HappyBaby“ weiter befeuern. Im Vordergrund steht auch hier die qualitative Entwicklung der EK Gruppe insgesamt.

EK LIVE Frühjahrsmesse: Handeln hier und jetzt

Zur Generierung dringend benötigter Erträge im Fachhandel stellen die Bielefelder auf der EK LIVE gemeinsam mit über 200 Lieferanten ein breites Leistungsportfolio vor – im neuen Format, aber in bekannt kreativer Angebotsvielfalt für das stationäre und digitale Handeln. Für die Häuser mit textilen Sortimenten finden parallel die EK Fashion Ordertage mit den Kollektionen für die Herbst/Wintersaison 2021 statt.

In allen Geschäftsfeldern freuen sich die etablierten Top-Marken und innovative Erstaussteller darauf, ihre Sortimente zu attraktiven Messekonditionen vorzustellen. Zum Ordern bereit stehen ausgewählte ZR-Artikel und das gesamte EK Lagerprogramm. Außerdem informiert das EK Messteam online u. a. über die neusten Entwicklungsstufen der Shopkonzepte electroplus/küchenplus, HappyBaby und licht+concept, über Aktivitäten der „Starker Fachhandel“-Kampagne oder über die EK Initiativen in Sachen Nachhaltigkeit im Fashion-Bereich.

Auf großes Interesse der Messebesucher sollte auch das breite Spektrum digitaler Leistungen, wie etwa der Mehrbranchen-Marktplatz www.compravo.de, stoßen: Die Online-Offensive der

Bielefelder, die schon 2020 dazu beigetragen hat, dass viele Handelspartner zu Omnichannel-Händlern geworden sind, wird nahtlos fortgesetzt, die digitale Transformation bleibt ein Fokusthema der Verbundgruppe.

Kontakt EK/servicegroup

Daniel Kullmann

Leiter Corporate Marketing and Communications

Fon: +49 521 2092-234

E-Mail: daniel.kullmann@ek-servicegroup.de