



Franco König ist Inhaber von Boliger Hi-Fi TV Video AG, Zofingen; Mitglied Interfunk AG, Schweiz; Member of Euronics „best of electronics“ sowie Mitglied des VSRT.

KUNDEN WOLLEN LÖSUNGEN

// Franco König

HANDELSKETTEN WIE INTERDISCOUNT, MEDIA MARKT, SATURN UND MELECTRONICS BAUEN LAUFEND LADENFLÄCHEN AUS UND FORCIEREN GLEICHZEITIG IHRE EIGENEN ONLINE-SHOPS. EIN SEIT JAHREN ANDAUERNDER PREISKAMPF AUF BIEGEN UND BRECHEN IST DIE FOLGE.

Der Fachhandel muss sich auf seine Stärken besinnen. Nicht die Marke des Herstellers oder der Preis des Produkts soll verkaufsentscheidend sein, sondern die Fähigkeit des Firmeninhabers und seiner Mitarbeiter, die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen. Zu diesen Bedürfnissen gehört unter anderem der Umgang mit dem Heimnetzwerk. Mit anderen Worten: Heute und vor allem in Zukunft gehört das Thema Konvergenz zur Kompetenz des Fachhändlers.

VERNETZTES WOHNEN

In der Wohnung und im Haus wachsen Haustechnik, Telekommunikation und Internet immer mehr zu einem gemeinsamen Netz zusammen. Wir nennen das auch das vernetzte Wohnen. Im Zentrum stehen dabei der Fernseher, der Tablet-PC oder das iPhone, von wo aus wir auf die verschiedensten Datenquellen dieses Netzes zugreifen können. Vom Homeserver holen wir unsere Musik und die aus dem Internet heruntergeladenen Filme auf den Bildschirm oder blenden die Daten der Hausüberwachung, des Heizsystems sowie des Stromverbrauchs ein. TV-Programme schauen wir uns mit Timeshift zum gewünschten Zeitpunkt an, holen uns von den Serviceprovidern die unterschiedlichsten Angebote und verteilen Musik sowie Bild über das Multiroom-System ins ganze Haus.

FORTSCHREITENDE ENTWICKLUNG

Ein Ende ist nicht abzusehen. Die Anforderungen ans Heimnetzwerk steigen kontinuierlich an. Plug and play funktioniert beim Aufbau eines solchen Netzwerkes nicht. Der Konsument wünscht sich kompetente Ansprechpartner. Damit zeichnet sich das Potenzial für den Fachhandel ab. Durch den Aufbau von Lösungskompetenz kann er bisherige Kunden mit den neuen Möglichkeiten vertraut machen und neue Segmente gewinnen.

HERAUSFORDERUNGEN FÜR FACHHÄNDLER

Die Herausforderungen für den Fachhändler sind entsprechend hoch, will er die Chance packen, sein Unternehmen als technologischen Leader und kompetenten Partner für «konvergente Lösungen» zu positionieren. Gefordert sind zwei mutige Schritte: Zum einen gilt es, sich selber und seine Mitarbeiter mit dem nötigen Know-how vertraut zu machen. Zum andern wird er prüfen müssen, wo Know-how selbst aufgebaut werden soll und wo sich Kooperationen mit Netzanbietern, Elektroplaner oder Haustechniker anbieten. Die Zeiten des traditionellen Radio-/TV-Fachhändlers gehen zu Ende. Will er «Boxmovern» die Stirne bieten, heisst es radikal umdenken: Kunden wollen Lösungen zu einem fairen Preis. Und eine Betreuung nach dem Kauf. ʒ]