EK/servicegroup
Unterstützt den Einzelhandel in der Krise

Dienstag, 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 den krisengeschüttelten Einzelhandel nach Kräften unterstützt.

„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 Bezahlmöglichkeiten 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 Vermietergespräche 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.

Unterstützt den Einzelhandel in der Krise

Links

- EK/servicegroup