



P R E S S E I N F O R M A T I O N

Neue Strategie mit Fokus auf Fachmarktkompetenz

Telepoint setzt auf Technikerlebnis und Komplettlösungen

Oldenburg, im Oktober 2014 – Frank Harder, seit April 2014 Geschäftsführer bei Telepoint, stellt die Elektronikfachmarktsparte der Bünting Unternehmensgruppe zukunftsicher auf. Mit neuen Sortimenten, Märkten, in denen Technik zum Erlebnis wird, und optimal ausgebildeten Mitarbeitern will sich Telepoint gegenüber den Wettbewerbern – auch aus dem Netz – positionieren.

Der Handel mit Elektronik unterscheidet sich sehr stark vom Handel mit Lebensmitteln: Sehr kurze Produktzyklen – insbesondere im Bereich Consumer Electronic – beratungsintensive Sortimente und fast tägliche Preisveränderungen bestimmen das Geschäft. Und die Konkurrenz aus dem Netz ist dabei immer nur einen Klick entfernt. Wer eine Preissuchmaschine benutzt, bekommt in Sekunden hunderte Angebote, Vergleiche und fast garantiert den billigsten Preis. Darum ist für Telepoint-Geschäftsführer Frank Harder eines klar: „Wir können als stationärer Händler nicht nur die Preise in den Mittelpunkt stellen. Diesen Kampf werden wir über kurz oder lang gegen die Großen der Branche und das Internet verlieren.“

So klar wie seine Aussage in diesem Punkt, so klar ist seine Vorstellung der Strategie für Telepoint: differenzierte Mehrwerte, klare Kaufanreize und ein an den Kundenbedürfnissen orientiertes Gesamtkonzept. Kurzum: „Wir müssen die Vorteile stärker in den Fokus rücken, die reine Internetshops



nicht bieten können.“ Die 400 Mitarbeiter verteilt auf die Verwaltung und 15 Märkte im Nordwesten Deutschlands sollen mit Qualität sowie hoher Beratungs- und Servicekompetenz überzeugen. „Die Fachkompetenz der Telepoint Märkte soll noch stärker in das Bewusstsein der Kunden rücken. Wir wollen den Kunden nicht nur Ware verkaufen, wir wollen ihnen individuelle Komplettlösungen bieten.“

Erlebnisorientierung und Inspiration sind die zentralen Treiber für den Einkauf im stationären Handel. Genau diese Faktoren soll künftig jeder Telepoint Markt bedienen. „Wir wollen ein emotionales Käuferlebnis bieten, indem wir Aha-Effekte schaffen und mit Themenwelten und Stimmungen arbeiten.“ Progressiv, fortschrittlich, innovativ, mit diesen Attributen beschreibt der Geschäftsführer die Ware, die in seinen Märkten steht und auf die er das Design von Telepoint anpassen will. Qualität, Kompetenz, Wertigkeit und Frische sollen dem Kunden überall bei Telepoint begegnen. „Wir müssen ein Erscheinungsbild aus einem Guss haben, vom Eingang in den Markt bis hin zu Warenausgabe am Lager. Vom ersten bis zum letzten Eindruck sozusagen.“

Aussehen ist nicht alles, das gilt auch in der Elektronikbranche. Ebenso wichtig sind Sortiment und Service – und das in jedem einzelnen Markt. Darum setzt Telepoint auf eine veränderte Personalstruktur: „Wir haben die Fachmarktleiter von einigen administrativen Aufgaben entlastet, damit sie sich noch intensiver um ihre Märkte kümmern können. Darüber hinaus haben wir mit zwei Bezirksverkaufsleitern eine neue Ebene geschaffen, um die Kommunikation und den Ideentransfer zu verstärken sowie Konzepte einheitlich umzusetzen.“



Zum neuen Konzept bei Telepoint gehören auch neue Warenssegmente und Sortimente. In Sinne des Cross-Selling bietet Telepoint beispielsweise nicht nur hochwertige Kaffeevollautomaten, sondern gleichzeitig den entsprechenden Kaffee oder Fachliteratur zum Thema. „Es geht darum, bedürfnisgerechte Angebote für den Kunden zu schaffen.“ Auch für die Bereiche TV oder weiße Ware gibt es derartige Komplettlösungen. So arbeitet Telepoint am Standort in Hameln mit der Firma Hattendorf zusammen, die individuelle TV-Wohnwände herstellt. „Wer bei Telepoint seinen Fernseher kauft, kann sich gleich das passende Möbelstück dafür zusammenstellen lassen.“ Ebenfalls im Markt in Hameln läuft ein Pilotmodell in Kooperation mit dem Küchenanbieter DYK 360. Neben den Geräten für die neue Küche, können sich die Kunden dort auch gleich ihre komplette Küche planen lassen. „Der Kunde soll bei uns nicht nur Produkte kaufen, sondern das gute Gefühl mit nach Hause nehmen, dass wir für ihn die optimale Lösung gefunden haben.“

Ein neues Sortiment, das inzwischen einen Roll-out in allen Telepoint Märkten hatte, ist die Haussicherheitstechnik. Vom Rauchmelder bis hin zur Alarmanlage reicht die Auswahl, entsprechende Beratung ist selbstverständlich. Der Service-Aspekt spielt bei Telepoint seit je her eine große Rolle, soll aber künftig noch mehr forciert werden. So leistet sich Telepoint drei eigene Meister, die im Bereich weiße Ware alle Reparaturen durchführen oder sofort ein Ersatzgerät liefern können. Außerdem soll künftig ein „Handydoktor“ etabliert werden, der alle üblichen Handyprobleme binnen 48 Stunden lösen und sogar Sprechzeiten bekommen soll. „Insbesondere die jüngeren Kunden kommen heute kaum einen Tag ohne ihr Smartphone aus, da können wir ein Gerät mit kaputtem Display nicht zwei Wochen zur Reparatur einschicken.“



Die jüngere Generation steht bei Telepoint nicht nur als Kunde im Fokus. „Wir müssen heute schon unsere Fachkräfte von morgen ausbilden und ihnen so viel Kompetenz wie möglich vermitteln“, weiß Frank Harder. Darum startet Telepoint in diesem Jahr mit einem Ausbildungsprojekt der ganz besonderen Art. Unter dem Namen „Telepoint Juniors“ betreiben Auszubildende in Bad Zwischenahn ihren eigenen Markt. Von der Sortimentsgestaltung über den Verkauf bis hin zu Werbemaßnahmen und Personaleinsatzplanung liegt alles in den Händen der Auszubildenden. Selbstverständlich wird das Projekt von einem, erfahrenen Telepoint-Mitarbeiter begleitet, Ziel ist es aber, den Auszubildenden so viel Eigenverantwortung wie möglich zu geben, um sie optimal auf den späteren Marktalltag in allen seinen Facetten vorzubereiten.

Nicht nur in punkto Personal, auch in Sachen Expansion hat Telepoint die Zukunft im Blick. Im Frühjahr 2015 soll in Lemgo ein neuer Standort entstehen.

Der Abdruck ist honorarfrei. Um ein Belegexemplar wird gebeten.

Telepoint – „wir machen Technik einfach einfach“: Die Telepoint ist eine Vertriebsgesellschaft für TV-Hifi-Video-Foto, Telekommunikation sowie Computer und Haushaltselektronik. Rund 35.000 Artikel werden auf 1.500 bis 3.000 qm Verkaufsfläche angeboten. Der Elektronik-Fachmarkt zeichnet sich durch seine große Kundennähe und Beratungskompetenz aus. Telepoint gehört zu den größten Mitgliedern der Verbundgruppe EURONICS Deutschland eG – einer Einkaufsgemeinschaft für Elektrogeräte – die einer der größten Marktteilnehmer in Deutschland und Europa ist.



PRESSEKONTAKT

Telepoint Elektrohandelsgesellschaft mbH & Co. KG

Helen Drieling

Pressereferentin

Brunnenstraße 37

26789 Leer | Ostfriesland

Telefon: 0491-808 971

Telefax: 0491-808 367

E-Mail: Helen.Drieling@buenting.de