
40 Jahre HiFi Klubben – vom Klangrebell zum größten Audiospezialisten Europas

1980 gründete ein dänischer HiFi-Enthusiast einen Club für Liebhaber guten Sounds und ärgerte mit seiner ungewöhnlichen Vorgehensweise immer wieder die Riesen der Branche. Vier Jahrzehnte später gehört HiFi Klubben selbst zu Europas größten Unternehmen im Bereich hochwertiger Unterhaltungselektronik, hat sich seinen edgy Charakter aber bewahrt. Diesen Monat feiern die skandinavischen Audioexperten um Gründer Peter Lyngdorf ihr 40. Jubiläum – und haben viel vor.

Anfang der 80er Jahre legte der junge Peter Lyngdorf im dänischen Aarhus den Grundstein für ein Unternehmen, das sich seither vor allem einer Sache verschreibt: Liebhabern von gutem Sound auf ehrliche und direkte Weise mit den bestmöglichen Produkten zu fairen Preisen zu versorgen. Frustriert vom Konzept anderer Unternehmen, möglichst günstige Artikel aus Fernost mit hohen Gewinnspannen anzubieten, setzte der musikbegeisterte Lyngdorf von Beginn an auf Qualität. So umging er Mittelsmänner, suchte den direkten Herstellerkontakt und erhielt somit auch die besten Angebote – die er entsprechend weitergab. Auch der persönliche Austausch mit anderen Fans guten Sounds besaß für Lyngdorf schon immer hohe Priorität. Der kleine Laden in Aarhus, in dem Peter seine neuesten Schätze vorführte und Freunden verkaufte, entwickelte sich bald zum landesweiten Treffpunkt für Musikenthusiasten.

Das Geschäftsmodell sah von Beginn an vor, ohne kostspielige Vertriebsvermittler zu arbeiten und dem Kunden mit Expertise und Ehrlichkeit zu begegnen. Dem Zeitgeist der 80er-Jahre entsprach das zwar nicht, bewährte sich jedoch früh für HiFi Klubben. *„Gleichzeitig haben wir es geliebt, Rebellen zu sein. Unsere Kollegen haben uns wahrscheinlich für verrückt erklärt. Aber wir hatten keine Angst, die Konkurrenten auffliegen zu lassen, wenn sie unehrlich waren“*, erinnert sich Peter Lyngdorf. So führte das junge Unternehmen nicht wenige Rechtsstreits mit Branchenriesen, die sich auf unfaire Weise Vorteile verschaffen oder ihre Kunden hinters Licht führen wollten – und siegte. *„Einige fragen uns, ob wir heute nicht weiterhin im Namen der Verbraucher aufschreien wollen. Nun, zwar ist man mit 40 nicht mehr so offensichtlich rebellisch wie in jungen Jahren, aber wir sind nach wie vor auf der Seite der Kunden“*, schmunzelt Lyngdorf.

HiFi Klubben basiert 2020 noch immer auf den gleichen Triebfedern wie zu Beginn: uneingeschränkter Enthusiasmus, Ehrlichkeit gegenüber den Kunden und Liebe zu gutem Klang. *„Lange Zeit hat der hardcore Hifi-Nerd den Kern unserer Zielgruppe ausgemacht. Zwar haben wir diesen immer mehr auf unserem Weg zurückgelassen – aber sind wir deshalb Mainstream geworden? Keineswegs. Heute spielen wir in der Liga der Großen. Die kleineren Player kopieren und belauern uns. Und wir lieben es. Wir wünschen uns sogar, dass in diesen Zeiten noch viel mehr Kollegen den Kampf um guten Sound annehmen“*, zeigt sich der Gründer angriffslustig.

40 Jahre nach Gründung beugt sich HiFi Klubben nicht dem Zeitgeist, in dem die Nuancen und Feinheiten – eben der gute Sound – nur zu leicht verloren gehen. *„Viele junge Leute pfeifen heute auf guten Klang. Es braucht also nach wie vor jemanden, der zeigen kann, wie es sich anfühlt, ein Konzert im Wohnzimmer noch einmal zu erleben – mit Gänsehaut natürlich“*, sagt Lyngdorf. Dabei setzen die Audiospezialisten nach wie vor auf die persönliche Demonstration der Produkte vor Ort, bei der die Kunden nicht nur selbst testen dürfen, sondern sogar sollen. „Demo or die“ nennen das die Sound-Enthusiasten mit einem Augenzwinkern. Auch wenn aus dem kleinen Vorführraum in Aarhus mittlerweile über 100 Shops in Skandinavien, den Niederlanden und Deutschland geworden sind, ist die Idee dahinter nach wie vor dieselbe: Raum für das Erleben guten Sounds zu schaffen, persönlich zu beraten und den Austausch zum individuellen Klangerlebnis anzuregen. Ganz getreu des Mottos: *„Welcome Listeners“*. Und diese fühlen sich willkommen. So zählt HiFi Klubben mittlerweile bald eine Millionen Klubmitglieder, sogenannte Klubberer.

Jüngst setzt HiFi Klubben verstärkt auf eine „echte“ Omni-Channel-Strategie – die Symbiose aus analoger Vorführung in den Geschäften und digitalem Einkaufserlebnis im Webshop. So wächst auch der deutsche Webshop kontinuierlich und steuert bis zu 25 Prozent des gesamten Umsatzes bei – Tendenz steigend. Dabei werden auch regionale Web-Sales mit Angeboten der lokalen Geschäfte organisiert. So werden Freunde guten Sounds aus den digitalen Kanälen auf die Stores aufmerksam, können dort ausgiebig testen und sich beraten lassen.

Seit April 2016 ist HiFi Klubben auch in Deutschland angekommen. Die fünf Stores in Hamburg, Köln und Bonn sollen nicht die einzigen bleiben. So stehen die Zeichen auf Wachstum. Schon in Skandinavien erfolgreich umgesetzt, wird auch hierzulande an einem Franchise-Modell gearbeitet. *„Willkommen ist, wer sich mit dem Leitbild und den Werten des Unternehmens identifiziert“*, sagt Oliver Schroll, deutscher Country Manager von HiFi Klubben. *„In Deutschland ist klassisches Hi-Fi in den vergangenen Jahren stark unter Druck geraten und traditionelle Hi-Fi-Geschäfte haben es zunehmend schwer, mit großen digitalen Konzepten mitzuhalten. HiFi Klubben hat trotz dieser Phase auch hier in die Erfolgsspur gefunden und freut sich auf viele weitere Jahre im Kreise derer, die Freude am Zuhören haben“*, ergänzt Schroll.

Zum 40. Geburtstag von HiFi Klubben warten einige Aktionen und spannende Produktneuheiten in den Läden sowie online auf die Klubberer – und solche, die es werden wollen.

Über HiFi Klubben

HiFi Klubben wurde im Jahr 1980 von Peter Lyngdorf im dänischen Aarhus gegründet. Inzwischen betreibt das Unternehmen über 100 Stores in Dänemark, Deutschland, Schweden, Norwegen und den Niederlanden und zählt fast eine Millionen Clubmitglieder – sogenannte Klubberer. Hierzulande ist HiFi Klubben mit drei Filialen in Hamburg und jeweils einem Store in Köln und Bonn vertreten. Egal wo: Der Fokus liegt stets auf der Symbiose aus analogem Erlebnis in den Showrooms und dem digitalen Einkaufserlebnis im Onlineshop. Prokurist von HiFi Klubben Deutschland ist seit 2019 Country Manager Oliver Schroll. Neben Marken wie Bang & Olufsen, Denon, Sonos oder DALI führt das Unternehmen seit 2002 die Eigenmarke Argon Audio im Sortiment. Mehr Informationen zu HiFi Klubben finden Sie hier: www.hifiklubben.de