

Leidenschaft und Kompetenz: Franchise bei HiFi Klubben

HiFi Klubben – das ist Sound und Vision. 1980 – also vor genau 40 Jahren – legte Peter Lyngdorf im dänischen Aarhus den Grundstein für ein Unternehmen, das sich seither vor allem einer Sache verschreibt: Liebhabern von gutem Sound hochwertige Produkte in bestmöglicher Qualität zum bestmöglichen Preis zu bieten. Als reines Versandunternehmen mit zwei Showrooms ins Leben gerufen, gehört HiFi Klubben 40 Jahre später zu Europas größtem Unternehmen im Bereich hochwertiger Unterhaltungselektronik. Mittlerweile verfügt die Kette über 100 Shops in Deutschland, Dänemark, Schweden, Norwegen und den Niederlanden.

Steine wurden den visionären Ideen von Peter Lyngdorf mehr als genug in den Weg gelegt, denn die Idee hinter HiFi Klubben entsprach nicht dem Zeitgeist der 80er Jahre. Schließlich ging es den meisten Unternehmen damals vornehmlich darum, günstige Produkte aus Fernost mit möglichst hohen Gewinnspannen anzubieten, wobei die Qualität nur eine untergeordnete Rolle spielte. Seine Herangehensweise sah den direkten Kontakt zu Marken und Herstellern vor, wodurch beste Konditionen für das Unternehmen und letztendlich auch für den Kunden erzielt werden konnten – und das zu bester Qualität. Es ging also auch anders und dieses Erfolgsrezept macht HiFi Klubben besonders und einzigartig.

Kurs auf Wachstum

Oliver Schroll, Country Manager von HiFi Klubben, ist seit vergangenem Jahr verantwortlich für das Deutschlandgeschäft der Kette und die fünf Stores in Hamburg, Köln und Bonn. Nun ist er auf der Suche nach Gleichgesinnten. So soll neben der weiteren Expansion mit eigenen Geschäften auch die Zusammenarbeit mit Franchise-Partnern gestartet werden. In Skandinavien wird dieses Geschäftsmodell schon lange erfolgreich umgesetzt, so dass die Hälfte aller dänischen Filialen entsprechend aufgestellt ist. Insgesamt verfügt das Unternehmen über 30 Franchise-Stores.

„Wir freuen uns über jeden, der sich nicht oder nicht mehr im typischen Elektrofachhandel sieht und sich nicht mit den Konzepten großer Mega-Stores mit Elektronik-Vollsortiment identifizieren möchte“, sagt Oliver Schroll. „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 gerade ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr abgeschlossen. Wir sind überzeugt, dass wir ein Retail-Konzept am Markt haben, das eine Nische ausfüllt, die auch zukünftig profitables Business verspricht.“

Diese Annahme kommt nicht von Ungefähr. Denn HiFi Klubben ist alles andere als Mainstream – geführt werden sorgfältig ausgewählte Marken wie Dali, Bowers & Wilkins, NAD und Denon aber auch Sonos oder B&O. Damit richtet sich das Unternehmen größtenteils an anspruchsvolle Musik- und Filmliebhaber, die sich einen klaren Sound und langlebige Produkte wünschen.

Mit „echter“ Omni-Channel-Strategie zum Erfolg

Im deutschen Markt setzt HiFi Klubben verstärkt auf eine „echte“ Omni-Channel-Strategie – die Symbiose aus analogem Erlebnis in den Geschäften und digitalen Einkaufserlebnis. Gerade im direkten Kundenkontakt werden Barrieren, wie auffällige Verkaufstresen, langfristig abgebaut und der direkte Kontakt mit Beratern und den Produkten forciert. Die Shops werden zu einem Showroom, der Raum gibt für Fragen, Beratung und das ausgiebige Testen der Produkte. Parallel wird das Online-Einkaufserlebnis weiter ausgebaut. Der Webshop wächst 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. Ziel ist es, die Kunden aus den digitalen Kanälen auf die lokalen Stores aufmerksam zu machen. So honoriert HiFi Klubben auch die Marketingwirkung einer Filiale, indem sämtliche Onlineumsätze, die von Kunden aus dem Einzugsgebiet eines Geschäfts erzeugt werden, an dieses weitergereicht werden.

Stark durch Kundenbindung

Eines haben die Kunden von HiFi Klubben gemeinsam: Sie verbindet die Leidenschaft zur Musik und zu perfektem Sound. Warum also nicht diese Kunden miteinander verbinden, um ihnen zusätzliche Vorteile ohne Bedingungen zu liefern? So entstand der HiFi Klubben Kundenklub. Heute zählt er fast eine Millionen Mitglieder in Skandinavien, Deutschland und den Niederlanden, die eine Vielzahl an attraktiven Vorteilen erhalten. Darunter exklusive Angebote, Events und fünf Jahre Garantie auf alle bei HiFi Klubben gekauften Geräte.

Der eigene Shop – so funktioniert Franchise bei HiFi Klubben

Das Team von HiFi Klubben zeichnet sich durch seine Leidenschaft für Musik und Filme aus – das gilt auch für Franchise-Nehmer. *„Willkommen ist, wer sich mit dem Leitbild und den Werten des Unternehmens identifiziert. So steht auch der Franchise-Nehmer im besten Fall im direkten Kundenkontakt und übernimmt eine aktive Rolle im Tagesgeschäft“,* sagt Schroll. *„Dabei ist er verantwortlich für den Betrieb und das wirtschaftliche Ergebnis der Stores. Er übernimmt außerdem die professionelle, operative Mitarbeiterführung und steuert die Weiterentwicklung seines Teams. Nicht zuletzt organisiert er lokale Marketingaktivitäten, die auf die großen, zentralseitig organisierten Dachkampagnen abgestimmt sind.“*

HiFi Klubben unterstützt in Sachen Sales Support und bei Routinen, die den Verkaufsprozess, das Marketing, die IT-Systeme und den täglichen Betrieb in den Stores betreffen – auch über ein zentrales Kundenservicebüro. Die Warenversorgung erfolgt über das Zentrallager in Dänemark, welches alle Shops just in time beliefert. Damit wird die lokale Lagerhaltung auf ein Minimum reduziert. Ein Großteil der Servicereparaturen wird im firmeneigenen Service Center in Dänemark vorgenommen. Gleichzeitig erhält der Franchise-Nehmer durch regelmäßige Besuche des Retail Managers eine intensive Beratung in Bezug auf den täglichen Betrieb und die Entwicklung der Stores. Alle Shops, so auch die Franchise-Stores, sind über ein innovatives Intranet verbunden, welches neben aktuellen KPIs und Online-Trainings auch alle knapp 800 Mitarbeiter miteinander verbindet und so ein Netzwerk von geballtem Hi-Fi-Wissen schafft.

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

Pressekontakt

Gute Leude Fabrik GmbH
Christina Nollau
Mobil: 0176/80 30 22 22
E-Mail: fraunollau@guteleundefabrik.de