

Entfallene Perspektiven für den Fachhandel im Markt der Unterhaltungselektronik

Kilchenmann schliesst per Ende Juni 2017 sein Privatkundengeschäft

Kehrsatz, 18. Januar 2017 – Die Kilchenmann AG hat sich an den Standorten Bern Kehrsatz, Basel Arlesheim und Zürich Neuenhof (AG) mit rund 250 Mitarbeitenden zum in der Schweiz führenden Partner für multimediale Systeme und Dienstleistungen für Geschäftskunden entwickelt. Im Privatkundenbereich macht das Berner Traditionsunternehmen jetzt aber einen konsequenten Schritt und schliesst dieses per Ende Juni 2017 zusammen mit dem Verkaufsladen in Kehrsatz. Die Gründe liegen auf der Hand: Der Handel mit multimedialer Technik für den privaten Gebrauch findet zunehmend im Internet statt, die Mediennutzung ändert sich schnell, die Margen schwinden ebenso wie die Wertschöpfung und die Perspektiven. Kilchenmann trifft die Entscheidung indessen nicht aus der Not, sondern in einer Phase, in der es dem Gesamtunternehmen ausgesprochen gut geht. Das ermöglicht es auch, das Gros der 16 vom Entscheid betroffenen Mitarbeitenden intern weiterzubeschäftigen. Serviceleistungen und den Reparaturdienst hält Kilchenmann mit dem so verbleibenden Know-how in jedem Fall bis zu den Ablaufzeiten aller Garantien aufrecht.

Der Meilenstein in der Geschichte, die Schliessung des Privatkundengeschäfts, lässt sich gemäss Ulrich Jost, CEO der Kilchenmann AG, ganz einfach in der Marktentwicklung der Unterhaltungselektronik erklären: „In den letzten eineinhalb Jahren hat sich das von uns bediente Marktsegment der Unterhaltungselektronik so verändert, dass es das Ende seines Lebenszyklus erreicht hat und schlichtweg keinen Mehrwert mehr generiert. Der Markt ist gelaufen, er bietet dem Fachhandel keine Perspektive mehr.“ Zwar wächst die Unterhaltungselektronik noch um rund zehn Prozent pro Jahr, das allerdings anderswo, nämlich im Onlinehandel. Das beweist unter anderem auch, dass selbst grosse Player wie ein Media Markt ihre Filialen – nicht nur in Bern – schliessen müssen. Eng mit den veränderten Absatzwegen ist auch die veränderte Mediennutzung verbunden: Die junge Generation ist massgeblich mobiler und interessiert sich nicht mehr für die stationären Geräte. Die Zukunft gehört Devices wie den Tablets und den Smartphones.

Der Markt bietet keine Perspektiven mehr

Kommt dazu, dass die Margen und die Wertschöpfung geschwunden sind: Die sinkenden Preise und die (wenn überhaupt) ausserordentlich bescheidene Marge auf der Hardware reichen bei Weitem nicht mehr, um die dafür anfallenden Beratungs- und Personalkosten zu decken. Erst recht nicht, wenn die weiterführenden Kosten für das Gewährleisten von Garantien miteinbezogen werden. Die Wertschöpfung andererseits ist entfallen (oder für den Kunden zumindest nicht mehr zu erkennen), weil die Geräte zunehmend intelligenter werden und damit Dienstleistungen wie Installieren und Setup entfallen. Jost kommentiert es trocken: „Der Einbruch der Unterhaltungselektronik ist ein Branchen-Problem, kein Kilchenmann-Problem. Wir sind heute einfach nicht mehr der richtige Partner auf diesem Markt – auf einem Markt, der künftig grösstenteils online existieren wird.“

Ein konsequenter Schritt als Zeichen der Stärke

Den also kaum überraschenden Entscheid, das Privatkundengeschäft nach 84 Jahren zu schliessen, hat sich das Management von Kilchenmann nicht leicht gemacht und vorgängig noch eine Reihe von aufwändigen Massnahmen getroffen, um ihn doch noch zu verhindern. Heute erfolgt er aber in strenger Konsequenz der eigenen Strategie und aus einer klaren Position der Stärke, in einer Phase, in der es dem Gesamtunternehmen ausgesprochen gut geht: Die letzten vier Jahre gehören dank des Geschäftskundensegmentes zu den erfolgreichsten von Kilchenmann. Diese guten Ergebnisse haben es auch erlaubt, das Privatkundengeschäft, das seit über zehn Jahren rote Zahlen schreibt und derzeit weniger als zehn Prozent des Umsatzes des Unternehmens ausmacht, quer zu subventionieren und so über Wasser zu halten. Die Schliessung des Marktbereichs macht Kilchenmann also keinesfalls schwächer, sondern stärkt das Unternehmen nachhaltig, indem dringend nötige Management- und Personal-Ressourcen für den laufenden Ausbau des boomenden Geschäftskundensegmentes frei und verlagert werden. Jost freut sich, dass sich

Kilchenmann jetzt als Kompetenzzentrum für Geschäftsdienstleistungen noch klarer darauf fokussieren kann, Arbeit aus der ganzen Schweiz nach Bern zu holen: „Mit unseren Niederlassungen in Arlesheim Basel und Neuenhof sind wir der derzeit mit Abstand grösste Anbieter für Geschäftskunden im Bereich multimediale Systeme und den damit verbundenen Dienstleistungen. Mit erweiterten Sortimenten und Dienstleistungen bieten wir heute anspruchsvollste Dienstleistungen wie etwa Operating-Services für die Basler Pharma, das Bundeshaus in Bern und weitere nationale und internationale Kunden.“

Transparenz und Sicherheit für die Mitarbeitenden

Die Motivation für die Schliessung des Privatkundengeschäftes war für Jost aber nicht nur betriebswirtschaftlich, sondern insbesondere auch im Interesse der dort beschäftigten Mitarbeitenden begründet: „Wenn das Geschäft im Privatkundenbereich kaum mehr läuft und Sinn macht, erkennen das natürlich auch die Mitarbeitenden. Sie machen sich also auch Sorgen um ihren Arbeitsplatz und ihre Zukunft. Als Vertreter eines Unternehmens, das sich einer grossen Arbeitsethik verschrieben hat, ist es uns ein grosses Anliegen, ihnen Sicherheit zu geben und sie wissen zu lassen, wohin die Reise geht.“ Von den insgesamt rund 250 Mitarbeitenden von Kilchenmann sind deren 16 im Privatkundenbereich tätig und so direkt betroffen. Das Gros von ihnen wird – allenfalls nach einer Umschulung – in anderen Funktionen innerhalb des Unternehmens eingesetzt werden können. Das fällt umso leichter, als die Mitarbeitenden im Privatkundenbereich gut qualifiziert und für eine interne Versetzung also bestens geeignet sind. Für die verbleibenden Mitarbeitenden sucht Kilchenmann engagiert nach externen Lösungen und hält einen Sozialplan bereit, was ihnen ausreichend Zeit für die Neuorientierung gibt.

Verlässlichkeit als wichtigstes Kundenversprechen

Jost freut sich, dass er durch diese Verlagerungen auch viel Know-how im Unternehmen halten kann: „Weil die technische Expertise mit den weiterbeschäftigten Mitarbeitenden im Unternehmen bleibt, können wir unsere Serviceleistungen in jedem Fall bis zu den Ablaufzeiten aller Garantien aufrechterhalten und bis auf Weiteres auch Reparaturaufträge annehmen.“ Die bestehenden Kunden haben also noch eine Anlaufstelle, wenn Kilchenmann ab dem 30. Juni 2017 den Verkaufsladen in Kehrsatz schliesst. Auch die renommierten Handelsmarken, die Kilchenmann zum Teil exklusiv im Marktgebiet vertritt, wollen die Verantwortlichen nicht hängen lassen: Für jeden Einzelfall versuchen sie eine Lösung zu finden und eine Empfehlung für eine neue Partnerschaft abzugeben.

Die Kilchenmann AG

1933 gründete Hans Kilchenmann in Wabern bei Bern eine Einzelfirma im Radio- und Schallplatten-Handel. Sein Unternehmen entwickelte sich während seinem langjährigen Bestehen zum klassischen Radio-TV-HiFi-Fachhändler mit grösstem Renommee auf dem Platz Bern. Im Jahr 2000 hat das Management das Unternehmen mit einem Management Buyout von Klaus Kilchenmann (in der zweiten Generation) übernommen. Es entwickelte die daraus hervorgehende Kilchenmann AG in der Folge zum national tätigen Spezialisten für professionelle Lösungen in der Audio-, Video-, Kommunikations- und Präsentationstechnik. Ausgehend von den heutigen drei Standorten Bern Kehrsatz, Basel Arlesheim und Region Zürich (Neuenhof) stehen täglich rund 250 qualifizierte Mitarbeitende mit über 100 Servicefahrzeugen in der ganzen Schweiz im Einsatz.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Ulrich Jost, CEO Kilchenmann AG, Telefon +41 31 963 14 67, Mobile +41 79 300 61 61

Bildmaterial zur Kilchenmann AG steht zum freien Download unter www.kilchenmann.ch/medien bereit.