

Auszug aus E 47/23

Anpassungsfähigkeit an neue Marktgegebenheiten, die beeindruckt: 'miE' zu Gast bei SVS

Am 6. November besuchte ihr 'miE'-Chefredakteur zum ersten Mal in seinem Leben die Stadt Braunschweig. Verantwortlich für diese 'Premiere' zeichnet **Andrej Ganski**, Geschäftsführer der **sky vision Satellitenempfangstechnik GmbH (SVS)**.



Persönlich kennengelernt hatten wir den ungemein sympathischen, weil sehr bodenständigen SVS-Chef und passionierten Fußballer einige

Wochen davor bereits auf der IFA in Berlin. Auch sein Unternehmen residiert noch gar nicht so lange in der zweitgrößten Stadt Niedersachsens, deren Wurzeln bis ins 9. Jahrhundert zurückgehen. Der Umzug aus dem ländlichen Schwülper hat natürlich zum einen mit dem Wachstum und den Zukunftsvisionen der Firma zu tun, zum anderen aber auch, wie Ganski uns ebenfalls verrät, mit der Notwendigkeit als Arbeitgeber für junge, neue Mitarbeiter attraktiver zu werden: ■ Die Infrastruktur passt ■ der Arbeitsplatz ist mit dem ÖPNV gut erreichbar ■ das Umfeld hat einiges zu bieten.

Vor einigen Wochen berichtete 'miE' an dieser Stelle erstmalig darüber, wie unser Erstkontakt in Berlin auf Vermittlung unseres CE-Kollegen zustande kam. **Wenn man 'Satellitenempfangstechnik' hört, dann erschließt sich einem ja nicht unbedingt auf Anhieb, dass SVS zunehmend auch für den Hausgerätefachhandel an Bedeutung gewinnt. Zur Vermeidung unnötiger Wiederholungen dazu daher nur soviel:**

■ Das ursprünglichen Kerngeschäft des Unternehmens verlor, wie Ganski uns unumwunden während einer umfassenden Firmen-Präsentation bestätigt, über die Jahre immer mehr an Bedeutung, speziell weil Teile der Technik, namentlich etwa die der Top-Set-Boxen, mittlerweile in den TV-Geräten direkt verbaut sind ■ Für SVS bedeutete dies einen großen Einschnitt, und es ist sicher keine Übertreibung, wenn unser Gesprächspartner von nicht einfachen Jahren spricht, die insofern hinter SVS liegen. Bei diesem kurzen Blick zurück möchten wir es aber hiermit auch belassen, denn noch um einiges interessanter erscheint 'miE', wie Andrej Ganski den momentanen Status Quo von SVS beschreibt und **welches Zukunftspotenzial**

damit nicht nur für SVS einhergeht, sondern hoffentlich auch für Sie als Leser dieser Ausgabe.

Seit Mitte 2022 besteht laut Ganski Kontakt zur Hausgeräte-Marke **Solis**. Und wenngleich seitens SVS durchaus betont wird, dass die sogenannte 'Braune Ware' ein wichtiger Baustein im Unternehmensportfolio bleibt, so verbindet Ganski mit dieser noch recht jungen Geschäftsbeziehung dennoch ganz besondere Hoffnungen: **In einem erfolgreich verlaufenen Testlauf mit Euronics und expert nur in Baden-Württemberg erhielten diese zudem zusätzlichen Auftrieb.**



■ Inzwischen hat SVS den Vertrieb von Solis auf ganz Deutschland ausgeweitet ■ Die Vertriebsmannschaft steht, zusätzlich hat man sich mit Mitarbeitern verstärkt, die einen Weiße-Ware-Hintergrund mitbringen ■ Marken-Vertriebs Erfahrung ist bei SVS ebenfalls genug vorhanden und ■ die Listungen liegen überall vor, „sodass wir uns seit einigen Monaten, sowohl was Einkauf als auch Vertrieb angeht, ganz klar auf Solis konzentrieren können. **Der große Mehrwert an dieser Marke sind dabei nicht nur die qualitativ hochwertigen Produkte, sondern auch die Tatsache, dass das Thema Nachhaltigkeit nicht nur über die Reparatur-Fähigkeit widerspiegelt wird, sondern auch zum Beispiel beim Thema Vakuumieren in Form von Beuteln, die kompostierbar sind, direkt greifbar wird**“, so Ganski.

Diese Zuversicht teilen auch wir, obgleich er selbst betont: „Ja, man muss natürlich auch genug Atem mitbringen, um dieses Projekt erfolgreich durchzuziehen!“ Noch stehen er und sein Team mit Solis ganz am Anfang, aber ein Plus an Sicherheit insofern liefert im Hintergrund zum Glück für alle Beteiligten die Bremer **C. Melchers-Gruppe!** Diese GmbH & Co. KG ist ein weltweit operierendes Unternehmen „mit einem breiten Portfolio an Dienstleistungen und Handelskompetenz in unterschiedlichsten Geschäftsbereichen“. Auf der Melchers-Webseite stieß Ihr 'miE'-Chefredakteur während der Vorbereitung des Austauschs mit Ganski unter anderem auf dieses Statement:

Ihr direkter Draht zur Redaktion Elektro-Fachhandel: +49 (0) 211 6698-121

■ Fax: +49 (0) 211 6698-175 ■ E-Mail: elektro@markt-intern.de ■ www.markt-intern.de/elektro

„Wir helfen Ihnen, Märkte zu erschließen und auszubauen. Unser Netzwerk aus über 50 Tochterunternehmen im In- und Ausland macht uns zu einem zuverlässigen, starken Partner. Unsere erfahrenen Experten vor Ort stehen Ihnen persönlich zur Seite und garantieren die Umsetzung Ihrer individuellen Anforderungen.“

Und: Ganz im Gegensatz zu den bereits hinter SVS liegenden Versuchen als Vertriebsgesellschaft im Bereich Elektrohausräte Fuß zu fassen, handelt es sich beim Partner Solis diesmal um eine 'echte' Marke, die zudem dank ihrer Schweizer Wurzeln auch für hohe Qualität steht. Viele bringen Solis dabei vor allem mit dem Thema Kaffeezubereitung in Verbindung, doch auch im Bereich Fun-Cooking haben Solis-Raclettes, Crêpes-Maker und Pizzaöfen durchaus einen Namen! **Insgesamt klingt das doch auch aus Sicht des Fachhandels eigentlich super, oder etwa nicht? 'miE' ist sehr geneigt, dies zu bejahen. Der 'miE'-Unterzeichner hat im Hinterkopf aber natürlich auch abgespeichert, dass SVS sich als Unternehmen versteht, dass sich vertriebspolitisch auch Themen wie B2C und Online-Vertrieb nicht verschließt.** Wenn ein Unternehmen das in dieser Form zugibt, ist das auch für uns als Fachhandels-Befürworter durchaus akzeptabel. Und noch interessanter ist vor diesem Hintergrund für Sie als potenzieller SVS/Solis-Partner sicherlich das **'Solis Offline Plus'-Partnerprogramm** (kurz: SOPP):

■ SOPP sieht vor, dass teilnehmende stationäre Fachhändler an B2C-Umsätzen partizipieren ■ Die Höhe dieses Anteils hängt davon ab, wie viele Fachgeschäfte in dem PLZ-Bereich teil-

nehmen, in welchen die Ware geht ■ Im Gespräch bestätigt uns Ganski, dass man sich ganz bewusst zunächst einmal für eine Befristung der SOPP-Vereinbarung auf ein Jahr entschieden hat, weil SVS insofern ebenfalls erst Erfahrungen sammeln will und seine Fachhandelspartner auch nicht enttäuschen möchte ■ **Für 2024 wird SOPP deshalb auch nur für expert und Euronics ausgerollt.**

Als Fazit: ■ Den Austausch mit Ganski empfand 'miE' als ehrlich und angenehm ■ Ohne überzogene Versprechungen zu machen, brachte er Solis darin als eine für den Fachhandel nicht uninteressante Marke in Position ■ Ob sich SOPP in der Praxis bewährt, werden erst die kommenden Monate zeigen. Grundsätzlich ist der Gedanke, seine Fachhandelspartner auch am B2C-Umsatz zu beteiligen, natürlich zu begrüßen, wenngleich Kritiker nicht ganz zu Unrecht die Frage stellen werden, wie lange solche Angebote wohl aufrecht erhalten werden. Auch wir können Ihnen das natürlich nicht final beantworten ■ **Grundsätzlich glauben wir, SVS meint es ernst mit dem Schulterschluss mit dem Fachhandel, und Solis ist sicherlich keine Marke, die sich jemals ohne dessen Unterstützung im Wettbewerb behaupten könnte. Von daher übertreffen unserer Meinung nach Ihre Chancen auch ganz klar die Risiken einer Zusammenarbeit mit den Braunschweigern** ■ Sehr gefreut hat sich 'miE' in diesem Kontext daher auch über die Ankündigung der Marke Solis, sich an der diesjährigen IKGVO-Kampagne unseres Verlages zu beteiligen. **Mehr dazu auch im nebenstehenden Statement von Andrej Ganski 'pro' Fachhandel vor Ort!**