



Der erste HiFi Klubben Franchise Store

Einladend: Die offen gestalteten Geschäftsräume und die großzügigen, unaufdringlichen Produktpräsentationen wecken Vertrauen.

Premiere in München

HiFi Klubben hat seinen Wachstumskurs mit der Eröffnung des ersten Franchise Stores in Deutschland fortgesetzt. Trotz der Beschränkungen durch die Corona-Krise gelang dem Fachgeschäft an der Münchener Luisenstraße ein erfolgreicher Start. Das ist der Kombination des bewährten Konzepts von HiFi Klubben mit der Fachhandelskompetenz des Betreibers Martin Ludwig und seines Store Managers Christos Theocharis zu verdanken.

Martin Ludwig ist in der Münchener HiFi-Szene alles andere als ein Newcomer. Seit 15 Jahren spricht er mit dem HEC-Store ein ebenso anspruchsvolles wie zahlungskräftiges Publikum mit einem hochwertigen Sortiment von Video- und Audioprodukten an, das von audiophilen HiFi-Komponenten über erstklassige Multiroom-Systeme bis zu individuell geplanten Heimkino-Lösungen reicht. „In unserem Showroom im Herzen von München geht es um Home-Entertainment auf höchstem Niveau“, betonte Ludwig im Gespräch mit PoS-MAIL. „Dabei sind wir vor allem im Projektgeschäft erfolgreich und bieten unseren Kunden High-End-Lösungen mit Spitzenprodukten erstklassiger Marken an.“ Die Begeisterung für audiophile Klänge drückt sich auch durch die Entwicklung eigener Plattenspieler und Lautsprecher aus, die im HEC-Store vermarktet werden.

Das hohe Niveau des Angebots auf den 360 Quadratmetern des HEC- Stores führt aber oft zu Schwellenängsten bei Einsteigern, die sich zwar für HiFi-Produkte interessieren, auch nur über ein beschränktes Budget verfügen. Deshalb dachte Ludwig schon länger darüber nach, wie er solche Schwellenängste abbauen könnte. Da traf es sich gut, dass er durch Vermittlung eines Geschäftsfreundes Peter Lyngdorf kennenlernte. Denn der Däne ist nicht nur der Gründer der Edelschmiede Danske Lyngdorf Audio, sondern auch der Kopf hinter HiFi Klubben und der erfolgreichen Marke Dali.

Die Chemie zwischen den beiden Audiophilen stimmte offensichtlich sofort. Als Martin Ludwig von der Möglichkeit eines Franchise-Stores erfuhr, dachte er sofort ernsthaft darüber nach, obwohl er bereits ein erfolgreiches, eigenes Geschäft besaß. „Denn hier in München fehlte genau das, was HiFi Klubben auszeichnet: ein breites

Angebot vernünftiger HiFi-Systeme mit attraktivem Preis-/Leistungsverhältnis“, berichtete Ludwig. „Für einen einzelnen Fachhändler ist es fast unmöglich, so etwas allein auf die Beine zu stellen. Deshalb bietet sich die Zusammenarbeit mit einem starken Partner an, der über bewährte Shopkonzepte verfügt, ein großes Sortiment führt und einen professionellen Internetauftritt mit Bestellmöglichkeiten bietet.“

Bewährtes Konzept

Obwohl sie durchaus eigene Vorstellungen hatten, haben sich Ludwig und sein Store-Manager Christos Theocharis davon überzeugen lassen, bei der Einrichtung der Geschäftsräume in der Münchener Maxvorstadt genau den Richtlinien von HiFi Klubben zu folgen. „Das hat sich in den Wochen seit dem Start als goldrichtig erwiesen“, betonte Ludwig. „Die Kunden fühlen sich von den offenen Verkaufsräumen und der großzügigen Produktpräsentation regelrecht eingeladen. Das weckt Vertrauen und wirkt sich positiv auf den Absatz aus.“

Besonders zu schätzen wissen die Kunden auch die segensreiche Einrichtung des Switch Boards. An diese zentrale Einheit sind alle Lautsprecher und Verstärker im Geschäft angeschlossen, so dass man innerhalb weniger Sekunden von einer Lösung auf die andere umschalten kann, um die Klänge sofort zu vergleichen. Wer genügend Zeit mitbringt, könnte theoretisch über 500 ver-

schiedene Kombinationen im Geschäft ausprobieren. Natürlich hilft das Team vor Ort durch ein persönliches Gespräch dabei, die passende Vorauswahl zu treffen. Von Anfang an gab es spürbare Synergieeffekte zwischen den HiFi Klubben Franchise Store und dem HEC-Stammgeschäft. „Kunden, die bei HEC nach Einsteiger-Systemen fragen, schicken wir zu unserem HiFi Klubben Geschäft, wo sie bei Christos in besten Händen sind“, sagte Ludwig. Dieses Empfehlungsmarketing funktioniert bei Kunden, die nach sehr hochwertigen Systemen Ausschau halten, natürlich auch umgekehrt.

Gute Gemeinschaft

Das Franchise-Konzept von HiFi Klubben beinhaltet umfangreiche Dienstleistungen vom Sales-Support über die Unterstützung bei Routinen bis zum Marketing, dem IT-System und dem zentralen Kundenservice-Büro. Was Martin Ludwig und sein Team darüber hinaus besonders schätzen, ist die Community, zu der sie als erster Franchisenehmer von HiFi Klubben in Deutschland gehören. Denn nicht nur die Chemie zwischen Firmengründer Peter Lyngdorf und Martin Ludwig stimmt. „Auch mit dem Deutschland-Geschäftsführer Oliver Schroll ist sofort eine vertrauensvolle Beziehung entstanden“, berichtete Ludwig. „Er hat uns seit dem ersten Kennenlernen intensiv unterstützt und ist jederzeit für uns erreichbar.“ Auch Store-Manager Christos Theocharis wurde von den Kolleginnen und Kollegen der eigenen HiFi Klubben Geschäfte bestens aufgenommen. „Hier ist von Anfang an ein Austausch entstanden wie in einer großen Familie“, stellte Ludwig fest. Nach dem erfolgreichen Start blickt Ludwig zuversichtlich in die Zukunft. Besonders freut er sich auf den Tag, an dem die Corona-Krise bewältigt ist und wieder Normalität im Einzelhandel einkehren kann. Dann soll auch die bei HiFi Klubben übliche große Store-Eröffnung mit attraktiven Angeboten nachgeholt werden.



Martin Ludwig (rechts), Inhaber des ersten deutschen HiFi Klubben Franchise Stores, und Store Manager Christos Theocharis freuen sich, dass der Start in München trotz schwieriger Rahmenbedingungen gut gelungen ist.