

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Coolblue: Expansion nach Münster und Hamburg

Coolblue setzt den Expansionskurs in Deutschland fort und kündigt die Eröffnung von zwei neuen Stores am Hamburger Gänsemarkt und in der Stubbengasse in Münster an. Ab dem dritten Quartal 2025 eröffnen die Niederländer jeweils 1.500 m² große Innenstadt-Geschäfte in den Städten. Die Stores in zentraler Lage unterstreichen die Strategie von Coolblue, in Deutschland gezielt in Wachstum und Kundennähe zu investieren. „Mit den neuen Stores in Hamburg und Münster bauen wir unsere Präsenz aus und investieren verstärkt in deutsche Innenstadtlagen. Während Hamburg als erstes Standbein in Norddeutschland einen bedeutenden Schritt in unserer Expansion darstellt, setzen wir mit Münster auf einen weiteren wichtigen Standort in Nordrhein-Westfalen“, erklärt Urs Möller, Country Manager Germany bei Coolblue. In Hamburg wird zusätzlich zum neuen Store auch ein neues Logistikzentrum errichtet, wodurch Coolblues eigener Liefer- und Installationservice ab Sommer auch in Hamburg verfügbar ist.

<https://www.coolblue.de>

MediaMarktSaturn: Flächenvermietung "Space-as-a-Service"

Mit Space-as-a-Service will MediaMarktSaturn einen Teil der bestehenden Verkaufsflächen in Erlebnisräume für neueste Technik, Innovationen und weitere Services transformieren. Partner und Marken erhalten mehr Möglichkeiten, sich im stationären Markt zu inszenieren und die Kundenansprache zu gestalten. Mit Space-as-a-Service werden definierte Flächen im Markt vor Ort kontinuierlich mit wechselnden Themen, Produkten und Services bespielt, um sie erlebbar zu machen und den Kunden somit noch mehr Erlebnisse zu bieten. Der Fokus liegt aktuell auf dem weiteren Rollout von Experience Zones und Entrance Statements in den Märkten sowie von Boutiquen für Partner in den TechVillage-Märkten, die neben den Xperion-Märkten zu den großen Lighthouse-Formaten von MediaMarktSaturn zählen. Gruppenweit gibt es aktuell elf Lighthouse-Standorte und mehr als 10.000 m² Fläche, die bereits in über 360 Märkten in sechs Ländern in Erlebnisräume transformiert wurde. Bis zum Ende des Geschäftsjahres

<https://www.mediamarktsaturn.de>



2025/26 soll mindestens einer dieser beiden Erlebnisräume in mehr als 750 von den rund 1.030 Märkten verfügbar sein.

EK Retail: Hilfe für benachteiligte Kinder

Die EK Retail hat sich rund um den Black Friday für eine etwas andere Aktion entschieden und rief den „Snack Friday“ ins Leben: Unter dem Motto „Sie sparen, wir spenden!“ kombinierten die electroplus und küchenplus Fachhändler attraktive Angebote mit einem sozialen Zweck. Während des Aktionszeitraums vom 18. November bis zum 2. Dezember 2024 flossen für jedes verkaufte oder reparierte Gerät Spenden an den Verein brotZeit e.V., der bundesweit bedürftige Kinder an Grund- und Förderschulen täglich mit einem kostenlosen Schulfrühstück vor Unterrichtsbeginn versorgt. Die Aktion war ein großer Erfolg: Am 15. Januar überreichten das EK Team und der electroplus Beiratsvorsitzende Matthias Walgenbach im Rahmen der EK LIVE Frühjahrsmesse in Bielefeld einen Scheck für 10.000 Schulfrühstücke an Verena Schmitt von brotZeit.

<https://www.ek-retail.com>

Ceconomy: MediaMarktSaturn mit starkem Wachstum

MediaMarktSaturn hat sich laut der Muttergesellschaft Ceconomy im herausfordernden und wettbewerbsintensiven Umfeld sehr erfolgreich entwickelt. Das Unternehmen wuchs im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2024/25 und koppelt sich damit deutlich vom Markttrend ab. Auch in Deutschland ist der Konzern deutlich gewachsen. „Wir sind im achten Quartal in Folge auf Wachstumskurs. Unser Anspruch ist klar: Unsere Kundinnen und Kunden sollen uns auf allen möglichen Wegen erreichen – ob online oder vor Ort – und immer ein besonderes Kundenerlebnis spüren dank Service, Kompetenz, Schnelligkeit. Wir investieren viel in unsere Kanäle, die Märkte und in die Mitarbeitenden“, so Dr. Karsten Wildberger, CEO von Ceconomy. Der Umsatz in Q1 2024/25 stieg um 9,5 % auf 7,6 Mrd. Euro. Das bereinigte EBIT stieg im Vergleich zum Vorjahr um 12,8 % auf 279 Mio. Euro. Ceconomy verbesserte damit im achten Quartal in Folge auch die Profitabilität.

<https://www.ceconomy.de>

ZVEI+TV-Plattform: CE-Branchenkompass 2024

Laut dem aktuellem CE-Branchenkompass 2024 von ZVEI und Deutscher TV-Plattform in Kooperation mit der GfK gingen die Verkaufszahlen von TV-Displays 2024 gegenüber dem Vorjahr um 2,6 Prozent auf knapp 4,6 Millionen Stück nach oben (2023: knapp 4,5 Mio.). Beflügelt wurde das Geschäft insbesondere im zweiten Quartal durch die Fußball-Europameisterschaft sowie im vierten Quartal durch Ersatzbeschaffungen aufgrund der Beendigung der SD-Verbreitung der ARD Anfang Januar 2025. Der im

<https://www.zvei.org>



Branchenkompass CE betrachtete Gesamtmarkt (Video und Audio) war 2024 leicht rückläufig. Der Umsatz belief sich auf 6,2 Milliarden Euro, rund 1,5 Prozent weniger als 2023. Der Umsatz im Audiomarkt gab im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozent nach, wohingegen der Umsatz im Videomarkt mit 1,7 Prozent leicht wuchs. Der CE-Branchenkompass steht kostenlos zum Download zur Verfügung.

EK Retail: Starkes Zeichen für die Zukunft

EK Retail feiert 2025 sein 100-jähriges Bestehen und setzte mit seinem Messeauftritt auf der Ambiente ein starkes Zeichen für die Zukunft des Fachhandels. Unter dem Motto „Gemeinsam für den Handel“ präsentierte sich der EK Mehrbranchenverbund auf der bedeutendsten Konsumgütermesse der Welt. „100 Jahre EK Retail sind 100 Jahre gelebte Partnerschaft mit dem Fachhandel“, erklärt Jochen Pohle, Chief Retail Officer bei EK Retail. „Wir haben uns stets an die Herausforderungen des Marktes angepasst. Unsere Mission war und ist es, den Fachhandel nachhaltig zu stärken und ihm die besten Werkzeuge an die Hand zu geben, um erfolgreich zu sein.“ Die jährliche Teilnahme an der wichtigsten Konsumgütermesse der Welt sei für EK Retail daher unverzichtbar.

<https://www.ek-retail.com>

Ambiente: Mega-Messe in Frankfurt

Mit 4.660 Ausstellern und rund 148.000 Besuchern hat das Messetrio aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld erneut seine Bedeutung als führende Plattform für Konsumgüter ausgebaut. Über 170 Nationen waren auf dem vollständig ausgebuchten Frankfurter Messegelände vertreten. Vom 7. bis 11. Februar wurde Frankfurt erneut zum Zentrum der internationalen Konsumgüterbranche. Unter dem Motto „Meet up at the Market“ präsentierten sich über alle Handelsformen und Vertriebswege hinweg Unternehmen aus aller Welt. Die zeitgleiche Veranstaltung der drei Leuchtturm-Messen Ambiente, Christmasworld und Creativeworld hat laut Messe Frankfurt Aussteller wie Besucher überzeugt. Entsprechend wird das Messetrio auch zukünftig zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände stattfinden. Die nächste Ambiente findet vom 06. bis 10. Februar 2026 statt.

<https://ambiente.messefrankfurt.com>

ZVEI: DAB+ verlässlich und zukunftssicher

Am 13. Februar erinnert der Welttag des Radios an die Gründung des United Nations Radio im Jahr 1946 – und damit an 79 Jahre Radio als verlässliche Informationsquelle. Auch im digitalen Zeitalter bleibt das Medium unverzichtbar. Mit DAB+ Radio, dem digitalen Nachfolger von UKW, wird sichergestellt, dass auch künftige Generationen freien und diskrimi-

<https://www.dabplus.de>



nierungsfreien Zugang zu relevanten Nachrichten haben. Laut EBU ist terrestrisches Radio in 28 von 31 europäischen Ländern das vertrauenswürdigste Medium. Der Anteil digitaler Radioempfänger wächst kontinuierlich. Im Jahr 2024 wurden über 1,2 Millionen DAB+ Empfänger in Deutschland verkauft (GfK-Handelspanel), was 50 Prozent aller abgesetzten Radioempfangsgeräte entspricht – ein deutlicher Anstieg im Vergleich zu 2020, als der Anteil noch bei 35 Prozent lag. Besonders gefragt ist DAB+ bei Tischradios: 56 Prozent aller 2024 verkauften Geräte dieser Kategorie unterstützen DAB+. Allein im Jahr 2024 wurden 700.000 DAB+ Table-Top-Radios verkauft. Trotz wachsender Streaming-Angebote bleibt klassisches Radiohören in Deutschland beliebt – neun von zehn Menschen nutzen weiterhin Rundfunkempfang. Streaming oder Webradio werden von rund zwei Drittel der Hörerinnen und Hörer genutzt.

Weitere Fachinformationen im Abonnement:



hitec news: Brancheninformationsdienst für den Technikhandel
<http://www.bvt-ev.de/Publikationen/index.php>

Hinweise zum [DATENSCHUTZ](#).

BVT Chef-Info

Redaktion: Joachim Dünkelmann
Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20
E-Mail bvt@einzelhandel-ev.de
Internet www.bvt-ev.de