



»Digitalisierung ist zentrale Herausforderung«

Für das neue Jahr wünschen wir uns eine noch intensivere Partnerschaft mit dem Fachhandel. Veränderungen im Markt und in der Branche wollen wir zusammen mit unseren Partnern offen begegnen. Denn sie bieten Chancen für uns und unsere Konzessionäre. Die Digitalisierung im Vertrieb und im Marketing bleibt die zentrale Herausforderung bzw. Chance. Als starker Marken-Partner des Fachhandels müssen und werden wir auch weiterhin wichtige Maßnahmen ergreifen, um die sich bie-

tenden Chancen der Digitalisierung zu nutzen. Wir gehen fest davon aus, dass unsere Zusammenarbeit mit dem Fachhandel weiterhin beiderseitig erfolgreich sein wird. Erstklassige Produkt-Qualität, sehr attraktive Kollektionen, verbindliche Vertriebsarbeit sowie wirksame Marketingaktionen in Kombination mit dem engagierten Fachhandel werden helfen, weitere Marktanteile zu gewinnen.

*Marc Czemper,
Senior Sales Manager, Casio*

»Smartwatches Raum für Wachstum geben«

Auch das Jahr 2018 wird weiterhin vom Wandel geprägt sein. Wir, die Industrie, als auch der Handel stehen vor einigen Herausforderungen, die es nötig machen, immer wieder neu zu denken, neues auszuprobieren und neue Wege zu gehen. Ein sehr wichtiger Punkt ist für uns in diesem Zuge der Bereich der Wearables. Hier müssen wir zusammen mit dem Handel arbeiten und den Smartwatches Raum für Wachstum geben, denn die smarte Uhr wird die Zukunft sein. Gemeinsam können wir

dabei gesund wachsen und den Vorsprung, den wir uns erarbeitet haben, nutzen. Die Partnerschaft zum stationären Fachhandel ist dabei für uns von großer Bedeutung. Wir freuen uns darauf auch 2018 eine Vielzahl an neuen Produkten auf den Markt zu bringen und somit weiterhin Fashion und die neueste Technologie optimal zu verbinden.

*Christian Coenen,
Geschäftsführer Fossil Deutschland*



»Endverbraucher abholen, wo er sich aufhält«

Unser wichtigster Vorsatz für 2018 lautet, gemeinsam mit unseren Kunden erfolgreich zu sein. Wir wollen unsere Geschäftspartner im Jahr 2018 gemäß unserer Firmenvision »innovativ begeistern«. Schwerpunkte sind dabei unser Lifestylemagazin Trends, das wir weiter optimieren, unsere allgemeine Webpräsenz, die wir gerade überarbeiten, und der Ausbau unseres Möbelkonzepts, bei dem es im Frühjahr eine interessante Neuheit geben wird. Wir müssen uns alle auf die neue Generation Endverbraucher einstellen. Wichtig ist es, den Endverbraucher da abzuholen, wo er auf uns wartet

und ihn für unsere Ware sowohl online, als auch durch Printmedien sowie vor Ort im Geschäft zu begeistern. Social Media ist in diesem Zusammenhang ein wichtiges Thema, das es zu nutzen gilt. Unsere besondere Herausforderung ist hier die Unterstützung unserer Kunden bei der Bewältigung dieser Aufgaben. Bei allem was wir beobachten, ist die wirtschaftliche Lage stabil, auch wenn in Berlin noch um eine Regierung gerungen wird. Wir sehen optimistisch in das neue Jahr!

*Guido Abeler, Gesellschafter,
Carl Engelkemper Münster (CEM)*