

- Thema Markenstrategie

Einhell besitzt mehr als nur die eigene Marke die in Blue und Red eingeteilt ist wobei die rote Linie in Deutschland sehr gut ankommt.

Das Unternehmen Produziert auch unter externen Namen, die sogenannten Eigenmarken anderer Geschäfte. Abnehmer der Eigenmarken sind z.B. Discounter wie Aldi (King Craft) oder Baumärkte wie Hornbach (Mac Allister). Jedoch unterscheiden sich diese beiden Geschäfte nochmal deutlich.

Im Discountgeschäft werden im Normalfall feste Einheiten bestellt die dann an einem bestimmten Tag mit Werbung angeboten werden. Aldi eignet sich hier wieder als Beispiel.

Aldi plant z.B. für den Montag in zwei Monaten billige Akkuschauber zu verkaufen. Die Aldi Mitarbeiter überlegen sich jetzt wie das Gerät aussehen soll, welche Ausstattung es haben soll, wie die Qualität wird und wie viel benötigt wird. Nach dieser Entscheidung wird der Auftrag ausgeschrieben und verschiedene Hersteller bewerben sich und legen Angebote vor. Bekommt nun Einhell den Zuschlag wird das Gerät geplant und entwickelt. Produziert werden die Geräte dann wie alle anderen in China von wo sie dann zu den Discountern geschickt werden. Einheiten von 30.000 Stück sind hier keine Seltenheit.

Im Baumarktgeschäft stehen in der Regel keine festen Größen für die Bestellungen fest. Hier wird immer wieder nachbestellt wenn die Ware knapp wird. Hornbach bestellt z.B. 5.000 Akkuschauber des Typs xyz und der Vorrat hält zwei Monate. Der Artikel kommt bei den Kunden so gut an dass es nicht rentabel wäre das Produkt neu zu entwickeln und so werden nochmal 5.000 Einheiten nachbestellt. Das Ganze geht dann so lange bis ein neues Produkt entwickelt wird.

Die Entwicklung läuft wie im Absatz „Discountgeschäft“ ab. Die Kunden haben eine Liste und vielleicht auch ein Design fertig und Einhell hat den Auftrag bekommen. Nun werden die Geräte so entwickelt dass sie alle Details des Kunden besitzen.

Die Qualität wird auch vom Kunden bestimmt. Man kann nicht davon ausgehen dass die Eigenmarken in der Qualität schlechter sind als die Einhell Produkte. Im Discountgeschäft wird wohl eher gespart da die Kunden nur an einem Tag kaufen und das Produkt besonders günstig sein soll. Die Baumärkte werden mehr auf die Qualität achten da die Kunden später zu anderen Produkten der Eigenmarke greifen können.

Die Renditen mit den Eigenmarken sind vergleichbar mit den Produkten von Einhell selbst. Das Geschäft mit den Eigenmarken gefällt der Firma Einhell allerdings sehr gut. Es bietet Absatzwege die sonst nicht zu erreichen wären und somit können insgesamt (Einhell und Eigenmarken) mehr Einheiten abgesetzt werden. Der typische Aldi Kunde will z.B. für ein Werkzeug nicht viel ausgeben und Einhell Produkte kosten mehr.

Dass die *Geräte von Einhell hergestellt* worden sind erkennt man meistens in der Beschreibung. Bei der Service Adresse wird hier ISC genannt, einer 100% Tochtergesellschaft der Einhell Germany AG.

Auf dem Gebiet der Eigenmarken sind die *Hersteller* nicht die A-Marken zu denen z.B. Bosch gehört. Ein Werkzeug von Bosch ist natürlich in jedem Baumarkt zu finden und das Discountgeschäft hat dieser Hersteller nicht nötig. Die Hersteller der Geräte sind in der Regel die B-Marken zu denen sich auch Einhell zählt.

Im Moment (Anfang Juli) gehen die ersten Bestellungen für nächstes Jahr ein. So planen die Kunden schon was sie im nächsten Frühjahr anbieten wollen. Durch diese Bestellungen kann die Auslastung bei Einhell schon jetzt gesichert sein, Probleme können sich aber auch früher abzeichnen. Ich gehe davon aus dass viele Kunden über ein halbes Jahr Vorlauf einplanen damit sie die Waren dann auch sicher bekommen. Möchten viele Kunden zum gleichen Zeitpunkt Geräte von Einhell würde das den Preis natürlich stark nach oben treiben.