



ÖSTERREICHS INSIDERBLATT FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
Ausgabe 3/2022



MICHAEL MEHNERT WECHSELT ZURÜCK NACH DEUTSCHLAND

ADE ANS TEAM AUSTRIA

Wir sprachen mit dem langjährigen BSH Österreich-Chef über den Wert der Regionalität, die feinen Unterschiede zwischen Deutschland und Österreich, das schwierige Thema B2C, die Veränderungen in der Branche und wofür er wirklich dankbar ist.

REPARATURBONUS

130 Millionen für die „Alten“

TCG SUMMIT IN WIEN

Best Practice & Top Speaker

„WIR SIND EIN INNOVATIONSMOTOR“

Brendan Lenanes Masterplan

BIANCA DVORAK

Neue Geschäftsführerin im Bundesgremium

ABGEHOBEN

Energy3000 übersiedelt in luftige Höh'

„NICHT LUSTIG“

AEG Janovsky über 2021

MOBILE WORLD CONGRESS

Rückkehr nach Barcelona

SAT-BRANCHE IN DER BREDOUILLE

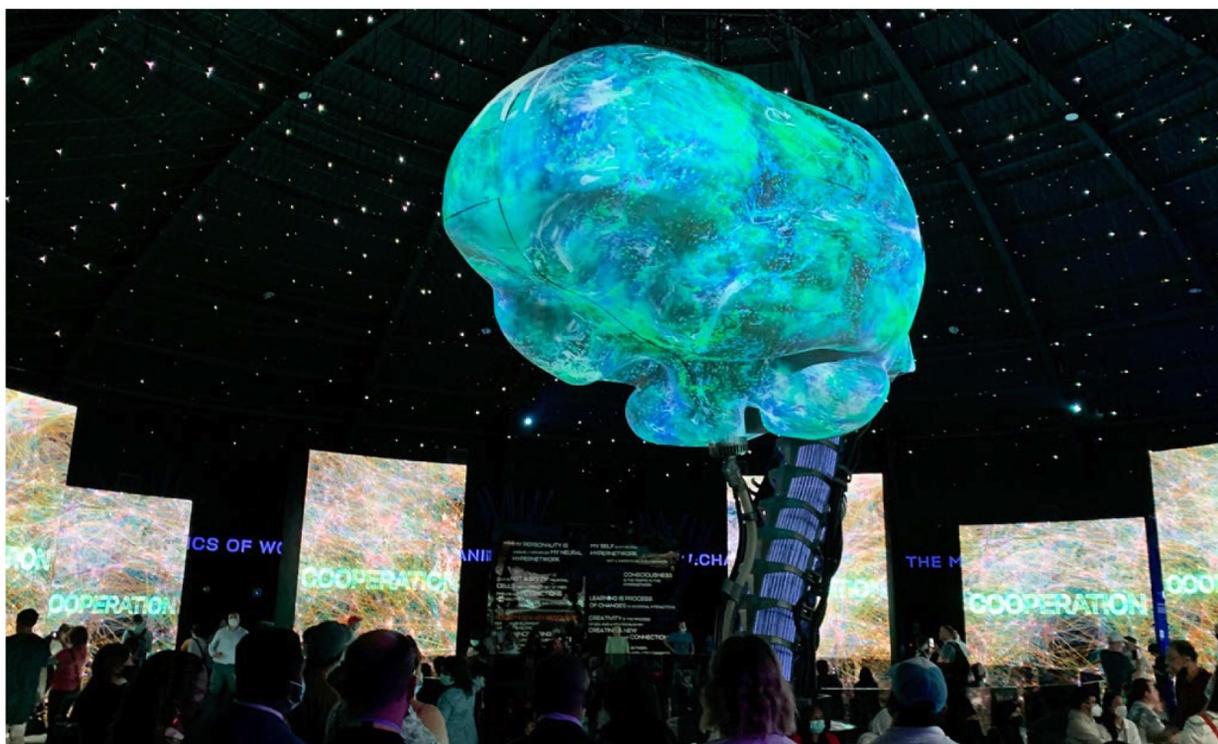
Künstler-Sozialversicherungsfonds bittet zur Kasse

HANNES KATZENBEISSER IM INTERVIEW: „MEIN BESUCH AUF DER EXPO“

Aus der Zukunft lernen

In Vorbereitung auf seine europaweiten Auftritte nützte Hannes Katzenbeisser ein Fenster im gefüllten Terminkalender, um der noch bis 31. März 2022 laufenden Expo in Dubai einen Besuch abzustatten. Welche Schlüsse man aus dieser Reise für die Elektrobranche ziehen könnte, verrät er uns in einem Exklusiv-Interview.

TEXT: Redaktion | FOTOS: Hannes Katzenbeisser Academy | INFO: www.hanneskatzenbeisser.com



Die Kraft unserer Gedanken und die Chancen jedes Menschen, die Zukunft selbst besser gestalten zu können, war neben den Herausforderungen bei Nachhaltigkeit und Transport eines der Hauptthemen bei der Expo in den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Sie zählt zu den weltweit größten Ausstellungen und bietet alle fünf Jahre die Möglichkeit, kreative Ideen und Lösungen zur Entwicklung der Menschheit zu präsentieren. Für seine visionären Umsetzungen bekannt wollten wir von Hannes Katzenbeisser wissen, welche Erkenntnisse er von der Expo

„Viele kleine Händler folgen nur dem Takt der Giganten, anstatt die Chancen zu ergreifen, selbst zu trommeln!“

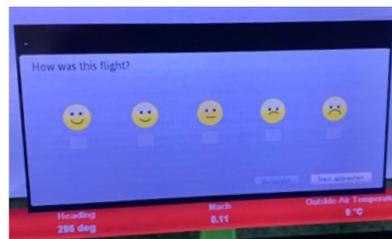
Hannes Katzenbeisser

mitnehmen konnte. „Ich halte es von jeher mit Alexander von Humboldt, der gesagt hat ‚Die gefährlichste Weltanschauung ist die Weltanschauung derer, die sich die Welt nie angeschaut haben‘, und so nehme ich jede Möglichkeit wahr, mein Wissen und Bewusstsein zu erweitern.“

UNENDLICHE CHANCEN

Auf die Frage, welche Sofort-Tipps er für den Elektrofachhandel parat habe, liefert der Verkaufsprofi gleich eine kleine Vorschau: „Wer mit offenen Augen durch die Welt geht und Neues zulässt, wird schon allein beim Buchen eines Fluges mit Emirates dazulernen können. Unglaublich, wie die beim Upselling, Cross-Selling und Cross-Marketing das ‚Klavier spielen‘, eine Aneinanderreihung

verkaufspsychologischer Prozesse, die der Elektrofachhandel nach wie vor schlichtweg ignoriert, aber ebenso erfolgreich umsetzen könnte. Ein ganzes Bukett an WOW-Effekten, wie dem Verknappungs-, dem Bundle-, dem Kiss-, dem Diderot-, dem Andorra-, dem Wertschätzung-, dem Lock-in- oder dem VIP-Effekt, um nur einige zu nennen“,



Emirates will es gleich bei der Landung wissen: „Bleibt nur die Frage, wie viele Elektrohändler die Zufriedenheit ihrer Kunden abfragen?“, so Katzenbeisser.

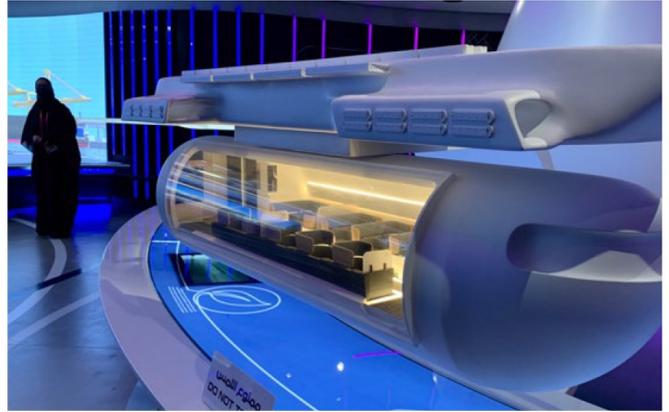
AM PUNKT

ÜBER HANNES KATZENBEISSER

Bereits 2019 mit dem LENA Award für Erwachsenenbildung ausgezeichnet wurde der ehemalige Elektrohändler 2022 das zweite Mal in Folge in die „Top 100 Speaker“ aufgenommen und bietet mit seinen Trainern in der HK Academy einige der in Europa bestbewerteten Seminare und Ausbildungen für Unternehmer und Mitarbeiter.



Im Campus Germany nahm man sich für Hannes Katzenbeisser persönlich Zeit und präsentierte sich bei einem exklusiven Rundgang als „optimistischer Ort des Wissens, des Forschens und der Begegnung.“



Die Kapsel im Hyperloop soll dank luftleerer Röhre nahezu Schallgeschwindigkeit erreichen und mit Hilfe von Sonnenenergie Menschen & Waren transportieren können.

so Katzenbeisser begeistert. „Es war eine regelrechte ‚Parade des Verkaufens‘ auf höchstem Niveau und als ich dann nach dem Flug – die Turbinen waren noch nicht abgedreht – mein Feedback zum Flug abgeben durfte und im Hotel per E-Mail bereits das Folgeangebot für meinen nächsten Flug erhielt, wurde mir einmal mehr klar, dass der gesamte Fachhandel riesige Chancen hat, Amazon & Co mit deren eigenen Waffen zu schlagen. Es liegt nur am Willen!“

Und so machte sich Hannes Katzenbeisser auf den Weg zum Expo-Gelände, das mit 438 Hektar (!) Größe insgesamt 192 Nationen mit ihren Pavillons Raum bietet. Ein eigenes Transportsystem mit gehobenen E-Carts ermöglicht die pünktliche Einhaltung der Termine. Bei Essenslieferungen oder für die Verteilung von Informationsmaterial setzt man bei der

Expo auf Selbstfahrer, die zwischen den Besucherströmen verlässlich ihre Dienste leisten.

DIE WELT WIRD KLEINER

„Auch wenn man auf den ersten Blick den Eindruck haben könnte, dass sich die ganze Welt der Eroberung des Weltalls verschrieben hat, wird bei der Expo kein Hehl aus den Herausforderungen gemacht, die hier auf der Erde so schnell wie möglich zu lösen sind“, berichtet Katzenbeisser.

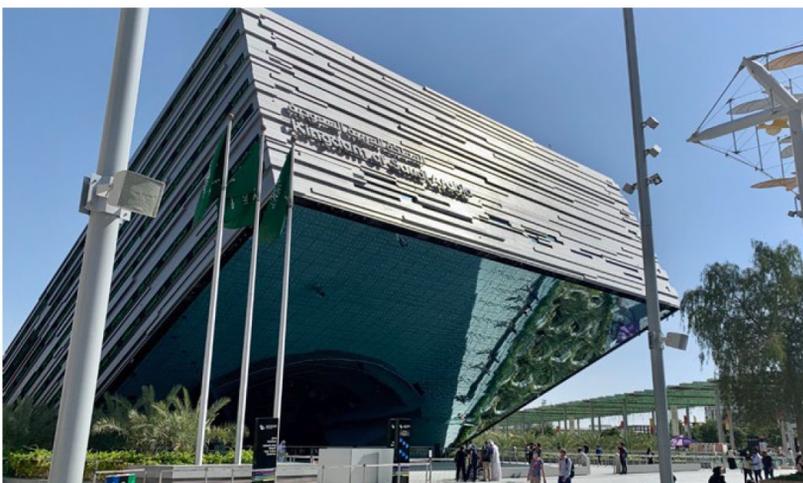
„Die kommenden Jahre werden von Wissen und Bewusstseinsbildung geformt werden!“

Hannes Katzenbeisser

„Die weltweite Migration nahm zwischen 2000 und 2019 um 57% zu, mehr als 272 Millionen Menschen haben ein neues Zuhause gefunden. In den Vereinigten Arabischen Emiraten beispielsweise kommen 80% der Bevölkerung aus 200 anderen Ländern“, legt Katzenbeisser einige Zahlen und Fakten auf den Tisch. „Und

die Menschen wollen immer mobiler werden, täglich heben mehr als 100.000 Flugzeuge ab und transportierten schon vor der COVID-Krise jährlich 4,4 Milliarden Menschen.“

Auch der globale Warentransport steigt in schwindelerregende Höhen. Eine Tatsache, die sich mit der erforderlichen Reduktion des CO₂-Ausstoßes wohl nicht leicht unter einen Hut bringen lassen. „Die in Dubai präsentierten Lösungen waren vielfältig, die Geschwindigkeit, mit der sie umgesetzt werden sollen, ist atemberaubend!“ Was laut Katzenbeisser übrigens auch vom Gastgeberland anschaulich demonstriert wurde, denn bereits 2030 will man in Dubai 25% des Transports von der Straße in unbemannte (!) Flugtaxi verlagert haben.



Im Pavillon von Saudi-Arabien wurden auf 13.059m² keine Kosten gescheut, um den Weg vom Wüstenstaat in eine visionäre Zukunft zu veranschaulichen.



Unzählige Selbstfahrer versorgten die in Summe erwarteten 25 Millionen Besucher auf dem weitläufigen Expo-Gelände.



Im Pavillon der Nachhaltigkeit werden den Besuchern sowohl irreparable Schäden an als auch nützliche Lifehacks für die Schonung von Mutter Erde aufgezeigt.

Ein weiteres Beispiel, wie sich unser Leben nachhaltig verändern könnte, sieht Katzenbeisser auch in den in der Finalisierung stehenden Hyperloop-Projekten: „Was es für unsere Infrastruktur, aber auch das Konsumverhalten bedeuten kann, wenn man von Wien Nord nach Wien Süd mit dem Auto länger braucht als mit dem Hyperloop von Wien Mitte nach Berlin Mitte, lässt den Shopping-Ausflug am Sonntag Nachmittag in ganz neuem Licht erstrahlen.“

Und bis es so weit sein könnte, gilt es laut Katzenbeisser die Kundenzahl in

den Läden wieder zu stärken. Eine Idee dazu habe es auch auf der Expo gegeben, wo wieder einmal veranschaulicht wurde, über wie wenige „Verbindungen“ sich die Menschen weltweit kennen. Das Rennen im Elektrofachhandel werden laut Katzenbeisser diejenigen machen, die effiziente Weiterempfehlungs-Tools nutzen und damit Frequenz schaffen.

„Wer sich jetzt ernsthaft der Nachhaltigkeit annimmt, wird damit neue Kunden gewinnen und binden können!“

Hannes Katzenbeisser

SOFORT ZUM THEMA MACHEN

Ob Mikroplastik, Welternährung, Recycling oder Reparaturfreundlichkeit von Produkten, in Dubai habe man sich bezüglich Nachhaltigkeit kein Blatt vor den Mund genommen, wie Katzenbeisser feststellt. „Viele Länder präsentierten bereits laufende Programme zur Herstellung von Ersatzteilen mittels 3D-Druck, um damit umweltbelastenden Transport- und Logistikaufwand minimieren zu können. Ich bin überzeugt davon, dass der wertschätzende Umgang mit unseren Ressourcen und die darauf abgezielte Positionierung als Elektrohändler und Dienstleister genau jetzt stattfinden muss. Das Potential ist enorm.“ Und so ist sich Katzenbeisser sicher, dass eine spitze Positionierung zur Sichtbarkeit eines jeden Unternehmens in Zukunft noch wichtiger wird. „Wer glaubt, auf jedem Kirtag mittanzen zu müssen, wird Schiffbruch erleiden“, sagt er und ergänzt: „Die Masse bekommt, was die Masse macht, und das ist in der Regel nicht sehr viel.“



Südkorea lieferte mit LGs fahrendem Assistenten interaktive Informationen und Unterhaltung für die Besucher aus aller Welt.

ERLEBNISSE SCHAFFEN

Er predigt es auf seinen Seminaren und Vorträgen immer wieder, und der Besuch auf der EXPO hat Katzenbeisser erneut darin bestätigt: „Selbst der größte Kundennutzen muss verkauft werden.“ Er sagt: „Wenn man während mehrerer Tage auf der Expo auch Zeit findet, die Art und Weise der Präsentationen zu analysieren, dann lassen sich daraus wertvolle Parallelen zur Verkaufsfond im Elektrohändler erkennen. Nicht die besten Inhalte weckten Interesse, sondern die Inhalte, die am besten präsentiert werden, und das ist keineswegs eine Frage des Budgets, sondern eine Frage der ESP, der ‚Emotional Selling Proposition‘“, führt Katzenbeisser aus.

Klarerweise würde bei einer Expo auch Politik gemacht, denn jedes Land versuche sich so darzustellen, wie es in der Weltöffentlichkeit gesehen werden wolle. Und umso erfrischender sei der Ansatz der Schweiz gewesen, die mit ihrem futuristischen Pavillon die Erwartungshaltung der vorbeiströmenden Besucher ziemlich in die Höhe geschraubt habe. Beim Betreten des Pavillons allerdings wurde eine romantische Bergwanderung im dichten und kühlen Nebel der Schweizer Berge simuliert, ein „einmaliges Erlebnis“, das laut Verkaufsprofi Katzenbeisser außer Kreativität und Engagement nicht viel braucht.

Katzenbeisser stellt genau dazu die Elektrofachhändler auf die Probe: „Hand auf's Herz! Wie viele der Elektrohändler würden sich selbst in ihrem Unternehmen bewerben, wenn sie auf Jobsuche wären? Eben! Das muss sich ändern, denn was wir in der Elektrobranche brauchen, sind Mut, Faszination, Liebe und neue Strategien, um unsere Kunden so abzuholen, wie sie es noch nie zuvor erlebt haben.“

„Der ‚Point of Sale‘ ist tot! Was wir jetzt brauchen, sind wahre Neuronenduschen, wir brauchen ‚Walls of Wonders!‘“

Hannes Katzenbeisser



Die Schweizer haben in ihrem Pavillon gezeigt, wie man HiTech und Innovation mit Emotionen verkaufen kann, ohne dabei tief in die Tasche greifen zu müssen.

ERFOLGSARENA®

Die LIVE-SHOW für erfolgreiches Verkaufen.

powered by



WIRTSCHAFTSKAMMER TIROL
Elektro- und Einrichtungsfachhandel



Janin Kasperbauer

Der WOW-Effekt-Macher®



26. April 2022
Amstetten

27. April 2022
Zwettl

14. März 2022
Innsbruck

31. Mai 2022
Korneuburg

1. Juni 2022
Kottingbrunn

Jetzt GRATIS TICKET sichern

www.erfolgsarena.com



www.hanneskattenbeisser.com/presse