

**3e Handels- und
Dienstleistungs AG**



3e Vorstand Markus Dulle

LEH trifft Baumarkt

- ➔ Knapp 300 Mitglieder international
- ➔ Außenumsatz 649 Millionen Euro
- ➔ Im Trend: akkubetriebenes Werkzeug, Gartengeräte, Pool und Griller

TEXT: LISA WEBER

Als Vereinigung von Fachhändlern der Hartwarenbranche bündelt die 3e Handels- und Dienstleistungs AG mit Sitz in Wels seit mehr als 30 Jahren Einkaufspotenziale und entwickelt neben einem breiten Dienstleistungsspektrum ihre Dachmarken, wie etwa den Werkzeugfachhandel „Let's doit“, stetig weiter. In Österreich sind dem Verband aktuell 145 Mitglieder angeschlossen. Davon treten 45 unter der Dachmarke „Let's doit“ auf, neun von ihnen sind auf den Holzfachhandel spezialisiert. Darüber hinaus gibt es 15 Installateure mit angeschlossenem Sanitärfachhandel unter der Marke „Bad&Co“ Internatio-



nal ist die 3e in zehn Ländern im Osten Europas angesiedelt und zählt dort 158 Mitglieder. „Darüber hinaus unterhält die 3e eine Reihe an Kooperationen, die das Volumen des Verbandes deutlich erhöhen“, erklärt Vorstand Markus Dulle. Eine konkrete Ausweitung auf weitere europäische Länder ist aktuell nicht geplant.

Zu den Mitgliedern zählen auch viele LEH-Standorte, die ihr Sortiment durch den Werkzeugfachhandel erweitern. Dies kommt, laut Gruppe, daher, dass viele der Mitgliedsbetriebe Familienbetriebe sind, die zum Teil seit mehreren Generationen geführt und historisch betrachtet ursprünglich als Gemischtwarenhandlungen gegründet wurden. Dazu der Vorstand: „Als Paradebeispiel gilt hierfür das Unternehmen Zadruga, welches an seinen Standorten in Bleiburg und Bad Eisenkappel jeweils einen „Let's doit“ Fachmarkt und einen Spar-Markt betreibt. Die 3e hat in ihrer jüngeren Vergangenheit die Geschäftsbeziehungen mit der Lebensmittelbranche intensiviert, indem bei der Auswahl von Filialniederlassungen Kooperationen

eingegangen werden, um gegenseitig vom Branchenmix und zugleich von der Kundenfrequenz zu profitieren.“

Umsatz. 2020 erwirtschaftete die 3e einen Außenumsatz von 649 Millionen Euro, was in Österreich eine Steigerung von 12,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr bedeutet; über die gesamte Gruppe hinweg konnte ein Wachstum von 9,2 Prozent erzielt werden. „Dies untermauert die Investitionsfreudigkeit der Kunden in Haus und Garten trotz – oder auch wegen – der Corona-Pandemie. Insbesondere akkubetriebene Werkzeuge und Gartengeräte sowie Griller und Poolzubehör waren in Österreich stark nachgefragt“, so der Vorstand.

Insgesamt verfügt die 3e laut eigenen Angaben über 80.000 verschiedene Artikel in seinen Stammdaten. Fast alle für den Werkzeugfachhandel am Markt befindlichen Produkte können für die Kunden bestellt werden. Rund 45.000 Artikel sind über den „Let's doit“ Webshop online erhältlich. Das Zentrallager in Wels umfasst 18.000 verschiedene Produkte, welche für die Belieferung für alle Mitglieder zur Verfügung stehen. Jährlich werden einige hundert neue Produkte ins Sortiment aufgenommen.

→ **3e Facts**

145 Mitglieder
in Österreich

158 Mitglieder
in Osteuropa

Vertreten in **11** Ländern

→ **Umsatz 2020**

649 Millionen €

+12,6
Prozent Österreich

+9,2
Prozent Gesamt

Quelle: 3e

Omnichannel. Im Werkzeugfachmarkt „Let's doit“ werden im stationären Geschäft neben Fachberatung auch digitale Elemente eingesetzt, um am POS viele Detailinformationen über Produkte und Serviceleistungen zu bieten. Dazu zählen etwa das Virtual Shelf als verlängerte Ladentheke, die Vergleichszone für den direkten Produktvergleich und weitere digitale Devices, die die Fachberater in ihrer Beratungstätigkeit unterstützen. Ergänzt wird das Angebot mit einem Testcenter, in dem die Kunden ihre Produktauswahl im Live-Betrieb vor dem Kauf testen können.

Online. Während der Zeit der verordneten Geschäftsschließungen konnte ein Teil des Umsatzes mit Online-Bestellungen von „Let's doit“ abgedeckt werden. „Dadurch konnten die Fachhändler neue Kundengruppen gewinnen, die während des Lockdowns die Convenience des digitalen Angebots kennengelernt haben und dies auch weiterhin nutzen.“ Auch nach Öffnung des stationären Handels bleiben die Onlinezugriffe auf einem höheren Niveau und liefern, so Dulle, einen erfreulichen Beitrag zum Gesamtergebnis.



Vertriebskonzepte: erfolgreich durch Beratungs- und Serviceleistungen

- > **Digitale Kompetenz**
Webshop, Kundenkarte, Omni-Channel-Konzept
- > **Category Management**
Koordination von Lieferantenkontakten, Sortimenten, Eigenmarkenentwicklung
- > **Marketing**
Dachmarkenstrategie, Omni-Channel-Marketing
- > **Vertrieb**
Persönliche Betreuung und strategische Beratung
- > **Logistik**
Beförderung vom 3e-Zentrallager, Abwicklung Online-Shop
- > **Entwicklung**
Unterstützung bei Expansion, Um- und Neubauten

Verzahnung des stationären Fachhandels mit digitalen Elementen: **LET'S DOIT – Österreichs einzigartiger Omnichannel-Werkzeugfachmarkt**

