



PRESSEMELDUNG

EURONICS Fachhandel gut gerüstet für 2009

Verbundgruppe bilanziert erfolgreiches Geschäftsjahr 2007/2008: 1.869 Mitglieder erzielen Außenumsatz von 3,5 Milliarden Euro / Zentralumsatz wächst um 7,4 Prozent auf 1,62 Milliarden Euro / Umfangreiches Maßnahmenpaket zur Unterstützung der Fachhändler in 2009 / Qualifizierungsoffensive erfolgreich gestartet / Händler rechnen mit Kaufanreizen durch geplanten HDTV-Start

Stuttgart, 13. Januar 2008. Die EURONICS Deutschland eG blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: In 2007/2008 erwirtschaftete die Verbundgruppe einen Zentralumsatz von 1,62 Milliarden Euro und steigerte damit ihren Umsatz um 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. 1.869 Mitglieder an 2.041 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern erzielten einen Außenumsatz von 3,5 Milliarden Euro. Die Genossenschaft konnte Bonuszahlungen für getätigte Umsätze von insgesamt 91,8 Millionen Euro (Vorjahr: 79,8 Millionen Euro) an ihre Mitglieder ausschütten.

„Konsumenten in Deutschland kaufen qualitätsbewusster. Davon hat unsere Verbundgruppe im vergangenen Jahr maßgeblich profitiert“, bilanzierte EURONICS Vorstandssprecher Werner Winkelmann auf der Jahrespressekonferenz in Stuttgart. Für 2009 sieht sich die Genossenschaft gut gerüstet. „Wir haben ein umfangreiches Maßnahmenpaket für unsere Mitglieder auf den Weg gebracht, um sie in allen marktrelevanten Bereichen zu unterstützen. Blinde Rabattversprechen und Sparmaßnahmen sind die falsche Antwort auf die Rezession. Unsere Beratungs- und Fach-

kompetenz wird in 2009 ein entscheidender Wettbewerbsfaktor sein“, so Winkelmann.

Consumer Electronics: Flache TV-Geräte weiter umsatzstark

Hauptumsatzträger im Bereich der Consumer Electronics mit einem Zentralumsatz von 1,23 Mrd. Euro und einem Plus von 7,8 Prozent waren auch in 2007/2008 Produkte der Unterhaltungselektronik. Hier verzeichnete EURONICS eine Steigerung von 12 Prozent bei einem Gesamtumsatz von 842 Mio. Euro. „Dank Fußball-EM und Olympia wurde das Geschäft mit Brauner Ware auch 2008 von LCD- und Plasma-Geräten getragen“, so Winkelmann. Darüber hinaus standen Navigations-Systeme, Multimedia-Player und Spielekonsolen weiterhin besonders hoch in der Gunst der Verbraucher.

Haustechnik: Energieeffizienz als wesentliches Verkaufsargument

Bei der Haustechnik erreichte EURONICS einen Umsatz von 355 Mio. Euro. Besser als der Gesamtmarkt schnitt die Verbundgruppe vor allem beim Verkauf von Großgeräten ab – der EURONICS Fachhandel erzielte hier eine Umsatzsteigerung von 6,8 Prozent auf 266 Mio. Euro. „Die Premiere der Weißen Ware auf der IFA hat für Impulse im EURONICS Fachhandel gesorgt. Bedienkomfort, intelligente Technologien, Design und ein effizienter Umgang mit Energie sind zu starken Verkaufsargumenten für Neuheiten der Hausgeräte geworden“, erklärt Winkelmann. Zu den Produkthighlights zählten hier Geschirrspüler, Induktionskochfelder mit innovativen Bedienkonzepten oder auch hochwertige Kühl-Gefrier-Kombinationen. Bei den Kleingeräten zeichnete sich ein Umsatz-Plus von 11 Prozent ab. Vor allem Kaffeemaschinen mit Kapsel- bzw. Padsystemen und Vollautomaten überzeugten die Verbraucher.

Maßgeschneiderte Unterstützung für den Fachhandel in 2009

Für das laufende Geschäftsjahr hat die Verbundgruppe einen umfassenden Maßnahmenkatalog entwickelt, um Mitglieder bei allen markt- und marketingrelevanten Themen zu unterstützen. „Für jedes Mitglied leisten unsere betriebswirtschaftlichen Berater eine komplette Kostenüberprüfung und bei Bedarf eine Revision sämtlicher Kostenträger“, erklärt Benedict Kober, Vorstand der Verbundgruppe. Ab sofort können Mitglieder eine spezielle Beratungsleistung im Vorfeld von Bankgesprächen in Anspruch nehmen.

EURONICS hat darüber hinaus erhebliche Investitionen in die Mitgliederqualifikation getätigt. Mit einer neu gegründeten Führungskräfte-Akademie bereitet die Kooperation Nachwuchsführungskräfte durch ein spezielles Schulungsprogramm auf die Unternehmensnachfolge vor. Das Schulungskonzept „Q+“, in Kooperation mit der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH, und das 18-monatige Qualifizierungsprogramm „Qsales“ richten sich speziell an die Mitarbeiter im Verkauf. „Kompetente Beratungsleistungen durch geschulte Mitarbeiter verhelfen dem EURONICS Fachhandel seit Jahren zu einer starken Kundenbindung“, so Kober.

Auch der Bekanntheitsgrad der Marke soll 2009 weiter gesteigert werden. Im Werbebudget sind für das kommende Geschäftsjahr über 20 Millionen Euro, vornehmlich für TV-Werbung, eingeplant. Hinzu kommen etwa 100 Millionen Euro, die die EURONICS Mitglieder für Werbung vor Ort ausgeben werden.

Beratungs- und Servicekompetenz auch im Internet

EURONICS setzt im laufenden Jahr weiterhin konsequent auf eine Multi-Channel-Strategie und wird seine Internetportale weiter ausbauen. „Unser Vermittlungsportal www.euronics.de hat sich bestens bewährt. Über verlinkte, individuelle Händlerseiten präsentieren sich unsere Mitglieder mit ihren jeweiligen spezifischen Kernkompetenzen, ihren Sortimenten und

ihren Zusatzleistungen. Verbraucher können online aus einem zentral gepflegten Kernsortiment bestellen“, erklärt Winkelmann. „Wir möchten für mehr Transparenz im Netz sorgen und mit irreführenden Preisvergleichen aufräumen. Die Preisgestaltung im Fachhandel baut auf Beratungs- und Servicekompetenz auf.“ Unsere Verbundgruppe hat den Anspruch, Verbraucher nicht mit Billigangeboten zu locken, sondern hohe Qualität und einen echten Mehrwert zu bieten – bewusst in Abgrenzung zu anderen Internetshops. Durch ein leistungsfähiges Logistikkonzept stellt EU-RONICS sicher, dass eine Lieferung von Produkten aus dem Zentrallager innerhalb von 24 Stunden jeden Händler in Deutschland erreicht.

Ausblick 2009

Die Turbulenzen auf den Finanzmärkten haben viele Verbraucher verunsichert. „Wir rechnen deshalb mit leichter Kaufzurückhaltung und haben unsere Umsatzerwartung für 2009 nach unten korrigiert. Realistisch ist ein ausgeglichenes Ergebnis“, erklärt Winkelmann. Im Weihnachtsgeschäft habe die Verbundgruppe bereits von vielen vorgezogenen Käufen profitiert. „Wie die Mehrheit der Konsumenten im kommenden Jahr tatsächlich auf die Rezession reagiert, ist von vielfältigen, derzeit kaum berechenbaren Faktoren abhängig“, stellte Winkelmann in Stuttgart klar. Die gute Nachricht für den beratenden Fachhandel: Immer mehr Verbraucher legen Wert auf Qualität und Langlebigkeit der gekauften Produkte – möglicherweise umso mehr in Zeiten gedämpfter wirtschaftlicher Stimmung.

Nach Angaben des Marktforschungsinstitutes GfK gewinnt der so genannte „verantwortungsvolle Konsument“ zunehmend an Bedeutung – eine wachsende Verbrauchergruppe, die Wert auf einen bewussten Umgang mit wertvollen Ressourcen legt. Beim Erwerb von Elektrogeräten sind Langlebigkeit und Energieeffizienz für diese Gruppe entscheidende Verkaufskriterien. Die Verbraucher sind auch zunehmend bereit, einen damit verbundenen höheren Preis zu bezahlen. Kaufanreize im kommenden

Jahr versprechen DVB-CI+ und HDTV-Tuner, die verstärkt in die TV-Geräte integriert werden.

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG,
Agentur für Wirtschaftskommunikation
Björn Seeger
Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15,
82131 Gauting
Tel. 0 89/89 35 63 3,
Fax 0 89/89 39 84 29
E-Mail: info@engel-zimmermann.de

EURONICS Deutschland eG
Cornelia Bonow
Assistentin des Vorstands / PR
Berblingerstr. 1, 71254 Ditzingen
Tel. (07156) 9 33-4 03
Fax (07156) 9 33-2 90
Cornelia.Bonow@euronics.de
<http://www.euronics.de/>