



PRESSEMELDUNG

Neue Kundenzufriedenheitsanalyse bei EURONICS

Hohe Beteiligung der Kunden mit über 10.000 Fragebögen / TÜV-Siegel für 34 Mitglieder / Kunden kaufen anspruchsvoll und bedarfsorientiert

Ditzingen, im Mai 2009. EURONICS Fachhändler nutzten erneut die Gelegenheit zu einer professionellen Kundenzufriedenheitsanalyse. Von November bis Dezember 2008 nahmen insgesamt 88 Mitgliedsbetriebe an dieser Analyse teil. Erfreulich viele Kunden haben sich beteiligt, so dass über 10.000 Fragebögen vom EURONICS Betriebstypenmanagement und der BBE Handelsberatung München ausgewertet werden konnten.

„Es hat sich gezeigt, dass unsere Fachgeschäfte und Fachmärkte über einen hohen Stammkundenanteil verfügen“ so Jan van Baßhuysen, Leiter Fachmärkte. Besonders erfreulich in diesem Zusammenhang: Immer mehr Kunden empfehlen die EURONICS weiter. Das zeigt der Anstieg der Empfehlerquote auf 44 Prozent.

Aufgrund der überdurchschnittlich positiven Kundenbewertungen erhalten 34 EURONICS Mitglieder jetzt das begehrte TÜV-Siegel für geprüfte Kundenzufriedenheit und können dieses ab sofort aktiv in ihrer Kommunikation einsetzen.

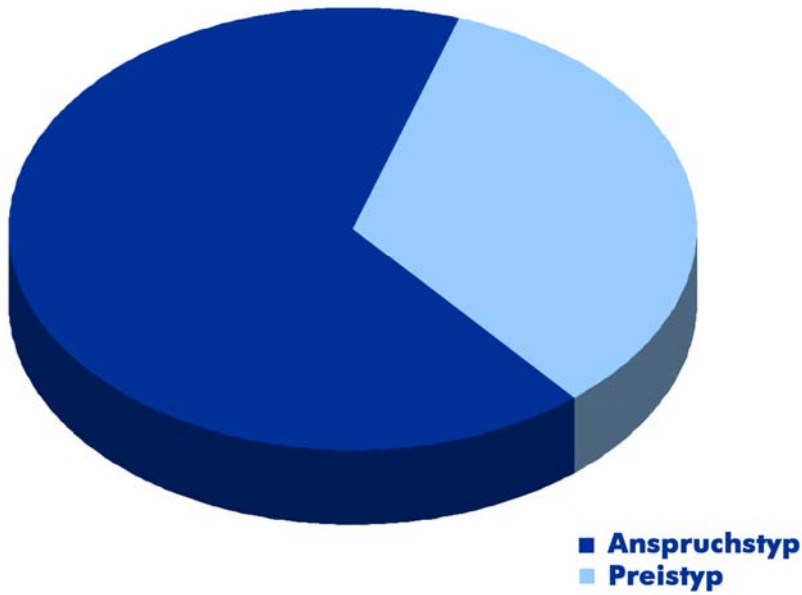


„Die Kundenzufriedenheitsanalyse wird zu einem wichtigen Instrument für unsere Mitglieder. Auf dieser Basis können sie gezielt ihre individuellen Stärken ausbauen und auf Schwachpunkte reagieren“, so van Baßhuysen weiter. EURONICS Kunden hatten auf einem dreiseitigen Fragebogen detailliert Stellung zu den Themen Personal, Sortiment und Preis, Warenpräsentation und Servicequalität genommen.

Wer kauft bei EURONICS?

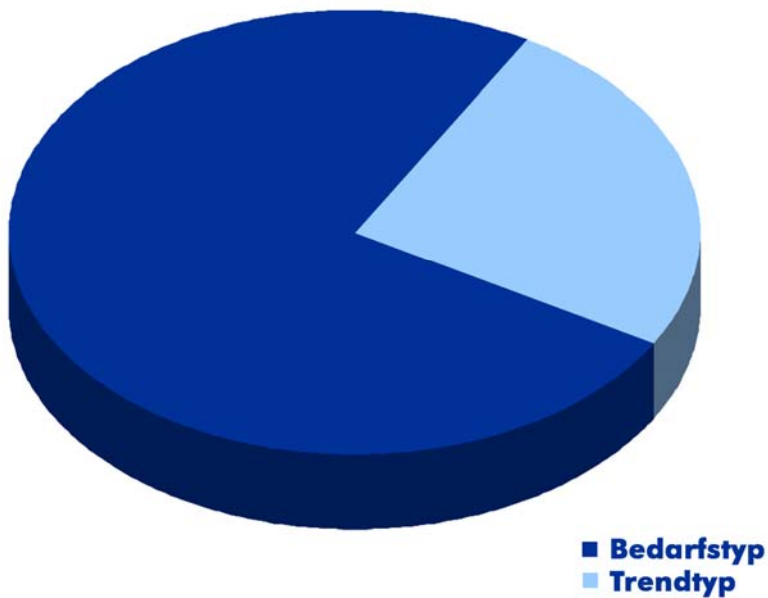
Ein Schwerpunkt lag auf einer Selbsteinschätzung der Kunden zu welchem Kauftyp sie sich zählen würden. Das Ergebnis zeigt vor allem zwei Kundentypen regelmäßig den Weg in ein EURONICS Fachgeschäft finden: der Bedarfstyp und der Anspruchstyp. Ersterer kauft ein Produkt nur, wenn er es auch tatsächlich benötigt, für Letzteren stehen Qualität und Leistung im Vordergrund. Der Preis spielt dagegen nur eine untergeordnete Rolle.

Kundentypen



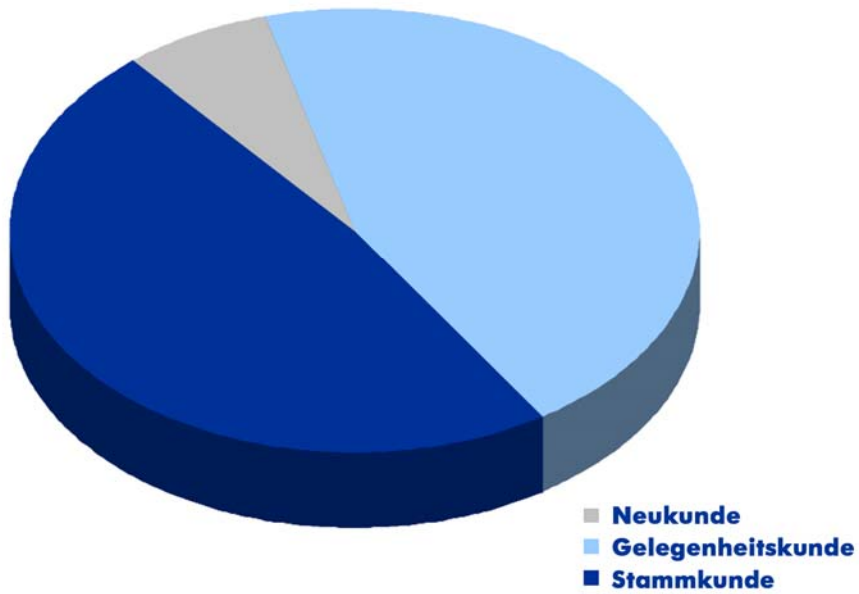
BU: Zwei Drittel der EURONICS Kunden sehen sich selbst als Anspruchstyp und setzen auf Qualität.

Kundentypen



BU: Drei Viertel der EURONICS Kunden schätzen sich als Bedarfstyp ein und legen Wert auf Zweckmäßigkeit und Funktionalität.

Kundenbindung



BU: 50 Prozent der EURONICS Kunden sind Stammkunden. Insgesamt 44 Prozent der Kunden empfehlen EURONICS weiter.



BU: Jan van Baßhuysen, Leiter Fachmärkte im Betriebstypenmanagement der EURONICS

Zu EURONICS:

Die neuen Technologien wie HD-TV, DVD-Recording, Telekommunikation und tragbare Computer gehören gleichermaßen zum Sortiment wie die konventionellen Produkte der Unterhaltungselektronik und der Sparte Haushaltsgeräte. Die Genossenschaft zählt in Deutschland 1.869 Mitglieder mit über 2.000 Standorten und rund 12.000 Mitarbeitern. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot, individuelle Beratung und qualifiziertes Fachpersonal sind die gemeinsamen Kennzeichen der zumeist inhabergeführten mittelständischen Fachgeschäfte und Fachmärkte. Mit einem Gesamtumsatz von 3,5 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2007/2008 ist EURONICS der zweitgrößte Marktteilnehmer der Branche in Deutschland.

Die EURONICS Deutschland eG ist Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Bis auf wenige Ausnahmen in Osteuropa ist die Gruppe in allen europäischen Ländern vertreten. Aktuell ist die Verbundgruppe mit 25 Mitgliedern in 29 Ländern an über 11.500 Standorten aktiv und erzielte 2007 einen Gesamtumsatz von 12,6 Milliarden Euro. Mehr als 50.000 Mitarbeiter sind in den rund 6.300 Mitgliedsunternehmen beschäftigt. In Europa gilt EURONICS als größte Verbundgruppe der Branche.

Für weitere Informationen:

1. EURONICS Deutschland eG
Cornelia Bonow
Tel.: 0 71 56 / 933 403
2. 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