

PRESSEMELDUNG

EURONICS setzt auf Multi-Channel-Strategie

Ausbau der Multi-Channel-Strategie 2012 / Verbundgruppe stellt Weichen für neue Qualifizierungsoffensive / Mitglieder informieren sich in Leipzig über Trends und Topthemen

Leipzig, 28. Februar 2012. Nach dem Rekordumsatz im Vorjahr erwirtschaftete Deutschlands führende Verbundgruppe im Markt für Consumer Electronics im Geschäftsjahr 2010/2011 (01.10.2010 bis 30.09.2011) einen Zentralumsatz von 1,72 Milliarden Euro und verzeichnete damit ein Minus von sieben Prozent gegenüber dem Vorjahr. 1.734 Mitglieder an 1.915 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern erzielten einen Außenumsatz von 3,82 Milliarden Euro. Für die Händler konnten Bonuszahlungen für getätigte Umsätze von insgesamt 97,1 Millionen Euro sowie eine Warenrückvergütung von 5,6 Millionen Euro ausgeschüttet werden.

„Der anhaltende Boom im Internetgeschäft, neue Vertriebswege und Kaufgewohnheiten, aber auch der anhaltende Preisverfall bei Produkten der Unterhaltungselektronik stellen den Elektrofachhandel vor neue Herausforderungen“, erklärte Vorstandssprecher Benedict Kober auf dem EURONICS Kongress in Leipzig. „Mit dem Ausbau unserer Multi-Channel-Strategie und einer neuen Qualifizierungsoffensive geben wir darauf die richtige Antwort. Klares Ziel für 2012 ist es, die Position unserer Mitglieder auch gegenüber Wettbewerbern im Netz nachhaltig zu stärken.“

Rückblick 2010/2011: Konsumenten wollen Bedienkomfort

Mit zahlreichen Innovationen setzte die CE-Industrie 2011 weitere Maßstäbe: Impulsgeber waren 2010/2011 die Verschmelzung von Fernsehen und Internet, Medien und TV-Geräten in HD und 3D sowie ein regelrechter Boom bei Tablet-PCs, Apps und Smartphones. Für positive Umsatzeffekte sorgte auch die bevorstehende Abschaltung des analogen Satelliten-Empfang. Die

Rekordumsätze aus dem Vorjahr im TV-Bereich konnten allerdings aufgrund fehlender Sportgroßereignisse und dem anhaltenden Preisverfall in diesem Segment nicht wiederholt werden.

„Die Ansprüche an den Bedienkomfort steigen. Neue Bedienkonzepte via Tablet-PC oder Smartphone stellen für viele Konsumenten neben Vernetzungsfähigkeit und Mobilität entscheidende Kaufargumente dar“, so Kober. Fachhändler müssen sich jetzt mit attraktiven Angebotswelten sowie starken Beratungs- und Serviceleistungen auf diese veränderten Kundenwünsche einstellen. „TV-Hersteller, die zum Beispiel die Themen Smart-TV, Apps und Social Media in ihren neuen Gerätegenerationen kombinieren, setzen auf die kompetente Vorführung und Beratung im stationären Handel.“

Die Neuheiten der Weißen Ware zeichneten sich durch intelligente Technologien aus, wie zum Beispiel die Anbindungsmöglichkeiten an das Internet durch Smart-Grid-Lösungen. Angesichts der steigenden Energiekosten wurde die Frage nach dem Stromsparerpotenzial bei Kühlschrank, Waschmaschine & Co. für den Fachhandel vielerorts zum zentralen Beratungsthema – insgesamt zeigte sich die Umsatzentwicklung bei den Großgeräten 2010/2011 auf einem soliden Vorjahresniveau. Mit einer im Januar 2012 gestarteten Facebook-Aktion, den „Energieeffizienzwochen“, greift EURONICS das große Interesse am Thema Energieeffizienz erneut auf. Dabei können Verbraucher online den Energieverbrauch ihres Altgerätes ermitteln lassen, erhalten Energiespartipps und nehmen an einem Gewinnspiel teil.

Ausbau der Multi-Channel-Strategie

„Aktuell gewinnt man den Eindruck, unsere Branche entdeckt das Thema Multi-Channel gerade erst“, so Kober. „EURONICS setzt aber bereits seit einigen Jahren konsequent auf eine Multi-Channel-Strategie und baut ihre Präsenz im Internet kontinuierlich aus. Käufe über den Internetshop werden bei uns mit Erfolg dem stationären Handel zugeführt. D.h. ein Kunde kauft online und die Ware wird dann bei einem EURONICS Mitglied in seiner Nähe zur Abholung bereitgestellt oder auf Wunsch verschickt. „Diesen Ansatz werden wir 2012 weiter forcieren“, so Kober. Über verlinkte, individuelle Händlerseiten präsentieren sich EURONICS Mitglieder im Netz mit ihren jeweiligen

spezifischen Kernkompetenzen, Sortimenten und Zusatzleistungen. „Wir möchten alle Mitglieder in die Lage versetzen, sich im Internet mit einem attraktiven Dienstleistungsportfolio zu präsentieren und ein erfolgreiches Online-Marketing zu betreiben.“ Monatlich rund 2 Millionen Besucher nutzen derzeit die Portale www.euronics.de, www.euronics-xxl.de oder www.mediaathome.de und surfen auf den individuellen Händlerseiten. „Diese Zahl werden wir 2012 weiter steigern.“

Qualifizierungsoffensive

Ausbildung oder Studium, berufsbegleitendes Studium oder in Vollzeit – Mit einem neuen Qualifizierungsangebot macht EURONICS die Entscheidung leichter. Die neue EURONICS Business School bietet ab September 2012 das Gesamtpaket mit einem international anerkannten Hochschulabschluss: dem Bachelor of Arts (B.A.) Handelsmanagement. Berufsbegleitend bietet EURONICS die Chance, sich mit einem Studium für eine leitende Position bzw. Führungsaufgabe zu qualifizieren. Einzigartig in der Branche: Das Angebot ist auch interessant als ausbildungsbegleitendes Modell für Schulabgänger mit Abitur oder Fachhochschulreife, die in vier Jahren sowohl eine abgeschlossene Lehre als auch einen ersten akademischen Abschluss erwerben können.

Kontinuierlich weiterentwickelt werden aber auch die bestehenden Qualifizierungsangebote der Zentrale. Dabei können Führungskräfte, Verkäufer in den Bereichen Telekommunikation, PC/Multimedia, Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte sowie Servicemitarbeiter auf ein umfassendes Schulungsangebot zu aktuellen Themen zurückgreifen. Ausgewählte Referenten begleiten Schulungsreihen zu Themenblöcken wie Unternehmensführung, Beratungs- und Servicekompetenz oder Dienstleistungsmanagement. In Kooperation mit namhaften Industriepartnern werden darüber hinaus Schulungen zu Produkten, Trends und speziellen Kompetenzen wie beispielsweise Vernetzung angeboten.

Zukunftsthemen 2012

Die Verschmelzung von Internet und TV, 3D- und HDTV sowie allgemein der Trend zu größeren, zukunftssicheren TV-Geräten werden 2012 den Markt bestimmen. „Smart-TV“ wird sich zusehends etablieren – als Weiterentwicklung der Mediennutzung im Heimbereich mit echtem Mehrwert.

Für einen weiterhin starken Trend steht das Thema mobile Endgeräte. Neben Smartphones und Tablet-PCs werden auch die neuen Ultrabooks zu den Umsatztreibern 2012 gehören. Für einen weiteren Schub im Markt, insbesondere beim Verkauf digitaler Satelliten-Set-Top-Boxen und TV-Geräte mit integriertem digitalem Satelliten-Empfänger, wird die Digitalisierung der TV-Programme via Satellit sorgen. Die Ausweitung des HDTV-Programmangebots der öffentlich-rechtlichen Programmanbieter, sportliche Großereignisse wie die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele sowie die IFA in Berlin als jährliches Branchen-Highlight geben weitere Impulse.

Kongress der Superlative

Zum Kongress in Leipzig erwartet EURONICS wieder zahlreiche Besucher: Rund 3.000 Vertreter aus über 1.000 Mitgliedsfirmen und mehr als 250 Industrie- und Dienstleistungspartner werden sich auf der Hausmesse treffen. Traditionell eröffnet wurde der Kongress mit einer Präsentation informativer und spannender Themen. Prominente Gastreferenten stellten sich dabei dem gewohnt humorvollen Schlagabtausch mit Moderatorin Barbara Schöneberger.

Für weitere Informationen:

EURONICS Deutschland eG

Cornelia Bonow

Tel.: 0 71 56 / 933 1403

Engel & Zimmermann AG,

Unternehmensberatung für Kommunikation

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