

## PRESSEMELDUNG

### EURONICS setzt auf Superlative

#### **EURONICS präsentiert Halbjahreszahlen / Superlativ-Strategie im Kampf gegen den Preisverfall / Weichenstellung für schnellen Umstieg auf digitales Sat-TV / Mitglieder informieren sich in Stuttgart über Trends und Tophemen 2011**

Stuttgart, 29. März 2011. Nach dem Umsatzplus von 11 Prozent im letzten Geschäftsjahr verzeichnet die Verbundgruppe im ersten Halbjahr 2010/2011 bisher einen leichten Umsatzrückgang. Der Blick in die einzelnen Warenbereiche ergibt dabei ein differenziertes Bild: Während die Bereiche Haustechnik und PC/Multimedia das sehr gute Vorjahresniveau halten können, verzeichnet der Bereich Telekommunikation ein deutliches Umsatzplus von 18 Prozent. „Den aktuellen Boom bei Smartphones konnten unsere Mitglieder bisher erfolgreich für sich nutzen. Maßnahmen, die die Zentrale im Bereich TK gestartet hat, greifen“, erklärte Benedict Kober, Vorstandssprecher der EURONICS Deutschland eG auf dem EURONICS Kongress in Stuttgart. „Nicht ohne Grund sind wir größter Apple Handelspartner bei den Verbundgruppen.“

Den Umsatzrückgang bei Produkten der Unterhaltungselektronik führt die Verbundgruppe auf den stetigen Preisverfall zurück, der die gesamte Branche erfasst. „Unsere Absatzzahlen im Bereich Unterhaltungselektronik stabilisieren sich auf einem hohen Niveau. Um den leichten Umsatzrückgang infolge des Preisverfalls zu kompensieren, setzen wir verstärkt auf hochwertige Geräte mit zusätzlichen Features bzw. Anwendungsmöglichkeiten. Unterstützt werden die EURONICS Mitglieder dabei durch unsere Superlativ-Strategie“, erklärt Kober. Die so genannten Superlativ-Produkte sind fester Bestandteil in den EURONICS Fachgeschäften und bieten Händlern ein klares Alleinstellungsmerkmal am Point of Sale. „Besser kann unser Claim ‚best of electronics!‘ kaum umgesetzt werden. Die EURONICS Mitglieder stellen so

Produkte mit besonderen Eigenschaften unverkennbar heraus.“ Dabei steht immer ein einzigartiges Merkmal im Mittelpunkt: Der Flachste, der Energiesparendste, die höchste Auflösung – eben ein echter Superlativ. Mit dieser Positionierung sieht sich EURONICS eindeutig als Nr.1 im qualitativ-hochwertigen Segment. In Stuttgart unterstreicht Kober auch noch einmal die starke Marktstellung von EURONICS in Europa. Als Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbunds EURONICS International ist die Verbundgruppe mittlerweile an über 11.000 Standorten vertreten und erreicht damit über 600 Mio. Konsumenten. „In Europa sind wir die klare Nr. 1 unter den Verbundgruppen. Das werden wir in Zukunft deutlich stärker kommunizieren. Unsere Größe schafft Vertrauen und unterstreicht unsere Preiswürdigkeit“, so Kober. Im europäischen Markt stehen die Zeichen aus seiner Sicht klar auf Wachstum.

### **Trends und Tophemen 2011**

Im ersten Halbjahr 2010/2011 registriert EURONICS ein unverändert großes Interesse an Neuheiten der Consumer Electronics. Bei der Braunen Ware stehen insbesondere neueste TV-Geräte und mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablet-PCs im Fokus der Verbraucher. Das Thema Heimvernetzung gewinnt dabei weiter an Bedeutung. Immer mehr Verbraucher entscheiden sich für Fernsehgeräte mit Internet-Anschluss (Smart-TV) und kombinieren diese dann mit Heimkino- und Audio-Systemen mit Streaming-Möglichkeit. Im Bereich der Weißen Ware überzeugen Produkte durch Bedienkomfort, intelligente Technologien und herausragendes Design. Eindeutige Zielrichtung vieler innovativer Gerätekonzepte ist dabei, Energie- und Wasserkosten zu sparen ohne auf erstklassigen Bedienkomfort zu verzichten. „Dem Konsumenten bieten sich immer mehr Anwendungsmöglichkeiten, die aber einen hohen Erklärungsbedarf mit sich bringen. 2011 - im Jahr des Fachhandels - setzen wir daher noch stärker auf die Beratungskompetenz des Mittelstands und bauen unsere Qualifizierungsangebote für die Mitgliedsbetriebe konsequent aus. Das Know-How der EURONICS Mitglieder und die Nähe zum Kunden bleiben ein entscheidender Wettbewerbsvorteil“, so Kober. Um diese hohe Beratungsqualität und umfassenden Service auch in Zukunft zu

gewährleisten, setzt EURONICS neben dem Ausbau der Führungskräfte-Akademie, Coachings vor Ort sowie zahlreichen neuen Schulungsangeboten, auch auf regelmäßige Qualitätstests: „Aktuell sind wir dabei, unseren Quality Check inhaltlich weiter zu optimieren und unser überarbeitetes, für den Betriebstyp Fachmarkt sogar verpflichtendes Mystery-Shopping-Konzept, geht in diesem Jahr an den Start. Ergänzt wird unser Instrumentarium durch die Möglichkeit zur Durchführung einer Imageanalyse, mit deren Hilfe unsere Mitglieder neue Zielgruppen aufspüren und so zusätzliche Kunden erschließen können.“

### **EURONICS digitalisiert Deutschland**

Ein weiteres großes Thema 2011 ist die Abschaltung der analogen TV-Programme über Satellit. Die EURONICS Deutschland eG stellt jetzt die Weichen für eine reibungslose Umstellung auf den digitalen TV-Empfang. „Viele Verbraucher sind von der Umstellung betroffen und haben großen Beratungsbedarf“, erklärt Kober. „Die deutsche TV Plattform geht davon aus, dass derzeit mindestens 3,5 Millionen Haushalte noch nicht auf die Abschaltung vorbereitet sind. EURONICS hat es sich zur Aufgabe gemacht diese Zahl erheblich zu reduzieren – Wir digitalisieren Deutschland“, so Kober. Der EURONICS Fachhandel will die Verbraucher bis zur Abschaltung am 30. April 2012 für das Thema sensibilisieren und fachkundig begleiten. „Dafür bieten wir unseren Mitgliedern spezielle Schulungsmaßnahmen und umfassendes Informationsmaterial sowie verschiedene Marketingaktivitäten. Unsere Händler tragen zu einer frühzeitigen Umstellung bei, damit jeder so schnell wie möglich in den Genuss der hochauflösenden TV-Bilder kommen kann“, erläuterte Kober.

### **Kongress der Superlative**

Zum Kongress in Stuttgart erwartet EURONICS wieder zahlreiche Besucher: Rund 3.000 Vertreter aus rund 1.000 Mitgliedsfirmen und mehr als 250 Industrie- und Dienstleistungspartner, so viele wie noch nie, werden sich in der Schwaben-Metropole einfinden. Traditionell eröffnet wird der Kongress mit einer Präsentation informativer und spannender Themen. Prominente Gastreferenten stellen sich dabei dem gewohnt humorvollen Schlagabtausch mit Moderatorin Barbara Schöneberger.



Für weitere Informationen:

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

*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](mailto:info@engel-zimmermann.de)*