

PRESSEMELDUNG

EURONICS erzielt Rekordumsatz

Verbundgruppe verzeichnet Umsatzplus von 11 Prozent im Geschäftsjahr 2009/2010 / HDTV-Start und Fußball-WM sorgen für kräftiges Wachstum / EURONICS erklärt Smart-TV, Medienvernetzung und Mobilität zu zentralen Zukunftsthemen im Fachhandel / Prognose für 2011: „leichtes Wachstum“

Ditzingen, im Januar 2011. Die EURONICS Deutschland eG bleibt auf Rekordkurs und erzielt im sechsten Jahr in Folge eine Umsatzsteigerung. Im Geschäftsjahr 2009/2010 (01.10.2009 bis 30.09.2010) erhöhte Deutschlands größte Verbundgruppe im Markt für Consumer Electronics ihren zentralregulierten Umsatz um 11 Prozent auf 1,85 Milliarden Euro. 1.768 Mitglieder an 1.967 Standorten mit rund 12.000 Mitarbeitern erwirtschafteten damit einen Außenumsatz von 4,0 Milliarden Euro. Die Genossenschaft konnte Boni für getätigte Umsätze von insgesamt 114,9 Millionen Euro (Vorjahr: 98,3 Millionen Euro) an ihre Mitglieder ausweisen.

„EURONICS verzeichnet eine exzellente Umsatzentwicklung. Der CE-Markt entwickelt sich hochdynamisch und eröffnet den Verbrauchern ein breites Neuheiten-Spektrum. Wesentliche Wachstumstreiber waren die Einführung des hochauflösenden Fernsehens HDTV, sportliche Großereignisse wie die Fußball-WM, aber auch die positive Entwicklung im Bereich Weiße Ware“, so Benedict Kober, Vorstandssprecher der EURONICS Deutschland eG anlässlich der Bilanz-Presskonferenz in Stuttgart. „Viele Verbraucher wollten in hochwertige, langlebige Markenprodukte investieren und suchten deshalb zielstrebig den Weg in den beratenden EURONICS Fachhandel.“

Consumer Electronics: HDTV und 3D treiben den Markt

Hauptumsatzträger im Bereich der Consumer Electronics mit einem Plus von 13 Prozent waren auch in 2009/2010 Produkte der Unterhaltungselektronik. „Der Generationswechsel bei den TV-Geräten ist nach wie vor in vollem Gange“, erklärt

Kober. Viele Konsumenten wissen die Vorteile des hochauflösenden Fernsehens zu schätzen und möchten nicht mehr auf die neue Bildqualität verzichten. Beliebte waren vor allem großformatige Flat-TVs (37 Zoll und größer). Der Startschuss für 3D-TV-Geräte im Frühjahr 2010 sorgte für zusätzliche Impulse. Umsatztreiber im Segment PC/Multimedia waren Note- und Netbooks, die dem Wunsch vieler Verbraucher nach mobiler Datennutzung Rechnung tragen. Selbst im schwierigen Marktumfeld der Telekommunikation konnte EURONICS dank der erhöhten Nachfrage nach Smartphones und breitbandigen Internetzugängen in 2009/2010 weiter Boden gutmachen. „Die Unterhaltungselektronik insgesamt boomt also weiter“, so Kober. Kaufvoraussetzung für viele Konsumenten sei allerdings eine kompetente Beratung und umfassender Service – von der Planung bis zur Installation – durch den Fachhandel gewesen.

Hausgeräte: Verbraucher legen Wert auf Komfort und Sparsamkeit

Im Bereich Haushaltsgeräte erzielte EURONICS im Geschäftsjahr 2009/2010 ein erfreuliches Plus von 11 Prozent. Für Zuwächse sorgten bei den Großgeräten insbesondere Innovationen in den Produktgruppen Spülen und Trocknen. Intelligente elektronische Steuerungen und Sensoren erleichtern den Verbrauchern in vielerlei Hinsicht die tägliche Hausarbeit. Immer mehr Konsumenten legen großen Wert auf höchste Energieeffizienz. Das Einsparpotenzial beim Austausch alter Geräte bleibt enorm – in allen Warengruppen der Großgeräte sind mittlerweile Geräte verfügbar, die deutlich sparsamer sind als der Grenzwert der Energieeffizienzklasse A. Dementsprechend wird sich der Trend, Haushaltsgroßgeräte vorzeitig und nicht erst bei altersbedingtem Ausfall auszutauschen, weiter fortsetzen. Einen Meilenstein im vergangenen Geschäftsjahr bildete nicht zuletzt die Einführung neuer Technologien wie „Smart Grid“, durch die es künftig möglich wird, flexibel den günstigsten Stromtarif bei der Hausarbeit zu nutzen – eine Entwicklung, die die Branche auch in den kommenden Jahren begleiten wird.

EURONICS geht neue Wege

Als erste Verbundgruppe verzichtete EURONICS 2009/2010 auf das jährliche Herbstforum und baute stattdessen die eigene Präsenz auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin (IFA) aus. An die Stelle der Hausmesse tritt auch künftig

das eForum – ein elektronisches Forum, über das die Mitglieder ihre Order- und Bestellfähigkeit abwickeln. „Die Erweiterung unseres IFA-Auftritts ist das Ergebnis einer langjährigen Partnerschaft zwischen der IFA und EURONICS. Sie spiegelt die konsequente und gezielte Ausrichtung der Funkausstellung auf die Interessen unserer Fachhändler wider“, so Kober. „Die Funkausstellung bietet ihnen mehr Informationen, Innovationen und Einblicke in die Vertriebsaktivitäten der führenden Hersteller als jede andere Messe. Unsere internationalen Kooperationsmitglieder erhalten die Möglichkeit, sich die ganze Bandbreite sowohl der Braunen als auch der Weißen Ware in einem neuen Ausmaß und im Rahmen des wichtigsten Branchentreffs zu erschließen.“

Sehenswerte neue Markenauftritte für Fachmärkte und -geschäfte

In 2009/2010 wurden die Außenauftritte der EURONICS Händlern weiter optimiert. Bis zum Ende des Geschäftsjahres hatten 80 Fachmärkte das neue Fachmarktkonzept EURONICS XXL umgesetzt und 750 Fachgeschäfte wurden komplett überarbeitet. „Die langfristigen Investitionen in die Marke EURONICS zahlen sich weiter aus. Wir erreichen einen hohen Wiedererkennungswert beim Endverbraucher“, so Kober. „Unser Claim „best of electronics!“ ist für uns und unsere Mitglieder kein Lippenbekenntnis, sondern wird täglich durch beste Produkte, kompetente Beratung und umfassenden Service mit Leben gefüllt.“

Ausblick 2011

„Unsere Prognose für 2011 fällt trotz unsicherer wirtschaftlicher Rahmenbedingungen verhalten optimistisch aus. Abgesehen von der Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen fehlen sportliche Großereignisse, die dem Markt zusätzliche Impulse versprechen. Zudem bleibt zu befürchten, dass sich der stetige Preisverfall in der CE-Branche weiter fortsetzen wird. Dies schlägt sich besonders in Sortimentsbereichen nieder, in denen bereits eine Marktsättigung erreicht wurde. EURONICS rechnet deshalb nur mit einer insgesamt leichten Umsatzsteigerung – Zuwächse wie in 2010 sind daher im kommenden Jahr nicht zu erwarten“, erläutert Kober.

Im Fokus der Verbraucher stehen auch 2011 TV-Geräte der neuesten Generation, das Thema 3D sowie Tablet-PCs und Soundlösungen – also bester Ton zum besten Bild. Großes Marktpotenzial für den Fachhandel birgt zudem das Thema

Heimvernetzung. Die Zahl der vernetzungsfähigen Geräte wächst stetig. Das Angebot reicht von Fernsehgeräten mit Internet-Anschluss (Smart-TV) über Heimkino- und Audio-Komponenten mit Streaming-Möglichkeit bis hin zu einer Vielzahl begehrter mobiler Endgeräte wie Tablet-PCs oder Smartphones. „Der EURONICS Fachhandel steht vor der Aufgabe, Vernetzungsmöglichkeiten nicht nur zu erläutern, sondern in den Verkaufsräumen „erlebbar“ zu machen. EURONICS Händler, die ihre Kompetenz durch eine gelungene Technikvorführung unterstreichen können, haben Wettbewerbsvorteile“, so Kober. Im Bereich der Weißen Ware sind es vor allem Geräte mit verbesserter Energieeffizienz und neuen Features, wie zum Beispiel iDos, einer automatischen Waschmitteldosierung, die das Geschäft ankurbeln werden.

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*