



P R E S S E M E L D U N G

EURONICS: Konsumbereitschaft hält an

Entwicklung im ersten Halbjahr 2008/2009: EURONICS bleibt auf Vorjahresniveau / Erfolgreicher Start des neuen Markenkonzepts EURONICS XXL / Qualität und Qualifizierung im Mittelpunkt der Unternehmensstrategie / EURONICS präsentiert innovatives Kundenmagazin

Stuttgart, 3. April 2009. Die EURONICS Deutschland eG erwirtschaftete in den ersten sechs Monaten des aktuellen Geschäftsjahres einen Zentralumsatz von zirka 856 Millionen Euro und bleibt mit einem leichten Minus von einem Prozent auf Vorjahresniveau. „Ursache dafür ist vor allem die Anfang 2009 gestartete aggressive Werbekampagne unseres stärksten Wettbewerbers. Darüber hinaus erzielten unsere Mitglieder aber einen deutlich besseren Außenumsatz als es der zentralregulierte Umsatz widerspiegelt. Aufgrund der aktuellen Unsicherheiten am Markt haben unsere Mitglieder vorsichtiger disponiert und auf eigene Warenbestände zurückgegriffen.“, erklärte Werner Winkelmann, Vorstandssprecher der EURONICS Deutschland eG auf dem EURONICS Kongress in Stuttgart.

Einen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr verbuchte der EURONICS Fachhandel vor allem in den Bereichen PC/MM mit 29 Prozent und in der Unterhaltungssoftware mit sieben Prozent. Bei der Haustechnik erreichte EURONICS einen Umsatz von 199 Mio. Euro, dies entspricht einem Plus von 8 Prozent. Beratungsthema Nr. 1 blieb hier die Frage nach der Energieeffizienz.

EURONICS XXL – Ideales Konzept für Fachmärkte

Auf dem Stuttgarter Kongress präsentierte EURONICS den rund 1.000 Mitgliedern das neue Fachmarktkonzept EURONICS XXL. „Mit diesem Angebot runden wir ab April die bestehenden Betriebstypenkonzepte ab“, erklärte EURONICS Vorstand Werner Winkelmann. Im Rahmen des neuen Konzepts erhalten Händler maßgeschneiderte Lösungen für die Innen- bzw. Außenoptimierung und ein hohes Maß an zentraler Unterstützung bei der Umsetzung. Idealtypische Sortimente und ein aktueller Ladenbau signalisieren den Kunden eines XXL Marktes, dass sie hier die größtmögliche Auswahl an moderner Unterhaltungselektronik und Hausgeräten finden. Entwickelt wurde der neue Markenauftritt gemeinsam mit der Werbeagentur Jung von Matt.

„Bei unseren Mitgliedern ist das XXL Konzept auf breite Zustimmung gestoßen. Ehrgeiziges Ziel ist es deshalb, bis Mitte 2010 mehr als 100 Fachmärkten ein komplett neues Erscheinungsbild zu geben. Durch die Integration der MEGA COMPANYS in das neue Markenbild bekommt der Außenauftritt der EURONICS neues Profil“, so Winkelmann. In Pilotbetrieben wie zum Beispiel in Warstein und in Leinfelden-Echterdingen wurde das neue Marktenkonzept bereits erfolgreich realisiert – bis zum Jahresende 2009 sind insgesamt über 50 Umrüstungen geplant.

Die durchschnittliche Verkaufsfläche eines EURONICS Fachmarktes liegt aktuell bei rund 1.400 Quadratmetern. Ein fachmarkttypisches Vollsortiment verbunden mit Preisgarantie, kompetenter Fachberatung und fest definierten Serviceleistungen sind die Eckpfeiler des neuen Fachmarktkonzeptes. „Klarer Anspruch jedes neuen XXL-Marktes ist die regionale Marktführerschaft. Das EURONICS Betriebstypenmanagement unterstützt diesen Anspruch durch fachmarkttypische Konzepte und ermöglicht jedem Händler eine reibungslose und erfolgreiche Umstellung.“

Qualifizierung als Wettbewerbsvorteil

Auch in 2009 setzt EURONICS auf kontinuierliche Qualifizierungsangebote, die den Mitgliedern helfen, sich mit Qualität und Service beim Endverbraucher zu empfehlen. Mit umfassenden Weiterbildungsangeboten unterstützt die Zentrale ihre Mitglieder auch in 2009 bei allen markt- und marketingrelevanten Themen. Die Nachfrage ist groß. Mit einer neu gegründeten Führungskräfte-Akademie bereitet die Kooperation Nachwuchsführungskräfte durch ein spezielles Schulungsprogramm auf die Unternehmensnachfolge vor. Gemeinsam mit der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH wurde das erfolgreiche Schulungskonzept „Q+“ aufgelegt. Ein weiterer großer Beitrag zu den Qualifizierungsmaßnahmen, der mittlerweile in die dritte Runde gestartet ist.

„best of electronics!“ in Magazin-Form

Ab sofort können EURONICS Händler ihren Kunden zudem neueste Produktinformationen in Form des Magazins „best of electronics!“ mit auf den Weg geben. Die innovative Mischung aus Magazin und Katalog verspricht den Lesern einen Mehrwert und ist eine echte Neuheit in der Branche. Neben nützlichen Tipps, interessanten Berichten, Internetadressen und Querverweisen auf die Online-Angebote der Verbundgruppe erwarten den Leser auch tolle Gewinnspiele. „Ziel dieses Instrumentes ist es unter anderem, die Kunden noch stärker auf unsere Internetseiten aufmerksam zu machen.“, so Winkelmann.

Wegbereiter für das digitale Fernsehen

Obwohl die analogen Programme in Deutschland voraussichtlich erst Ende 2010 abgeschaltet werden, ist der Beratungsbedarf rund um das digitale Fernsehen schon jetzt enorm. Dabei steht für die Verbundgruppe nicht allein das Thema HDTV und die Beratung bei der Umrüstung auf die passende Empfangstechnik im Mittelpunkt. „Über technische Trends wie 200

Hertz oder LED-Backlight-Technologie hinaus muss es darum gehen, den Konsumenten, die vielfältigen neuen Möglichkeiten aufzuzeigen. Das Internet bietet eine attraktive neue Programmquelle für das zentrale Ausgabemedium im Wohnzimmer.“, so Benedict Kober, Vorstand der EURONICS Deutschland eG. Der EURONICS Fachhandel stehe deshalb vor der Aufgabe, die Verbraucher möglichst noch in diesem Jahr mit gelungenen Präsentationen in den Verkaufsräumen zu überzeugen: Vorführungen von Surround-Sound, Wirelesslösungen oder der Multifunktionalität der Geräte seien dafür entscheidend.

Kongressgäste feiern „40 Jahre EURONICS“

Der EURONICS Kongress auf der neuen Stuttgarter Messe zog zahlreiche Besucher an. Im Jubiläumsjahr waren etwa 3.000 Vertreter von rund 1.000 Mitgliedsfirmen und zirka 200 Aussteller der Industrie vor Ort. Prominente Gäste und Gastredner wie Barbara Schöneberger, Starkoch Alfons Schuhbeck und Motivationstrainer Jörg Löhr führten durch ein abwechslungsreiches Programm und feierten mit den Gästen 40 Jahre EURONICS. Am Freitag und Samstag konnten sich die Besucher ein Bild von den Angeboten der rund 200 Aussteller aus der Branche machen. Hersteller aller Warengruppen – von der Unterhaltungselektronik bis zur Haustechnik – stellten in Stuttgart ihre Produktneuheiten vor.

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