

PRESSEMELDUNG

EURONICS geht gestärkt ins Jahresendgeschäft

Verbundgruppe erschließt 13 neue Fachmarkt-Standorte / Verkaufsfläche wächst um 20.000 Quadratmeter / Impulse von der IFA geben Rückenwind: Ultra HD, Smart-TV und OLED sollen Trendwende im TV-Geschäft bringen

Ditzingen, im Oktober 2013. Die EURONICS Deutschland eG integriert bis zum Jahresende 13 neue Fachmärkte in das eigene Mitglieder-Portfolio, darunter auch die ersten vier ehemaligen Pro Markt Standorte. 2013 setzt die Verbundgruppe ihren Expansionskurs damit weiter fort. „Als Genossenschaft setzen wir auf einen nachhaltigen, profitablen Wachstumskurs. Wir möchten unsere Mitglieder in die Lage versetzen, neue Standorte langfristig und aus eigener Kraft erfolgreich führen zu können“, erklärt EURONICS Vorstandssprecher Benedict Kober. „Das ist uns in diesem Jahr reibungslos gelungen. Wir besetzen zwölf neue Standorte durch Mitglieder und werden im November in Mülheim-Kärlich den zweiten EURONICS Regiebetrieb eröffnen.“ Wie viele weitere Standorte bis zum Jahresende noch erschlossen werden können, wird in Ditzingen derzeit intensiv geprüft. „Wir registrieren viel Bewegung im Markt und prüfen die vielfältigen Optionen nach strengen wirtschaftlichen Kriterien“, so Kober. Einem „blinden Expansionsdrang“ erteile die Genossenschaft allerdings auch in Zukunft eine klare Absage.

Standortoptimierungen sorgen für mehr Kundenfrequenz

Wenn es um die Optimierung von bestehenden Fachgeschäften und Fachmärkten geht, zieht EURONICS bereits heute eine erfreuliche Jahresbilanz. Um für mehr Frequenz in den Läden zu sorgen und die Verkaufsräume noch attraktiver für Endverbraucher zu gestalten, hatte die Verbundgruppe ihre Mitglieder anlässlich der EURONICS Summer Convention zu Umbaumaßnahmen angespornt. „Unser Investitions- und Förderprogramm „Concept Optiline“ hat unseren Mitgliedern Zuschüsse für

Umbaumaßnahmen in Aussicht gestellt, die es schnell und effizient zu realisieren galt. Die Nachfrage war groß und das zur Verfügung gestellte Budget wurde optimal genutzt“, so Kober. Viele Mitglieder hätten das Angebot in Anspruch genommen, um sich rechtzeitig auf den Start des Jahresendgeschäfts vorzubereiten. „Regelmäßige Umbauten sind ein Umsatzmotor, den der Fachhandel als notwendigen, gewinnbringenden Prozess begreifen muss. Der POS bleibt für EURONICS die zentrale Visitenkarte.“

Breites Spektrum attraktiver Neuheiten

Zu den Top-Themen im TV-Bereich zählen für EURONICS im Jahresendgeschäft vor allem die Innovationen Ultra HD, Smart-TV und OLED. „Die Neuheiten im TV-Bereich bieten unseren Händlern jetzt hervorragende Umsatzchancen. Insbesondere für das Thema Smart-TV haben wir mit unserer erfolgreichen Branchenkampagne „Smarter Fernsehen“ den Weg zum Konsumenten geebnet.“ Die Kampagne hat ein breites Medienecho erzielt und ist mittlerweile in allen EURONICS Fachgeschäften und Fachmärkten präsent. Die Verbundgruppe sieht damit eine realistische Chance, dass der Negativ-Trend im TV-Markt bis Ende 2013 gestoppt werden kann. Eine erhöhte Nachfrage erwartet EURONICS zudem im Bereich Notebooks und Tablets, die für viele Verbraucher (unter anderem dank Windows 8.1) ein ideales Weihnachtsgeschenk darstellen. Im Segment Games/Entertainment verspricht sich die Verbundgruppe gute Geschäfte mit den Konsolen-Neuheiten PS4 und XBOX1. Und auch die Neuheiten aus der Weißen Ware werden viele Verbraucher dank neuer Bedienkonzepte, ansprechendem Design und neuen Einspar-Rekorden beim Thema Energieeffizienz überzeugen.

EURONICS feiert weiter

Bis zum Jahresende laufen die vielfältigen Marketing-Aktivitäten von EURONICS weiter auf Hochtouren. Die Verbundgruppe setzt unter anderem ihre erfolgreiche Kampagne „44 Jahre EURONICS“ fort. Unter dem Motto „Fest of Electronics“ laden Fachhändler ihre Kunden zum mitfeiern ein. Jede Woche bieten die Mitglieder zum sogenannten „Feier Mit!Woch“ ein Top-

Produkt zum unschlagbaren Jubelpreis an. Bis Jahresende genehmigt sich die EURONICS Zentrale keine Pause, um gemäß dem Claim „best of electronics“ eine Vielzahl attraktiver Warenangebote über alle Kanäle an die Verbraucher heranzutragen und ihre Mitglieder für das Saisongeschäft mit dem optimalen Marketing-Rüstzeug auszustatten. Mit der erfolgreichen Kampagne "Nur das Beste bekommt den Stern" hat die Verbundgruppe bereits jetzt den höchsten Bekanntheitsgrad in ihrer Unternehmensgeschichte erreicht. „Diesen Weg werden wir weiter fortsetzen und unsere Marketingaktivitäten konsequent ausbauen“, so Kober.

Zu EURONICS:

Ob Smartphone, Tablet oder innovative Technologien wie OLED und Ultra HD gehören gleichermaßen zum Sortiment wie die konventionellen Produkte der Unterhaltungselektronik und der Sparte Haushaltsgeräte. Die Genossenschaft zählt in Deutschland mehr als 1.700 Mitglieder an über 1.900 Standorten mit 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 3,75 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2011/2012 gehört EURONICS zu den führenden Marktteilnehmern der Branche in Deutschland.

Die EURONICS Deutschland eG ist Partner des europäischen Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Aktuell ist die Verbundgruppe mit mehr als 11.000 Standorten in Europa aktiv und erzielte 2012 einen Gesamtumsatz von 17,6 Milliarden Euro. Mehr als 50.000 Mitarbeiter sind in den rund 6.400 Mitgliedsunternehmen beschäftigt. In Europa ist EURONICS die größte Verbundgruppe der Branche.

www.euronics.de

Für weitere Informationen:

- 1. EURONICS Deutschland eG
Cornelia Bonow
Tel.: 0 71 56 / 933 1403**
- 2. 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**