

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

EURONICS erschließt Geschäftsfelder der Zukunft

Verbundgruppe präsentiert neue Marktstrategie für den EURONICS Fachhandel / Starke Impulse durch UHD TV erwartet / EURONICS startet WM-Kampagne mit Oliver Kahn/ positive Aussichten für 2014

Ditzingen/Leipzig, 24. März 2014. Für die EURONICS Deutschland eG blieb das Geschäftsjahr 2012/2013 unter den Erwartungen. 1.656 Mitglieder an 1.829 Standorten erwirtschafteten einen Außenumsatz von 3,3 Milliarden Euro – der Zentralumsatz betrug 1,47 Milliarden Euro. Damit verzeichnete die Verbundgruppe einen Umsatz-Rückgang von 12 Prozent. „Der deutsche Markt für Consumer Electronics steht weiter unter Druck. Sättigungseffekte und ein starker Preiskampf in nahezu allen Produktgruppen machen der Branche zu schaffen und führten zu einem Rückgang des Gesamtmarkts um mehr als 10 Prozent. 2014 setzen wir daher verstärkt auf neue Wachstumsmärkte und präsentieren unseren Mitgliedern im Rahmen der EURONICS Trend Tour innovative Geschäftsfelder für eine nachhaltige Trendwende“, so EURONICS Vorstandssprecher Benedict Kober.

EURONICS Fachhändler gehen auf „Trend-Tour 2014“

Die strategischen Handlungsfelder für Consumer Electronics und Elektrohausgeräte präsentierte die Verbundgruppe jetzt auf ihrem Kongress in Leipzig. „Wir nehmen unsere Mitglieder mit auf die EURONICS Trend-Tour 2014. Auf Grundlage einer umfassenden Marktanalyse haben wir 16 zukunftssträchtige Geschäftsfelder definiert, die sich der Fachhandel jetzt neu erschließen muss, um den Herausforderungen des Marktes erfolgreich zu begegnen“, erklärte Kober.

Die Bandbreite reicht von Ultra HD mit der sichtbar bestmöglichen Bildauflösung und Curved TV über Digitale Gesundheitsüberwachung bis hin

zu Smart Wearables oder Multiroom-Lösungen. „Wir sehen die Besetzung dieser Felder als strategische Investitionen über das Jahr 2014 hinaus. Unsere Mitglieder werden sich zunächst auf einige Themen konzentrieren. Einen zusätzlichen Schwerpunkt für den gesamten Fachhandel bildet das Thema Smart Home“, so Kober. „Wir müssen heute in der Lage sein, Verbraucher durch die Komplexität und Anwendungsvielfalt von Smart Home-Lösungen zu führen. Kernaufgabe des EURONICS Fachhandels bleibt es, dem Kunden die Möglichkeiten und Lösungen im persönlichen Beratungsgespräch aufzuzeigen.“

Strategische Partnerschaft mit QIVICON

Um das Zukunftsthema Smart Home noch stärker voranzutreiben, setzt EURONICS 2014 als erste stationäre Verbundgruppe auf eine strategische Partnerschaft mit QIVICON. Die von der Deutschen Telekom initiierte Allianz starker Marken hat das Ziel herstellerübergreifende Lösungen für Kunden anzubieten. Im Fokus stehen Themenfelder wie Energieeffizienz, Sicherheit und Komfort. Bei EURONICS sind ab sofort Starterpakete verschiedener Marken erhältlich, mit denen der Fachhandel seinen Kunden konkrete Vernetzungslösungen für unterschiedliche Produkte anbieten kann und aufzeigt, wie sich die Haussteuerung mit kompatiblen Geräten nachrüsten lässt. „Wir sind überzeugt, dass der Smart Home-Markt in den nächsten Jahren ein rasantes Wachstum erfahren wird. QIVICON trifft unsere Anforderungen nach einer markenunabhängigen Lösung“, so Kober.

Rückblick 2012/2013: Energieeffiziente Geräte stark nachgefragt

Im abgelaufenen Geschäftsjahr verbuchte EURONICS eine positive Umsatzentwicklung insbesondere bei Hausgeräten. Wachstumstreiber war hier das Thema Energieeffizienz. Durch die stark steigenden Strompreise haben Verbraucher ein erhöhtes Interesse, ihre Altgeräte zugunsten neuer, sparsamer Modelle auszutauschen. Auch bei Kaffeevollautomaten und Padmaschinen war eine starke Nachfrage festzustellen. Im CE-Bereich ist bis dato das Wachstum bei mobilen, internetfähigen Endgeräten ungebrochen. Der kurze Innovationszyklus in Verbindung mit dem Interesse der Verbraucher an hochauflösenden Displays für Smartphones und Tablets wirkte sich positiv auf den Absatz aus. Dem rückläufigen TV-Markt setzte EURONICS zahlreiche Aktivitäten im Rahmen des Jubiläums „44 Jahre EURONICS“ entgegen und

rief die Initiative „Smarter Fernsehen“ mit ins Leben. Für 2014 setzt sich die Genossenschaft das Ziel, Ultra HD als TV-Standard der Zukunft am POS live erlebbar zu machen und die Stärken der neuen TV-Generation wirkungsvoll in Szene zu setzen: Kompetente Beratung, Liefer- und Anschluss-Service oder die Integration in das Heimnetzwerk des Kunden sind dabei entscheidend.

Gute Aussichten für 2014

Seit dem 1. März dieses Jahres ist die ALPAHATECC Elektrofachmärkte GmbH & Co. KG mit insgesamt acht Standorten neues Mitglied der Genossenschaft. EURONICS konnte damit mehr als 24.000 Quadratmeter Verkaufsfläche hinzugewinnen und baute die Präsenz in fünf Bundesländern aus. Nach einem Rekordflächenzuwachs in 2013 erwartet EURONICS auch in diesem Jahr in Summe mindestens 15 neue Fachmarktflächen. Das sportliche Großereignis, von dem der Absatz insbesondere im TV-Segment profitieren wird, ist die Fußball-WM in Brasilien. Torwartlegende Oliver Kahn wird als Markenbotschafter für die Verbundgruppe maximale Aufmerksamkeit generieren. Mit TV-Spots, Gewinnspielen und wöchentlichen „Titangeboten“ wirbt EURONICS auf allen Kanälen. Ein weiteres Highlight 2014 wird die Fortsetzung der erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem Mercedes AMG-Rennstall in der neuen DTM-Saison sein.

Darüber hinaus stellte EURONICS den aktuellen Projektfortschritt des neuen Multi-Channel-Retail-Konzepts (MCR) vor, das Ende des Jahres an den Start gehen wird. Durch den komplett neu entwickelten Ansatz bieten sich allen EURONICS Mitgliedern mehr Möglichkeiten für einen Multi-Channel-Auftritt abgestimmt auf Größe, Leistungsfähigkeit und Ausrichtung der Betriebe. Ausgewählt werden kann aus drei Bausteinen: Von „Basic“ für lokale Anlaufstationen ohne eigenen Onlineshop, über „Advanced“ den Verkauf von Produkten auf dem Marktplatz www.euronics.de bis hin zu „Premium“ und der Umsetzung eines eigenen Händlershops. „Ziel ist es, Sortiment und Besucher auf einem echten Marktplatz zusammenzuführen und für Endverbraucher z.B. durch die sofortige Anzeige von Preis und lokaler Verfügbarkeit noch attraktiver zu machen“, ergänzt Kober.

Zahlreiche Fachhändler reisten nach Leipzig

Auf dem Kongress in Leipzig präsentierten sich mehr als 200 Hersteller auf über 20.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche. Die EURONICS Händler nutzten die Hausmesse ausgiebig für die Platzierung ihrer Bestellungen und tauschten sich mit den Herstellern über die neuesten Trends und Produktinnovationen aus. Eröffnet wurde der Kongress mit einer Präsentation, die – moderiert von Barbara Schöneberger – über die neuesten Warenkonzepte und Marketing-Strategien von EURONICS informierte. Ein echtes Highlight auf dem Kongress war der Auftritt von Oliver Kahn mit der Präsentation des exklusiven EURONICS und Grundig TV-Geräts in der „Titan-Edition“ und eines Waschmaschinen-Sondermodells von Marktführer Siemens für die WM-Kampagne. Mehr als zwei Stunden nahm sich der EURONICS Markenbotschafter im Anschluss daran Zeit, um Autogramme zu schreiben und den EURONICS Fachhändlern für Fotos zur Verfügung zu stehen.

Zu EURONICS:

Smartphone, Tablet & Co. oder innovative Technologien wie OLED und 4K gehören gleichermaßen zum Sortiment der EURONICS Fachhändler wie Haushaltsgeräte und die konventionellen Produkte der Unterhaltungselektronik. Die Genossenschaft zählt in Deutschland mehr als 1.700 Mitglieder an über 1.800 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 3,3 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2012/2013 ist EURONICS der zweitgrößte Marktteilnehmer 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 2011 einen Gesamtumsatz von 16,2 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,
Björn Seeger
Tel. 0 89/89 35 63 3, Fax 0 89/89 39 84 29
E-Mail: info@engel-zimmermann.de