

PRESSEMELDUNG

EURONICS Trendmonitor 2016:

Point of Emotion und branchenführendes Online-Konzept richtige Weichenstellung

EURONICS Trendmonitor: TV-Markt wieder mit Wachstum / Potenzial bei Küchengeräten und Audio / Kunden präferieren stationären Fachhandel

Ditzingen/Palma, 20. Juni 2016. Hohes Wachstumspotenzial im Bereich Smart Business, Gadgets und Küchengeräte sieht die EURONICS Deutschland eG für die kommenden Jahre. Bei TV-Geräten bestätigt der EURONICS Trendmonitor aktuelle Branchenzahlen. Demnach planen bis Ende 2017 40 Prozent der Befragten, sich einen neuen Fernseher zu kaufen. In diesem Sommer kurbeln die Fußball-Europameisterschaft und Markenbotschafter Oliver Kahn den Absatz von TV-Geräten bei EURONICS zusätzlich an. Neben der generellen Wachstumsprognose sind die Konsumenten aber auch zunehmend bereit, wieder mehr Geld auszugeben. Das durchschnittliche Budget beim Kauf eines neuen Fernsehers liegt bei den Befragten bei 850 Euro. „Für Handel und Industrie ist das eine sehr wichtige Erkenntnis, weil es zeigt, dass die Kunden grundsätzlich bereit wären, mehr zu investieren als der aktuelle durchschnittliche Verkaufspreis von 600 €. In der Beratung kann also auf hochwertigere, besser ausgestattete TV-Geräte gesetzt werden“, sagt EURONICS Vorstandssprecher Benedict Kober.

Bei der Summer Convention auf Mallorca stellte die Verbundgruppe detailliert die Ergebnisse der repräsentativen Online-Befragung in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Value_A Marketing Intelligence vor. Zu ausgewählten Themen wie Smart TV, Gadgets und Smart Business erhielten Mitglieder und Industrie wertvolle Einblicke in das aktuelle Konsumentenverhalten. Zu jedem Themenfeld haben die Ditzinger zudem die passenden Maßnahmenpakete erarbeitet. „Mit dem neuen Kernmarken-Konzept sind EURONICS Fachhändler in ihrem TV-Sortiment optimal aufgestellt. Das auf neueste Erkenntnisse bei Ladenbau und Innengestaltung ausgerichtete CONCEPT: OPTILINE 2016 unterstützt Fachhändler dabei, ihre Verkaufsräume in einen Point of Emotion zu verwandeln und Technik live erlebbar zu machen“, ergänzt Kober.

Ein hohes Kaufinteresse besteht auch bei neuen Gadgets wie Virtual-Reality-Brillen – 20 Prozent der Befragten möchten in andere Welten abtauchen und bis 2017 eine solche Brille kaufen. 17 Prozent können sich für Smart Wearables begeistern und auch für Drohnen und Smart Watches gelangt der Trendmonitor zu ähnlichen Werten. „Wir werden unsere Sortimente entsprechend ausbauen, um frühzeitig auf diese Trends zu reagieren“, sagt Kober. „Auch bei Smartphones stellen wir eine weiterhin hohe Kaufbereitschaft fest. 55 Prozent der Deutschen wollen sich bis Ende 2017 ein neues Gerät zulegen. Damit bleibt das hohe Absatzniveau in diesem Segment auch in der nahen Zukunft auf stabilem Niveau.“

Küchengeräte als Wachstumstreiber

Während Energieeffizienz bisher vor allem bei Großgeräten ein entscheidendes Kaufkriterium war, stehen bei Kleingeräten nicht zuletzt dank der Vielzahl an TV-Kochshows hochwertige Küchenmaschinen und das Thema gesunde Ernährung im Fokus der Verbraucher. Für beide Bereiche rechnet die Verbundgruppe mit einer weiter positiven Absatzentwicklung. Smoothie-Maker, Multifunktionsgeräte und Induktionskochfelder stehen hoch im Kurs. Insbesondere bei den 16- bis 39-jährigen denkt im Durchschnitt jeder Dritte über eine Anschaffung nach.

Im Segment Smart Business hat sich neben Energieeffizienz mittlerweile das Sicherheitsbedürfnis als Top-Kaufkriterium etabliert. Entsprechend tragen sich bereits 24 Prozent der Befragten mit dem Gedanken, ihre eigenen vier Wände per Kamera zu überwachen. Rauchwarnmelder werten 33 Prozent als eine ihrer nächsten Anschaffungen. „Dieses Interesse verstärken werden auch die aktuellen Überlegungen der Versicherer, Policen günstiger zu machen, wenn Sicherheitstechnik nachgerüstet wird“, bekräftigt Kober. Großes Potenzial für den Handel verspricht der Trendmonitor im Bereich Audio. Durch kabellose Streaming-Lösungen gibt es hier überzeugende Kauf-Argumente, die dem Kunden einen echten Mehrwert bieten und bereits 31 Prozent der Befragten überzeugen.

Branchenführendes Online-Konzept stärkt stationären Handel

Nach den Ergebnissen des Trendmonitors ist das Internet Informationsquelle Nummer 1, der stationäre Handel bleibt aber wie schon bisher die erste Anlaufstelle für den Kunden. Fachmärkte und -handel werden von den meisten Konsumenten als wichtigste Bezugsquelle genannt, erst danach folgen die verschiedenen Angebote des Online-Handels. Die Beratungsleistung nimmt bei den Konsumenten

mittlerweile laut Trendmonitor wieder einen deutlich größeren Stellenwert ein. Im Vergleich zum Vorjahr nennen 18 Prozent „Beratungsleistung“ als entscheidendes Kriterium für den Kauf im Fachhandel. Demgegenüber wird der Preis als entscheidendes Argument nur noch von 29 Prozent (2015: 39 Prozent) genannt.

EURONICS führt diese Entwicklung auf die steigende Komplexität, zunehmende Fragen zur Vernetzung von Endgeräten und vermehrtes Interesse an Service- und Installationsdienstleistungen zurück. Der Trendmonitor zeigt auch, dass die Weiterentwicklung des POS zum Point of Emotion (PoE) der richtige Weg ist. Die Bedeutung des stationären Handels besteht nicht nur in der unmittelbaren Beratungsleistung, sondern auch darin, zum Fühlen, Hören, Testen, Ausprobieren und Erleben einzuladen. „Nicht zuletzt sind die Ergebnisse auch ein Beleg unserer Strategie, Online- und stationären Handel in einem digitalen Marktplatz miteinander zu verbinden. Mit unserem Cross-Channel-Retail-Ansatz bieten wir unseren Fachhändlern die optimale Verzahnung und ein in der Branche einmaliges Konzept“, so Kober.

Enorme Beteiligung von Händlern und Industriepartnern

Auch in diesem Jahr verzeichnet die Summer Convention eine hohe Beteiligung von Händlern und Industriepartnern. „Fachhandel und Industrie nutzen die Gelegenheit, sich intensiv über Produkttrends, Vermarktungschancen und Konzepte für mehr Wertschöpfung auszutauschen“, erklärte Kober zum Abschluss der Convention. Zu den Keynote-Speakern zählten in diesem Jahr u.a. Jens-Christoph Bidlingmaier, Vorsitzender der Geschäftsführung Bauknecht, Horst Nikolaus, Geschäftsführer Grundig Intermedia, sowie Roland Hagenbucher, Geschäftsführer Siemens Hausgeräte und Trendforscher Nils Müller mit seiner virtuellen Reise ins Jahr 2025. Überraschungsgast auf Mallorca war Star-Koch Alfons Schuhbeck, der sich mit Tagesschau-Sprecherin Judith Rackers einen ultimativen Küchen-Talk lieferte.

Bei Interesse an der Studie und für weitere Informationen:

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

*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*