

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

EURONICS Premium Experience Tour: Von den Besten lernen

Preisgekrönte Tour fand zum dritten Mal statt / EURONICS Mitglieder lassen sich von Best Practices bei Händlerkollegen inspirieren

Ditzingen, im Oktober 2016. 1.800 Kilometer und 12 Stationen standen für die 8 Teams, bestehend aus je einem Regionalleiter und drei Mitgliedern auf dem Programm der „Premium Experience Tour 2016“. Ziel der dreitägigen Tour ist es eindrucksvolle Einzelhandelskonzepte live zu erleben und sich von Umsetzungsideen inspirieren zu lassen. Die besuchten EURONICS Mitglieder – vom EURONICS XXL Fachmarkt bis zum media@home Fachgeschäft – erläuterten die jeweiligen Besonderheiten ihres Standorts und berichteten über neue Projekte.

Los ging es in Wiesbaden mit den Hifi Profis. Geschäftsführer Ernst Schmid stellte die Umsetzung des neuen Loewe Galerie Shopkonzepts am Standort vor und erklärte seine Ladenbaustrategie. Der Standort Wiesbaden kommt völlig ohne klassische Ladenbauelemente aus, das heißt auch, dass er nicht jedes Ladenbaukonzept der Industrie akzeptiert. „Ich möchte meine DNA behalten – nicht Shop-Konzepte abbilden!“ Bei Technik Plus in Fulda standen die Themen Smart Home, Digital Signage, Präsentations-, Medien- und Konferenz- und Sicherheitstechnik im Fokus. Am Tag Zwei lag ein Schwerpunkt auf dem Wandel zum Point of Emotion. Frank-Michael Buck (media@home fidelity in Rellingen) bringt es auf den Punkt: „Wir müssen uns auf unsere Stärken besinnen und unseren Kunden Service und Erlebniswelten am POS bieten, um uns vom Online-Handel abzugrenzen.“ Die Rellinger arbeiten mit einem Interior Designer zusammen, um kundenspezifische Lösungen aus einer

Hand anzubieten und Technik harmonisch in die Wohnszenerie zu integrieren. Tag Drei stand im Zeichen von EURONICS XXL und dem Wandel vom reinen Mitnahmemarkt hin zum erlebnis-orientierten Fachmarkt. Von der mobilen „Aktivküche“ für Kochevents bis hin zu neuen Verkaufskonzepten für Telekommunikation wurden zukunftsweisende Präsentationsformen vorgestellt.

Auf der Fahrt zur jeweils nächsten Stationen wurden die Ergebnisse lebhaft diskutiert und überlegt, welche Ideen für das eigene Geschäft umgesetzt werden könnten. „Klares Ziel der Tour ist der Austausch untereinander und das Lernen von den Besten“, so Patrick Schwarzhaupt, Leiter spezialisierter Fachhandel.

Positives Feedback aller Teilnehmer

Auch die EURONICS Händler sind von der „Premium Experience Tour“ begeistert. „Absolut inspirierend“, sagt Stephan Wuntke von media@home Wunkte in Berlin und zeigt sich von so vielen Eindrücken, guten Ideen und Anregungen in nur drei Tagen beeindruckt. Michael Spiess von EURONICS XXL Rauenberg ist überzeugt: „Das sind die EURONICSler der Zukunft“ und Max Hüscher von PHP Electronic in Delbrück ergänzt: „Die Vielfalt der Tour ist absolut beeindruckend – Für jeden Betriebstyp ist etwas dabei“. Damit sind sich alle Teilnehmer einig, dieses Händlerereignis, das 2015 den Kreativpreis des Zentralverbands Gewerblicher Verbundgruppen (ZGV) als „innovativste Mitgliedermaßnahme einer Verbundgruppenzentrale“ gewann, sollte in die nächste Runde gehen. „Mit der Premium Experience Tour bieten wir unseren Händlern eine einmalige Plattform, zur Reflexion des Vorhandenen und die notwendige Inspiration, um das Rüstzeug für die Anforderungen an den Fachhandel der Zukunft zu erhalten. An diesem Konzept werden wir weiter arbeiten und 2018 eine neue Auflage präsentieren“, so Gerhard Stephan, Leiter Fachhandel bei EURONICS.

Für weitere Informationen:

1. EURONICS Deutschland eG
Cornelia Bonow | Tel.: 0 71 56 / 933 1403 | E-Mail: presse@euronics.de



BU: Ernst Schmidt von den Hifi Profis in Wiesbaden ist überzeugt: „Ich möchte meine DNA behalten – nicht Shop-Konzepte abbilden!“



BU: Bei EFM Fulda stand unter anderem das Thema Konferenztechnik im Fokus der Teilnehmer.



BU: media@home fidelity in Rellingen: Technik am Point of Emotion erlebbar machen



BU: media@home in Rellingen zeigt wie man kundenspezifische Lösungen aus einer Hand anbieten und Technik harmonisch in die Wohnszenerie integrieren kann.



BU: Torsten Roters, EURONICS XXL in Varel (rechts im Bild) im Austausch mit den Teilnehmern der PET 2016.



BU: 1.800 Kilometer und 12 Stationen standen für die 8 Teams, auf dem Programm der „Premium Experience Tour 2016“.



Zu EURONICS:

SUHD, Smart Wearables, Smart Home und Haushaltsgeräte mit höchster Energieeffizienz gehören gleichermaßen zum Sortiment der EURONICS Fachhändler wie die konventionellen Produkte der Consumer Electronics. Die Genossenschaft zählt in Deutschland mehr als 1.500 Mitglieder an über 1.700 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 3,45 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2014/2015 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 2014 einen Gesamtumsatz von 18,2 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

Zu media@home:

Kundenorientiert, innovativ und hochwertig

Das media@home Konzept ist fester Bestandteil der EURONICS Marketingstrategie - und etabliert sich seit 2005 erfolgreich im Markt: An mehr als 100 Standorten in Deutschland überzeugen die media@home Fachhändler durch ein hohes Maß an Kundenorientierung und die nötige Flexibilität vor Ort. Es wird ein ausgewähltes, hochwertiges Sortiment der Unterhaltungselektronik angeboten. Zu den Fabrikaten zählen beispielsweise Loewe, Bose, Panasonic, Pioneer, Metz, GP Acoustics und weitere ausgewählte Marken. Kompetente, individuelle und lösungsorientierte Beratung durch qualifiziertes Fachpersonal gehört dabei zum entscheidenden Qualitäts- und Alleinstellungsmerkmal.

www.mediaathome.de