

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS bestens aufgestellt für eine smarte und digitale Zukunft

EURONICS präsentiert in Leipzig Geschäftszahlen / Umsatzzuwachs um 0,4 Prozent zum Vorjahr / Weiterentwicklung der Cross-Channel-Retail-Strategie und neue Ladenkonzepte im Fokus der Unternehmensstrategie

Ditzingen, 5. März 2018 – Heute verkündete die EURONICS Deutschland eG, Mitglied in Europas größter Verbundgruppe, die Umsatzzahlen des letzten Geschäftsjahres und zeigt, dass sie mit ihrem Cross-Channel-Retail-Konzept (CCR) die passende Antwort auf die Herausforderungen zwischen Digitalisierung und traditionellem Retail hat.

EURONICS stationär und online auf Erfolgskurs

Der deutsche Gesamtmarkt für Consumer Electronics und Home Appliances verzeichnete im Geschäftsjahr 16/17 erneut ein spürbares Wachstum. Auch EURONICS blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück. So beträgt der Zentralumsatz 1,47 Milliarden Euro und liegt damit 0,4 Prozent über dem Vorjahr. Der Außenumsatz belief sich auf 3,4 Milliarden Euro. Auch das erste Quartal des neuen Geschäftsjahres (Oktober bis Dezember 2017) zeigt, dass die Verbundgruppe mit ihrer Cross-Channel-Retail-Strategie frühzeitig den richtigen Schwerpunkt gesetzt hat. Der Umsatz konnte gegenüber dem Vorjahresquartal um 4 Prozent gesteigert werden. Der Wachstumstrend im Bereich hochwertiger Unterhaltungselektronik schlägt sich bei EURONICS mit einer Steigerung von 2,8 Prozent nieder. Das Segment Telekommunikation wächst sogar um 31,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Aktuell zählt die Verbundgruppe in Deutschland 1.361 Mitglieder an 1.498 Standorten. Dabei hat sich der Umsatz pro Standort abermals erhöht, was unter anderem an der erfolgreichen Implementierung des CCR-Konzepts und der guten Zuführungsquote in die Läden liegt. Im vergangenen Jahr hat sich gezeigt, dass auf einen Euro Online-Umsatz zwei Euro Zuführungsumsatz kommen. Insgesamt sind 270 EURONICS Standorte mit dem Online-Marktplatz verbunden, was eine 35-prozentige Steigerung im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Dabei beträgt der Anteil des Online-Umsatzes am Gesamtumsatz eines Mitglieds bis zu 20 Prozent. Betrachtet man den Gesamtumsatz auf euronics.de konnte EURONICS ein Plus von 153 Prozent verbuchen.

PRESSEMITTEILUNG

„Mit der engen Verzahnung von Online- und stationärem Handel sowie der kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer CCR-Strategie haben wir frühzeitig den richtigen Schwerpunkt gesetzt und unsere Verbundgruppe und ihre Mitglieder erfolgreich am Markt positioniert. Somit konnten wir an allen Touchpoints entlang der Customer Journey punkten“, resümiert Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG.

Wachstumstreiber des vergangenen Geschäftsjahres im Überblick

Im Bereich Unterhaltungselektronik erlebte die CE-Branche einen Aufschwung, der sogar die Prognosen übertraf. Positiv auf diese Entwicklung hatten sich die Umstellung von Analog zu Digital und die gleichzeitige Einführung von DVB-T2 zur Jahreshälfte ausgewirkt. Auch die Verbundgruppe konnte ihre TV-Umsätze gegenüber dem Vorjahr deutlich steigern, wobei vermehrt intelligente Smart TVs mit größeren Bilddiagonalen nachgefragt wurden. Ebenso gewannen Themen wie UHD und OLED weiter an Bedeutung. Zusätzliches Wachstum wurde bei EURONICS im Bereich Connected Audio erzielt. Hier verzeichnete das Unternehmen eine Steigerung von 24 Prozent im Gegensatz zum branchenweiten Rückgang von -1,1 Prozent. Der Umsatz, der mit Kopfhörern erzielt wurde, lag in 2017 mit 15,4 Prozent über der Branchenentwicklung (10,2 Prozent). Auch bei Docking Speakern bewegte sich die Umsatzentwicklung von EURONICS mit 48 Prozent über dem Branchendurchschnitt von 42,3 Prozent. In der Haustechnik gab es neben einer stabilen Entwicklung bei Großgeräten eine hohe Nachfrage bei Elektrokleingeräten. Besonders positiv entwickelten sich hier das Segment Bodenpflege (+14,1 Prozent) sowie der Verkauf von Kaffeevollautomaten (+8 Prozent).

Für dein bestes Zuhause der Welt weiter ausgebaut

Einen wichtigen Schritt machte EURONICS im abgelaufenen Geschäftsjahr mit dem Start der neuen Kampagne „Für dein bestes Zuhause der Welt“, mit der das Zuhause der Kunden in den Fokus gerückt sowie die Kernkompetenz von EURONICS klar herausgestellt wird. „Mit unserer neuen Markenausrichtung haben wir einen Weg gefunden, uns abseits des Preiskampfes zu bewegen. Stattdessen fokussieren wir uns auf beste Beratung und Vor-Ort-Service. Wir schaffen so eine klare Abgrenzung zu unseren Mitbewerbern und den reinen Pure-Playern“, so Kober. „Dabei gilt es, Fachmärkte und Fachgeschäfte über Themenwelten noch stärker in Erlebnisorte zu verwandeln. Nur so können wir den Veränderungen im Konsumentenverhalten durch die Digitalisierung Rechnung tragen und die Marke nachhaltig im Bewusstsein der Kunden verankern.“

PRESSEMITTEILUNG

Bereits heute zeigt die Marktforschung einen positiven Trend bei der Wahrnehmung von EURONICS: Die Relevanz der Marke ist aus Verbrauchersicht um 10 Prozentpunkte gestiegen. Ein Teil der Marken-Kampagne im vergangenen Geschäftsjahr bestand in der Optimierung bestehender Standorte und der Implementierung neuer innovativer Ladenkonzepte. Als Beispiel für smartes Wohnen wurde das Konzept der voll vernetzten MehrWertKüche umgesetzt. 30 Fachmärkte verfügen bereits über eine aktive Showküche. Auch das EURONICS Hausgeräte-Konzept wurde aufgefrischt. Der Bereich Comfortainment wurde durch Ausweitung bestehender Partnerschaften und durch neue Kooperationen aufgewertet. Darüber hinaus hat die Verbundgruppe ihre Premium-Marke media@home noch stärker im Kundenbewusstsein verankert.

EURONICS startet mit positiven Prognosen ins Jahr 2018

Nicht nur durch die anstehende Fußball-Weltmeisterschaft ist das TV-Geschäft auch im Jahr 2018 einer der wichtigsten Wachstumstreiber für EURONICS. Die ohnehin hohe Nachfrage nach UHD-TV-Geräten und großen Bildschirmdiagonalen ab 50 Zoll wird weiter steigen, denn die Bereitschaft der Kunden, in eine Top-Ausstattung wie 4K-Funktionalität und beste Konnektivität zu investieren, nimmt weiterhin zu. Auch im Bereich Smart Speaker und Wearables ist eine gute Absatzentwicklung zu erwarten, nicht zuletzt durch eine wachsende Produktauswahl. Darüber hinaus dürfte im kommenden Jahr durch die Abschaltung der analogen Telefonanschlüsse zum Jahresende eine Belebung des Festnetz-Geschäfts stattfinden. In der Weißen Ware erwartet EURONICS steigende Verkäufe vor allem bei Kleingeräten, als auch im Bereich der vernetzten Haushaltsgroßgeräte.

„Wir stehen der Zukunft optimistisch gegenüber und haben mit unserer neuen Markenausrichtung und der weiterentwickelten Absatzstrategie die richtigen Weichen gestellt. So sind wir für eine smarte und digitale Zukunft gut aufgestellt, können auf alle Erfordernisse optimal reagieren sowie an den wichtigsten Trends partizipieren“, so Kober.

PRESSEMITTEILUNG

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LoeschHundLiepold Kommunikation
Kathrin Feigl
Tel.: 089/ 72 01 87 274
E-Mail: euronics@lhlk.de

EURONICS Deutschland eG
Tanja Hilpert
Tel.: 0 71 56 / 933 1403
E-Mail: presse@euronics.de

Über EURONICS:

OLED-TVs, 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 rund 1.361 Mitglieder an 1.498 Standorten mit über 11.000 Mitarbeitern. Ein umfassendes Dienstleistungsangebot, individuelle Beratung und qualifiziertes Fachpersonal sind die gemeinsamen Kennzeichen der zumeist inhabergeführten, mittelständischen Fachgeschäfte und Fachmärkte. Mit einem Gesamtumsatz von 3,4 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2016/2017 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 8.800 Standorten in Europa aktiv und erzielte 2016 einen Gesamtumsatz von 18,8 Milliarden Euro. Mehr als 50.000 Mitarbeiter sind in den rund 5.500 Mitgliedsunternehmen beschäftigt. In Europa ist EURONICS die größte Verbundgruppe der Branche.

www.euronics.de