

PRESEMITTEILUNG

Ausgebucht: Starke Resonanz beim EURONICS KickOff22 auf Mallorca

Umsatzplus von 17,3 Prozent im ersten Jahr der Pandemie

Ditzingen/ Palma de Mallorca, 25. Oktober 2021 – Neuer Warenbereich, neue Kooperationen, neues Veranstaltungsformat: Vom 24.-25. Oktober 2021 feierte der EURONICS KickOff22 auf Mallorca mit fast 600 Teilnehmern seine Premiere. Auf der zweitägigen Veranstaltung stimmte Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG, Mitglieder und Industriepartner auf das neue Geschäftsjahr ein. Dabei präsentierte die Verbundgruppe neben starken Umsatzzahlen auch zahlreiche neue Maßnahmen im Bereich „Smart Life“. Zentraler Bestandteil dieser Maßnahmen ist der neu gegründete Warenbereich „Erneuerbare Energien/ Elektromobilität“, der bereits bestehende, aber auch neue Produkte, Services und Lösungen künftig unter einem Dach innerhalb der Verbundgruppe vereint. Aber auch alle traditionellen Geschäftsfelder wurden im Rahmen von Strategieupdates und Betriebstypentreffen auf dem KickOff22 behandelt. Die Veranstaltung stieß bei Händlern, Industriepartnern und Ausstellern auf ein großes Brancheninteresse. Vor Ort waren nicht nur viele Händler, sondern auch 90 Industriepartner. Die Teilnehmer bekamen dabei exklusive Einblicke und konnten sich an über 40 Kontaktpunkten über die neuesten Produkthighlights informieren und austauschen. Abgerundet wurde das Event von spannenden Vorträgen sowie namhaften Gastreferenten.

Rückblick auf erfolgreiches Geschäftsjahr 2020/2021 und Blick nach vorne

Im Rahmen der Veranstaltung blickte die Verbundgruppe auch auf die wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen Monate zurück. Im ersten Jahr der Pandemie von März 2020 bis März 2021, konnte EURONICS ein deutliches Umsatzplus von 17,3 Prozent erzielen. Und auch danach hat sich das Wachstum bei EURONICS fortgesetzt – der Online-Handel auf euronics.de wuchs um 79,4 Prozent im Zeitraum Oktober 2020 bis September 2021.

Für Vorstandssprecher Benedict Kober liegt die Ursache dafür in den zentralen Unternehmenswerten: „Das starke Ergebnis ist eine klare Bestätigung unserer Unternehmensstrategie und unseres mutigen Handelns während der letzten Monate – wir sind ‚nah und da‘ für unsere Kunden, bieten alles für ihr bestes Zuhause und haben eine hohe digitale Kompetenz“, so Kober.

PRESSEMITTEILUNG

Auch die Tatsache, sich nach vielen Monaten endlich wieder auf einem physischen Event zu treffen, macht Benedict Kober stolz: „Uns ist es gelungen, nach herausfordernden Monaten mit dem KickOff22 ein physisches Format auf die Beine zu stellen und alle wichtigen Stakeholder zusammenzubringen. Die Umsetzung steht sinnbildlich für unser mutiges und strategisches Handeln. Doch wir wollen nun vor allem in die Zukunft schauen, denn uns steht das wichtige Jahresendgeschäft bevor. Deshalb haben wir uns rechtzeitig um Warensicherung gekümmert, damit unsere Händler möglichst optimal in das wichtige Saisongeschäft starten können. Außerdem setzen wir im nächsten Jahr auf ein datengestütztes Kundenbindungsprogramm und treiben die Digitalisierung weiter voran. Dafür haben wir auf dem KickOff22 ein digitales Kompetenzcenter eingerichtet, um unsere Händler bestmöglich zu unterstützen. Die restlos ausgebuchte Premiere unseres KickOff22 ist der perfekte Rahmen, um den Startschuss für all diese wichtigen Maßnahmen zu setzen.“

Konsequenter Ausbau der Nachhaltigkeitsstrategie

Ein zentraler Baustein für den Erfolg im nächsten Geschäftsjahr ist der neugeschaffene Warenbereich „Erneuerbare Energien / Elektromobilität“ unter Führung von Philipp Neuffer, Leiter Multichannel Marketing bei der EURONICS Deutschland eG. „Wir machen das beste Zuhause der Welt nachhaltig. Dafür bieten wir unseren Kunden alles von der Wallbox, der PV-Anlage, bis hin zum Balkonkraftwerk. Nachdem wir bereits seit 2020 exklusiv den E-SUV Aiways U5 vertreiben, ist das der nächste konsequente Schritt in unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Auch den Bereich e-Mobility werden wir im kommenden Jahr durch den Ausbau bestehender Kooperationen sowie neue Partnerschaften weiter vorantreiben“, erklärt Neuffer. Zahlreiche Hersteller präsentierten auf dem KickOff22 in einem eigens geschaffenen Nachhaltigkeitsraum ihre neuesten Produkte rund um Zero Waste sowie ihre nachhaltigen Warenbereiche. Zukunftsthemen wie „Mieten statt Kaufen“, Refurbishment mittels Kreislaufwirtschaft, sowie Technologien für frische Lebensmittellagerung standen im Vordergrund. Darüber hinaus nutzte die Verbundgruppe die Plattform des KickOff22, um über eine neue Kooperation mit dem Waldaufforstungsprojekt „Plant-my-tree“ zu informieren. Durch verschiedene Aktionen und Angebote der Händler soll in Zusammenarbeit mit „Plant-my-tree“ ein eigener EURONICS Wald mit 100.000 Bäumen innerhalb eines Jahres aufgeforstet werden.

Auch im neuen Jahr Fokus auf „Smart Life“

Neben den Erneuerbaren Energien bieten sich auch im Bereich der Unterhaltungselektronik nach wie vor enorme Wachstumspotenziale. „Der Trend des ‚Social Cocoonings‘ wird auch im

PRESSEMITTEILUNG

nächsten Jahr anhalten. Die Etablierung des Home-Office sowie die Digitalisierung werden ebenso voranschreiten. Wir rechnen daher mit einer weiterhin sehr hohen Nachfrage im Bereich TV, bei Haushaltsgroß- und kleingeräten sowie nach TK-/IT-Lösungen und Produkten im Segment „Health & Wellbeing“, erklärt Benedict Kober die zentralen Produktschwerpunkte für das kommende Geschäftsjahr.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LHLK Agentur für Kommunikation
Sarah Glas
Tel.: 089/ 72 01 87 28
E-Mail: euronics@lhlk.de

EURONICS Deutschland eG
Tel.: 0 71 56 / 933 1401
E-Mail: presse@euronics.de

Über EURONICS:

Immer nah am Kunden. Mit persönlicher Beratung und dem besten Service an rund 1.330 Standorten mit über 1.200 Mitgliedern und 11.000 Mitarbeitern in ganz Deutschland. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Claim „Für dein bestes Zuhause der Welt“. Durch die breitvernetzte Infrastruktur bietet EURONICS neben dem umfangreichen Portfolio an Consumer Electronics und Home Appliances auch Service- und Dienstleistungen auf höchstem Niveau – vor Ort im stationären Handel, zu Hause beim Kunden und online auf www.euronics.de.

Ein hohes Maß an Expertise und herausragende Beratungskompetenz gehören ebenso zum Markenkern wie regionale Verbundenheit, ein innovatives Multichannel-Konzept sowie eine konsequente Zukunftsstrategie. Mit dem exklusiven Vertrieb des Always U5 in Deutschland verkauft EURONICS als erster Elektronikhändler seit 2020 auch E-Autos und startet damit in ein neues Zeitalter der Elektromobilität. Hinzu kommen weitere E-Mobility-Produkte – vom nachhaltigen E-Speicher bis zur Ladeinfrastruktur. In Kombination mit zahlreichen Angeboten rund um Energieeffizienz etabliert sich EURONICS als führender Elektronikhändler beim Thema Energiewende.

Im Geschäftsjahr 2019/2020 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,46 Milliarden Euro. Mit mehr als 8.800 Standorten, rund 50.000 Mitarbeitern und 5.500 Mitgliedsunternehmen in 37 Ländern ist die EURONICS International mit Sitz in Amsterdam die größte Verbundgruppe der Branche und die neue Nummer eins in Europa.

www.euronics-deutschland.de