

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS Kongress 2023 im Zeichen von Wachstum und Wertschöpfung

Erfolgreiche Kooperationsmesse in Berlin versammelt die Branche / EURONICS präsentiert Geschäftsentwicklung 2021/22 / Weiterhin Nr. 1 Retailer in Europa / Strategie e25, Digitalisierung und Weiterentwicklung des Produktportfolios bilden Fundament für zukünftigen Erfolg / Strategische Weiterentwicklung zum 360-Grad-Lösungsanbieter für Erneuerbare Energie vollzogen / Kundenbindungsprogramm mit neuer Kunden-App wird ausgerollt

Ditzingen / Berlin 20. Februar 2023 – Die EURONICS Deutschland eG lud zum Branchentreffen in Berlin ein. Nach erfolgreicher digitaler Umsetzung des Kongress im Rahmen der KOOP während der Corona-Pandemie freute sich das neu zusammengestellte Vorstandsteam – Benedict Kober, Michael Rook, Jochen Mauch und Denis-Benjamin Kmetec – über regen Anklang der Präsenzveranstaltung. Der EURONICS Kongress fand vom 19. bis 21. Februar unter dem Motto „Wachstum – Expansion – Wertschöpfung“ statt. Ziel war es, zum richtigen Zeitpunkt Signale für ein erfolgreiches Jahr zu setzen und Impulse für das Sommergeschäft zu geben. Das effiziente und informative Veranstaltungsformat KOOP – ins Leben gerufen von EURONICS, expert und der Messe Berlin – bot einen Rahmen für Synergien zwischen Mitgliedern, Industrie- und Dienstleistungspartnern sowie der EURONICS Zentrale. Die insgesamt rund 2.000 Teilnehmenden hatten die Möglichkeit, sich zu den aktuellen Branchenthemen auszutauschen.

Solider Abschluss des Geschäftsjahres

Im Rahmen ihrer Hausmesse stellte die Verbundgruppe die Umsatzzahlen des Geschäftsjahres 2021/22 vor. Über 1.100 EURONICS Mitglieder erwirtschafteten an mehr als 1.200 Standorten in einem herausfordernden Konsumklima einen Zentralumsatz von 1,49 Milliarden Euro.

Die strategischen Weichen wurden im vergangenen Geschäftsjahr durch das konsequente Verfolgen der Strategie e25, den Marken-Relaunch sowie weitere Digitalisierung gestellt. Dazu gehören die fortschrittliche Umwandlung traditioneller Ladenkonzepte in moderne, hybride Einkaufserlebniswelten oder die Anpassung der Produkt- und Serviceangebote an den Markt.

PRESSEMITTEILUNG

„Ein wacher unternehmerischer Geist ist die Basis dafür, dass wir mit den Herausforderungen der vergangenen Jahre gut umgehen konnten und positiv auf das aktuelle Geschäftsjahr blicken“, kommentiert Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG die Geschäftsentwicklung. „In Zeiten historisch schlechter Konsumstimmung, Preiskampf und starkem Margendruck online, treten wir an, um neue Impulse für Wachstum und Erfolg zu setzen. Ein wichtiger Teil davon wird auch Expansion und die Gewinnung neuer Mitglieder sein. Im Januar sind wir gut ins neue Jahr gestartet und liegen im Plan. Damit sind wir sehr zufrieden.“

Strategische Weiterentwicklung im Wachstumsfeld erneuerbare Energien

Konsumtrends nicht nur frühzeitig zu erkennen, sondern sie zu antizipieren und Potenziale zu heben, die aus Krisen erwachsen, führte 2021/22 zum deutlichen Ausbau des Geschäftsfelds „E-Mobilität und Erneuerbare Energien“. Unter dem Motto „Öko spart Euro“ bietet EURONICS heute alles von der PV-Anlage über den Energiespeicher, smarten Hausgeräten bis zu Wallboxen für Elektroautos. Damit hat die Verbundgruppe die strategische Weiterentwicklung zum 360-Grad-Lösungsanbieter in diesem neuen Geschäftsfeld vollzogen. Besonders im ersten Halbjahr 2022 konnten EURONICS Mitglieder starke Umsätze mit Ladestationen für E-Autos erzielen. Beim Vertrieb des Aiways U5 wurden wie in der gesamten E-Mobilitätsbranche die Herausforderungen in den Lieferketten spürbar. Darüber hinaus war der direkte Kundenkontakt bei diesen beratungsintensiven Produkten durch die Pandemie erschwert. Für 2023 steht mit e.GO ein weiterer Kooperationspartner für den Vertrieb von E-Autos in den Startlöchern.

Neben der Erweiterung des Service- und Produktportfolios sowie des erfolgreichen Online-Handels, strebt EURONICS auch eine Expansion durch anorganisches Wachstum an. Weiteres Potenzial sieht die Genossenschaft in der Expansion und Neugründung einzelner Mitglieder sowie im Ausbau des B2B-Geschäfts. Hier steht beispielsweise die Gewinnung von Kunden aus dem öffentlichen Bereich im Fokus.

Markenprofil schärfen mit Haltung und Humor

„Die Weiterentwicklung des Produkt- und Dienstleistungsportfolios spiegelt sich in allen unseren Tätigkeitsbereichen wider. Beispielsweise auf der IFA war unser mobiler Showroom für energieeffizientes Wohnen – das Tiny House – ein Besuchermagnet. Das Projekt trägt zur Wahrnehmung der Marke EURONICS als Antreiber von Nachhaltigkeits- und Zukunftsthemen bei. Für unsere Mitglieder gibt es zusätzlich die Möglichkeit, einzelne Mitarbeiter zum

PRESSEMITTEILUNG

zertifizierten Klimaprofi ausbilden zu lassen. Damit bringen wir das neue Serviceangebot ganz nah an unsere Kunden“, sagt Benedict Kober.

Auch 2023 ist EURONICS „Nah und da“. Nachdem es im Geschäftsjahr 2020/21 um physische Nähe ging, steht nun Kundenkenntnis im Zentrum der Endkundenansprache. Für zusätzliche Emotionalität wird Almuth Schult in Deutschland ein zweites Jahr die Markenbotschafterin des UEFA-Women's-Football-Sponsorings. Dabei profitiert das Deutschlandgeschäft innerhalb der internationalen Handelsgruppe von der engen Vernetzung mit der europäischen Dachorganisation. Die TV-Kampagne mit Almuth Schult ist die deutsche Umsetzung des internationalen Sponsorings. Der positive Effekt der Kampagnen zeigt sich nicht zuletzt im aktuellen Markentracking von Kantar, in dem EURONICS besonders positiv beim Net Promoter Score abschneidet. Im Vergleich zu den direkten Mitbewerbern wird EURONICS demnach am ehesten weiterempfohlen.

Kundenbindungsprogramm für mehr Nähe

Um „Nah und da“ zusätzlich mit Leben zu füllen, wurde ein Kundenbindungsprogramm ausgerollt. Die „MEINE EURONICS App“ dient zur Steigerung der Kundenbindung. Hier profitieren Nutzende von einem direkten Draht zu ihrem EURONICS Mitglied in der Region und von exklusiven Vorteilen wie Rabatten oder Coupons.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Sabina Howacker
Tel.: 089/ 72 01 87 163
E-Mail: euronics@lhlk.de

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

PRESSEMITTEILUNG

Über EURONICS:

Immer nah am Kunden. Mit persönlicher Beratung und dem besten Service an über 1.200 Standorten mit mehr als 1.100 Mitgliedern 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 und dem neu geschaffenen Warenbereich „Erneuerbare Energien“ etabliert sich EURONICS als führender Elektronikhändler beim Thema Energiewende.

Im Geschäftsjahr 2021/2022 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,49 Milliarden Euro. EURONICS Deutschland ist Teil des Einkaufs- und Marketingverbundes EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Mit mehr als 8.500 Standorten und rund 27 nationalen Einzelhandelsorganisationen in 35 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2021 einen Jahresumsatz von 22,9 Milliarden Euro und zählt zu den Vorreitern der Branche.

www.euronics-deutschland.de