

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **EURONICS Summer Convention 2023: Wachstum durch konsequente Konsumentenzentrierung und nachhaltige Kundenbindung**

**Verbundgruppe gibt im Rahmen des traditionellen Branchentreffs auf Mallorca seine strategische Stoßrichtung für eine erfolgreiche Zukunft bekannt**

**Ditzingen/Palma de Mallorca, 12. Juni 2023** – Für die elfte Ausgabe der EURONICS Summer Convention kamen die wichtigsten Player der Branche wieder auf Mallorca zusammen. Rund 800 Teilnehmerinnen und Teilnehmer bestehend aus Mitgliederbetrieben, Vertreterinnen und Vertretern von Industrie- und Dienstleistungspartnern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus der Ditzinger Zentrale fanden sich vom 10. bis 12. Juni 2023 in Palma ein, um sich im Rahmen des einzigartigen Branchentreffs persönlich auszutauschen und über die neuesten Trends und Entwicklungen zu diskutieren. Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG: „Auch in diesem Jahr konnten wir uns über rekordverdächtige Teilnehmerzahlen und eine hohe Relevanz freuen, die unsere Veranstaltung bei Händlern und Partnern genießt. Im Zentrum der diesjährigen ESC standen die Themen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung – immer unter Berücksichtigung des absoluten Fokus auf die Endkunden und ihre individuellen Bedürfnisse. Die positive Resonanz unserer Gäste sowie die angeregten Diskussionen über die präsentierten Inhalte haben gezeigt, dass wir damit sowohl den Nerv der Zeit als auch den der Branche getroffen haben.“ Komplettiert wurden die zahlreichen Vorträge und spannenden Präsentationen von EURONICS durch exklusive Produktvorstellungen seitens der Industriepartner sowie durch ein informatives Rahmenprogramm, durch das die bekannte Moderatorin Judith Rakers führte.

#### **Starke Performance: wichtiges Momentum für die Umsetzung der Strategie**

Die Performance im ersten Quartal des Kalenderjahres lag deutlich über dem Marktniveau und wurde durch einen besonders positiven Umsatz im März 2023 bestätigt. Das gibt der Verbundgruppe Rückenwind, um die eigene Strategie konsequent voranzutreiben. Für noch mehr Relevanz am Markt setzt EURONICS auf eine neue Ebene der Digitalisierung und ein profitables Wachstum durch Expansion. Darüber hinaus möchte das Unternehmen aus Ditzingen die Kundengewinnung durch zielgerichtete Marketing-Investments forcieren und seine gewohnte Service-Exzellenz noch weiter festigen. Bei der Umsetzung der strategischen Eckpunkte steht die Kundenzentrierung stets im Fokus.

#### **Die EURONICS-Digitalstrategie: Potenziale identifizieren und heben**

Das erklärte Ziel von EURONICS im Bereich Digitalisierung ist klar: Es braucht eine einheitliche Strategie mit und für die ganze Genossenschaft, um gemeinsam noch stärker zu werden. Dabei geht es darum, die Erwartungen der Konsumenten mit den Interessen der Mitglieder, den Aufgaben der Genossenschaft und den Chancen des Marktes bestmöglich zu verbinden. Dafür wird das Projektteam von einem Digitalbeirat, bestehend aus ausgewählten Mitgliedern, unterstützt. Der zentrale Online-Shop ist dabei nur ein Baustein der

## **PRESSEMITTEILUNG**

Gesamtlösung. Es braucht eine fundiert ausgearbeitete Multichannel-Wachstums- und Wertschöpfungsstrategie, bei der der stationäre Handel weiterhin die tragende Säule bleibt.

Für den absoluten Fokus auf die Consumer Journey, wurden im eigenen Online-Shop diverse Analysen durchgeführt. Die Zusammenarbeit mit Industriepartnern, wobei es um Multichannel-Partnerschaften auf Augenhöhe geht, die es EURONICS erlauben, Ideen und Produkte der Partner noch besser über alle Vertriebswege in Szene zu setzen. Die Optimierung dieser Vertriebswege, indem eine modulare Logistikstrategie im engen Zusammenspiel mit den Mitgliedern erarbeitet und implementiert wird. Und nicht zuletzt eine verbesserte Zuführung in den stationären Handel mit dem Ziel, die hybride Stammkundschaft zahlenmäßig auszubauen. Denn das Prinzip „Click & Collect“ bietet nach wie vor enormes Frequenz- und Umsatzpotenzial.

### **Kunden gewinnen und Beziehungen aufbauen: die Marketing-Offensive von EURONICS**

Um für Kunden noch sichtbarer zu sein und sie auch nachhaltig zu binden, hat EURONICS zwei starke Marketing-Tools auf den Weg gebracht: die EUDEDEUTLICHSPAREN-WOCHEN im Sommer und die Meine EURONICS-App. Ab Ende Juni werden im Zuge der 360°-Kampagne erstmals über zwei Monate und alle medialen Kanäle hinweg über sieben Millionen Menschen in ganz Deutschland mit Werbeanzeigen zur Aktion selbst sowie den wöchentlich wechselnden Angeboten erreicht. Ein starker Fokus auf das Handelsmarketing bietet Partnern dabei einen aufmerksamkeitsstarken und absatzorientierten Weg für noch mehr Erfolg. Gleichzeitig glaubt das Unternehmen an emotionale Nähe und ist überzeugt, dass echte Kundenbeziehungen der entscheidende Baustein für den langfristigen Erfolg sind. Dies spiegelt sich über alle Kanäle in den Botschaften der Marketingmaßnahmen wider. Zudem werden die Aktionswochen mit der Meine EURONICS-App flankiert, die am 01. Juni gelauncht wurde und neben den Angeboten der Kampagne weitere Services, Rabatte und Aktionen bietet.

### **EURONICS bleibt sich treu und festigt seine starke Service-Exzellenz**

Der Service-Gedanke ist und bleibt eine der großen Stärken der Verbundgruppe. Mit seinem Service-Ökosystem hat das Unternehmen ein zusätzliches Alleinstellungsmerkmal im Markt. Es umfasst neben einer umfangreichen digitalen Wissensdatenbank und einer virtuellen Service-Organisation auch zahlreiche Schulungsangebote.

Ein weiterer Meilenstein im Bereich Service-Exzellenz ist die sogenannte HIW-App, die den digitalen und physischen POS noch enger zusammenwachsen lässt. Damit haben Mitarbeiter auf der Fläche immer alle Informationen in der Hand. Die App wird die Händler künftig bei der Optimierung der Customer Journey vertrieblich unterstützen sowie den Zugriff und die Verwaltung von Kundendaten erheblich beschleunigen. In der Applikation ist zudem das neue umfangreiche Servicehandbuch von EURONICS verfügbar. Dieses enthält zahlreiche Tipps und Tricks, Best Practice Beispiele und die Möglichkeit, Servicefälle direkt vorzuqualifizieren: also alles, um höchste Service-Qualität in Richtung Endkunde zu liefern. Ziel ist es, relevante

## **PRESSEMITTEILUNG**

Prozesse für die Mitglieder deutlich zu erleichtern und ein konstant hohes Servicelevel abbilden zu können.

### **Für weitere Informationen wenden Sie sich an:**

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH  
Sabina Howacker  
Tel.: 089/ 72 01 87 131  
E-Mail: [euronics@lhlk.de](mailto:euronics@lhlk.de)

EURONICS Deutschland eG  
Tel.: 0 71 56 / 933 1403  
E-Mail: [presse@euronics.de](mailto:presse@euronics.de)

### **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](http://www.euronics.de).

Ein hohes Maß an Erfahrung 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](http://www.euronics-deutschland.de)