

PRESSEMITTEILUNG

Die EUDEDEUDE-Week: EURONICS paart attraktive Angebote mit vollumfänglicher Serviceleistung

Die Verbundgruppe liefert zur Black Week ein Rundpaket für Konsumenten und unterstützt Mitglieder mit der Verzahnung von stationärem und Onlinehandel

Ditzingen, 16. November 2023 – Für EURONICS stellt die Black Week mit dem Black Friday am 24. November 2023 eine der umsatzstärksten Wochen des Jahres dar. Die Verbundgruppe erwartet durch die Verzahnung von Online- und stationärem Handel mit umfassendem Serviceangebot eine erfolgreiche EUDEDEUDE-Week – wie sie in diesem Jahr heißt. EURONICS Mitglieder und ihre Kunden profitieren von diversen Aktionen, spannenden Angeboten und neuen, digitalen Werbemitteln.

„Die Black Week ist schon seit einiger Zeit Impulsgeber – aus Konsumentensicht – für den Start ins Weihnachtsgeschäft“, sagt Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG. *„In diesem Jahr machen wir aus der Black Week die EUDEDEUDE-Week. So erhält unsere Kampagne rund um die Black Week mehr Identität in Richtung der EURONICS DNA. Mit der EUDEDEUDE-Week setzen wir neben besonders attraktiven Angeboten, wie auch im restlichen Jahr, auf Kundennähe, Vertrauen und perfekten Service. EURONICS liefert über alle Kanäle die besten Angebote für das beste Zuhause der Welt.“*

Stationär und Online gehen Hand in Hand

EURONICS entwickelt seine Digital-Strategie stetig weiter. Der Erfolg des Online-Marktplatzes beweist, dass der Multichannel-Ansatz der Verbundgruppe funktioniert. Der Gesamtumsatz der Black Week konnte von 2021 auf 2022 um 58 Prozent gesteigert werden. Dabei waren stationärer sowie Online-Handel zum gleichen Teil am Gesamtumsatz beteiligt. Der Onlineumsatz verzeichnete einen Anstieg um 126 Prozent.

„Die Zahlen zeigen, technische Konsumgüter stehen zur Black Week hoch im Kurs. Das wird die Frequenz in den Läden deutlich beleben – dafür sind wir natürlich gewappnet, auch wenn wir wissen, dass viel Geschäft online stattfinden wird. Um jedwede Anfrage optimal zu bedienen, stehen auch IT und Logistik von euronics.de bereit, um den Ansturm auf unsere Angebote zu koordinieren. Dabei ist klar: Unser Online-Marktplatz war und ist auf Zuführung in den stationären Handel optimiert, das funktioniert auch zur Black Week. Ganz im Sinne unseres internationalen Claims ‚a human touch in a digital world‘“, so Benedict Kober.

PRESSEMITTEILUNG

Black Week-Aktionen und neue, digitale Wege für Marketingklassiker

EURONICS Mitglieder erhalten mit Instore-Aktionen, vielen bestens verhandelten Angeboten und mit einem neuen Beilagenformat zur Black Week Unterstützung von der Zentrale. Beispielsweise bekommen EURONICS Kunden in teilnehmenden Stores mit jedem Einkauf EUDEDEUDE-Rubbellose mit tollen Gewinn-Möglichkeiten. Mit der Aktion stärkt die Verbundgruppe zusätzlich den stationären Handel.

Außerdem wird erstmalig von ausgewählten Mitgliedern eine individualisierbare Black Friday Beilage getestet. So können Mitglieder die nationale Beilage um lokale Angebote aus dem eigenen Produktportfolio erweitern. Zur Black Week gibt es eine Druckbeilage im Sonderformat und die benannten Varianten in digitaler Form. Abgerundet wird unsere Angebotskommunikation mit einer zusätzlichen Beilage im Bereich Telekommunikation.

„Mit diesem Pilotprojekt möchten wir neue Wege für unsere Händler schaffen, um Ihre Kunden an weiteren digitalen Touchpoints zu erreichen. Für das kommende Jahr haben wir das Zusammenspiel unserer Kommunikationsmaßnahmen optimiert und neu ausgerichtet“, sagt Roman Eltzsch, Bereichsleiter Marketing der EURONICS Deutschland eG und fügt hinzu: *„Unsere tollen Angebote stehen auf den ersten Blick im Vordergrund, denn es ist klar, zur Black Week wollen Kunden genau das. Doch vielmehr ist es unser Anspruch, unsere Kunden zufrieden zu sehen und mit unseren mehr als 500 Services auch nach dem Kauf noch viele Kundenanliegen zu lösen.“*

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

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

Über EURONICS:

Immer nah am Kunden: Mit persönlicher Beratung und dem besten Service an über 1.200 Standorten und mit mehr als 1.100 Mitgliedern in ganz Deutschland. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Markenversprechen „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 Erfahrung und herausragende Beratungskompetenz gehören ebenso zum Markenkern wie regionale Verbundenheit, ein innovatives Multichannel-Konzept sowie eine konsequent verfolgte Zukunftsstrategie.

PRESSEMITTEILUNG

Seit 2020 baut EURONICS das Geschäftsfeld rund um E-Mobilität und erneuerbare Energien sukzessiv aus. Zu Vertriebsprojekten rund um E-Autos 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 in 35 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2022 einen Jahresumsatz von 23,22 Milliarden Euro und ist damit die Nummer eins der Branche in Europa.