

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS Kongress – Umsetzungsstark ins Jahr 2024

Erfolgreiche KOOP24 in komprimiertem Format / Strategieupdate des Vorstands zeigt wegweisende Perspektiven auf / Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung bleiben als strategische Säulen im Fokus / Das Prinzip Genossenschaft rückt noch stärker in den Mittelpunkt / Erste Schritte von der Einkaufs- zur Datengemeinschaft / Jubiläumsaktionen von Einkauf und Marketing feiern 55 Jahre Technikbegeisterung und Ideenreichtum / EURONICS weiterhin Nr. 1 Retailer in Europa

Berlin, 19. Februar 2024 – Die Branche versammelt sich in Berlin zur KOOP24. Dort fand im Rahmen der KOOP vom 18. bis 19. Februar der EURONICS Kongress mit mehr als 2.000 Teilnehmenden aus der Verbundgruppe und der Industrie statt. Ziel war es, mit dem optimierten Messekonzept das beste Setup für alle Beteiligten zu schaffen. In enger Zusammenarbeit haben die EURONICS und ihre Partner das Programm auf zwei Tage komprimiert, ohne Kompromisse bei der Informationsvermittlung oder der Umsetzung von Formaten einzugehen.

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG ordnet ein: *„Die Messeorganisation ist auch ein Sinnbild für unsere Arbeitsweise im aktuellen Geschäftsjahr: Wir sind effizient, stellen Maßnahmen auf den Prüfstand, justieren nach – alles für mehr Umsetzungsstärke der Genossenschaft.“*

Strategie in der Umsetzung

Die strategischen Säulen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung leiten die Genossenschaft seit einiger Zeit durch eine herausfordernde Branchenentwicklung. Die EURONICS Zentrale arbeitet gemeinsam mit den Mitgliedern daran, in einem Umfeld von politischen Krisen, steigender Inflation und eines anhaltend schwachen Konsumklimaindex gute Umsätze zu generieren. Der Vergleich mit dem GfK-Handelspanel zeigt, dass sich die Geschäfte der EURONICS besser entwickelt haben als der Marktdurchschnitt. Nach der Sonderkonjunktur in den ersten zwei Pandemie Jahren, in denen viele Konsumenten und Konsumentinnen ihren Haushalt komplett erneuert haben, folgte eine nicht ganz unerwartete Sättigungsphase, deren Ende erst im Laufe des nächsten Jahres erwartet wird. Der Blick auf Vergleichswerte aus der vor-pandemischen Zeit zeichnet trotz der leichten Einbußen 2022/23

PRESSEMITTEILUNG

ein Bild langfristigen Wachstums. 1.071 Mitglieder erzielten im vergangenen Geschäftsjahr einen Zentralumsatz von 1,384 Mrd. Euro an insgesamt 1.257 Standorten.

Auf dem Weg zur Datengemeinschaft

„Daten sind das Gold unserer Zeit und als Genossenschaft sitzen wir auf einem Schatz, den wir erst in Teilen heben können. Ein KI-Pilotprojekt, das wir mit dem Unternehmen neuropredictR umgesetzt haben, zeigt deutlich, wie KI zu einer Entlastung und Unterstützung der Zentrale als auch unseren Mitgliedern im Tagesgeschäft führen kann. Die Vorteile einer besseren Bestandsplanung, schnelleren Lagerumschlagsgeschwindigkeiten, Warenkorbempfehlungen und vielem mehr ist möglich. Dafür müssen wir nun noch mehr Daten harmonisieren“, sagt Kober.

Digitalisierung schreitet voran

„Alle Maßnahmen im Digitalbereich zielen darauf ab, den lokalen Mehrwert der Händler herauszustellen, für Zuführung in den Läden zu sorgen und das Marktplatz-Modell zu simplifizieren. Damit gewinnen wir noch mehr Schlagkraft und unterstützen unsere Mitglieder an den Stellen, die ihnen im Alltag wirklich Entlastung bringen“, so Denis-Benjamin Kmetec, Vorstand der EURONICS Deutschland eG. Zu den Projekten, die sich in diesem Bereich aktuell in der Umsetzung befinden, gehören beispielsweise ein großangelegtes SEO-Projekt und Anpassungen im Online-Marktplatz, wie die Möglichkeit von komplexen Bundle-Bestellungen. Zudem werden Mitglieder in Zukunft noch stärker die Daten aus der Meine EURONICS App auswerten können, die ihre Kunden oder Region betreffen. *„Mit unserem Multichannel-Ansatz bringen wir unseren Kundinnen und Kunden die vielfältigen Vorteile der EURONICS nahe“,* ergänzt Kmetec.

Erfolgsmodell aus dem Marketing

Unterstützt werden alle Maßnahmen durch einen starken Markenauftritt im Jubiläumsjahr, der seit Januar 2024 wieder von Jung von Matt NECKAR betreut wird. Der Fokus liegt dabei auf der Stärkung der Marke über eine kreative und verständliche Identitätsvermittlung an den Endkunden. Dr. Peter Figge, CEO von Jung von Matt demonstrierte auf dem Kongress eindrucklich, wie bildstark EURONICS 55 Jahre Firmengeschichte feiert. Neben konkreten Jubiläumsaktionen des Einkaufs in Zusammenarbeit mit Industriepartnern werden 2024 auch die sogenannten generischen Wochen erneut umgesetzt. Nachgewiesenermaßen haben

PRESSEMITTEILUNG

diese Aktionswochen dazu geführt, Kunden in die Läden zu bringen und Bestände zu optimieren. Ergänzt um das Ziel, Industriekampagnen und Aktionsprodukte optimal auszunutzen, blickt EURONICS auf ein vollgepacktes Jubiläumsjahr unter dem Motto „Genau richtig seit 55 Jahren“.

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 1.000 Mitgliedern in ganz Deutschland. Dafür steht die EURONICS Deutschland eG mit ihrem Markenversprechen „Genau richtig. Für mein 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. 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 2022/2023 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,38 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.