

PRESSEMITTEILUNG

Startschuss für die EURONICS Black Season – Mehrwert durch Pre-Black Week sowie dem optimalen Mix aus Service und Deals

EURONICS läutet in diesem Jahr die Black Season mit der Pre-Black Week bereits zwei Wochen früher, ab dem 12. November, ein und reagiert damit auf das veränderte Konsumverhalten der Verbraucher

Ditzingen, 7. November 2024 – Black Friday, der traditionell auf den vierten Freitag im November fällt, markiert den Beginn des Jahresendgeschäfts im Handel. Für die EURONICS Deutschland eG ist dieser Tag Mittelpunkt besonderer Aktionswochen – der Black Season – und fester Bestandteil des Geschäftsjahres. Wie in jedem Jahr bildet die Black Season den Auftakt für die umsatzstärksten Wochen der Verbundgruppe.

2024 startet EURONICS die Black Season extra früh. Am 12. November beginnt die Pre-Black Week, die bis zum 21. November andauert. Ab dem 22. November läuft dann die eigentliche EURONICS Black Week, die ihren Peak im Black Friday am 29. November findet. Abschluss der Black Season ist der Cyber Monday am 2. Dezember. Mitglieder und Kundschaft profitieren während der drei Wochen von diversen stationären und digitalen Aktionen, stets gepaart mit den bekannten vollumfänglichen Serviceleistungen.

Pre-Black Week: Frühe Onlineangebote für Schnellentschlossene

Neu in dieser Black Season ist die Pre-Black Week. Mit ausgewählten attraktiven Onlineangeboten kommt die Verbundgruppe Kundenwünschen entgegen und spricht gezielt jene Käufergruppe an, die sich schon früh Gedanken zu ihren Aktionskäufen macht.

„Die Pre-Black Week ist für Schnellentschlossene, die sich nicht am Black Friday in den Trubel stürzen möchten. Damit reagieren wir auf das veränderte Kaufverhalten und bieten unseren Kunden neben dem gewohnten Angebot am Point of Sale schon vorab attraktive Onlineaktionen“, sagt Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS Deutschland eG und ergänzt weiter: „Wir haben zur diesjährigen Black Season ein ausgewogenes Portfolio aus stationären Angeboten und Onlineaktionen. Da Technikprodukte auch in diesem Jahr wieder ganz weit oben auf den Weihnachtswunschzetteln der deutschen Konsumenten stehen, gehen wir zuversichtlich in die wichtigsten Wochen des Jahres. Gefragt ist alles, was Freude bereitet: großformatige TV-Geräte, die neuesten KI-Notebooks und Smartphones für jeden Bedarf. Auch Audioprodukte für die Silvesterparty und natürlich die gesamte Produktpalette aus dem Bereich Elektrokleingeräte - Heißluftfritteusen, Eismaschinen, Haarstyling-Produkte und Co - lassen nicht nur zu Weihnachten Kundenherzen höherschlagen.“

„Genau Richtig“-Kampagne - 360 Grad Marketingmix zur Black Season

Mit einem gezielten Marketingmix setzt EURONICS in der Black Season 2024 auf eine umfassende Kundenansprache. Ab dem 22. November wird die saisonal angepasste Marketingkampagne „Genau Richtig. Black Week bei EURONICS“ multimedial ausgespielt. EURONICS überzeugt dabei als Lebensvereinfacher mit der starken Kombination aus sorgfältig ausgewählten Schnäppchen, umfassender Beratung und Service. Zusätzlich wird es auch in diesem Jahr die Black Week Sonderbeilage geben, die sowohl online als auch in gedruckter Form von den Mitgliedern genutzt und regional verlängert werden kann. Werbemittel am Point of Sale und die Integration der Black Season Angebote in die „MEINE EURONICS“-App vollenden das Rundumpaket und stärken die Dualität aus stationärem Angebot und Onlinehandel.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

LHLK Agentur für Kommunikation GmbH
Eva-Maria Gose-Fehlisch
Tel.: +49 89 / 720187 224
E-Mail: euronics@lhlk.de

EURONICS Deutschland eG
Tel.: +49 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 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 36 Ländern erzielte die Verbundgruppe 2022 einen Jahresumsatz von 23,1 Milliarden Euro und ist damit die Nummer eins der Branche in Europa.