

STATEMENT

Liebe Medienpartner,

das vierte Quartal ist nicht nur für die EURONICS Deutschland eG, sondern für die ganze Consumer Electronics und Home Appliances Branche die wichtigste Zeit im Jahr. 2024 war rückblickend wie erwartet ein herausforderndes Jahr: Die schwächelnde Wirtschaft, steigende Lebenshaltungskosten und politische Unsicherheiten haben die Sparquote der Konsumenten zusätzlich erhöht. Mehrausgaben planen die Menschen in Deutschland bis Jahresende nur für Urlaube und frische Lebensmittel ein, wie das Handelsblatt auf Basis einer EY-Umfrage erst kürzlich berichtet hat. Consumer Electronics und Home Appliances stehen genau wie Mode, Restaurantbesuche oder Luxusartikel bei den Ausgabenprioritäten ein Stück zurück.

Die Black Season hat dennoch zu einer spürbaren Belebung des Marktes geführt und das Weihnachtsgeschäft ist in vollem Gange. Nach einer Phase des Zögerns wird wieder merklich mehr gekauft - auch Technikgeschenke, die weiterhin ganz oben auf vielen Weihnachtswunschzetteln stehen. Unsere attraktiven Black Season-Angebote haben dabei einigen Kunden den entscheidenden Kaufimpuls gegeben. Das zeigen auch die insgesamt positiven Ergebnisse. 2024 konnten wir unseren Black Week Umsatz um ganze 14 Prozent steigern, während der Markt laut GfK im selben Zeitraum nur knappe 5 Prozent zulegen konnte (Vergleichszeitraum KW47 2023 vs. KW48 2024). Das ist nicht zuletzt dem unermüdlichen Einsatz unserer Mitglieder, dem ausgewogenen Portfolio aus stationären Angeboten und Onlineaktionen sowie einem cleveren 360-Grad-Marketingmix über den gesamten Aktionszeitraum zu verdanken.

Was genau gekauft wird? Der Trend zu innovativen, praktischen und nachhaltigen Produkten setzt sich fort. Verbraucher schätzen vor allem Geräte, die ihr Leben vereinfachen. Multifunktionsgeräte wie Heißluftfritteusen punkten hier nach wie vor mit ihrer Vielseitigkeit und Effizienz. Gekauft wird aber auch alles, was Spaß macht, etwa großformatige TV-Geräte oder die neusten KI-Notebooks. Elektro-Kleingeräte bleiben weiterhin ein Wachstumstreiber. Während der Markt 2024 laut GfK um 5 Prozent gewachsen ist, konnten wir um 14 Prozent zulegen. Zu den Highlights zählen hier in der Bodenpflege sogenannte Wet & Dry-Geräte.

Was sich dieses Jahr erneut bestätigt hat, ist, wie entscheidend eine starke Online-Präsenz für den Handel ist. Die Marktzahlen belegen, dass über die Hälfte des Umsatzes durch Multi-Channel-Verkäufe generiert wird. Wir haben bei EURONICS mit unserem Marktplatz schon früh auf das richtige Pferd gesetzt. Die enge Verzahnung von stationärem Handel und Online-Vertrieb, kombiniert mit einer konsequenten Umsetzungsstärke, ist der Schlüssel zum Erfolg und macht uns als Verbundgruppe stark.

Wir blicken deshalb positiv auf das vierte Quartal, das uns mit Schwung in das neue Jahr 2025 starten lässt. Im nächsten Jahr erwartet uns eine große Bandbreite an zusätzlichen, neuen Themen, nicht



STATEMENT

zuletzt der Einstieg unseres dritten Vorstandsmitglieds Brendan Lenane. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern, die stets motiviert und leistungsbereit sind, ist es auch 2025 unser Ziel, Menschen für geniale Produkte zu begeistern, die das Leben einfacher, schöner und besser machen. Eben echte Lebensvereinfacher zu sein. Wir freuen uns darauf!

Ihr Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG

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.: 0 71 56 / 933 1403

E-Mail: presse@euronics.de