

PRESSEMITTEILUNG

EURONICS Kongress: Innovationskraft mit neuem Vorstandstrio, internationaler Kooperation und neuen hybriden Geschäftsmodellen

Brendan Lenane stellt sich Mitgliedern und Industrie vor/ Strategische Kooperation mit EURONICS Austria/ Neue B2B- und B2G-Vertriebskanäle/ Hybrides Betriebstypenkonzept EURONICS Pick&Go / Altwarenvermarktungsplattform eumondo

Berlin/ Ditzingen, 17. Februar 2025 – Im Rahmen der KOOP 2025 veranstaltete die Ditzinger Kooperation den EURONICS Kongress vom 14. bis 17. Februar mit mehr als 1.800 Teilnehmern aus der Verbundgruppe und der Industrie. Auf den Säulen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung baut die Verbundgruppe weiter auf: Neue Vertriebskanäle, ein innovatives hybrides Betriebstypenkonzept und die Kooperation mit EURONICS Austria bilden unter dem Dach von Effizienz und Innovationskraft die strategischen Kernthemen für das laufende Geschäftsjahr.

Starkes Führungstrio steht für Effizienz und Innovation

Auf dem EURONICS Kongress im Rahmen der KOOP 2025 präsentierte sich Brendan Lenane zum ersten Mal in seiner neuen Funktion als COO Mitgliedern und Industriepartnern. Lenane treibt künftig die Wachstumsstrategie der Verbundgruppe mit neuen Ansätzen weiter voran und ist an der Seite von Benedict Kober und Denis-Benjamin Kmetec für die Bereiche Marketing, Betriebstypenmanagement und Digital verantwortlich. Die neue Ressortverteilung und eine enge Zusammenarbeit fördern Geschwindigkeit, Effizienz und Innovationskraft innerhalb der Verbundgruppe. Weiterhin zählt auch die Stärkung der strategischen Partnerschaft zwischen EURONICS Deutschland und EURONICS Austria zu Lenanes Aufgaben. In Berlin wurde der unterschriebene Kooperationsvertrag der beiden Organisationen vorgestellt.

„Ich freue mich, dass ich bereits nach wenigen Tagen in meiner neuen Rolle tatkräftig anpacken kann. Es war außerdem großartig, im Rahmen der KOOP 2025 unsere Mitglieder, Industriepartner und die Presse persönlich kennenzulernen. Mein erster Eindruck bestätigt sich weiter: EURONICS ist seit mehr als 55 Jahren eine starke

PRESSEMITTEILUNG

Marke, die zukunftsgerichtet agiert und die wir nun gemeinsam weiterentwickeln“, sagt Brendan Lenane, Vorstand der EURONICS Deutschland eG.

Erfolgreiches Geschäftsjahr mit nachhaltigem Wachstum

EURONICS erwirtschaftete trotz eines angespannten Marktumfeldes im Geschäftsjahr 2023/24 eine deutliche Ergebnisverbesserung. Die Verbundgruppe setzte auf den strategischen Säulen Wachstum, Wertschöpfung und Digitalisierung entscheidende Veränderungen um. Dank permanenter Optimierung steigerte EURONICS den Umsatz in den letzten Monaten des Geschäftsjahres signifikant. 1.074 Mitglieder erzielten im Geschäftsjahr 2023/24 einen Zentralumsatz von 1,35 Mrd. Euro an insgesamt 1.245 Standorten. Durch gezielte strategische Maßnahmen konnte trotz rückläufigem Umsatz nicht nur eine wesentliche Verbesserung des Rohergebnisses, sondern auch eine signifikante Steigerung des Jahresergebnisses gegenüber dem Vorjahr erzielt werden.

„Wir haben im vergangenen Geschäftsjahr nachjustiert, Potentiale erkannt sowie Chancen ergriffen. Wir haben unsere Ziele klar vor Augen und ziehen alle an einem Strang. Dazu bauen wir auf unser hybrides Geschäftsmodell für langfristiges Wachstum sowie neue Vertriebskanäle und Betriebstypenkonzepte“, ordnet Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG, die Ergebnisse ein.

EURONICS Cross Channel Retail-Konzept auf Erfolgskurs

Der Marktplatz euronics.de ist einer der Wachstumstreiber der Verbundgruppe, womit EURONICS gleichzeitig die Bedürfnisse der Konsumenten bedient und die Zuführung zum stationären Handel fördert. Der Cross Channel Retail-Ansatz ist seit mittlerweile zehn Jahren Teil der EURONICS Digitalstrategie und zentraler Bestandteil für eine erfolgreiche und zukunftsfähige Verbundgruppe. EURONICS ist im vergangenen Geschäftsjahr überdurchschnittlich im Online-Bereich gewachsen.

„Die Steigerung von über 7 Prozent des Online-Markenumsatzes führte zum höchsten Umsatz im CCR-Shop seit seiner Einführung – ein weiterer Beleg für die Wirksamkeit unserer Strategie. Stationär wird nicht mehr ohne digital funktionieren. Wir bei EURONICS waren so ziemlich die ersten, die das hybride Geschäftsmodell erfolgreich etabliert haben. Trotzdem zählt unsere Strategie und die daraus abgeleiteten

PRESSEMITTEILUNG

Maßnahmen auf die Förderung des stationären Handels ein. Zum Beispiel investieren wir den größten Anteil unseres Online-Marketing-Budgets, um Kunden dem stationären Handel zuzuführen. Denn eine umfassende Beratung, Services und eine ansprechende Warenpräsentation am Point of Emotion schaffen Wertschöpfung, weshalb die Investition in attraktive stationäre Auftritte inklusive Service-Ökosystem auch weiterhin elementar ist“, so Denis-Benjamin Kmetec, Vorstand der EURONICS Deutschland eG.

Wachstum sichern: Neue Vertriebskanäle und hybrides Betriebstypenkonzept EURONICS Pick&Go

EURONICS erschließt neue Potentiale im B2B- sowie im B2G-Markt (öffentliche Hand und Bildungseinrichtungen) und tätigt gezielte Investitionen, um dort weiter zu wachsen. Zum 360°-Ansatz gehören auch Investitionen in Personal und in B2B-Payment Lösungen. Neben der Erweiterung der Vertriebsaktivitäten nehmen auch Betriebstypen außerhalb der Consumer Electronics-Branche wie Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser und Baumärkte eine wichtige Rolle ein. Ziel ist es, den Konsumentenbedarf zu decken und für neue Vertriebspartner passende Lösungen zu erarbeiten.

Wachstum treibt EURONICS zudem durch EURONICS Pick&Go voran. Das neue hybride Betriebstypenkonzept dient an frequentierten Standorten als Lagerstore und Outlet oder als klassische Abholstation. Die Stores gewährleisten eine hohe sofortige Warenverfügbarkeit und werden zu Convenience Stores mit zusätzlichen Warengruppen, Drive-In, Virtual Shelves und Self Check-outs. In den Stores stehen qualifiziertes Verkaufspersonal sowie Services und Dienstleistungen zur Verfügung. Als Cross Channel Retail-Shop zählt EURONICS Pick&Go auf die Zuführungsstrategie der Verbundgruppe ein. Zwei Stores befinden sich in Berlin bereits in der Umsetzung und ein weiterer ist in Planung.

Liquidität durch Altwarenvermarktung

EURONICS unterstützt Mitglieder bei der Vermarktung von Alt- und Problemware und ruft dafür die neue Marke eumondo ins Leben. Durch automatisierte Prozesse stellt das System unter anderem Kennzahlen zu vermarktbarer Altware und KI-gesteuerte

PRESSEMITTEILUNG

Preispunkte zur Verfügung. Die Verbundgruppe geht damit die Herausforderung von fehlender Liquidität durch nicht verkaufbare Ware an. Voraussetzung für Mitglieder, um die Altwarenvermarktungsplattform zu nutzen, ist das HIW-Warenwirtschaftssystem.

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“. 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. Im Geschäftsjahr 2023/2024 erwirtschaftete die EURONICS Deutschland eG so einen Zentralumsatz von 1,35 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 2023 einen Jahresumsatz von 23,1 Milliarden Euro und ist damit die Nummer eins der Branche in Europa.

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