PRESSEMITTEILUNG

EURONICS startet Black Season 2026 mit umfangreichen Angebotsaktionen

Sechswöchige Aktionsphase mit breit angelegter Marketingkampagne und neuen digitalen Bezahlmöglichkeiten

Ditzingen, 22. Oktober 2026 – EURONICS startet in die wichtigsten Handelswochen des Jahres. Vom 22. Oktober bis zum 30. November 2026 können sich Kunden wieder auf den sechswöchigen Angebotszeitraum der Black Season voller attraktiver Deals aus allen Produktbereichen freuen. Gleichzeitig erweitert EURONICS die Bezahlmöglichkeiten auf euronics.de um Wero, Apple Pay und Google Pay.

Der Startschuss für die EURONICS Black Season fällt in diesem Jahr bereits am 22. Oktober. Nach dem Auftakt der Aktionsphase folgt vom 6. bis 19. November die Pre Black Week mit einer Sonderaktion zum Singles Day am 11. November. Den Höhepunkt erreicht die Aktionszeit dann in der EURONICS Black Week vom 20. bis zum 30. November, inklusive Black Friday am 27. November und dem abschließenden Cyber Monday am 30. November.

Black Season als wichtiger Impuls für das Jahresendgeschäft

Trotz anhaltender wirtschaftlicher Unsicherheiten bleibt die Black Season ein wichtiger Anreiz für die letzten Wochen des Jahres. Verbraucher nutzen die Aktionstage für gezielte Anschaffungen, wägen ihre Ausgaben aber auch immer bewusster ab. Gefragt sind in dieser Saison deshalb vor allem Produkte mit einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis, hoher Qualität und langer Lebensdauer.

Benedict Kober, Sprecher des Vorstands der EURONICS Deutschland eG, blickt positiv auf die kommenden Wochen: „Die Black Season ist ein wichtiger Impuls für das Jahresendgeschäft. Gerade in einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld achten Verbraucher stärker auf den Preis und überlegen genauer, wofür sie ihr Geld ausgeben. Für den EURONICS Fachhandel ist das eine Chance, nicht allein mit

attraktiven Angeboten, sondern auch mit Beratung und Service zu überzeugen. Denn gerade bei größeren Anschaffungen zählt für viele Kunden mehr als nur der Preis."

Umfangreiche Marketingmaterialien für die Mitglieder

Zur Black Season stellt die EURONICS Zentrale ihren Mitgliedern auch in diesem Jahr ein umfangreiches Marketingpaket zur Verfügung. Eine nationale Online-Kampagne, Sonderbeilagen und aufmerksamkeitsstarke Maßnahmen am Point of Sale sorgen für eine kanalübergreifende Präsenz. Die kreative Umsetzung erfolgte erstmals gemeinsam mit der neuen Leadagentur Zum goldenen Hirschen, die den visuellen Auftritt der Black Season weiterentwickelt und die Angebotskommunikation gestaltet hat. Ein zentrales Element der Kampagne bleibt dabei die Black Week Sonderbeilage, die als Print-, Online- und Hybridvariante verfügbar ist und die verschiedenen Vertriebs- und Kommunikationswege optimal miteinander verbindet.

Brendan Lenane, Vorstand der EURONICS Deutschland eG, sagt: „Mit der Black Season schaffen wir gemeinsam mit unseren Mitgliedern wichtige Kaufimpulse für das Jahresendgeschäft. Dafür bündeln wir unsere Marketingaktivitäten und unterstützen unsere Händler mit einer Kampagne, die online ebenso präsent ist wie in den Fachgeschäften. Entscheidend ist, dass wir die Reichweite unserer gemeinsamen Marke nutzen und daraus konkrete Kaufanlässe für unsere Endkunden schaffen."

Mehr Komfort beim Bezahlen: EURONICS erweitert digitale Zahlungsmöglichkeiten

Passend zum Start der Black Season erweitert EURONICS die Bezahlmöglichkeiten auf euronics.de. Mit der europäischen Lösung Wero, Apple Pay und Google Pay stehen Kunden drei zusätzliche digitale Zahlungsmethoden zur Verfügung. Damit entwickelt EURONICS das Einkaufserlebnis im Onlineshop weiter und bietet mehr Flexibilität beim Bezahlen.

Wie wichtig ein unkomplizierter Einkauf für Verbraucher ist, zeigt auch die Deutschlandstudie Innenstadt 2026/27 von CIMA. Sie beschreibt Bequemlichkeit als einen wichtigen Maßstab im Online-Handel. Dazu zählen unter anderem die ständige

PRESSEMITTEILUNG

Verfügbarkeit, einfache Bestellprozesse, direkte Vergleichsmöglichkeiten und die Lieferung nach Hause. Mit der Erweiterung der Zahlungsmöglichkeiten greift EURONICS diesen Anspruch an einen komfortablen Online-Einkauf auf.

Über EURONICS:

Die Genossenschaft EURONICS Deutschland eG ist eine der größten Verbundgruppen des mittelständischen Elektronikfachhandels in Deutschland. Zu EURONICS gehören rund 1000 Mitgliedsunternehmen, die bundesweit über 1.100 Standorte betreiben. EURONICS überzeugt mit starker Online-Kompetenz und betreut Kunden nicht nur stationär, sondern auch erfolgreich auf dem Marktplatz euronics.de. Im Geschäftsjahr 2024/2025 erzielte EURONICS einen Zentralumsatz von 1,313 Milliarden Euro.

EURONICS bietet ein breites Sortiment an Consumer Electronics und Home Appliances sowie über 500 dazu passende Services und Dienstleistungen vor und nach dem Kauf. Dazu zählen die persönliche Beratung durch rund 11.000 Mitarbeitende, die fachgerechte Installation und individuelle Lösungen für das Zuhause der Kunden. Der Marktplatz euronics.de ergänzt als einer der relevantesten und umsatzstärksten Elektronik-Onlineshops in Deutschland das Angebot von EURONICS. Die regionale Präsenz, der erstklassige Service, eine hohe Beratungskompetenz und ein als Verbundgruppe einmaliges Multi-Channel-Konzept bilden die zentralen Bestandteile der Positionierung von EURONICS im Markt. Das Markenversprechen „GENAU RICHTIG“ unterstreicht dabei den Anspruch, Kunden geeignete Produkte, Lösungen und Dienstleistungen bereitzustellen.

Die EURONICS Deutschland eG ist Teil der internationalen Verbundgruppe EURONICS International mit Sitz in Amsterdam. Das Netzwerk umfasst knapp 6.500 Standorte in 36 Ländern. Im Jahr 2024 erwirtschaftete die Gruppe einen Umsatz von 25,3 Milliarden Euro.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

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