

PRESSEMELDUNG

EURONICS geht in die Offensive

DTM-Sponsoring und Jubiläum „44 Jahre EURONICS“ versprechen dem EURONICS Fachhandel starke Impulse / „Smart-TV“ und „Connected Home“ als Tophemen 2013 / Hohe Wertschöpfung im Fokus

Stuttgart, 19. März 2013. Angesichts der fehlenden sportlichen Großereignisse geht die EURONICS Deutschland eG 2013 in die Offensive. Mit dem Einstieg in die DTM als Hauptsponsor des Mercedes AMG-Teams und dem Jubiläum „44 Jahre EURONICS“ stehen dem EURONICS Fachhandel in diesem Jahr zwei Highlights ins Haus, die mit vielseitigen attraktiven Produktangeboten und Marketingmaßnahmen begleitet werden. Auf ihrem Kongress in Stuttgart präsentiert die Verbundgruppe zahlreiche, spannende Vermarktungsmöglichkeiten, die aus der Kooperation mit Mercedes erwachsen. „Mit Gary Paffett und Christian Vietoris gehen im Mai zwei hoch ambitionierte Profis an den Start, die für EURONICS in diesem Jahr als sympathische Markenbotschafter auftreten“, erklärt EURONICS Vorstandssprecher Benedict Kober. „Wir sind überzeugt, dass uns die Rennsport-Kooperation mit Mercedes AMG hohe Aufmerksamkeit beschert und 2013 entscheidend dazu beiträgt, das Profil unserer Fachmärkte und Fachgeschäfte als führende Einkaufsstätten in Deutschland weiter zu schärfen.“

Der Einstieg in die DTM ist integraler Bestandteil der EURONICS Markenkampagne „Nur das Beste bekommt den Stern“ und ergänzt den Superlativ-Anspruch der Verbundgruppe. Passend zu den Rennsport-Events dürfen sich Kunden auf Gewinnspiele, VIP-Tickets und vielseitige Aktionen am Point of Sale freuen. EURONICS Mitglieder haben zudem Gelegenheit, ein Show-Car als Eyecatcher für die regionale Vermarktung zu buchen.

EURONICS feiert „44 Jahre“

2013 ruft EURONICS zudem ein originelles Jubiläum aus: Unter dem Motto „Fest of electronics“ lädt der Fachhandel seine Kunden bundesweit zu einem Shopperlebnis der besonderen Art. Am sogenannten „Feier Mit!woch“ bieten

EURONICS Händler Trendprodukte zu einem einzigartig attraktiven Preis an – Käuferschlangen vor Geschäftseröffnung sind dabei nicht ausgeschlossen. „Unsere Mitglieder werden regelmäßig am Mittwoch ein bestimmtes Produkt anbieten, das äußerst wettbewerbsfähig sein wird“, erklärt Benedict Kober die Aktion. Produkte, Preise sowie teilnehmende Händler werden jeweils erst am Vortag über eine spezielle Landing-Page und im TV – mit eigens dafür entwickelten TV-Spots – bekanntgegeben.

2013 als Jahr des Smart-TV

Die Verschmelzung von Internet und TV sowie der Trend zu immer größeren Bildschirmdiagonalen bei TV-Geräten werden 2013 den Markt für Consumer Electronics bestimmen. „Hier möchten wir die Initiative ergreifen und 2013 zum „Jahr des Smart-TV“ ausrufen“, erklärt Kober in Stuttgart. „Um Konsumenten für das intelligente Fernsehen zu begeistern und neue Begehrlichkeiten zu wecken, ist jetzt ein gemeinsamer Schulterschluss nötig.“ Zusammen mit Branchenverbänden, Industriepartnern und anderen Kooperationen würden derzeit Schwerpunkte für die Kommunikation und Vermarktung von „Smart-TV“ festgelegt. „Immer mehr Verbraucher erfassen Bedienkomfort und Mehrwert, der aus den technischen Möglichkeiten erwächst. Davon kann unsere Branche 2013 maßgeblich profitieren“, so Kober. Das unterstreicht auch BVT-Geschäftsführer Willy Fischel: „Wenn wir die hohen Smart-TV-Absatzzahlen halten wollen, müssen wir trommeln. Der Konsument erhält mit den zukunftssicheren Smart-TVs Mehrwert. Mehr Internet, mehr Vernetzung, mehr Entertainment, mehr Sound, mehr Social Media. Und das Ganze aktiv und interaktiv. Eine PR-Kampagne ist das Gebot der Stunde.“ Für TV-Hersteller, die beispielsweise die Themen Smart-TV, Apps und Social Media in neuen Gerätegenerationen kombinieren, sei eine kompetente Vorführung und Beratung im stationären Handel entscheidend für den Verkaufserfolg.

Hohe Wertschöpfung im Fokus

Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2012/2013 blieben bei EURONICS die Umsätze bedingt durch die Marktentwicklung im TV-Geschäft hinter den Erwartungen zurück. Während das Geschäft mit Weißer Ware, Smartphones und Tablets nach wie vor hohe Zuwachsraten aufweist, entwickelt sich das TV-Segment analog zum Gesamtmarkt auch bei EURONICS bisher rückläufig. „Impulse versprechen die neuen, attraktiven Line-Ups der Hersteller, die ab

April in den Läden stehen werden. Eine nachhaltige Trendwende sehen wir im zweiten Halbjahr. Der Internationalen Funkausstellung kommt in diesem Jahr daher eine starke Signalwirkung zu“, so Kober. Innovationen sowie zukunftssträchtige, neue Produktsegmente wie Smartphones, Tablets oder Ultrabooks werden im Laufe des Jahres weitere Begehrlichkeiten beim Verbraucher wecken. „Unsere Verbundgruppe folgt bei all dem einem klaren Fünf-Jahres-Plan, der auf nachhaltiges Wachstum zielt. Unser Fokus liegt auf einer hohen Wertschöpfung für unsere Mitglieder, die bei EURONICS in vielen Segmenten im Durchschnitt um 15 Prozent höher ausfällt als beim Wettbewerb“, so Kober. „Eine Billigstrategie, die auf schnellen Umsatzzuwachs setzt, bringt dem Fachhandel dauerhaft keinen Erfolg.“

Kongress: Attraktive Sortimente und Warenkonzepte

Auf dem Kongress präsentiert EURONICS den Mitgliedern neue Ladenbau-Konzepte, die in konjunkturschwachen Zeiten durch gezielte Umbaumaßnahmen und top-gepflegte Sortimentsstrukturen dazu beitragen die „Eigenkonjunktur“ zu stärken. Über das Thema „Smart-TV“ hinaus eröffnen sich dem Fachhandel 2013 zunehmend neue Geschäftsfelder. Produktthemen wie Meldetechnik, digitale Gesundheitsvorsorge oder leicht zu installierende Heimvernetzungslösungen – beispielsweise via NFC – rücken verstärkt in den Fokus. Auf der Messe unterstreicht die Genossenschaft einmal mehr ihren Anspruch, die EURONICS Mitglieder beim Thema Qualifizierung und Weiterbildung erstklassig zu servizieren. Bereits im vierten Jahr wird beispielsweise die Schulungsreihe Q+ aufgelegt, die EURONICS gemeinsam mit der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH (BSH) realisiert – Motto: "Kundenorientiert beraten – hochwertig verkaufen." Ziel ist es, Produktwissen zu vertiefen, Argumente für den Nutzen der Neuheiten zu schärfen, um diese im Verkaufsgespräch überzeugend abrufen zu können.

Für weitere Informationen:

EURONICS Deutschland eG
Cornelia Bonow
Tel.: 0 71 56 / 933 1403

Engel & Zimmermann AG,
Unternehmensberatung für Kommunikation
Björn Seeger
Schloss Fußberg, Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Tel. 0 89/89 35 63 3
Fax 0 89/89 39 84 29
E-Mail: info@engel-zimmermann.de