

Pressemitteilung

Klimaziele für 2030 vorzeitig erreicht: MediaMarktSaturn-Mutter CECONOMY kommt bei Nachhaltigkeitszielen deutlich voran

Die wichtigsten Fortschritte im Geschäftsjahr 2022/23:

- Nachhaltiges Produktangebot: Über 4.900 nachhaltige Artikel im Sortiment
- Kreislaufwirtschaft: Zahl der angekauften Geräte verdreifacht; 3,2 Mio. reparierte Geräte vermieden 9.300 Tonnen Elektroschrott
- Emissionsreduktion: Scope 1- und 2-Emissionen um 39 % gesenkt
- Grüner Strom: 92 % des direkten Strombezugs aus erneuerbaren Energien
- Saubere „Letzte Meile“: Emissionsfreie Lieferung in bereits 34 europäischen Städten möglich

Dr. Karsten Wildberger, CEO der CECONOMY AG und MediaMarktSaturn, sagt:

„Für uns ist Nachhaltigkeit nicht nur eine Verpflichtung, sondern ein grundlegender Unternehmenswert. Deshalb sind wir stolz auf die Fortschritte, die wir hier im letzten Geschäftsjahr erzielt haben. Was wir seitens MediaMarktSaturn in Sachen Nachhaltigkeit anbieten, von der Null-Emission-Lieferfähigkeit, über ein Abo-Modell für Reparaturen bis hin zu einer großen Auswahl an nachhaltigen Produkten, ist teilweise einzigartig in unserer Branche. Und: Durch unsere mehr als 2 Milliarden Kundenkontakte pro Jahr haben wir einen großen Hebel zur Unterstützung der Kreislaufwirtschaft. Unser Ziel ist es, bewussten Konsum für unsere Kunden erschwinglich zu machen und unseren ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu verringern. Als Europas größter Consumer-Electronics-Händler wollen wir bewusstes und nachhaltiges Wirtschaften prägen und ein Vorbild für die gesamte Branche sein.“

Düsseldorf, 26. Januar 2024 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“), Europas führendes Unternehmen für Consumer Electronics, hat im vergangenen Geschäftsjahr große Fortschritte in ihrem Engagement für Nachhaltigkeit und in der Reduzierung des eigenen CO₂-Fußabdrucks erzielt. Das Thema Nachhaltigkeit ist wichtiger Baustein der strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens. So hat sich der Elektrohändler vorgenommen, seine Geschäftsprozesse sukzessive noch umweltfreundlicher zu gestalten und seinen Kundinnen und Kunden durch seine Angebote und Services ein noch nachhaltigeres Leben zu ermöglichen. Dieses Engagement spiegelt sich klar in einer Reihe von Maßnahmen wider, die im kürzlich veröffentlichten Nachhaltigkeitsbericht 2022/23 detailliert dargestellt werden. Den Bericht finden Sie hier: https://www.ceconomy.de/media/ceconomy_nachhaltigkeitsbericht_2022_23.pdf

Pressemitteilung

Zeichen setzen: Das nachhaltige Produktsortiment

Damit Kundinnen und Kunden die nachhaltigen Produkte und Services auf einen Blick erkennen, kennzeichnet MediaMarktSaturn sie mit einem eigenen Logo: BetterWay. Ein Produkt bei MediaMarktSaturn gilt als nachhaltig, wenn es beispielsweise durch ein Umweltzeichen vom Typ 1 zertifiziert ist, zu den energieeffizientesten Produkten basierend auf dem EU-Energielabel oder zu den am besten reparierbaren Produkten basierend auf dem französischen Reparaturindex und zusätzlichen eigenen Kriterien gehört. Aktuell hat das Unternehmen bereits mehr als 4.900 nachhaltige Produkte im Sortiment. Bis 2025 möchte CECONOMY seine Palette an nachhaltigen Produkten auf 6.000 steigern.

Ankauf- und Reparaturservice mit starker Nachfrage

Seit dem Geschäftsjahr 2022/23 ist der Rückkauf-Service in Kooperation mit dem Partnerunternehmen Foxway in allen Landesgesellschaften sowohl online als auch in den stationären Märkten verfügbar. Auch die Produktbreite, die angekauft wird, ist deutlich gewachsen. Sie erstreckt sich mittlerweile auf Tablets, Smartwatches, PCs und Laptops, Kameras und Objektive sowie Spielkonsolen. Im vergangenen Geschäftsjahr wurden 218.476 gebrauchte Produkte gegen Gutscheine eingetauscht. Damit hat sich die Nachfrage mehr als verdreifacht. Bis 2025 möchte CECONOMY einen Wert von 600.000 angekauften Altgeräten pro Jahr erreichen.

Mit Blick auf Reparaturen zur Verlängerung des Produktlebens wurden im vergangenen Geschäftsjahr gruppenweit rund 3,2 Mio. Geräte in den Werkstätten und an den Smartbars in den Märkten repariert. Insgesamt konnten so 9.300 Tonnen Elektroschrott vermieden werden.

Klimaziele für 2030 frühzeitig erreicht

CECONOMY hat sich vorgenommen, bis Ende des Geschäftsjahres 2032/33 seine sogenannten „Scope 1-Emissionen“ und „Scope 2-Emissionen“ (darunter versteht man direkte und indirekte Treibhausgasemissionen eines Unternehmens) um insgesamt 58,8 Prozent¹ zu senken. Es ist dem Unternehmen gelungen, die Scope-1- und Scope-2-Emissionen im Geschäftsjahr 2022/23 um 39 Prozent gegenüber dem vorigen Geschäftsjahr zu senken. CECONOMY fehlen zur Zielerreichung bis 2032/33 bereits jetzt nur noch 1,6 Prozentpunkte, das Ziel für 2030 wurde dadurch schon erreicht. Auch den Anteil des direkten Strombezugs aus alternativen Energiequellen konnte das Unternehmen auf 92 Prozent steigern.

Null-Emission-Lieferfähigkeit

Als Teil seines Omnichannel-Netzwerks hat CECONOMY für Metropolregionen und Städte sogenannte Hubs entwickelt, deren Anzahl beständig steigt. Kundenlieferungen, Marktbelieferungen und Retouren werden in gleichen Fahrzeugen kombiniert, die Routen optimiert und dadurch Kilometerleistung und verbundene Emissionen reduziert. Für die letzte Meile arbeitet das Unternehmen beispielsweise in Deutschland mit Logistikdienstleistern zusammen, die nachweislich CO₂-Emissionen vermeiden und die Elektrifizierung ihrer Fahrzeugflotte vorantreiben. Märkte in Spanien und der Schweiz setzen bei der Lieferung direkt zum Kunden verstärkt auf E-

¹ SBTi-Ziele eingereicht, noch nicht offiziell bestätigt

Pressemitteilung

Fahrzeuge – bereits in 34 Städten kann so emissionsfrei ausgeliefert werden. Bis 2025/26 will CECONOMY eine Null-Emissionslieferfähigkeit in 80 Städten erreichen. Das geänderte Logistik-System „Ship-from-Store“, bei dem vom nächstgelegenen Markt aus geliefert wird, bietet weitere CO₂-Einsparpotenziale.

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG vereinfacht das Leben in der digitalen Welt. Die Gesellschaft ist führend für Konzepte und Marken wie MediaMarkt und Saturn im Bereich Consumer Electronics in Europa. Die Unternehmen im CECONOMY-Portfolio haben Milliarden Verbraucherkontakte pro Jahr und bieten Produkte, Dienstleistungen und Lösungen, die das Leben in der digitalen Welt so einfach und angenehm wie möglich machen. So schaffen sie Mehrwert für Kunden ebenso wie für Investoren.

Pressekontakt

Hannah Roericht

hannah.roericht@ceconomy.de

+49 (0)151 1511-1612