

Pressemitteilung

MediaMarktSaturn beschleunigt Wachstumskurs: CECONOMY verzeichnet starke Zuwächse bei Umsatz, Profit und Marktanteilen

- Umsatz¹ um 6,5 Prozent gestiegen, Halbjahreswert bei 12,3 Mrd. € (+4,8 Prozent)
- Profitabilität deutlich erhöht, bereinigtes EBIT² im ersten Halbjahr auf 253 Mio. € gesteigert
- Services & Solutions-Umsatz^{3,4} im Quartal um 14,5 Prozent gestiegen
- Marketplace-Umsatz (GMV) im Quartal mehr als verdoppelt
- Retail-Media-Ertrag im Quartal nahezu verfünffacht
- Online-Umsatz im Quartal um 8,8 Prozent erhöht
- Kundenzufriedenheit – NPS (Net Promoter Score) erreicht neuen Höchstwert von 58
- Starke Liquidität zum Ende des ersten Halbjahres
- CECONOMY präzisiert Ausblick für 2023/24: Erwartetes bereinigtes EBIT im Bereich zwischen 290 Mio. € und 310 Mio. € übertrifft Markterwartungen

CEO Dr. Karsten Wildberger:

„Nach einem starken Weihnachtsgeschäft haben wir im zweiten Quartal unsere Dynamik weiter gesteigert. Unsere Halbjahresbilanz zeigt: Wir versprechen nicht nur, wir handeln. In einem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld konnten wir unseren Umsatz signifikant steigern. Dabei haben wir in fast allen Ländern unsere Marktanteile ausgebaut – sowohl online als auch offline. Und wir haben unsere Profitabilität deutlich gesteigert. Dies zeigt: Wir setzen unsere Transformationsstrategie konsequent um. In unseren strategischen Wachstumfeldern Services & Solutions, Marketplace und Retail Media sind wir deutlich gewachsen. Diese Erfolge sind das Ergebnis der konsequenten Umsetzung unserer Zukunftswende, die den Kunden in den Mittelpunkt stellt. Ich danke allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für ihr großes Engagement, denn nur durch ihre Arbeit ist dieser Erfolg möglich. Mit unserer Dynamik blicke ich zuversichtlich auf die zweite Jahreshälfte und freue mich, dass wir unseren Ausblick hier in eine positive Richtung konkretisieren konnten.“

Düsseldorf, 15. Mai 2024 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“), Europas führendes Unternehmen für Consumer Electronics, hat im zweiten Quartal 2023/24 seinen Umsatz um 6,5 Prozent¹ auf 5,3 Mrd. € (Q2 2022/23: 5,3 Mrd. €) gesteigert. Das Unternehmen

¹ Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz, vor IAS 29

² Bereinigtes EBIT vor nicht regelmäßig wiederkehrenden Effekten, nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen

³ Exklusive Portfolioveränderungen (Schweden, Portugal), vor IAS 29. Wachstum zusätzlich bereinigt um Währungseffekte.

⁴ Inklusive Operative Services & Solutions, Retail Media, Marktplatzprovisionen und -gebühren, Lieferungen.

Pressemitteilung

erzielte in allen Regionen eine Trendverbesserung gegenüber dem ersten Quartal und erreichte sowohl im stationären Geschäft als auch online Wachstum³. Auf Halbjahressicht hat das Unternehmen den Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 4,8 Prozent¹ auf 12,3 Mrd. € (H1 2022/23: 12,3 Mrd. €) erhöht.

Auf der Ergebnisseite stieg das bereinigte EBIT² im Quartal im Vorjahresvergleich um 26 Mio. € auf 5 Mio. €. In den ersten sechs Monaten kletterte das bereinigte EBIT² um 44 Mio. € auf 253 Mio. €, mit einem Anstieg von 21 Prozent gegenüber dem Vorjahr (H1 2022/23: 209 Mio. €). Maßgeblich hierfür waren nicht nur die Verbesserung des Umsatzes und der Produktmarge sowie eine weiterhin strikte Kostenkontrolle, sondern auch die positive Entwicklung in den Wachstumsbereichen Services & Solutions, Marketplace und Retail Media, sowie der gestiegene Anteil an Eigenmarkenprodukten im Umsatzmix des Konzerns.

Trendverbesserung: Marktanteilsgewinne in nahezu allen Ländern

CECONOMY verzeichnete im zweiten Quartal Marktanteilsgewinne in acht von elf Ländern und setzt damit seine starke Dynamik fort. Besonders gute Umsatzzuwächse wurden in der Türkei, Spanien sowie Benelux und Österreich erzielt. Zudem erhöhte sich die Profitabilität in Spanien und den Benelux-Ländern. Im größten Einzelmarkt Deutschland konnten eine höhere Produktmarge sowie eine strikte Kostendisziplin einen leichten Umsatzrückgang kompensieren.

Halbjahresbilanz: Online-Geschäft trägt knapp 25 Prozent zum Gesamtumsatz bei

Im zweiten Quartal legte das Onlinegeschäft von CECONOMY und MediaMarktSaturn in allen Regionen zu und verzeichnete einen Anstieg um 8,8 Prozent¹ auf einen Umsatz von 1,2 Mrd. € (Q2 2022/23: 1,1 Mrd. €). Positiv wirkten sich unter anderem die erfolgreichen Starts neuer Webshops in Polen und der Schweiz aus. Im ersten Halbjahr erzielte der Konzern einen Online-Anteil von 24,9 Prozent (H1 2022/23: 24,0 Prozent).

Voll im Plan: Operative Services & Solutions-, Marketplace- und Retail-Media-Geschäfte wachsen kräftig

Im ertragsstarken Geschäft mit Services & Solutions^{3,4}, einem Eckpfeiler der Unternehmensstrategie, hat CECONOMY den Umsatz im zweiten Quartal um 14,5 Prozent auf 349 Mio. € erhöht (Q2 2022/23: 311 Mio. €). Dazugewinnen konnte das Unternehmen im Bereich Operative Services & Solutions zum Beispiel mit seinen Angeboten zu Garantieverlängerungen und Mobilfunkverträgen.

Pressemitteilung

Auch das Marketplace-Angebot, als Verlängerung des Sortiments von MediaMarktSaturn, entwickelt sich weiterhin erfreulich: Seinen Marketplace-Umsatz (Gross Merchandise Value) konnte CECONOMY im zweiten Quartal und im ersten Halbjahr jeweils mehr als verdoppeln. Bis Ende März waren bereits rund 1.300 Verkäufer mit insgesamt über 1,7 Millionen Produkten auf der Plattform vertreten. Das Marketplace-Angebot wurde Anfang März 2024 in den Niederlanden ausgerollt. Das Unternehmen plant, es später im Jahr auch in Italien verfügbar zu machen.

CECONOMY verzeichnete auch im strategisch wichtigen Bereich Retail Media ein signifikantes Wachstum: Im zweiten Quartal konnte der Konzern seinen Ertrag verglichen zum Vorjahr nahezu verfünffachen. In den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahres verdreifachte sich der Ertrag. CECONOMY baut sein Angebot an Retail-Media-Produkten und -Lösungen auf allen seinen Märkten fortwährend weiter aus. Das Angebot umfasst neuerdings auch Werbeprodukte für Marketplace-Verkäufer sowie neue Produkte, die auf Erkenntnissen über das Verbraucherverhalten basieren und von Herstellern gut angenommen werden.

Allzeithoch: Kundenzufriedenheit steigt weiter

CECONOMY und MediaMarktSaturn konzentrieren sich darauf, kontinuierlich das Kundenerlebnis und die Kundenzufriedenheit (gemessen am NPS = Net Promoter Score) zu verbessern. Im Verlauf des zweiten Quartals erreichte der NPS 58 Punkte und übertraf damit erneut den bisherigen Höchstwert aus dem ersten Quartal. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum konnte die Gruppe den NPS um 5 Punkte erhöhen.

Solide Finanzstruktur: Starke Liquidität bei deutlich verbesserter Produktverfügbarkeit

Der Free Cashflow lag im ersten Halbjahr bei 229 Mio. € und führte bei deutlich verbesserter Produktverfügbarkeit zu einer starken Liquiditätsposition von 897 Mio. €.

„Wir haben im zweiten Quartal sowohl in unserem Kerngeschäft als auch in unseren Wachstumsfeldern eine erhöhte Dynamik bei Umsatz und EBIT verzeichnet“, sagte Dr. Kai-Ulrich Deissner, CFO von CECONOMY und MediaMarktSaturn. „Gleichzeitig festigt unsere starke Liquiditätslage unsere finanzielle Stabilität. Die Restrukturierungsmaßnahmen zahlen sich aus, wie sich an der im Quartalsvergleich verbesserten Kostenquote zeigt. So arbeiten wir weiterhin Schritt für Schritt daran, unsere auf dem Kapitalmarkt vorgestellten Mittelfristziele zu erreichen.“

Pressemitteilung

Ausblick konkretisiert: Leichter Anstieg des währungs- und portfoliobereinigten Gesamtumsatzes und bereinigtes EBIT im Bereich zwischen 290 Mio. € und 310 Mio. €

CECONOMY hat seinen Ausblick für das gesamte Geschäftsjahr 2023/24 konkretisiert: Das Unternehmen erwartet einen leichten Anstieg des währungs- und portfoliobereinigten Gesamtumsatzes und nun ein bereinigtes EBIT in der Spanne zwischen 290 Mio. € und 310 Mio. €. Dabei werden alle Segmente zum Umsatzwachstum beitragen. Die erwartete Verbesserung des bereinigten EBIT soll primär aus dem Segment West-/Südeuropa resultieren.

Vorstandschef Dr. Karsten Wildberger: „Die beeindruckende Leistung unseres Teams im ersten Halbjahr stärkt meine Zuversicht für das Gesamtjahr und verdeutlicht, dass wir die strategischen Grundlagen für weiteren Erfolg gelegt haben – insbesondere im Hinblick auf unser Ziel der Zukunftserneuerung.“

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG vereinfacht das Leben in der digitalen Welt. Die Gesellschaft ist führend für Konzepte und Marken wie MediaMarkt, Mediaworld 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

Jacqueline Casini

+49 (0)151 27 79 7164

casinij@mediamarktsaturn.com