

Pressemitteilung

Gute Aussichten für MediaMarktSaturn: CECONOMY gibt positiven Ausblick für das Gesamtjahr 2022/23 auf Basis starker Performance im dritten Quartal

- Umsatz¹ in Q3 2022/23 steigt im Vergleich zum Vorjahresquartal um 7,4 % auf 4,5 Mrd. €, in den ersten neun Monaten auf 16,9 Mrd. € (+5,9 %¹)
- Kundenzufriedenheit – NPS (Net Promoter Score) erreicht bisher höchsten Wert von 55
- EBIT² um 43 Mio. € signifikant verbessert, Neunmonatswert bei 149 Mio. €
- Free Cashflow in den ersten neun Monaten um fast eine Milliarde € im Vorjahresvergleich erhöht
- Ausblick 2022/23 aktualisiert: CECONOMY legt sich auf positives Szenario fest mit moderatem Anstieg des währungsbereinigten Gesamtumsatzes und einer deutlichen Verbesserung des bereinigten EBIT gegenüber dem Vorjahr

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

„Wir sind stolz auf unsere Performance im letzten Quartal. In den letzten Monaten haben wir wichtige Fortschritte bei der Umsetzung unserer Strategie, die sich konsequent am Kundennutzen ausrichtet, erreicht. Unsere finanziellen Erfolge sind das Resultat. So haben wir in Deutschland und Italien neue Store-Formate ausgerollt und unseren Marketplace-Außenumsatz deutlich gesteigert. Wir schreiten erfolgreich in unserer Transformation zu einer kundenzentrierten Serviceplattform voran und stärken unsere Position als führender Anbieter für Consumer Electronics in Europa. So wie sich unser Unternehmen im bisherigen Verlauf des Geschäftsjahres entwickelt hat, blicken wir zuversichtlich auf das letzte Quartal und sind optimistisch, unsere Wachstumsziele für das Gesamtjahr zu erreichen. Ich danke allen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern herzlich für ihr großartiges Engagement, das zu diesen Erfolgen geführt hat.“

Düsseldorf, 10. August 2023 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“), Europas führendes Unternehmen für Consumer Electronics, hat im dritten Quartal 2022/23 erneut Wachstum verzeichnet und den Umsatz¹ im Vergleich zum Vorjahreszeitraum währungs- und portfoliobereinigt um 7,4 % auf rund 4,5 Mrd. € gesteigert. Das bereinigte operative Ergebnis (EBIT²) lag im Berichtszeitraum bei rund –60 Mio. € und damit um rund 43 Mio. € über dem Vorjahreswert (Q3 2021/22: –102 Mio. €). CECONOMY profitierte von einer weiterhin guten Kundennachfrage im stationären Geschäft sowie einer erfreulichen Entwicklung im Services & Solutions-Geschäft.

¹ Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz.

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

Pressemitteilung

Aus Neun-Monats-Sicht erwirtschaftete CECONOMY einen Umsatz¹ von 16,9 Mrd. €. Dies entspricht einem Plus von 5,9 % im Vergleich zum Vorjahr (9M 2021/22: 16,5 Mrd. €). Das bereinigte EBIT² lag mit rund 149 Mio. € deutlich über Vorjahresniveau (9M 2021/22: 114 Mio. €).

Deutschland weiter auf Wachstumskurs, Erholung in West-/Südeuropa

Die Geschäftsentwicklung in den einzelnen Segmenten entwickelte sich für CECONOMY im dritten Quartal weitestgehend positiv. Im Segment DACH zog insbesondere in Deutschland und Österreich die Kundennachfrage noch einmal an. Im Segment West-/Südeuropa sank der Umsatz um 1,4 %¹ gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Niederlande verzeichneten aufgrund guter Entwicklung im Online-Geschäft und starker Nachfrage im Bereich Services & Solutions jedoch ein Umsatzplus. Das Segment Osteuropa erzielte dank starker Umsatzentwicklung in der Türkei ein kräftiges Wachstum.

Verstärkte Kundennachfrage im stationären Geschäft in DACH-Region

In der DACH-Region kauften die Kunden von MediaMarktSaturn im dritten Quartal verstärkt stationär ein: In Deutschland konnte CECONOMY die Umsätze in seinen Märkten um 8,2 % erhöhen. Bisher wurde über ein Drittel der Märkte in der DACH-Region modernisiert oder in neue Store-Formate überführt, die in Größe und Konzept noch besser auf die Kundenanforderungen am jeweiligen Standort zugeschnitten sind.

Online-Geschäft: Erhöhte Pick-Up-Quote in einem rückläufigen Gesamtmarkt

Das Online-Geschäft von CECONOMY und MediaMarktSaturn verzeichnete in einem rückläufigen Gesamtmarkt im dritten Quartal einen Umsatz von 947 Mio. € und lag damit unter dem Vorjahreswert. Der Online-Anteil am Gesamtumsatz lag bei 20,4 % (Q3 2021/22: 22,9 %). Die Kunden setzten weiterhin auf den Trend des Online-Bestellens und stationären Abholens: Die Pick-up-Rate erhöhte sich entsprechend auf rund 41 % (Q3 2021/22: 38 %).

Umsatzanteil im Geschäft mit Services & Solutions steigt auf 6,5 %

Das Services & Solutions-Geschäft erzielte im dritten Quartal einen Umsatz von 302 Mio. €. Dies entsprach einem Anteil am Gesamtumsatz von 6,5 % (Q3 2021/22: 6,4 %). Getragen wurde das Umsatzplus im Bereich Services & Solutions unter anderem durch eine erhöhte Nachfrage im Retail Media und bei Garantieverlängerungen. In den ersten neun Monaten 2022/23 stieg der Services & Solutions-Umsatz um 8,5 % auf rund 1,0 Mrd. €.

Kundenzufriedenheit weiter verbessert

Bei der Umsetzung ihrer Strategie richten CECONOMY und MediaMarktSaturn alles darauf aus, das Kundenerlebnis und die Kundenzufriedenheit auf allen Kanälen weiter zu verbessern. Eine Kennzahl zur Messung des Fortschritts ist der Net Promoter Score (NPS). Im dritten Quartal hat das Unternehmen den Wert auf 55 steigern können, der bisher höchste Wert seit Beginn der Messung.

¹ Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz.

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

Pressemitteilung

Auch in den strategischen Kernfeldern ihres Retail-Serviceplattform-Ansatzes erzielten CECONOMY und MediaMarktSaturn im dritten Quartal signifikante Fortschritte.

Beschleunigter Ausbau des Marketplace: Rund 1,2 Millionen Produkte bereits auf Plattform

Mit ihrem Marketplace bieten CECONOMY und MediaMarktSaturn ihren Kunden als Verlängerung des Sortiments noch mehr Auswahl. Für das Unternehmen ist er eine weitere Einnahmequelle, die keine eigene Lagerhaltung und die entsprechenden Kosten erfordert. Derzeit ist der Marketplace live in Deutschland, Österreich und Spanien und konnte dort im dritten Quartal ein Umsatzwachstum von 121 % erzielen. Als Nächstes wird der Marketplace in den Niederlanden und in Italien eingeführt werden. Auch das Marketplace-Angebot für Kunden wächst: Zu Ende Juli 2023 hatte das Unternehmen bereits rund 1.060 Reseller mit insgesamt knapp 1,2 Millionen Produkten auf seiner Plattform.

Free Cashflow um fast eine Milliarde € im Vorjahresvergleich gesteigert

Die Maßnahmen zur Stärkung der Liquidität zeigen weiterhin Wirkung: Der Free Cashflow lag in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres 2022/23 rund 990 Mio. € über dem Vorjahreswert. Wesentlicher Treiber war die Veränderung des Nettobetriebsvermögens, dank der erfolgreichen Umsetzung des geplanten Vorratsabbaus sowie des verbesserten Forderungsmanagements.

„Wir verändern unser Geschäftsmodell schrittweise in Richtung einer deutlich höheren Profitabilität- und Cash-Generierung mit weiterhin hohem Fokus auf dem Kostenmanagement“, sagte Dr. Kai-Ulrich Deissner, CFO der CECONOMY AG. „So haben wir im dritten Quartal bei stabiler Bruttomarge das operative Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr kräftig gesteigert. Trotz der herausfordernden Umstände in unserer Industrie stehen wir heute bei der Liquidität, beim Free Cashflow und beim Bestandsmanagement deutlich besser da als vor einem Jahr.“

Prognose angepasst zugunsten des positiven Ausblicks

Vor dem Hintergrund des erfolgreichen Geschäftsjahresverlaufs in den ersten neun Monaten setzt CECONOMY für das Gesamtjahr 2022/23 auf eine moderate Steigerung des Umsatzes und eine deutliche Verbesserung des bereinigten EBIT. Dabei gelten die Annahmen, dass sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht verschlechtern werden und der Markt für Consumer Electronics allenfalls moderat schrumpfen wird.

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.

¹ Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz.

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

Pressemitteilung

Pressekontakt

Jacqueline Casini

+49 (0)151 27 79 7164

casinij@mediamarktsaturn.com