

Pressemitteilung

CECONOMY steigert Umsatz und Ergebnis im zweiten Geschäftsjahresquartal

- Umsatz in Q2 2022/23 um 6,4 Prozent auf 5,3 Mrd. € gesteigert, im Halbjahr auf 12,4 Mrd. € (+5,5 Prozent¹)
- Strategisches Geschäft mit Services & Solutions wächst im Quartal um 5,2 Prozent auf 323 Mio. €
- EBIT² um 35 Mio. € auf –23 Mio. € verbessert, Halbjahreswert liegt bei 207 Mio. €
- Free Cashflow im ersten Halbjahr um mehr als 800 Mio. € erhöht

CEO Dr. Karsten Wildberger:

„Nach einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft im ersten Quartal zeigen unsere Maßnahmen auch im zweiten Geschäftsjahresquartal ihre positive Wirkung. Wir haben bedeutende Fortschritte in unserer Transformation erzielt, dank effektiver Umsetzung unserer Strategie und kontinuierlicher Optimierung unserer betrieblichen Abläufe. Wir blicken trotz herausfordernder Rahmenbedingungen zuversichtlich auf das zweite Halbjahr.“

Düsseldorf, 15. Mai 2023 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“), Europas führendes Unternehmen für Consumer Electronics, hat im zweiten Quartal 2022/23 mehr Kundennachfrage erzeugt und den Umsatz um 6,4 Prozent¹ auf 5,3 Mrd. € (Q2 2021/22: 5,0 Mrd. €) gesteigert. Das anziehende stationäre Geschäft und eine positive Entwicklung in der DACH-Region und in der Türkei treiben das Wachstum. CECONOMY gewann in DACH zudem Marktanteile hinzu. Auf Halbjahressicht hat das Unternehmen den Umsatz im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 5,5 Prozent¹ auf 12,4 Mrd. € (H1 2021/22: 11,9 Mrd. €) erhöht.

Auf der Ergebnisseite kletterte das bereinigte EBIT² im Quartal im Vorjahresvergleich um 35 Mio. € auf –23 Mio. €. Das bereinigte EBIT² erreichte in den ersten sechs Monaten mit 207 Mio. € fast das Niveau des Vorjahres (H1 2021/22: 216 Mio. €).

Starkes Geschäft in wichtigen Märkten

Im größten Einzelmarkt Deutschland hat das Unternehmen Umsatz und Ergebnis gesteigert. Wesentliche Treiber sind dabei Synergien in Marketing und Logistik, die CECONOMY durch die Führung beider Vertriebsmarken MediaMarkt und Saturn zunehmend aus einer Hand realisiert hat. In der Türkei ist CECONOMY erneut sehr dynamisch und profitabel gewachsen.

Strategisches Geschäft mit Services & Solutions wächst deutlich

Im ertragsstarken Geschäft mit Services & Solutions, einem Eckpfeiler der Unternehmensstrategie, hat CECONOMY den Umsatz im zweiten Quartal um 5,2 Prozent auf 323 Mio. € erhöht. Dies entspricht einem Anteil am Gesamtumsatz von 6,1 Prozent. Das Unternehmen konnte zum Beispiel

¹ Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz

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

Pressemitteilung

mit seinen Angeboten zu Garantieverlängerungen und auch mit neuen Services wie der Inzahlungnahme von gebrauchten Elektrogeräten (Trade-In) dazugewinnen.

Starkes Wachstum im stationären Geschäft

Wie im ersten Geschäftsjahresquartal kommt deutliches Wachstum aus dem stationären Geschäft: MediaMarktSaturn generiert höhere Kundenfrequenzen und entsprechend stieg der Umsatz im Vergleich zum Vorjahresquartal um 11 Prozent auf knapp 4,2 Mrd. €. Das Unternehmen modernisiert seine Märkte und führt neue Store-Formate ein, die in Größe und Konzept noch besser auf die Kundenanforderungen am jeweiligen Standort zugeschnitten sind.

Online-Geschäft trägt knapp 22 Prozent zum Gesamtumsatz bei

Das Online-Geschäft lieferte im zweiten Geschäftsjahresquartal einen Umsatz von 1,1 Mrd. €, was einem Anteil am Gesamtumsatz von 21,5 Prozent entspricht. Dieser Wert liegt deutlich über dem Niveau vor der COVID-19-Pandemie (rund 14 Prozent). Die Pick-up-Quote ist im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozentpunkte auf 39 Prozent gestiegen.

Kundenzufriedenheit auf Allzeithoch

CECONOMY und MediaMarktSaturn richten alles darauf aus, das Kundenerlebnis und die Kundenzufriedenheit (gemessen am NPS = Net Promoter Score) fortlaufend zu verbessern. Im zweiten Quartal betrug der NPS 53 und lag wieder auf dem bisherigen Höchstwert aus dem ersten Quartal. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum hat die Gruppe den NPS um 4 Punkte gesteigert.

Free Cashflow deutlich erhöht

Die Maßnahmen zur Stärkung der Liquidität zeigen Wirkung: Im Halbjahresvergleich hat CECONOMY den Free Cashflow um mehr als 800 Mio. € erhöht. Wesentliche Treiber waren die Optimierung der Lagerbestände und der Warenumsatz.

„Unsere Fortschritte beim Vorratsmanagement zahlen sich aus“, sagte Dr. Kai-Ulrich Deissner, CFO von CECONOMY und MediaMarktSaturn. „Zugleich arbeiten wir weiter hart daran, unsere Profitabilität zu stärken. Dazu gehört auch, unsere Kostenstrukturen an die veränderten Rahmenbedingungen anzupassen. Wir optimieren die Abläufe in den Verwaltungsfunktionen und reduzieren Komplexität. Wir wollen als Gesamtunternehmen noch schneller, effizienter und leistungsfähiger werden und damit unsere Ertragskraft nachhaltig steigern.“

Ausblick: Szenario 1 wahrscheinlicher – leichter Umsatzanstieg und deutliche Verbesserung des bereinigten EBIT

Mit Blick auf die unsicheren und von Volatilität geprägten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen plant CECONOMY für den weiteren Jahresverlauf weiter in zwei Szenarien:

Pressemitteilung

Im Szenario 1 erwartet das Unternehmen für das Gesamtjahr 2022/23 einen leichten Anstieg des währungsbereinigten Gesamtumsatzes und eine deutliche Verbesserung des bereinigten EBIT gegenüber dem Vorjahr. Dabei gelten die Annahmen, dass sich die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen nicht verschlechtern werden und der Markt für Consumer Electronics allenfalls moderat schrumpfen wird.

Szenario 2 berücksichtigt eine ungünstigere gesamtwirtschaftliche Entwicklung als heute abzusehen ist, die auch die Nachfrage im Markt für Consumer Electronics stärker sinken lassen würde. In diesem Fall müsste CECONOMY deutliche Rückgänge des währungsbereinigten Gesamtumsatzes und des bereinigten EBIT gegenüber dem Vorjahr einkalkulieren.

Vorstandschef Dr. Karsten Wildberger: „Unsere Leistung im ersten Halbjahr bestätigt meine Zuversicht für das Gesamtjahr. Wir halten Szenario 1 weiterhin für das wahrscheinlichere Szenario.“

Über CECONOMY

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

Uwe Wolfinger
+49 (0)151 1511-3933
uwe.wolfinger@ceconomy.de