

Weismain, 27. April 2023

Solide Bilanz für das Geschäftsjahr 2022/23

BAUR-Gruppe erwirtschaftet gutes Ergebnis in schwierigen Zeiten

Die BAUR-Gruppe hat sich im ersten Geschäftsjahr nach Auslaufen der Corona-Sonderkonjunktur dank exzellenter operativer Steuerung und ausgeprägter Anpassungsfähigkeit in einem herausfordernden Marktumfeld gut behauptet. Der umsichtige, auf Ergebnis- und Zukunftssicherung ausgerichtete Kurs des im Online-Handel und Dienstleistungsgeschäft aktiven Unternehmensverbundes hat sich erneut bewährt und den erwünschten Erfolg gebracht. Alle Geschäftseinheiten schreiben trotz des gestiegenen Kosten- und Margendrucks schwarze Zahlen und tragen zu einem soliden Ergebnis in konjunkturell schwierigen Zeiten bei. Der Umsatz blieb in dem von Kaufzurückhaltung und deutlich gestiegenen Lebenshaltungskosten geprägten Rahmenbedingungen erwartungsgemäß unter dem Rekordwert des Vorjahres, übertraf allerdings klar das Vor-Corona-Niveau. So summiert sich der Netto-Außenumsatz der BAUR-Gruppe im Geschäftsjahr 2022/23 auf 876 Mio. Euro (nach IFRS 15) und liegt damit - verstärkt durch den bewussten Verzicht auf unwirtschaftliche Umsätze im Zuge der konsequenten ergebnisorientierten Vertriebssteuerung - um 9,5 Prozent unter dem vergleichbaren Vorjahreswert.*

„Wir sind gleichermaßen stolz wie auch sehr zufrieden mit den Ergebnissen eines Geschäftsjahres, das unseren Teams in allen Geschäftseinheiten aufgrund der historisch einmaligen Ballung an Krisenszenarien alles abverlangt hat“, unterstreicht Stephan P. Elsner, der Vorsitzende der BAUR-Geschäftsführung. „Wir konnten einen signifikanten Teil der von außen herangetragenen Belastungen durch geschicktes, sehr flexibles Agieren und Reagieren auffangen und haben uns erneut als schlagkräftige, erfolgs- und kundenorientierte Organisation innerhalb der Otto Group bewiesen. Jetzt gilt es, den eingeleiteten Weg der digitalen Transformation weiter konsequent zu beschreiten, die erreichten Fortschritte abzusichern und unsere Geschäftsmodelle im Online-Handel und im Dienstleistungsgeschäft zukunftsfit zu gestalten. Wir sind dabei, unsere gesamte Geschäftstätigkeit und Organisation noch sehr viel stärker kundenzentriert und datengetrieben aufzustellen. Wir wollen noch effizienter in allen unseren Abläufen und Prozessen werden und uns zusätzliche Wertschöpfungspotenziale erschließen. All das machen wir, um unsere Leistungen für unsere Kund*innen weiter steigern zu können und damit die Basis für künftige Markterfolge zu stärken. Eine wesentliche Rolle spielt dabei Künstliche Intelligenz, die wir bereits im Online-Marketing oder im Customer Service erfolgreich einsetzen und für die wir aktuell in zahlreichen Tätigkeitsfeldern Anwendungen entwickeln.“

Online-Handel: Kundenzahl und Umsatz klar über Vor-Corona-Niveau

Der Online-Shop baur.de sah sich besonderen Herausforderungen konfrontiert, die erfolgreich bewältigt wurden. Corona hatte einen außerordentlichen Wachstumsschub ausgelöst und zugleich für eine hohe Belastung der Organisation gesorgt. Nach Auslaufen des Push-Effekts im Frühjahr 2022 mussten die Teams das Handelsgeschäft rasch wieder auf ein niedrigeres Niveau anpassen, ohne dabei die Profitabilität zu gefährden. Der Umsatz verminderte sich im Vorjahresvergleich zwar zweistellig, übertrifft jedoch unverändert das Referenzjahr 2019/20 mit einer zweistelligen Quote. In den Sortimenten schloss Damenoberbekleidung nahezu auf, Technik/Freizeit leicht unter Vorjahresniveau ab. Nach den massiven Zuwächsen seit 2020 blieb Home - vor allem Möbel und Wohntextilien - deutlich unter dem Vorjahr, ist aber weiterhin mit einem Anteil von rund 40 Prozent das umsatzstärkste Sortiment.

Erfreulicherweise lagen wesentliche Kennziffern wie Anzahl der Kund*innen (2,4 Mio.), Neukund*innen (460.000) und Bestellungen (3,3 Mio.) im Berichtsjahr klar über oder auf Vor-Corona-Niveau. Hohes Wachstum zeigte die BAUR-App, die mittlerweile 36 Prozent der Nachfrage auf sich vereint und damit noch vor Desktop- und Mobile-Shop zum bevorzugten Zugang der Kund*innen aufgestiegen ist. Im Juni 2022 hat BAUR zum letzten Mal Kataloge verschickt und präsentiert sich seitdem als Online Pure Player.

Die UNITO-Gruppe zeigte mit ihren Marken OTTO Österreich, Universal, Quelle, Ackermann und Lascana eine ebenfalls zufriedenstellende Entwicklung, wenngleich - vergleichbar zu BAUR - ein Teil der außerordentlichen hohen Zuwächse aus dem Corona-Umsatzeffekt wieder abgeben werden musste: Der Umsatz reduzierte sich um 8 Prozent auf 363 Mio. Euro. Einen sehr positiven Geschäftsverlauf verzeichnete OTTO Österreich mit einem Umsatzplus von 9 Prozent. Insgesamt erwies sich die österreichische Tochter wieder als zuverlässiger Ertragsgarant und leistete einen signifikanten Beitrag zum Ergebnis der BAUR-Gruppe.

Dienstleistungen: Neue Mandanten und erfolgreiche Standortsicherung

„Unsere Dienstleistungssparte hat die besonders anspruchsvollen Marktbedingungen im Drittkunden- und Konzerngeschäft ausgezeichnet gemeistert und sehr gute Ergebnisse erzielt“, betont Hans-Christian Müller, Geschäftsführer Steuerung und Dienstleistungen. „Wir haben im Konzernverbund weitreichende und für den Wirtschaftsstandort Oberfranken positive Weichenstellungen vorgenommen. Standortsicherung bleibt für uns ein vorrangiges Ziel.“

In Altenkunstadt entsteht aktuell ein vollautomatisiertes Shuttlelager. Die Bauarbeiten verlaufen planmäßig, der Baukörper mit den so genannten Shuttleblöcken Nord und Süd ist fertiggestellt, die Montage der Technik zu einem großen Teil bereits erfolgt. Die ersten Software-Tests wurden erfolgreich durchgeführt. Bis Juni wird der Neubau mit dem Bestandsgebäude per Tunnel und Warenbrücke verbunden. Die ersten Pakete werden im Frühjahr 2024 den Standort verlassen. Die Großinvestition in einem Volumen von rund 150 Mio. Euro ist mit einem neuen gesellschaftsrechtlichen Rahmen verbunden. Zum 1. Juni 2022 erfolgte der Betriebsübergang von Teilen der BAUR-Logistik auf die neue Logistikgesellschaft Baur Hermes Fulfilment (BHF). Rund 1.900 Mitarbeiter*innen wechselten in das Gemeinschaftsunternehmen der beiden Konzerngesellschaften BAUR und Hermes Fulfilment. BHF steuert seitdem den Standort Altenkunstadt und betreut von dort aus die Logistik für den Kunden About You.

Maßnahmen zur Zukunftssicherung wurden ebenfalls für den Standort Sonnefeld umgesetzt, der auch weiterhin ein starkes Standbein im Logistikverbund der Otto Group darstellt. Sonnefeld mit seinen aktuell rund 750 Mitarbeitenden bearbeitete in den vergangenen Jahren vor allem Sendungen für OTTO und BAUR. Die Abwicklung für die Konzerngesellschaft Manufactum startet im Mai 2023. Betreut werden künftig auch Mandanten außerhalb der Otto Group. Das erste externe Unternehmen wird im Herbst die ausgewiesene Kompetenz und operative Exzellenz der BAUR-Logistik in Anspruch nehmen.

BFS Baur Fulfillment Solutions zeigte ein ausgezeichnetes Geschäftsjahr, steigerte den Umsatz und übertraf das Ergebnisziel. Die Dienstleistungstochter ist in den Bereichen Customer Service, Logistik und Zahlungsmanagement aktiv und betreut Mandanten wie die s.Oliver Group, Eddie Bauer und ResMed.

Die Transformation des E-Commerce-Dienstleisters empiriecom geht weiter. Die aus dem früheren E-Commerce-Bereich von BAUR hervorgegangene Geschäftseinheit entwickelt sich zu einem kompletten Software House. Kern des Portfolios ist die „empiriecom commerce suite“, eine der größten E-Commerce-Plattformen im DACH Raum. Erfolgreich wurde das Netzwerk außerhalb der Otto Group enger geknüpft und Neukunden wie Cyberport, Profishop und Nuki gewonnen. Die auf Foto- und Videodienstleistungen spezialisierten BAUR Studios sind ebenfalls im Drittkundengeschäft aktiv. Im Berichtsjahr produzierten die Studios mehrere Kampagnen zum internationalen Launch einer neuen Produktlinie für einen weltweit führenden Hersteller von Computer-Eingabegeräten.

Ausblick: Umsichtiger Kurs in einer Phase des Wandels

„Das im März angelaufene Geschäftsjahr 2023/24 wird aufgrund der unsicheren konjunkturellen Aussichten noch herausfordernder,“ betont Stephan P. Elsner. „Die ersten Wochen verliefen im Rahmen unserer Erwartungen und bestätigen unseren umsichtigen Kurs. Wir erwarten in diesem Jahr noch keine Rückkehr auf den langfristigen Wachstumskurs. Wir werden deshalb an der strikt ergebnisorientierten Steuerung unserer Geschäfte festhalten. Zukunftssicherung bleibt das wichtigste Ziel. Dazu werden wir die zahlreichen parallelen Transformationen konsequent vorantreiben und als elementares Zukunftsthema, Kundenzentrierung und Datengetriebenheit im Denken und Handeln weiter verankern.“

* Vergleichbare Umsatzbasis

Dienstleistungsumsätze mit dem Kunden About You (AY) in der Logistik werden seit der Vollkonsolidierung von AY in der Otto Group im Juni 2021 nicht mehr als IFRS-Außenumsätze ausgewiesen. Das Vorjahr von März bis Mai 2021 wurde um AY-Umsätze bereinigt. Die neu gegründete BHF hat im GJ 22/23 das Dienstleistungsgeschäft mit AY übernommen, zählt im IFRS-Umsatzausweis allerdings nicht zur BAUR-Gruppe. Diese Dienstleistungsumsätze werden im Vorjahresvergleich deshalb nicht mehr aufgeführt, um eine vergleichbare Basis zu schaffen.

Profil: Die BAUR-Gruppe

Die BAUR-Gruppe steht für einen wirtschaftlich soliden Unternehmensverbund, der sich mit nachhaltigem Erfolg auf Online-Handel und Dienstleistungen konzentriert. Kernunternehmen der Gruppe ist BAUR mit dem Online-Shop baur.de. Ergänzt wird das Geschäftsfeld Online-Handel durch den Mode- und Schuhspezialisten I'm walking. Zudem verantwortet die österreichische Tochter UNITO Marken wie Universal, OTTO Österreich, Quelle in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie Ackermann. Zum Geschäftsfeld Dienstleistungen zählen BFS Baur Fulfillment Solutions, die BAUR Studios und der E-Commerce-Dienstleister empiriecom. Seit 1997 ist BAUR ein Mitglied der weltweit aktiven Otto Group. Unternehmenssitz ist Burgkunstadt in Oberfranken. Weiterer Gesellschafter ist die Friedrich-Baur-Stiftung. Zum Stichtag 28. Februar 2023 zählte die BAUR-Gruppe 2.866 Mitarbeiter*innen, davon 391 in der österreichischen Tochtergesellschaft UNITO. Einschließlich der Logistikgesellschaft Baur Hermes Fulfilment, ein Gemeinschaftsunternehmen der Konzerngesellschaften BAUR und Hermes Fulfilment, summiert sich die Gesamtzahl der Beschäftigten auf 4.745.

Medienkontakt:

Manfred Gawlas

Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher

T 09572 91 3020 bzw. M 0151 21040125; manfred.gawlas@baur-gruppe.com

www.baur-gruppe.com