

Corporate News

elumeo SE stoppt Umsatzrückgang und schließt erstes Halbjahr 2022 mit positivem Ergebnis ab

- Umsatzeinbruch in zweiter Hälfte von Q2 erfolgreich eingedämmt; Umsatzrückgang mit -9,7% HoH im Rahmen der Prognose; Live deutlich stärker als der Teleshopping Markt
- Bereinigtes-EBITDA in H1 2022 von EUR 1,2 Mio.
- Q2 2022 bringt das neunte positive Quartalsergebnis in Folge (auf Basis Bereinigtes-EBITDA)
- In Q1 eingeleitete Kostensenkungsmaßnahmen zeigen erste Wirkungen
- Eigenkapital-Quote überspringt erstmals seit Q4 2018 die 50%-Marke
- Bewegtbild-App jooli erfolgreich in den USA gelauncht – Indien liegt weiterhin über den Erwartungen

Berlin, 12.08.2022 – Die elumeo SE (ISIN DE000A11Q059), der führende elektronische Einzelhändler für Edelsteinschmuck in Europa, hat den infolge des Krieges in der Ukraine erlittenen Umsatzrückgang erfolgreich eindämmen können und das erste Halbjahr 2022 auf Basis des Bereinigten-EBITDA mit einem positiven Ergebnis abgeschlossen. Das Bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Bereinigtes-EBITDA) betrug EUR 1,2 Mio. (H1/2021: EUR 1,8 Mio.). Das EBIT belief sich auf TEUR -332 (H1/2021: EUR 1,2 Mio.). Das Konzern-Gesamtergebnis lag bei TEUR -442 nach EUR 1,2 Mio. in Q1/2021. Mit einem Bereinigten-EBITDA in Q2/2022 von TEUR 785 nach TEUR 763 in Q2/2021 blieb der Konzern auch im neunten Quartal in Folge profitabel.

Elumeo erwirtschaftete im ersten Halbjahr 2022 Umsatzerlöse von EUR 23,5 Mio. nach EUR 26,1 Mio. im Vorjahreszeitraum (-9,7%). Beim Umsatzrückgang entfällt ein Anteil von 3,1%-Punkten auf das TV-Geschäft in Italien. Dieser geht jedoch einher mit einer überproportional hohen Einsparung von Reichweitekosten im italienischen Markt. Die rückläufige Umsatzentwicklung lässt sich zum einen mit dem außergewöhnlich starken Wachstum von 30,3% im Vergleichshalbjahr 2021 erklären, als sich viele europäische Länder im coronabedingten Lockdown befanden. Darüber hinaus wirkten sich im ersten Halbjahr 2022 mehrere makroökonomische Entwicklungen negativ auf das Kaufverhalten der Kundinnen und Kunden aus, insbesondere die hohe Inflation.

„Der Krieg in der Ukraine sorgt weiterhin für ein herausforderndes Marktumfeld. Entscheidend war es deshalb, dass unsere bereits im ersten Quartal eingeleiteten Kostensenkungsmaßnahmen im zweiten Quartal schnell erste Wirkungen zeigten. Insbesondere die Reichweitenverringerung in Italien sowie deutlich geringere Personalkosten, trotz intensiver Investitionen in jooli, haben entscheidend dazu beigetragen, dass wir das erste Halbjahr mit einem positiven Ergebnis abschließen konnten“, so Florian Spatz, Chief Executive Officer der elumeo SE. In der Folge legte die Eigenkapitalquote des Konzerns von 49,2% auf 51,8% zu und übertrifft damit erstmals seit Q4 2018 den Zielwert von 50%.

Auch im zweiten Quartal 2022 hat elumeo die Entwicklung seiner Video-Shopping-App jooli weiter vorangetrieben. jooli bietet mit kurzen, unterhaltsamen Videos ein vollkommen neues Einkaufserlebnis, das bisher in Europa einzigartig ist. Die Videos werden von unabhängigen Partnern

produziert, über die Affiliate-Plattform von jooli gesteuert und ausgespielt sowie über ein Provisionsmodell abgerechnet. Für die Weiterentwicklung der App entstanden in H1/2022 Aufwendungen in Höhe von EUR 0,9 Mio. Diese Aufwendungen wurden nicht aktiviert. Jooli ging erstmals im April 2021 in Deutschland an den Start. Nach einem Launch im indischen Markt, dessen Entwicklung nach wie vor über den Erwartungen liegt, ist Jooli seit Anfang August auch erfolgreich in den USA aktiv.

Das Management der elumeo SE erwartet für das Gesamtjahr 2022 eine weiterhin hohe Volatilität in Abhängigkeit von der weiteren Entwicklung der Covid-19-Pandemie sowie der derzeit ungewissen Auswirkungen des Krieges in der Ukraine. Das gilt insbesondere für mögliche negative Auswirkungen auf das Vertrauen der Kundinnen und Kunden in den elumeo Märkten, für ungünstige Wechselkurse und eine erhöhte Inflation. Dr. Riad Nourallah, CFO der elumeo SE, blickt weiterhin verhalten optimistisch auf den Fortgang des Geschäftsjahres: „Auf Basis der Entwicklung des ersten Halbjahres 2022 gehen wir für das Gesamtjahr von einem Umsatzrückgang im einstelligen %-Bereich aus. Für den Webshop erwarten wir, dass sich das zuletzt sehr starke Wachstum in 2022 abschwächen und im niedrigen einstelligen Prozentbereich liegen wird. Die Rohertragsmarge soll sich weiter stabil bei mehr als 50% entwickeln. Das Bereinigte-EBITDA wird im Gesamtjahr 2022 voraussichtlich in einem niedrigen einstelligen Millionen-Bereich liegen.“

Über die elumeo SE:

Die elumeo Gruppe mit Sitz in Berlin ist das führende europäische Unternehmen im elektronischen Direktvertrieb von hochwertigem, Edelsteinschmuck. Über eine Vielzahl von elektronischen Vertriebskanälen (TV, Internet, Smart TV und Smartphone-App) bietet das börsennotierte Unternehmen seinen Kunden insbesondere farbigen Edelsteinschmuck zu günstigen Preisen an. Die elumeo Gruppe betreibt Homeshopping-Fernsehsender in Deutschland, Österreich, Schweiz und Italien sowie Webshops in Deutschland, Österreich, Schweiz, Großbritannien, Italien, Frankreich, den Niederlanden, Spanien und Belgien. Die elumeo Gruppe betreibt mit ihrer 100%-igen Tochtergesellschaft die KI-gesteuerte Video-Shopping-App jooli.com.

Kontakt

elumeo SE
Investor Relations
Erkelenzdammer 59/61
10999 Berlin
Tel.: +49 30 69 59 79-231
Fax: +49 30 69 59 79-650
E-Mail: ir@elumeo.com

www.elumeo.com