

Corporate News

elumeo SE veröffentlicht Konzernabschluss 2022: Umsatz gibt infolge von Ukraine-Krieg und Inflation nach – Bereinigtes EBITDA bleibt positiv – Videoshopping-App Jooli wächst weiter rasant

- Umsatz gibt um 9,5% nach auf EUR 45,8 Mio. (Vorjahr: EUR 50,7 Mio.)
- Bereinigtes EBITDA i.H.v. EUR 2,2 Mio. (Vorjahr: EUR 4,9 Mio.) nach elftem positivem Quartal in Folge (Q4/2022)
- Positiver operativer Cash Flow in H2 2022 i.H.v. EUR 149 k
- Italiengeschäft nach Restrukturierung mit profitabilem Ergebnis
- Ausblick für Umsatz und Bereinigtes EBITDA in 2023 stabil
- Videoshopping-App Jooli wächst auf über 1.200 Kanäle und mehr als acht Mio. ausgespielte Videos – Reihe von Produktverbesserungen geplant in 2023

Berlin, 28.04.2023 – Die elumeo SE (ISIN DE000A11Q059), der führende elektronische Einzelhändler für Edelsteinschmuck in Europa, hat ein herausforderndes Geschäftsjahr 2022 zufriedenstellend abgeschlossen – trotz der Nachwirkungen der Covid-19-Pandemie sowie der negativen Folgen des Ukraine-Krieges samt rasant steigender Inflation und Kaufzurückhaltung der Kundinnen und Kunden. Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum gaben die Umsatzerlöse um 9,5% auf EUR 45,8 Mio. nach (Vorjahr: EUR 50,7 Mio.). In der Folge fiel auch das bereinigte Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (Bereinigtes EBITDA) geringer aus als im Vorjahr. Die zentrale Finanzkennzahl des Konzerns sank auf 2,2 Mio. Euro (Vorjahr: EUR 4,9 Mio., -54,6%), blieb aber im elften Quartal in Folge positiv. Nachdem im Vorjahr noch ein Konzernergebnis von 9,3 Mio. Euro erwirtschaftet werden konnte, fiel das Ergebnis nun auf EUR -3,3 Mio. Ursache hierfür waren u.a. deutlich geringere aktive latente Steuern.

Das Geschäftsjahr 2021 war eines der besten in der Geschichte von elumeo, die Messlatte lag damit für das Folgejahr besonders hoch. „So lässt sich die rückläufige Umsatzentwicklung in 2022 teilweise auch mit dem außergewöhnlich starken Wachstum von 19,5% im Vorjahreszeitraum erklären, als sich viele europäische Länder im coronabedingten Lockdown befanden und die Kundinnen und Kunden vermehrt von zu Hause aus einkauften. Hinzu kamen in 2022 gleich mehrere makroökonomische Effekte, die sich negativ auf unser Geschäft auswirkten“, kommentiert Wolfgang Boyé, Verwaltungsratsvorsitzender der elumeo SE, die Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr. Auch die Devisenmärkte hätten dem Unternehmen nicht in die Karten gespielt, so Boyé. Die schwächere Entwicklung des Euros gegenüber der indischen Rupie, dem US-Dollar und dem Thai Baht habe zu einem Rückgang in der Rohertragsmarge geführt.

Florian Spatz, Chief Executive Officer der Gruppe, fügt an: „Nach dem Umsatzeinbruch in der zweiten Hälfte des ersten Quartals infolge des Kriegsausbruchs in der Ukraine ist es uns gelungen, das Produktangebot schnell an das veränderte Kaufverhalten unserer Kundinnen und Kunden anzupassen. So konnten wir den Bestand und die prozentuale Rohertragsmarge im vierten Quartal stützen und den

Umsatz im zweiten Halbjahr in unserem Kern-Livegeschäft gegenüber dem starken Vorjahr stabilisieren.“ Im Ergebnis stand für elumeo im zweiten Halbjahr 2022 ein positiver operativer Cash Flow i.H.v. EUR 149 k.

Die bereits im ersten Quartal 2022 eingeleiteten umfangreichen Maßnahmen zur Kostenoptimierung haben die erhoffte nachhaltige Wirkung erzielt. Besonders trugen dazu die Reichweitenverringerung in Italien sowie niedrigere Marketingausgaben bei. Zwar verursachte die Verkleinerung des Sendefensers in Italien von ursprünglich 24 auf vier bis sieben Stunden pro Tag einen Umsatzrückgang von etwa 50% des Italienischen Live-Geschäftes, dieser ging jedoch einher mit einer überproportional hohen Einsparung von Reichweitekosten. In Summe konnte das Italiengeschäft einen positiven Beitrag zum EBITDA liefern.

Für 2023 erwartet elumeo eine anhaltend hohe Volatilität infolge des Krieges in der Ukraine und eine weiterhin hohe Inflation. Infolgedessen bezieht sich die Prognose des Unternehmens auf einen vorsichtigen Ansatz der zukünftigen Entwicklung und berücksichtigt mögliche weitere negative Einflüsse aus Nachfrageeinbrüchen und Versorgungsengpässen. In Summe erwartet das Management, dass sich Umsatz und Bereinigtes EBITDA stabil entwickeln werden. Die Umsatzentwicklung sieht das Management in einem mittleren positiven bis mittleren negativen einstelligen %-Korridor. Für den Webshop wird ein Wachstum im niedrigen einstelligen Prozentbereich erwartet. Die Rohertragsmarge soll sich 2023 weiter stabil bei > 50% entwickeln. Das Bereinigte-EBITDA wird voraussichtlich in einem niedrigen einstelligen Millionen Bereich liegen.

Weiterhin auf Wachstumskurs befindet sich das eigenständige, 100%-ige Tochterunternehmen jooli.com GmbH. Dieses entwickelt und betreibt die Video Shopping Jooli im deutschen und indischen Markt. Von Dezember 2021 bis März 2023 wuchs das Angebot um durchschnittlich 90 Kanäle pro Monat auf aktuell 1.237 Kanäle. Insbesondere in Indien besteht mit inzwischen 1.074 Kanälen und mehr als sieben Millionen ausgespielten Videos ein sehr breites Angebot. Insgesamt wurden seit dem Start der App im April 2021 bereits über acht Millionen Videos ausgespielt. Für die Weiterentwicklung von Jooli entstanden in 2022 Aufwendungen von EUR 1,3 Mio. Diese wurden nicht aktiviert, jedoch im bereinigten EBITDA des Konzerns adjustiert.

Boyé: „Auch in 2023 werden wir die Entwicklung der App intensiv vorantreiben. Es sind eine Reihe von Produktverbesserungen geplant, etwa die KI-basierte Realtimesteuerung im zweiten Quartal sowie der Start der Monetarisierung der App im zweiten Halbjahr 2023.“ Zudem werde eine Kooperation mit dem Labor für Virtuelles Studio und Virtuelle Realität der Hochschule Düsseldorf gestartet, um den Metaverse-Prototypen von Jooli weiterzuentwickeln und produktreif zu machen.

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 jooli.com GmbH die KI-gesteuerte Video-Shopping-App Jooli.

Kontakt

elumeo SE
Investor Relations
Erkelenzdamm 59/61, 10999 Berlin
Tel.: +49 30 69 59 79-231

E-Mail: ir@elumeo.com
www.elumeo.com