Home24
Wachstum im 1. Quartal 2020

Mittwoch, 13.05.2020

Die Home24 SE hat im 1. Quartal 2020 einen Konzernumsatz von 103 Mio. Euro (Vorjahr: 93 Mio. Euro), trotz einer Reduktion der Marketing-Ausgaben um 10%, erzielt. Währungsbereinigt entspricht dies einer Steigerung von 14%. In Europa stieg der Umsatz trotz Beeinträchtigungen infolge des Ausbruchs von COVID-19 im Vergleich zum Vorjahresquartal um mehr als 11% auf 79 Mio. Euro (Vorjahr: 71 Mio. Euro).

Die COVID-19-Pandemie stellt für die gesamte Gesellschaft und Wirtschaft und somit auch für Home24 eine große Herausforderung dar. Auswirkungen ergaben sich zuerst im Hinblick auf die Beschaffungsprozesse und Lieferketten in Europa, Brasilien und Asien. Im Zuge der staatlichen Eingriffe weitete sich dies auf ein temporär reduziertes und schwerer zu prognostizierendes Konsumentenverhalten aus. Zudem musste das Unternehmen im März seine stationären Einzelhandelsgeschäfte vorübergehend schließen. Bis auf die Geschäfte in Brasilien konnten diese bis zum heutigen Tag zumindest eingeschränkt wieder öffnen.
Ungeachtet dessen konnte das Unternehmen seine Profitabilität im Vergleich zum Vorjahr signifikant verbessern: Die bereinigte EBITDA-Marge steigerte sich um 13 Prozentpunkte und belief sich Ende Q1 2020 auf -3%. Die starke Verbesserung der Profitabilität sei darauf zurückzuführen, dass sich die Investitionen nach dem Börsengang auszahle, insbesondere die Investitionen in das Lager und die Plattform, eine effizientere Auftragsabwicklung und Marketing sowie operative Skaleneffekte.

Starker Auftragseingang im April getrieben durch Online-Geschäft

Home24 steigerte in Q1 2020 die Zahl der aktiven Kunden und die der eingegangenen Bestellungen deutlich im Vergleich zu Q1 2019. Zwar sind pandemiebedingte Auswirkungen auf die Beschaffungsprozesse und Lieferketten in Europa, Brasilien und Asien weiterhin sichtbar, jedoch ist Home24 weltweit breit und diversifiziert aufgestellt, sodass den Kunden ungeachtet dessen ein vollständiges, kuratiertes Sortiment aus Eigen- und Fremdmarken angeboten werden kann. Zudem profitiert das Unternehmen von der Entwicklung, dass Kunden aktuell mehr Zeit in ihrem Zuhause verbringen und es eine erhöhte Online-Nachfrage gibt. Dies spiegelt sich im Ordereingang seit Start der Lockdown-Maßnahmen Mitte März wider. Im April lag der Ordereingang in Europa 88 % und in Brasilien 39 % über dem Vorjahresniveau. Entsprechend konnten die temporären Schließungen des stationären Geschäfts deutlich überkompensiert werden.

„Das Home24-Modell ist in einzigartiger Weise geeignet, den aktuellen Bedürfnissen der Kunden in dieser schwierigen Zeit gerecht zu werden. Wir sind sehr stolz auf unser Team, das diese Kundenwünsche auch in Krisenzeiten bestmöglich bedient und gleichzeitig alle notwendigen Vorkehrungen zu trifft, um die Sicherheit unserer Kunden, Mitarbeiter und der Gesellschaft zu gewährleisten. Seit Mitte März konnten wir dadurch ein signifikant erhöhtes Online-Bestellvolumen realisieren, welches in Europa im April 88 % gegenüber Vorjahr gewachsen ist. Diese Entwicklung wird sich im zweiten Quartal 2020 sowohl positiv auf unser Wachstum als auch auf die Profitabilität auswirken. Gleichzeitig ist das aktuell vielversprechende Online-Nachfragevolumen jedoch keine Garantie für weitere positive Auswirkungen in der Zukunft“, so Marc Appelhoff, CEO von Home24. Das Unternehmen bestätigt vor diesem Hintergrund

die am 7. April 2020 veröffentlichte Prognose.

Wachstum im 1. Quartal 2020

Links

- Home24