

Weismain, 24. Oktober 2023

**Halbzeitbilanz GJ 2023/24:
BAUR-Gruppe bleibt weiterhin stabil über Vor-Corona-Niveau**

Die BAUR-Gruppe behauptet sich in einem anspruchsvollen Umfeld und entwickelt sich in ihrem Geschäftsfeld Online-Handel deutlich besser als der Markt. Konsumflaute und Inflation haben sich vergleichsweise moderat auf die Umsatzentwicklung in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres 2023/24 ausgewirkt. Im Vorjahresvergleich weist die BAUR-Gruppe in den Monaten März bis einschließlich August ein um 3,2 Prozent vermindertes Umsatzvolumen aus¹. Damit bleibt der Halbjahresumsatz in Höhe von 427 Mio. Euro (Netto-Außenumsatz nach IFRS 15) weiterhin stabil über Vor-Corona-Niveau. Ausgeprägter Kosten- und Margendruck belasten das aufgelaufene Ergebnis, das hinter den Erwartungen bleibt.

„Unsere Geschäftsmodelle im Online-Handel und der Dienstleistungssparte zeigen sich krisenrobust. Unsere Kund*innen signalisieren eine unverändert hohe Verbundenheit zu BAUR; Bestellquote und -häufigkeit steigen“, unterstreicht Stephan P. Elsner, Vorsitzender der BAUR-Geschäftsführung. „Wir sind zuversichtlich, auch das laufende, von widrigen Rahmenbedingungen geprägte Geschäftsjahr mit zufriedenstellenden Zahlen abschließen zu können. Dazu begegnen wir den Herausforderungen mit agiler Steuerung, hoher operativer Exzellenz und konsequentem Kostenmanagement. Wir legen jetzt das Fundament, um gestärkt aus der Krise zu kommen. Wir treiben weiterhin die digitale Transformation unserer Geschäftsmodelle voran und richten unsere Organisation strikt kundenzentriert und datengetrieben aus.“

Der E-Commerce leidet unter dem negativen Konsumklima. Laut Branchenverband bevh liegen die bis Ende September aufgelaufenen Online-Umsätze 13,7 Prozent unter Vorjahr. BAUR mit dem Online-Shop baur.de verzeichnete in der ersten Geschäftsjahreshälfte hingegen ein leichtes Minus von 2,8 Prozent und stärkte damit die Marktposition. Zuwächse verbuchte der Sortimentschwerpunkt Technik/Freizeit, während die Marktschwäche im Bereich Fashion und Home die Nachfrage dämpft. Eine vergleichbare Entwicklung zeigte die UNITO-Gruppe mit ihren Marken OTTO Österreich, Universal, Quelle, Ackermann, Jelmoli und Lascana. Im Geschäftsfeld Dienstleistungen zeigten sowohl BFS Baur Fulfillment Solutions als auch die BAUR-Logistik sowie die BAUR Studios und der E-Commerce-Dienstleister empiriecom stabile Einzelentwicklungen.

¹ auf vergleichbarer Umsatzbasis

Profil

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 in der DACH-Region aktive Tochtergesellschaft UNITO Marken wie OTTO Österreich, Universal, Quelle in Deutschland, Ackermann, Jelmoli sowie Lascana. 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 31. August 2023 zählte die BAUR-Gruppe 2.685 Mitarbeiter*innen, davon 369 bei UNITO. Einschließlich der Logistikgesellschaft Baur Hermes Fulfillment, ein Gemeinschaftsunternehmen der Konzerngesellschaften BAUR und Hermes Fulfillment, summierte sich die Zahl der Beschäftigten auf 4.304. Der Netto-Außenumsatz der BAUR-Gruppe lag im Geschäftsjahr 2022/23 bei 876 Mio. Euro.

Medienkontakt

Manfred Gawlas, Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher

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