

Erfolgreiche Halbzeitbilanz: Baur-Gruppe wächst zweistellig

Die Baur-Gruppe hat ihren langfristigen profitablen Wachstumskurs in der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres 2020/2021 (Ende: 28. Februar) nahtlos fortgesetzt. So konnte sich der Unternehmensverbund von dem maßgeblich durch die Corona-Pandemie ausgelösten Konjunkturunbruch abkoppeln und verzeichnete eine gleichermaßen dynamische wie auch erfolgreiche Entwicklung in den beiden Geschäftsfeldern Online-Handel und Dienstleistungen. Der Außenumsatz stieg zwischen März und August um 12 Prozent auf 464 Mio. Euro (nach IFRS 15; im Vorjahreszeitraum 414 Mio. Euro) und übertraf damit deutlich die Erwartungen. Zudem hat die Tochter der Otto Group weiter an Ertragsstärke gewonnen. Das aufgelaufene Gruppenergebnis liegt zur Geschäftsjahresmitte klar über dem Vorjahres- und Zielwert.

„Wir sind sehr zufrieden mit der Entwicklung unserer Unternehmensgruppe. Wir haben in der ersten Halbzeit dieses außergewöhnlichen Geschäftsjahres unsere zwei wesentlichen Ziele erreicht. Dank unseres effektiven Krisenmanagements mit den Schwerpunkten Gesundheitsschutz unserer Beschäftigten und Sicherung des Geschäftsbetriebs haben wir die Corona-Herausforderungen sehr gut gemeistert. Und wir haben Marktchancen konsequent genutzt, zahlreiche neue Kunden gewonnen und von unserer Leistungsfähigkeit überzeugt. Wir werden weiterhin unseren umsichtigen Kurs fortsetzen, um auch in der zweiten Halbzeit jederzeit auf veränderte Rahmenbedingungen flexibel und schnell reagieren zu können“, betont Patrick Boos, Vorsitzender der Geschäftsführung der Baur-Gruppe.

Corona hatte im März die gute Verbraucherstimmung abrupt beendet und die Bestelleingänge im Online-Handel bei Baur und den Marken der österreichischen Tochter Unito einbrechen lassen. Durch umgehend eingeleitete Gegenmaßnahmen im Online-Marketing und wirksamen Zusatzaktionen konnte der negative Trend gedreht werden. Zielgruppenorientierte und bedarfsgerechte Angebote in Verbindung mit ausgeprägter Service- und Lieferqualität sorgten in den Folgemonaten für hohe Kundenfrequenz und einen anhaltend dynamischen Geschäftsverlauf. So verzeichnete der Online-Shop baur.de in der ersten Hälfte des Geschäftsjahres rund 50 Millionen Besuche - ein Rekordwert und 50 Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahr. Im gleichen Zeitraum gewann Baur 200.000 neue Kundinnen und Kunden - ein Plus von knapp 20 Prozent zum Vorjahr. Die Schwerpunktsortimente zeigten eine unterschiedliche Entwicklung. Während „Home“ und „Technik/Freizeit“ sehr stark zulegten, blieb „Fashion“ unter dem Vorjahresumsatz. Insgesamt konnten sowohl Baur als auch Unito die Umsätze jeweils zweistellig ausweiten.

Studienergebnisse unabhängiger Marktforschungsunternehmen bestätigen die positive Unternehmensentwicklung. So prämierte im August das Handelsblatt zusammen mit dem Marktforschungsinstitut YouGov die „Aufsteiger des Jahres 2020“ aus der deutschen Wirtschaft. In der Kategorie Einzelhandel belegte Baur den 1. Platz. Im September veröffentlichten Testbild und Statista die Ergebnisse einer Befragung unter 20.500 Verbrauchern zur Service-Qualität in Unternehmen. In der Kategorie „Universalanbieter im Online-Handel“ erreichte Baur ebenfalls die Spitzenposition.

- 2 -

Die zweite tragende Säule der Baur-Gruppe - die Dienstleistungen – sieht sich besonderen Herausforderungen konfrontiert. Dazu zählen gesteigerte Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen in den Logistikbetrieben und hohes Mengenwachstum - sowohl im Customer Service als auch in der Logistik-Abwicklung für Gesellschaften der Otto Group und externe Kunden. Die Dienstleistungssparte investierte zweistellige Millionenbeträge in den Ausbau des Geschäfts, bewältigte mit hoher operativer Exzellenz die Ausnahmesituation – beispielsweise den Hochlauf des neuen Standorts Sonnefeld in Oberfranken und das starke Wachstum von About You – und entwickelte sich insgesamt sehr erfreulich. Gleiches gilt für die Fulfillment-Tochter BFS. Der Umsatz des Geschäftsfelds wuchs zweistellig.

Die Zahl der Beschäftigten in der Baur-Gruppe stieg im Vergleich zum Vorjahresstichtag um 128 auf 4.391 (Stand: 31. August). „Besonders stolz sind wir auf alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ob in der Logistik, den Call Centern oder der Verwaltung, die an unseren Betriebsstätten oder im Home Office hervorragende Arbeit leisten. Uns ist sehr bewusst, dass die unsicheren Rahmenbedingungen und die rückläufige Konjunktur unsere gute Entwicklung jederzeit negativ beeinflussen können. Eine Prognose für den Geschäftsverlauf in der zweiten Hälfte ist aufgrund dieser Unwägbarkeiten aktuell wenig aussagekräftig“, unterstreicht Patrick Boos.

Über die Unternehmensgruppe

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](https://www.baur.de). Ergänzt wird das Geschäftsfeld Online-Handel durch den 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, der Logistikdienstleister 2. HTS sowie der E-Commerce-Dienstleister empiriocom. Seit 1997 ist Baur ein Mitglied der weltweit aktiven Otto Group. Unternehmenssitz ist Burgkunstadt in Oberfranken. Zweiter Gesellschafter ist die Friedrich-Baur-Stiftung. Die Baur-Gruppe steht für einen Außenumsatz in Höhe von 848 Mio. Euro im Sinne des IFRS 15. Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beträgt 4.320 (Stand: 29. Februar 2020).

Medienkontakt:

Manfred Gawlas;
Leiter Unternehmenskommunikation und Pressesprecher
T 09572 91 3020 bzw. M 0151 21040125;
manfred.gawlas@baur-gruppe.com

www.baur-gruppe.com