



Immer etwas Neues.

Pressemitteilung

Mit Omnichannel und E-Commerce-Ausbau erzielt Mediashop Group im Geschäftsjahr 2020/21 zweistellige Umsatz- und Ergebniszuwächse

Lindau (21.10.2021) +++ Der Omnichannel-Spezialist Mediashop International Group GmbH mit Sitz in Lindau hat im Geschäftsjahr 2020/21 bei den Umsatzerlösen erstmals die Marke von 200 Mio. Euro überschritten und konnte den Gruppenumsatz um 34,6 % auf 240,8 (178,9) Mio. Euro steigern. Beim Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) erzielte die Gruppe einen überproportionalen Zuwachs auf 29,5 (8,3) Mio. Euro. Das Periodenergebnis übertraf die Vorjahresvergleichsperiode ebenfalls deutlich und erreichte 16,6 (3,1) Mio. Euro.

Maßgeblich dazu beigetragen hat, neben den erfolgreichen Branding-Konzepten und der eigenen Produktentwicklung, vor allem der Ausbau des E-Commerce Vertriebskanals, in dem bereits fast ein Drittel der Umsätze realisiert werden konnte. Getragen wurde die starke Umsatzentwicklung von einem sich zunehmend wandelnden Konsumentenverhalten und dem Trend von zuhause aus einzukaufen. Einen zusätzlichen Schub erfahren hat das Geschäft durch die Corona-Pandemie und die begleitenden Lockdowns.

Das Unternehmen zählt zu den wenigen seit Jahren profitabel wachsenden E-Commerce Unternehmen und erwirtschaftete, wie bereits im Vorjahr, auch im Geschäftsjahr 2020/21 einen positiven freien operativen Cashflow in Höhe von 3,7 (1,2) Mio. Euro.

Philipp Nachbaur, CFO und Geschäftsführer der Mediashop International Group GmbH, verweist auf die in diesem Falle unterstützenden Auswirkungen der Corona-Pandemie, die bei den Konsumenten den Trend hin zu Onlinekäufen verstärkten. Er sieht auch langfristig einen dynamischen Trend hin zum digitalen Einkaufen und setzt auf die personalisierte und unterhaltende Ansprache der Kunden über Omnichannel: „Damit liegen wir voll im Trend. Wir konnten in den letzten Jahren kontinuierlich hohe Zuwächse generieren. Im Geschäftsjahr 2020/21 haben wir bei den Umsatzerlösen die 200 Mio. Euro-Marke deutlich hinter uns gelassen und



Immer etwas Neues.

gleichzeitig unser Ergebnis überproportional verbessert. Das unterstreicht die Skalierbarkeit unseres Geschäftsmodells.“ Wachstumschancen sieht Nachbaur daher nicht nur im gezielten Ausbau der Vertical Brands, die Themenbereiche wie Haushalt, Sport, Gesundheit oder Trendprodukte umfassen, unter dem Dach der Mediashop Gruppe. „Unsere Strategie „Mediashop 2023“ zielt auch auf den Zukauf ergänzender Unternehmen, von Produktfeldern und Webshops, die dann gezielt von der Mediashop Infrastruktur, den etablierten Vermarktungskanälen und dem Kundenstamm profitieren können. Wir bieten das Knowhow und nutzen den Hebel unserer Marketingmaschinerie,“ führt Nachbaur aus.

Katharina Schneider, Multipreneurin und Geschäftsführerin der Mediashop Group ergänzt: „Wir sind davon überzeugt, dass unser stark digitales Omnichannel-Modell die Zukunft des Handels darstellt. Für unser Unternehmen, das mit eigenproduziertem AV- und TV-Content arbeitet, und alle Vermarktungskanäle von Direct Response und Streaming TV über Großhandel und eigene Stores bis hin zu Webshops und Online-Marktplätzen abdeckt, bieten sich vor dem Hintergrund des sich wandelnden Einkaufsverhaltens große Chancen. Zu den Kernkompetenzen unserer Produktentwicklungs-Teams gehört es, immer wieder neue Trends und Problemlöser zu identifizieren und innovative Produkte selbst zu entwickeln. Das werden wir auch weiterhin konsequent umsetzen.“

Das Unternehmen – Corporate Background

Die Mediashop International Group GmbH mit Sitz in Lindau konzentriert sich als führender Omnichannel-Händler Mitteleuropas und E-Commerce-Spezialist auf die Entwicklung und den Vertrieb innovativer Produkte, die den Alltag erleichtern, Probleme lösen und den Trend widerspiegeln. Als Walt Disney des Handels begeistert die Gruppe ihre Kunden im B2C und B2B mit unterhaltsamen Vermarktungsformaten. Unter dem Motto *Immer etwas Neues* bietet das Unternehmen mit seinen etablierten Omnichannel-Marken wie Livingston, Platinum und Hammersmith den Kunden Innovationen aus aller Welt. MediaShop setzt dabei auf ein unterhaltendes Einkaufserlebnis auf allen D2C (Direct to Consumer) Vertriebswegen, von eigenen TV-Sendern und der Präsenz auf 170 TV-Stationen über den Großhandel bis hin zu Online-Marktplätzen, Webshops und Social Media. Das Unternehmen verfügt über eine eigene Content-Produktion für alle Marketingkanäle und betreibt ein hoch effizientes Logistiksystem, mit dem jährlich mehr als 2 Millionen Paketaussendungen verteilt werden. Insgesamt arbeiten knapp 400 Mitarbeiter in zehn Ländern europaweit an neuen Produktideen und dem weiteren Wachstum des Geschäfts. Mediashop vermarktet sein Portfolio von mehr als 500 Produkten in über 40 Ländern. Im Geschäftsjahr 2020/21 wurde mit 240,8 Mio. Euro erstmals die Umsatzmarke von 200 Mio. Euro überschritten.



Immer etwas Neues.

Kontakt für weitere Informationen:

Stephan Haas

Strategic Communications/ IR

Tel: +49 8382 9684 156

E-Mail: s.haas@mediashop-group.com

www.mediashop-group.com