

Fachinformationen im Auftrag Ihres Einzelhandelsverbandes

Ceconomy: Profitabilität erhöht, Marktanteile gewonnen

Die MediaMarktSaturn-Muttergesellschaft Ceconomy setzt ihren positiven Geschäftsverlauf fort. Das Unternehmen steigerte nach eigenen Angaben seine Profitabilität deutlich und gewinnt erneut Marktanteile. Alle Wachstumsfelder entwickeln sich weiterhin positiv – angefangen bei Services & Solutions, über Retail Media und die Eigenmarken bis hin zum eigenen Marketplace. Dr. Kai-Ulrich Deissner, CEO von Ceconomy: „Zum neunten Mal in Folge wachsen wir nachhaltig und verbessern unsere Profitabilität – ein Beleg, dass unsere Strategie erfolgreich ist und konsequent umgesetzt wird.“ In Q2 des Geschäftsjahres 2024/25 steigerte Ceconomy den Umsatz um 1,3 % auf 5,2 Mrd. Euro. Im Halbjahr stieg der Umsatz um 5,9 % auf 12,8 Mrd. Euro. Das bereinigte EBIT stieg auf Quartalssicht im Vergleich zum Vorjahr um über 80 % auf 10 Mio. Euro, im Halbjahr um 14,3 % auf 289 Mio. Euro. Der Online-Umsatz stieg im zweiten Quartal 2024/25 um 7,4 % auf knapp 1,3 Milliarden Euro. Der Online-Anteil am Gesamtumsatz lag in diesem Zeitraum bei 24,9 %.

<https://www.ceconomy.de>

expert: UE-Schulungsoffensive fortgesetzt

Nach dem erfolgreichen Start im vergangenen Jahr setzt expert die Schulungsoffensive für Unterhaltungselektronik-Produkte fort. Vom 19. bis 21. Mai sowie vom 21. bis 23. Mai haben rund 300 expert-Gesellschafter, -Marktleiter und -Fachberater die Möglichkeit, an der dreitägigen, exklusiven Schulung in Hannover teilzunehmen. Unter dem Motto „Technik verstehen, Kunden begeistern“ vermitteln 13 Top-Partner aus den Bereichen Unterhaltungselektronik und Dienstleistungen wertvolles Wissen aus erster Hand. Holger Pöppe, Vorstand für Einkauf und Vertrieb der expert SE, betont: „Der stetige Ausbau von Wissen und Schulung ist der Schlüssel zum Erfolg. Technologien entwickeln sich rasant weiter und wir müssen mit der Zeit gehen, um unsere Kunden optimal beraten zu können.“ Die UE-Schulungsoffensive ermöglicht den Teilnehmern nicht nur fundiertes Fachwissen, sondern auch den direkten Austausch mit den Industriepartnern.

<https://www.expert.de>



Ringfoto: Profi Summit auf der Imaging World

Am 11. Oktober 2025 feiert der erste „PROFI SUMMIT“ Premiere auf der neuen Imaging World in Nürnberg. Unter dem Motto „Create & Connect“ erwartet dich ein hochwertiges Konferenzprogramm – speziell für Profis aus Fotografie, Video und Content Creation. Im Fokus sind Kreativität, Künstliche Intelligenz, Fotorecht & Business. Der Profi Summit ist die Weiterentwicklung der bekannten Creative Content Conference – jetzt größer, aktueller und vernetzter denn je. In Kooperation mit ProfiFoto und veranstaltet von Ringfoto, bringt die Imaging World 2025 die Branche zusammen: vom Profi bis zum ambitionierten Creator. Der Profi Summit ist offen für Profis und ambitionierte Foto-Enthusiasten. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, sollten sich Interessenten [frühzeitig anmelden](https://imagingworld.de/summit). Die Teilnahmegebühr für den Profi Summit beträgt im Vorverkauf 100 Euro. Der Eintritt zur Imaging World Messe ist inklusive.

<https://imagingworld.de/summit>

ECC Köln: Digitale Touchpoints kaufentscheidend

Ob im Onlineshop oder im Geschäft – Verbraucher treffen ihre Kaufentscheidungen zunehmend auf Basis umfassender Informationen. Laut der aktuellen Studie „Click & Buy vs. Brick & Buy – Die Bedeutung von Online-Informationen für Kaufentscheidungen und -erlebnisse“ von ECC Köln in Zusammenarbeit mit 1WorldSync, bleibt Amazon vor einem Onlinekauf die wichtigste Inspirationsquelle (CE: 59 %, Sport & Freizeit: 54 %, Lebensmittel: 44 %, Beauty & Kosmetik: 40 %). Allerdings beginnt die Customer Journey auch vor dem stationären Kauf häufig online: So stoßen beispielsweise 44 Prozent der Konsumenten zuvor über Suchmaschinen auf Produkte aus dem Bereich Consumer Electronics. In der Beauty- und Kosmetikbranche wurden 36 Prozent der Käufer durch Werbung auf Social Media auf Produkte aufmerksam, bevor sie diese vor Ort erworben haben. „Online-Touchpoints gewinnen auch vor dem stationären Kauf an Relevanz. Eine enge Verknüpfung aller Vertriebskanäle ist unerlässlich, um den Kund:innen ein stimmiges Einkaufserlebnis zu bieten. Händler, die Online-Informationen und -Aktivitäten gezielt einsetzen, können Kunden am Point of Sale besser abholen und für ihre Marke begeistern,“ so Cassandra Bolz, Senior Projektmanagerin am ECC Köln.

<https://www.ifhkoeln.de/ecc-koeln>

Der Kreis: Stabiles Ergebnis 2024

Der Leonberger Systemverbund Der Kreis hat auch 2024 einen erfolgreichen Kurs einschlagen. Die Nachfrage der Endverbraucher für das Qualitätsprodukt Einbauküche blieb 2024 stabil auf hohem Level. Die Verbundgruppe konnte 2024 ihren Gesamtumsatz mit rund 4,58 Mrd. Euro und einem verminderten Rückgang von -4,95 Prozent auf dem Niveau von 2021 halten und liegt damit nach eigenen Angaben über Branchenschnitt. Die

<https://www.derkreis.de>



Zahl der Mitgliedshäuser erhöhte sich auch 2024 in 21 Ländern von 3.794 auf 3.913 (plus 119) angeschlossene Betriebe.

gfu+GfK: Markt schwächelt laut HEMIX in Q1

Der Home Electronic Market Index (HEMIX), das gemeinsame Marktforschungsprojekt der gfu Consumer & Home Electronics GmbH und GfK/NIQ, zeigt für das erste Quartal 2025 ein leicht rückläufiges Gesamtergebnis: Der Umsatz mit Home Electronics-Produkten (HE) im deutschen Markt belief sich im Zeitraum Januar bis März 2025 auf rund 11,15 Milliarden Euro und lag damit um 0,8 Prozent unter dem Vorjahresniveau (Q1/2024: 11,24 Mrd. Euro). Innerhalb des Gesamtmarkts entwickelten sich die Warengruppen zum Teil sehr unterschiedlich. Mit einem Umsatz von rund 7,0 Milliarden Euro zeigt sich der Bereich Consumer Electronics (CE) im ersten Quartal 2025 nahezu parallel zum Gesamtmarkt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (-1,2 %). Dabei verlief die Entwicklung in den drei CE-Segmenten uneinheitlich: Die privat genutzten Telekommunikationsprodukte erzielten mit knapp 3,5 Milliarden Euro ein Umsatzminus von 5,2 Prozent. Die Unterhaltungselektronik legte hingegen leicht zu und erreichte 1,8 Milliarden Euro Umsatz, was einem Plus von 1,9 Prozent entspricht. Auch der Markt der privat genutzten IT-Produkte konnte sich positiv entwickeln und kam auf rund 1,7 Milliarden Euro Umsatz – ein Zuwachs von 4,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

<https://gfu.de>

Anga Com: Interaktive Event-App verfügbar

In drei Wochen wird die Anga Com 2025, die führende Kongressmesse für Breitband, Medien & Connectivity, vom 3. bis 5. Juni in Köln ihre Tore öffnen. Zur optimalen Messe- und Kongressvorbereitung ist bereits jetzt die Anga Com Event-App mit allen Details verfügbar. Zu den wichtigsten Funktionen zählen das Aussteller- und Produktverzeichnis, der interaktive Hallenplan, das umfangreiche Kongressprogramm aus Strategie, Technik und Innovation Stage, eine Übersicht der zahlreichen Side- und Aussteller-Events sowie ein Networking-Tool. Die App kann auch offline genutzt werden; sie ist kostenfrei und ohne Registrierung für iOS und Android verfügbar. Auf der Anga Com 2025 werden 500 Aussteller aus 40 Ländern und den Bereichen Breitband, Glasfaser, Connectivity und Mediendistribution auf über 25.000 qm Brutto-Ausstellungsfläche präsent sein. Damit haben sie in den beiden Messehallen mehr Fläche als im Vorjahr gebucht.

<https://angacom.de>

IFA: May leitet Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ab sofort verstärkt Sonja May als neue Director of PR & Corporate Communications das Team der IFA Managementgesellschaft und übernimmt

<https://www.ifa-berlin.com>



die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Mit mehr als 20 Jahren PR-Erfahrung – darunter rund sechs Jahre als Head of PR & Corporate Communications bei Sony Europe – verfügt May über eine umfassende Expertise in den Bereichen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Unternehmenskommunikation. Sie bringt laut IFA ein tiefes Verständnis für die speziellen Herausforderungen und Chancen der Technologiebranche und insbesondere in der Unterhaltungselektronik mit. In ihrer neuen Funktion verantwortet May die strategische Weiterentwicklung der Pressearbeit und die Positionierung der IFA als weltweit führende Leitmesse für Home & Consumer Tech. Unter der Leitung von May soll die IFA Managementgesellschaft künftig die Marktführerschaft der IFA-Messe nicht nur technisch, sondern auch kommunikativ festigen und neue Zielgruppen im B2B- und B2C-Bereich erschließen.

Weitere Fachinformationen im Abonnement:



hitec news: Brancheninformationsdienst für
den Technikhandel
<http://www.bvt-ev.de/Publikationen/index.php>

Hinweise zum [DATENSCHUTZ](#).

BVT Chef-Info

Redaktion: Joachim Dünkelmann
Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V.
An Lyskirchen 14 – 50676 Köln
Tel +49 221 27166-0
Fax +49 221 27166-20
E-Mail bvt@einzelhandel-ev.de
Internet www.bvt-ev.de