



Ceconomy-Chef Pieter Haas ist trotz mauer Performance von Media Markt und Saturn zuversichtlich bei den Mittelfrist-Zielen.

nanzchef Mark Frese ein: „Wir werden jetzt jeden Stein umdrehen.“ Ceconomy erwarte nun für das Geschäftsjahr 2017/18 (per Ende September) ein EBIT-DA zwischen 680 und 710 Mio. € nach 714 Mio. € im Vorjahr. Der operative Gewinn (EBIT) werde zwischen 460 und 490 Mio. € liegen; im Vorjahr standen hier 494 Mio. € in der Bilanz.

Verschränkt in die Zukunft

Strategisch setzt Ceconomy-Chef Haas auf eine bessere Verschränkung der Online-Shops mit den Filialen. Auch das Service-Geschäft will er ankurbeln. Zudem soll ordentlich die Kostenbremse gedrückt werden, also: die Verwaltung schlanker, die Logistik effektiver gestaltet werden.

Mit dem Tempo der strategischen Initiativen dürfte es indes ein wenig gehapert haben: „Wir haben unsere strategischen Initiativen in Deutschland nicht schnell genug umgesetzt“, räumt Haas ein. „Das bedeutet, dass wir den Fokus noch stärker auf Media Markt und Saturn legen werden.“ Strategische Ausrichtung und Mittelfrist-Ziele bleiben aber unverändert. (APA)

Wackeliger Saturn?

In Deutschland haben Media Markt und Saturn diesen Sommer geschwächelt. Eine neue Strategie soll helfen.

DÜSSELDORF. Der deutschen Elektronikhandelsholding Ceconomy machen ein schwächeln des Geschäft der Töchter Media Markt und Saturn zu schaffen. Der Hitzesommer drückte den Erlös, und Ceconomy-Chef Pieter Haas musste die Ertragsprognose herunterdimmen; er er-

wartet nun weniger Gewinn als im vergangenen Geschäftsjahr.

Auch die Mittelfrist-Ziele sind gefährdet: „Wir hatten im Juli und August enttäuschende Umsätze sowohl bei Media Markt als auch bei Saturn“, sagte Haas gegenüber der Nachrichtenagentur Reuters. Und weiter:

„Wir sind deshalb zum Schluss gekommen, dass wir unsere Guidance anpassen müssen.“ Die Ceconomy-Aktien schickte er mit seinen Aussagen flugs in den Sinkflug: Sie stürzten zeitweise um rund neun Prozent ab.

„Wir sind nicht da, wo wir sein wollen“, gestand auch Fi-



| Marketing & Media – hier findest du alle Experten

Gegen den Leserschwund

Buchhändler Thalia setzt auf ein neues Konzept.

HAGEN/LINZ. Deutschlands größte Buchhandelskette Thalia will dem Leserschwund nicht länger tatenlos zusehen. Thalia-Chef Michael Busch kündigte daher eine Neuausrichtung der Kette an. Diese betreibt derzeit annähernd 300 Filialen in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Buchhandlungen sollen stärker als bisher zum *Begeg-*

nungsort werden. Cafés, Lesebereiche und Spielecken dünden als probate Mittel zum Zweck – aber auch Veranstaltungen werden deutlich forciert. Innerhalb von drei Jahren sollen alle Filialen auf das neue Konzept umgestellt sein.

Gleichzeitig plant Thalia eine Werbekampagne fürs Lesen – denn die Zahl der Buchkäufer sinkt zusehends. (APA)



Jeder Vierte liest überhaupt nicht mehr – Thalia will dem etwas entgegensetzen.