

Berlin, 12. Mai 2022

Mister Spex startet mit einem Umsatzanstieg von 6 % im ersten Quartal erfolgreich in das Geschäftsjahr 2022

- Umsatzsteigerung auf 47 Millionen Euro
- Im Zwei-Jahres-Vergleich wuchs Mister Spex stark um 35 %
- Mit fünf Storeeröffnungen im Mai steht der Ausbau des Filialnetzes im Fokus
- Mister Spex investiert in die Entwicklung von technischen Lösungen und übernimmt das Deep-Tech-Unternehmen Tribe

Europas führender digital getriebener Omnichannel-Optiker, Mister Spex SE (MRX) steigerte seinen Umsatz im ersten Quartal 2022 um 6 % auf 47 Millionen Euro (Q1 2021: 44 Millionen Euro). Trotz einer zum Vorjahr historisch hohen Vergleichsbasis, steigender Inflation und einer rekordhohen COVID-19 Infektionsrate in Mitteleuropa, die auf das Konsumklima drücken, setzt Mister Spex seinen Wachstumskurs fort. Im Zwei-Jahres-Vergleich stieg der Umsatz um 35 %. Dirk Graber, Gründer und Co-CEO der Mister Spex SE: "Die Umsatzsteigerung bestätigt unsere marktführende Position in der Augenoptikbranche in Deutschland. Besonders freut mich, dass wir trotz der anhaltenden Verschlechterung des Konsumklimas die Zahl der aktiven Kund*innen¹ im ersten Quartal um 7 % auf 1,7 Millionen steigern konnten. Darin spiegelt sich unser kundenzentriertes Omnichannel-Geschäftsmodell wider, das sich durch eine hohe Kundenzufriedenheit und eine Wiederkaufsabsicht auszeichnet, die deutlich über der von traditionellen Anbietern liegt."

Der Anstieg ist auf ein zweistelliges Wachstum bei Kontaktlinsen und ein hohes einstelliges Wachstum bei Sonnenbrillen zurückzuführen. Kontaktlinsen waren in diesem Quartal die am stärksten wachsende Produktkategorie mit einem Umsatzplus von 13 % im Vergleich zum Vorjahr. Mit der Rückkehr ins Büro und der Zunahme von sozialen Ereignissen wird das Umsatzwachstum in dieser Produktkategorie weiter angekurbelt. Der Umsatz mit Sonnenbrillen stieg im Vergleich zum Vorjahr um 8 % und im Zwei-Jahres-Vergleich um 110 %, was auf die verstärkte Reisetätigkeit der Kund*innen sowie auf ein breites Produktangebot zurückzuführen ist. Der Umsatz mit Korrektionsbrillen blieb in Q1 2022 im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Die Suchanfragen auf Online-Plattformen für Korrektionsbrillen gingen zurück, was auf eine gewisse Online-Müdigkeit nach einem starken Anstieg im ersten Quartal des vergangenen Jahres hindeutet. Während sich die Umsatzentwicklung in den Stores weiter erholten, führte der hohe Krankenstand der Mitarbeitenden im Zusammenhang mit COVID-19 in der Logistik und den Stores zu einem Ergebnis, das hinter den Erwartungen zurückblieb. "Wir sind davon überzeugt, dass mit einer stärkeren Performance in unseren Stores auch das Wachstum bei Korrektionsbrillen wieder zunehmen wird", sagt Mirko Caspar, Co-CEO der Mister Spex SE. "Wir glauben an unser Omnichannel-Konzept, investieren weiter in den Ausbau unseres Filialnetzes und in Marketingaktivitäten, die verstärkt auf unsere stationäre Präsenz setzen." Allein im Mai eröffnet Mister

Spex vier neue Stores in Deutschland und einen in Malmö, Schweden. Bis zum Ende des Jahres werden insgesamt circa 20 neue Stores hinzukommen.

Im Q1 2022 sank das bereinigte EBITDA² auf -4,6 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr (0,7 Mio. Euro). Diese Entwicklung ist vor allem auf den Rückgang der Bruttomarge aufgrund eines schwächeren Wachstums bei Korrektionsbrillen sowie auf höhere operative Aufwendungen zurückzuführen. Sebastian Dehnen, Chief Financial Officer und Mitglied des Vorstands der Mister Spex SE: „Das erste Quartal war geprägt von geopolitischen Unsicherheiten, steigender Inflation und hohen Infektionsraten durch COVID-19. Wir beobachten das Marktumfeld und das Konsument*innenverhalten sehr genau und erwarten nach dem derzeitigen Stand eine deutliche Umsatzbeschleunigung im zweiten Halbjahr, insbesondere für die Produktkategorie Brille.“

Zum Ende des ersten Quartals 2022 liegen dem Management keine neuen Erkenntnisse über wesentliche Änderungen der Prognose und der sonstigen Aussagen zur voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns für das Geschäftsjahr 2022 vor. Die Prognose für den weiteren Verlauf des laufenden Geschäftsjahres bleibt daher unverändert.

Für das Geschäftsjahr 2022 erwartet der Vorstand ein moderates zweistelliges Umsatzwachstum, das leicht über dem Umsatzwachstum von 18,2 % im Vorjahr liegen wird. Die Erweiterung des Filialnetzes um rund 20 Stores, ein leichter Anstieg der Bestellungen, des durchschnittlichen Bestellwerts und der aktiven Kund*innen sollen zum Umsatzwachstum beitragen.

Der Vorstand erwartet einen Anstieg des bereinigten EBITDA verglichen mit 4,1 Mio. Euro im Jahr 2021. Höhere Marketingausgaben zur Stärkung der Markenbekanntheit insbesondere in den internationalen Märkten und zur Steigerung der Kund*innenfrequenzen in den Stores sowie u.a. steigende Personalkosten aufgrund einer steigenden Store-Anzahl werden zu einem Anstieg der betrieblichen Aufwendungen führen.

Auch in den kommenden Jahren wird Mister Spex seine Kund*innen und ihre individuellen Bedürfnisse mit neuen technischen Lösungen unterstützen. Im Oktober 2020 hat sich das Unternehmen an dem Berliner Deep-Tech-Unternehmen Tribe beteiligt, das sich auf KI-basierte Anwendungen konzentriert, die das Kundenerlebnis beim Brillenkauf deutlich verbessern. Nun hat Mister Spex Tribe schneller als geplant komplett übernommen, um optimale Bedingungen für die crossfunktionalen Teams zu schaffen. Ziel ist es weiter innovative Funktionalitäten zu entwickeln und somit den Brillenkauf noch einfacher und innovativer zu gestalten.

In der aktuellen Situation denkt Mister Spex auch an die vom Krieg in der Ukraine betroffenen Menschen und hat am 1. Mai eine Aktion gestartet, um mit Hilfe von Hilfsorganisationen geflüchteten Ukrainer*innen kostenlose Brillen und Kontaktlinsen anzubieten. Hilfsorganisationen oder Stadtverwaltungen in Deutschland und Österreich können Gutscheine für ukrainische Geflüchtete erhalten, die es ihnen ermöglichen, kostenlose Sehtests durchzuführen und Brillen oder Kontaktlinsen aus dem Eigenmarkensortiment zu beziehen.

Der Geschäftsbericht und weitere Informationen für Analyst*innen und Investor*innen sind auf der [Mister Spex Investor Relations Website](#) verfügbar. Die Ergebnisse für das erste Halbjahr 2022 werden am 7. September 2022 veröffentlicht.

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in TEUR				Weitere nichtfinanzielle Leistungsindikatoren			
	<i>Q1 2022</i>	<i>Q1 2021</i>	<i>Veränderung</i>		<i>Q1 2022</i>	<i>Q1 2021</i>	<i>Veränderung</i>
Umsatz	47.186	44.399	6 %	Aktive Kund*innen¹ <i>(in Tausend)</i>	1.715	1.606	7 %
Umsatz DE	33.563	31.347	7 %	Anzahl der Bestellungen⁴ <i>(in Tausend)</i>	554	521	6 %
Umsatz INT	13.623	13.052	4 %	Durchschnittlicher Bestellwert⁵ <i>(in EUR)</i>	85,90	84,90	1 %
Bruttoergebnis³	23.231	22.898	1 %				
Bruttomarge	49,2 %	51,6 %	-240 Bp				
Bereinigtes EBITDA²	-4.585	726	>-100 %				

¹⁾ Kund*innen, die in den letzten 12 Monaten vor Stornierungen bestellt haben.

²⁾ Bereinigtes EBITDA, definiert als Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen, bereinigt um Aufwendungen für aktienbasierte Vergütungen gemäß IFRS 2, einmalige Transformationskosten und andere Einmaleffekte, die nicht Teil des regulären Geschäftsverlaufs sind.

³⁾ Das Management definiert das Bruttoergebnis als Umsatz abzüglich Materialaufwand und die Bruttomarge als das Verhältnis von Bruttoergebnis zu Umsatz.

⁴⁾ Bestellungen nach Stornierungen und Retouren.

⁵⁾ Berechnet als Umsatz geteilt durch die Anzahl der Bestellungen in den letzten zwölf Monaten.

Über Mister Spex:

Die 2007 gegründete [Mister Spex SE](#) (zusammen mit ihren Tochtergesellschaften 'Mister Spex') ist ein mehrfach ausgezeichnetes Unternehmen, das sich zum führenden, digital getriebenen Omnichannel-Optiker in Europa entwickelt hat. Mister Spex war an der Spitze des Wandels der Branche und hat sich von einem reinen Online-Player zu einem erfolgreichen Omnichannel-Optiker mit mehr als 5 Millionen Kund*innen, 10 Online-Shops in ganz Europa und stationären Einzelhandelsfilialen entwickelt. Als Digital Native waren Technologie und Innovation schon immer wesentliche Bestandteile der Entwicklung des Unternehmens, von digitalen 2D- zu 3D-Werkzeugen für die Rahmenanpassung bis hin zu intelligenten Browse-Funktionalitäten. Der Fokus von Mister Spex liegt darin, den Brillenkauf für Kund*innen zu einem Einkaufserlebnis zu machen, das einfach und transparent ist und gleichzeitig Spaß macht – in einer Kombination aus einem umfassenden und vielfältigen Sortiment an hochwertigen Produkten mit umfangreicher Optik-Expertise und Beratung durch den Kund*innenservice, eigenen Filialen und einem umfangreichen Partnernetzwerk aus Optiker*innen.

Pressekontakt:

Judith Schwarzer | Head of Corporate Communications | Judith.Schwarzer@misterspex.de

Investor Relations:

Frank Böhme | Head of Investor Relations | frank.boehme@misterspex.de

Mister Spex SE

Greifswalder Strasse 156

D-10409 Berlin

Website: www.misterspex.de

Corporate Website: <https://corporate.misterspex.com>