

Berlin, 7. September 2022

Mister Spex gewinnt in der ersten Hälfte des Jahres 2022 weiter Marktanteile und beschleunigt sein Wachstum in Q2

- Umsatzwachstum von 8 % gegenüber dem Vorjahr auf EUR 108 Mio. mit Beschleunigung in Q2
- Anpassung der Unternehmensprognose aufgrund der sich verschlechterten Marktbedingungen notwendig – Vertrauen in langfristige Strategie und langfristige Finanzziele unverändert
- Umsetzung des Effizienzprogramms "Lean for Leverage" zur Verbesserung der Profitabilität gestartet

Mister Spex SE (MRX), Europas führender digital getriebener Omnichannel-Optiker, setzte sein Wachstum in der ersten Jahreshälfte 2022 fort. Die Umsatzerlöse stiegen im Jahresvergleich um 8 % auf EUR 108 Mio. (H1 2021: EUR 101 Mio.) trotz des sehr schwierigen Marktumfelds. Das Wachstum erfolgte in beiden Geschäftssegmenten, wobei der Umsatz in Deutschland um 9 % und in den internationalen Märkten um 5 % zulegte. Das Gesamtwachstum wurde von Umsätzen bei Sonnenbrillen und Kontaktlinsen getragen, die beide zweistellig wuchsen, was auf die verstärkte Reisetätigkeit, das günstige Wetter und die Rückkehr ins Büro zurückzuführen ist. Obwohl sich die externen Bedingungen aufgrund der anhaltenden Auswirkungen der COVID-Pandemie und des Krieges in der Ukraine in Kombination mit der hohen Inflation kontinuierlich verschlechtert haben, konnte das Umsatzwachstum im zweiten Quartal im Vergleich zum ersten Quartal beschleunigt werden, sodass Mister Spex in Deutschland wieder zweistellig wächst.

Mister Spex setzt Strategie trotz schwierigen Marktumfelds erfolgreich um

Die Marktbedingungen bleiben herausfordernd: Der GfK-Konsumklimaindex erreichte zum Ende des ersten Halbjahres einen historischen Tiefstand mit einem deutlich negativen Ausblick für das dritte Quartal. Es wird erwartet, dass die Verunsicherung der Verbraucher*innen zu einer rückläufigen Nachfrage nach augenoptischen Dienstleistungen führen wird. Mister Spex hat dennoch seine Strategie des nachhaltigen Retailwachstums und der strategischen Investitionen in Innovation umgesetzt.

Mirko Caspar, Co-CEO der Mister Spex SE, erklärt: "Unsere bestehenden Mister Spex Stores verzeichneten auf vergleichbarer Fläche ein deutlich zweistelliges Wachstum. Darüber hinaus



haben wir im ersten Halbjahr zwölf neue Stores eröffnet, darunter zwei in Österreich und eines in Schweden, wodurch sich die Gesamtzahl der unternehmenseigenen Stores in Europa bis zum Ende des ersten Halbjahres 2022 auf 60 erhöht." Im zweiten Halbjahr wird Mister Spex seine Expansion im Einzelhandel in Deutschland fortsetzen und seinen ersten stationären Store in der Schweiz eröffnen. Um sein datengesteuertes Omnichannel-Kundenerlebnis auf die nächste Stufe zu heben, erwarb Mister Spex im Mai 2022 die restlichen Anteile an der Deep-Tech-Firma Tribe GmbH, die maßgeschneiderte digitale Dienstleistungen auf Basis von 3D-Gesichtserkennungstechnologie zur Messung von Pupillendistanz und Passformhöhe, virtuelle Anproben mit maßstabsgetreuen Ansichten und Fassungsanpassung sowie individuelle Empfehlungen anbietet.

Umsetzung Effizienzprogramm "Lean for Leverage" zur deutlichen Verbesserung der Profitabilität gestartet

Trotz einer weiteren Beschleunigung des Umsatzwachstums in den ersten Monaten des dritten Quartals, konnte das Unternehmen die Wachstumserwartungen nicht vollständig erreichen. Darüber hinaus sind das sich weiter verschlechternde Konsumklima, das zunehmende Aufschieben des Kaufs von Korrektionsbrillen, ein ungünstiger Produktmix, sowie die hohe Inflation einige der grundlegenden Risiken für das zweite Halbjahr. Angesichts des schwierigen Marktumfeldes hat Mister Spex seinen Ausblick für 2022 angepasst und erwartet nun ein Umsatzwachstum von 7 % bis 12 % bei einer bereinigten EBITDA-Marge* von -6 % bis -3 %. Um die Profitabilität deutlich zu verbessern, hat das Management-Team das Effizienzprogramm "Lean for Leverage (L4L)" mit drei Hauptpfeilern gestartet. Erstens wird sich Mister Spex auf seine Kernmärkte konzentrieren und hier auf die bestehende Markenstärke aufbauen. Die Profitabilität soll durch organisches Wachstum des Online-Geschäfts, dem flächenbereinigten Wachstum der Stores und deren Produktivitätssteigerung erhöht werden. Zweitens wird Mister Spex Preis, Sortiment und Marge durch eine Reihe von Maßnahmen weiter optimieren. Dabei wird sich das Unternehmen auf die attraktivsten Kundensegmente konzentrieren, Eigenmarken weiter stärken und das Performance-Marketing ausbauen. Drittens wird Mister Spex den Personalaufwand, insbesondere die Personalgemeinkosten, und sonstige betriebliche Aufwendungen prüfen, um die Profitabilität zu verbessern und die solide Cash-Position zu bewahren.

Dirk Graber, Gründer und Co-CEO der Mister Spex SE, fügt hinzu: "Mister Spex ist weiterhin sehr gut positioniert, um in einem schwierigen Marktumfeld weitere Marktanteile zu gewinnen." Das Management-Team ist vom Erfolg der mittelfristigen Strategie sowie der Erreichung der finanziellen Ziele überzeugt. Das Unternehmen wird bereit sein, wenn sich der Markt erholt. In der Zwischenzeit wird das Unternehmen weiterhin mit Stil und Expertise sein breites Sortiment



augenoptischer Produkte mithilfe eines intuitiven Omnichannel-Kundenerlebnisses für seinen wachsenden Kund*innenstamm von derzeit über 5,8 Millionen Kund*innen³ anbieten.

Der Halbjahresbericht und die Präsentation der Ergebnisse für Analysten und Investoren sind auf der <u>Mister Spex Investor Relations Website</u> verfügbar. Die Ergebnisse für das dritte Quartal 2022 werden am 10. November 2022 veröffentlicht.

*Als "Bereinigte EBITDA-Marge" bezeichnen wir das Verhältnis von bereinigtem EBITDA² zum Umsatz.

H1 2022 H1 2021 Veränderung Umsatz 108.291 100.507 8 % Umsatz 77.456 71.138 9 % Deutschland Umsatz 30.835 29.369 5 % International Bruttoergebnis1 51.830 49.619 4 %

Konzern-Gewinn- und Verlustrechnung in TEUR

| weitere nichtfinanzielle Leistungsindikatoren | | | |
|---|---------|---------|-------------|
| | H1 2022 | H1 2021 | Veränderung |
| Aktive Kund*innen³ (in Tausend) | 1.725 | 1.661 | 4 % |
| Anzahl der Bestellungen⁴ (in Tausend) | 1.243 | 1.175 | 6 % |
| Durchschnittlicher Bestellwert⁵ (in EUR) | 86,0 | 86,30 | 0 % |

49.4 %

2,328

47.9 %

-4.003

-150 Bp

>-100 %

Über Mister Spex:

Bruttomarge1

bereiniates

EBITDA²

Die 2007 gegründete Mister Spex SE 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 über 60 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 umfangreiches Partnernetzwerk aus Optiker*innen.

¹⁾ Das Management definiert das Bruttoergebnis als Umsatz abzüglich Materialaufwand und die Bruttomarge als das Verhältnis von Bruttoergebnis zu Umsatz.

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

⁴⁾ Bestellungen nach Stornierungen und Retouren.

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



Pressekontakt:

Judith Schwarzer I Head of Corporate Communications I <u>Judith.Schwarzer@misterspex.de</u>

Thalissa-Jennifer Klaps I Senior Corporate Communication & PR Manager I <u>Thalissa-Jennifer.Klaps@misterspex.de</u>

Mister Spex SEGreifswalder Strasse 156
D-10409 Berlin

Website: www.misterspex.de

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

Haftungsausschluss

Diese Veröffentlichung stellt weder ein Angebot zum Verkauf noch eine Aufforderung zum Kauf von Wertpapieren dar.

Bestimmte Aussagen können "zukunftsgerichtete Aussagen" darstellen, die eine Reihe von Risiken und Ungewissheiten beinhalten. Zukunftsgerichtete Aussagen sind im Allgemeinen an der Verwendung der Worte "können", "werden", "sollten", "planen", "erwarten", "antizipieren", "schätzen", "glauben", "beabsichtigen", "projizieren", "Ziel" oder "anvisieren" oder der Verneinung dieser Worte oder anderer Variationen dieser Worte oder vergleichbarer Terminologie erkennbar. Zukunftsgerichtete Aussagen beruhen auf Annahmen, Prognosen, Schätzungen, Projektionen, Meinungen oder Plänen, die von Natur aus mit erheblichen Risiken sowie Ungewissheiten und Eventualitäten behaftet sind, die sich ändern können. Die Mister Spex SE übernimmt keine Gewähr dafür, dass die in die Zukunft gerichteten Aussagen erreicht werden oder sich als richtig erweisen. Die tatsächliche zukünftige Geschäfts-, Finanz- und Ertragslage sowie die Aussichten können wesentlich von den in den Zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Prognosen abweichen. Weder die Mister Spex SE noch die mit ihr verbundenen Unternehmen übernehmen eine Verpflichtung zur Aktualisierung der in dieser Mitteilung enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen oder anderen Informationen, sei es aufgrund neuer Informationen, zukünftiger Ereignisse oder aus anderen Gründen, und erwarten auch nicht, diese öffentlich zu aktualisieren oder zu revidieren, sofern dies nicht gesetzlich vorgeschrieben ist.