



In einem JYSK Store

28.11.2024 12:00 CET

JYSK liefert Rekordergebnisse mit Investitionen in niedrigere Preise

JYSK liefert Rekordergebnisse mit Investitionen in niedrigere Preise (Geschäftsbericht 2023_24) anbei

Im Geschäftsjahr 2023/24 erzielte JYSK ein EBIT-Ergebnis von 4,43 Milliarden DKK (594 Millionen EUR) und steigerte seinen Umsatz auf 41,4 Milliarden DKK (5,6 Milliarden EUR). Der globale Einrichtungshändler investierte in die Senkung seiner bereits wettbewerbsfähigen Preise für mehr als die Hälfte seiner beliebten Qualitätsprodukte und verzeichnete einen

neuen Kundenrekord.

Im Geschäftsjahr 2023/24 (GJ 24) hielten die globalen Unsicherheiten und Unruhen an, und obwohl die Inflation zurückging, hatten die Verbraucher immer noch das Bedürfnis, ihre Ausgaben zu priorisieren. JYSK war weiterhin die erste Wahl der Kunden im Bereich Schlafen und Wohnen, und die wettbewerbsfähigen Preise von JYSK für Qualitätsprodukte lockten 11,9 Millionen Neukunden in eine der über 3.400 JYSK-Stores in 48 Ländern.

Im Geschäftsjahr 24 stieg das EBIT um 12 % auf 4,43 Mrd. DKK (594 Mio. EUR) im Vergleich zu 3,965 Mrd. DKK (531 Mio. EUR) im GJ23, und der Umsatz stieg um 7,6 % auf 41,4 Mrd. DKK (5,6 Mrd. EUR) im Vergleich zu 38,5 Mrd. DKK (5,2 Mrd. EUR) im Vorjahr.

„Ich bin mit unseren Ergebnissen für das Geschäftsjahr 2023/24 sehr zufrieden. Unsere Mitarbeiter in unseren Stores, Logistikzentren, Regional Head Offices und Konzernzentrale haben auch in diesem Geschäftsjahr bewundernswertes Engagement und eine ausgeprägte Kundenorientierung gezeigt. Dank ihrer harten Arbeit verzeichnen wir Rekorde bei Umsatz und Neukundenzahl und verzeichnen einen unserer höchsten EBIT-Zuwächse“, so Rami Jensen, Präsident und CEO von JYSK.

In Wachstum investieren

Im Geschäftsjahr 2024 eröffnete JYSK europaweit 137 neue Stores und investierte in 489 Store Activities, darunter Umzüge und Erweiterungen bestehender Stores sowie Umbauten auf das neueste Store Concept 3.0. Darüber hinaus investiert JYSK in zwei neue hochmoderne Logistikzentren in den Niederlanden und in Spanien, um der wachsenden Zahl an Kunden und Stores gerecht zu werden.

JYSK setzte außerdem die Einführung seiner Omnichannel-Plattform Unified Commerce fort, um den Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis zu bieten, unabhängig davon, wo und wie sie bei JYSK einkaufen .

Ambitionierte Nachhaltigkeitsziele setzen

Im Geschäftsjahr 2024 hat JYSK seine Treibhausgasemissionen berechnet und neue Ziele festgelegt, um die Anforderungen der international anerkannten

Science Based Targets Initiative (SBTi) gemäß dem Pariser Abkommen zu erfüllen.

JYSK ist bestrebt, die Emissionen im eigenen Betrieb bis 2032 um 50,4 % zu reduzieren und strebt an, dass 72,5 % der Lieferanten bis zum Ende des Geschäftsjahres 2028 die von der SBTi genehmigten Emissionsziele erreichen.

„Nachhaltigkeit ist ein grundlegender Teil unseres Engagements für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und den Planeten. Wir möchten unseren Teil dazu beitragen, unsere Auswirkungen auf das Klima zu reduzieren und Nachhaltigkeit für unsere Kunden zu einer zugänglichen und erschwinglichen Wahl zu machen, wenn sie großartige Angebote bei JYSK kaufen“, sagt Rami Jensen.

Ein Blick in die Zukunft

Der globale Einzelhandelsmarkt wird voraussichtlich weiterhin unberechenbar bleiben und nach mehreren Jahren mit hohen Inflationsraten durch hohe Betriebskosten unter Druck stehen. Das derzeit geringe Verbrauchervertrauen dürfte sich leicht verbessern.

Im Frühjahr 2025 wird JYSK seine ersten Geschäfte außerhalb Europas in Casablanca, Marokko, eröffnen. Das Geschäftsjahr 2024/25 markiert zugleich das letzte Jahr der aktuellen Strategie „Seamless and closer to the customer“ und die Vorbereitungen für die nächste erfolgreiche Strategie für JYSK laufen auf Hochtouren. Dabei stützen sie sich auf das starke Fundament der JYSK-Werte: Kaufmann, Kollege und Corporate Spirit.

„Unvorhersehbarkeit ist im Einzelhandel die neue Normalität. Wir sind bei JYSK gut aufgestellt, um Schwankungen und Unsicherheiten entgegenzuwirken. Wir konzentrieren uns weiterhin auf unsere langfristige Strategie für Wachstum und Expansion“, sagt Rami Jensen.

Das Geschäftsjahr 2023/24 in Zahlen

- EBIT-Steigerung um 12 % auf 4,43 Mrd. DKK (594 Millionen EUR)
- Umsatzsteigerung um 7,6 % auf 41,4 Milliarden DKK (5,6 Milliarden EUR)

- Neuer Rekord bei der Zahl der Neukunden mit 11,9 Millionen
- Eröffnung von insgesamt 137 neuen JYSK-Stores in ganz Europa
- Ankündigung der Eröffnungspläne für Marokko im Frühjahr 2025
- 489 Store Activities, darunter Umzüge, Erweiterungen bestehender Stores und Updates auf das neueste Store Concept 3.0.

Link zum Geschäftsbericht als ipaper: <https://bit.ly/3CXrm5U>

JYSK ist ein internationales Einrichtungsunternehmen mit skandinavischen Wurzeln, das es einfach macht, jeden Raum in jedem Haus und Garten einzurichten.

Mit mehr als 3.400 Stores und Webshops in 48 Ländern hat JYSK immer ein tolles Angebot und kompetenten Service in Ihrer Nähe, egal wie Kunden einkaufen möchten.

Gründer Lars Larsen eröffnete 1979 sein erstes Geschäft in Dänemark. Heute beschäftigt JYSK 31.000 Kolleg:innen.

JYSK ist Teil der familiengeführten Lars Larsen Group mit einem Gesamtumsatz von 6,03 Milliarden Euro im Geschäftsjahr 2022/23. Der Umsatz von JYSK betrug im Geschäftsjahr 2022/23 5,2 Milliarden Euro.

Kontaktpersonen



Michael Rotermund

Pressekontakt

Head of Communications

presse@jysk.com

04630/975 275



Julia Rojahn

Pressekontakt

Communications Consultant

presse@jysk.com

04630/975258