

Pressemitteilung

Q1 2018/19: CECONOMY mit Umsatzwachstum und Ergebnisstabilisierung

- // **Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz im ersten Quartal um 2,8 Prozent gestiegen; alle Regionen tragen zum Umsatzwachstum bei; Onlinegeschäft mit Umsatzplus von 28,0 Prozent auf 1,0 Mrd. Euro**
- // **Ergebnis (EBITDA*) um 18 Mio. Euro über Vorjahr; EBIT* bei 269 Mio. Euro (15 Mio. Euro über Vorjahr); vor Aufwendungen für Managementwechsel, die das Ergebnis mit 34 Mio. Euro belasteten**

Düsseldorf, 8. Februar 2019 – Nach der herausfordernden Entwicklung 2017/18 hat die CECONOMY AG („CECONOMY“) ihr Geschäft im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres 2018/19 stabilisiert. Der Umsatz erhöhte sich von Oktober bis Dezember im Vergleich zum Vorjahr währungs- und portfoliobereinigt um 2,8 Prozent. Haupttreiber waren der umsatzstarke Black Friday sowie signifikante Zuwächse in den strategisch wichtigen Bereichen Online und Services & Solutions. Das Ergebnis (EBITDA) stieg im ersten Quartal – ohne Berücksichtigung der Beteiligung an Fnac Darty sowie der Kosten für Managementwechsel bei CECONOMY und MediaMarktSaturn – um 18 Mio. Euro gegenüber dem Vorjahr. Ebenfalls bereinigt um diese Effekte verbesserte sich das EBIT um 15 Mio. Euro auf 269 Mio. Euro in Q1 2018/19. Für Managementwechsel auf der ersten und zweiten Führungsebene bei CECONOMY und MediaMarktSaturn fielen Aufwendungen in Höhe von 34 Mio. Euro an, die das berichtete EBITDA und EBIT belasteten.

„Wir haben im ersten Quartal unseren Umsatz gesteigert und Marktanteile hinzugewonnen. Die bessere Steuerung der Aktionstage rund um den Black Friday hat zudem dazu geführt, dass wir die schwächere Entwicklung im Oktober voll ausgleichen konnten und unser Ergebnis stabilisiert haben. Für das Gesamtjahr gehen wir aber weiterhin davon aus, dass die Transformation und Reorganisation unserer Aktivitäten unsere Performance belasten wird“, sagte Dr. Bernhard

* Ohne Berücksichtigung der Beteiligung an Fnac Darty S.A.

Pressemitteilung

Düttmann, Finanzvorstand der CECONOMY AG: „In den kommenden Monaten werden wir unsere strategischen Initiativen weiterhin konsequent umsetzen und unsere Kosten senken. Dafür erarbeitet das Managementteam von MediaMarktSaturn derzeit ein umfangreiches Maßnahmenpaket, das wir spätestens mit der Veröffentlichung der Q2-Ergebnisse am 21. Mai vorstellen werden.“

Umsatz wächst in allen Regionen, CECONOMY gewinnt Marktanteile hinzu

Von Oktober bis Dezember erhöhte sich der **Umsatz** von CECONOMY im Vergleich zum Vorjahr auf berichteter Basis um 1,7 Prozent auf 6,9 Mrd. Euro (Vorjahr: 6,8 Mrd. Euro). Zu dieser positiven Entwicklung trugen insbesondere die erfolgreichen Aktionen rund um den Black Friday im November bei. Der Marktanteil in der Gruppe ist um rund 30 Basispunkte gestiegen.

Nachdem der Umsatz in der Region **DACH** im vergangenen Geschäftsjahr 2017/18 währungs- und portfoliobereinigt gesunken war, entwickelte er sich im ersten Quartal mit +2,7 Prozent auf 4,1 Mrd. Euro wieder deutlich positiv. In **West- und Südeuropa** lag der Umsatz währungs- und portfoliobereinigt 3,7 Prozent über Vorjahr. Das Geschäft in der Region **Osteuropa** wuchs – bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen – leicht um 0,2 Prozent. Auf berichteter Basis reduzierte er sich um 10,9 Prozent. Grund ist insbesondere die starke Abwertung der türkischen Lira.

Umsatzentwicklung im Konzern¹

	Umsatz (Mio. €)		Veränderung (%)	in % vom Gesamtumsatz
	Q1 2017/18	Q1 2018/19		
Gesamtumsatz	6.761	6.879	1,7	n.a.
Online/Mobile	787	1.007	28,0	14,6
Services & Solutions (gemäß IAS 18)	393	425	8,2	6,2
Services & Solutions (gemäß IFRS 15)	–	342	–	–

¹ Geschäftszahlen stellen die fortgeführten Aktivitäten von CECONOMY dar.

Pressemitteilung

Das Onlinegeschäft sowie Services & Solutions waren erneut Treiber des Umsatzwachstums von CECONOMY. So wuchs das **Onlinegeschäft** im ersten Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 28,0 Prozent und überschritt mit insgesamt 1.007 Mio. Euro erstmals in einem Quartal die Marke von einer Milliarde Euro. Der Anteil des Onlinegeschäfts am Gesamtumsatz liegt damit bei 14,6 Prozent (Q1 2017/18: 11,6 Prozent). Grund für diese deutlich positive Entwicklung sind höhere Besucherzahlen und eine bessere Conversion-Rate, insbesondere an den Aktionstagen rund um den Black Friday.

Ebenfalls ungebrochen stark war die Nachfrage nach **Services & Solutions**. Nach der Definition des alten Bilanzierungsstandards IAS 18 stieg der Services & Solutions-Umsatz im Jahresvergleich um 8,2 Prozent auf 425 Mio. Euro (Vorjahr: 393 Mio. Euro). Positiv entwickelten sich insbesondere die Vermittlung von Versicherungen sowie Dienstleistungen rund um Reparaturen.

Ergebnisstabilisierung auch auf Einmaleffekte zurückzuführen

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2018/19 erreichte CECONOMY – ohne Berücksichtigung der Beteiligung an Fnac Darty S.A. und der Kosten der Managementveränderungen bei CECONOMY und MediaMarktSaturn – ein **EBITDA** von 326 Mio. Euro (plus 18 Mio. Euro über Vorjahr). Das **EBIT** lag – ohne die genannten Effekte – bei 269 Mio. Euro und damit um 15 Mio. Euro über dem Vorjahresquartal. Die Stabilisierung des zugrunde liegenden Ergebnisses ist etwa zur Hälfte auf operative Fortschritte zurückzuführen – neben dem Black Friday vor allem rückläufige Personal- und Standortkosten. Die andere Hälfte ergab sich aus Einmaleffekten, wie etwa der Umsetzung neuer Bilanzierungsstandards und der Realisierung von Schadensersatzansprüchen. Die Bruttomarge lag mit 18,4 Prozent unter dem Niveau des Vorjahresquartals (–0,6 Prozentpunkte).

Aufgrund der Aufwendungen in Höhe von 34 Mio. Euro für die Wechsel im Management bei CECONOMY sowie auf Holding- und Länderebene von MediaMarktSaturn verringerte sich das berichtete EBITDA im ersten Quartal um 17 Mio. Euro auf 291 Mio. Euro (Vorjahr: 308 Mio. Euro). Das berichtete EBIT sank um 19 Mio. Euro auf 234 Mio. Euro (Vorjahr: 253 Mio. Euro).

Pressemitteilung

Ergebnisentwicklung im Konzern¹

Mio. €	Q1 2017/18	Q1 2018/19	Veränderung
Bruttoergebnis	1.285	1.265	-19
<i>Bruttomarge in %</i>	<i>19,0 %</i>	<i>18,4 %</i>	<i>-0,6 %p.</i>
EBITDA	308	291	-17
EBITDA exkl. Fnac Darty	308	292	-17
<i>EBITDA-Marge² exkl. Fnac Darty</i>	<i>4,5 %</i>	<i>4,2 %</i>	<i>-0,3 %p.</i>
EBIT	253	234	-19
EBIT exkl. Fnac Darty	254	235	-18
<i>EBIT-Marge² exkl. Fnac Darty</i>	<i>3,7 %</i>	<i>3,4 %</i>	<i>-0,3 %p.</i>
EPS (in €)	0,32	0,30	-0,02

¹ Geschäftszahlen stellen die fortgeführten Aktivitäten von CECONOMY dar.

² Verhältnis EBIT oder EBITDA zu Gesamtumsatz.

Ausblick bestätigt

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse des ersten Quartals bestätigt CECONOMY den Ausblick für das Geschäftsjahr 2018/19: CECONOMY erwartet für 2018/19 ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes gegenüber dem Vorjahr. Für das Net Working Capital erwartet das Unternehmen eine moderat rückläufige Entwicklung. Sowohl beim EBITDA als auch beim EBIT erwartet CECONOMY ohne Berücksichtigung der Ergebnisbeiträge aus der Beteiligung an Fnac Darty S.A. einen leichten Rückgang. Die Segmente DACH und insbesondere Osteuropa tragen zu diesem Rückgang bei, während sich das Segment West-/Südeuropa leicht positiv entwickelt. Die jeweiligen Vergleichsgrößen im Vorjahr 2017/18 betragen 630 Mio. Euro EBITDA und 399 Mio. Euro EBIT.

Darüber hinaus wird im EBITDA und im EBIT zusätzlich der Anteil des von Fnac Darty S.A. erwirtschafteten Periodenergebnisses enthalten sein. Auf Basis aktueller Analystenschätzungen erwartet CECONOMY daraus einen Ergebnisbeitrag im Geschäftsjahr 2018/19 in mittlerer zweistelliger Millionen-Höhe.

Die Prognose erfolgt wechselkursbereinigt und vor Portfolioveränderungen. Noch zu konkretisierende Aufwendungen im Zusammenhang mit der Neuausrichtung und Optimierung von Strukturen und Geschäftsprozessen in Verwaltungs- und Zentraleinheiten sind nicht enthalten. Auch Aufwendungen für bereits bekannt gegebene Führungswechsel im Top-Management sind nicht berücksichtigt.

Pressemitteilung

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG vereinfacht das Leben in der digitalen Welt. Die Gesellschaft ist die führende Plattform für Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics in Europa. Die Unternehmen im CECONOMY-Portfolio haben Milliarden Verbraucherkontakte pro Jahr und bieten Produkte, Dienstleistungen und Lösungen, die das Leben in der digitalen Welt so einfach und angenehm wie möglich machen. So schaffen sie Mehrwert für Kunden ebenso wie für Investoren.

Pressekontakte

Andrea Koepfer
+49 (151) 1511-5314
andrea.koepfer@ceconomy.de

Simone Fuchs
+49 (151) 1511-4790
simone.fuchs@ceconomy.de

Steffen Schmidt
+49 (151) 1511-2262
steffen.schmidt@ceconomy.de