

PRESSEMITTEILUNG

Q2 2017/18: CECONOMY treibt strategische Agenda voran und steigert operativen Gewinn

- // Umsatz im zweiten Quartal 2017/18 währungsbereinigt um 0,8 Prozent gestiegen; EBITDA inkl. Fnac Darty um 56 Mio. Euro auf 97 Mio. Euro erhöht, EBIT inkl. Fnac Darty bei 38 Mio. Euro; Wertminderung der Beteiligung an der Metro AG belastet Finanzergebnis
- // MediaMarktSaturn und Fnac Darty gründen European Retail Alliance zur Verbesserung der Partnerschaft mit Lieferanten und des Angebots für Endkunden
- // Im Geschäftsjahr 2017/18 leichtes Wachstum des währungs- und portfoliobereinigten Umsatzes und Steigerung von EBITDA und EBIT mindestens im mittleren einstelligen Prozentbereich erwartet

Düsseldorf, 17. Mai 2018 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“) hat im zweiten Quartal des Geschäftsjahres 2017/18 ihre strategische Agenda weiter erfolgreich vorangetrieben und das operative Ergebnis verbessert. Von Januar bis März erhöhte sich der Gesamtumsatz währungsbereinigt im Vergleich zum Vorjahr um 0,8 Prozent und lag auf berichteter Basis bei rund 5,2 Mrd. Euro. Das EBITDA¹ stieg um 56 Mio. Euro auf 97 Mio. Euro (Q2 2016/17: 40 Mio. Euro vor Sonderfaktoren), während sich das EBIT von einem Verlust von 19 Mio. Euro im Vorjahr auf einen operativen Gewinn von 38 Mio. Euro verbesserte. Auch ohne den Beitrag aus der Beteiligung am führenden französischen Einzelhandelsunternehmen Fnac Darty, die mit rund 21 Mio. Euro erstmals spürbar zum Ergebnis beitrug, verbesserte sich das EBIT auf rund 18 Mio. Euro.

Am 15. Mai hatten MediaMarktSaturn und Fnac Darty angekündigt, dass sie eine Absichtserklärung zur Gründung der European Retail Alliance unterzeichnet haben. Die Kooperation, die auch offen für weitere Partner ist, soll die Partnerschaft mit Lieferanten und das Angebot für Endkunden weiter verbessern. Die Allianz umfasst zu Beginn vier Kernbereiche:

¹ EBITDA und EBIT jeweils einschließlich Ergebnisbeitrag aus der Beteiligung an Fnac Darty.

PRESSEMITTEILUNG

Strategische Vereinbarungen mit Lieferanten, Eigenmarken sowie Innovation und Data Analytics. Die beteiligten Partner planen die Gründung eines Joint Ventures, welches als Holding der Allianz dienen soll, sowie eigener operativer Gesellschaften für jeden der Kooperationsbereiche. Für 2018 werden keine wesentlichen finanziellen Auswirkungen der Kooperation erwartet.

„Nach dem verhaltenen Jahresauftakt hatten wir ein gutes zweites Quartal, in dem wir sowohl operativ, als auch strategisch Fortschritte gemacht haben. Wir haben drei Viertel unseres Ergebnisrückstands aufgeholt; unter anderem unterstützt durch die im Januar eingeleiteten Kostenmaßnahmen. Es liegen aber noch sechs anspruchsvolle Monate vor uns. Strategisch wichtig war im zweiten Quartal vor allem die Vorarbeit für die geplante Gründung der European Retail Alliance zwischen MediaMarktSaturn und Fnac Darty. Diese Kooperation ist die Grundlage für die Zusammenarbeit der beiden Firmen und ein wichtiger Baustein des strategischen Ansatzes von CECONOMY, die führende Plattform für Consumer Electronics in Europa zu sein“, sagte Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender der CECONOMY AG.

Services & Solutions treibt Umsatzwachstum

Im zweiten Quartal stieg der **Umsatz** von CECONOMY währungsbereinigt um 0,8 Prozent. Auf berichteter Basis war er mit 5,249 Mrd. Euro (Vorjahr: 5,258 Mrd. Euro) leicht rückläufig (-0,2 Prozent). Hierin spiegelt sich unter anderem die Entscheidung wider, mit Blick auf die Ergebnisentwicklung die im Vorjahr durchgeführte Mehrwertsteueraktion von Saturn Deutschland nicht zu wiederholen. Die Umsatzlücke wurde teilweise von den positiven Auswirkungen des frühen Ostergeschäfts im März kompensiert. Bereinigt um die Mehrwertsteueraktion aus dem Vorjahr und die positiven Ostereffekte erzielte CECONOMY währungsbereinigt ein Umsatzplus von 1,8 Prozent.

Wachstumsimpulse kamen auf regionaler Ebene vor allem aus der Türkei, die an die gute Entwicklung der Vorquartale anknüpfte. Weiterhin positiv entwickelten sich auch Italien und Schweden, wo die eingeleiteten Maßnahmen Wirkung zeigten und zur weiteren Stabilisierung des Geschäfts beitrugen.

PRESSEMITTEILUNG

Auf Ebene der einzelnen Geschäftsfelder wuchs vor allem **Services & Solutions** dynamisch. Der Umsatz im Dienstleistungsgeschäft stieg gegenüber dem Vorjahr um rund 15 Prozent auf 334 Mio. Euro (Vorjahr: 292 Mio. Euro); beziehungsweise auf einen Anteil von 6,4 Prozent des Gesamtumsatzes. Getrieben wurde das Wachstum durch alle Kategorien, darunter Versicherungen, Finanzierungen und Garantieverlängerungen sowie auch Mobilfunkverträge und Reparaturservices. Dazu beigetragen hat der weitere Ausbau der „SmartBars“ auf nunmehr 750 Märkte sowie die wachsende Präsenz der Deutschen Technikberatung in mittlerweile über 300 MediaMarkt und Saturn Märkten in Deutschland.

Die Vertriebsmarken MediaMarkt und Saturn sind im **Online-/Mobilegeschäft** um rund 11 Prozent gewachsen. Insgesamt erzielte CECONOMY 12,2 Prozent des Konzernumsatzes im Onlinegeschäft, nach 11,6 Prozent im Vorjahr.

Umsatzentwicklung im Konzern¹

Mio. €	Q2 2016/17	Q2 2017/18	Veränderung
Gesamtumsatz	5.258	5.249	-0,2 %
Online-Umsatz (in % des Gesamtumsatzes)	11,6 %	12,2 %	0,6 %P.
Umsatz mit Services & Solutions (in % des Gesamtumsatzes)	5,5 %	6,4 %	0,9 %P.

¹ Alle Angaben im Vorjahresquartal ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten, das heißt CECONOMY.

Ergebnis unterstützt von Einmaleffekten, höheren Services-Erträgen und Kostenmaßnahmen

Das **EBITDA** von CECONOMY stieg im zweiten Quartal um 56 Mio. Euro auf 97 Mio. Euro. Es berücksichtigt erstmals einen spürbaren Beitrag aus der Beteiligung an Fnac Darty in Höhe von rund 21 Mio. Euro. Ohne diesen Beitrag erzielte CECONOMY ebenfalls einen EBITDA-Anstieg von 36 Mio. Euro auf 76 Mio. Euro. Mehr als die Hälfte des Anstiegs ist auf den Wegfall von bekannten Einmaleffekten des Vorjahres wie den Verlust aus der Insolvenz eines Telekom-Anbieters in den Niederlanden und die nicht wiederholte Mehrwertsteuer-Aktion bei Saturn Deutschland sowie auf positive Effekte in der Warenbewertung zurückzuführen. Darüber hinaus wirkt sich auch die Abwicklung von redcoon positiv auf das Ergebnis aus. Dazu kommen die Auswirkungen der gestiegenen Nachfrage im Bereich Services & Solutions. Auch die nach dem ersten Quartal definierten Kostenmaßnahmen trugen zum Anstieg bei.

PRESSEMITTEILUNG

Das **EBIT** verbesserte sich von -19 Mio. Euro auf 38 Mio. Euro. Ohne den Beitrag von Fnac Darty lag es bei 18 Mio. Euro. Die Veränderung im **Net Working Capital** verbesserte sich um 185 Mio. Euro. Dazu trug neben einem vorteilhaften Wochentagseffekt der geringere Aufbau von Vorräten sowie das Einlösen von Lieferantenforderungen bei.

Das Finanzergebnis lag im zweiten Quartal bei -110 Mio. Euro, nach -1 Mio. Euro im Vorjahr. Es spiegelt die Wertminderung der rund 10-prozentigen Beteiligung an der Metro AG in Höhe von 131 Mio. Euro wider, die aus der Anwendung der internationalen Accounting-Richtlinien IFRS resultiert. Die dauerhaft deutlich negative Kursentwicklung der Metro AG Aktie konnte durch die Metro-Dividende von 25 Mio. Euro nur teilweise kompensiert werden. Die Wertminderung hat keine Auswirkungen auf die Prognose für das Geschäftsjahr 2017/18, die sich beim Ergebnis auf EBITDA und EBIT bezieht. Im Zuge der Wertminderung verringerte sich das Ergebnis je Aktie (EPS) auf -0,21 Euro, nach -0,04 Euro im Vorjahr. Ohne die Wertminderung stieg das EPS deutlich von -0,04 Euro auf 0,13 Euro.

Ergebnisentwicklung im Konzern^{1, 2}

Mio. €	Q2 2016/17	Q2 2017/18	Veränderung
Bruttoergebnis	1.046	1.051	5
<i>Bruttomarge in %</i>	<i>19,9 %</i>	<i>20,0 %</i>	<i>0,1 %P.</i>
EBITDA	40	97	56
EBITDA exkl. Fnac Darty	40	76	36
<i>EBITDA-Marge exkl. Fnac Darty</i>	<i>0,8 %</i>	<i>1,4 %</i>	<i>0,7 %P.</i>
EBIT	-19	38	58
EBIT exkl. Fnac Darty	-19	18	37
<i>EBIT-Marge exkl. Fnac Darty</i>	<i>-0,4 %</i>	<i>0,3 %</i>	<i>0,7 %P.</i>
EPS (in €)	-0,04	-0,21	-0,17

¹ Alle Angaben im Vorjahresquartal ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten, das heißt CECONOMY.

² Alle Zahlen aus Q2 2016/17 vor Sonderfaktoren außer Bruttoergebnis, alle Zahlen aus Q2 2017/18 wie berichtet.

Ziele für Geschäftsjahr 2017/18 bestätigt

CECONOMY erwartet für das Geschäftsjahr 2017/18 ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes im Vergleich zum Vorjahr. Hierzu werden alle Segmente beitragen. Korrespondierend geht das Unternehmen von einer leichten Verbesserung des Net Working Capital im Vergleich zum Vorjahr aus. Sowohl beim EBITDA als auch beim EBIT erwartet

PRESSEMITTEILUNG

CECONOMY ohne Berücksichtigung der Ergebnisbeiträge aus der Beteiligung an Fnac Darty S.A. eine Steigerung im mittleren einstelligen Prozentbereich. Hierzu wird insbesondere die Region West-/Südeuropa beitragen. Die jeweiligen Vergleichsgrößen im Geschäftsjahr 2016/17 sind um Sonderfaktoren bereinigt, zudem gilt die Prognose wechsellkursbereinigt und vor Portfolioveränderungen. Zusätzlich wird im EBITDA und im EBIT 2017/18 der Anteil des von Fnac Darty S.A. erwirtschafteten Periodenergebnisses enthalten sein. Auf Basis aktueller Analystenschätzungen erwartet CECONOMY daraus einen Ergebnisbeitrag im Geschäftsjahr 2017/18 in niedriger bis mittlerer zweistelliger Millionenhöhe.

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG ist die führende europäische Plattform für Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics. Diese Marktposition von CECONOMY basiert insbesondere auf den starken Marken MediaMarkt und Saturn. Mit über zwei Milliarden Kundenkontakten pro Jahr wollen die Unternehmen der CECONOMY Kunden Orientierung geben und ihnen Lösungen anbieten, um die Möglichkeiten innovativer Technologien bestmöglich zu nutzen. Hierzu will CECONOMY neue Konzepte und Geschäftsmodelle entwickeln, die Verbrauchern einen entscheidenden Mehrwert bieten und neue wirtschaftliche Erfolgspotenziale für das Unternehmen und seine Aktionäre erschließen.

Pressekontakte

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

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