

Pressemitteilung

CECONOMY im zweiten Quartal 2018/19 mit Ergebnis auf Vorjahresniveau

- Bereinigtes EBIT¹ mit 24 Mio. Euro auf Vorjahresniveau (–1 Mio. Euro); Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm von –39 Mio. Euro im berichteten EBIT; bereinigtes EBITDA bei 80 Mio. Euro (Q2 2017/18: 82 Mio. Euro)
- Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz rückläufig (–1,1 Prozent); Online-Geschäft weiterhin sehr positiv (+13,4 Prozent), Services & Solutions wächst mit +4,2 Prozent
- CEO Jörn Werner: „Wir entwickeln unsere übergreifende strategische Positionierung mit Hochdruck weiter – mit dem Kunden und dem Kundenerlebnis im Vordergrund.“

Düsseldorf, 21. Mai 2019 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“) hat im zweiten Quartal operative Fortschritte erzielt, während der Konzern seinen Transformationsprozess wie geplant vorantreibt. Von Januar bis März war der Umsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum währungs- und portfoliobereinigt leicht rückläufig (–1,1 Prozent) und lag bei 5,0 Mrd. Euro. Ein Grund hierfür sind ungünstige Kalendereffekte; insbesondere die Verschiebung der absatzstarken Vorosterwoche in das dritte Quartal. In West- und Südeuropa ging das Geschäft wegen der herausfordernden Marktsituation deutlich zurück. Auf Ebene des Konzernergebnisses ist es aber gelungen, den rückläufigen Umsatz durch eine höhere Kosteneffizienz zu kompensieren. Das bereinigte EBIT ohne Fnac Darty war mit 24 Mio. Euro stabil, auch das bereinigte EBITDA ohne Fnac Darty lag mit 80 Mio. Euro nahezu auf dem Niveau des Vorjahres.

„CECONOMY befindet sich in einem tiefgreifenden Umbruch, der auch die geschäftliche Entwicklung beeinflusst. In einzelnen Ländern wie etwa Deutschland oder Italien konnten wir bereits operative Verbesserungen erzielen. Mit dem Ende April angekündigten Kosten- und Effizienzprogramm haben wir nun ein klares Konzept, wie wir Strukturen vereinfachen, Kosten senken und an Schlagkraft gewinnen können. Wir müssen aber auch die Frage beantworten, wie wir in einer digitalisierten Welt und einem radikal veränderten Umfeld künftig unser Geschäft

¹ EBIT/DA jeweils bereinigt um Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm und ohne Berücksichtigung des Ergebnisbeitrags von Fnac Darty.

Pressemitteilung

betreiben wollen. Deshalb entwickeln wir die übergreifende strategische Positionierung von CECONOMY mit Hochdruck weiter – mit dem Kunden und dem Kundenerlebnis im Vordergrund. So werden wir die Vorteile unserer führenden Marktposition nutzen und unser enormes Potenzial heben können“, sagt Jörn Werner, CEO von CECONOMY.

Umsatz in Deutschland stabil, Türkei wächst währungs- und portfoliobereinigt weiter

Insbesondere in den Regionen DACH und West- und Südeuropa war die Umsatzentwicklung von der Verschiebung des Ostergeschäfts vom Monat März im Jahr 2018 in den Monat April im Jahr 2019 geprägt. In der Region DACH ging der Umsatz im zweiten Quartal währungs- und portfoliobereinigt um –0,5 Prozent zurück und lag bei 2,9 Mrd. Euro. Vor allem der Umsatz in der Schweiz war rückläufig. Deutschland entwickelte sich stabil. Dazu trugen sowohl eine verbesserte Produktverfügbarkeit und Sortimentsdefinition, als auch Impulse aus erfolgreichen Werbekampagnen bei. In West- und Südeuropa erzielte CECONOMY einen Umsatz von 1,6 Mrd. Euro. Aufgrund der herausfordernden Marktsituation in der Region war der Umsatz währungs- und portfoliobereinigt mit –3,5 Prozent deutlich rückläufig. In Osteuropa setzte die Türkei ihre solide Entwicklung fort, so dass der währungs- und portfoliobereinigte Umsatz der Region mit 3,7 Prozent deutlich anstieg und insgesamt bei 367 Mio. Euro lag.

Das Online-Geschäft wuchs im zweiten Quartal 2018/19 um 13,4 Prozent auf 699 Mio. Euro, was einem Umsatzanteil von 13,9 Prozent entspricht (Q2 2017/18: 12,0 Prozent). Dazu trug auch die von den Kunden sehr positiv angenommene Pick-up-Option – das heißt die Abholung von online bestellten Waren im Markt – bei. Die Pick-up-Rate lag im zweiten Quartal bei rund 44 Prozent. Auch das Geschäft mit Dienstleistungen wächst weiter. Gemäß der vergleichbaren Definition nach dem Bilanzierungsstandard IAS 18 stieg der Services & Solutions-Umsatz um 4,2 Prozent auf 333 Mio. Euro. Dies entspricht einem Umsatzanteil von 6,6 Prozent.

Deutschland mit solidem Ergebnis, Bruttomarge rückläufig

Das bereinigte EBIT ohne Fnac Darty ergab sich in den Monaten Januar bis März mit 24 Mio. Euro in etwa auf Vorjahresniveau (–1 Mio. €) – trotz der negativen Umsatzentwicklung und der rückläufigen Bruttomarge (–0,5 Prozentpunkte auf 19,5 Prozent). Auch das bereinigte EBITDA ohne Fnac Darty lag mit 80 Mio. Euro nahezu auf Vorjahresniveau (Q2 2017/18: 82 Mio. Euro).

Pressemitteilung

Dies ist vor allem ein Ergebnis höherer Kosteneffizienz sowie des aktiven Standort-Portfoliomanagements. Vor Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm zeigte vor allem Deutschland eine solide Ergebnisentwicklung. In West- und Südeuropa verringerte sich das bereinigte EBIT/DA deutlich. Italien entwickelte sich in Folge der im Vorjahr erfolgreich eingeleiteten Restrukturierung und Neupositionierung positiv.

Die Beteiligung an Fnac Darty trug im zweiten Quartal mit insgesamt 34 Mio. Euro (Q2 2017/18: 21 Mio. Euro) zum EBIT/DA von CECONOMY bei. Im berichteten EBIT fielen wie angekündigt Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm in Höhe von 39 Mio. Euro an. Im berichteten EBITDA betragen die Aufwendungen 31 Mio. Euro. Grund für diesen Unterschied ist eine nicht cash-wirksame Wertminderung im Zusammenhang mit der Schließung von JUKE.

Im zweiten Quartal 2018/19 erhöhte sich das berichtete Ergebnis vor Steuern von –63 Mio. Euro auf 33 Mio. Euro. Dies ist maßgeblich auf die im Vorjahr vorgenommene Wertminderung der Beteiligung an der METRO AG zurückzuführen. So stieg auch das Periodenergebnis – einschließlich der Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm, des Ergebnisanteils von Fnac Darty und der Vereinnahmung der METRO AG-Dividende – im zweiten Quartal von –47 Mio. Euro auf 20 Mio. Euro. Somit ergab sich ein Ergebnis je Aktie von 0,07 Euro (Q2 2017/18: –0,19 Euro).

Ausblick für Geschäftsjahr 2018/19 bestätigt

„Die Geschäftsentwicklung des zweiten Quartals liegt im Rahmen unserer Erwartungen. Nach dem herausfordernden Geschäftsjahr 2017/18 gibt es erste positive Signale aus dem deutschen Markt. Auch das Wachstum im Online-Geschäft ist sehr erfreulich, konnte das rückläufige stationäre Geschäft aber nicht vollständig kompensieren. Vor uns liegt eine herausfordernde zweite Jahreshälfte mit einer hohen Vergleichsbasis durch Einmaleffekte im Vorjahr. Mit unserem Fokus auf Umsatzwachstum und aktives Kostenmanagement bestätigen wir aber die Prognose für das Gesamtjahr“, sagt CFO Karin Sonnenmoser.

Für das Geschäftsjahr 2018/19 erwartet CECONOMY gegenüber dem Vorjahr ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes. Für das Net Working Capital erwartet das Unternehmen eine

Pressemitteilung

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. 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 im Geschäftsjahr 2018/19 einen Ergebnisbeitrag in mittlerer zweistelliger Millionen-Euro-Höhe.

Die Prognose erfolgt wechselkursbereinigt und vor Portfolioveränderungen. Aufwendungen im Zusammenhang mit dem am 29. April 2019 verkündeten Kosten- und Effizienzprogramm, das sich auf die Optimierung und Umstrukturierung von Prozessen und Strukturen in Verwaltungs- und Zentraleinheiten, insbesondere in Deutschland, sowie auf Geschäftsaktivitäten der Gruppe bezieht, sind nicht enthalten. Auch Aufwendungen für Führungswechsel im Top-Management im ersten Quartal 2018/19 sind nicht berücksichtigt.

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG vereinfacht das Leben in der digitalen Welt. Die Gesellschaft ist führend für 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.

Pressekontakt

Simone Fuchs
0049 (151) 1511-4790
simone.fuchs@ceconomy.de