

Pressemitteilung

CECONOMY wächst leicht und bestätigt Prognose

- **Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz mit 4,6 Mrd. Euro um +0,2 Prozent über Vorjahr; Online-Geschäft (+1,7 Prozent) und Services & Solutions (–8,4 Prozent) von hoher Vergleichsbasis geprägt**
- **Umsetzung des Kosten- und Effizienzprogramms voll im Plan, Einigung mit Betriebsräten über Stellenabbau erfolgt**
- **Bereinigtes EBIT¹ ohne Fnac Darty um 15 Mio. Euro unter Vorjahr bei –45 Mio. Euro, bereinigtes EBITDA ohne Fnac Darty bei 10 Mio. Euro (–16 Mio. Euro ggü. Vorjahr)**
- **CEO Jörn Werner: „Die Transformation unseres Geschäftsmodells ist und bleibt wesentlich für den Erhalt und Ausbau unserer marktführenden Position. Wir müssen das Unternehmen strikt an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten.“**

Düsseldorf, 13. August 2019 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“) kommt bei der Umsetzung ihres Kosten- und Effizienzprogramms voran und liegt im dritten Quartal 2018/19 bei Umsatz und Ergebnis im Plan. Damit ist sie auf Kurs zur Erreichung ihrer Gesamtjahresziele. Der währungs- und portfoliobereinigte Umsatz erreichte in den Monaten April bis Juni rund 4,6 Mrd. Euro. Damit lag er trotz der hohen Vergleichsbasis aufgrund der Fußball-Weltmeisterschaft im vergangenen Jahr leicht (+0,2 Prozent) über Vorjahr. Dies ist insbesondere auf erfolgreiche Mehrwertsteuer-Aktionen in Deutschland und Italien sowie die Verschiebung des Ostergeschäfts in den April zurückzuführen. Die Dynamik bei den Kosteneinsparungen wurde weiter verstärkt. Die rückläufige Bruttomarge konnte dadurch aber nicht vollständig ausgeglichen werden, so dass das bereinigte EBIT ohne Fnac Darty mit –45 Mio. Euro um 15 Mio. Euro niedriger ausfiel als im Vorjahr. Das bereinigte EBITDA ohne Fnac Darty reduzierte sich um 16 Mio. Euro und lag bei 10 Mio. Euro. „Die Transformation unseres Geschäftsmodells ist und bleibt wesentlich für den Erhalt und Ausbau unserer marktführenden Position. Wir

¹ EBIT/DA jeweils bereinigt um Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm sowie Führungswechseln

Pressemitteilung

müssen das Unternehmen und alle seine Prozesse strikt an den Bedürfnissen der Kunden ausrichten. Die Basis dafür schaffen wir mit der Umsetzung des Kosten- und Effizienzprogramms, die nach dem erfolgreichen Abschluss der Verhandlungen mit den Betriebsräten im Juli beginnen kann. Gleichzeitig arbeiten wir an einem klaren Plan für die Zukunft – und an den Zielen, die wir damit erreichen wollen. Unser Programm und die entsprechenden Maßnahmen werden wir wie angekündigt rund um den Jahreswechsel vorstellen“, sagt Jörn Werner, CEO der CECONOMY AG.

Deutschland mit guter operativer Entwicklung, Italien wächst weiter stark

Die einzelnen Regionen zeigen ein gemischtes Bild. In **DACH** erhöhte sich der Umsatz in Q3 – getragen von einer erfolgreichen Mehrwertsteuer-Aktion in Deutschland – währungs- und portfoliobereinigt um insgesamt 0,4 Prozent. In **West- und Südeuropa** lag der währungs- und portfoliobereinigte Umsatz um 1,3 Prozent über Vorjahr. Dazu trug maßgeblich die positive Entwicklung in Italien bei. In **Osteuropa** entwickelte sich die Türkei weiterhin solide, allerdings hat sich das starke Umsatzwachstum etwas verlangsamt. Der Umsatz in Osteuropa reduzierte sich währungs- und portfoliobereinigt um 2,5 Prozent.

Im **Online-Geschäft** erzielte CECONOMY im dritten Quartal einen Umsatz von 594 Mio. Euro (Umsatzanteil: 13,0 Prozent). Damit hat sich das zuletzt starke Wachstum in diesem Geschäftsfeld auf +1,7 Prozent abgeschwächt. Hintergrund ist insbesondere die hohe Vergleichsbasis aus der starken Mobilfunkkampagne „Tarifsensation“ im Vorjahr sowie eine Ausweitung der Lieferkosten auf weitere Produktkategorien. Die Pick-up-Option wird sehr positiv angenommen; im dritten Quartal wurde nahezu die Hälfte (46 Prozent) aller Online-Bestellungen im Markt abgeholt.

Bei **Services & Solutions** sank der Umsatz gemäß der vergleichbaren Definition nach dem Bilanzierungsstandard IAS 18 im dritten Quartal um 8,4 Prozent auf 338 Mio. Euro (Umsatzanteil: 7,4 Prozent). Auch hier ist die hohe Vergleichsbasis aufgrund der starken Mobilfunkkampagne in Deutschland im Vorjahr mit ausschlaggebend für die Entwicklung. Das Geschäft mit Garantieverlängerungen war positiv; auch aufgrund des verbesserten Angebots.

Pressemitteilung

Die Bruttomarge des Konzerns reduzierte sich im dritten Quartal um 1,6 Prozentpunkte auf 18,7 Prozent. Hintergrund ist neben dem intensiven Wettbewerb eine hohe Vergleichsbasis – getrieben durch positive nicht regelmäßig wiederkehrende Effekte im Vorjahr – sowie der rückläufige Umsatz mit Services & Solutions. Niedrigere Personalkosten, die unter anderem auf eine Optimierung des Personaleinsatzes in den Märkten insbesondere in Deutschland zurückzuführen sind, wirkten sich im Ergebnis hingegen positiv aus.

Im dritten Quartal fielen im berichteten EBIT weitere Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm in Höhe von 80 Mio. Euro an. Das berichtete **Ergebnis vor Steuern** erhöhte sich von –184 Mio. Euro auf –113 Mio. Euro. Dies ist maßgeblich auf die im Vorjahr erfolgte Wertminderung der Beteiligung an der METRO AG zurückzuführen. Dazu kam der Gewinn aus dem im Juni vollzogenen Verkauf der verbleibenden 5,4 Prozent der Aktien an der METRO AG. Das **Periodenergebnis** verbesserte sich von –90 Mio. Euro auf –62 Mio. Euro. Das **Ergebnis je Aktie** stieg von –0,32 Euro im Vorjahr auf –0,13 Euro.

Ausblick für Geschäftsjahr 2018/19 bestätigt

„Im dritten Quartal haben wir weitere Fortschritte erzielt und strukturelle Veränderungen angestoßen. So konnten wir mit der Veräußerung des verbleibenden 5,4-Prozent-Anteils an der METRO AG unsere Bilanz durch den Zufluss liquider Mittel weiter stärken. Darüber hinaus haben wir Anfang Juli eine nachhaltige Lösung für unser griechisches MediaMarkt-Geschäft gefunden. Dem anhaltenden Margendruck begegnen wir mit unserem aktiven Kostenmanagement, das in diesem Quartal weiter an Dynamik gewonnen hat. Insgesamt sind wir zuversichtlich, dass wir unsere Gesamtjahresziele erreichen werden“, sagt Karin Sonnenmoser, CFO der CECONOMY AG.

Für das Geschäftsjahr 2018/19 erwartet CECONOMY gegenüber dem Vorjahr ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes. 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 einen leichten Rückgang. Darüber hinaus wird im EBITDA und im EBIT zusätzlich der Anteil des von Fnac Darty erwirtschafteten Periodenergebnisses enthalten sein. Auf Basis der veröffentlichten Ergebnisse

Pressemitteilung

wird daraus im Geschäftsjahr 2018/19 ein Ergebnisbeitrag von rund 22 Mio. Euro vereinnahmt. 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
Head of Communications, Public Policy & Sustainability
0049 (151) 1511-4790
simone.fuchs@ceconomy.de