

PRESSEMITTEILUNG

CECONOMY mit Umsatz- und Ergebnissteigerung in Q3 – Bestätigung der Gesamtjahresziele

- // Quartalsumsatz währungsbereinigt um 0,8 Prozent gestiegen¹; deutliche Zuwächse bei Online/Mobile sowie Services/Solutions
- // EBITDA um 21 Mio. Euro auf 26 Mio. Euro erhöht
- // Aktienkursbedingte Wertminderung der Metro-Beteiligung in Höhe von rund 138 Mio. Euro belastet Finanzergebnis und EPS in Q3
- // Weitere Stärkung des Free Cashflow geplant – Reduzierung der Aufwendungen um insgesamt 250 Mio. Euro netto in fünf Jahren

Düsseldorf, 14. August 2018 – Die CECONOMY AG („CECONOMY“) hat im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2017/18 weitere wichtige strategische Meilensteine erreicht und liegt auf Kurs, ihre Gesamtjahresziele zu erreichen. Zum Quartalsstichtag Ende Juni hat das Unternehmen den im ersten Quartal entstandenen Ergebnismrückstand aufgeholt. Im dritten Quartal stieg das Ergebnis (EBITDA) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf 26 Mio. Euro (Q3 2016/17: 4 Mio. Euro). Das EBIT verbesserte sich von –49 Mio. Euro im Vorjahr auf –30 Mio. Euro. Der Umsatz erhöhte sich von April bis Juni währungs- und portfoliobereinigt um 0,8 Prozent. Haupttreiber waren starke Zuwächse bei Online/Mobile sowie Services/Solutions. Dazu kamen positive Impulse aus der Fußball-Weltmeisterschaft. Gleichzeitig hat CECONOMY mit der Vereinbarung zum Erwerb von 15 Prozent am russischen Marktführer M.video und der Gründung der European Retail Alliance seine strategische Agenda konsequent weiter umgesetzt. Mit der Ende Juni angekündigten Kapitalerhöhung und dem Einstieg der freenet AG als neuem Großaktionär konnte CECONOMY auch die Finanzkraft weiter stärken. Die Kapitalerhöhung wurde im Juli eingetragen.

¹ Hinweis: Geschäftszahlen stellen die fortgeführten Aktivitäten von CECONOMY dar, d.h. ohne das MediaMarkt Russland Geschäft, das seit dem Zeitpunkt der Bekanntgabe der Veräußerung als nicht fortgeführte Aktivitäten klassifiziert wird.

PRESSEMITTEILUNG

Zur weiteren Stärkung des Free Cashflow wird CECONOMY seine Kosten- und Investitionsstrukturen weiter verbessern. Insbesondere durch Fortschritte bei der Optimierung und Automatisierung von Prozessen sollen in den kommenden fünf Jahren die Aufwendungen um insgesamt 250 Millionen Euro netto sinken. Zudem wird CECONOMY in den nächsten Monaten alle Investitionen im Detail überprüfen und die Store-Expansion noch selektiver umsetzen als bisher.

„Im dritten Quartal haben wir an die guten Fortschritte des zweiten Quartals angeknüpft. Die Geschäftsbereiche Online/Mobile sowie Services/Solutions wiesen mit Steigerungen um 21 bzw. 26 Prozent sehr gute Wachstumsraten auf. Beim Net Working Capital stehen wir nach neun Monaten deutlich besser da als im Vorjahr. Wir treiben unsere strategische Agenda weiter voran und beschleunigen die Maßnahmen zur Steigerung des operativen Ergebnisses. Wir sind uns bewusst, dass das vierte Quartal das Schlüsselquartal ist, wir sind aber zuversichtlich, dass wir unsere Ziele erreichen werden“, sagte Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender der CECONOMY AG.

Online/Mobile und Services/Solutions stärkste Umsatztreiber in Q3

Von April bis Juni stieg der **Umsatz** von CECONOMY währungs- und portfoliobereinigt um 0,8 Prozent. Zu dieser Entwicklung trugen neben positiven Impulsen rund um die Fußball-Weltmeisterschaft insbesondere auch starke Zuwachsraten in den Bereichen Online/Mobile sowie Services/Solutions bei, die die Verschiebung des Ostergeschäfts in das zweite Quartal kompensierten. Auf berichteter Basis verringerte sich der Konzernumsatz um 0,7 Prozent auf 4,60 Mrd. Euro (Vorjahr: 4,63 Mrd. Euro). In der Region **Osteuropa** stieg der Umsatz im dritten Quartal um 2,0 Prozent. Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen erhöhte er sich hier um 15,5 Prozent. **West- und Südeuropa** schnitt währungs- und portfoliobereinigt auf Vorjahresniveau ab. Spanien konnte die rückläufige Entwicklung in anderen Märkten der Region weitgehend ausgleichen. Der Umsatz in **DACH** entwickelte sich im Quartal währungs- und portfoliobereinigt mit –1,0 Prozent rückläufig. Positive Impulse aus den Kampagnen rund um die Fußball-Weltmeisterschaft konnten die rückläufige Umsatzentwicklung in Deutschland nicht vollständig kompensieren. Das Ergebnis in Deutschland lag insgesamt in etwa auf dem Niveau des Vorjahres.

PRESSEMITTEILUNG

Umsatzentwicklung im Konzern¹

	Umsatz (Mio. €)		Veränderung (%)	in % vom Gesamtumsatz
	Q3 2016/17	Q3 2017/18		
Gesamtumsatz	4.629	4.598	-0,7	n.a.
Online/Mobile	483	584	20,9	12,7
Services/Solutions	304	381	25,6	8,3

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

CECONOMY baut ihre Aktivitäten über das klassische stationäre Geschäft hinaus kontinuierlich aus. So wuchs der Bereich **Online/Mobile** im dritten Quartal im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 20,9 Prozent und erzielte einen Umsatz von 584 Mio. Euro. Damit beträgt der Online/Mobile-Anteil am Gesamtumsatz mittlerweile 12,7 Prozent (Q3 2016/17: 10,4 Prozent). Nahezu jeder zweite Online-Kunde nutzte die Möglichkeit, online oder mobil bestellte Waren im Markt abzuholen (Q3 2017/18: 40 Prozent vs. 39 Prozent im Vorjahr).

Noch stärker als der Bereich Online/Mobile hat sich die Nachfrage nach **Services/Solutions** entwickelt. Hier stieg der Umsatz im Jahresvergleich um 25,6 Prozent auf 381 Mio. Euro. Positiv entwickelte sich insbesondere die Vermittlung von Mobilfunkverträgen und Versicherungen sowie Dienstleistungen rund um Reparaturen und Garantieverlängerungen. Dies ist auch auf den erfolgreichen Ausbau des Smartbars-Konzepts auf mittlerweile 821 Märkte sowie auf die Ausweitung des „Zuhause“-Service der Deutsche Technikberatung auf alle MediaMarkt- und Saturn-Märkte in Deutschland zurückzuführen.

Ergebnisrückstand vollständig aufgeholt

Für die ersten neun Monate ergibt sich – ohne Berücksichtigung der Beteiligung an Fnac Darty S.A. – mit 416 Mio. Euro ein **EBITDA** auf dem Niveau des Vorjahres (9M 2016/17: 417 Mio. Euro). Von April bis Juni erreichte CECONOMY ein EBITDA von 26 Mio. Euro – das entspricht einer Verbesserung um 22 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahresquartal (ohne Fnac Darty). Dazu beigetragen haben auch Sondereffekte wie etwa eine rechtliche Änderung bei der bilanziellen Bewertung von Verbindlichkeiten aus Geschenk-Gutscheinen in Deutschland. Das Ergebnis profitierte zudem von der weiterhin erfolgreichen Restrukturierung der Aktivitäten in Italien. Die für das laufende Geschäftsjahr angekündigten zusätzlichen Kosteneinsparungen von 30 Mio.

PRESSEMITTEILUNG

Euro wurden weitgehend umgesetzt. Die Bruttomarge war mit 20,2 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal weitgehend stabil (–0,1 Prozentpunkte). Dennoch erhöhte sich auch das **EBIT** im dritten Quartal um 19 Mio. Euro auf –30 Mio. Euro. Die Veränderung des Net Working Capital (NWC) verbesserte sich in den ersten neun Monaten des Geschäftsjahres um 61 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr. Den Rückstand aus dem ersten Halbjahr konnte CECONOMY im dritten Quartal vollständig aufholen.

Erneute Wertminderung auf Metro-Beteiligung belastet Gewinn je Aktie

Das Finanzergebnis verringerte sich im dritten Quartal um 142 Mio. Euro auf –154 Mio. Euro. Dies ist nahezu vollständig auf die negative Kursentwicklung der Aktie der Metro AG zurückzuführen. Diese führte zu einer weiteren Wertminderung der rund 10-prozentigen Metro-Beteiligung auf 10,59 Euro je Stammaktie und 11,95 Euro je Vorzugsaktie. Die Wertminderung belastete das Finanzergebnis von CECONOMY mit rund 138 Mio. Euro. Das Ergebnis je Aktie (EPS) verringerte sich auf –0,32 Euro, nach –0,09 Euro im Vorjahr. Insgesamt wurden damit im Verlauf des Geschäftsjahres gemäß den IFRS-Bilanzierungsrichtlinien 268 Mio. Euro auf die Metro-Beteiligung abgeschrieben. Die Wertminderung hat keinerlei Auswirkungen auf die Ziele für das Geschäftsjahr 2017/18.

Ergebnisentwicklung im Konzern^{1, 2}

Mio. €	Q3 2016/17	Q3 2017/18	Veränderung
Bruttoergebnis	943	930	–13
<i>Bruttomarge in %</i>	<i>20,4 %</i>	<i>20,2 %</i>	<i>–0,1%p.</i>
EBITDA	4	26	21
EBITDA exkl. Fnac Darty	4	26	22
<i>EBITDA-Marge exkl. Fnac Darty</i>	<i>0,1 %</i>	<i>0,6 %</i>	<i>0,5 %p.</i>
EBIT	–49	–30	19
EBIT exkl. Fnac Darty	–49	–29	20
<i>EBIT-Marge exkl. Fnac Darty</i>	<i>–1,1 %</i>	<i>–0,6 %</i>	<i>0,4 %p.</i>
EPS (in €)	–0,09	–0,32	–0,23

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

² Alle Zahlen aus Q3 2016/17 vor Sonderfaktoren außer Umsatz und Bruttoergebnis, alle Zahlen aus Q3 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. Korrespondierend geht das Unternehmen von einer

PRESSEMITTEILUNG

leichten Verbesserung des Net Working Capital im Vergleich zum Vorjahr aus. Sowohl beim EBITDA als auch beim EBIT erwartet CECONOMY ohne Berücksichtigung der Ergebnisbeiträge aus der Beteiligung an Fnac Darty S.A. eine Steigerung im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich. Die jeweiligen Vergleichsgrößen im Geschäftsjahr 2016/17 sind um Sonderfaktoren bereinigt, zudem gilt die Prognose wechsellkursbereinigt und vor Portfolioveränderungen. Die heterogene Entwicklung der Segmente mit Blick auf Umsatz und Ergebnis in den ersten neun Monaten wird sich über das gesamte Geschäftsjahr 2017/18 fortsetzen.

Mit der Unterzeichnung der Vereinbarung zur vollständigen Veräußerung des MediaMarkt Geschäfts in Russland und der daraufhin vorgenommenen Klassifizierung als nicht fortgeführte Aktivitäten wurden die Ausgangsbasis 2016/17 und die Prognose der CECONOMY AG im laufenden Geschäftsjahr 2017/18 angepasst. Somit basiert die Prognose auf den fortgeführten Aktivitäten. Zusätzlich wird im EBITDA und im EBIT 2017/18 der Anteil des von Fnac Darty S.A. erwirtschafteten Periodenergebnisses enthalten sein. Auf Basis der veröffentlichten Ergebnisse wird CECONOMY daraus einen Ergebnisbeitrag im Geschäftsjahr 2017/18 von rund 20 Mio. Euro vereinnahmen.

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