

PhotoBox-Gruppe übertrifft die 200 Mio. Euro-Umsatzmarke und erhält eine Kreditfazilität über 60 Mio. Euro zur Finanzierung zukünftiger Akquisitionen

- Steigerung des Umsatzwachstums der Gruppe um 18,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr, vor allem dank des Mobilgeschäfts als einen wesentlichen Wachstumshebel
- Revolvierende Kreditfazilität über fast 60 Millionen Euro mit einer Laufzeit von vier Jahren, abgesichert von Barclays und RBS, für künftige Akquisitionen
- Über 2 Millionen verkaufte Fotobücher - höchstes bislang erreichtes Jahresumsatzvolumen

Paris/London, 22. Juli 2014 – Die 2000 gegründete [PhotoBox-Gruppe](#) (Start PhotoBox.de: 2007), einer der europäischen Marktführer im B2C-Bereich für individualisierbare Online-Fotoservices und Betreiber der Marken [PhotoBox](#), [Moonpig](#)¹, [PaperShaker](#) und [Sticky9](#), verzeichnet ein starkes Umsatzwachstum: +18,8 Prozent im zum 30. April 2014 abgeschlossenen Geschäftsjahr. Das ist eine Steigerung zum vorherigen Geschäftsjahr 2013, in dem das Umsatzwachstum 13,3 Prozent² betrug.

Finanzkennzahlen

	Geschäftsjahr zum 30. April 2014	Geschäftsjahr zum 30. April 2013	Anstieg gegenüber dem Vorjahr
Umsatz (in Millionen EUR)	208,8	175,8	+18,8 % (+17,6 % nach Bereinigung unter Berücksichtigung des Wechselkurses*)
Bruttomarge (in Millionen EUR)	109,1	92,2	+18,4 %
Bruttomarge (in %)	52 %	52 %	
Zugrunde liegendes EBITDA ³ (in Millionen EUR)	23,6	23,3	+1,2 %

*Verwendeter Wechselkurs: 1 GBP = 1,1910 EUR

¹ Moonpig ist in Großbritannien Marktführer für Gruß- und Geschenkkarten, die über das Internet bestellt werden.

² Die Vergleichszahlen von 2013 entsprechen den ungeprüften konsolidierten Pro-forma-Daten und berücksichtigen Moonpig.com im gesamten Geschäftsjahr und nach Bereinigung, um die Auswirkungen der geänderten Umsatzsteuerregelung so abzubilden, als hätten diese Änderungen in allen Geschäftsjahren gegolten.

³ Das zugrunde liegende EBITDA bezeichnet das Ergebnis vor Zinsen, Steuern, Wertminderungen und Abschreibungen, ohne außerordentliche und nicht periodisch wiederkehrende Posten, Aufwendungen für Aktienoptionen und Wechselkursgewinne oder -verluste.

Solide finanzielle Wertentwicklung

- 208,8 Mio. EUR Umsatz, das entspricht einem Zuwachs von + 18,8 Prozent gegenüber + 13,3 Prozent im Vorjahr, belegen den Erfolg der personalisierten Produkte und Geschenke in Deutschland und weltweit
- Die Bruttomarge der Gruppe bleibt stabil bei 52 Prozent
- Anhaltend hohe Rentabilität trotz starker Wachstumsinvestitionen als Teil der Unternehmensstrategie
- Mobilbereich als wesentlicher Wachstumshebel: Verdreifachung der von mobilen Endgeräten aus erteilten PhotoBox-Aufträge
- Kundentreue: fast 70 Prozent des Umsatzes durch Wiederholungsaufträge (68,4 Prozent)
- TV Werbung: nach einem ersten Test Ende letzten Jahres hat PhotoBox sich entschlossen, im Mai 2014 weitere TV-Spots zu schalten. Inhalt dieser Spots: Launch der neuen PhotoBox App
- Geschäfte generieren einen beachtlichen Cashflow: 25,4 Millionen Euro Netto-Cashflow aus dem operativen Geschäft⁴ im Laufe des Geschäftsjahres

Stan Laurent, CEO der Gruppe, ist erfreut über die Ergebnisse:

„Ich bin unglaublich stolz, dass ein weiteres Geschäftsjahr im Zeichen eines starken Wachstums steht. Mit dem Überschreiten der Umsatzschwelle von 200 Millionen Euro legen wir weiter zu – dank stetiger Produktinnovation, erfolgreicher internationaler Expansion und der Entwicklung spezieller mobiler Lösungen. Die Kreditfazilität über 60 Millionen Euro gibt uns mehr Handlungsspielraum, um unsere Projekte durch zielgerichtete Akquisitionen schneller voranzutreiben. Wir sehen dem Geschäftsjahr 2015 zuversichtlich entgegen und stützen uns dabei auf unsere solide finanzielle Wertentwicklung und unsere verstärkten Kapazitäten für die Investition in künftige Wachstumschancen.“

* * * * *

Analyse der Wertentwicklung

Umsatzwachstum wird fortgesetzt

Die Ergebnisse der Gruppe repräsentieren ein weiteres Jahr solider Wertentwicklung im gesamten Unternehmen. Der Umsatz der Gruppe stieg um 18,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr und kletterte auf 208,8 Millionen Euro, die vor allem durch die internationale Tätigkeit der Gruppe erzielt wurden.

Die Bruttomarge blieb mit 52 Prozent weiterhin hoch. Sie profitierte von den anhaltenden Skaleneffekten in Verbindung mit der Zunahme des Auftragsvolumens und der stetigen Kontrolle des operativen Geschäfts. Das zugrunde liegende EBITDA liegt mit 23,6 Millionen Euro etwas über dem Ergebnis des Vorjahres. Dies ist auf fortgesetzte Wachstumsinvestitionen (Investitionen in Marketing, Entwicklung der Verkaufsplattformen auf Mobilgeräten und Ausdehnung auf die Wachstumsmärkte) als Teil der Unternehmensstrategie zurückzuführen

Neue Verkaufsrekorde

- Über 2 Millionen verkaufte Fotobücher - höchstes bislang erreichtes Jahresumsatzvolumen
- Mehr als 100.000 Bestellungen an einem Tag (Spitzenwert im Dezember). Das sind mehr als eine Bestellung pro Sekunde!
- Über 9 Millionen Gruß- und Geschenkkarten weltweit während der Weihnachtszeit versendet.
- Umsatzsteigerung von 150 Prozent bei personalisierten Hüllen für Tablets und Smartphones zwischen Weihnachten 2012 und Weihnachten 2013

⁴ Der Netto-Cashflow aus dem operativen Geschäft umfasst die Barliquidität aus der Geschäftstätigkeit zuzüglich der vereinnahmten Zinsen und abzüglich der gezahlten Steuern.

Mobile Plattformen, wesentlicher Wachstumshebel

Im Laufe des Geschäftsjahres 2013-2014 hat PhotoBox erfolgreich neue Versionen seiner mobilen Anwendungen für Smartphones und Tablets auf den Markt gebracht. Diese ergänzen die Markteinführung einer neuen Fotobuch-App für iPad, die auch den deutschen Kunden sehr bald zur Verfügung stehen wird. Parallel dazu wurden auch die Websites der Marken überarbeitet, um die Ergonomie für die Nutzer mobiler Geräte und Tablets zu verbessern. Derzeit betreiben wir in sieben Ländern (in Deutschland seit Mai 2014) mobile Applikationen, eine Zahl, die wir im nächsten Jahr steigern wollen. In den letzten zwölf Monaten haben unsere PhotoBox-Mobilkunden (Nutzer von Smartphones und Tablets) den Anteil der mobil erteilten Aufträge verdreifacht.

Investition in neue Marktanteile, internationale Entwicklung und Produktinnovation

Heute ist PhotoBox in 20 Ländern vertreten und versendet Produkte in 120 Länder. Im Laufe des zurückliegenden Geschäftsjahres hat das Unternehmen den Marktanteil auf seinen historischen Märkten (Frankreich und Großbritannien) erhöht und den internationalen Erfolg mit einem deutlich über dem europäischen Durchschnitt liegenden Wachstum auch weltweit (Australien, Neuseeland und Kanada) bestätigt.

Außerdem hat PhotoBox in die Entwicklung seiner beiden jungen Marken investiert: PaperShaker und Sticky9. PaperShaker, ein neuer personalisierbarer Karten- und Mitteilungsservice, hat seine Produkt- und Designpalette erweitert und nach seiner Markteinführung in Großbritannien nun auch die Marktdurchdringung in Deutschland und Frankreich erreicht. Sticky9, eine Trendmarke, die bereits durch die Instagram-Fotomagnete, die an Kühlschränken angebracht werden können, bekannt geworden ist, hat seinen Service für neun Länder lokalisiert und die Produktpalette erweitert. Sticky9 bietet nunmehr drei Größen für Magnete und Tablet- und Handy-Hüllen an.

Eine neue abgesicherte Kreditfazilität

Durch das intensive Wachstum kann PhotoBox neue Finanzierungsquellen für eventuelle Akquisitionen sichern. Dadurch, dass im vergangenen Geschäftsjahr ein solider operativer Cashflow erwirtschaftet wurde, hat PhotoBox eine Kreditfazilität, die das Unternehmen 2011 für die Finanzierung der Übernahme von Moonpig, dem englischen Marktführer für online bestellte Gruß- und Geschenkkarten, aufgenommen hat, bereits vollständig getilgt. Nach Tilgung dieser Kreditlinie innerhalb von knapp drei Jahren hat PhotoBox eine neue revolvingende Kreditfazilität über fast 60 Millionen Euro mit einer Laufzeit von vier Jahren mit Barclays und der Royal Bank of Scotland vereinbart. PhotoBox wird diese Mittel für die Finanzierung eventueller Fusionen und Übernahmen verwenden, um die Expansion in weitere geographische Regionen, Produkte und mobile Anwendungen zu unterstützen und gleichzeitig die führende Position in Europa bei individualisierbare Online-Fotoservices auszubauen.

Perspektiven

PhotoBox sieht dem Geschäftsjahr 2015 zuversichtlich entgegen. Das laufende Geschäftsjahr ist unter allerbesten Vorzeichen gestartet: Alle Marken haben anlässlich des Vatertages Rekordverkäufe verbucht.

* * * * *

Mehr Infos über die Gruppe unter: www.group.photobox.com

Kontakt

HotDot Communications

Deike Haase

dhaase@hot-dot.com

Telefon: 030/84712118-83