

10.08.2017 – 15:45 Uhr

Mail.Ru Group Limited: Nicht geprüfte IFRS-Ergebnisse für das 2. Quartal 2017

Moskau (ots/PRNewswire) -

Mail.Ru Group Limited (MAIL:LI, im Folgenden einfach "das Unternehmen" oder "die Gruppe"), eines der größten Internetunternehmen auf dem russischsprachigen Internetmarkt, hat heute die nicht geprüften IFRS-Ergebnisse und die Segmentinformationen für die drei Monate mit Abschluss zum 30. Juni 2017 veröffentlicht (IFRS=International Financial Reporting Standards).

(Logo: http://mma.prnewswire.com/media/478583/Mail_Ru_Group_Logo.jpg)

Wichtigste finanzielle Eckdaten

- Drei Monate mit Abschluss zum 30. Juni 2017 - Im 2. Quartal 2017 stieg der Gesamtsegmentumsatz der Gruppe im Jahresvergleich um 36,8 % auf 13.127 Millionen RUR.
- Im 2. Quartal 2017 stieg das Gesamtsegment-EBITDA der Gruppe im Jahresvergleich um 6,5 % auf 4.595 Millionen RUR.
- Im 2. Quartal 2017 stieg der Gesamtnettogewinn der Gruppe im Jahresvergleich um 2,1 % auf 3.038 Millionen RUR.
- Sechs Monate mit Abschluss zum 30. Juni 2017 - Im 1. Halbjahr 2017 stieg der Gesamtsegmentumsatz der Gruppe im Jahresvergleich um 33,3 % auf 26.328 Millionen RUR.
- Im 1. Halbjahr 2017 stieg das Gesamtsegment-EBITDA der Gruppe im Jahresvergleich um 12,8 % auf 9.846 Millionen RUR.
- Im 1. Halbjahr 2017 stieg der Gesamtnettogewinn der Gruppe im Jahresvergleich um 18,5 % auf 6.812 Millionen RUR.
- Zum 30. Juni 2017 lag die Nettoliquidität bei 8.597 Millionen RUR.

Dmitry Grishin, Vorstandsvorsitzender, und Boris Dobrodeev, CEO (Russland) der Mail.Ru Group, kommentierten die Zahlen wie folgt:

"Wir freuen uns, unsere Geschäftszahlen für das zweite Quartal 2017 bekanntzugeben, wo wir in allen Bereichen weiterhin ein starkes Wachstum verzeichneten. Im 2. Quartal stieg der Umsatz, einschließlich alle Akquisitionen auf Pro-Forma-Basis, im Jahresvergleich um 36,8 % auf 13.127 Millionen RUR. Wie wir bereits zuvor erklärt haben, bleibt 2017 für uns ein Jahr der Investition. Wir investieren weiter massiv und bauen unsere neuen Projekte aus, die derzeit keinen Beitrag zum EBITDA leisten. Aus diesem Grund stieg das EBITDA im Jahresvergleich um 6,5 % auf 4.595 Millionen RUR.

Am 28. Juni haben wir angekündigt, dass wir von der Steuerbehörde darüber informiert wurden, dass ein bedeutender Anteil unseres IVAS-Umsatzes in Russland von der Mehrwertsteuer befreit ist. Diese Änderung war seit dem 1. Januar wirksam. Aus diesem Grund weisen wir unsere Geschäftszahlen für das 1. Quartal 2017 unter Einbeziehung dieser Änderung auf Pro-Forma-Basis aus. Der Umsatz im 1. Quartal 2017 wäre im Jahresvergleich um 30,0 % auf 13.201 Millionen RUR gestiegen (ausgewiesen: Wachstum im Jahresvergleich um 24,4 % auf 12.636 Millionen RUR), und das EBITDA im 1. Quartal 2017 hätte bei 5.251 Millionen RUR gelegen (ausgewiesen: 4.884 Millionen RUR). Somit stieg der Umsatz im 1. Halbjahr im Jahresvergleich um 33,3 % auf 26.328 Millionen RUR und das EBITDA im Jahresvergleich um 12,8 % auf 9.846 Millionen RUR.

Das Wachstum bei Werbeeinnahmen blieb im 2. Quartal ebenfalls stark, und die in den zurückliegenden Perioden beobachteten Trends setzten sich fort. Die Werbeeinnahmen stiegen im Jahresvergleich um 28,7 % auf 5.395 Millionen RUR, obwohl wir weiterhin einen Teil unseres Werbeinventars zur stärkeren Bewerbung unserer neuen Produkte aufgewendet haben (hauptsächlich Youla, Am.ru, Delivery Club und BeepCar). Das Wachstum stützte sich sowohl auf die Weiterentwicklung unserer Werbetechnologien als auch auf die Akzeptanz unserer Werbeformate bei Werbekunden. Wie in den zurückliegenden Perioden betrafen die wachstumsstärksten Werbeeinnahmen wiederum die In-Feed-Werbung auf sozialen Netzwerken und im Video- und Mobilsektor. Wir beobachten weiterhin eine Verschiebung der Werbebudgets von allen anderen Medien in Richtung digitaler und insbesondere Mobile-Sektor. Wir werden uns im 2. Halbjahr 2017 weiter auf das Wachstum der Mobile- und Video-Werbung sowie die fortgesetzte Implementierung neuer Werbetechnologie konzentrieren. Das Engagement steigt auf sämtlichen Plattformen weiter an. Bessere Zielgruppenwerbung und andere Tools führen zu Effizienzgewinnen, und durch unsere einzigartige Marktposition im Mobile-Sektor können wir uns weiterhin Markttrends zunutze machen.

VK verzeichnete im 2. Quartal wiederum eine starke Entwicklung mit weiterer Verbesserung des Engagement. Der Umsatz stieg im Jahresvergleich um 59,1 % auf 3.074 Millionen RUR. Die Werbung macht weiterhin den größten Umsatzanteil aus. VK IVAS stieg zwar im 2. Quartal, die Werbeeinnahmen wuchsen aber schneller als der Gesamtumsatz. Wir verbessern die Plattform und das Benutzererlebnis weiter. Im 2. Quartal modernisierten wir das VK für den geschäftlichen Sektor und führten neue Werbeformate ein. VK-Stories entwickeln sich gut als Antrieb für das User-Engagement. Trotz einer VK-Sperre in der Ukraine und der zu erwartenden saisonalen Effekte verzeichneten wir bei den aktiven Benutzern pro Monat im Jahresvergleich ein Wachstum um 91 Millionen bzw. 77 Millionen im Juni.

Wir werden 2017 den Schwerpunkt weiterhin auf Mobile-Newsfeed-Werbung legen. Wie wir bereits zuvor erklärt haben, erwarten wir einen weiteren Anstieg bei Werbevolumen und -preisen. Für VK sehen wir weiterhin ein großes Potenzial mit Erweiterung der Nutzerbasis und des Funktionsumfangs.

Bei MMO-Games verzeichneten wir im 2. Quartal 2017 auf Pro-Forma-Basis im Jahresvergleich ein Umsatzwachstum von 53,6 % auf 3.850 Millionen RUR. Und auch die internationalen Umsatzzahlen verbesserten sich und machten im 2. Quartal ca. 50 % des MMO-Gesamtumsatzes aus. Das Wachstum im 2. Quartal stützte sich auf den anhaltenden Erfolg bei Bestandstiteln und neuen Releases. Warface und War Robots entwickeln sich weiterhin gut und sind unsere zwei größten Games. Der Erfolg von Revelation auf dem heimischen und internationalen Markt setzt sich ebenfalls fort. Zudem konnten wir mehrere erfolgreiche Releases feiern, insbesondere die Konsolenversion von Skyforge, die gut angenommen wurde, und die erfolgreiche Lancierung von HAWK. 2017 werden noch weitere Releases folgen, darunter ein großes Update von Armored Warfare. Aus diesem Grund erwarten wir 2017 weiterhin ein gutes Wachstum bei Games.

Im 2. Quartal 2017 stieg der Umsatz im Jahresvergleich um 24,4 %. Einige Aspekte bei Mobile-IVAS bleiben komplex. Wir sind aber zufrieden mit den ersten Ergebnissen der neuen plattformübergreifenden IVAS-Initiativen, insbesondere den Abodiensten einschließlich VIP-Diensten. Neue Mobile-Produkte werden im Jahresverlauf folgen. Wir erwarten heute für den Rest des Jahres ein solides Wachstum der IVAS-Umsatzzahlen, einschließlich des Effekts der MwSt.-Änderungen.

Seit der Übernahme von Delivery Club im November 2016 verzeichnen wir ein äußerst signifikantes Wachstum bei allen operativen Metriken. Im Mai verkündeten wir die Übernahme von ZakaZaka, das wir jetzt mit Delivery Club zusammenführen. Im 2. Quartal 2017 erreichten die monatlichen Bestellungen für das kombinierte Delivery Club-Geschäft mit mehr als 950.000 einen neuen Rekord, und die Anzahl der Restaurants übertraf 5.750. Wir verbessern das Produkt kontinuierlich weiter, um den Bestellvorgang für den Benutzer und die Auftragsabwicklung für das Restaurant zu vereinfachen. Auf Basis aktueller Trends erwarten wir im 2. Halbjahr 2017 für Delivery Club weiterhin ein starkes Umsatzwachstum. Delivery Club bleibt für den Rest des Jahres 2017 in der Investitionsphase und wird seine führende Marktposition konsolidieren. Der Geschäftsbereich trägt zwar derzeit nicht zum EBITDA bei, wir erwarten aber ab 2018 schwarze Zahlen.

Unser standortbasierter Marktplatz -- Youla -- verzeichnet seit seiner Lancierung vor ca. 18 Monaten ein stetiges und starkes Wachstum der Nutzergemeinde. Dies setzte sich im 2. Quartal 2017 fort mit einem neuen Höchstwert von 20 Millionen aktiven Benutzern pro Monat und 4 Millionen aktiven Benutzern pro Tag auf allen Plattformen. Die App hat einen festen Platz unter den Top-5 in Russland insgesamt (App Store und Google Play zusammengenommen, Quelle: App Annie). In den vergangenen zwölf Monaten hat die Youla App laut Mediascope unter allen erfassten Apps den höchsten Zuwachs beim monatlichen Publikum verzeichnet (Russland, Städte mit mindestens 700T Einwohnern, Alter 12-64, Juni 2017).

Im April 2017 verkündeten wir die Übernahme von Am.ru, eine der großen Sites für Autoanzeigen. Am.ru wird derzeit mit Youla zusammengeführt. Wie bereits erwähnt, werden wir im weiteren Verlauf des 2. Halbjahres 2017 die Untersuchung des Potenzials einiger begrenzter Monetisierungsexperimente fortsetzen. Allerdings legen wir den Hauptfokus auf die Stärkung der Nutzerzahlen und des Engagement. Im 2. Quartal haben wir Youla durch verschiedene neue Funktionen aufgewertet, beispielsweise die volle Integration mit OK und eine vollwertige Seller-Funktionalität bei der Desktopversion. Kundenfeedback und -engagement sind weiterhin positiv, daher erwarten wir für 2017 einen weiteren Anstieg der Nutzerzahlen.

Im 1. Quartal 2017 haben wir BeepCar vorgestellt, unseren Überland-Mitfahrdienst. Im Februar wurde der Dienst in Russland lanciert und anschließend auf 18 weitere Länder ausgedehnt. Im 2. Quartal verzeichneten wir ein starkes Wachstum bei Installationen von mobilen Apps, die im Juni 1,9 Millionen erreichten. In der nächsten Zeit werden wir den Schwerpunkt auf den Ausbau der Nutzerzahlen legen. BeepCar ist daher momentan kein Umsatzträger.

Die Geschäftsleistung bei der Erwirtschaftung von Zahlungsmitteln blieb im 2. Quartal unverändert, und der Geldumschlag entsprach den Erwartungen. Infolgedessen belief sich die Nettoliquidität (nach M&A-bedingten Zahlungen) am Ende des 2. Quartals auf 8.597 Millionen RUR.

Wir haben seit dem 4. Quartal 2016 verschiedene Übernahmen getätigt, die allesamt gut zur Kernstrategie und zu den mobilen Assets der Gruppe passen und erhebliches Zukunftspotenzial bieten. Aufgrund unserer positiven Bilanz und unveränderten Leistung bei der Erwirtschaftung von Zahlungsmitteln werden wir in Zukunft weitere Gelegenheiten für Übernahmen ähnlicher Größenordnung in Betracht ziehen.

Wir hatten ein starkes 1. Halbjahr 2017 mit guten Beiträgen aus Werbung, Games und Delivery Club. Zudem schaffte IVAS im 2. Quartal wieder den Sprung in die Wachstumszone. Wir sind ermutigt durch den Erfolg bei Games und sehen großes Potenzial für Delivery Club, das weiterhin von einem schnellen Marktwachstum und steigendem User-Engagement profitiert.

Die Sperre unserer Produkte in der Ukraine im 2. Quartal hat die Umsatzzahlen etwas gedrückt. Wir erwarten für 2017 einen negativen Effekt von ca. 1,5 % des Gesamtumsatzes. Trotzdem zeigt der Rest des Geschäfts eine gute Performance. Daher, und unter Berücksichtigung des Ukraine-Effekts und auf Grundlage des aktuellen Ausblicks, freuen wir uns, unsere Umsatzprognose für das Geschäftsjahr 2017 von dem bisher prognostizierten Pro-Forma-Umsatzwachstum im Jahresvergleich von 17-21 % auf ein Pro-Forma-Umsatzwachstum im Jahresvergleich zwischen 23-26 % auf 52,6-53,9 Milliarden RUB anzuheben. Das Geschäftsjahr 2017 bleibt ein Jahr, in dem wir massiv in neue Produkte investieren. Angesichts des großen Potenzials, das wir ihnen zuschreiben, werden wir auch weiterhin aggressiv in unsere neuen Initiativen investieren. Wir erwarten in diesem Jahr keinen EBITDA-Beitrag dieser Produkte. Darüber hinaus erwarten wir, dass BeepCar oder Youla in 2017 keine bedeutenden Umsatzträger sein werden. Vor diesem Hintergrund erwarten wir für 2017 ein EBITDA von ca. 20 Milliarden RUR."

Die ungekürzte Version der Pressemitteilung finden Sie unter <https://corp.mail.ru/en/press/releases/10067/>.

Kontakt:

George Lobushkin
g.lobushkin@corp.mail.ru
+7(921)8963077

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100060366/100805593> abgerufen werden.