



Q2/H1 2019/20

ERGEBNISPRÄSENTATION

Dr. Bernhard Düttmann, Karin Sonnenmoser
Düsseldorf, 14. Mai 2020

DISCLAIMER

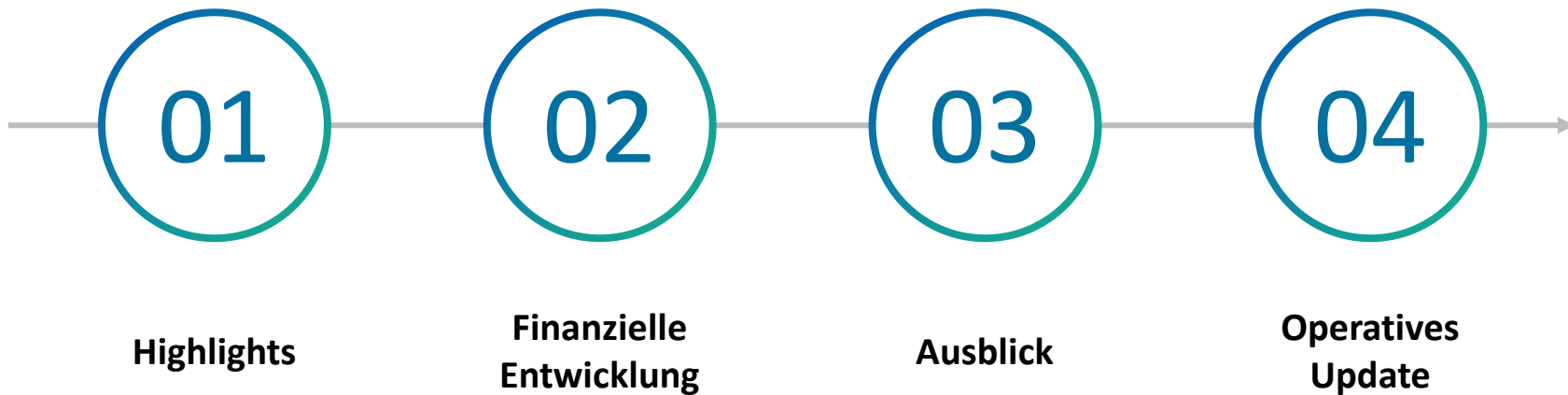
Dieser Disclaimer gilt in jeder Hinsicht für die gesamte Präsentation (einschließlich aller Folien dieses Dokuments), die mündliche Präsentation der Folien durch Vertreter der CECONOMY AG, Frage- und Antwortrunden, die auf die mündliche Präsentation folgen, Ausdrucke der Folien sowie zusätzliche Materialien, die anlässlich oder im Zusammenhang mit dieser Präsentation verteilt werden. Mit der Teilnahme an dem Meeting (bzw. der Telefon- oder Videokonferenz), bei dem/der die Präsentation gezeigt wird oder durch Lesen der schriftliche Materialien, die Bestandteil der Präsentation sind, nehmen Sie (I) sämtliche der folgenden Beschränkungen und Verpflichtungen zur Kenntnis und stimmen diesen zu und erkennen Sie (I) an und bestätigen Sie, dass Sie die rechtlichen und regulatorischen Sanktionen für Missbrauch, Offenlegung oder unsachgemäße Verbreitung dieser Präsentation verstanden haben. Soweit Aussagen in dieser Präsentation sich nicht auf vergangene oder gegenwärtige Fakten beziehen, stellen sie zukunftsgerichtete Aussagen dar. Alle diese zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf gewissen Schätzungen, Erwartungen und Annahmen zur Zeit der Veröffentlichung dieser Präsentation und es kann keine Gewissheit geben, dass diese Schätzungen, Erwartungen und Annahmen richtig sind oder sich als richtig erweisen. Zudem unterliegen die zukunftsgerichteten Aussagen Risiken und Ungewissheiten. Dazu gehören unter anderem zukünftige Markt- und Wirtschaftsbedingungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, Investitionen in innovative Vertriebsformate, der Ausbau von Online- und Multichannel-Vertriebsaktivitäten, die Integration erworbener Unternehmen und die Erreichung erwarteter Kosteneinsparungen und Produktivitätssteigerungen sowie Maßnahmen von öffentlichen Behörden und anderen Dritten, von denen sich viele unserem Einfluss entziehen.

Dies kann bewirken, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Performance oder die Finanzlage wesentlich von zukünftigen Ergebnissen, der Performance oder der Finanzlage, die in dieser Präsentation dargestellt oder angedeutet werden, abweichen. Daher wird keine ausdrückliche oder implizite Gewähr oder Garantie (weder ausdrücklich noch stillschweigend dafür übernommen, dass diese zukunftsgerichteten Aussagen einschließlich der zugrundeliegenden Schätzungen, Erwartungen und Annahmen, korrekt oder vollständig sind. Die Leser sind angehalten, sich nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen. Informationen zu Risiken zum Zeitpunkt des Geschäftsberichts finden Sie auch im „Chancen- und Risikobericht“ im letzten Geschäftsbericht der CECONOMY. Wir übernehmen keinerlei Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Präsentation anzupassen. Diese Präsentation dient ausschließlich Informationszwecken, sie stellt keinen Prospekt oder ein ähnliches Dokument dar und darf nicht als Anlageberatung verstanden werden. Sie ist nicht als Verkaufsangebot oder als Aufforderung zu einem Angebot zum Kauf oder zur Zeichnung von irgendwelchen Wertpapieren nach irgendeiner Rechtsordnung bestimmt und sollte nicht so ausgelegt werden. Weder diese Präsentation, noch etwas darin Enthaltene, soll die Grundlage für irgendeine Verpflichtung oder Vertrag darstellen oder mit einem solchen in Verbindung gebracht werden. CECONOMY AG übernimmt keinerlei Haftung für Ansprüche, die auf die Vervielfältigung, Verbreitung oder Veröffentlichung der Präsentation (ganz oder auszugsweise) zurückzuführen sind. Dritte, deren Daten in der Präsentation zitiert sind, sind weder registrierte Broker, noch Finanzberater und der erlaubte Gebrauch von Daten stellt keinen finanziellen Rat oder Empfehlung dar. Historische Finanzinformationen, die in dieser Präsentation enthalten sind, basieren größtenteils auf konsolidierten, vorläufigen Finanzdarstellungen für den jeweiligen Zeitraum oder sind aus diesen abgeleitet. Die Finanzinformationen über die Geschäftsaktivität der MediaMarktSaturn Retail Group basieren insbesondere auf der

Segmentberichterstattung, die in diesen Abschlüssen enthalten sind, oder sind von diesen abgeleitet. Diese Finanzinformationen deuten nicht notwendigerweise allein auf die operativen Ergebnisse, die Finanzlage und/oder den Cash Flow der Geschäftsaktivität der CECONOMY hin, weder in der Vergangenheit noch in der Zukunft, und können insbesondere von vergangenen Finanzinformationen, die auf den entsprechenden kombinierten Abschlüssen hinsichtlich der Geschäftsaktivität der CECOMOMY basieren, abweichen. Aufgrund der vorstehend aufgeführten Ungewissheiten werden (potenzielle) Anleger darauf hingewiesen, sich nicht unangemessen auf solche Informationen zu verlassen. Die CECONOMY AG übernimmt keine Gewähr oder Garantie und auch keine Haftung, weder ausdrücklich noch implizit, für die Genauigkeit, Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Präsentation enthaltenen Informationen. Diese Präsentation enthält bestimmte ergänzende finanzielle oder operative Kennzahlen, die nicht in Übereinstimmung mit IFRS berechnet wurden und daher als Non-IFRS-Kennzahlen betrachtet werden. Wir sind davon überzeugt, dass diese Non-IFRS-Kennzahlen das Verständnis für unser Geschäft, die Geschäftsergebnisse, die Finanzlage oder die Cash Flows verbessern, wenn sie zusammen mit (aber nicht anstelle von) anderen Kennzahlen verwendet werden, die in Übereinstimmung mit IFRS ermittelt werden. Mit der Verwendung von Non-IFRS-Kennzahlen sind allerdings wesentliche Einschränkungen verbunden, einschließlich (und ohne Begrenzung) der Einschränkungen die in der Bestimmung entsprechender Anpassungen begründet sind. Die von uns verwendeten Non-IFRS-Kennzahlen können sich von ähnlich bezeichneten Kennzahlen, die von anderen Unternehmen verwendet werden, unterscheiden und nicht mit diesen vergleichbar sein.

Detaillierte Informationen zu diesem Thema finden Sie auf den Seiten 53–56 des Geschäftsberichts 2018/2019 der CECONOMY. Alle Beträge sind in Millionen Euro angegeben, es sei denn etwas anderes ist angegeben. Beträge unter 0,5 Mio. Euro werden auf 0 gerundet und ausgewiesen. Es können Rundungsunterschiede auftreten.

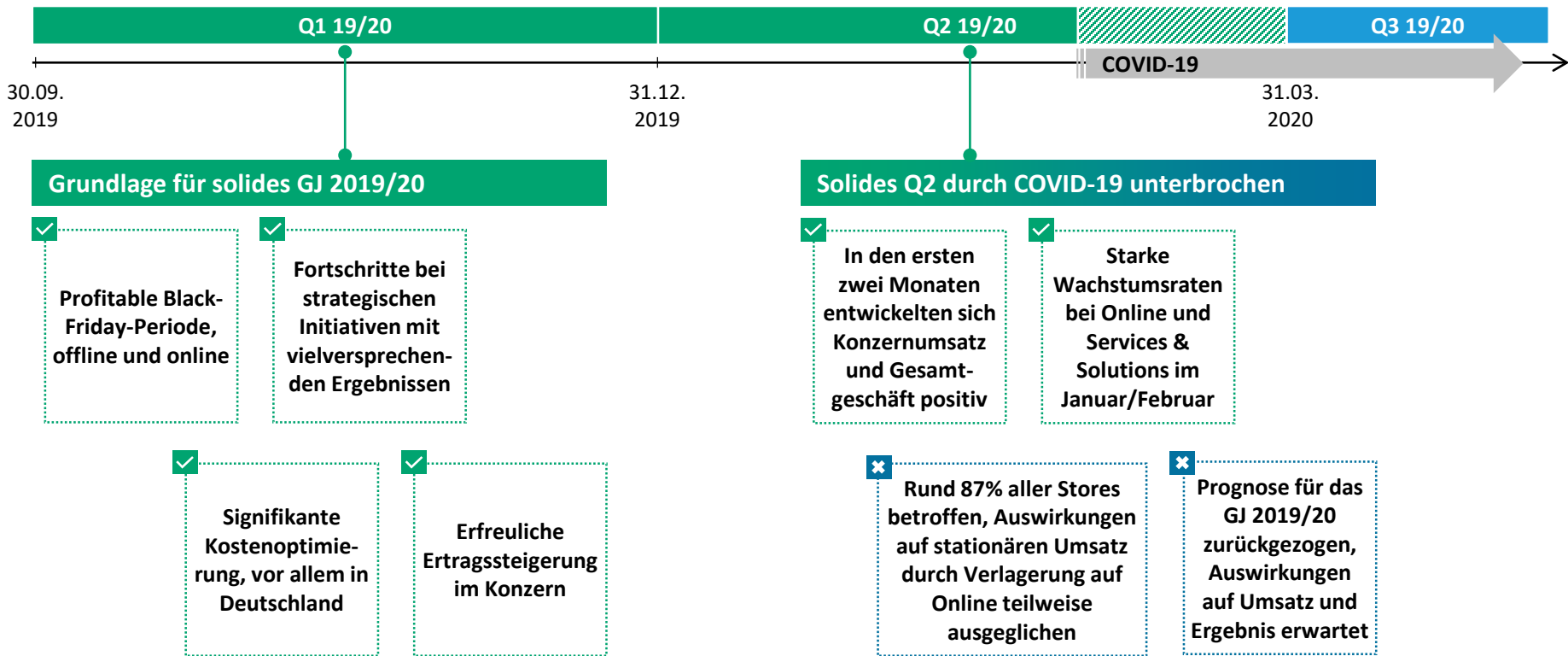
Agenda



01

Highlights

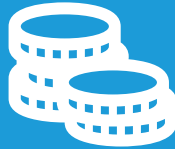
Nach einem soliden Start ins GJ 2019/20 begann das zweite Quartal gut, wurde dann jedoch durch den Ausbruch von COVID-19 beeinflusst



CECONOMY hat ein erfolgreiches pro-aktives Krisenmanagement zur Eindämmung der Auswirkungen von COVID-19 eingeführt



**Gewährleistung
einer sicheren
Umgebung für
Mitarbeiter und
Kunden**



**Umsetzung
umfassender
Kosten- und
Liquiditäts-
maßnahmen**



**Schrittweise
Wiederöffnungen
der Märkte unter
strengen Sicherheits-
und Hygiene-
vorschriften**

CECONOMY hat die finanzielle Flexibilität durch Ausbau und Sicherung des Zugangs zu umfangreichen Reserve-Kreditlinien erhöht

1,7

Mrd. € Kreditlinie

KFW
& Bankenkonsortium



Sichert den **Zugang zu zusätzlicher Liquidität** in einer noch nie dagewesenen Zeit



Ausreichende Reserve auch für einen **möglicherweise längeren Lockdown und eine mögliche zweite Pandemie-Welle**



Reduzierung der aktuellen Auswirkungen von COVID-19



Spiegelt unseren weiterhin vorsichtigen
Finanzierungsansatz wider

Q2 2019/20 auf einen Blick



Starke Entwicklung im Januar und Februar



Umsatzentwicklung und Bruttomarge im März durch COVID-19-bedingte Store-Schließungen **stark beeinträchtigt**



Deutliche Zunahme der reinen Online-Verkäufe im März, unterstützt durch erfolgreiche Anpassung des Geschäftsmodells (Lieferung aus den Märkten)



Umsatzverluste in Verbindung mit hohen Fixkosten führten zu erheblichen Auswirkungen auf das Ergebnis



Erfolgreiches, proaktives Krisenmanagement inkl. sofortiger Einleitung kurzfristiger Kosten- und Liquiditätsmaßnahmen



Wertminderung der Fnac Darty-Beteiligung

Die negativen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie zeigen sich bereits in den Finanzkennzahlen für das zweite Quartal

-6,6%

Umsatzveränderung im Vergleich zum Vorjahr,
bereinigt um Währungseffekte
und Portfolioveränderungen

-131 Mio. €

Bereinigtes EBIT^{1,2}
ohne nach der Equity-Methode
bewertete Unternehmen
-157 Mio. € ggü. VJ

¹Bereinigtes EBIT exkl. nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm und Portfolioveränderungen ²Inkl. IFRS-16-Effekt

Das erste Halbjahr war nach solider Entwicklung in den ersten fünf Monaten beim Umsatz rückläufig, jedoch mit positivem Ergebnis

-3,1%

Umsatzveränderung im Vergleich zum Vorjahr,
bereinigt um Währungseffekte
und Portfolioveränderungen

159 Mio. €

Bereinigtes EBIT^{1,2}
ohne nach der Equity-Methode
bewertete Unternehmen
-136 Mio. € ggü. VJ

¹Bereinigtes EBIT exkl. nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm und Portfolioveränderungen ²Inkl. IFRS-16-Effekt

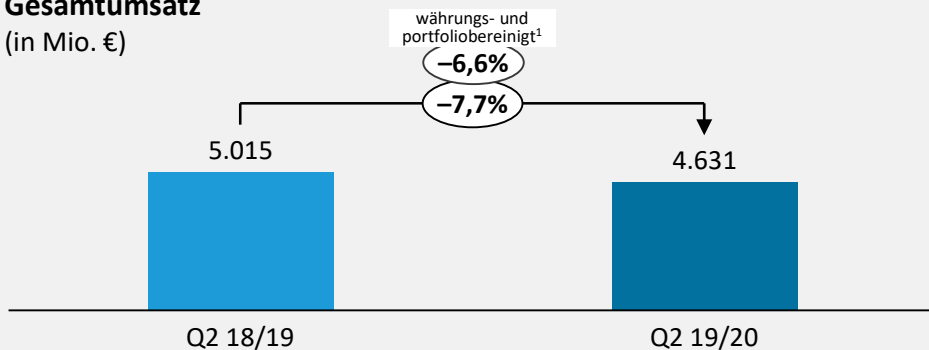
02

Finanzielle Entwicklung

Umsatzrückgang ausschließlich durch COVID-19-bedingte Store-Schließungen getrieben

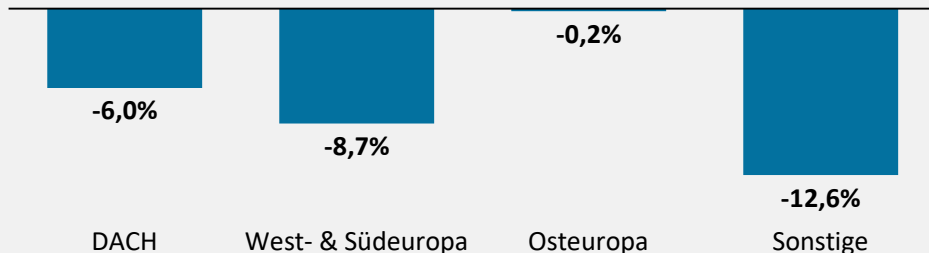
Q2

Gesamtumsatz
(in Mio. €)



Umsatz nach Regionen

(währungs- und portfoliobereinigt¹, im Jahresvergleich)



¹ Exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung)

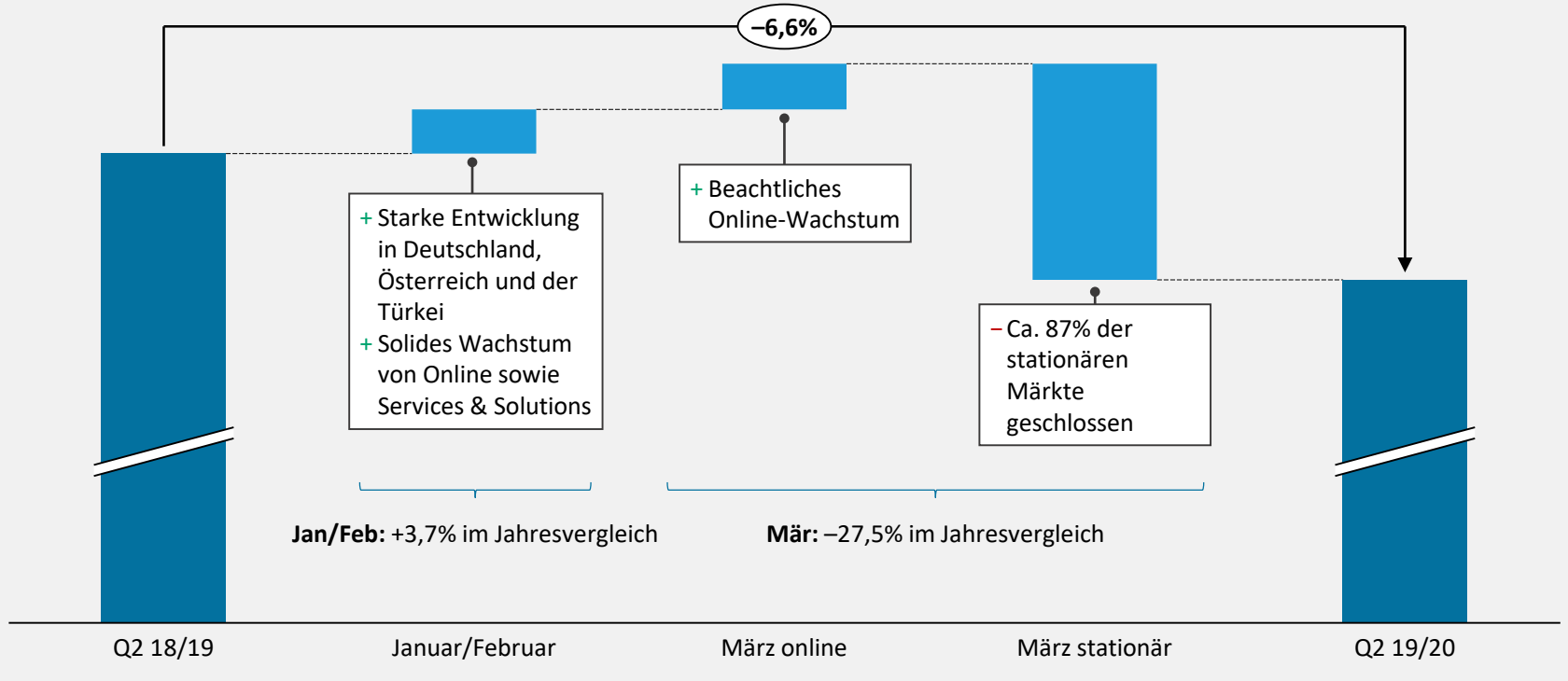
Q2 Highlights

- **Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz¹ ohne iBood bei -6,3%**
- **DACH:** Deutschland, Österreich und die Schweiz durch Store-Schließungen im März beeinträchtigt; Ungarn setzte solides Wachstum fort
- **West- & Südeuropa:** Italien und Spanien mussten starken Rückgang hinnehmen, der weitgehend auf Store-Schließungen zurückzuführen ist; in den Niederlanden lagen die Umsätze auf dem Niveau des Vorjahres
- **Osteuropa:** Türkei mit solidem zweistelligem Wachstum trotz Store-Schließungen; Polen von frühzeitigen Markt-Schließungen betroffen

Durch die Schließung von circa 87% unserer stationären Märkte ging der Konzernumsatz im März um rund 28% zurück

Q2

Umsatzentwicklung (währungs- und portfoliobereinigt¹, im Jahresvergleich)

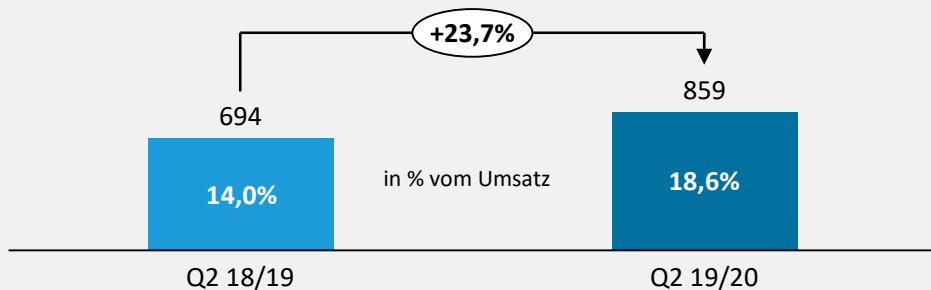


¹ Exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung)

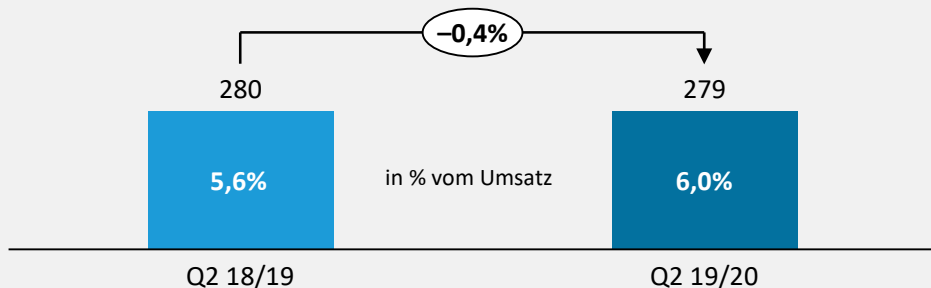
Vertriebskanal-Verschiebung durch COVID-19 im März führte zu starkem Online-Wachstum sowie zu Abschwächung bei Services & Solutions

Q2

Online-Umsatz¹
(in Mio. €)



Services & Solutions-Umsatz¹
(in Mio. €)



Q2 Highlights

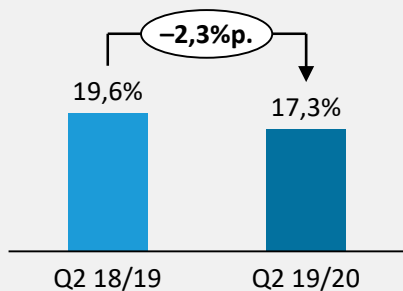
- Online-Wachstum¹ +26,9% ohne iBood
- Verdoppelung der reinen Online-Verkäufe¹ im März (+98%) mit weiterer Beschleunigung im April (rund +300%)
- Lieferungen aus den Märkten zur Unterstützung der Online-Verkäufe
- Pick-up-Quote (im März nur teilweise verfügbar) bei 34%, gegenüber 47% im Vorjahr
- Umsatz mit Services & Solutions auf Vorjahresniveau nach zweistelligem Anstieg in den ersten zwei Monaten von Q2
- Starke Nachfrage nach Garantieverlängerungen und Versicherungen, andere Kategorien durch COVID-19-Einfluss unter Vorjahr

¹ Exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung)

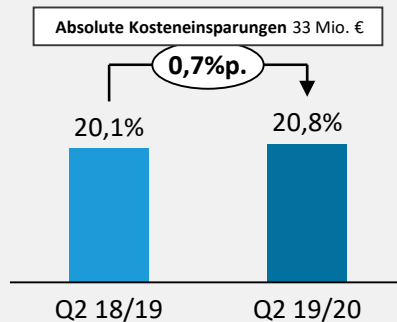
EBIT-Rückgang im Wesentlichen durch negative Umsatz- und Margenentwicklung im Zusammenhang mit COVID-19-Store-Schließungen

Q2

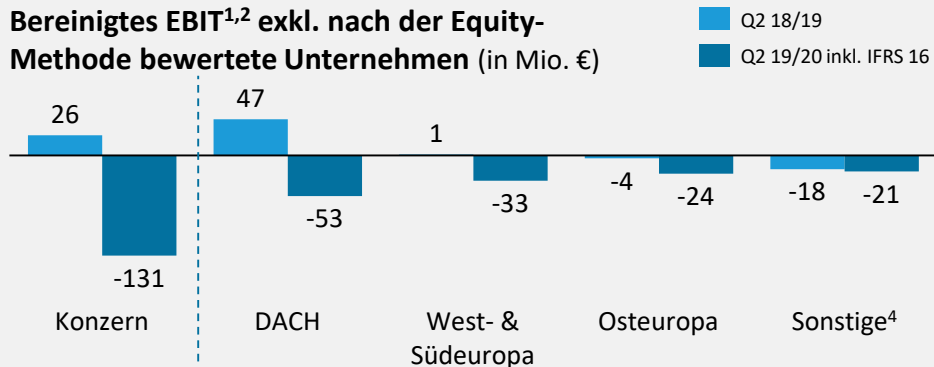
Bruttomarge^{1,2} (in % vom Umsatz)



OPEX^{1,2,3} (in % vom Umsatz)



Bereinigtes EBIT^{1,2} exkl. nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen (in Mio. €)



Q2 Highlights

- **Positive Trendentwicklung der Bruttomarge** im Januar/Februar; im März wurde die **Bruttomarge** durch Vertriebskanal- und Produktmix-Effekte sowie höhere Lieferkosten **beeinflusst**
- **Anfängliche COVID-19-Kostenmaßnahmen** hatten eine geringere positive Auswirkung; die volle Wirkung tritt im April ein
- **DACH/West- & Südeuropa:** Umsatz- und margenbedingter Rückgang in Deutschland, Spanien und Italien aufgrund von Store-Schließungen; auch Niederlande unter VJ
- **Osteuropa:** Polen mit anhaltender Ertragsschwäche

¹ Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm ² Bereinigt um Portfolioveränderungen ³ Summe Vertriebs-/allgemeine Verwaltungskosten und sonstige betriebliche Aufwendungen ⁴ Inklusive Konsolidierung

03

Ausblick

Angesichts der Entwicklungen im Zusammenhang mit COVID-19 wurde der ursprüngliche Ausblick für das GJ 2019/20 zurückgezogen

„Bekanntes“

- Solide Entwicklung in 5M 2019/20, **voll auf Kurs** zur Erreichung der ursprünglichen GJ-Prognose
- Entwicklung im März im Wesentlichen durch **geschlossene Stores aufgrund von COVID-19 beeinträchtigt**
- Umsatz und Marge im **April durch Corona-induzierte Store-Schließungen beeinträchtigt, jedoch trugen Maßnahmen zur Kostensenkung dazu bei, das Ergebnisdefizit zu verlangsamen**
- Die aktuelle Krise **stellt Kostensenkungen** im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm **nicht in Frage**

„Unbekanntes“

- **Weitere Entwicklung der COVID-19-Pandemie**
- **Tempo der Normalisierung** nach der Wiedereröffnung der Märkte
- Ausmaß der **wirtschaftlichen Rezession**
- Mögliche langfristige Auswirkungen auf **Verbraucherverhalten und Trends**

Neuer Ausblick für GJ 2019/20

- Die Auswirkungen von COVID-19 auf das Geschäft des Unternehmens für das Gesamtjahr lassen sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht ausreichend zuverlässig vorhersagen
- Bereinigt um Portfolioveränderungen
- Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm

	GJ 19/20 inkl. IFRS 16	Davon IFRS-16-Effekt
Währungsbereinigter Umsatz	Unter Vorjahr	
EBIT (ohne nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen)	Deutlich unter Vorjahr	5 – 15 Mio. €

04

Operatives Update

Wir haben frühzeitig auf die Krise reagiert und konsequente Sofortmaßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter und des Unternehmens ergriffen

Ausgangspunkt

- **Es ist uns gelungen, früh auf die Krise zu reagieren**
 - Frühe Hinweise von unseren Lieferanten/Partnern in Asien
 - Nutzung der ersten Erkenntnisse aus Italien (Hauptsitz in Mailand) in allen unseren Märkten
 - Gründung einer internen Task Force bereits im Januar



Konsequente Sofortmaßnahmen



Umfassende Maßnahmen zur Gewährleistung der Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter und Kunden (in Stores und Verwaltung)



>30k Mitarbeiter in Kurzarbeit



Mietstundungen für geschlossene Märkte



Reduzierung von Investitionen (Märkte)



Verlängerung der Zahlungsziele mit Lieferanten



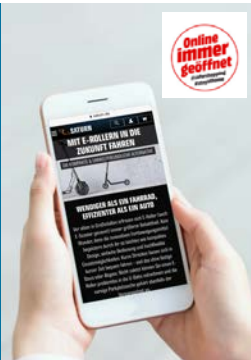
Aussetzung des stationären Marketings



Stundung von Steuerzahlungen

Wir haben mit unserem Online-Geschäftsmodell erfolgreich die Verkaufsdynamik in der Krise aufrechterhalten

Online



- **Starker Anstieg der reinen Online-Verkäufe** im März (+98% gegenüber VJ), der sich im April **weiter beschleunigt** hat (rund +300% gegenüber VJ)
- Hohe Anzahl **neuer Erstkäufer**
- Neues Instrument der **Lieferung aus den Märkten**
- **Hohe Produktverfügbarkeit** und **schnelle Lieferzeiten** durch Pick-up-Option und Lieferung aus den Märkten



Märkte



- Ende März waren rund **87% der Märkte geschlossen**
- **Zunehmende Wiedereröffnungen** seit **Mitte April**, jetzt 943 Stores geöffnet (92%)
- **Volles Sortiment und Smartbars** stehen den Kunden zur Verfügung
- **Die Verkäufe in wiedereröffneten Märkten normalisieren sich schnell**, auch bedingt durch den **Nachholbedarf**

Für die Zukunft sehen wir Herausforderungen, aber auch große Chancen für uns als europäischen Marktführer für Consumer-Electronics-Produkte



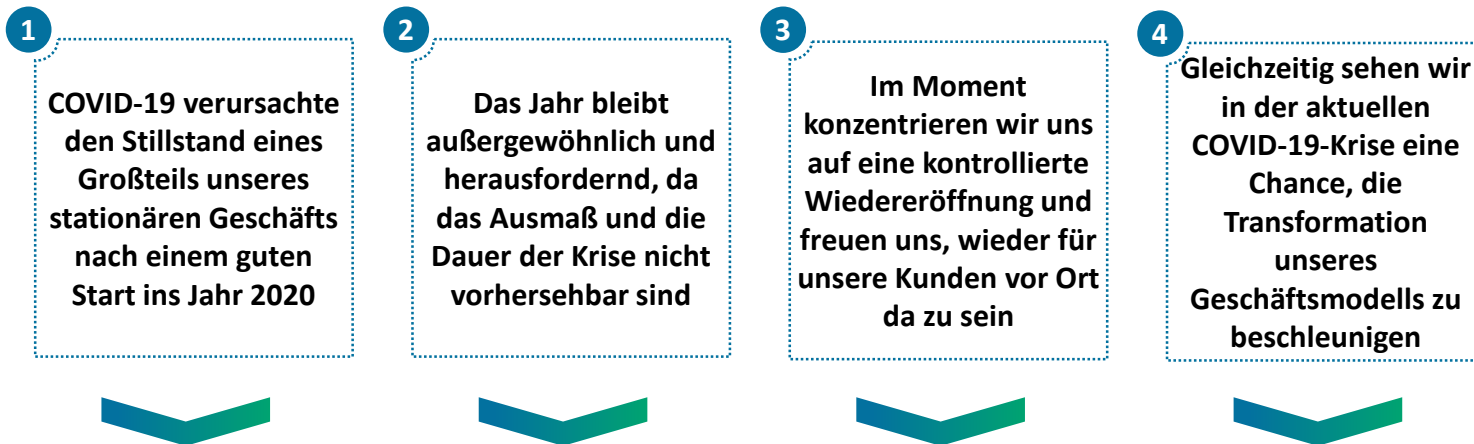
Herausforderungen

- **Umsätze in den Stores** werden voraussichtlich nur langsam aufholen
- **Risiko einer zweiten COVID-19-Welle**
- **Die makroökonomische Situation wird das Konsumklima für Consumer Electronics** im Jahr 2020+ **beeinträchtigen**, die Auswirkungen werden je nach Land unterschiedlich sein

Chancen

- Gelegenheit, in Zeiten einer sich beschleunigenden Marktkonsolidierung **Marktanteile zu erobern**
- **Wir werden** für unsere Lieferanten und Vermieter **noch relevanter werden**
- **Online-Verkäufe werden** neben den sich erholenden Store-Umsätzen **auf hohem Niveau bleiben**
- **Starke Steigerung der Nachfrage in verschiedenen Kategorien** (z.B. Home Office, Home Entertainment, Heimunterricht)

Zentrale Schlussfolgerungen



Trotz der aktuellen Situation halten wir die langfristigen Perspektiven des Unternehmens für attraktiv



Dr. Bernhard Düttmann
Chief Executive Officer
CECONOMY AG



Karin Sonnenmoser
Chief Financial Officer
CECONOMY AG

KONTAKT

CECONOMY AG
Communications, Public Policy & Sustainability

Kaistr. 3
40221 Düsseldorf

Tel.: +49 173 6517710
E-Mail: lutz.golsch@ceconomy.de
<https://www.ceconomy.de/de/presse/>

CECONOMY