

CECONOMY



**Hauptversammlung
CECONOMY AG**

Dr. Bernhard Düttmann
Düsseldorf, 12. Februar 2020

Agenda



01

Das Geschäftsjahr 2018/19

CECONOMY hat in einem Jahr des Übergangs spürbare operative und strukturelle Fortschritte erzielt

Wo wir herkommen

Rückgang der Profitabilität

Abschreibungen und Verluste im Portfolio

Komplexe Strukturen und hohe Kostenbasis

Keine Umsetzung der strategischen Initiativen



Was wir erreicht haben

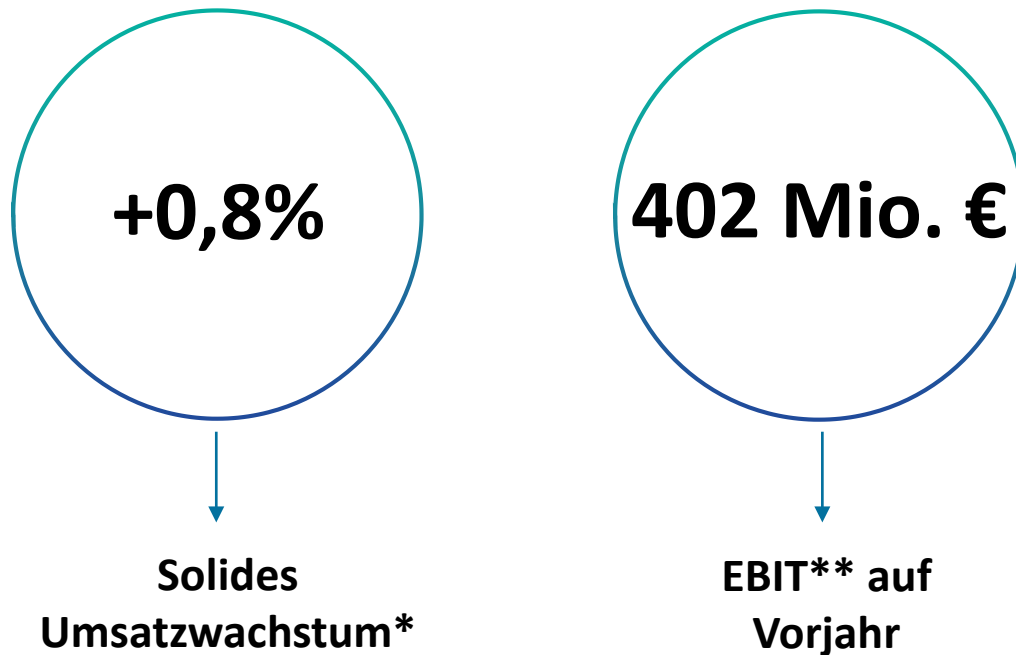
Stabilisierung der Profitabilität

Bereits einige Lösungen für Länder, Portfoliounternehmen und Beteiligungen

Klare Verantwortlichkeiten und wettbewerbsfähigere Kosten

Fortschritte bei allen Initiativen, Detaillierung der Strategie in Arbeit

CECONOMY hat ihre finanziellen Ziele erreicht



*währungsbereinigt. **EBIT ohne Fnac Darty und ohne Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm sowie Führungswechseln.

Online-Geschäft bleibt auch 2018/19 der wichtigste Umsatztreiber, Services & Solutions von hoher Vergleichsbasis geprägt

Online-Umsatz

2.935 Mio. €

13,7% Umsatzanteil

Services-Umsatz*

1.498 Mio. €

7,0% Umsatzanteil

*Gemäß IAS 18.

Ergebnis dank aktivem Kostenmanagement, höheren Services-Erträgen und der guten Umsatzentwicklung leicht besser als erwartet

	Bereinigtes EBIT*	Veränderung zum VJ
DACH	320 Mio. €	+21 Mio. €
West- u. Südeuropa	146 Mio. €	+23 Mio. €
Osteuropa	10 Mio. €	-33 Mio. €
Sonstige**	-74 Mio. €	-6 Mio. €
Gesamt	402 Mio. €	+4 Mio. €

*Bereinigtes EBIT ohne Fnac Darty und ohne Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm sowie Führungswechseln. **Sonstige: Inklusive Konsolidierung.

Ergebnis je Aktie von Restrukturierungsaufwand beeinflusst, Finanzergebnis mit positivem Beitrag

	GJ 2018/19	Veränderung zum VJ
Bereinigtes EBIT*	402 Mio. €	+4 Mio. €
Berichtetes EBIT	224 Mio. €	-196 Mio. €
Finanzergebnis	12 Mio. €	+210 Mio. €
Ergebnis vor Steuern	235 Mio. €	+14 Mio. €
Nettoergebnis	121 Mio. €	-99 Mio. €
Ergebnis je Aktie	0,34 €	+0,27 €

*Bereinigtes EBIT ohne Fnac Darty und ohne Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm sowie Führungswechseln.

Für das Geschäftsjahr 2018/19 ist keine Dividendenausschüttung vorgesehen

- Umsetzung Kosten- und Effizienzprogramm zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit
- Stärkung des Eigenkapitals und der Bilanz



**Keine
Dividenden-
ausschüttung**

02

Status der Transformation

Strategische Initiativen im Geschäftsjahr 2018/19



**DIGITALES
WACHSTUM**

FORTLAUFEND



**SERVICES &
SOLUTIONS**

FORTLAUFEND



**CATEGORY &
SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT**

FORTSCHRITTE



**ORGANISATION &
KOSTEN-
STRUKTUR**

KURZFRISTIG

Reduzierung von Komplexität und Kosten insbesondere in Deutschland



Kosten- und Effizienzprogramm

Zentralfunktionen



Reorganisation der Zentralfunktionen von CECONOMY, der Media-Saturn Holding und der Landesorganisation Deutschland

Portfolio



Überprüfung von Aktivitäten, die nicht zum Kerngeschäft gehören

Einsparungen in Höhe von 110 – 130 Mio. € p.a.

Aktivitäten zur Digitalisierung unseres Geschäftsmodells



Geschäftsjahr 2018/19

Neue Webshop-
Plattform entwickelt

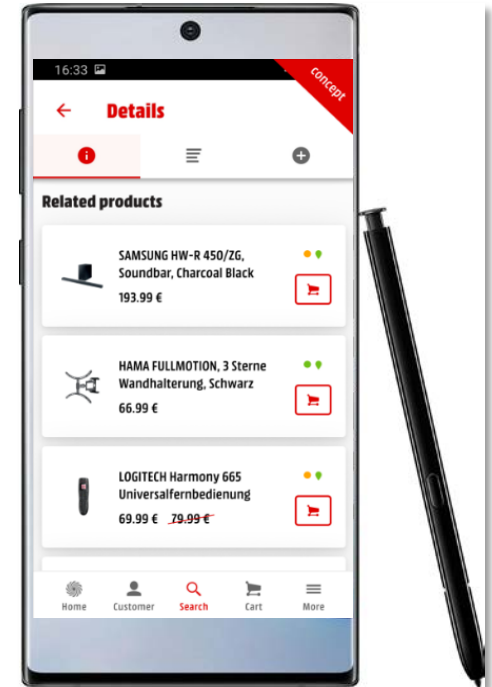
Benutzeroberfläche der
App verbessert

Geschäftsjahr 2019/20

Roll-out neue
Webshop-Plattform

Einführung Assisted
Selling

Pilotierung Online-
Marktplatz



Konzentration auf eine enge Kundenbindung in allen Ländern



Geschäftsjahr 2018/19

**Neues Angebot
Versicherungen und
Garantien in Deutschland**

**Einheitliches
Serviceangebot an den
Smartbars**

Geschäftsjahr 2019/20

**Internat. Roll-Out neues
Angebot Versicherungen
und Garantien**

**Einführung eigene
Abrechnungsplattform,
z.B. für Software**



Zentralisierung des Category- und Supply-Chain-Managements



Geschäftsjahr 2018/19

**Pilotmarkt für
Category Management
in Spanien**

**Zentrales
Pricing-System in DE**

**Zentrale
Logistik-Plattform in
DE und NL**

Geschäftsjahr 2019/20

**Erhöhung zentral
ausgehandeltes
Einkaufsvolumen**

**Automatisierung
Sortiments-, Flächen-
und Regalplanung**

**Transformation der
Lieferkette**



26. MÄRZ 2020

CECONOMY



03

Ausblick Geschäftsjahr 2019/20

Unsere Annahmen für das Geschäftsjahr 2019/20

Umsatz: Wird im Wesentlichen durch Online sowie Services & Solutions getrieben

Bruttomarge: Produktmargen weiterhin unter Druck, aber insgesamt Trendverbesserung

Kosten: Deutliche Reduzierung der Kosten entsprechend den angekündigten Zielen

Strategische Initiativen: Weiterhin konsequente Umsetzung aller Initiativen



Ausblick

	GJ 2018/19	GJ 2019/20
Umsatzwachstum (währungsbereinigt)	+0,8%	Leichtes Wachstum
EBIT	402 Mio. €	445 – 475 Mio. €

Hinweis: Die Prognose erfolgt vor Portfolioveränderungen, ohne Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen und ohne nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm. Im EBIT 2019/20 wird ein positiver Effekt zwischen 5 Mio. Euro und 15 Mio. Euro aus der Einführung des neuen Rechnungslegungsstandards IFRS 16 enthalten sein.

04

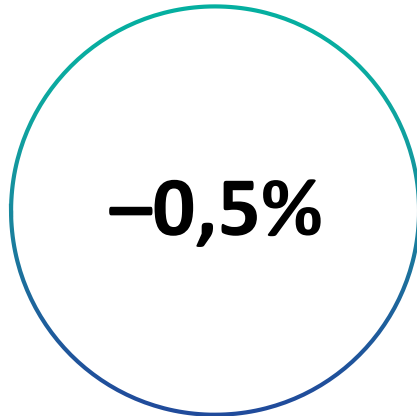
Entwicklung Q1 2019/20

Im ersten Quartal 2019/20 haben wir uns auf den Black Friday und die weitere Umsetzung unserer Initiativen konzentriert ...



Spürbare Ergebnisverbesserung in der Gruppe

... und so die Grundlagen für ein erfolgreiches Gesamtjahr geschaffen



**Umsatzveränderung
ggü. Vorjahr***



Bereinigtes EBIT bei
+20 Mio. € ggü. Vorjahr**



**Berichtetes EBIT bei
+84 Mio. € ggü. Vorjahr**

*Bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen. **EBIT einschließlich Effekten aus IFRS-16-Einführung. Bereinigtes EBIT ohne nicht regelmäßig wiederkehrende Effekte im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm, bereinigt um Portfolioveränderungen sowie ohne Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen.

05

Zusammenfassung

FOKUSSIERN

**DIE GRUNDLAGEN
IN ORDNUNG BRINGEN**



UMSETZEN

**TRANSFORMATION DES
GESCHÄFTSMODELLS**



**Mit unserem Omnichannel-Ansatz wollen wir
die erste Wahl unserer Kunden sein**

CECONOMY