

Pressemitteilung Q3 2019/20

## **CECONOMY beweist Handlungsfähigkeit in Corona-Krise und ist wieder auf Kurs – starke Dynamik im Online-Geschäft setzt sich fort**

- **Bereinigtes EBIT<sup>1</sup> im dritten Quartal 2019/20 trotz COVID-19-Auswirkungen auf Vorjahresniveau dank schneller und effizienter Antwort auf die Krise**
- **Umsatzerholung im Mai (+3 Prozent) mit weiterem Aufschwung im Juni (+12 Prozent) nach Lockerungen der COVID-19-Beschränkungen; positiver Umsatztrend im Juli fortgesetzt**
- **Ungebrochen starke Dynamik im Online-Geschäft; fast drei Millionen Neukunden-Registrierungen in Webshops von MediaMarkt und Saturn seit März**
- **Prognose für das Gesamtjahr 2019/20 auf Basis vorläufiger Geschäftszahlen präzisiert**
- **CECONOMY und MediaMarktSaturn schaffen organisatorische Grundlage zur Beschleunigung der Transformation**
- **CEO Dr. Bernhard Düttmann: „Nach dem Ende der Marktschließungen haben wir im Mai schnell wieder Fuß gefasst. Dank der spürbaren Umsatzerholung sowie umfassender Maßnahmen zur Gegensteuerung konnten wir das Quartal besser als erwartet abschließen. Wesentlichen Anteil daran hatte auch der Erfolg unseres Online-Geschäfts, welches im dritten Quartal mehr als ein Drittel zum Gesamtumsatz beigetragen hat.“**

**Düsseldorf, 13. August 2020** – Die CECONOMY AG („CECONOMY“) hat das dritte Quartal 2019/20 mit einem besser als erwarteten Ergebnis abgeschlossen. Nachdem der Geschäftsverlauf im April noch durch enorme, Coronavirus-bedingte („COVID-19“) Einschränkungen geprägt war, erholte sich der Umsatz im Mai und Juni deutlich. Das Unternehmen reagierte umgehend und konsequent auf

---

<sup>1</sup> Bereinigt um Portfolioveränderungen, Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen sowie nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit (1) dem am 29. April 2019 verkündeten Kosten- und Effizienzprogramm und (2) COVID-19-bedingten Standortschließungen; inklusive Effekt aus der Einführung von IFRS 16

## Pressemitteilung Q3 2019/20

die Krise und war nach der sukzessiven Wiedereröffnung der Märkte schnell wieder auf Kurs. Die eingeleiteten Maßnahmen trugen im dritten Quartal maßgeblich dazu bei, dass die Ergebnisbelastung durch den COVID-19-bedingten Umsatz- und Margenrückgang insbesondere durch Kostensenkungsmaßnahmen vollständig kompensiert werden konnte.

*„Nach dem Ende der Marktschließungen haben wir im Mai schnell wieder Fuß gefasst. Dank der spürbaren Umsatzerholung sowie umfassender Maßnahmen zur Gegensteuerung konnten wir das Quartal besser als erwartet abschließen. Wesentlichen Anteil daran hatte auch der Erfolg unseres Online-Geschäfts, welches im dritten Quartal mehr als ein Drittel zum Gesamtumsatz beigetragen hat“, sagt Dr. Bernhard Düttmann, CEO der CECONOMY AG. „Mit fast drei Millionen Neukunden, die wir allein seit März in unseren Webshops begrüßen konnten, haben wir unsere Position im Online-Geschäft weiter gefestigt. Auf dieser starken Basis werden wir den Ausbau unserer Online-Vertriebskanäle nochmals beschleunigen und die Digitalisierung unseres Geschäftsmodells mit Nachdruck vorantreiben. Mit dem kürzlichen Start unseres Marktplatzes bieten wir unseren Kunden in Deutschland ab sofort noch mehr Produktvielfalt in unseren Webshops.“*

### **Positive Umsatzdynamik im Mai und Juni, Quartalsergebnis besser als erwartet**

Der Umsatz ging im dritten Quartal währungs- und portfoliobereinigt um 8,4 Prozent auf rund 4,1 Mrd. Euro zurück. Der Umsatzrückgang im dritten Quartal reflektiert die Auswirkungen der Corona-Krise und ist ausschließlich durch die negative Umsatzentwicklung infolge der Store-Schließungen im April und teilweise noch im Mai begründet. Mit der schrittweisen Wiedereröffnung des stationären Geschäfts kehrten die Umsätze im Mai wieder auf einen Wachstumskurs zurück, welcher sich im Juni beschleunigte. Insbesondere Deutschland, Österreich, die Schweiz und Italien verzeichneten im Mai und Juni einen starken Umsatzanstieg, während die Niederlande und Schweden sich über das gesamte Quartal hinweg deutlich positiv entwickelten. Im Juli setzte sich der positive Umsatztrend aus Juni fort, insbesondere dank der Mehrwertsteuersenkung in Deutschland und anhaltend starker Nachfrage nach Homeoffice-, Homeschooling- und Home-Entertainment-Produkten.

Neben der positiven Umsatzentwicklung im Mai und Juni trugen die zügig eingeleiteten Kostensenkungsmaßnahmen maßgeblich dazu bei, dass CECONOMY im dritten Quartal mit –45

## Pressemitteilung Q3 2019/20

Mio. Euro ein bereinigtes EBIT auf Vorjahresniveau erreichte (Q3 2018/19: –43 Mio. Euro). Einsparungen aus dem Kosten- und Effizienzprogramm wirkten sich ebenfalls positiv auf das Ergebnis aus. Negativ auf das bereinigte EBIT wirkte der Umsatzrückgang im stationären Geschäft aufgrund der Marktschließungen im April in Verbindung mit einer rückläufigen Bruttomarge im Gesamtquartal. Insgesamt zeigte sich im Quartalsverlauf auf Monatsbasis jedoch eine stetige Trendverbesserung bei der Bruttomarge. Deutschland erzielte insbesondere durch die COVID-19-bezogenen Kostensenkungsmaßnahmen einen soliden Ergebnisanstieg, während Spanien und Italien aufgrund der COVID-19-Auswirkungen umsatz- und margenbedingt einen Ergebnisrückgang verzeichneten.

### **Wachstum im Online-Geschäft im dritten Quartal durch Krise beschleunigt, Geschäft mit Services & Solutions erholt sich im Juni**

Im dritten Quartal 2019/20 verzeichnete CECONOMY im Online-Geschäft ein außerordentlich starkes Wachstum von rund 143 Prozent (ohne MediaMarkt Griechenland: 145 Prozent). Damit stiegen die Online-Umsätze deutlich auf 1,4 Mrd. Euro und erhöhten ihren Anteil am Gesamtumsatz auf 35,2 Prozent. Das anhaltend hohe Online-Wachstum setzte sich trotz schrittweiser Wiedereröffnung der Märkte fort, auch in den Ländern, die nicht von der Schließung des stationären Geschäfts betroffen waren. Im dritten Quartal wurden ein Drittel (32 Prozent) aller Online-Bestellungen in den Märkten abgeholt. Im Zuge der Wiedereröffnungen nahm zuletzt auch die Pick-up-Rate wieder zu und lag im Juni bei etwa 43 Prozent.

Das Geschäft mit Services & Solutions wies im dritten Quartal einen Umsatzrückgang von rund 19 Prozent auf 225 Mio. Euro auf (ohne MediaMarkt Griechenland: –18 Prozent). Das Geschäftsfeld trug somit 5,5 Prozent zum Gesamtumsatz bei. Hauptursachen für den Rückgang waren die COVID-19-bedingten Schließungen der Märkte und die im Anschluss daran geringeren Kundenfrequenzen, da viele Dienstleistungen in Verbindung mit Einkäufen im stationären Handel und speziell an den Smartbars in Anspruch genommen werden. Gegen Ende des Quartals setzte im Geschäft mit Services & Solutions eine Erholung ein, sodass der Umsatz im Juni bereits wieder auf dem Niveau des Vorjahres lag.

## Pressemitteilung Q3 2019/20

*„Es liegt ein außergewöhnliches drittes Quartal hinter uns, welches wir trotz der enorm herausfordernden Rahmenbedingungen mit einer robusten Geschäftsentwicklung abgeschlossen haben. Die ungebrochen starke Dynamik im Online-Geschäft ist sehr erfreulich, vor allem wenn man bedenkt, dass seit Mitte Mai wieder mehr als 90 Prozent unserer Märkte geöffnet sind. Ebenfalls ermutigend ist, dass die Services & Solutions-Umsätze im Juni bereits wieder auf das Vorjahresniveau zurückkehrten und auch die Pick-up-Option zuletzt wieder deutlich stärker angenommen wurde. Auf Basis der bisherigen Geschäftsentwicklung sowie vorliegender Erkenntnisse konnten wir letztendlich unseren Ausblick für das Gesamtjahr 2019/20 konkretisieren“, ordnet Karin Sonnenmoser, CFO der CECONOMY AG, ein.*

### **Präzisierte Prognose für das Gesamtjahr 2019/20**

Auf Basis der vorläufigen Geschäftsentwicklung der ersten neun Monate sowie der vorliegenden Erkenntnisse hat CECONOMY am 16. Juli 2020 eine Konkretisierung der Prognose für das Geschäftsjahr 2019/20 vorgenommen. Diese erfolgte unter der Annahme, dass es zu keinen weiteren Einschränkungen durch die COVID-19-Pandemie in den verbleibenden Monaten des Geschäftsjahres kommt, die das Geschäft erneut beeinträchtigen. Von der Erholung im Verlauf des dritten Quartals ausgehend erwartet CECONOMY für das Geschäftsjahr gegenüber dem Vorjahr nunmehr lediglich einen leichten Rückgang des währungsbereinigten Gesamtumsatzes. Zudem geht CECONOMY ohne Berücksichtigung von Ergebniseffekten aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen von einem EBIT zwischen 165 und 185 Mio. Euro aus. Darin wird voraussichtlich ein positiver Effekt zwischen 5 Mio. Euro und 15 Mio. Euro bedingt durch die Einführung von IFRS 16 enthalten sein. Die Prognose erfolgt vor Portfolioveränderungen. Nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit dem am 29. April 2019 verkündeten Kosten- und Effizienzprogramm, COVID-19-bedingten Standortschließungen sowie der Einführung des Operating Model sind nicht enthalten.

### **Positive Umsatzentwicklung im Juni spiegelt sich in Liquiditätssituation wider**

Die positive Umsatzentwicklung im Juni sorgte auch für eine Entspannung der Liquiditätslage des Unternehmens. Der zusätzliche Kreditrahmen in Höhe von 1,7 Mrd. Euro, welchen CECONOMY Mitte Mai mit der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) und Partnerbanken im Rahmen eines neuen Konsortialkreditvertrags zur Schaffung zusätzlicher finanzieller Flexibilität abgeschlossen hat,

## Pressemitteilung Q3 2019/20

wurde bisher zu keinem Zeitpunkt in Anspruch genommen. Insgesamt ist CECONOMY mit dem bestehenden Gesamtkreditrahmen in Höhe von 2,68 Mrd. Euro in dieser unvorhersehbaren Zeit gut aufgestellt.

### **CECONOMY und MediaMarktSaturn schaffen organisatorische Grundlage zur Beschleunigung der Transformation**

CECONOMY und MediaMarktSaturn führen konzernweit eine einheitliche Organisationsstruktur („Operating Model“) ein, um wichtige strukturelle Voraussetzungen zur Beschleunigung des Transformationsprozesses zu schaffen. Das neue Operating Model trägt dabei auch der fortschreitenden Zentralisierung der Prozesse Rechnung. Im Fokus des neuen Operating Model stehen einheitliche Führungsstrukturen und standardisierte Abläufe. Dies gilt sowohl für die Verwaltungsfunktionen in den Landesgesellschaften ebenso wie für die Marktorganisation. Darüber hinaus wird die maximale Fokussierung der Mitarbeiter auf das Kundenerlebnis ermöglicht. Die Einzelheiten zum neuen Operating Model sind der Pressemitteilung vom 12. August 2020 zu entnehmen: <https://www.ceconomy.de/de/presse/>.

### **Über CECONOMY**

Die CECONOMY AG vereinfacht das Leben in der digitalen Welt. Die Gesellschaft ist führend für 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.

### **Pressekontakt**

Dr. Lutz Golsch  
+49 173 6517710  
[lutz.golsch@ceconomy.de](mailto:lutz.golsch@ceconomy.de)