

Ergebnispräsentation

Dr. Bernhard Düttmann
Karin Sonnenmoser
Ferran Reverter

GJ 2018/19

Düsseldorf, 17. Dezember 2019

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, Ausdrücke 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 (II) 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.

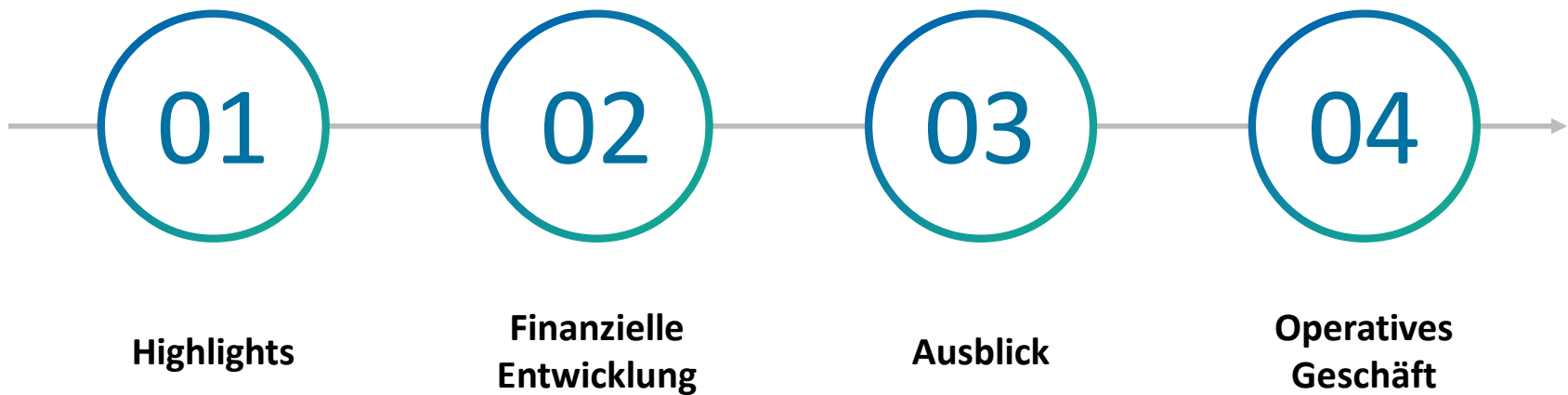
Dies kann bewirken, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Performance oder die Finanzlage wesentlich von zukünftigen Ergebnissen, der Performance oder der Finanzlage, die in dieser Präsentation dargestellt oder angedeutet werden, abweichen. Daher wird keine ausdrückliche oder implizite Gewähr oder Garantie (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 "Risiko- und Chancenbericht" 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 CECONOMY 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.

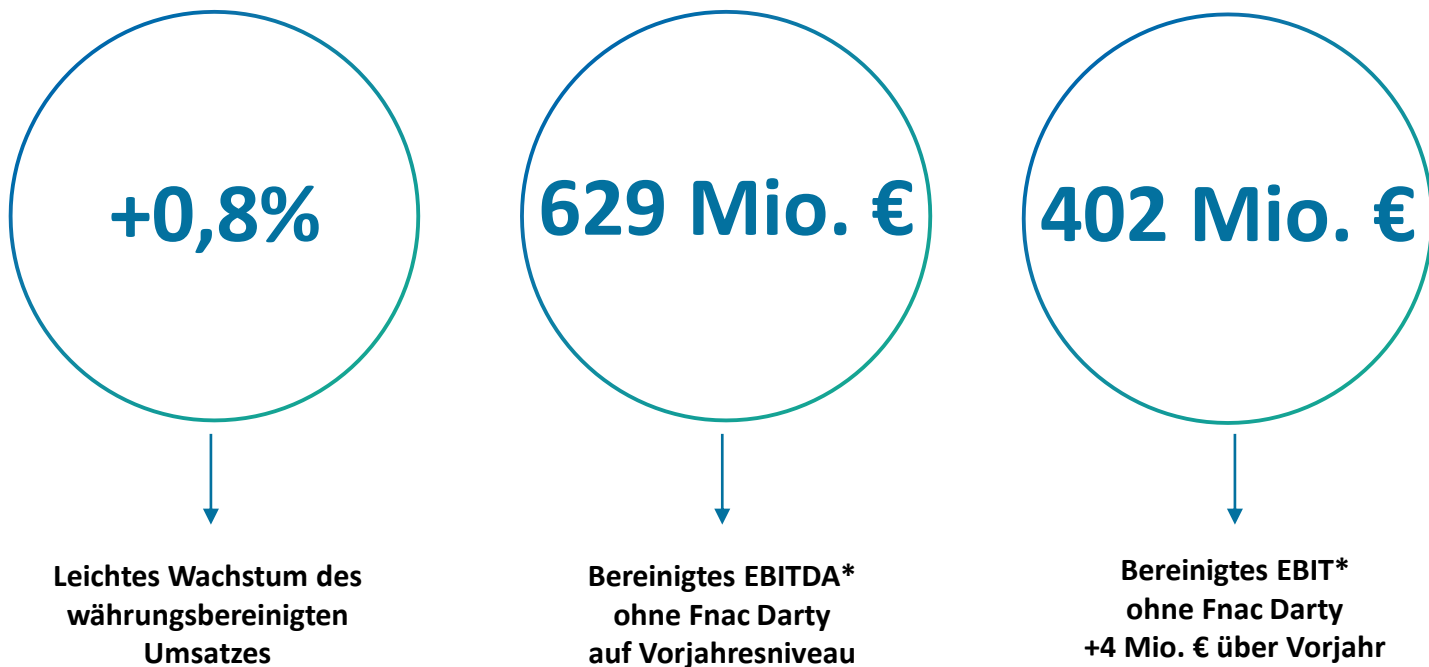
Agenda



01

Highlights

CECONOMY hat im GJ 18/19 alle finanziellen Ziele erreicht – und die Erwartungen beim Ergebnis sogar leicht übertroffen



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

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

	Wo wir herkommen		Was wir erreicht haben	
Operatives Geschäft	Rückgang der Profitabilität	→	Stabilisierung der Profitabilität	✓
Portfolio	Abschreibungen und Verluste im Portfolio belasten Finanzergebnis	→	Lösungen für METRO-Anteil, griechisches Geschäft, kleinere Portfoliounternehmen	✓
Kosten- und Effizienzprogramm	Komplexe Strukturen und hohe Kostenbasis	→	Klare Verantwortlichkeiten und wettbewerbsfähigere Kosten	✓
Strategie	Keine Umsetzung der strategischen Initiativen	→	Fortschritte bei allen Initiativen, Detaillierung der Strategie notwendig	!

Die Umsetzung der strategischen Initiativen stand im Fokus



**DIGITALES
WACHSTUM**

FORTLAUFEND



**SERVICES &
SOLUTIONS**

FORTLAUFEND



**CATEGORY &
SUPPLY CHAIN
MANAGEMENT**

FORTSCHRITTE



**ORGANISATION &
KOSTENSTRUKTUR**

KURZFRISTIG

Wir haben die Aktivitäten zur Digitalisierung unseres Geschäftsmodells intensiviert

- **Konsolidierung** von sechs verschiedenen Webshop-Plattformen auf **einer gemeinsamen IT-Plattform**
- Deutlich **verbesserte Webshop-Oberfläche** in Deutschland und **neue App** mit verbesserter Benutzeroberfläche
- MediaMarkt and Saturn zusammen sind **drittgrößter Webshop** in Deutschland





Wir haben unser Dienstleistungsangebot verbessert



Konzernweit einheitliches
Serviceangebot an den **Smartbars**



Steigende Nachfrage nach den
Dienstleistungen: **Displayschutz, Ready-
to-use** und **Reparaturen**

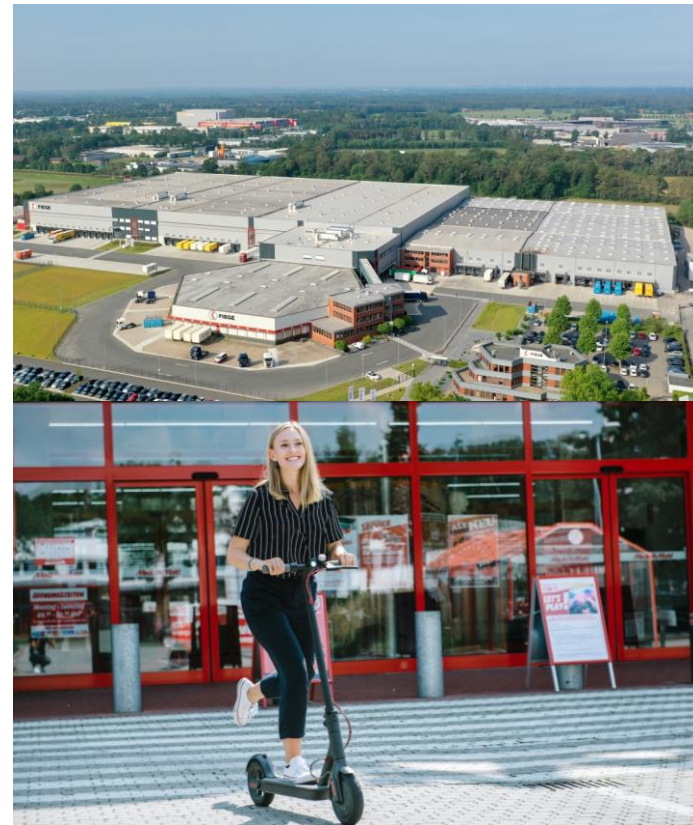


**Neue Versicherungs- und
Garantieangebote** in Deutschland
ausgeschrieben und eingeführt



Die Zentralisierung unseres Category- und Supply-Chain-Managements geht voran

- Einführung eines **zentralen Pricing-Systems** in Deutschland
- Start eines Pilotmarktes für **Category Management** in Spanien
- **Zentrale Logistikplattform** in Deutschland und in den Niederlanden angelaufen



Wir haben ein Programm zur Reduzierung von Komplexität und Kosten insbesondere in Deutschland initiiert

➤ **Besetzung** des zentralen Managementteams **abgeschlossen**

➤ **Neuaufstellung** der Organisation von CECONOMY, der MSH Holding sowie MediaMarktSaturn Deutschland

➤ **Lösungen für Portfoliothemen:** Juke, RMG, iBood, Griechenland

Kosten - und Effizienzprogramm		
 Zentralfunktionen		 Portfolio
	Ziel	Status
Zeitraumen	6–18 Monate	
Einsparungen (run-rate)	110–130 Mio. €	
GuV-Effekte ¹	204–224 Mio. €	ca. 190 Mio. €

¹ Inkl. Aufwendungen von 34 Mio. €, die in Q1 2018/19 für Führungswechsel im Top-Management verbucht wurden, sowie inkl. nicht-zahlungswirksamer buchhalterischer Effekte

02

Finanzielle Entwicklung

Die finanzielle Entwicklung von CECONOMY im GJ 2018/19 im Überblick



Solide **Marktanteilsgewinne**



Verbesserte Steuerung der Aktionen rund um **Black Friday 2018**



Erfolgreiches aktives Kostenmgt., insbesondere durch stärkere Ressourceneffizienz in den deutschen Märkten



Deutschland mit **operativem Turnaround**, **Spanien** und **Italien** weiterhin mit starker Entwicklung



Online-Geschäft erneut wichtigster Wachstumstreiber



Performance in **den Niederlanden und Polen** unterhalb den Erwartungen



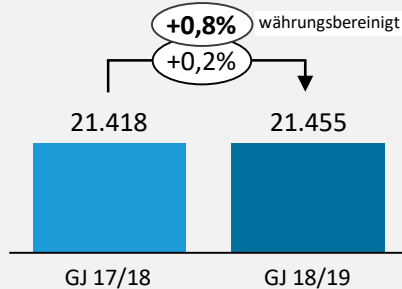
Rückläufige **Bruttomarge**



Aufwendungen im Zusammenhang mit dem **Kosten- und Effizienzprogramm** sowie **Führungswechseln** belasten berichtetes Ergebnis

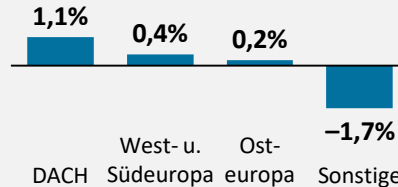
Umsatzwachstum wird von solider Entwicklung in Deutschland, Italien und der Türkei getrieben

Umsatz (in Mio. €)



Umsatz nach Region

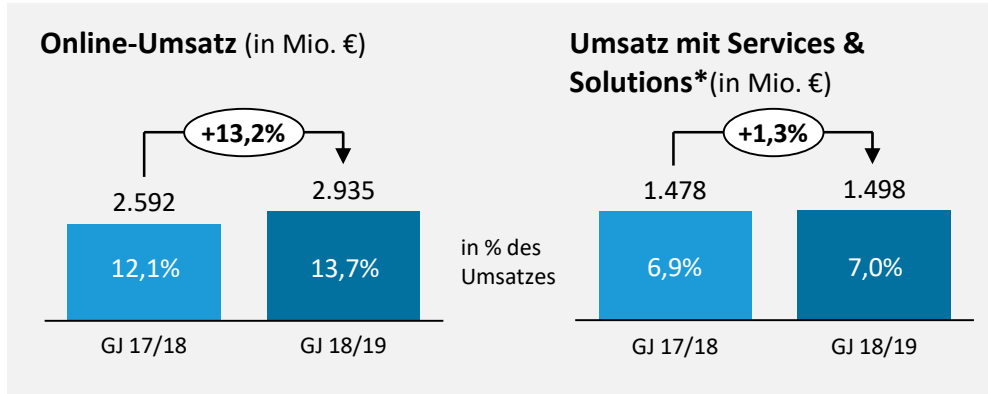
(währungsbereinigt, ggü. Vorjahr)



Highlights

- **DACH:** Erfolgreiche Kampagnen in Deutschland; Ungarn setzt – auch expansionsbedingt – starkes Wachstum fort
- **West- und Südeuropa:** Gute Entwicklung in Spanien und Italien, herausforderndes Wettbewerbsumfeld und rückläufige Umsätze in den Niederlanden
- **Osteuropa:** Türkei weiterhin mit solider Entwicklung; negativer Trend in Polen hält an

Online-Geschäft bleibt auch 2018/19 der wichtigste Umsatztreiber

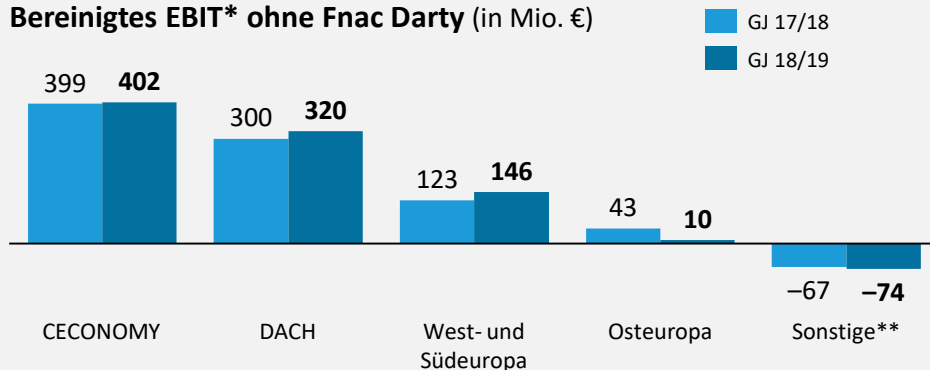


Highlights

- **Solides Online-Wachstum** aufgrund von steigenden Besucherzahlen auf der Website und Anstieg des Durchschnittsbons
- **Nachfrage nach Pick-up Option** bei 47% vs. 42% in der Vorjahresperiode
- **Garantieverlängerungen und Reparaturdienstleistungen** zunehmend nachgefragt, Mobilfunkgeschäft von hoher Vergleichsbasis geprägt

Ergebnis dank aktivem Kostenmanagement, höheren Erträgen aus Services & Solutions und der guten Umsatzentwicklung auf Vorjahr

Bereinigtes EBIT* ohne Fnac Darty (in Mio. €)



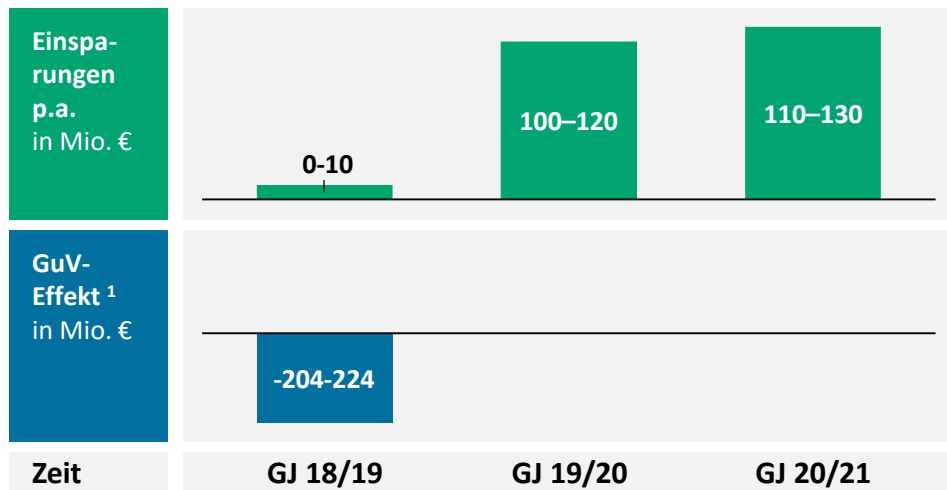
Highlights

- **DACH:** Deutschland aufgrund von höherer Kosteneffizienz mit positiver Ergebnisentwicklung; Schweiz trägt ebenfalls maßgeblich zur Ergebnisverbesserung bei
- **West- und Südeuropa:** Starke Entwicklung in Spanien und Italien überkompensiert anhaltendem Umsatz- und Margendruck in den Niederlanden
- **Osteuropa:** Umsatz- und Margendruck in Polen setzt sich fort

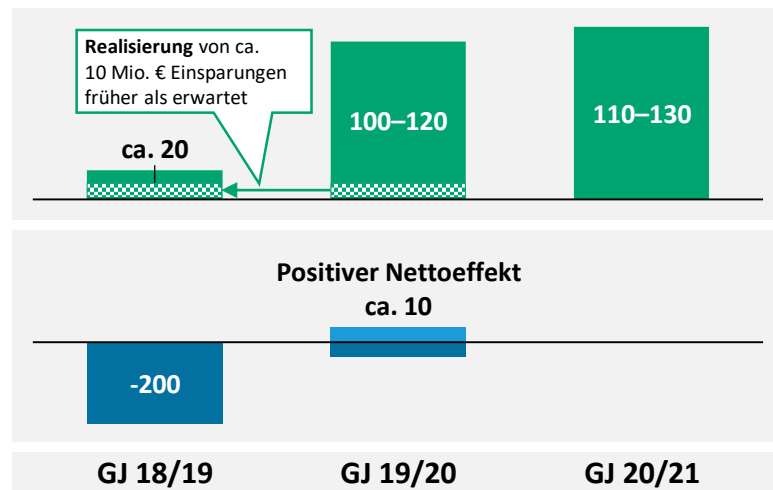
*Bereinigtes EBIT ohne Aufwendungen im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm sowie Führungswechseln **Sonstige: Inklusive Konsolidierung

Das Kosten- und Effizienzprogramm ist voll im Plan

Stand April 2019



Stand Dezember 2019



Einige **Einsparungen** bereits im GJ 2018/19, d.h. **früher als erwartet realisiert**; GuV-Effekt durch Restrukturierung **leicht niedriger**

¹ Inkl. Aufwendungen von 34 Mio. €, die in Q1 2018/19 für Führungswechsel im Top-Management verbucht wurden, sowie inkl. nicht-zahlungswirksamer buchhalterischer Effekte

03

Ausblick

Unsere Annahmen für das Geschäftsjahr 2019/20

Umsatz

Wird im Wesentlichen durch Online sowie Services & Solutions getrieben

Bruttomarge

Druck auf die Produktmargen bleibt bestehen; insgesamt aber Trendverbesserung bei der Bruttomarge durch weiteren Ausbau des Dienstleistungsgeschäfts

Kosten

Deutliche Reduzierung der Kosten, insbesondere durch die Einsparung von Personalkosten entsprechend den angekündigten Zielen

Strategische Initiativen

Weitere Verbesserungen bei Online und Services & Solutions; Umsetzung der Zentralisierung bereits begonnen, weitere Fortschritte notwendig

Ausblick für das Geschäftsjahr 2019/20

- Bereinigt um Portfolioveränderungen
- Ohne nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit dem am 29. April 2019 angekündigten Kosten- und Effizienzprogramm

	GJ 19/20 inkl. IFRS 16	davon IFRS-16-Effekt
Währungsbereinigter Umsatz	Leichtes Wachstum	
EBIT (ohne Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen)	445–475 Mio. €	5–15 Mio. €

04

Update Operatives Geschäft

Im Geschäftsjahr 2018/19 haben wir die Grundlagen für nachhaltiges Wachstum geschaffen

1

Führungsteam etabliert, neue **erfolgskritische Kompetenzen** dazugewonnen

2

Schlankere Organisation und **wettbewerbsfähige Kostenstruktur**, insbesondere in Deutschland

3

Schnellere Entscheidungsprozesse durch **klarere Verantwortlichkeiten**

4

Fokus auf der Transformation unserer Aktivitäten

5

Fortschritte und **Erhöhung der Geschwindigkeit** bei allen unseren vier **strategischen Initiativen**

Wir konzentrieren uns auf die Umsetzung der strategischen Initiativen

KUNDENORIENTIERTES OMNICHANNEL-GESCHÄFTSMODELL



DIGITALES WACHSTUM

Conversion im Bereich
online/multi-channel
verbessern, Umsatzwachstum,
Margen und Kundenbindung



SERVICES & SOLUTIONS

Attachment-Rate verbessern,
bestehendes Service-Portfolio
ausrollen, Portfolio ausweiten



CATEGORY & SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Category-Management-
Systeme und zentrale Planung
global einführen, „letzte Meile“
bei der Zustellung verbessern



ORGANISATION & KOSTENSTRUKTUR

Kosten reduzieren,
Organisationsstrukturen
harmonisieren und Store-
Portfolio optimieren



Digitales Wachstum: Kontinuierliche Verbesserungen unserer Plattformen ermöglichen ein besseres Omnichannel-Kundenerlebnis

Neue Webshop-Plattform

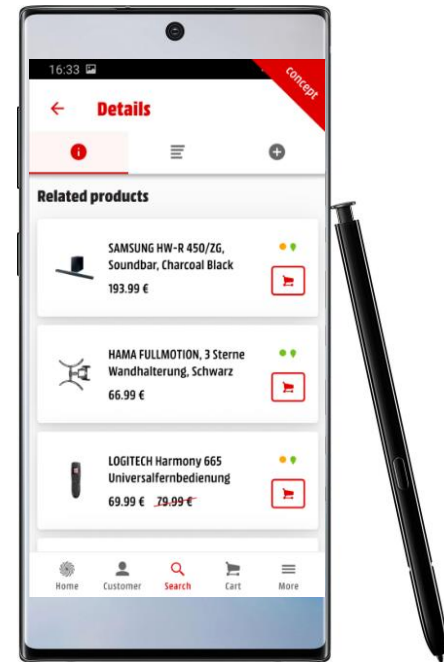
State of the art Plattform: kurze Ladezeiten und verbessertes Kundenerlebnis; Go-Live in Deutschland im November 19; Roll-out in weitere Länder folgt

Assisted Selling

Neue App für unsere Marktmitarbeiter: Verbesserung der Prozesse, Effizienz und Kundenzufriedenheit; Verbindung von Off- und Online-Sortiment

Marktplatz

Breites Sortiment, hohe Produktverfügbarkeit; Go-Live in Deutschland im Mai 2020 erwartet





Services & Solutions: Konzentration auf enge Kundenbindung in allen Ländern

Versicherungen
& Garantien

Unternehmensweiter roll-out eines standardisierten Angebots zur Stärkung der Kundenbeziehung

Smartbars

Unternehmensweite Ausschöpfung des Smartbar-Potenzials durch harmonisierte Angebote mit drei Kerndienstleistungen

Abonnements

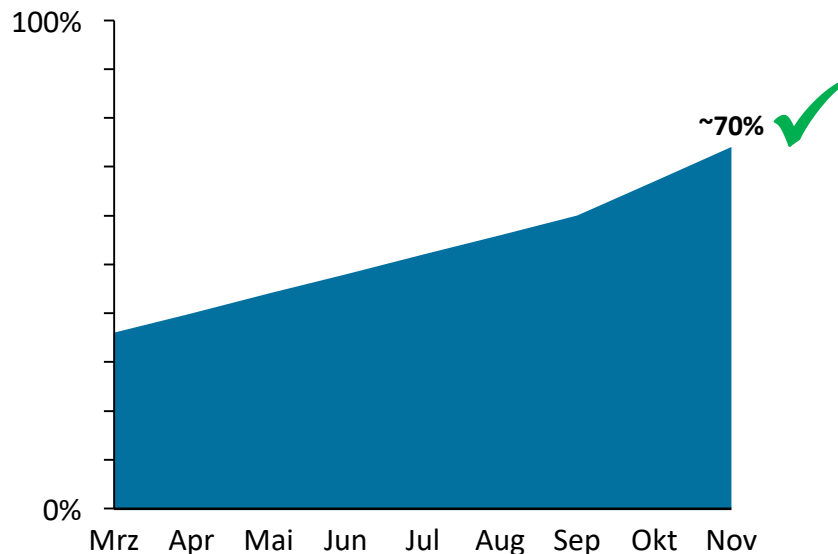
Stärkung wiederkehrender Umsatzmodelle durch eigene Abrechnungsplattform z.B. für Sicherheitssoftware





Zentralisierung des Einkaufsvolumens auf Kurs, Fortschritte beim Pricing und im Category Management

Anstieg des zentral ausgehandelten Einkaufs im Jahr 2019 in Deutschland (in % des Einkaufsvolumens)



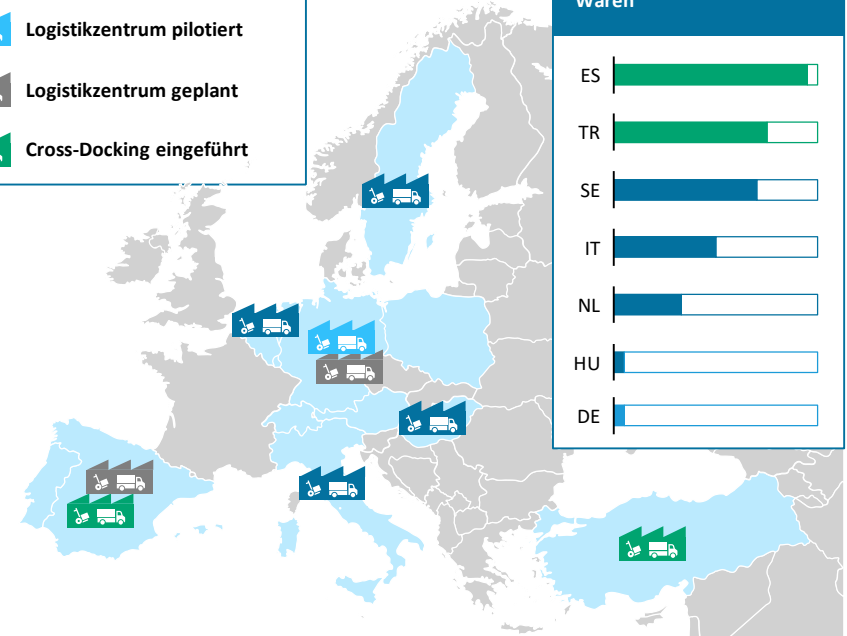
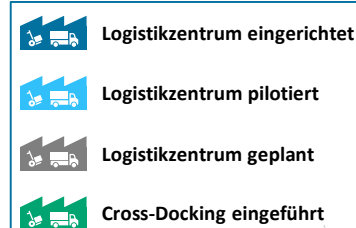
Aktueller Fokus

- Erhöhung des **zentral ausgehandelten Einkaufsvolumens** in Deutschland, Spanien, Italien und den Niederlanden
- Bessere Kontrolle der **Margen** und zuverlässige Preisversprechen über alle Kanäle hinweg durch **Pricing Cockpit & Simulator** in allen wichtigen Ländern
- Implementierung eines state of the art **IT-Systems** für **Sortiments- & Bestandsplanung** zur Verbesserung der **Produktverfügbarkeit**
- Umsetzung einer **automatisierten digitalen Flächen- und Regalplanung** ermöglicht **individuelle Marktlayouts** gemäß lokalen Kundenpräferenzen sowie effiziente Nutzung der Verkaufsfläche

Transformation unserer Lieferkette in ein Omnichannel-Logistiknetzwerk ...

... auf Basis zentraler Plattformen

- **Zentrale Plattformen** in den Niederlanden, Italien und Spanien sowie Pilotprojekt in Deutschland (Erfurt) etabliert
- **Zentrale Plattform** für Deutschland (DC Göttingen) startet im Herbst 2020
- **Omnichannel-Logistikzentren** für Benelux und Iberien gehen 2020 live



Black-Friday-Aktivitäten erneut erfolgreich – Zentralisierung war entscheidend

- **Zentral ausgearbeitete Kampagnenkonzepte** für die gesamte Gruppe
- **Aktiv gesteuerte** Vor- und Nachkampagnenphase (z.B. Singles Day, Red Friday Warm-up)
- Erster **gemeinsamer internationaler Einkauf** in Schlüsselmärkten (Deutschland, Italien, Spanien)
- **Verbessertes Pricing** durch **attraktive Cross-Selling-Angebote**
- **Starke Marketingstrategie** mit Fokus auf **Services** und margenstarken **Produktmix**



FOKUSSIERTEN

DIE GRUNDLAGEN IN ORDNUNG BRINGEN

Als Basis für nachhaltiges
Wachstum in der Zukunft



UMSETZEN

TRANSFORMATION DES GESCHÄFTSMODELLS

Kundenorientierung fest auf
allen Ebenen verankern



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

UPDATE STRATEGIE

26. MÄRZ 2020

Q&A



Dr. Bernhard Düttmann
Chief Executive Officer
CECONOMY AG



Karin Sonnenmoser
Chief Financial Officer
CECONOMY AG



Ferran Reverter
Chief Executive Officer
Media-Saturn-Holding GmbH

KONTAKT

CECONOMY AG
Communications, Public Policy & Sustainability

Kaistraße 3
40221 Düsseldorf
Germany

Tel.: +49 (211) 5408-7125
Email: presse@ceconomy.de

Umsatz und Anzahl der Märkte nach Land

Umsatz (Mio. €)

Deutschland	10.340	10.472
Österreich	1.161	1.150
Schweiz	569	578
Ungarn	340	364
DACH	12.410	12.565
Belgien	701	697
Griechenland	186	193
Italien	2.096	2.157
Luxemburg	65	65
Niederlande	1.581	1.495
Portugal	146	151
Spanien	2.002	2.050
West- u. Südeuropa	6.777	6.807
Polen	1.037	970
Türkei	651	596
Osteuropa	1.689	1.567
Schweden	462	439
Andere	542	516
CECONOMY	21.418	21.455

Anzahl der Märkte

30.09.2018	Neueröffnungen	Schließungen	30.09.2019
432	2	-3	431
52	-	-	52
27	-	-1	26
24	8	-	32
535	10	-4	541
29	-	-2	27
12	-	-	12
115	2	-	117
2	-	-	2
49	-	-	49
10	-	-	10
85	3	-	88
302	5	-2	305
86	5	-1	90
71	8	-1	78
157	13	-2	168
28	-	-	28
28	-	-	28
1.022	28	-8	1.042

CECONOMY