



---

**Q1 2019/20**

**ERGEBNISPRÄSENTATION**

---

Dr. Bernhard Düttmann, Karin Sonnenmoser  
Düsseldorf, 7. Februar 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, 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 „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 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

---

# Q1 2019/20 auf einen Blick



**Erfolgreiche Black-Friday-Periode, offline und online**



**Weihnachtsgeschäft von Vorzieheffekten durch wachsende Bedeutung des Black Friday beeinflusst**



**Solide Wachstumsraten bei Online und Services & Solutions**



**Schwieriges Marktumfeld und intensiver Wettbewerb in Südeuropa**



**Vielversprechende Ergebnisverbesserung, getrieben von Services & Solutions und Kostenoptimierungen, vor allem in Deutschland**



**Polen weiterhin mit schwacher Performance**

# Wir haben in Q1 die Grundlagen für ein solides Gesamtjahr geschaffen

**-0,5%**

**Umsatzveränderung im Vergleich zum Vorjahr,**  
bereinigt um Währungseffekte und Portfolioveränderungen

**289 Mio. €**

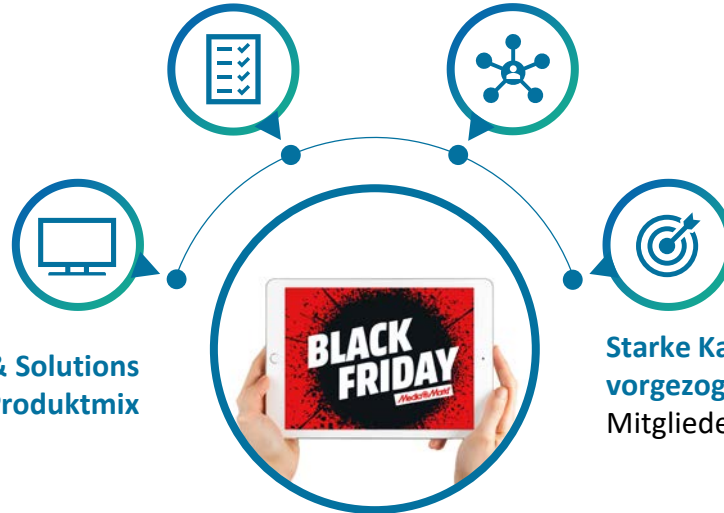
**Bereinigtes EBIT<sup>1,2</sup>**  
ohne nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen  
**+20 Mio. € ggü. VJ**

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

# Beim Black Friday haben wir den Erfolg des vergangenen Jahres fortgesetzt ...

**Zentral vorbereitete und gut orchestrierte Kampagnenkonzepte** für den Konzern, unterstützt durch professionelles Toolkit

Neue **MediaMarkt Web-Plattform**, bessere **Leistung bei der Lieferung** und verbesserte Angebotsverfügbarkeit



**Cross-Selling**, Fokus auf **Services & Solutions** sowie profitablen **Produktmix**

**Starke Kampagnen** mit Fokus auf Services, **vorgezogener Zugang** für MediaMarkt Club-Mitglieder und Saturn Card-Nutzer

# ... und nach einem bereits starken Vorjahr beim Umsatz offline und online solide zweistellige Wachstumsraten erzielt



+1.000k

**Mehr Artikel** wurden während der fünftägigen Black-Friday-Periode verkauft



+15%

**Mehr Online-Käufer** haben unsere Websites besucht



+2%

**Mehr Kunden** haben unsere Stores besucht

Hinweis: Zahlen der fünftägigen Black-Friday-Periode inklusive Donnerstag bis Cyber Monday im Vergleich zur Vorjahresperiode. Zahlen exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung).

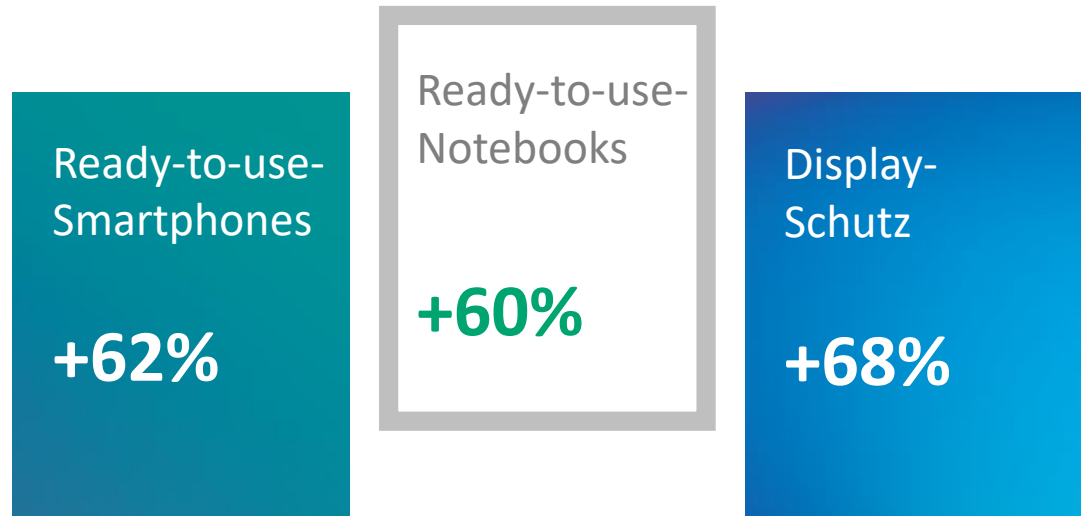


# Attraktive Kombiangebote haben den Absatz von Smartphones, Computer-Hardware und GSM-Zubehör angetrieben

➤ Länder waren gut vorbereitet, um **hohen stationären und Online-Traffic zu bedienen** (z.B. durch teilweise vorkonfigurierte Ready-to-use-Artikel)

➤ Viele Kampagnenprodukte wurden als **Ready-to-use-Bundles** angeboten, was insbesondere den Umsatz mit **Smartphones und Computer-Hardware** unterstützte

➤ **GSM-Zubehör mit sehr guter Entwicklung** dank Kombiangeboten



Hinweis: Zahlen der fünftägigen Black-Friday-Periode inklusive Donnerstag bis Cyber Monday im Vergleich zur Vorjahresperiode. Zahlen exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung).

02

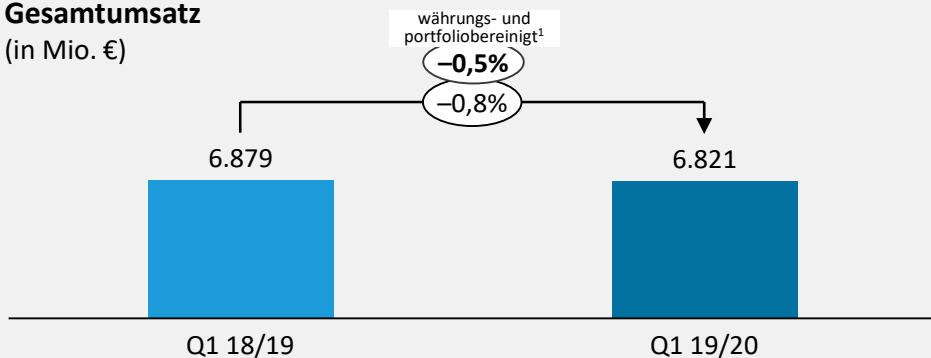
Finanzielle Entwicklung

---

# Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz exkl. iBood und Griechenland nahezu auf Vorjahresniveau

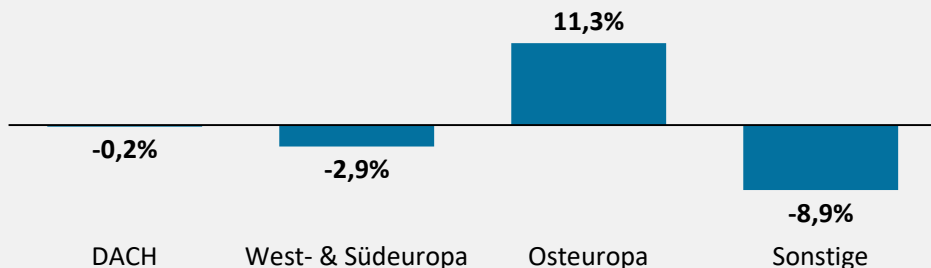
Q1

**Gesamtumsatz**  
(in Mio. €)



**Umsatz nach Regionen**

(währungs- und portfoliobereinigt¹ im Jahresvergleich)



¹ Exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung)

## Q1 Highlights

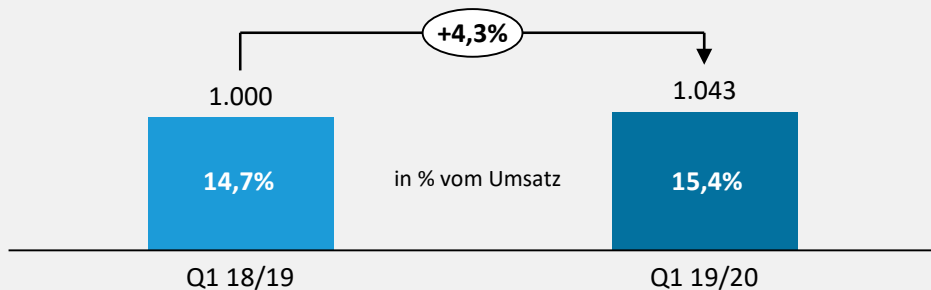
- **Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz¹ exkl. iBood nahezu auf Vorjahresniveau (-0,2%)**
- **DACH:** starker Black Friday in Deutschland, aber schwächeres nachfolgendes Weihnachtsgeschäft; starke Performance in Österreich und Ungarn
- **West- & Südeuropa:** Spanien insbesondere durch Verschiebung bei der Kampagnenplanung, Italien durch Marktumfeld und Wettbewerb beeinflusst; Niederlande mit sinkendem Umsatz
- **Osteuropa:** Türkei mit starkem zweistelligem Wachstum, Polen mit leichtem Umsatzverlust

# Online und Services & Solutions sind die Hauptwachstumstreiber

Q1

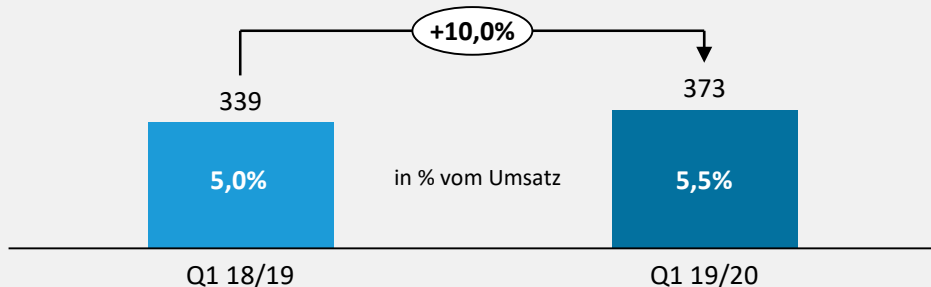
## Online-Umsatz<sup>1</sup>

(in Mio. €)



## Services & Solutions-Umsatz<sup>1</sup>

(in Mio. €)



## Q1 Highlights

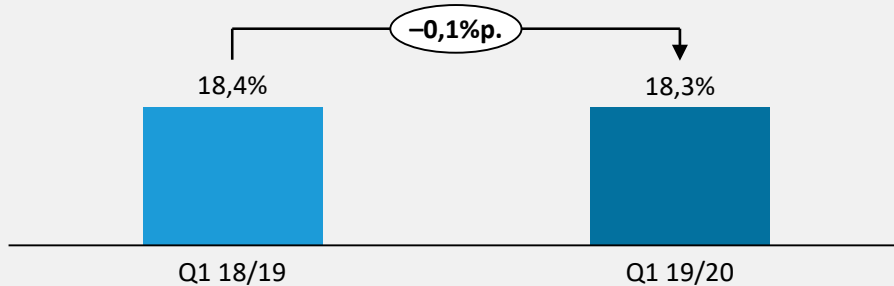
- **Online<sup>1</sup>-Wachstum +5,9% exkl. iBood**
- **Black Friday-Kampagnen** mit besonders positivem Effekt auf Online-Geschäft
- **Online-Geschäft** durch hohe Vergleichsbasis (+28%) und Verschiebung in der Kampagnenplanung in Spanien beeinflusst
- **Zweistelliges Wachstum bei Smartbar-Services:** Ready-to-use, Display-Schutz, Vor-Ort-Reparaturen
- Positive Entwicklung von **Garantieverlängerungen** und **Mobilfunkgeschäft**

<sup>1</sup> Exklusive des griechischen MediaMarkt-Geschäfts (Portfolioveränderung)

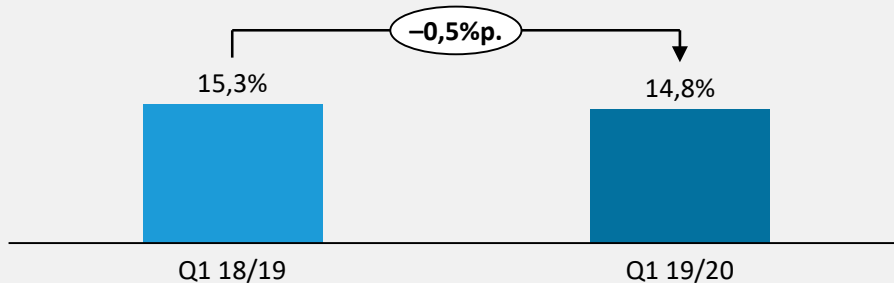
# Bruttomarge mit leichter Trendverbesserung

Q1

Bruttomarge<sup>1,2</sup> (in % vom Umsatz)



OPEX<sup>1,2,3</sup> (in % vom Umsatz)



## Q1 Highlights

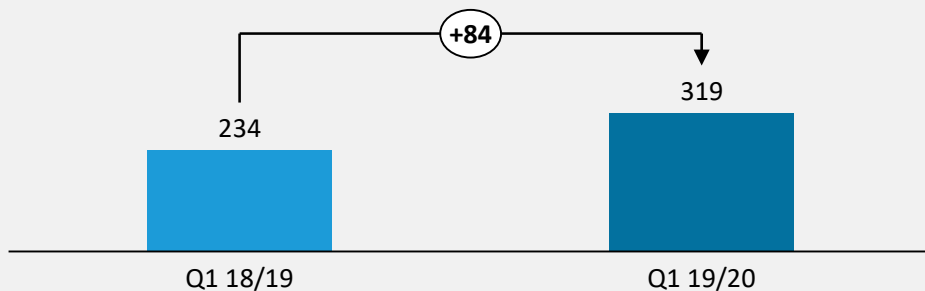
- **Trendverbesserung** vor allem unterstützt von guter Entwicklung bei **Services & Solutions**
- **Druck** auf die **Produktmargen** bleibt bestehen
- **OPEX-Reduzierung** vor allem auf **Effekte** aus dem **Kosten- und Effizienzprogramm** zurückzuführen, aber auch auf andere operative Kosteneinsparungen

<sup>1</sup> Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm <sup>2</sup> Bereinigt um Portfolioveränderungen <sup>3</sup> Summe Verwaltungs-/Sachausgaben und andere operative Ausgaben

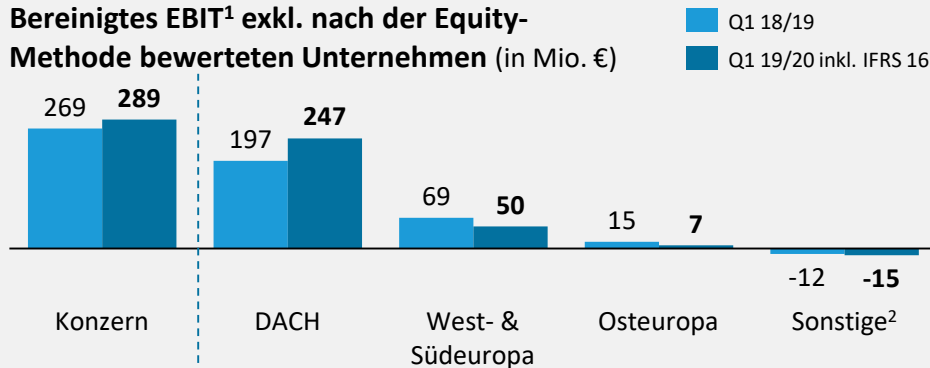
# Ergebniswachstum wird vor allem von Services & Solutions sowie Kosteneinsparungen getrieben

Q1

Berichtetes EBIT (in Mio. €)



Bereinigtes EBIT<sup>1</sup> exkl. nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen (in Mio. €)



## Q1 Highlights

- **Berichtetes EBIT** deutlich gestiegen, **bereinigtes EBIT** mit solider Entwicklung
- **DACH:** starke Performance in Deutschland, unterstützt durch Services & Solutions und Kosteneinsparungen
- **West- & Südeuropa:** Spanien und Italien durch Marktumfeld und Wettbewerb beeinflusst; Niederlande ebenfalls mit sinkendem Ergebnis, aber leichter Trendverbesserung
- **Osteuropa:** Polen mit weiterhin negativem Trend, Türkei profitiert von Marktwachstum

<sup>1</sup> Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm, nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen und Portfolioveränderungen <sup>2</sup> Inkl. Konsolidierung

03

Ausblick

---

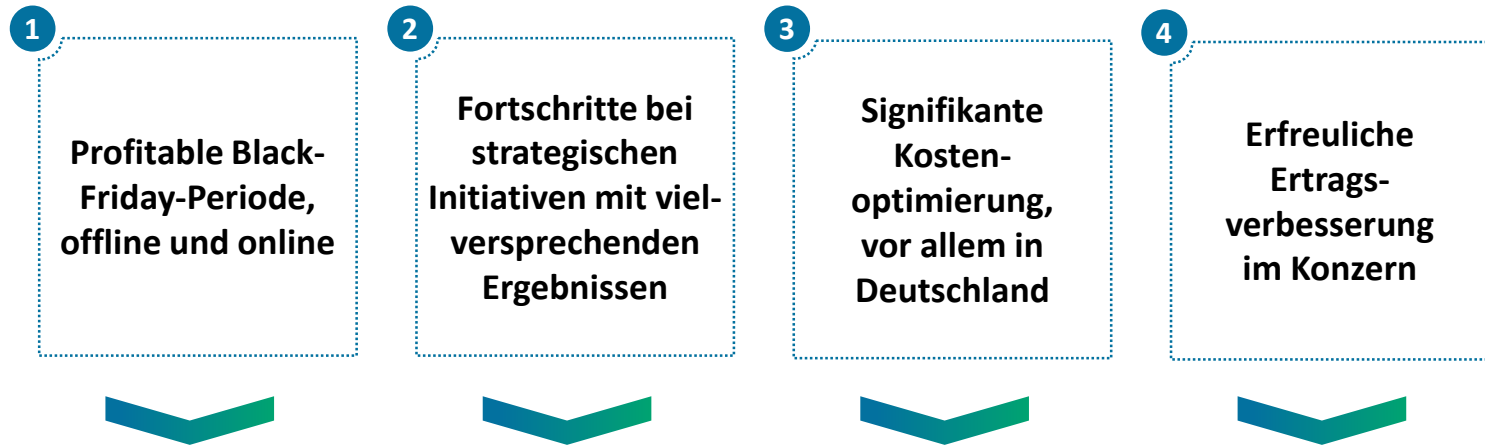
# Ausblick für GJ 2019/20 bestätigt

- Bereinigt um Portfolioveränderungen
- Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte in Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm

	<b>GJ 2019/20 inkl. IFRS 16</b>	<b>Davon IFRS-16-Effekt</b>
<b>Währungsbereinigter Umsatz</b>	<b>Leichtes Wachstum</b>	
<b>EBIT (ohne nach der Equity-Methode bewertete Unternehmen)</b>	<b>445 – 475 Mio. €</b>	<b>5 – 15 Mio. €</b>



# In Q1 2019/20 haben wir uns auf den Black Friday und die weitere Umsetzung unserer Initiativen konzentriert



**Wir haben in Q1 die Grundlagen für ein solides Gesamtjahr geschaffen**

**26. MÄRZ 2020**

**CECONOMY**



**UPDATE  
STRATEGIE**

# Q&A



**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 (151) 1511-4790

E-Mail: [simone.fuchs@ceconomy.de](mailto:simone.fuchs@ceconomy.de)

<https://www.ceconomy.de/de/presse/>

**CECONOMY**