

Q1 2022/23 Ergebnispräsentation

14. Februar 2023



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 schriftlichen Materialien, die Bestandteil der Präsentation sind, nehmen Sie (I) sämtliche der folgenden Beschränkungen und Verpflichtungen zur Kenntnis und stimmen diesen zu und erkennen sie an und (II) 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 Omnichannel-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.

Diese Präsentation enthält Prognosen, Statistiken, Daten und andere Informationen in Bezug auf Märkte, Marktgrößen, Marktanteile, Marktpositionen und andere Branchendaten über das Geschäft und die Märkte des Unternehmens (zusammen die „Marktdaten“), die von Dritten zur Verfügung gestellt und von uns interpretiert wurden. Die Marktdaten stammen zum Teil aus veröffentlichten Studien und zusätzlichen Marktanalysen, die in erster Linie als Forschungsinstrument erstellt wurden, und spiegeln Schätzungen der Marktbedingungen wider, die auf Forschungsmethoden wie Primärforschung, Sekundärquellen und ökonomischer Modellierung basieren. Wir weisen darauf hin, dass ein Teil der verwendeten Marktdaten im Rahmen einer Markterhebung als Panel-Beobachtung erhoben wurde. Das Panel ist eine regelmäßige Erhebung zur Überwachung der Verkäufe bestimmter Produkte und Produktkategorien über verschiedene Vertriebskanäle wie Internet, Einzelhandel (z. B. Stationärhandel, Versandhandel) und Unternehmen (z. B. Wiederverkäufer). Die Marktdaten entsprechen nicht den tatsächlichen Verkaufszahlen weltweit oder in einem bestimmten Land; vielmehr stellen die Marktdaten eine statistische Hochrechnung der Verkäufe in einem bestimmten Gebiet dar und unterliegen jederzeit den durch statistische Fehler und Anpassungen (z. B. Überarbeitungen, Änderungen in der Panel-Struktur) gesetzten Grenzen. Die Repräsentativität der Marktdaten kann durch Faktoren wie Produktkategorisierung, die Verteilung der Vertriebskanäle und die Identifikation des Lieferantenumversums sowie durch statistische Stichproben- und Extrapolationsmethoden beeinflusst werden. Die dargestellten Marktdaten basieren auf statistischen Methoden und Extrapolationen.

Darüber hinaus basieren Marktforschungsdaten und Trendinformationen, wie sie von CECONOMY interpretiert oder verwendet werden, auf bestimmten Schätzungen und Annahmen, und es kann nicht garantiert werden, dass diese Schätzungen und Annahmen sowie jegliche Interpretation der relevanten Informationen durch CECONOMY zutreffend sind. Die Marktforschungsinstitute, deren Daten von CECONOMY als Grundlage für diese Präsentation verwendet wurden, sind weder registrierte Broker, noch Finanzberater und der erlaubte Gebrauch von Marktforschungsdaten 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 Segment-berichterstattung, die in diesen Abschlüssen enthalten sind, oder sind von diesen abgeleitet. Die in dieser Präsentation enthaltenen Informationen können Finanz- und ähnliche Informationen enthalten, die weder geprüft noch einer prüferischen Durchsicht unterzogen wurden und sollten als vorläufig und vorbehaltlich von Änderungen betrachtet werden.

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 32-35 des Geschäftsberichts 2021/22 der CECONOMY AG.

Alle angegebenen Zahlen sind wie berichtet, sofern nicht anders angegeben. 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.

Im Dokument wird der Begriff "CECONOMY" (der Einfachheit halber) auch dann verwendet, wenn es sich um das Geschäft der MediaMarktSaturn Retail Group handelt.

- I. Überblick
- II. Geschäftsentwicklung Q1 2022/23
- III. Ausblick und Zusammenfassung

Agenda

Willkommen an Bord



Dr. Kai-Ulrich Deissner
Chief Financial Officer

- / Seit 1. Februar 2023 CFO von CECONOMY und MediaMarktSaturn
- / Zuletzt CFO Technologie & Innovation der Deutschen Telekom AG
- / Davor in verschiedenen CFO-Rollen auf Konzern- und Länderebene für die Deutsche Telekom tätig
- / Sehr erfahren in der effizienten Steuerung von Landesgesellschaften
- / Gestaltete erfolgreich konzernweite Transformationsprozesse

Q1 2022/23

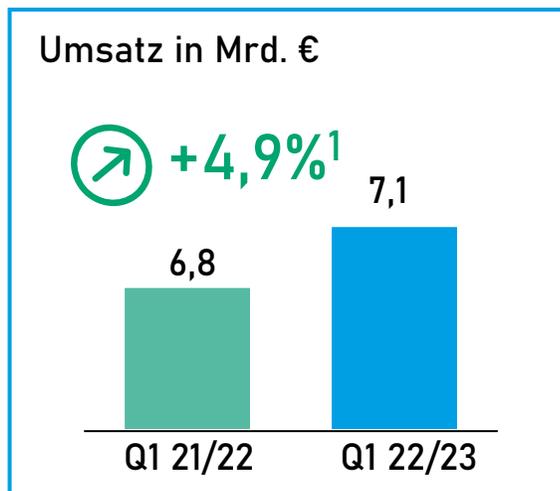
CECONOMY wächst stärker als der Markt und treibt Transformation voran

- / Umsatz über Vor-COVID-Niveau gesteigert
- / EBIT im Rahmen der Erwartungen und im Einklang mit Ausblick für Gesamtjahr 2022/23 erreicht
- / Inflationsbedingte Kostensteigerungen durch striktes Kostenmanagement teilweise kompensiert
- / Free Cashflow deutlich erhöht, Liquidität gestärkt, Lagerbestände optimiert
- / Kundenzufriedenheit weiter verbessert – Net Promoter Score (NPS) auf bisher höchsten Wert 53 gesteigert
- / Services & Solutions weiterhin dynamisch gewachsen
- / Weitere Fortschritte bei der Strategie-Umsetzung erzielt
- / Ausblick für Gesamtjahr 2022/23 bestätigt

Mit Fokus auf Umsetzung und operative Exzellenz gut behauptet

Umsatz über Vor-Pandemie-Niveau

- / Umsatz auf 7,1 Mrd. € gestiegen (+4,9%¹); Erholung des stationären Geschäfts
- / Mit starken Marketingkampagnen hohe Nachfrage erzeugt
- / Operative Fortschritte
 - / Deutschland gewinnt an positiver Dynamik
 - / Niederlande mit deutlicher Erholung
 - / Türkei weiter auf profitablen Wachstumskurs



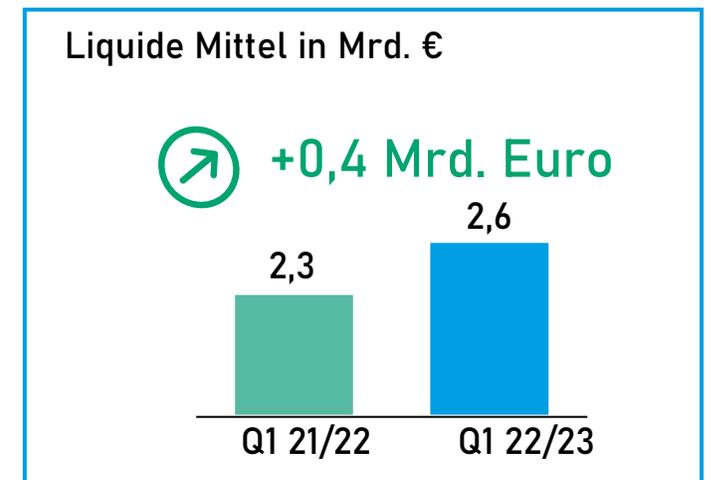
Ergebnisentwicklung im Rahmen der Erwartungen

- / Bereinigtes EBIT² mit 224 Mio. € im Einklang mit Ausblick - in Richtung normalisierte Saisonalität
- / Inflationsbedingter Kostenanstieg durch striktes Kostenmanagement teilweise kompensiert



Liquidität gestärkt

- / Ziele zu Liquidität und Net Working Capital klar übertroffen
- / Maßnahmen haben gegriffen:
 - / Warenbestand optimiert
 - / Warenumschlag beschleunigt
- / Cash-Position mit 2,6 Mrd. € deutlich verbessert



¹Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz und vor IAS 29. ²Exkl. nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen, bereinigt um Portfolioveränderungen, vor IAS 29 und exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte sowie vor IAS 29.

CE-Markt robust – Wirtschaftsindikatoren deuten auf leichte Entspannung – Marktumfeld bleibt herausfordernd

CE-Markt und Marktanteile in Q1



- / Gesamtmarkt¹ CE wächst um ca. +1%
- / Online-Markt schrumpft um ca. 1%
- / Marktanteilsgewinne in 9 von 13 Ländern
- / Deutlicher Marktanteilsgewinn in Deutschland, Österreich, Türkei und den Niederlanden

Makroökonomische Indikatoren



- / Prognosen für europäisches Wirtschaftswachstum positiver als zu Beginn des Geschäftsjahres
- / Verbraucherstimmung leicht verbessert
- / Vorsichtige Anzeichen für niedrigeren Inflationsanstieg

Maßnahmen gegen Inflationsdruck und zur Stärkung der Profitabilität

Q1 2022/23:

Kostendisziplin &
Effizienzprogramm

- / Einsparungen im niedrigen zweistelligen Mio.-Euro-Bereich erzielt
- / Betriebsausgaben im Verhältnis zum Umsatz stabil gehalten
- / Schlankere Strukturen in Zentral- und Verwaltungsfunktionen angestrebt
- / Neue Kampagnenführung in Deutschland hebt Synergien im Marketing

Ausblick für
GJ 2022/23:

Margenmanagement

- / Optimierung und Straffung des Sortiments: Kundennachfrage und Profitabilität im Fokus
- / Erschließung neuer, ertragsstarker Kategorien
- / Ausbau der Services & Solutions-Angebote

Von Consumer Electronics zu Experience Electronics – Strategie auf einen Blick



Employee Experience
 "Front-line first" für ein erstklassiges Einkaufserlebnis: Unsere Kolleginnen und Kollegen machen den Unterschied

Shopping Experience
 Omnichannel im Sinne der Kunden: Online und offline eng mit einander verzahnt – Leistungsversprechen auf allen Kanälen auf die Kundenwünsche ausgerichtet

Usage Experience
 Beschleunigter Ausbau des Services & Solutions-Geschäfts – Services über den gesamten Lebenszyklus von Produkten im Blickpunkt

Impact Experience
 Nachhaltigkeit als entscheidender Erfolgsfaktor für unsere Kunden, unsere Partner und unser Geschäft

Transformation weiter vorangetrieben

Customer Experience

Rekordwert bei Kundenzufriedenheit:
NPS 53

Trainings stärken Service- und Beratungsqualität

Online

#2 CE-Online-Händler in Europa¹,
#3 in Deutschland²

Online-Anteil: 25%,
Pick-up-Rate: 37%

Stores

Nach COVID:

Stationäres Geschäft wächst. Umsatz in Q1 +6,0% ggü. Vorjahr

30% aller Märkte modernisiert und Flächenproduktivität gesteigert

Services & Solutions

Umsatzanstieg um 15% ; Umsatzanteil: 5,6%

Margenstärkendes Geschäft

Neue Geschäftsfelder

Retail Media mittlerweile in 7 Ländern live

Marketplace wächst: 900 Reseller an Bord



¹Eigene Analyse auf Basis von Unternehmensberichten. ²Bezieht sich auf die Webshops von MediaMarkt und Saturn zusammen. Quelle: EHI - E-Commerce MarktDeutschland 2021.

Sustainability: Wir übernehmen Verantwortung und ermöglichen einen nachhaltigen Lebensstil

Highlights Q1 2022/23

Meilensteine

CDP-Rating über dem weltweiten Durchschnitt



Veröffentlichung Nachhaltigkeitsbericht 2021/22



Impact Experience

Nachhaltige Produkte

3,8 Tsd. BetterWay-Produkte im Kernsortiment mit rund **9%**

Umsatzanteil (Q1 2022/23)

Highlights GJ 2021/22

Trade-In

76 Tsd. Inzahlungnahmen von Altgeräten im GJ 2021/22; Foxway-Partnerschaft gestartet

Reparaturen

3,2 Mio. reparierte Produkte im GJ 2021/22

CO₂-Reduzierung

CO₂-Emissionen aus eigener Geschäftstätigkeit *

78,5%

Treibhausgasemissionen (in Tsd. t CO₂ e)



*Scope 1&2

Energieverbrauch im Jahr 2021/22

12%

niedriger als im GJ 2018/19

Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien

90%

im GJ 2021/22

- I. Überblick
- II. Geschäftsentwicklung Q1 2022/23
- III. Ausblick und Zusammenfassung

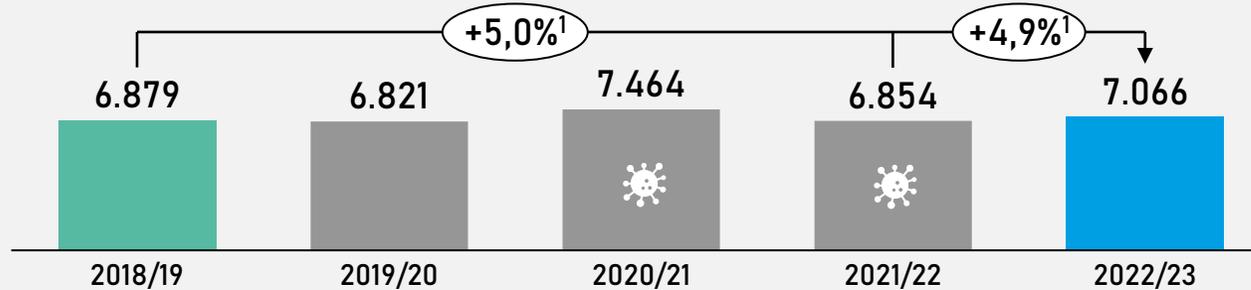
Agenda

Anhaltende Umsatzdynamik – EBIT im Rahmen der Erwartungen

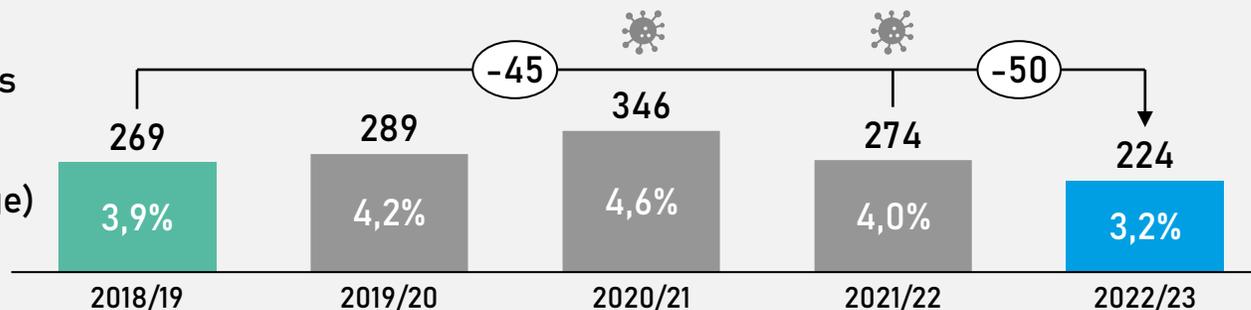
Q1-Entwicklung im Jahresvergleich

 = COVID-Beschränkungen

Gesamtumsatz (Mio. €)



Bereinigtes EBIT² (Mio. € & EBIT-Marge)



- / Umsatz über Vor-Pandemie-Niveau (+5,0%¹ vs. 2018/19)
- / Wachstum getrieben durch Erholung des stationären Geschäfts und starke Marketingkampagnen
- / EBIT wie erwartet durch inflationsbedingte Kostensteigerungen beeinflusst
- / Entwicklung in Richtung einer normalisierten Saisonalität aus Vor-COVID-Zeiten – im Einklang mit Ausblick für Gesamtjahr

¹Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz und vor IAS 29. ²Exkl. nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen, bereinigt um Portfolioveränderungen, vor IAS 29 und exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte

Positive Umsatzentwicklung in fast allen Segmenten

Segmente Q1 2022/23					
Mio. €	DACH	West-/ Südeuropa	Osteuropa	Sonstige ⁴	CECONOMY
Gesamtumsatz	3.939	2.235	742	150	7.066
Wachstum in Landeswährung ¹ (%)	0,6	0,9	62,1	-2,6	4,9
Bereinigtes EBIT ²	164	33	37	-11	224
Bereinigtes EBIT ggü. Vorjahr	-15	-40	14	-9	-50

DACH

- / Umsatz: Wachstum in Österreich und Ungarn; Deutschland stabil; Schweiz rückläufig
- / Ergebnisverbesserung in Deutschland

West- und Südeuropa

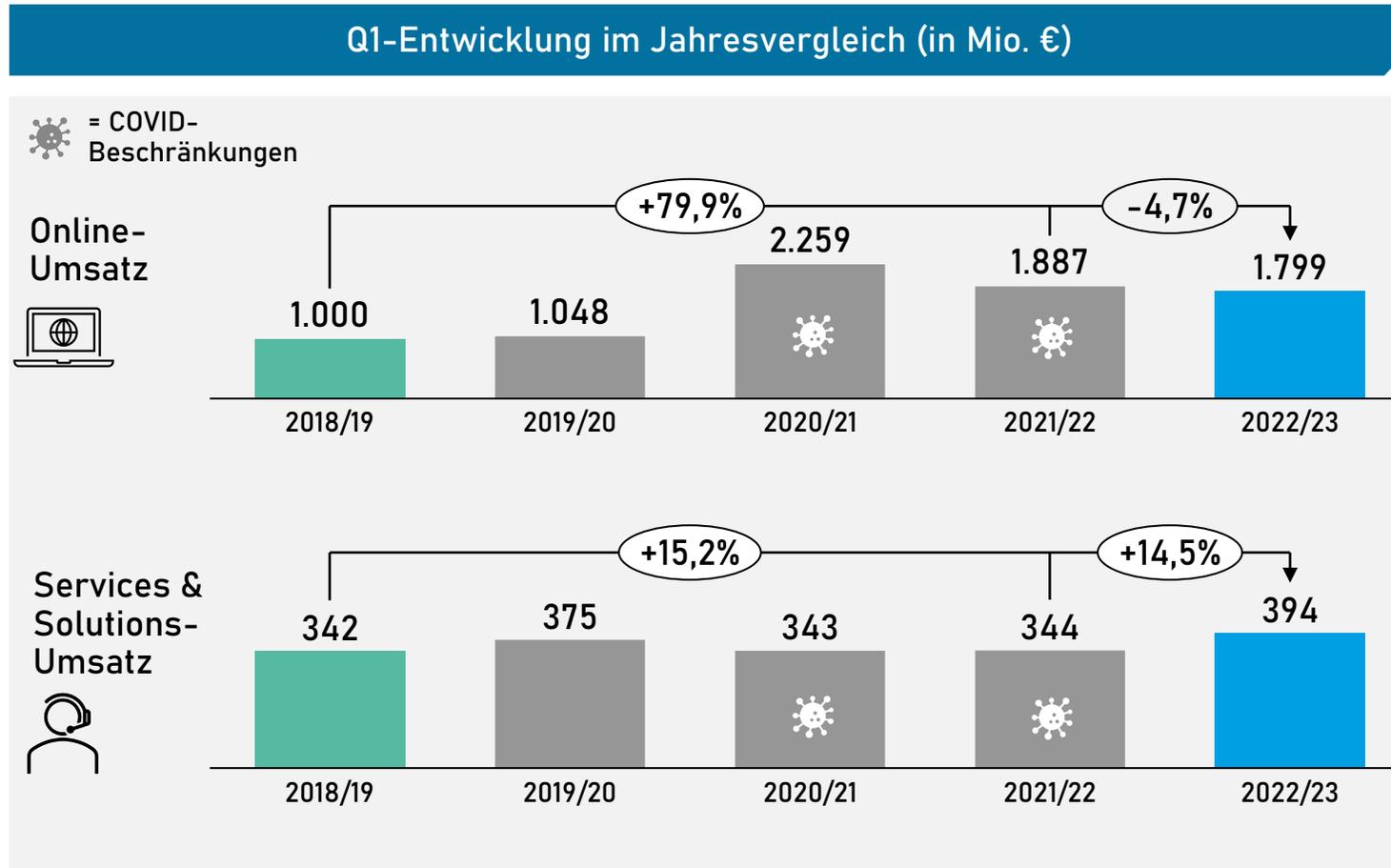
- / Umsatzwachstum in allen Ländern außer Italien und Portugal
- / EBIT-Rückgang aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen in Italien

Osteuropa

- / Zweistelliges Umsatzwachstum und überproportionale Ergebnisverbesserung in der Türkei

¹Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz und vor IAS 29. ²Exkl. nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen, bereinigt um Portfolioveränderungen, vor IAS 29 und exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte. ³Margenberechnung auf Basis des ausgewiesenen Umsatzes inkl. IAS 29 und bereinigtes EBIT. ⁴Das Segment Sonstige enthält die Beteiligung der CECONOMY AG, so dass die entsprechende EBIT-Marge keinen sinnvollen Vergleich zulässt.

Online und Services & Solutions über Vor-Pandemie-Niveau



Online

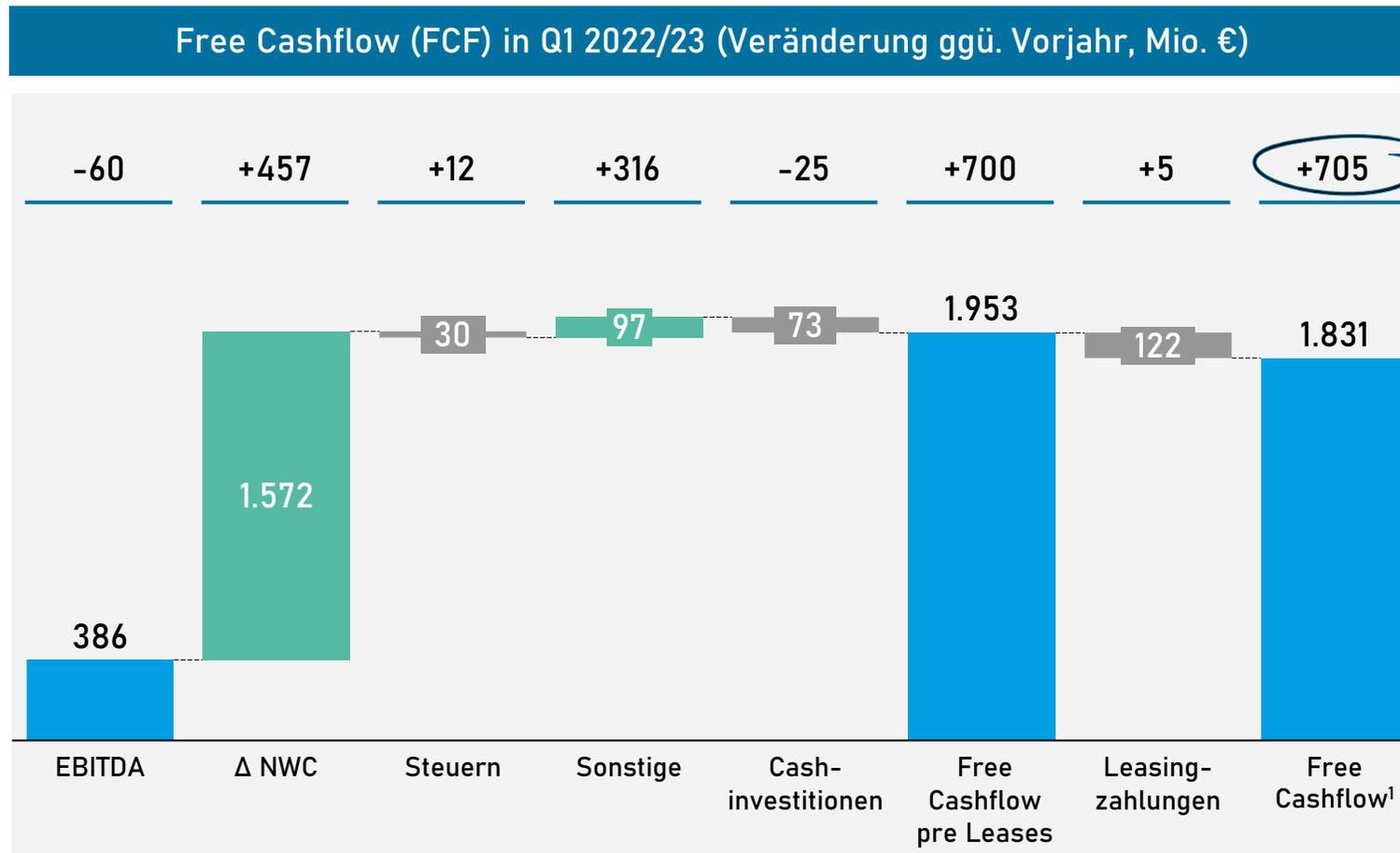
- / Umsatzanteil mit rund 25% auf stabil hohem Niveau
- / Online-Geschäft gegenüber Vor-COVID: + 80%
- / Pick-up-Quote: 37%, leicht über Vorjahr

Services & Solutions

- / Wachstum in allen Ländern, in fast allen Servicekategorien, online und offline
- / Haupttreiber: Anziehendes stationäres Geschäft
- / Hohe Nachfrage nach SmartBar-Leistungen, Mobilfunkverträgen, Garantieverlängerungen und Miet-Angeboten

Hinweis Services & Solutions: 2018/19 zur besseren Vergleichbarkeit auch in Übereinstimmung mit IFRS 15.

Free Cashflow deutlich verbessert

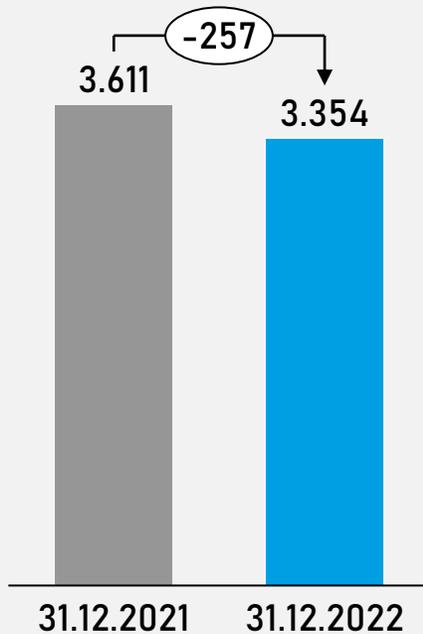


- / Free Cashflow um gut 700 Mio. € erhöht
- / Maßnahmen zur Optimierung unserer Lagerbestände greifen:
 - Gesamtbestand reduziert
 - Warenumschlag beschleunigt
- / Deutlicher Anstieg des Nettobetriebsvermögens um rund 460 Mio. €

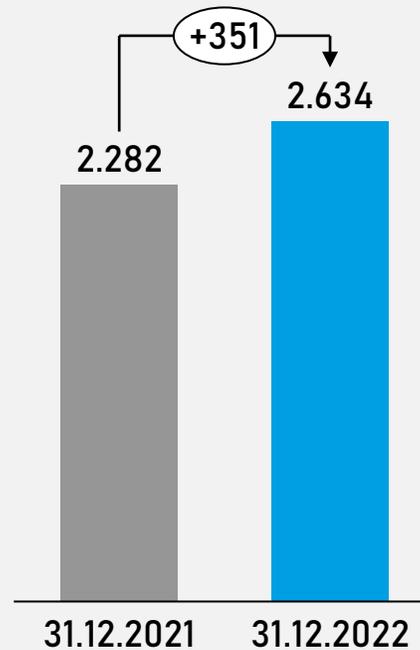
¹Beim leasingbereinigten FCF wird die Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten abgezogen, um eine bessere Vergleichbarkeit des FCF nach IFRS 16 zu erreichen.

Liquidität gestärkt – Cash-Position deutlich erhöht – solide finanziert

Vorräte (Mio. €)



Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (Mio. €)



- / Starke Cashflow-Entwicklung:
Cash-Position mit 2,6 Mrd. €
gut 350 Mio. € höher als im Vorjahr
- / Solide finanziert:
 - Bis 2026 keine größeren Fälligkeiten von Verbindlichkeiten
 - Zugang zu ungenutzten Kreditlinien in Höhe von mehr als 1 Mrd. €

- I. Überblick
- II. Geschäftsentwicklung Q1 2022/23
- III. Ausblick und Zusammenfassung

Agenda

Q1-Entwicklung unterstützt Ausblick für 2022/23 - Szenario 1 weiterhin wahrscheinlicher

GJ 2021/22	GJ 2022/23 Szenario 1	GJ 2022/23 Szenario 2
Umsatz 21,8 Mrd. €	Leichtes Wachstum ¹	Deutlicher Rückgang ¹
Bereinigtes EBIT ² 197 Mio. €	Deutlicher Anstieg	Deutlicher Rückgang
Annahmen 	Gesamtwirtschaftliche Rahmenbedingungen verschlechtern sich nicht weiter – Allenfalls moderate Schrumpfung des Markts für Consumer Electronics	Verschlechterung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen – Deutlicher Nachfragerückgang im Markt für Consumer Electronics

¹Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz und vor IAS 29. ²Nicht im bereinigten EBIT enthalten sind Einmaleffekte im Zusammenhang mit der weiteren Vereinfachung und Digitalisierung zentraler Strukturen und Prozesse, der Sortimentsbereinigung und der Markenoptimierung in Deutschland.



Zusammenfassung

01

Unser Start in das neue Geschäftsjahr war ermutigend.

02

Der CE-Markt ist robust, und die makroökonomischen Indikatoren hellen sich etwas auf.

03

Unsere Maßnahmen zur Bewältigung der aktuellen Herausforderungen greifen.

04

Wir richten alles auf das Kundenerlebnis aus und kommen bei der Umsetzung unserer Strategie gut voran.

05

Wir bekräftigen unseren Ausblick für 2022/23 und halten Szenario 1 für wahrscheinlicher.

Q&A



Dr. Karsten Wildberger



Dr. Kai-Ulrich Deissner