



# Q1 2020/21 Ergebnispräsentation

---

9. Februar 2021

# 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 28–30 des Geschäftsberichts 2019/2020 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. Im Dokument wird der Begriff "CECONOMY" (der Einfachheit halber) auch dann verwendet, wenn es sich um das Geschäft der MediaMarktSaturn Retail Group handelt.



1

**HIGHLIGHTS**

2

**ERGEBNISSE & AUSBLICK**



1

**HIGHLIGHTS**

2

**ERGEBNISSE & AUSBLICK**

# Starker Auftakt in das neue Geschäftsjahr 2020/21 trotz steigender COVID-19-bedingter Herausforderungen



Anhaltend starke Kundennachfrage und hohe Online-Dynamik unterstützt durch attraktive Marketingkampagnen



Wir haben das Weihnachtsgeschäft entzerrt, um Risiken weiterer temporärer Marktschließungen entgegenzuwirken



Die kurzfristige Geschäftsentwicklung bleibt mit deutlich erhöhten Unsicherheiten behaftet



# Wir verzeichneten erneut eine sehr erfolgreiche Peak-Zeit – der Schlüssel hierfür war die Entzerrung des Kampagnenzeitraums

**+21% yoy**

Pre-Black Friday-Periode  
(30.10.2020 – 22.11.2020)

**+8% yoy**

Black Friday-Periode  
(23.11.2020 – 30.11.2020)

**+30% yoy**

Post-Black Friday-Periode  
(01.12.2020 – 15.12.2020)

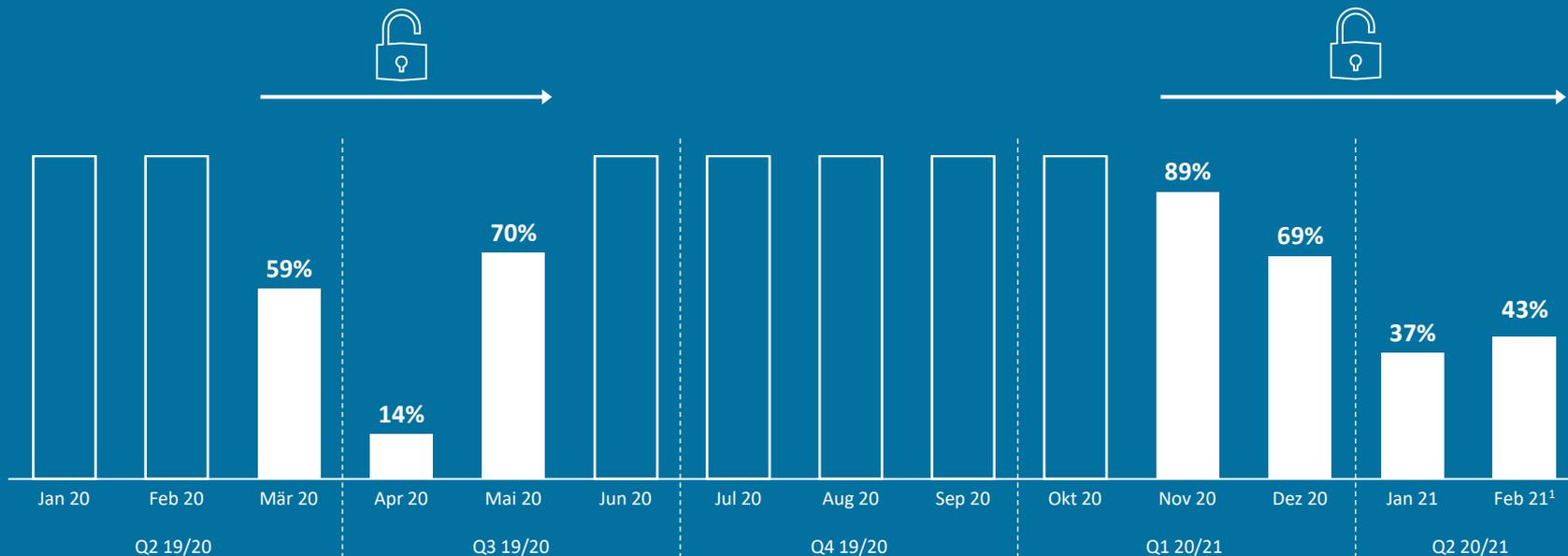


Hinweis: Umsatzentwicklung währungs- und portfoliobereinigt.

# Stationäres Geschäft erneut von temporären Marktschließungen in vielen Ländern betroffen



Monatlicher Durchschnitt der geöffneten Märkte  
(% der Gesamtzahl aller Märkte)



<sup>1</sup>Durchschnitt aus bisherigem Monat.

# Unser Omnichannel-Modell ist während der Lockdowns ein entscheidender Vorteil

- ▶ **Webshop** kann vorübergehende Schließung des stationären Geschäfts teilweise kompensieren; In- und Outbound-Logistik durch Lockdowns jedoch beeinträchtigt
- ▶ **Pick-up-Option** bleibt für Kunden in den meisten Fällen verfügbar
- ▶ **Ship-from-Store** ermöglicht Zugriff auf die Bestände in den Märkten während der Lockdowns
- ▶ **In-Store-Services** wie z.B. Reparaturen sind trotz temporärer Schließungen in vielen Märkten weiterhin möglich

**ZUSAMMEN DA DURCH!**

*Wir sind weiterhin für Sie da.*



**Im Markt abholen**

Oder



**Vom Markt liefern lassen**



# In Q1 2020/21 starke Umsatz- und Ergebnisentwicklung trotz zunehmender COVID-19-bedingter Restriktionen und lokaler temporärer Marktschließungen



**+11,4%**

Umsatzentwicklung<sup>1</sup>



**346 Mio. €**

Bereinigtes EBIT<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz. <sup>2</sup> Bereinigt um Portfolioveränderungen und Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen sowie ohne nicht regelmäßig wiederkehrende Effekte im Zusammenhang mit (1) COVID-19-bedingten Standortschließungen, (2) der Einführung einer konzernweit einheitlichen Organisationsstruktur („Operating Model“) und (3) Transaktionskosten im Zusammenhang mit dem Erwerb der Minderheitsbeteiligung an MediaMarktSaturn.



1

**HIGHLIGHTS**

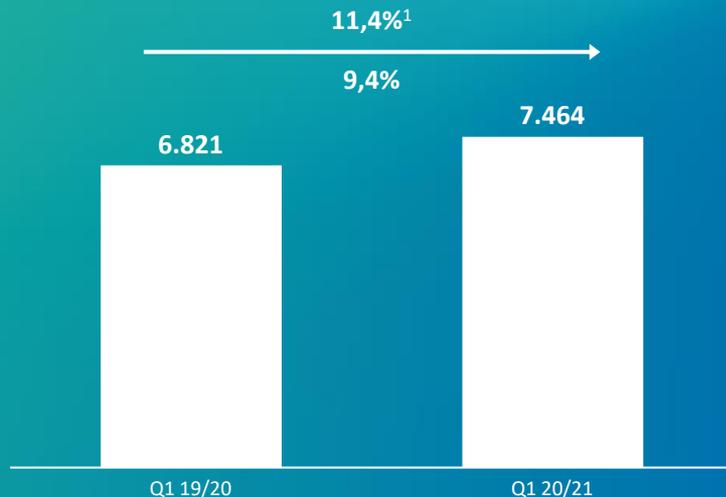
2

**ERGEBNISSE & AUSBLICK**

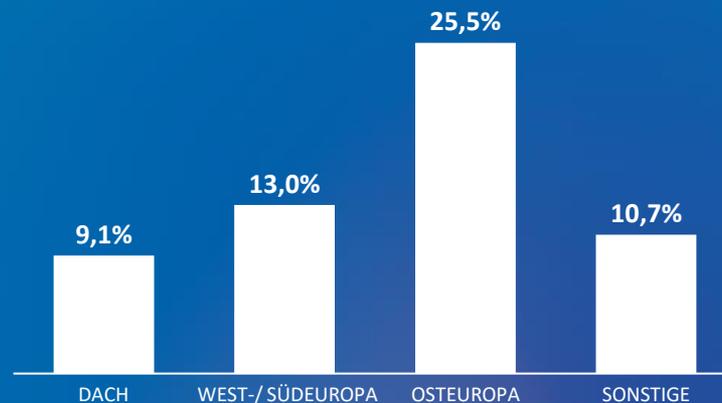
# Sehr gutes Umsatzwachstum in der Peak-Periode trotz zunehmender COVID-19-bedingter temporärer Schließungen, getrieben durch erfolgreiche Kampagnen und Online-Geschäft



**Gesamtumsatz**  
(in Mio. €)



**Gesamtumsatz<sup>1</sup> nach Regionen**  
(Vergleich zum Vorjahr)

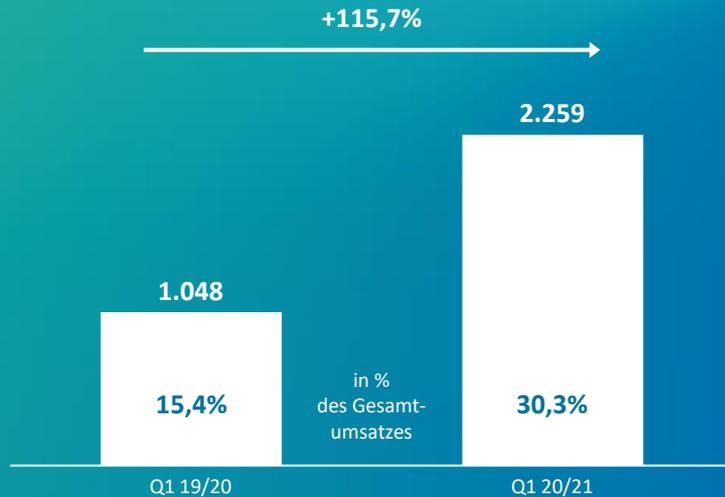


<sup>1</sup>Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz.

# Der Online-Umsatz hat sich im ersten Quartal mehr als verdoppelt und macht 30% des Gesamtumsatzes aus



**Online-Umsatz**  
(in Mio. €)



Online-Anteil erreichte im Dezember sogar 35%; ein Grund: zunehmende COVID-19-Restriktionen beschleunigen Verschiebung zum Online-Kanal



Anzahl der registrierten Online-Kunden in Q1 um ca. 3 Millionen gestiegen

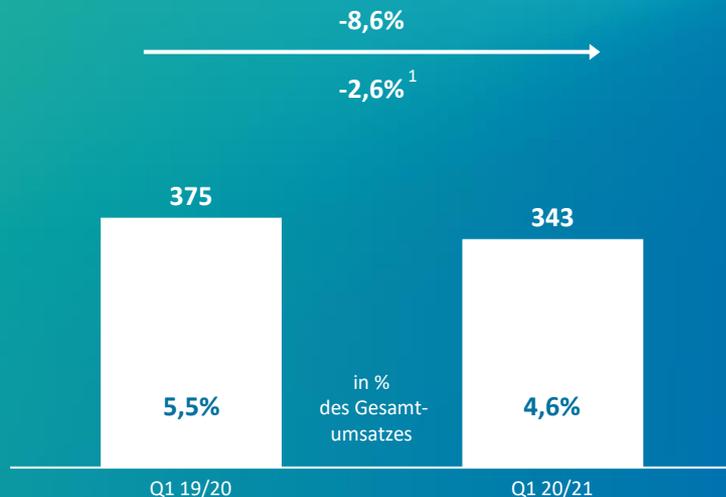


Rückgang der Pick-Up-Rate auf 32 %, beeinflusst durch Lockdowns und Pick-up-Verbote

# Services & Solutions-Geschäft beeinträchtigt durch COVID-19-bedingte temporäre Marktschließungen und damit verbundenen Rückgang der Kundenfrequenz



## Services & Solutions-Umsatz (in Mio. €)



▶ Das Umsatzwachstum im Oktober kann aufgrund der steigenden COVID-19-Restriktionen nicht fortgesetzt werden

▶ Anhaltend starke Nachfrage nach Garantieverlängerungen

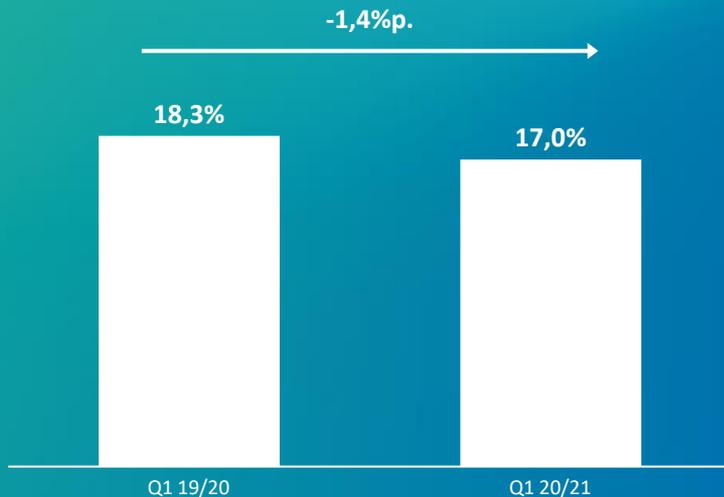
▶ Finanzierung und GSM-Mobilfunkgeschäft deutlich unter Vorjahr, hauptsächlich aufgrund geringerer Kundenfrequenz

<sup>1</sup>Exkl. MediaMarkt Griechenland-Geschäft (Portfolioveränderung) und exkl. eines technischen Effekts aufgrund des Wechsels vom Agenten- zum Principal-Modell für den Online-Verkauf von Mobiltelefonen und zugehörigen Verträgen als Bundle in Deutschland.

# Niedrigere Bruttomarge, im Wesentlichen bedingt durch Verschiebung zum Online-Kanal und Logistikkosten



**Bruttomarge<sup>1</sup>**  
(in % des Gesamtumsatzes)



▶ Beschleunigte Verschiebung zum Online-Kanal in Verbindung mit Produktmix-Effekten und erhöhten Lieferkosten

▶ Teilweise Pick-Up-Verbote belasteten die Bruttomarge zusätzlich

▶ Geringere Erträge des Services & Solutions-Geschäfts aufgrund geringerer Kundenfrequenz

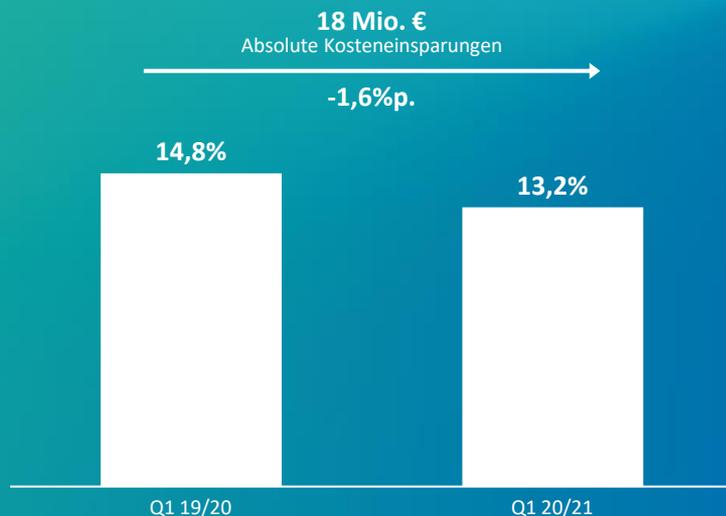
<sup>1</sup>Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte, nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen und bereinigt um Portfolioveränderungen.

# Weitere Fortschritte bei der Optimierung der Kostenstruktur sowie COVID-19-bedingte Kostensenkungsmaßnahmen



OPEX<sup>1,2</sup>

(in % des Gesamtumsatzes)



▶ Geringere Personalkosten durch Mitarbeiterreduktion und höhere Kosteneffizienz

▶ Erste Einsparungen im Zuge der Einführung der konzernweit einheitlichen Organisationsstruktur („Operating Model“)

▶ COVID-19-bedingte Kostensenkungsmaßnahmen vor allem in Bezug auf Kurzarbeit

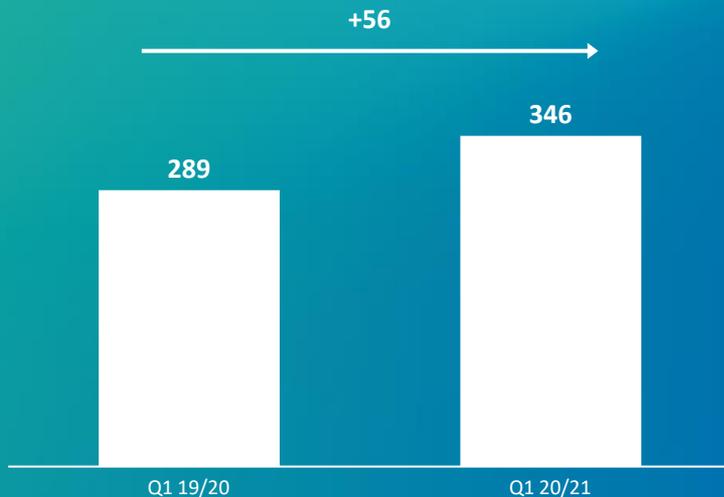
<sup>1</sup>Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte und bereinigt um Portfolioveränderungen.

<sup>2</sup>Summe aus Vertriebskosten, allgemeine Verwaltungskosten und sonstigen betrieblichen Aufwendungen (exkl. nach der Equity-Methode einbezogene Unternehmen).

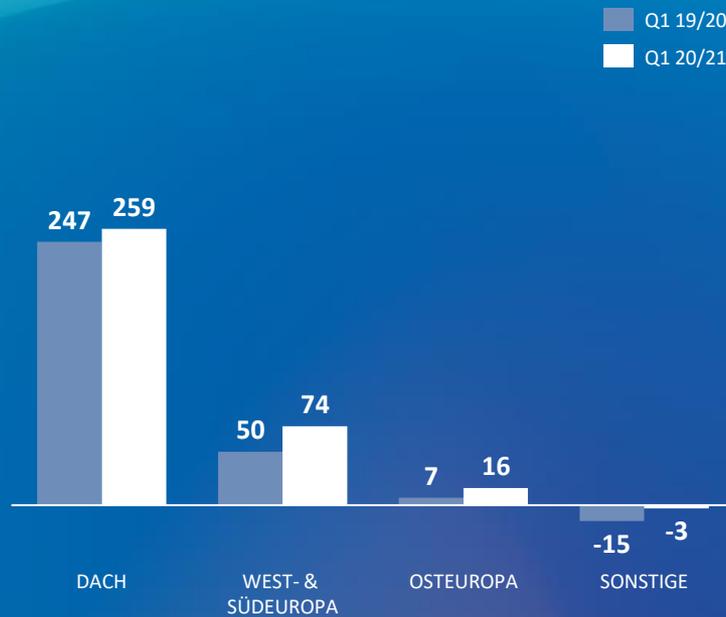
# Starker EBIT-Anstieg dank dynamischer Umsatzentwicklung und gesteigerter Kostendisziplin



Bereinigtes EBIT<sup>1</sup>  
(in Mio. €)



Bereinigtes EBIT<sup>1</sup> nach Regionen  
(in Mio. €)



<sup>1</sup>Exkl. nicht regelmäßig wiederkehrender Ergebniseffekte, nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen und bereinigt um Portfolioveränderungen.

# Ausblick für GJ 2020/21 mit deutlich erhöhten Unsicherheiten aufgrund längerer temporärer Marktschließungen



## Ursprüngliche Annahmen<sup>1</sup>

- ▶ Keine weiteren langanhaltenden und umfangreichen Marktschließungen
- ▶ Keine ernsthafte Eintrübung des Konsumentenvertrauens
- ▶ Lieferketten bleiben weitestgehend intakt



## Bekannte Faktoren

- ▶ Q1-Ergebnisse sind ein wichtiger Schritt zur Erreichung der GJ-Prognose
- ▶ In- und Outbound-Logistik betroffen



## Unbekannte Faktoren

- ▶ Dauer der Pandemie & damit verbundene Dauer der temporären Marktschließungen
- ▶ Mögliche Auswirkungen auf die Verbrauchernachfrage



## Aktueller Ausblick

- ▶ Die kurzfristigen Auswirkungen auf das Geschäft bleiben herausfordernd
- ▶ Die Unsicherheit für die weitere Geschäftsentwicklung und den Ausblick für das GJ 2020/21 ist deutlich gestiegen

<sup>1</sup>Wie am 15. Dezember 2020 kommuniziert.



- ▶ **Fahrplan:** Wir fordern eine verbindliche und realistische Strategie für schnelle Marktöffnungen.
- ▶ **Systemrelevanz:** Lockdown-bedingtes Homeoffice und Homeschooling benötigt Technik. Hierzu müssen wir adäquat beraten können.
- ▶ **Verlässliche Metriken:** Wir brauchen verlässliche und realistische Grenzwerte. Öffnungen bei Inzidenzwerten von unter 25 helfen dem stationären Handel nicht weiter.
- ▶ **Gleichbehandlung:** Als systemrelevant eingestufte Handelsketten (z.B. Lebensmittel) dürfen Consumer Electronics-Artikel verkaufen, trotz hoher Frequenzen in den Märkten.
- ▶ **Zusammenarbeit:** Wir wollen unseren Beitrag leisten, eine gemeinsame Lösung zu finden.



**Dr. Bernhard Düttmann**  
CEO



**Karin Sonnenmoser**  
CFO

# Kontakt

**CECONOMY AG**  
**Communications, Public Policy &  
Sustainability**

Kastr. 3  
40221 Düsseldorf

**TEL**    +(49) 211 5408-7125  
**EMAIL**   [presse@ceconomy.de](mailto:presse@ceconomy.de)

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



**CECONOMY**