



# Ergebnispräsentation Q3/9M 2024/25

12. August 2025



- 1. Business Update**
2. Geschäftsentwicklung
3. Ausblick und Zusammenfassung

# Mit einem besonderen Kundenerlebnis auf Wachstumskurs

## 1 LOGISTIK



**Neue regionale Fulfillment-Zentren (Deutschland), Same-Day-Delivery für Großgeräte (Niederlande)**

## 2 KUNDENSERVICE



**Same-Day-Delivery nun in fünf Ländern verfügbar**

## 3 LOYALTY



**Ziel von 50 Millionen Loyalty-Kunden früher als geplant erreicht**

# Wir steigern das Ergebnis im zehnten Quartal in Folge

- / Umsatzwachstum in einem herausfordernden Marktumfeld
- / Starke Entwicklung der Profitabilität
- / Neues Allzeithoch beim NPS

**+5,1%**

Umsatz-  
wachstum<sup>1</sup>  
vs. VJ

**4,8 Mrd. €**

**+20 Mio. €**

Bereinigtes  
EBIT<sup>1</sup>  
Wachstum  
vs. VJ

**-31 Mio. €**

**+2 Punkte**

NPS-Anstieg  
vs. VJ

**63**

**Ausblick für 2024/25 konkretisiert: Rund 375 Mio. € bereinigtes EBIT**

<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. EBIT zum aktuellen Kurs, zusätzlich bereinigt um Einmaleffekte und ohne Berücksichtigung von assoziierten Unternehmen.

# Q3-Highlights: Wachstumsfelder treiben Erfolg



## Omnichannel-Umsatz

- / Stationärer Umsatz +3,1%<sup>1</sup>
- / Starkes Online-Umsatzwachstum mit +12,2%<sup>1</sup>
- / Online-Anteil bei 24,6%<sup>2</sup>

## Wachstumsfelder

- / S&S<sup>3</sup>-Ertragsanteil stark gestiegen
- / Marketplace: GMV ca. +90%
- / Retail Media-Einnahmen wachsen stark

## Länder

- / Starke Umsatzentwicklung in der Türkei, der Schweiz und Spanien
- / Verbesserte Profitabilität in Deutschland, den Niederlanden, Spanien und der Türkei

## Steigerung der Profitabilität

- / +20 Mio. € EBIT-Wachstum
- / Verbesserung unserer EBIT-Marge<sup>4</sup> um 40 Basispunkte

## Zahl der Loyalty-Kunden

- / 50+ Millionen Loyalty-Kunden
- / Kapitalmarktziel erreicht

## FCF-Generierung

- / In 9M: FCF um +132 Mio. € gesteigert

<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. Online-Umsatz enthält nur 1P-Umsatz. <sup>2</sup>Online-Anteil einschließlich Marketplace. <sup>3</sup>Bis 2023/24 definiert als Operational Services & Solutions.

<sup>4</sup>EBIT und EBIT-Marge zu aktuellen Kursen, bereinigt um Portfolioveränderungen, Einmaleffekte und ohne assoziierte Unternehmen.

# Wir sind auf dem Weg, unsere Ziele zu erreichen

Geschäftsfelder	KPI	GJ 21/22	GJ 22/23	GJ 23/24	Ziel GJ 25/26	Fortschritt Q3 24/25
Kerngeschäft Handel	Loyalty-Mitglieder	34 Mio.	39 Mio.	43 Mio.	50 Mio.	↑
Kerngeschäft Handel	Online-Anteil <sup>1</sup>	25%	23%	24%	c. 30%	↔
Kerngeschäft Handel	Modernisierungsrate	30%	50%	64%	> 90%	↑
Kerngeschäft Handel	Lagerreichweite <sup>2</sup>	10,3 Wochen	9,1 Wochen (-11%)	9,3 Wochen (-10%)	-10%	↔
Space-as-a-service	Anzahl Lighthouses	6	8	11	Bis zu 20	↔
Services & Solutions	Anteil in % am Gesamtumsatz <sup>3</sup>	4,5%	4,5%	5,1%	c. 5,5%	↑
Marketplace	GMV	65 Mio. €	137 Mio. €	277 Mio. €	750 Mio. €	↑
Eigenmarken	Eigenmarkenanteil	2,3%	2,4%	2,7%	c. 5%	↔
Retail Media	Umsatz	c. 5 Mio. €	18 Mio. €	48 Mio. €	ca. 45 Mio. €	↑

<sup>1</sup> Online-Anteil mit Verkäufen an Dritte. <sup>2</sup> Im Vergleich zum GJ 21/22. <sup>3</sup> Bis 2023/24 definiert als Operational Services & Solutions.

# Zufriedenere Kunden durch KI und Daten



## Kundenservice

- / KI-basierte Kundenberatung für schnellere und präzisere Problemlösung
- / Seit Mai in allen Ländern eingeführt
- / NPS deutlich verbessert



## Produktbewertung bei Trade-In

- / KI-basierte Bewertungssoftware in Spanien, Deutschland und den Niederlanden
- / Schnellere und genauere Einstufung zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit



## Personalisierte Ansprache

- / Personalisierte Kampagnen zeigen starkes Wachstum
- / +50% Umsatz im Q3

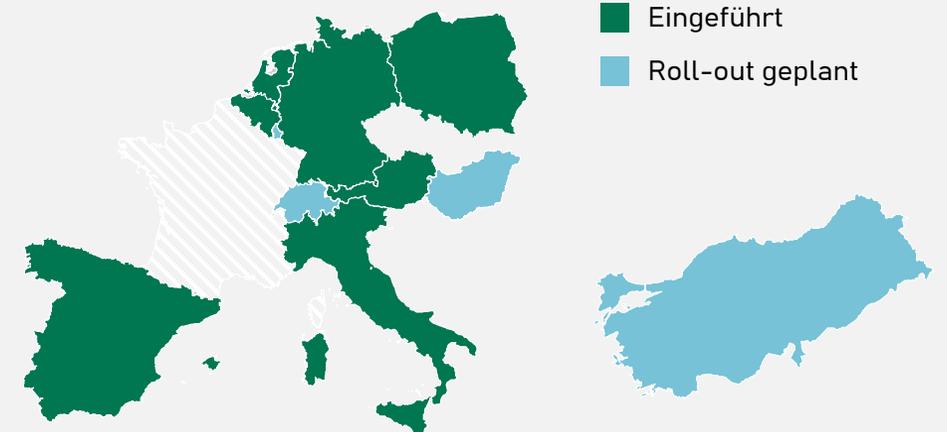
# Retail Media und Marketplace weiter auf dem Vormarsch

## Retail Media



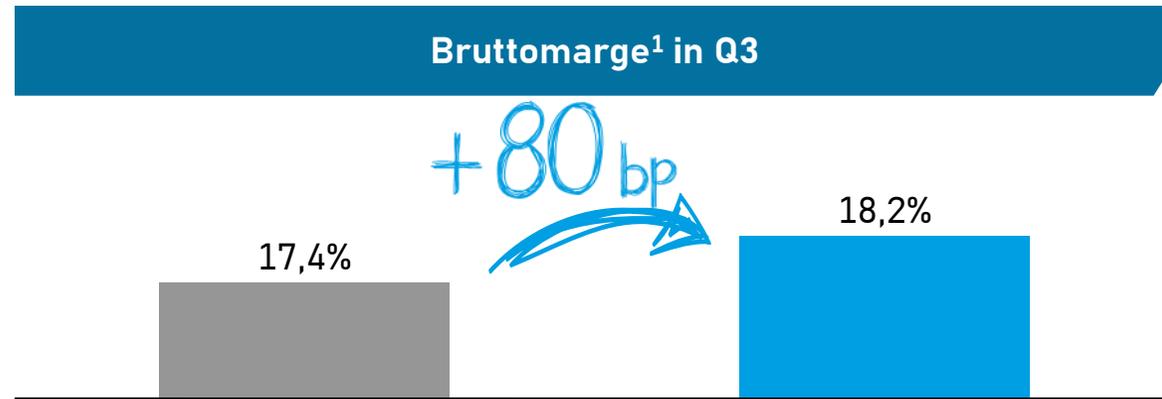
- / Audience Extension nutzt Shopper-Insights für Kundenansprache auf anderen Websites und Apps
- / Live in Deutschland, Österreich und Italien, weitere Roll-outs in Q4
- / In-Store Ads in acht Ländern live

## Marketplace



- / Sieben Länder jetzt live, seit Q3 auch Polen
- / Verdoppelung des GMV in neuen Kategorien, z.B. Fitness und E-Mobility

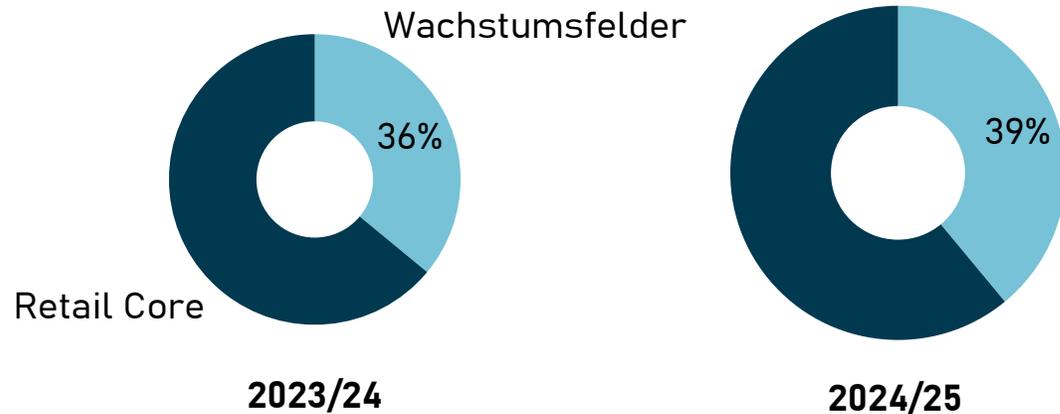
# Unsere Wachstumsfelder treiben unsere Profitabilität voran



/ Alle Wachstumsgeschäfte tragen weiterhin erheblich zum Wachstum des Bruttogewinns bei

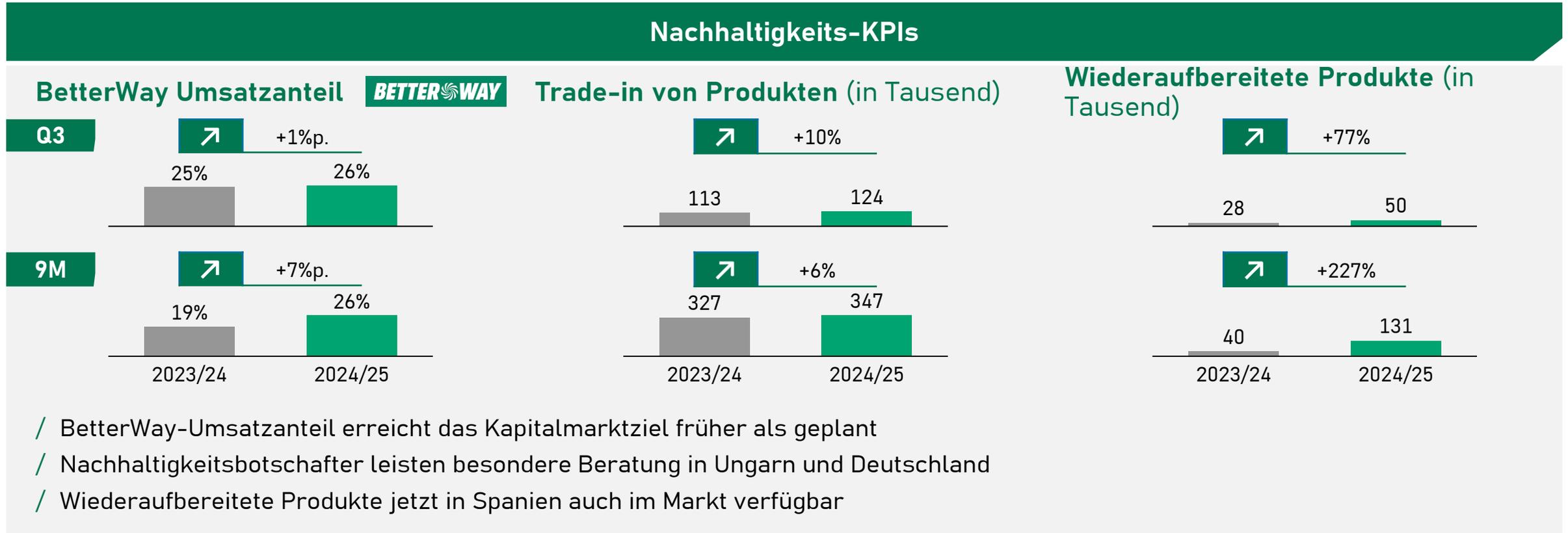
/ Zu den Wachstumsgeschäften gehören:

- Services & Solutions
- Marketplace
- Eigenmarken
- Retail Media



<sup>1</sup>Exklusive Portfolioeffekte, vor IAS 29, und bereinigt um Einmaleffekte.

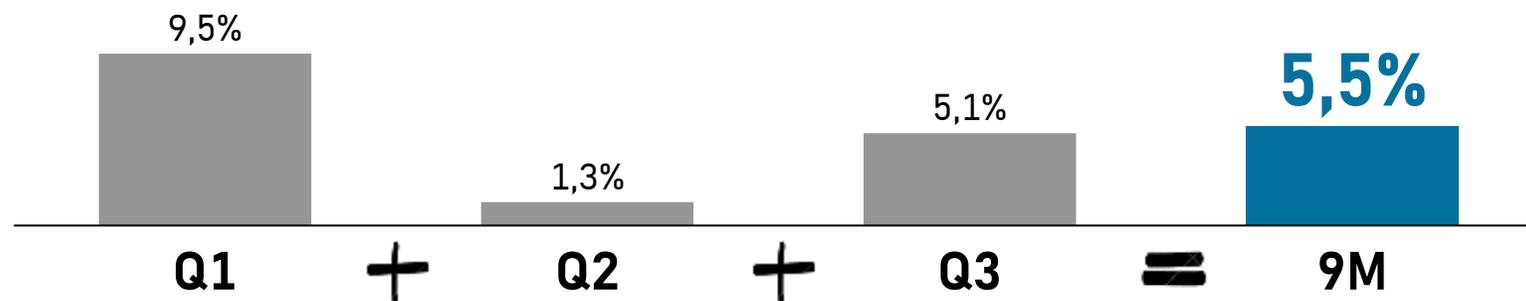
# Alle Nachhaltigkeits-KPIs auf Kurs



# Q3-Performance stärkt 9M-Ergebnis weiter

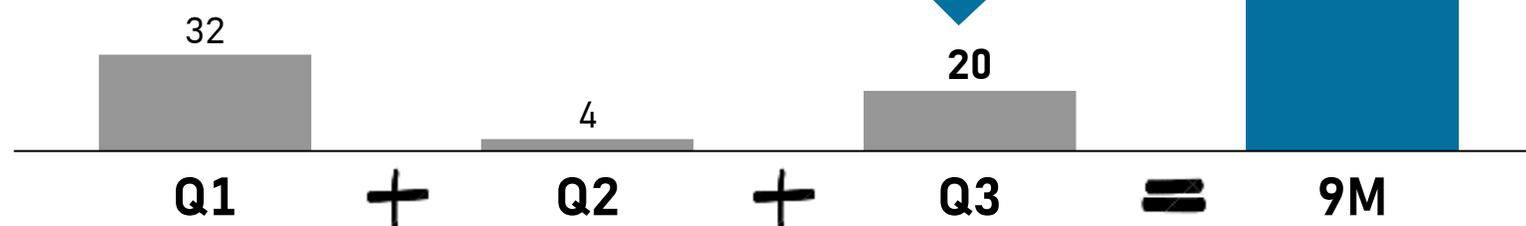


## Umsatz-Wachstum<sup>1</sup>



## Adj. EBIT<sup>1</sup> Verbesserung

**10.** Wachstums-Quartal  
in Folge

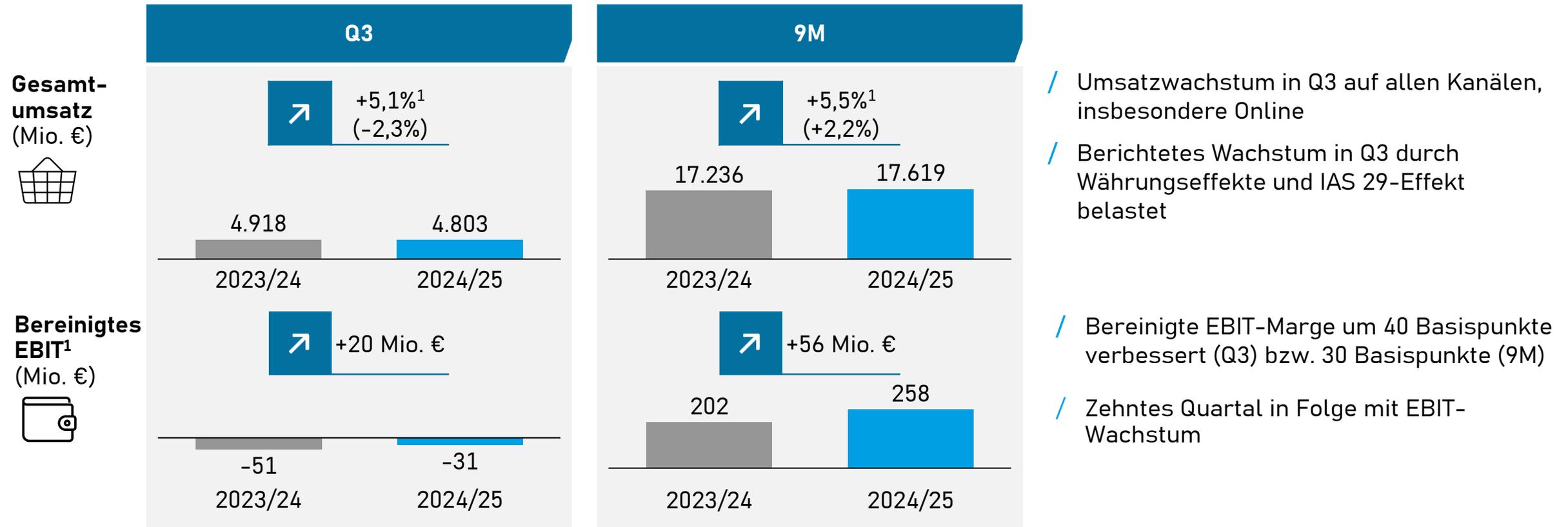


<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. EBIT zu aktuellen Kursen, zusätzlich bereinigt um Einmaleffekte und ohne assoziierte Unternehmen.



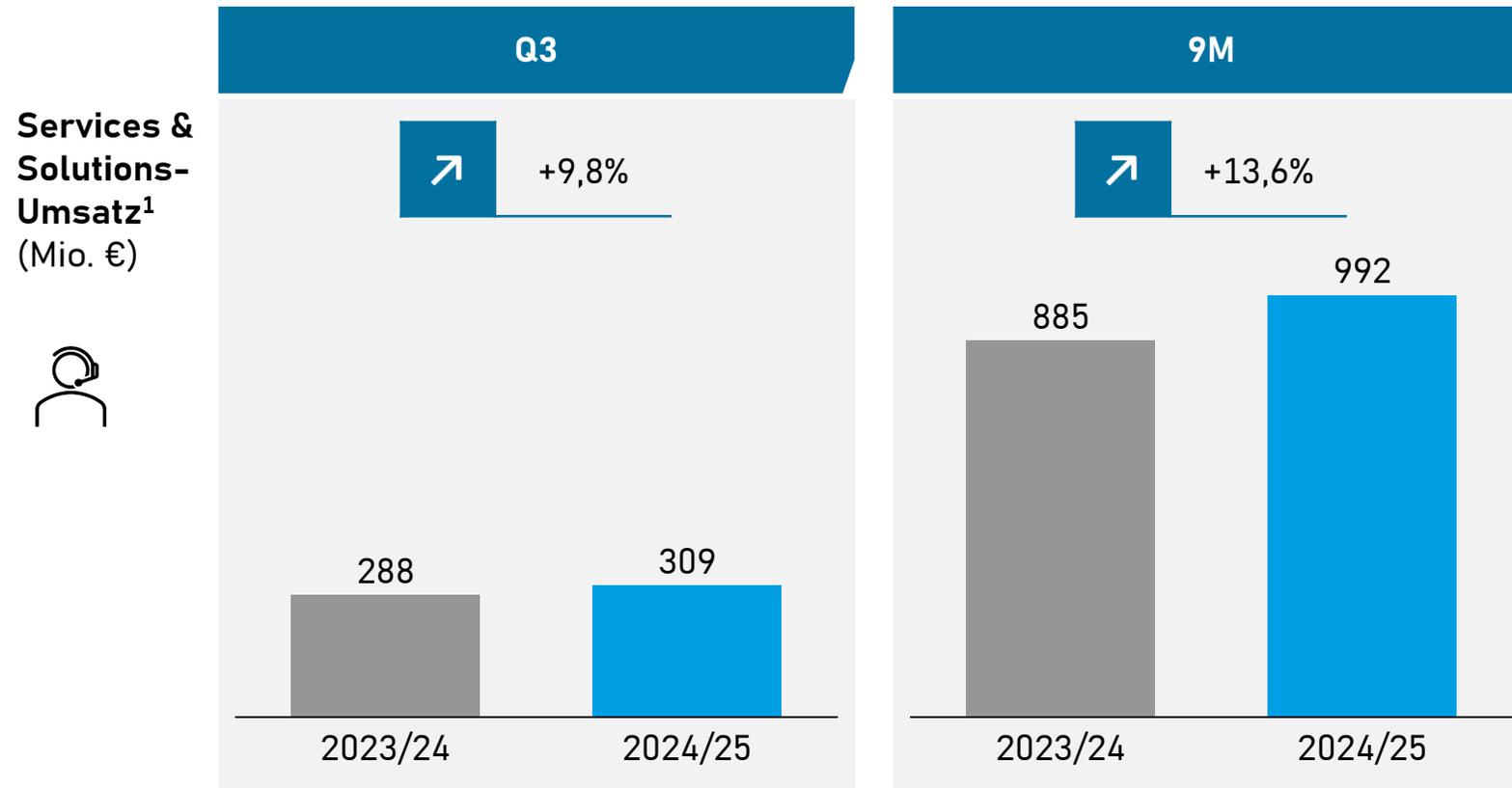
1. Business Update
2. **Geschäftsentwicklung**
3. Ausblick und Zusammenfassung

# Umsatzplus und starke Wachstumsfelder steigern Profitabilität



<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. EBIT zum aktuellen Kurs, zusätzlich bereinigt um nicht wiederkehrende Effekte und ohne Berücksichtigung von assoziierten Unternehmen.

# Unser Services & Solutions-Umsatz entwickelt sich stark

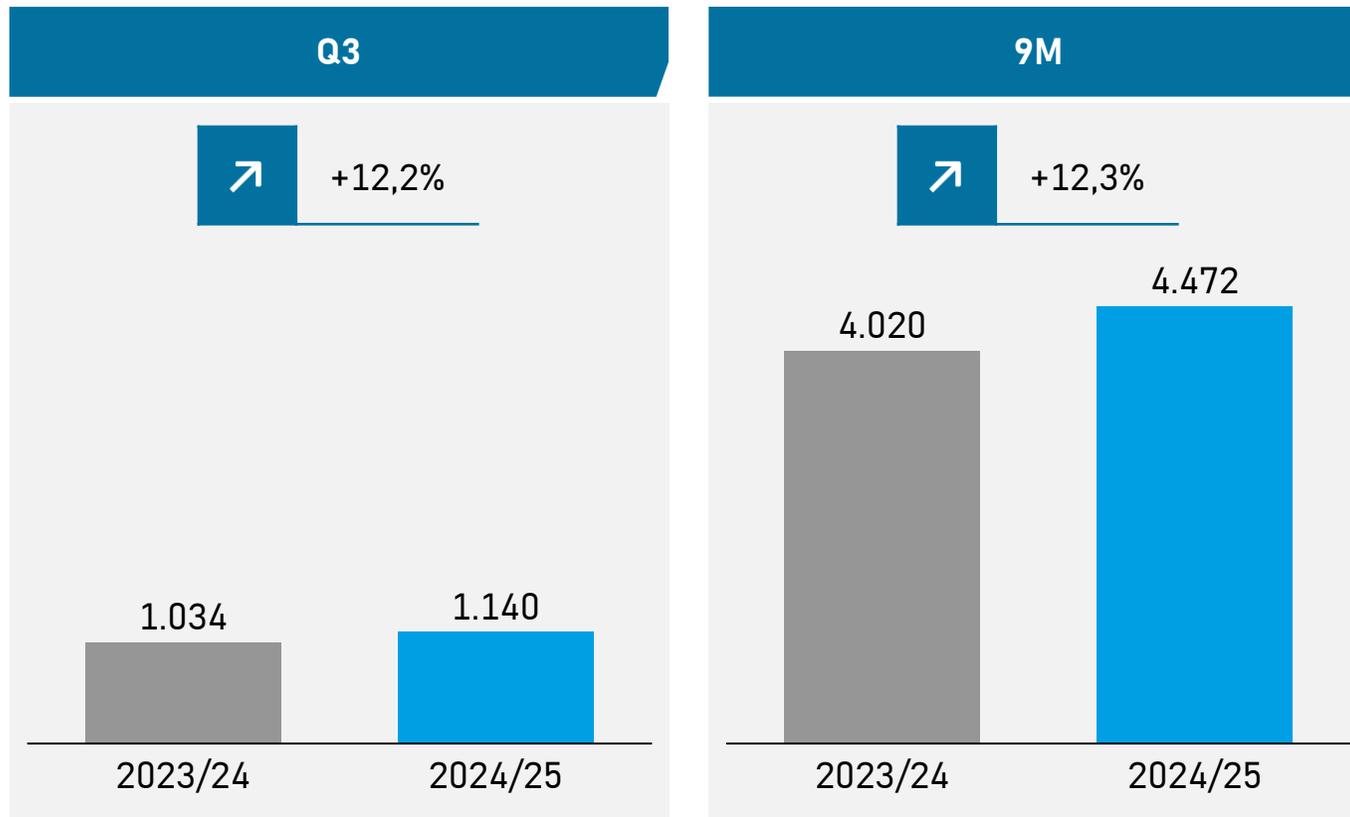


- / S&S-Umsatzwachstum setzt sich im dritten Quartal fort
- / Erfolgreiches Geschäft mit Garantien und Finanzierung in Q3
- / Ertragsanteil in Q3 um 20 Basispunkte auf 5,9% gestiegen

<sup>1</sup>Exklusive Portfolioeffekte, vor IAS 29. Wachstum zusätzlich um Währungseffekte bereinigt. Bis 2023/24 definiert als Operational Services & Solutions.

# Online-Umsatz in Q3 weiterhin hoch

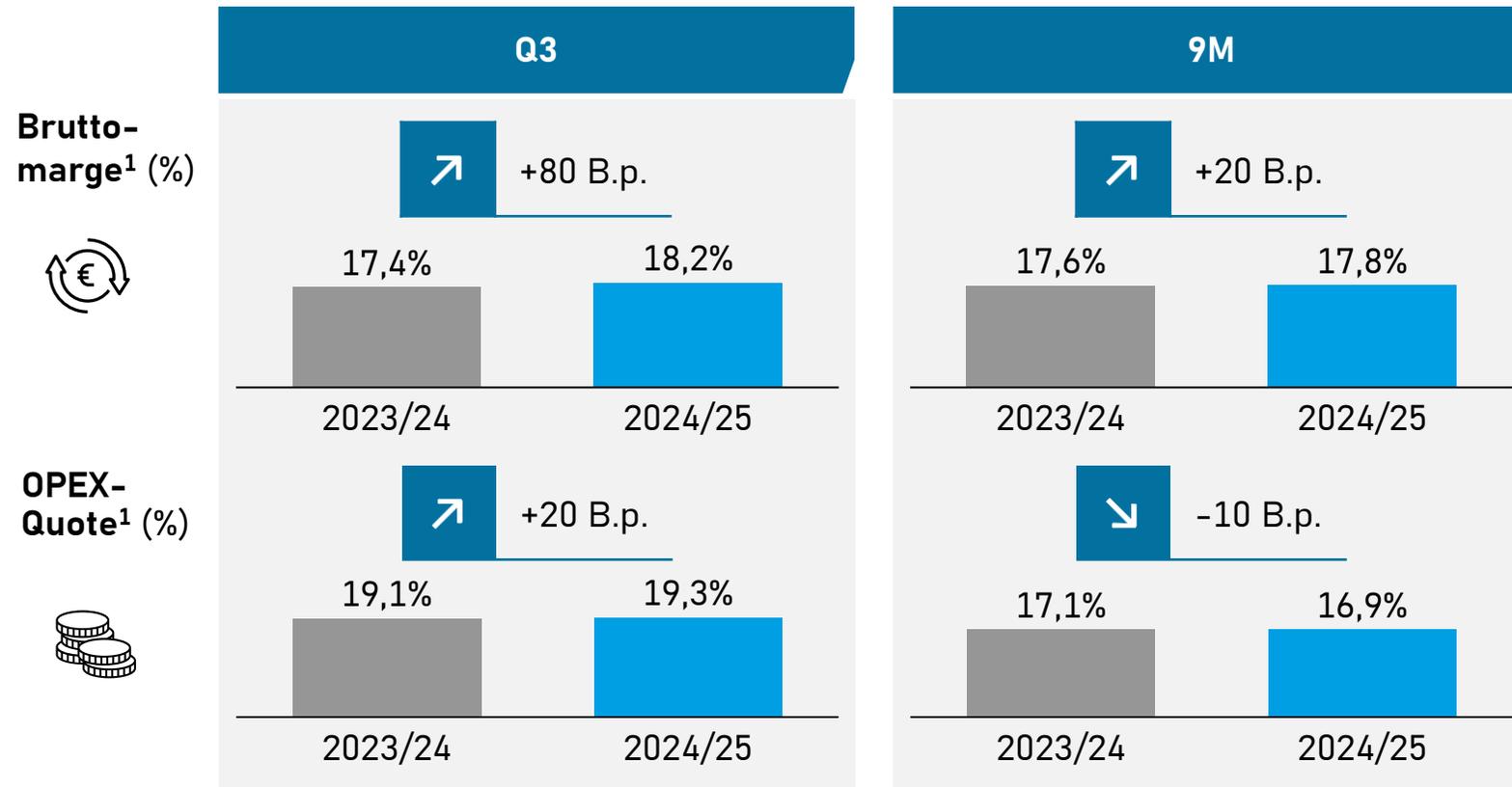
Online-Umsatz<sup>1</sup>  
(1P)  
(Mio. €)



- / Leistungssteigerung durch deutlich mehr Online-Käufe
- / Online-Umsatzanteil inklusive Marketplace auf 24,6% in Q3 bzw. 26,4% in 9M gestiegen
- / Marketplace-Sortiment im Jahresvergleich um 75% auf 2,8 Mio. SKUs erweitert

<sup>1</sup>Exklusive Portfolioveränderungen, vor IAS 29. Wachstum zusätzlich um Wechselkurseffekte bereinigt.

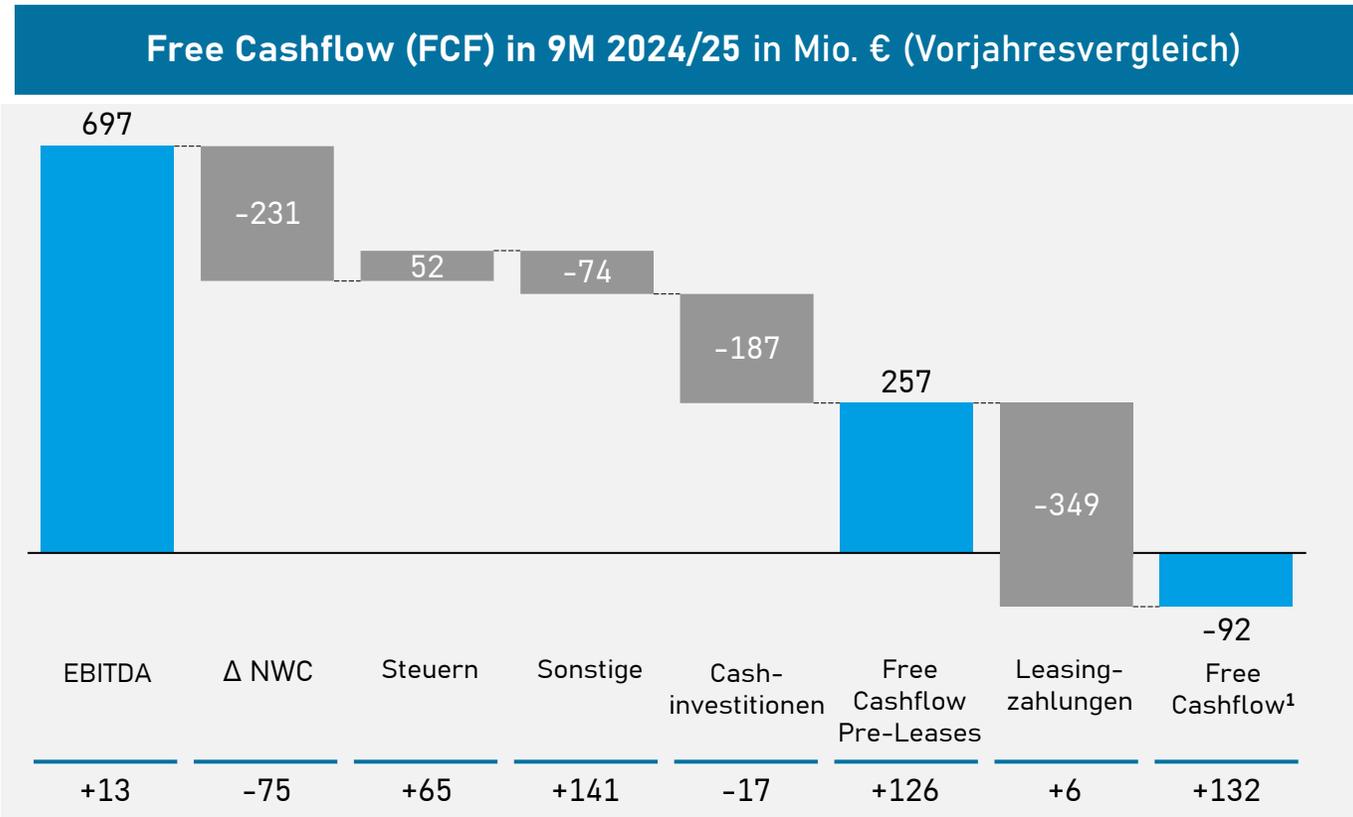
# EBIT-Verbesserung durch höhere Bruttomarge in Q3



- / Deutlich höhere Bruttomarge im Q3 dank:
  - Wachstumsfeldern, vor allem Services & Solutions und Retail Media
  - Verbesserten Logistikkosten
  
- / Kostenprogramme dämpfen OPEX-Anstieg
  - Höhere Personalkosten vor allem in Deutschland durch neue Tarifverträge
  - Effizientere Marketing- und Standortausgaben sparen Kosten

<sup>1</sup>Exklusive Portfolioveränderungen, vor IAS 29 und um Einmaleffekte bereinigt.

# Free-Cashflow-Wachstum durch bessere operative Performance und Steueroptimierung



/ Free Cashflow steigt um 132 Mio. € auf -92 Mio. €

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

1. Business Update
2. Geschäftsentwicklung
- 3. Ausblick und Zusammenfassung**



# Ausblick 2024/25 konkretisiert

**// Moderater Anstieg des währungs- und portfoliobereinigten Umsatzes**

/ Beitrag zum Umsatzwachstum von allen Segmenten

**// Rund 375 Mio. € bereinigtes EBIT**

/ Verbesserung des bereinigten EBIT durch DACH und West-/Südeuropa

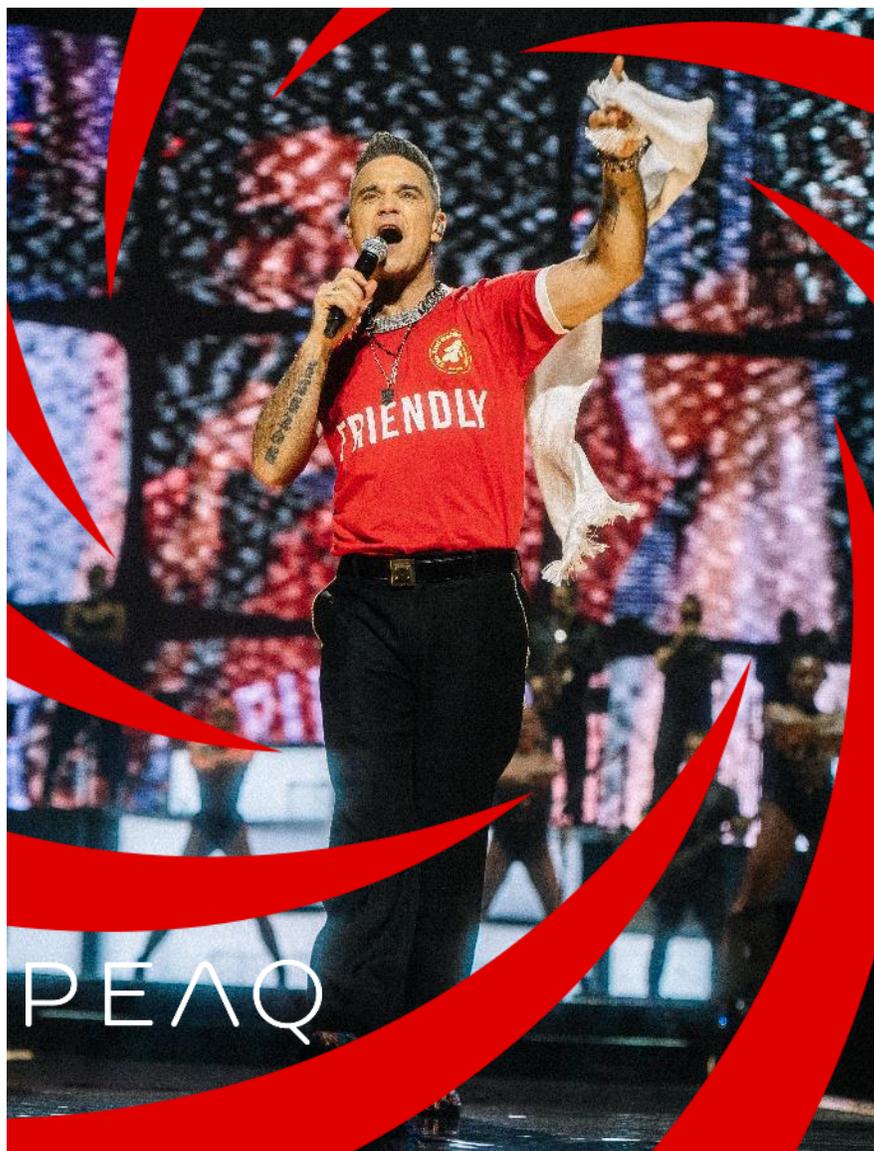
# Mutiges Marketing & exklusive Kundenevents sind Teil unserer DNA



- / Neue Marketingkampagne in Deutschland
- / Mit Humor unterstreichen wir unsere Stärken gegenüber reinen Online-Händlern



- / Einzigartige Veranstaltungen mit Lieferanten, z. B. zum Start der Switch 2



## Zusammenfassung

### 01

Trotz eines volatilen Marktumfelds verbessern wir unsere Dynamik.

### 02

Wir konkretisieren unseren Ausblick für das GJ 2024/25.

### 03

Wir bauen unsere Wachstumsfelder weiter aus.

### 04

Wir verbessern unsere Rentabilität weiter.

### 05

Unser Fokus liegt weiterhin auf Kosten, Liquidität und Rentabilität.

### 06

Wir machen Fortschritte bei der Nutzung von Daten, um unser Kundenerlebnis zu verbessern.

# Fragen & Antworten



**Dr. Kai-Ulrich Deissner**  
CEO



**Remko Rijnders**  
CFO



## Appendix

# Zeitplan für eine Partnerschaft von CEECONOMY und JD.com zum Wachstum im europäischen Omnichannel-Einzelhandel

Ankündigung eines freiwilligen öffentlichen Übernahmeangebots durch JD.com

30.07.2025

Veröffentlichung der Angebotsunterlage durch JD.com

Aug/Sep 2025

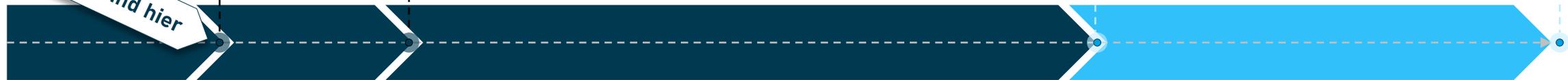
Behördliche Genehmigungen und Abschluss

H1 2026

Delisting

Est. Jun 2026

Wir sind hier



Phase 1

Phase 2





**CECONOMY**