

CECONOMY



Q1 2020/21 QUARTALSMITTEILUNG

9. Februar 2021

AUSGEWÄHLTE KENNZAHLEN

Q1 2020/21



+11,4 %

**Starker Umsatzanstieg¹,
obwohl es zu erneuten
temporären Marktschließun-
gen aufgrund COVID-19 kam**



346 Mio. €

**Bereinigtes EBIT²
trotz Auswirkungen der
COVID-19-Pandemie
deutlich über Vorjahr**

¹ Währungs- und portfoliobereinigter Umsatz

² Bereinigtes EBIT vor nicht regelmäßig wiederkehrenden Effekten, nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen

DAS ERSTE QUARTAL IM RÜCKBLICK



>

Mit dem ersten Quartal ist uns ein sehr guter Auftakt in das neue Geschäftsjahr gelungen. Auch in dieser herausfordernden Zeit, die erneut durch COVID-19-bedingte Restriktionen im stationären Handel und temporäre Marktschließungen geprägt war, war uns neben der Sicherheit unserer Mitarbeiter und Kunden besonders wichtig, dass wir weiterhin kontaktlosen Service von der Beratung über die Bezahlung bis hin zur Bereitstellung der Ware anbieten konnten. Unser Omnichannel-Ansatz hat sich somit während der zweiten Corona-Welle erneut bewiesen. Trotz des guten Starts sind der weitere Geschäftsverlauf und der Ausblick für das neue Geschäftsjahr angesichts der unvorhersehbaren Dauer der Pandemie mit deutlich erhöhten Unsicherheiten behaftet. Dennoch, wir verlieren die Umsetzung unserer neuen Strategie und die Fortführung der Transformation nicht aus den Augen.

<

Dr. Bernhard Düttmann,
Vorstandsvorsitzender



>

Das bereinigte Konzern-EBIT lag im ersten Quartal, trotz der COVID-19-bedingten Schließungen von etwa 60 Prozent unserer Märkte ab der zweiten Dezemberhälfte, deutlich über Vorjahr. Das verdanken wir in erster Linie dem starken Umsatzwachstum aufgrund erfolgreich ausgesteuerter Aktionstage. Besonders dynamisch entwickelte sich das Online-Geschäft, sodass sich der Online-Anteil am Gesamtumsatz mit rund 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum fast verdoppelt hat. Somit konnten wir unser Geschäft sicher durch die anhaltende Krise steuern, obwohl die Auswirkungen der Corona-Pandemie uns erneut auf die Probe gestellt haben. Trotz dieses guten ersten Quartals stellt die Verlängerung der Lockdowns in vielen Ländern eine deutlich erhöhte Unsicherheit für die Geschäftsentwicklung dar. Wir werden daher unsere Unternehmensziele für dieses Geschäftsjahr fortlaufend neu beurteilen und bei Bedarf anpassen.

<

Karin Sonnenmoser,
Finanzvorstand

Inhalt

5	Finanzdaten auf einen Blick
6	Ausblick
7	Ereignisse im ersten Quartal
9	Ereignisse nach dem Quartalsstichtag
11	Ergebnisse im Detail
11	Ertragslage
15	Finanz- und Vermögenslage
17	Verkürzter Konzernzwischenabschluss
17	Gewinn- und Verlustrechnung
18	Überleitung vom Perioden- zum Gesamtergebnis
19	Bilanz
20	Kapitalflussrechnung
21	Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des verkürzten Konzernzwischenabschlusses
22	Finanzkalender und Impressum

Dieses Dokument ist eine Quartalsmitteilung gemäß § 53 der Börsenordnung für die Frankfurter Wertpapierbörse.

CECONOMY wird grundsätzlich mit Leistungskennzahlen – ermittelt entsprechend den Vorgaben der IFRS (International Financial Reporting Standards) – gesteuert. Darüber hinaus finden folgende bedeutsamste Leistungskennzahlen Anwendung: ein um Währungseffekte und Portfolioveränderungen bereinigtes Gesamtumsatzwachstum und ein um Portfolioveränderungen sowie um Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen bereinigtes EBIT. Die am 29. November 2019 vollzogene Transaktion in Bezug auf das MediaMarkt-Griechenland-Geschäft stellt eine Portfolioveränderung dar, da es sich um den Abgang einer Landesgesellschaft handelt. Für die prognoserelevanten Kennzahlen erfolgt für die Vorjahreswerte entsprechend eine Bereinigung. Zudem findet im Geschäftsjahr 2020/21 ergänzend ein bereinigtes EBIT Anwendung, wobei sich die Bereinigung auf nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit (1) den COVID-19-bedingten Standortschließungen, (2) der Einführung einer konzernweit einheitlichen Organisationsstruktur („Operating Model“) und (3) der am 14. Dezember 2020 verkündeten Transaktion betreffend den Erwerb der MediaMarktSaturn-Minderheitsbeteiligung und Neuordnung der Gesellschafterstruktur bezieht. Details der Programme werden im Folgenden erläutert:

- (1) Die COVID-19-bedingten Standortschließungen beziehen sich auf dauerhafte Schließungen von MediaMarkt und Saturn-Märkten in mehreren europäischen Ländern, die infolge der COVID-19-Pandemie geringere Kundenfrequenzen aufweisen und aus Unternehmenssicht nicht mehr zurück in die Gewinnzone geführt werden können.
- (2) Im Fokus des Operating Models steht insbesondere eine Vereinheitlichung von Strukturen sowie standardisierte, effiziente Prozesse und Abläufe für die Verwaltungsfunktionen in den Landesgesellschaften von MediaMarktSaturn. Darüber hinaus werden die Führungsstrukturen in den Stores europaweit vereinheitlicht und die Entlastung von administrativen Aufgaben ermöglicht eine maximale Fokussierung der Mitarbeiter auf das Kundenerlebnis.
- (3) Die Transaktion betrifft den Erwerb der von der Convergenta Invest GmbH gehaltenen 21,62 Prozent-Minderheitsbeteiligung an der Media-Saturn-Holding GmbH („MediaMarktSaturn“) durch die CECONOMY AG. Die Parteien beabsichtigen damit, den Gesellschafterkreis der MediaMarktSaturn neu zu ordnen und durch eine vereinfachte Unternehmensstruktur und Governance unter anderem eine stärkere Fokussierung auf das operative Geschäft sowie die Hebung von erheblichen Synergien zu erreichen.

Die Bereinigung betrifft auch die Vorjahreswerte, in denen zusätzlich zu (1) und (2) nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit dem am 29. April 2019 verkündeten Kosten- und Effizienzprogramm angefallen sind.

Nähere Ausführungen zu den steuerungsrelevanten Leistungskennzahlen befinden sich im CECONOMY Geschäftsbericht 2019/20 auf den Seiten 28 bis 30.

Die Ermittlung des ausgewiesenen Steueraufwands erfolgt nach den Vorschriften zur Zwischenberichterstattung unter Anwendung des sogenannten integralen Ansatzes.

Die in der vorliegenden Quartalsmitteilung dargestellten Zahlen wurden kaufmännisch gerundet. Dies kann dazu führen, dass sich einzelne Werte nicht zu dargestellten Summen addieren lassen.

FINANZDATEN AUF EINEN BLICK¹

Umsatz und Ergebnis

Mio. €	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Veränderung
Umsatz	6.821	7.464	9,4%
Entwicklung währungs- und portfoliobereinigter Umsatz	-0,5%	11,4%	-
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	-0,3%	11,7%	-
Online-Umsatz	1.048	2.259	115,7%
Services & Solutions-Umsatz	375	343	-8,6%
Bruttomarge	18,3%	17,0%	-1,3%p.
EBIT	319	340	6,7%
Bereinigtes EBIT	289	346	19,4%
Bereinigte EBIT-Marge	4,2%	4,6%	0,4%p.
Finanzergebnis	9	-10	-
Steuerquote	32,0%	38,1%	6,0%p.
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter am Periodenergebnis	53	51	-2,9%
Nettoergebnis	170	153	-9,8%
Ergebnis je Aktie (in €)	0,47	0,43	-0,05

Cashflow

Mio. €	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Veränderung
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	1.495	1.364	-131
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-223	-95	128
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	79	-142	-221
Veränderung des Nettobetriebsvermögens ²	1.119	856	-262
Free Cashflow	1.421	1.329	-92

Bilanz

Mio. €	31.12.2019	31.12.2020	Veränderung
Nettobetriebsvermögen	-2.115	-2.114	1
Nettoliquidität (+)/Nettoverschuldung (-)	-69	428	496

Weitere operative Kennzahlen (Stichtag 31.12.)

	31.12.2019	31.12.2020	Veränderung
Anzahl Standorte	1.029	1.021	-8
Verkaufsfläche gesamt (in Tsd. m ²)	2.698	2.638	-60
Anzahl Mitarbeiter auf Vollzeitbasis	50.094	47.470	-2.624

¹ Geschäftszahlen stellen die fortgeführten Aktivitäten von CECONOMY dar

² Ausweis Veränderung des Nettobetriebsvermögens dargestellt aus den dazugehörigen Bilanzpositionen, bereinigt um nicht zahlungswirksame Sachverhalte

AUSBLICK

Der weitere Geschäftsverlauf des Unternehmens sowie der Ausblick für das Geschäftsjahr 2020/21 ist angesichts der weiter schwer abschätzbaren Dauer der COVID-19-Pandemie sowie der neuen und verlängerten Lockdowns in einer Vielzahl von Ländern, in denen MediaMarktSaturn operativ tätig ist, mit deutlich erhöhten Unsicherheiten behaftet.

Die am 15. Dezember 2020 veröffentlichte Prognose für das Geschäftsjahr 2020/21 basierte auf der Annahme, dass der weitere Einfluss der COVID-19-Pandemie sowohl auf die gesamtkonjunkturelle Lage als auch auf die Lage des Konzerns nicht wesentlich vom damals bekannten Umfang abweicht. Das Erreichen der Prognose setzte dabei insbesondere voraus, dass es im Verlauf der COVID-19-Pandemie nicht zu weiteren langanhaltenden flächendeckenden Schließungen eines signifikanten Teils des stationären Geschäfts oder zu einer schwerwiegenden Eintrübung des Konsumentenvertrauens kommt und Lieferketten weitgehend intakt bleiben. Länger anhaltende, flächendeckende Schließungen eines signifikanten Teils des stationären Geschäfts, wie sie nun in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und der Schweiz eingetroffen sind, waren zu diesem Zeitpunkt nicht berücksichtigt. CECONOMY wird die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Geschäft und die Aufrechterhaltung der Unternehmensziele für das Geschäftsjahr 2020/21 kontinuierlich neu bewerten und bei Bedarf die Prognose anpassen.

Die Prognose erfolgt vor Portfolioveränderungen und ohne Berücksichtigung von Ergebniseffekten aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen. Nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte im Zusammenhang mit COVID-19-bedingten Standortschließungen sowie der am 12. August 2020 verkündeten Einführung einer konzernweit einheitlichen Organisationsstruktur („Operating Model“) sind nicht enthalten. Auch sind Aufwendungen im Zusammenhang mit der am 14. Dezember 2020 verkündeten Transaktion in Bezug auf den Erwerb der MediaMarktSaturn-Minderheitsbeteiligung und Neuordnung der Gesellschafterstruktur unberücksichtigt. Bei Abgabe der Prognose am 15. Dezember 2020 waren diese Transaktionskosten in der Bereinigung noch nicht enthalten.

UMSATZ

Für das Geschäftsjahr 2020/21 erwartet CECONOMY gegenüber dem Vorjahr ein leichtes Wachstum des währungsberinigten Gesamtumsatzes (2019/20: 20.790 Mio. €).

ERGEBNIS

Für das Geschäftsjahr 2020/21 erwartet CECONOMY ein bereinigtes EBIT zwischen 320 Mio. € und 370 Mio. € (2019/20: 236 Mio. €).

EREIGNISSE IM ERSTEN QUARTAL

Am 12. Oktober 2020 verkündete die CECONOMY AG per Ad-hoc-Mitteilung, dass der Konzern auf Basis vorläufiger Zahlen für das Geschäftsjahr 2019/20 ein bereinigtes Konzern-EBIT erwartet, welches deutlich oberhalb des Prognosekorridors und der Markterwartung liegt. CECONOMY war, basierend auf der Geschäftsentwicklung der ersten neun Monate, in dem am 16. Juli 2020 aktualisierten Ausblick von einem bereinigten Konzern-EBIT zwischen 165 Mio. € und 185 Mio. € für das Geschäftsjahr 2019/20 ausgegangen. Der Median des Analystenkonsensus, der von einem externen Dienstleister für das Unternehmen zum 11. September 2020 erhoben wurde, betrug für das Geschäftsjahr 2019/20 für das bereinigte EBIT 176 Mio. €.

Am 26. November 2020 verkündete die CECONOMY AG, dass der Aufsichtsrat der CECONOMY AG Herrn Thomas Dannenfeldt den Aktionären auf der Hauptversammlung am 17. Februar 2021 als neues Mitglied des Aufsichtsrats vorschlagen wird. Im Fall seiner Wahl soll er im Nachgang zum Vorsitzenden des Aufsichtsratsgremiums gewählt werden. Darüber hinaus wurde bekannt gegeben, dass Frau Sabine Eckhardt bereits im Oktober 2020 gerichtlich als Aufsichtsratsmitglied bestellt wurde. Frau Sabine Eckhardt tritt die Nachfolge von Herrn Dr. Bernhard Düttmann an, der im Zuge seiner Bestellung für die Dauer von weiteren zwölf Monaten zum Vorstandsvorsitzenden der CECONOMY AG am 17. Oktober 2020 aus dem Aufsichtsrat ausgeschieden ist.

Am 14. Dezember 2020 gab die CECONOMY AG per Ad-hoc-Mitteilung bekannt, dass der Vorstand der CECONOMY AG mit Zustimmung des Aufsichtsrats eine Vereinbarung mit der Convergenta Invest GmbH („Convergenta“), der Beteiligungsgesellschaft der Familie Kellerhals, über den Erwerb der von Convergenta gehaltenen 21,62 Prozent-Minderheitsbeteiligung an der Media-Saturn-Holding GmbH („MediaMarktSaturn“) abgeschlossen hat. Die Parteien beabsichtigen damit, den Gesellschafterkreis der MediaMarktSaturn neu zu ordnen und durch eine vereinfachte Unternehmensstruktur und Governance unter anderem eine stärkere Fokussierung auf das operative Geschäft sowie die Hebung von erheblichen Synergien zu erreichen. Im Zuge der Transaktion wird Convergenta ihre MediaMarktSaturn-Beteiligung an CECONOMY übertragen, sodass CECONOMY ihren Anteil an MediaMarktSaturn auf insgesamt 100 Prozent aufstockt. Als Gegenleistung ist vorgesehen, dass CECONOMY an Convergenta (i) 125,8 Mio. Stück neue auf den Inhaber lautende Stammaktien der CECONOMY (gewinnberechtigt ab dem 1. Oktober 2020) ausgibt, die im Rahmen einer Sachkapitalerhöhung des Grundkapitals um 321.602.593,27 € unter Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre geschaffen werden, (ii) Wandelschuldverschreibungen im Gesamtnennbetrag von 151 Mio. € (Marktwert: 160 Mio. €) mit einer Laufzeit von fünf Jahren, einer Wandlungsprämie von 30 Prozent, einer Verzinsung von 0,05 Prozent p.a. und einem anfänglichen Wandlungspreis von 5,42 €, anfänglich wandelbar in bis zu rund 27,9 Mio. Stück auf den Inhaber lautende Stammaktien der CECONOMY unter Ausschluss des gesetzlichen Bezugsrechts der Aktionäre begibt, die mit einem neu zu schaffenden bedingten Kapital unterlegt werden, und (iii) eine Barkomponente in Höhe von insgesamt 130 Mio. €, zahlbar in zwei Tranchen, leistet. Auf Basis des volumengewichteten Dreimonatsdurchschnittskurses (3M VWAP) der CECONOMY-Aktie von 4,17 € ergibt sich somit eine Gegenleistung in Höhe von etwa 815 Mio. €. Durch die Transaktion wird Convergenta vor Ausübung des Wandlungsrechts Aktionär mit einer Beteiligung in Höhe von rund 25,9 Prozent am Grundkapital der CECONOMY. Convergenta strebt eine Beteiligung von bis zu 29,9 Prozent der Stammaktien an. Convergenta hat sich verpflichtet, bis zum Ablauf von sechs Monaten nach Vollzug der Sachkapitalerhöhung, längstens bis zum 31. Dezember 2021, keine weiteren Aktien an CECONOMY zu erwerben oder sonstige Maßnahmen vorzunehmen, die zu einer Kontrollerrlangung und einem Pflichtangebot führen würden. Zudem hat sich Convergenta verpflichtet, bis zum Ablauf von sechs Monaten nach Vollzug der Sachkapitalerhöhung, längstens bis zum 31. Dezember 2021, höchstens bis zu vier Prozent der durch CECONOMY ausgegebenen Stammaktien zu veräußern. Neben einer Vereinfachung der Unternehmensstruktur und damit verbundenen operativen Vorteilen sowie Einsparungen von Verwaltungskosten (jährlich rund 4 Mio. € erwartet), wird die Transaktion steuerliche Verlustvorträge der CECONOMY, die sich auf jeweils rund 1,2 Mrd. € Körperschaft- und Gewerbesteuer belaufen, strukturell nutzbar machen. Auf Basis der derzeitigen Budget- und Mittelfristplanung wird erwartet, dass die Transaktion bereits im Geschäftsjahr des Vollzugs der Transaktion das Ergebnis je Aktie steigert. Der Vollzug der Transaktion bedarf einer entsprechenden zustimmenden Beschlussfassung der Hauptversammlung der CECONOMY. Im Zusammenhang mit der Transaktion sind im ersten Quartal 2020/21 Aufwendungen in Höhe von rund 6 Mio. € angefallen, die sich im berichteten Konzern-EBIT niederschlagen.

Mit der Veröffentlichung der Zahlen des Geschäftsjahres 2019/20 hat CECONOMY am 15. Dezember 2020 ein Strategie-Update inklusive mittelfristiger Ziele kommuniziert. CECONOMY plant bis zum Geschäftsjahr 2022/23 eine

Steigerung des portfoliobereinigten Konzernumsatzes auf über 22 Mrd. €. Daneben steht eine bereinigte EBIT-Marge im Korridor von 2,5 Prozent bis 2,7 Prozent im Fokus der mittelfristigen Ziele.

Das erste Quartal 2020/21 war infolge der Vorgaben der nationalen Regierungen gegen die Verbreitung des Corona-Virus in Reaktion auf die zweite Corona-Welle durch lokale Lockdowns, erneute temporäre Marktschließungen sowie starke Einschränkungen im stationären Handel geprägt. In den einzelnen Ländern, in denen MediaMarktSaturn operativ tätig ist, gestaltete sich die Situation je nach nationalen Gegebenheiten und Vorgaben unterschiedlich. Seit Oktober 2020 wurden graduell immer mehr Märkte in Italien, abhängig von der Region, an Wochenenden und in der Weihnachtszeit geschlossen, wobei es im Berichtszeitraum zu keiner vollständigen Schließung aller Märkte kam. Vom 2. November 2020 bis zum 30. November 2020 wurden alle Standorte in Belgien geschlossen. In der Schweiz waren zwei Märkte von einer temporären Schließung vom 2. November 2020 bis zum 27. November 2020 und dann erneut ab dem 21. Dezember 2020 betroffen. Nachdem in Polen vom 7. November 2020 bis zum 28. November 2020 temporäre Marktschließungen in Shopping-Centern angeordnet wurden, kam es zu erneuten vorübergehenden Schließungen der Standorte in Shopping-Centern ab dem 28. Dezember 2020. Die Märkte in Österreich wurden vom 17. November 2020 bis zum 6. Dezember 2020 vollständig geschlossen und nach kurzzeitiger Wiedereröffnung im Rahmen eines dritten Lockdowns ab dem 26. Dezember 2020 erneut temporär geschlossen. Seit dem 1. Dezember 2020 waren alle Märkte in der Türkei an den Wochenenden von einer Schließung betroffen. Im Rahmen der nationalen Lockdowns wurden auch in den Niederlanden alle Märkte ab dem 15. Dezember 2020 temporär geschlossen. Die Option online bestellte Ware im Markt abzuholen („Pick-up-Option“) wurde dabei in den Niederlanden verboten. In Deutschland galt vom 2. November 2020 bis zum 30. November 2020 die Restriktion, dass sich maximal eine Person pro 10 m² Verkaufsfläche im Markt, unabhängig von der Gesamtverkaufsfläche, aufhalten durfte. Vom 1. Dezember 2020 bis zum 15. Dezember 2020 wurde diese Restriktion verschärft, mit der Regelung, dass auf einer Gesamtverkaufsfläche unter 800 m² maximal eine Person pro 10 m² und auf einer Gesamtverkaufsfläche über 800 m² maximal eine Person pro 20 m² zugelassen wurde. Zum 16. Dezember 2020 wurden auch alle Märkte in Deutschland im Rahmen eines zweiten Lockdowns temporär geschlossen, wobei die Pick-up-Option mit Ausnahme von vier Bundesländern weiter erlaubt war. Auch Luxemburg musste seine zwei Standorte ab dem 26. Dezember 2020 übergangsweise schließen. Mit Ausnahme von Schweden gab es in allen weiteren Ländern Restriktionen in Bezug auf Kundenkapazitäten in Märkten und Öffnungszeiten sowie teilweise auch Sortimentsbeschränkungen, wie in Spanien. Insgesamt waren zum 31. Dezember 2020 rund 57 Prozent der Märkte aufgrund der COVID-19-Pandemie von einer temporären Schließung betroffen.

	Anzahl der Märkte per 31.12.2020	Geöffnete Märkte per 31.12.2020	Geschlossene Märkte per 31.12.2020
Deutschland	420	-	420
Österreich	53	-	53
Schweiz	25	23	2
Ungarn	32	32	-
Belgien	27	27	-
Italien	117	117	-
Luxemburg	2	-	2
Niederlande	50	-	50
Portugal	10	10	-
Spanien	89	89	-
Polen	88	36	52
Türkei	80	80	-
Schweden	28	28	-
Gesamt	1.021	442 (43%)	579 (57%)

EREIGNISSE NACH DEM QUARTALSSTICHTAG

Am 13. Januar 2021 gab die spanische MediaMarkt Landesgesellschaft bekannt, dass das Unternehmen 17 Märkte in Spanien der Worten Equipamentos do Lar S.A. übernehmen wird. Durch die Übernahme wird die Präsenz von MediaMarkt Spanien in Regionen wie Katalonien und Andalusien verstärkt und der Markteintritt in Städte wie Melilla, Zamora und Marbella ermöglicht. Zudem sollen mit der erweiterten lokalen Präsenz die Online-Umsätze auch durch die Möglichkeit online bestellte Ware im Markt abzuholen („Pick-up-Option“) gestärkt werden. Nach Abschluss der Transaktion wird MediaMarkt in Spanien rund 7.000 Mitarbeiter beschäftigen und 106 Märkte besitzen, wodurch sich die Verkaufsfläche in Spanien um etwa 9 Prozent erhöht. Der Abschluss der Transaktion steht unter dem Vorbehalt der Zustimmung der spanischen Wettbewerbskommission und wird für das erste Quartal 2021 erwartet. Diese Akquisition stellt keine Portfolioveränderung dar, da sie keine signifikante Auswirkung auf den Umsatz des betreffenden Segments (West-/Südeuropa) hat.

Am 19. Januar 2021 gab die CECONOMY AG vorläufige Zahlen für das erste Quartal 2020/21 per Ad-hoc-Mitteilung bekannt. Darüber hinaus wurde kommuniziert, dass trotz des starken Starts im ersten Quartal 2020/21 der weitere Geschäftsverlauf sowie der Ausblick für das Gesamtjahr 2020/21 angesichts der weiter schwer abschätzbaren Dauer der COVID-19-Pandemie sowie der neuen und verlängerten Lockdowns in einer Vielzahl von Ländern mit deutlich erhöhten Unsicherheiten behaftet sind. Die am 15. Dezember 2020 veröffentlichte Prognose für das Geschäftsjahr 2020/21 basierte auf der Annahme, dass der weitere Einfluss der COVID-19-Pandemie sowohl auf die gesamtkonjunkturelle Lage als auch auf die Lage des Konzerns nicht wesentlich vom damals bekannten Umfang abweicht. Länger anhaltende, flächendeckende Schließungen eines signifikanten Teils des stationären Geschäfts, wie sie erneut in Deutschland, Österreich, den Niederlanden und der Schweiz eingetroffen sind, waren zu diesem Zeitpunkt nicht berücksichtigt. CECONOMY wird die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf das Geschäft und die Aufrechterhaltung der Unternehmensziele für das Geschäftsjahr 2020/21 kontinuierlich neu bewerten.

Auch nach dem Quartalsstichtag war der stationäre Handel weiter durch lokale Lockdowns mit temporären Marktschließungen und starken Einschränkungen geprägt. Dabei gestaltet sich die Situation in den einzelnen MediaMarkt-Saturn-Ländern, je nach nationalen Gegebenheiten und Vorgaben, weiterhin unterschiedlich. Nach dem mehrwöchigen Lockdown in Deutschland, der am 16. Dezember 2020 in Kraft getreten ist, haben sich Bund und Länder in mehreren Schritten auf eine vorerst bis zum 14. Februar 2021 befristete Verlängerung des Lockdowns geeinigt. Alle MediaMarkt- und Saturn-Märkte bleiben somit aufgrund behördlicher Anordnung in Deutschland temporär geschlossen, wobei die Abholung online bestellter Ware mittlerweile in allen Bundesländern möglich ist. In Österreich und den Niederlanden wurden die nationalen Lockdowns, die im Dezember 2020 in Kraft getreten sind, ebenso im Januar 2021 erneut verlängert. In Luxemburg sind die Märkte seit dem 11. Januar 2021 wieder geöffnet. Mit der Verschärfung der Lockdown-Maßnahmen am 18. Januar 2021 mussten alle Märkte in der Schweiz schließen, nachdem im ersten Quartal 2020/21 zunächst nur zwei Märkte übergangsweise von einer temporären Schließung betroffen waren. Am 1. Februar 2021 haben die seit dem 28. Dezember 2020 temporär geschlossenen Standorte in den Shopping-Centern in Polen den Betrieb wieder aufgenommen. Auch in Österreich sind alle Märkte seit dem 8. Februar 2021 wieder geöffnet. Insgesamt waren zum 8. Februar 2021 noch rund 48 Prozent der Märkte temporär geschlossen.

	Anzahl der Märkte per 31.12.2020	Geöffnete Märkte per 08.02.2021	Geschlossene Märkte per 08.02.2021
Deutschland	420	-	420
Österreich	53	53	-
Schweiz	25	-	25
Ungarn	32	32	-
Belgien	27	27	-
Italien	117	117	-
Luxemburg	2	2	-
Niederlande	50	-	50
Portugal	10	10	-
Spanien	89	89	-
Polen	88	88	-
Türkei	80	80	-
Schweden	28	28	-
Gesamt	1.021	526 (52%)	495 (48%)

ERGEBNISSE IM DETAIL

Ertragslage

	Umsatz (Mio. €)		Veränderung	Wechselkurs- effekte	Währungs- und portfolio- bereinigter Umsatz	Flächenbereinigter Umsatz (lokale Währung)
	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Q1 2020/21	Q1 2020/21	Q1 2020/21	Q1 2020/21
Gesamt	6.821	7.464	9,4%	-1,3%	11,4%	11,7%
DACH	4.061	4.424	8,9%	-0,2%	9,1%	9,4%
West-/Südeuropa	2.072	2.295	10,8%	0,0%	13,0%	13,1%
Osteuropa	535	569	6,4%	-19,1%	25,5%	25,8%
Sonstige	154	176	14,7%	4,0%	10,7%	11,3%

Die am 29. November 2019 vollzogene Transaktion in Bezug auf das MediaMarkt-Griechenland-Geschäft stellt eine Portfolioveränderung dar, da es sich um den Abgang einer Landesgesellschaft handelt. Für die prognoserelevanten Kennzahlen erfolgt für die Vorjahreswerte entsprechend eine Bereinigung.

STARKE ENTWICKLUNG DES WÄHRUNGS- UND PORTFOLIOBEREINIGTEN KONZERNUMSATZES TROTZ ERNEUTER ZUNEHMENDER COVID-19-BEDINGTER EINSCHRÄNKUNGEN UND TEMPORÄRER MARKTSCHLISSUNGEN

Im **ersten Quartal 2020/21** erzielte CECONOMY einen Konzernumsatz von 7,5 Mrd. €, was einem Anstieg von 9,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht. Währungs- und portfoliobereinigt lag der Umsatz um 11,4 Prozent über dem Vorjahresniveau. Flächenbereinigt verzeichnete der Konzernumsatz einen Anstieg von 11,7 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode.

Diese positive Umsatzentwicklung ist im Wesentlichen auf den starken Start während der ersten zwei Monate zurückzuführen, die durch eine anhaltend erfreuliche Kundennachfrage sowie erfolgreiche Aktionen wie den „Black November“ geprägt waren. Dabei wurde dieses Jahr, um Risiken von Verschärfungen der COVID-19-bedingten Restriktionen im stationären Handel und potenzielle Logistikengpässe während des wichtigen Weihnachtsgeschäfts abzumildern, bewusst eine Entzerrung des Weihnachtsgeschäfts durch Ausdehnung des Aktionszeitraums in den Oktober und November vorgenommen. Die starke Umsatzentwicklung setzte sich aufgrund erfolgreicher „Cyber Week“-Kampagnen und Weihnachtsaktionen bis zu den landesweiten Lockdowns, die in Deutschland und den Niederlanden ab Mitte Dezember in Kraft traten, fort. Das Online-Geschäft verzeichnete im ersten Quartal konzernweit ein außerordentlich dynamisches Wachstum und konnte so den Rückgang des stationären Geschäfts aufgrund der verschärften Restriktionen in Bezug auf Öffnungszeiten, Kundenanzahl auf der Verkaufsfläche und Sortimentsauswahl sowie der erneuten COVID-19-bedingten temporären Marktschließungen ab Anfang November deutlich überkompensieren. Insgesamt wiesen alle Länder, trotz der zunehmenden COVID-19-bedingten Herausforderungen, eine in lokaler Währung positive Umsatzentwicklung im Vergleich zur Vorjahresperiode auf.

UMSATZERLÄUTERUNG SEGMENT DACH

Das Segment DACH verzeichnete im **ersten Quartal 2020/21** einen Umsatz von 4,4 Mrd. €, was einem Anstieg von 8,9 Prozent entspricht. Währungs- und portfoliobereinigt stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahresvergleichsquartal um 9,1 Prozent. Zu dieser Entwicklung trug im Wesentlichen der Umsatzanstieg in Deutschland bei, der auf eine anhaltend erfreuliche Kundennachfrage unterstützt durch erfolgreiche Marketingkampagnen wie die Mehrwertsteuer-Aktion bei MediaMarkt im Oktober, sowie auf die Aktionstage rund um den „Black Friday“ und erfolgreiche Weihnachtsaktionen zurückzuführen ist. Einen positiven Einfluss auf den Umsatz in Deutschland hatte auch die generelle Mehrwertsteuersenkung, die bis zum 31. Dezember 2020 Gültigkeit hatte. Insgesamt konnten so die Umsatzeinbußen durch den harten Lockdown ab Mitte Dezember in Deutschland überkompensiert werden. Die Schweiz und Ungarn verzeichneten dank einer anhaltend erfreulichen Kundennachfrage, unterstützt durch erfolgreiche Marketingkampagnen und einem guten Weihnachtsgeschäft, ebenfalls einen deutlichen Umsatzanstieg. Obwohl das stationäre Geschäft in Österreich aufgrund erneuter COVID-19-bedingter, temporärer Marktschließungen von rund fünf Wochen im Rahmen von zwei harten Lockdowns negativ beeinflusst wurde, wies Österreich, getrieben durch erfolgreiche Marketingkampagnen und eine starke Verschiebung zum Online-Kanal, einen leichten Umsatzanstieg auf.

UMSATZERLÄUTERUNG SEGMENT WEST-/SÜDEUROPA

Im Segment West-/Südeuropa stieg der Umsatz im **ersten Quartal 2020/21** um 10,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 2,3 Mrd. €. Währungs- und portfoliobereinigt stieg der Umsatz um 13,0 Prozent an. Die positive Umsatzentwicklung wurde maßgeblich durch das Wachstum in Italien und Spanien beeinflusst. Dies ist auf eine anhaltend starke Kundennachfrage sowie auf verschiedene Marketingaktivitäten zurückzuführen. Hierdurch konnten die Umsatzeinbußen durch die großflächigen, temporären Marktschließungen an den Wochenenden seit Ende Oktober in Italien aufgrund von COVID-19 überkompensiert werden. In den Niederlanden lag der Quartalsumsatz trotz zunehmender Restriktionen im stationären Handel sowie vorübergehenden Marktschließungen ab Mitte Dezember aufgrund einer starken Verschiebung zum Online-Kanal leicht über dem Niveau des Vorjahres.

UMSATZERLÄUTERUNG SEGMENT OSTEUROPA

Das Segment Osteuropa erzielte im **ersten Quartal 2020/21** einen Umsatzanstieg von 6,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf rund 0,6 Mrd. €. Die starke Abwertung der türkischen Lira sowie des polnischen Zloty belasteten im ersten Quartal den Umsatz. Bereinigt um Währungs- und Portfolioveränderungen lag der Umsatz mit 25,5 Prozent deutlich über dem Vergleichswert des Vorjahres. In lokaler Währung verzeichnete das Geschäft in der Türkei, trotz der COVID-19-bedingten Schließung aller Märkte an den Wochenenden seit Anfang Dezember, hohe zweistellige Wachstumsraten und trug maßgeblich zur positiven Umsatzentwicklung im Segment bei. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf verschiedene erfolgreiche Marketingkampagnen in der Türkei zurückzuführen. Polen wies eine in lokaler Währung leicht positive Umsatzentwicklung im Vergleich zur Vorjahresperiode auf, obwohl das Geschäft im November und erneut ab Ende Dezember durch die temporären, COVID-19-bedingten Marktschließungen von einzelnen Stores in Shopping-Centern beeinträchtigt wurde.

UMSATZERLÄUTERUNG SEGMENT SONSTIGE

Im **ersten Quartal 2020/21** ergab sich im Segment Sonstige ein Umsatzwachstum von 14,7 Prozent auf 0,2 Mrd. €. Auf währungs- und portfoliobereinigter Basis lag der Umsatz um 10,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Dies ist ausschließlich auf den erfreulichen Umsatzanstieg in Schweden zurückzuführen, das nicht von den temporären Marktschließungen betroffen war.

	Umsatz (Mio. €)		Veränderung (%)	in % vom Gesamtumsatz
	Q1 2019/20	Q1 2020/21		
Online	1.048	2.259	115,7	30,3
Services & Solutions	375	343	-8,6	4,6

ANHALTENDE DYNAMIK IM ONLINE-GESCHÄFT

Der Online-Umsatz stieg im **ersten Quartal 2020/21** um 115,7 Prozent auf rund 2,3 Mrd. €. Insgesamt betrug der Online-Anteil am Gesamtumsatz 30,3 Prozent und verdoppelte sich somit nahezu im Vergleich zur Vorjahresvergleichsperiode (Q1 2019/20: 15,4 Prozent). Das starke Wachstum im Online-Geschäft setzte sich somit auch im ersten Quartal des neuen Geschäftsjahres fort und hat sich sogar vor dem Hintergrund der zunehmenden temporären, COVID-19-bedingten Marktschließungen und Restriktionen im Handel seit Anfang November nochmal verstärkt.

Die Pick-up-Rate lag im ersten Quartal bei rund 32 Prozent (Q1 2019/20: 47 Prozent). Der starke Rückgang der Pick-up-Rate im ersten Quartal ist darauf zurückzuführen, dass einerseits die Abholung von online bestellten Waren im Markt („Pick-up-Option“) in den Niederlanden und einigen Regionen in Deutschland während der Lockdowns nicht möglich war und sich andererseits die gesamte Anzahl der Online-Bestellungen durch die reinen Internet-Bestellungen deutlich erhöht hat. Zudem wurde die Pick-up-Option aufgrund der Ausgangsbeschränkungen in einigen Ländern weniger genutzt.

SERVICES & SOLUTIONS-GESCHÄFT DURCH COVID-19 BEEINTRÄCHTIGT

Im **ersten Quartal 2020/21** ging der Umsatz im Bereich Services & Solutions um 8,6 Prozent auf rund 343 Mio. € zurück. Dies entspricht einem Services & Solutions-Anteil am Gesamtumsatz von 4,6 Prozent (Q1 2019/20: 5,5 Prozent). Da Services & Solutions größtenteils in Verbindung mit Einkäufen im stationären Handel in Anspruch genommen und viele Dienstleistungen an den Smartbars in den Märkten angeboten werden, ist die Entwicklung im ersten Quartal auf die rückläufigen stationären Kundenfrequenzen und Restriktionen auf der Verkaufsfläche sowie die temporäre Schließung der Märkte in einigen Ländern im Kontext der COVID-19-Pandemie zurückzuführen. Die Vermittlung von Garantieverlängerungen entwickelte sich sehr erfreulich, während das Geschäft aus der Vermittlung von Mobilfunkverträgen und Finanzierungen im ersten Quartal rückläufig war.

Mio. €	EBIT	EBIT	Veränderung zu	Bereinigtes EBIT ¹	Bereinigtes EBIT ¹	Veränderung zu
	wie berichtet	wie berichtet	Vorjahr	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Vorjahr
	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Q1 2020/21	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Q1 2020/21
Gesamt²	319	340	21	289	346	56
DACH	244	260	16	247	259	12
West-/Südeuropa	83	74	-9	50	74	24
Osteuropa	7	16	8	7	16	8
Sonstige	-15	-9	6	-15	-3	12

¹ Vor nicht regelmäßig wiederkehrenden Effekten, nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen

² Inklusive Konsolidierung

BEREINIGTES KONZERN-EBIT TROTZ DER ERNEUTEN BEEINTRÄCHTIGUNGEN DURCH DIE COVID-19-PANDEMIE DANK DER STARKEN UMSATZENTWICKLUNG DEUTLICH ÜBER VORJAHR

Im **ersten Quartal 2020/21** stieg das berichtete Konzern-EBIT um 21 Mio. € auf 340 Mio. € (Q1 2019/20: 319 Mio. €). Darin enthalten sind Transaktionskosten im Zusammenhang mit dem am 14. Dezember 2020 verkündeten Erwerb der MediaMarktSaturn-Minderheitsbeteiligung und Neuordnung der Gesellschafterstruktur in Höhe von rund 6 Mio. €. Weitere nicht regelmäßig wiederkehrende Effekte sind in sehr geringem Umfang von rund 0 Mio. € enthalten. Im Vorjahresvergleichsquartal waren noch positive Ergebniseffekte im Zusammenhang mit dem Kosten- und Effizienzprogramm in Höhe von rund 30 Mio. € im berichteten Konzern-EBIT enthalten. Bereinigt um diese Effekte, Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen sowie Portfolioveränderungen ist das Konzern-EBIT um 56 Mio. € auf 346 Mio. € gestiegen (Q1 2019/20: 289 Mio. €).

Der Anstieg des bereinigten Konzern-EBIT ist maßgeblich auf die starke Umsatzentwicklung in allen Segmenten zurückzuführen. Auch trugen rückläufige Personalkosten aufgrund einer generell gesteigerten Kosteneffizienz und geringere Standortkosten sowie staatliche Unterstützungsleistungen im Kontext der COVID-19-Pandemie zu dieser Entwicklung bei. Darüber hinaus entfalteteten Einsparungen im Zusammenhang mit der Einführung der konzernweit einheitlichen Organisationsstruktur („Operating Model“) ihre Wirkung und unterstützten das Ergebnis im Quartal. Gegenläufig wurde das Quartalsergebnis durch eine rückläufige Bruttomarge beeinflusst, die sich um 1,3 Prozentpunkte auf 17,0 Prozent verringerte. Der Rückgang ist maßgeblich auf die durch die erneuten Lockdowns forcierte Verschiebung zum Online-Kanal, gepaart mit Produktmixeffekten und höheren Lieferkosten, zurückzuführen. Darüber hinaus trugen niedrigere Erträge aus dem Geschäft mit Services & Solutions aufgrund der COVID-19-bedingten temporären Marktschließungen und rückläufiger Kundenfrequenzen zu der negativen Bruttomargenentwicklung bei.

ERGEBNISERLÄUTERUNG SEGMENT DACH

Im **ersten Quartal 2020/21** erreichte das Segment DACH ein EBIT von 260 Mio. € und lag somit 16 Mio. € über dem Niveau des Vorjahres (Q1 2019/20: 244 Mio. €). Hierin enthalten sind nicht regelmäßig wiederkehrende Effekte in Höhe von rund 1 Mio. € (Q1 2019/20: -3 Mio. €). Bereinigt um diese Effekte ist das EBIT im Segment DACH um 12 Mio. € auf 259 Mio. € (Q1 2019/20: 247 Mio. €) gestiegen. Österreich verzeichnete insbesondere margenbedingt sowie aufgrund von staatlichen Beihilfen im Zusammenhang mit den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie einen deutlichen Ergebnisanstieg. Deutschland hingegen wies einen deutlichen Ergebnisrückgang auf. Dies ist auf eine negative Umsatz- und Margenentwicklung im Dezember aufgrund der erneuten COVID-19-bedingten temporären Marktschließungen, gepaart mit der starken Verschiebung zum Online-Kanal, zurückzuführen. Das Ergebnis in der Schweiz und Ungarn lag jeweils leicht über dem Niveau des Vorjahres.

ERGEBNISERLÄUTERUNG SEGMENT WEST- UND SÜDEUROPA

In West- und Südeuropa sank das EBIT im **ersten Quartal 2020/21** um 9 Mio. € auf 74 Mio. € (Q1 2019/20: 83 Mio. €). Hier enthalten sind nicht regelmäßig wiederkehrende Effekte in Höhe von rund -1 Mio. € (Q1 2019/20: 33 Mio. €). Bereinigt um diese Ergebniseffekte und um Portfolioveränderungen ist das EBIT um 24 Mio. € auf 74 Mio. € gestiegen (Q1 2019/20: 50 Mio. €). Italien und Spanien wiesen in Folge des starken Umsatzwachstums trotz der Beeinträchtigungen durch die COVID-19-Pandemie einen deutlichen Ergebnisanstieg auf. In den Niederlanden war das Ergebnis rückläufig. Der negativen Margenentwicklung getrieben durch die COVID-19-bedingte Verschiebung zum Online-Kanal konnte, aufgrund rückläufiger Personalkosten und zusätzlicher Kostensenkungsmaßnahmen im Kontext der COVID-19-Pandemie, teilweise entgegengewirkt werden.

ERGEBNISERLÄUTERUNG SEGMENT OSTEUROPA

Im **ersten Quartal 2020/21** stieg das EBIT im Segment Osteuropa um 8 Mio. € auf 16 Mio. € (Q1 2019/20: 7 Mio. €). Es lagen weder im Berichtszeitraum noch im Vorjahresvergleichsquartal nicht regelmäßig wiederkehrende Ergebniseffekte vor. Die Ergebnisentwicklung ist ausschließlich auf den Ergebnisanstieg in der Türkei zurückzuführen, welcher maßgeblich auf das starke Umsatzwachstum und Kosteneinsparungen zurückzuführen ist. In Polen war das Ergebnis

leicht rückläufig. Die negative Margenentwicklung in Polen konnte durch eine gesteigerte Kosteneffizienz allerdings nahezu vollständig ausgeglichen werden.

ERGEBNISERLÄUTERUNG SEGMENT SONSTIGE

Das Segment Sonstige umfasst insbesondere die Tätigkeiten der CECONOMY AG, die Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen sowie Schweden und die Aktivitäten kleinerer Gesellschaften. Das EBIT im **ersten Quartal 2020/21** stieg gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 6 Mio. € auf –9 Mio. € (Q1 2019/20: –15 Mio. €). Hierin enthalten sind Aufwendungen im Zusammenhang mit der am 14. Dezember 2020 verkündeten Transaktion betreffend den Erwerb der MediaMarktSaturn-Minderheitsbeteiligung und Neuordnung der Gesellschafterstruktur in Höhe von rund 6 Mio. €. Bereinigt um diese Aufwendungen sowie Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen ist das EBIT um 12 Mio. € auf –3 Mio. € gestiegen (Q1 2019/20: –15 Mio. €). Dies ist einerseits bedingt durch eine Ergebnisverbesserung in Schweden, unterstützt durch die positive Umsatzentwicklung sowie Kosteneinsparungen, und andererseits durch rückläufige Holdingkosten bei der CECONOMY AG. Im Vorjahresvergleichsquarter waren die Holdingkosten noch durch eine Einmalzahlung im Zusammenhang mit einer personellen Veränderung im Vorstand der CECONOMY AG im Oktober 2019 belastet. Das Ergebnis in Schweden lag mit 1 Mio. € um 5 Mio. € über dem Niveau des Vorjahres (Q1 2019/20: –4 Mio. €). Auf weitere im Segment Sonstige ausgewiesene kleinere, operative Gesellschaften entfiel ein EBIT von 1 Mio. € (Q1 2019/20: 0 Mio. €).

	Q1 2019/20					Q1 2020/21				
	nicht regelmäßig wiederkehrend					nicht regelmäßig wiederkehrend				
	Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen		Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen		Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen		Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen		Ergebniseffekte aus nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen und Portfolioveränderungen	
Mio. €	EBIT wie berichtet	Ergebniseffekte aus dem Kosten- und Effizienzprogramm	Bereinigtes EBIT	EBIT wie berichtet	Effekte aus Standort-schließungen	Effekte aus der Einführung des Operating Model	Transaktionskosten aus Erwerb Minderheitsbeteiligung	Bereinigtes EBIT	EBIT wie berichtet	Bereinigtes EBIT
Gesamt¹	319	30	289	340	0	0	-6	346	340	346
DACH	244	-3	247	260	0	1	0	259	260	259
West-/Südeuropa	83	33	50	74	0	-1	0	74	74	74
Osteuropa	7	0	7	16	0	0	0	16	16	16
Sonstige	-15	0	-15	-9	0	0	-6	-3	-9	-3

¹ Inklusive Konsolidierung

Finanz- und Vermögenslage

CASHFLOW

Mio. €	Q1 2019/20	Q1 2020/21	Veränderung
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	1.495	1.364	-131
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-223	-95	128
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	79	-142	-221
Veränderung des Nettobetriebsvermögens ¹	1.119	856	-262
Free Cashflow	1.421	1.329	-92

¹ Ausweis Veränderung des Nettobetriebsvermögens dargestellt aus den dazugehörigen Bilanzpositionen, bereinigt um nicht zahlungswirksame Sachverhalte

In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2020/21 führte der **Cashflow der betrieblichen Tätigkeit** der fortgeführten Aktivitäten zu einem Mittelzufluss von 1.364 Mio. €. Dies vergleicht sich zu einem Mittelzufluss von 1.495 Mio. € im Vorjahr. Der um 131 Mio. € niedrigere Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit ist im Wesentlichen auf eine um 262 Mio. € niedrigere **Veränderung des Nettobetriebsvermögens** zurückzuführen, welche fast ausschließlich durch die Veränderung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bedingt ist. Hier spiegeln sich sowohl die temporären Schließungen der Märkte ab der zweiten Dezemberhälfte wider, als auch der vergleichsweise hohe Startpunkt zum 30. September 2020 aufgrund der positiven Umsatzentwicklung im vierten Quartal 2019/20. Positiv auf den Cashflow der betrieblichen Tätigkeit wirkte der sonstige betriebliche Cashflow, welcher im Vorjahreszeitraum durch die Korrektur eines nicht-zahlungswirksamen Ertrags im Zusammenhang mit der Entkonsolidierung des MediaMarkt-Griechenland-Geschäfts und der Einbuchung der 25-Prozent-Beteiligung am Joint Venture PMG Retail Market Ltd. belastet war. Eine ebenfalls positive Wirkung auf den Cashflow der betrieblichen Tätigkeit hatten Kapitalertragsteuererstattungen im Berichtszeitraum.

Der **Cashflow aus Investitionstätigkeit** zeigt in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2020/21 einen Mittelabfluss von 95 Mio. €. Dies vergleicht sich zu einem Mittelabfluss von 223 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Die Veränderung ist im Wesentlichen auf vergleichsweise geringere Nettoinvestitionen in Geldanlagen und Wertpapiere zurückzuführen. Im Mittelabfluss des Vorjahres war zudem eine zahlungswirksame Investition in Höhe von 29 Mio. € in die Anteile am Joint Venture PMG Retail Market Ltd. in Griechenland enthalten. Die Ausgaben für Expansion und Modernisierung sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ebenfalls leicht zurückgegangen.

Der **Cashflow aus Finanzierungstätigkeit** weist für die ersten drei Monate des Geschäftsjahres 2020/21 einen Mittelabfluss von 142 Mio. € auf. Dies vergleicht sich zu einem Mittelzufluss von 79 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Der Mittelzufluss des Vorjahres geht insbesondere auf die Aufnahme von kurzfristigen Finanzschulden (Ausgabe Commercial Paper) in Höhe von 230 Mio. € zurück, der die Mittelabflüsse für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 149 Mio. € deutlich überstieg. In den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2020/21 hingegen wurden lediglich Finanzschulden in Höhe von 1 Mio. € aufgenommen, so dass Mittelabflüsse für die Tilgung von Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 133 Mio. € nicht kompensiert wurden.

Der **Free Cashflow** lag in den ersten drei Monaten des Geschäftsjahres 2020/21 bei 1.329 Mio. € und somit um 92 Mio. € unter dem Vorjahreswert in Höhe von 1.421 Mio. €. Dieser Rückgang ist maßgeblich bedingt durch die niedrigere Veränderung des Nettobetriebsvermögens, während insbesondere der sonstige betriebliche Cashflow und die Kapitalertragsteuererstattungen positiv wirkten.

NETTOBETRIEBSVERMÖGEN IM JAHRESVERGLEICH STABIL

Das **Nettobetriebsvermögen** zum 31. Dezember 2020 lag mit -2.114 Mio. € auf dem gleichen Niveau wie zum 31. Dezember 2019 (-2.115 Mio. €). Der Anstieg der Vorräte im Jahresvergleich wurde im Wesentlichen durch den Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Verbindlichkeiten sowie den Rückgang der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Ansprüchen kompensiert. Die Vorräte stiegen im Jahresvergleich um 320 Mio. € an. Neben dem bewussten Aufbau von Vorräten, um die Warenverfügbarkeit zu sichern, trug auch der in den letzten Wochen des Quartals von temporären Marktschließungen beeinflusste Umsatzrückgang zu dieser Entwicklung bei. Die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Verbindlichkeiten stiegen maßgeblich aufgrund des umsatzbedingt höheren Einkaufsvolumens um 252 Mio. €. Darüber hinaus gingen die Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und ähnlichen Ansprüchen um 50 Mio. € und die Forderungen an Lieferanten um 17 Mio. € zurück.

NETTOLIQUIDITÄT VERBESSERT DURCH RÜCKGANG DER FINANZVERBINDLICHKEITEN

Zum 31. Dezember 2020 betrug die bilanzielle **Nettoliiquidität** 428 Mio. €. Im Vorjahr wurde eine Nettoverschuldung von 69 Mio. € ausgewiesen. Grund für diese Entwicklung ist im Wesentlichen der Rückgang der kurzfristigen und langfristigen Finanzschulden aufgrund der Zurückführung von Anleihen (Commercial Paper) in Höhe von 213 Mio. € sowie der Tilgung von Leasingverbindlichkeiten in Höhe von 244 Mio. €. Bereinigt um Leasingverbindlichkeiten ergab sich zum 31. Dezember 2020 eine Nettoliiquidität in Höhe von 2.479 Mio. € (31. Dezember 2019: 2.227 Mio. €).

STANDORTE

Das Standortnetz wurde in den ersten drei Monaten 2020/21 um einen Standort in Spanien und zwei Standorte in der Türkei erweitert. Dagegen wurden im Berichtszeitraum fünf Standorte in Deutschland geschlossen. Am Ende des ersten Quartals 2020/21 lag die Gesamtzahl der Standorte bei 1.021. Die durchschnittliche **Verkaufsfläche pro Standort** reduzierte sich gegenüber dem 30. September 2020 von 2.601 Quadratmeter um -0,7 Prozent auf 2.584 Quadratmeter zum 31. Dezember 2020.

FINANZIERUNG

Zur mittel- und langfristigen Finanzierung nutzt die CECONOMY AG Emissionen am Kapitalmarkt. Zum 31. Dezember 2020 hat die CECONOMY AG mehrere Schuldscheindarlehen mit einem Gesamtvolumen von 250 Mio. € mit Restlaufzeiten von ein bis sechs Jahren ausstehend. Für die Beschaffung von kurzfristigen Finanzmitteln steht der CECONOMY AG ein Euro Commercial Paper Programm mit einem Maximalvolumen von 500 Mio. € zur Verfügung. Zum 31. Dezember 2020 waren keine Commercial Paper ausstehend (31. Dezember 2019: 213 Mio. €).

Des Weiteren steht der CECONOMY AG eine syndizierte Kreditlinie im Gesamtbetrag von 2.680 Mio. € zur Verfügung. Diese wurde zum 31. Dezember 2020 nicht in Anspruch genommen (31. Dezember 2019: 0 Mio. €). Die zu Mitte Mai 2020 abgeschlossene Tranche unter Beteiligung der KfW in Höhe von 1.700 Mio. € wurde bisher zu keinem Zeitpunkt in Anspruch genommen.

Die CECONOMY AG wird von den internationalen Ratingagenturen Moody's und Scope bewertet. Zum 31. Dezember 2020 wurde CECONOMY von Scope mit einem Rating im Investment-Grade-Bereich (BBB-, Ausblick „Stabil“) und von Moody's mit einem Rating im Non-Investment-Grade-Bereich (Ba1, Ausblick „Negativ“) bewertet.

VERKÜRZTER KONZERNZWISCHENABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung

Mio. €	Q1 2019/20	Q1 2020/21
Umsatzerlöse	6.821	7.464
Umsatzkosten	-5.574	-6.198
Bruttoergebnis vom Umsatz	1.248	1.266
Sonstige betriebliche Erträge	87	64
Vertriebskosten	-881	-865
Allgemeine Verwaltungskosten	-137	-124
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-2	-1
Ergebnisanteil aus operativen nach der Equity-Methode einbezogenen Unternehmen	-1	-1
Netto-Wertberichtigungen aus operativen finanziellen Vermögenswerten und Vertragsvermögenswerten	4	0
Betriebliches Ergebnis (EBIT)	319	340
Sonstiges Beteiligungsergebnis	13	9
Zinsertrag	3	3
Zinsaufwand	-13	-15
Übriges Finanzergebnis	6	-6
Finanzergebnis	9	-10
Ergebnis vor Steuern (EBT)	327	330
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-105	-126
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	222	204
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0
Periodenergebnis	222	204
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	53	51
davon aus fortgeführten Aktivitäten	53	51
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0
Den Anteilseignern der CECONOMY AG zuzurechnendes Periodenergebnis	170	153
davon aus fortgeführten Aktivitäten	170	153
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	0,47	0,43
davon aus fortgeführten Aktivitäten	0,47	0,43
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0,00	0,00

Überleitung vom Perioden- zum Gesamtergebnis

Mio. €	Q1 2019/20	Q1 2020/21
Periodenergebnis	222	204
Sonstiges Ergebnis		
Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden	57	9
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	19	-4
Bewertungseffekte auf zum Fair Value erfolgsneutral bewertete Finanzinstrumente	39	12
Folgebewertung von assoziierten Unternehmen/Gemeinschaftsunternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	0	0
Auf die Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden, entfallende Ertragsteuern	0	0
Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten	-13	-19
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbetriebe	-13	-19
Folgebewertung von assoziierten Unternehmen/Gemeinschaftsunternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden	0	0
Auf die Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten, entfallende Ertragsteuern	0	0
Sonstiges Ergebnis	44	-11
Gesamtergebnis	267	194
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Gesamtergebnis	58	49
Den Anteilseignern der CECONOMY AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	209	144

Bilanz

Aktiva

Mio. €	30.09.2020	31.12.2019	31.12.2020
Langfristige Vermögenswerte	3.857	4.411	3.734
Geschäfts- oder Firmenwerte	524	524	524
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	102	115	103
Sachanlagen	567	664	543
Nutzungsrechte	2.021	2.205	1.930
Finanzanlagen	280	317	293
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	266	527	266
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2	3	4
Andere Vermögenswerte	11	3	8
Latente Steueransprüche	84	53	64
Kurzfristige Vermögenswerte	6.598	8.861	9.079
Vorräte	2.949	3.348	3.668
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Ansprüche	488	543	493
Forderungen an Lieferanten	1.302	1.851	1.834
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	151	248	213
Andere Vermögenswerte	154	188	222
Ertragsteuererstattungsansprüche	69	136	40
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.484	2.548	2.610
	10.455	13.272	12.813

Passiva

Mio. €	30.09.2020	31.12.2019	31.12.2020
Eigenkapital	548	1.045	724
Gezeichnetes Kapital	919	919	919
Kapitalrücklage	321	321	321
Gewinnrücklagen	-753	-278	-622
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	61	82	106
Langfristige Schulden	2.472	2.640	2.405
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	513	543	514
Sonstige Rückstellungen	28	16	29
Finanzschulden	1.850	1.986	1.766
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	36	51	50
Andere Verbindlichkeiten	11	7	10
Latente Steuerschulden	33	38	37
Kurzfristige Schulden	7.435	9.588	9.684
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen und ähnliche Verbindlichkeiten	5.996	7.857	8.109
Rückstellungen	151	146	143
Finanzschulden	573	791	566
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	378	426	362
Andere Verbindlichkeiten	231	267	314
Ertragsteuerschulden	106	100	190
	10.455	13.272	12.813

Kapitalflussrechnung

Mio. €	Q1 2019/20	Q1 2020/21
EBIT	319	340
Planmäßige Abschreibungen, Zuschreibungen und Wertminderungen auf Immaterielle Vermögenswerte, Sachanlagevermögen, Nutzungsrechte sowie Wertminderungen auf nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	191	181
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	-21	-8
Veränderung des Nettobetriebsvermögens	1.119	856
Zahlungen Ertragsteuern	-29	12
Umgliederung Gewinne (-)/Verluste (+) aus dem Abgang von Anlagevermögen	1	0
Sonstiges	-85	-19
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit fortgeführte Aktivitäten	1.495	1.364
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit nicht fortgeführte Aktivitäten	0	0
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	1.495	1.364
Unternehmensakquisitionen	0	0
Investitionen in Sachanlagen	-34	-29
Sonstige Investitionen	-40	-6
Investitionen in Geldanlagen und Wertpapiere	-160	-65
Veräußerungen von Geldanlagen und Wertpapieren	0	0
Unternehmensveräußerungen	0	0
Anlagenabgänge und andere Abgänge	12	5
Cashflow aus Investitionstätigkeit fortgeführte Aktivitäten	-223	-95
Cashflow aus der Investitionstätigkeit nicht fortgeführte Aktivitäten	0	0
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-223	-95
Gewinnausschüttungen	-3	0
davon an die Aktionäre der CECONOMY AG gezahlte Dividende	0	0
Einzahlung aus Kapitalerhöhung	0	0
Eigenkapitaltransaktionen mit Änderung der Beteiligungsquote ohne Erlangung/Abgabe von Beherrschung	0	0
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter	-1	0
Aufnahme von Finanzschulden	230	1
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen	-149 ¹	-133
Tilgung sonstiger Finanzschulden	0	-1
Gezahlte Zinsen	-12	-15
Erhaltene Zinsen	3	3
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanzierungstätigkeit	10	3
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit fortgeführte Aktivitäten	79	-142
Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit nicht fortgeführte Aktivitäten	0	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	79	-142
Summe der Cashflows	1.350	1.127
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1	-1
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	1.349	1.126
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober gesamt	1.199	1.484
Abzüglich in den Vermögenswerten gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	15	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober	1.184	1.484
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember gesamt	2.548	2.610
Abzüglich in den Vermögenswerten gemäß IFRS 5 ausgewiesenen Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 31. Dezember	2.548	2.610

¹ Vormalig ausgewiesen unter "Tilgung von Finanzschulden"

Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des verkürzten Konzernzwischenabschlusses

Der verkürzte Konzernzwischenabschluss – bestehend aus Gewinn- und Verlustrechnung, Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, Bilanz und der Kapitalflussrechnung – wurde in Übereinstimmung mit den International Financial Reporting Standards (IFRS), soweit sie von der Europäischen Union (EU) genehmigt wurden, insbesondere in Übereinstimmung mit dem International Accounting Standard (IAS) 34 („Zwischenberichterstattung“), erstellt.

Es haben grundsätzlich die gleichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden Anwendung gefunden wie im letzten Konzernabschluss zum 30. September 2020. Nähere Angaben zu den Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden befinden sich im Anhang des Konzernabschlusses zum 30. September 2020 (siehe Geschäftsbericht 2019/20, Seiten 105-130).

Die ab dem 1. Oktober 2020 erstmals anzuwendenden neuen Standards und Standardänderungen haben bei der CECONOMY nur unwesentliche Auswirkungen und werden aufgrund dessen hier nicht näher erläutert.

FINANZKALENDER

Hauptversammlung	Mittwoch	17. Februar 2021	10:00 Uhr
Halbjahresfinanzbericht Q2/H1 2020/21	Dienstag	11. Mai 2021	7:00 Uhr
Quartalsmitteilung Q3/9M 2020/21	Donnerstag	12. August 2021	7:00 Uhr
Geschäftsbericht GJ 2020/21	Dienstag	14. Dezember 2021	7:00 Uhr

Zeitangaben nach deutscher Zeit

Investor Relations

Telefon +49 211 5408-7222

E-Mail IR@ceconomy.de

Besuchen Sie den Internetauftritt von CECONOMY unter www.ceconomy.de mit umfangreichen Informationen und Berichten.

IMPRESSUM

CECONOMY AG

Kaistraße 3
40221 Düsseldorf

www.ceconomy.de

Erscheinungsdatum: 9. Februar 2021

Disclaimer

Diese Quartalsmitteilung enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Mitteilung. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse können erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der CECONOMY AG unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen unter anderem zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Kosteneinsparungen und Produktivitätsgewinne sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Die CECONOMY AG sieht sich auch nicht dazu verpflichtet, Berichtigungen dieser zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Quartalsmitteilung und damit zusammenhängender Materialien eingetreten sind.