

Umsatzmeldung Q3 2019/20

DRITTES QUARTAL 2019/20: CECONOMY MIT SPÜRBARER UMSATZERHOLUNG NACH LOCKERUNG DER BESCHRÄNKUNGEN DURCH COVID-19 UND ÜBER DEN ERWARTUNGEN LIEGENDEM ERGEBNIS

Düsseldorf, 16. Juli 2020

- Gesamtumsatz erholte sich im Mai nach den Beeinträchtigungen durch COVID-19 im April und verzeichnete im Juni weiteren Aufschwung
- Nach Lockerungen der COVID-19-Beschränkungen wurde die immer noch gedämpfte Frequenz in den Märkten durch höhere Durchschnittsbons und eine Steigerung der Konversionsraten mehr als ausgeglichen
- Das Online-Geschäft wuchs im dritten Quartal um rund 145% und machte damit 35% des Gesamtumsatzes aus; die starke Online-Performance setzte sich im Mai und Juni trotz der schrittweisen Wiedereröffnung der Märkte fort
- Über den Erwartungen liegendes Quartalsergebnis mit bereinigtem EBIT auf Vorjahresniveau dank COVID-19-bezogener Kosteneinsparungen und starker Umsatzentwicklung im Mai und Juni
- Neue Prognose für das Gesamtjahr auf Grundlage jüngster positiver Entwicklungen sowie anhaltenden gesamtwirtschaftlichen Risiken und nachlaufenden, mit COVID-19 verbundenen Herausforderungen

"Nach den enormen Beschränkungen, die COVID-19 in den vergangenen Monaten bei CECONOMY verursacht hat, ermutigt uns die Rückkehr zu einer positiven Entwicklung im Mai und die anhaltend kräftige Umsatzdynamik im Juni. Insgesamt haben wir im dritten Quartal besser abgeschnitten als ursprünglich erwartet. Gleichzeitig setzte sich die starke Verlagerung der Nachfrage in unsere Online-Vertriebskanäle fort. Die Pandemie hat definitiv als Beschleuniger für unser Online-Geschäft gewirkt. Unsere Märkte werden weiterhin eine wichtige Rolle in unserer Omni-Channel-Strategie spielen, aber wir müssen und werden uns an das veränderte Kundenverhalten anpassen, um in der neuen Realität des Einzelhandels nachhaltig erfolgreich zu sein. Wir bewerten die Situation rund um die COVID-19-Pandemie fortlaufend neu, bleiben jedoch als europäischer Marktführer für Consumer Electronics zuversichtlich für unsere langfristigen Perspektiven", sagt Dr. Bernhard Düttmann, CEO der CECONOMY AG.

Umsatzmeldung Q3 2019/20

Vorläufige Kennzahlen für Q3 2019/20

- Der **Umsatz** ging währungs- und portfoliobereinigt um 8,4% zurück (flächenbereinigt –7,6%). Der berichtete Umsatz sank um 10,0% auf 4,1 Mrd. Euro. Der Rückgang war ausschließlich auf die mit COVID-19 zusammenhängenden Marktschließungen im April zurückzuführen. Mit den schrittweisen Neueröffnungen kehrte das Geschäft im Mai wieder auf Wachstumskurs zurück, der sich im Juni weiter beschleunigte.
- Der **Online-Umsatz** stieg im Vergleich zum Vorjahr um rund 145% und erreichte einen Anteil von 35% des Gesamtumsatzes.
- Der **Umsatz mit Services & Solutions** ging im Vergleich zum Vorjahr um rund 18% zurück, was etwa 5% des Gesamtumsatzes ausmacht. Ursache hierfür war die Schließung der Märkte im April sowie die geringere Frequenz nach der Wiedereröffnung in Verbindung mit anhaltenden Kapazitätsbeschränkungen.
- Der **Produktmix** hat sich während COVID-19 aufgrund veränderter Kundenbedürfnisse verschoben: Computer, Unterhaltungs-Hardware und TV verzeichneten den höchsten Anstieg des Umsatzanteils, während der Umsatzanteil von Mobil- und Haushaltsgeräten zurückging.
- Das **bereinigte EBIT** erreichte das Vorjahresniveau. Getrieben wurde dies durch COVID-19-bezogene Kostenmaßnahmen sowie durch die Umsatzerholung im Mai und Juni, die den mangelbedingten Rückgang im Quartal und den negativen Umsatzeinfluss infolge der COVID-19-bezogenen Store-Schließungen im April vollständig ausglich.

Geschäftsentwicklung mit Blick auf COVID-19

	April 2020	Mai 2020	Juni 2020
Umsatz (in Mio. Euro)	809	1.551	1.747
Umsatzentwicklung (währungs- und portfoliobereinigt)	-43%	3%	12%
Online-Umsatz ¹	209%	133%	97%
Durchschnittlicher Anteil geöffneter Stores	14%	70%	100%

¹ ohne MediaMarkt Griechenland (Portfolioveränderung)
Auf Basis vorläufiger und ungeprüfter Zahlen.

April: Lockdown-Phase

- **Der April war durch die Schließung des Großteils unserer Märkte geprägt.** Insgesamt 881 (rund 86%) von 1.025 Märkten waren geschlossen. Ausnahmen waren Märkte in Ungarn, in den Niederlanden, Portugal und Schweden, die allerdings Einschränkungen wie reduzierte Öffnungszeiten oder Zugangsbeschränkungen hinnehmen mussten. Nach mehreren Wochen der Schließung vereinbarte die Bundesregierung eine schrittweise Lockerung der

Umsatzmeldung Q3 2019/20

COVID-19-bezogenen Einkaufsbeschränkungen. Ab dem 22. April 2020 eröffneten viele Märkte in verschiedenen deutschen Bundesländern wieder und beschränkten sich auf kleinere, klar abgetrennte Verkaufsflächen von höchstens 800 m². Die wieder eröffneten Märkte erfüllten alle erforderlichen und empfohlenen Hygiene- und Sicherheitsstandards.

- **Der Umsatz wurde in den meisten Ländern durch die COVID-19-bezogenen Schließungen von Märkten erheblich beeinträchtigt.** Der um Währungseffekte und Portfolioveränderungen bereinigte Umsatz ging in diesem Monat im Vorjahresvergleich um rund 43% zurück.
- **Das starke Wachstum im Online-Geschäft konnte die Umsatzverluste durch die Schließungen teilweise abfedern.** Der Online-Umsatz stieg im Jahresvergleich um rund 209%, was auch durch die Fähigkeit zur Lieferung aus den Märkten ("Ship-from-store") unterstützt wurde. Der reine Online-Umsatz legte sogar um rund 300% im Vergleich zum Vorjahresniveau zu. Die Zahl der Erstkäufer in den Webshops von MediaMarkt und Saturn stieg konzernweit um 1 Million.

Mai: Wiedereröffnungsphase

- **Ab 13. Mai 2020 hat die überwiegende Mehrheit aller MediaMarkt- und Saturn-Märkte in ganz Europa** unter Einhaltung der vorgeschriebenen Hygiene- und Sicherheitsstandards **wiedereröffnet**. Das einzige Land, in dem Märkte geschlossen blieben, war die Türkei. In Deutschland konnten alle Märkte nach Aufhebung der Flächenbeschränkungen am 13. Mai 2020 wieder ihre gesamte Verkaufsfläche nutzen. In Spanien wurden ab dem 11. Mai 2020 alle Geschäfte mit weitreichenden Einschränkungen wiedereröffnet, darunter ein genereller Ausschluss von Weißer Ware und Unterhaltungsartikeln vom Verkauf im stationären Handel.
- **Positive Umsatzentwicklung** trotz anhaltender COVID-19-induzierter Schließungen noch zu Monatsbeginn: Der Umsatz stieg im Mai währungs- und portfoliobereinigt um rund +3% im Vergleich zum Vorjahresmonat. Insbesondere die DACH-Länder und Italien entwickelten sich sehr gut, darüber hinaus setzten die Niederlande und Schweden den positiven Umsatztrend fort.
- **Der Rückgang der stationären Frequenz** wurde durch höhere Durchschnittsbons und Konversionsraten **mehr als ausgeglichen**.
- Die **starke Verlagerung der Nachfrage in die Online-Vertriebskanäle** setzte sich in allen Ländern mit einem Anstieg der Online-Verkäufe um ca. 133% im Vergleich zum Vorjahresmonat fort. Hierzu trug die Stärke des Omni-Channel-Modells von CECONOMY wesentlich bei. In allen Ländern einschließlich jener ohne Store-Schließungen nahm die Zahl der Online-Visits zu, während die Pick-up-Quote immer noch deutlich unter dem

Umsatzmeldung Q3 2019/20

Vorjahresniveau lag. Das Online-Wachstum wurde weiterhin durch die "Ship-from-store"-Fähigkeiten unterstützt.

Juni: Erholungsphase

- **Seit 1. Juni 2020 sind auch alle Märkte in der Türkei wieder geöffnet**, so dass inzwischen alle MediaMarkt- und Saturn-Märkte in allen Ländern Europas wieder für Kunden geöffnet haben. In vielen Fällen gelten noch eingeschränkte Öffnungszeiten und Kapazitätsbeschränkungen. So war der Marktbetrieb in Spanien in der ersten Juniwoche noch von diversen Einschränkungen geprägt.
- **Das zweistellige Umsatzwachstum wurde durch die Entwicklung in allen Ländern unterstützt.** Währungs- und portfoliobereinigt beschleunigte sich das Umsatzwachstum auf rund 12% gegenüber dem Vorjahresmonat, vor allem aufgrund von Nachholeffekten und der Erholung der Umsätze im stationären Handel. In den DACH-Ländern setzte sich der starke Trend vom Mai fort, während Spanien und die Türkei im Juni eine deutliche Umsatzerholung verzeichneten. Der Umsatz im Bereich Services & Solutions erholte sich und erreichte fast das Vorjahresniveau.
- **Die Frequenz in den Stores erholte sich mit einem Aufwärtstrend im Juni**, war jedoch im Vergleich zum Vorjahr immer noch rückläufig. Durchschnittsbons und Konversionsraten lagen weiterhin über Vorjahr und glichen die geringere Frequenz aus.
- **Die Online-Umsätze blieben trotz vollständig wiedereröffneter Geschäfte auf hohem Niveau.** Die Online-Umsätze legten im Vergleich zum Vorjahresmonat um rund 97% zu, getrieben durch mehr Visits und höhere Durchschnittsbons. Die Pick-up-Quote verbesserte sich, lag aber immer noch unter dem Vorjahreswert.
- **Die Liquiditätssituation spiegelt die positive Umsatzentwicklung im Juni wider.** Per Ende Juni waren aus den verfügbaren Kreditlinien insgesamt rund 150 Mio. Euro zu Dispositionszwecken in Anspruch genommen worden. Die zusätzliche syndizierte Kreditlinie, die Mitte Mai unter Beteiligung der KfW abgeschlossen wurde, wurde bisher zu keinem Zeitpunkt in Anspruch genommen.

Weitere Entwicklungen

- Als Teil des Konjunkturpakets der Bundesregierung wurde am 1. Juli 2020 **eine vorübergehende Mehrwertsteuersenkung** eingeführt, die bis zum 31. Dezember dieses Jahres in Kraft bleiben wird. MediaMarkt und Saturn geben die Mehrwertsteuersenkung in vollem Umfang an ihre Kunden weiter.

Umsatzmeldung Q3 2019/20

- In Österreich wird mit Wirkung zum 1. Oktober 2020 ein **Rebranding der Saturn-Märkte** umgesetzt, um sich ausschließlich auf die in Österreich bekanntere und präsentere Marke MediaMarkt zu konzentrieren. In Deutschland wird MediaMarktSaturn seine erfolgreiche Zwei-Marken-Strategie weiter verfolgen.
- **CECONOMY bewertet die Situation im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie ständig neu** und treibt darüber hinaus die weitere Präzisierung und Umsetzung ihrer strategischen Initiativen und Zentralisierungsmaßnahmen voran.

Neue Prognose für das Geschäftsjahr 2019/20

- Auf Basis der vorläufigen Geschäftsentwicklung der ersten neun Monate sowie aktuellen Erkenntnissen kann CECONOMY die wichtigsten Kennzahlen für das Geschäftsjahr 2019/20 nun weiter präzisieren. Dies steht unter der Annahme, dass es in den verbleibenden Monaten des Geschäftsjahres keine weiteren durch COVID-19 verursachten Restriktionen geben wird, die den Geschäftsverlauf beeinflussen.
- Der positive Umsatztrend aus dem Juni hat sich im Juli bislang fortgesetzt. Allerdings wird angesichts eines möglichen Auslaufens von Nachholeffekten und den bestehenden gesamtwirtschaftlichen Unsicherheiten davon ausgegangen, dass sich die Umsatzdynamik im Laufe des vierten Quartals eher abschwächt. Das Unternehmen erwartet ferner, dass es im vierten Quartal zu nachlaufenden Auswirkungen von COVID-19 auf Lieferantenkonditionen sowie zu einer teilweisen Reduzierung von Bestandsüberhängen aus der Schließungsphase kommen wird.
- Der Ausblick ist um Portfolio-Veränderungen bereinigt. Einmalige Ertragseffekte im Zusammenhang mit dem am 29. April 2019 angekündigten Reorganisations- und Effizienzprogramm sind nicht enthalten.

	GJ 2019/20 inkl. IFRS 16	davon Effekt aus IFRS 16
Währungsbereinigter Umsatz	Leichter Rückgang	
Bereinigtes EBIT	165 – 185 Mio. Euro	5 – 15 Mio. Euro

Alle hier veröffentlichten Kennzahlen und Erläuterungen sind vorläufig und ungeprüft. Der vollständige Finanzbericht für Q3/9M 2019/20 wird am 13. August 2020 um 07:00 Uhr MESZ veröffentlicht.

Umsatzmeldung Q3 2019/20

ANHANG

Vorläufige Umsatzentwicklung

	Umsatz (Mio. Euro)		Veränderung	Währungseffekte	Währungs- und portfolio- bereinigter Umsatz	Umsatz flächenbereinigt (in lokaler Währung)
	Q3 2018/19	Q3 2019/20	Q3 2019/20	Q3 2019/20	Q3 2019/20	Q3 2019/20
Gesamt	4.565	4.107	-10,0%	-0,8%	-8,4%	-7,6%
DACH	2.662	2.468	-7,3%	0,0%	-7,3%	-6,6%
West- und Südeuropa	1.452	1.270	-12,5%	0,0%	-9,9%	-9,7%
Osteuropa	343	271	-21,1%	-10,0%	-11,1%	-11,8%
Sonstige	108	98	-9,1%	0,2%	-9,3%	13,3%

	Umsatz (Mio. Euro)		Veränderung	Währungseffekte	Währungs- und portfolio- bereinigter Umsatz	Umsatz flächenbereinigt (in lokaler Währung)
	9M 2018/19	9M 2019/20	9M 2019/20	9M 2019/20	9M 2019/20	9M 2019/20
Total	16.459	15.559	-5,5%	-0,3%	-4,6%	-4,2%
DACH	9.674	9.300	-3,9%	0,1%	-3,9%	-3,4%
West- und Südeuropa	5.192	4.751	-8,5%	0,0%	-6,6%	-7,0%
Osteuropa	1.193	1.155	-3,2%	-4,1%	1,0%	-0,9%
Sonstige	400	353	-11,6%	-1,5%	-10,1%	5,8%

Anzahl der Märkte

	31.03.2020	Neueröffnungen	Schließungen	30.06.2020
Deutschland	428	-	2	426
Österreich	52	-	-	52
Schweiz	26	-	-	26
Ungarn	32	-	-	32
DACH	538	-	2	536
Belgien	27	-	-	27
Italien	116	1	-	117
Luxemburg	2	-	-	2
Niederlande	50	-	-	50
Portugal	10	-	-	10
Spanien	88	-	-	88
West- und Südeuropa	293	1	-	294
Polen	88	-	-	88
Türkei	78	-	-	78
Osteuropa	166	-	-	166
Schweden	28	-	-	28
Sonstige	28	-	-	28
CECONOMY	1.025	1	2	1.024

Umsatzmeldung Q3 2019/20

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG vereinfacht das Leben in der digitalen Welt. Die Gesellschaft ist führend für Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics in Europa. Die Unternehmen im CECONOMY-Portfolio haben Milliarden Verbraucherkontakte pro Jahr und bieten Produkte, Dienstleistungen und Lösungen, die das Leben in der digitalen Welt so einfach und angenehm wie möglich machen. So schaffen sie Mehrwert für Kunden ebenso wie für Investoren.

Kontakt

CECONOMY AG
Kaistr. 3
40221 Düsseldorf, Germany

Medien

Dr. Lutz Golsch
Telefon +49 (0) 173 6517710
E-Mail lutz.golsch@ceconomy.de
Website <https://www.ceconomy.de/en/press/>

Investor Relations

Telefon +49 (0) 211-5408-7222
E-Mail IR@ceconomy.de
Website <https://www.ceconomy.de/en/investor-relations/>

Disclaimer

Diese Umsatzmeldung enthält vorläufige, nicht testierte Zahlen. Soweit Aussagen in dieser Meldung sich nicht auf vergangene oder gegenwärtige Fakten beziehen, stellen sie zukunftsgerichtete Aussagen dar. Alle vorläufigen, nicht testierten Zahlen und zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf gewissen Schätzungen, Erwartungen und Annahmen zur Zeit der Veröffentlichung dieses Dokuments und es kann keine Gewissheit geben, dass diese Schätzungen, Erwartungen und Annahmen richtig sind oder sich als richtig erweisen. Zudem unterliegen die vorläufigen Zahlen und 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 diesem Dokument dargestellt oder angedeutet werden, abweichen. Daher wird keine ausdrückliche oder implizite Gewähr oder Garantie (weder ausdrücklich noch stillschweigend) dafür übernommen, dass die Informationen in diesem Dokument einschließlich der zugrundeliegenden Schätzungen, Erwartungen und Annahmen, korrekt oder vollständig sind. Die Leser sind angehalten, sich nicht unangemessen auf diese vorläufigen, nicht testierten Zahlen oder zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen.

CECONOMY übernimmt keinerlei Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieses Dokuments anzupassen. Dieses Dokument dient ausschließlich Informationszwecken, es stellt keinen Prospekt oder ein ähnliches Dokument dar und darf nicht als Anlageberatung verstanden werden. Es ist nicht als Verkaufsangebot oder als Aufforderung zu einem Angebot zum Kauf oder zur Zeichnung von irgendwelchen Wertpapieren nach irgendeiner Rechtsordnung bestimmt. Weder dieses Dokument, noch etwas darin Enthaltene, soll die Grundlage für irgendeine Verpflichtung oder Vertrag darstellen oder mit einem solchen in

Umsatzmeldung Q3 2019/20

Verbindung gebracht werden. Die CECONOMY AG übernimmt keine Gewähr oder Garantie und auch keine Haftung, weder ausdrücklich noch implizit, für die Genauigkeit, Richtigkeit oder Vollständigkeit der in diesem Dokument enthaltenen Informationen. Dieses Dokument enthält bestimmte ergänzende finanzielle oder operative Kennzahlen, die nicht in Übereinstimmung mit IFRS berechnet wurden und daher als Non-IFRS-Kennzahlen betrachtet werden. Wir sind davon überzeugt, dass diese Non-IFRS-Kennzahlen das Verständnis für unser Geschäft, die Geschäftsergebnisse, die Finanzlage oder die Cash Flows verbessern, wenn sie zusammen mit (aber nicht anstelle von) anderen Kennzahlen verwendet werden, die in Übereinstimmung mit IFRS ermittelt werden. Mit der Verwendung von Non-IFRS-Kennzahlen sind allerdings wesentliche Einschränkungen verbunden, einschließlich (und ohne Begrenzung) der Einschränkungen, die in der Bestimmung entsprechender Anpassungen begründet sind. Die von uns verwendeten Non-IFRS-Kennzahlen können sich von ähnlich bezeichneten Kennzahlen, die von anderen Unternehmen verwendet werden, unterscheiden und nicht mit diesen vergleichbar sein. Detaillierte Informationen zu diesem Thema finden Sie auf den Seiten 53 – 56 des Geschäftsberichts 2018/2019 der CECONOMY. Alle Beträge sind in Millionen Euro (Mio. €) angegeben, es sei denn, etwas anderes ist angegeben. Beträge unter 0,5 Mio. € werden auf 0 gerundet und ausgewiesen. Es können Rundungsunterschiede auftreten.