

PRESSEMITTEILUNG

CECONOMY AG erreicht Ziele im Geschäftsjahr 2016/17 und plant weiteres Wachstum

- // Umsatz 2016/17 im Vergleich zum Vorjahr um 1,3 Prozent auf 22,2 Mrd. Euro gestiegen, vor allem durch Wachstum im Online/Mobile- und Services-Geschäft
- // EBIT vor Sonderfaktoren um rund 6 Mio. Euro auf 471 Mio. Euro erhöht
- // Dividendenvorschlag von 0,26 Euro je Stammaktie
- // Klare Wachstumsziele für Umsatz, EBITDA und EBIT im Geschäftsjahr 2017/18
- // CEO Pieter Haas: „CECONOMY ist mit Abstand die Nummer Eins in der europäischen CE-Branche und hat diese Position im vergangenen Jahr weiter ausgebaut. Wir sind bereit für die Zukunft und hervorragend aufgestellt, um die Chancen des fundamentalen Wandels der CE-Branche für uns zu nutzen.“

Düsseldorf, 19. Dezember 2017 – Die CECONOMY AG hat im Geschäftsjahr 2016/17 (zum 30. September 2017) ihre Ziele erreicht und plant für 2017/18 weiteres Wachstum. Im Geschäftsjahr 2017/18 strebt CECONOMY ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes sowie Steigerungen bei EBITDA und EBIT im mindestens mittleren einstelligen Prozentbereich an. Das Unternehmen erzielte zudem gute Fortschritte bei der Umsetzung der strategischen Agenda. So konnte CECONOMY auch im ersten Jahr der Selbstständigkeit ihre Position als führende Consumer-Electronics-Plattform in Europa weiter stärken. Angesichts der guten Entwicklung will CECONOMY der Hauptversammlung eine Dividende von 0,26 Euro je Stammaktie vorschlagen; dies entspricht einer Ausschüttungsquote des Ergebnisses je Aktie von 45 Prozent.

„Wir halten, was wir versprechen, und liefern, was wir angekündigt haben“, sagte Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender der CECONOMY AG. „Unser Ansatz, alle Kanäle – also Online, Mobile, Märkte und Zuhause – intelligent zu verknüpfen, ist und bleibt die richtige Antwort auf die Veränderungen im Kundenverhalten und im Einzelhandel. Dazu gehört auch unser Fokus auf Dienstleistung und damit auf Lösungen anstatt nur auf Produkte. CECONOMY ist mit Abstand die Nummer Eins in der europäischen CE-Branche und hat diese Position im vergangenen Jahr

PRESSEMITTEILUNG

weiter ausgebaut. Wir sind bereit für die Zukunft und hervorragend aufgestellt, um die Chancen des fundamentalen Wandels der CE-Branche für uns zu nutzen.“

Gesamtumsatz und flächenbereinigter Umsatz gestiegen

Im Geschäftsjahr 2016/17 steigerte CECONOMY ihren **Gesamtumsatz** um 1,3 Prozent auf 22,2 Mrd. Euro (Vorjahr: 21,9 Mrd. Euro). Flächenbereinigt ergab sich sogar ein Anstieg um 1,9 Prozent. Besonders stark gewachsen ist CECONOMY in Deutschland, Spanien und der Türkei. Die Onlineumsätze des Unternehmens stiegen im Jahresvergleich um 23 Prozent (plus 40 Prozent ohne Pure Player; insbesondere redcoon). Damit entfielen im abgelaufenen Geschäftsjahr bereits 10,9 Prozent des Umsatzes auf **Online/Mobile**.

Auch die Umsätze im Bereich **Services & Solutions** entwickelten sich weiter positiv. Sie lagen im Geschäftsjahr mit 1,4 Mrd. Euro um rund 6 Prozent über dem Vorjahreswert und somit bei 6,2 Prozent des Gesamtumsatzes. Unterstützt wurde dies durch den Ausbau der „SmartBars“, die in mittlerweile 642 Märkten Reparaturservices und weitere Dienstleistungen anbieten. Starkes Wachstum verzeichneten zudem Mobilfunkverträge und Finanzierungsangebote. Im vierten Quartal 2016/17 erzielte CECONOMY beim Gesamtumsatz ein Plus von 4,6 Prozent auf 5,3 Mrd. Euro.

Umsatzentwicklung im Konzern¹

Mio. €	Q4 2015/16	Q4 2016/17	GJ 2015/16	GJ 2016/17
Gesamtumsatz	5.032	5.264	21.870	22.155
<i>Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %</i>	<i>-1,0 %</i>	<i>4,6 %</i>	<i>0,6 %</i>	<i>1,3 %</i>
Online generierter Umsatz (in % des Gesamtumsatzes)	9,3 %	10,7 %	8,9 %	10,9 %
Umsatz mit Services & Solutions (in % des Gesamtumsatzes)	6,8 %	7,5 %	6,0 %	6,2 %

¹ Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten, das heißt CECONOMY.

Wachstum in allen Regionen

Getrieben durch die positive Entwicklung in Deutschland stieg der Umsatz in der Region **DACH** im Geschäftsjahr 2016/17 um 2,5 Prozent auf 12,7 Mrd. Euro.

PRESSEMITTEILUNG

In **West- & Südeuropa** stiegen die Erlöse um 1,6 Prozent auf 6,7 Mrd. Euro. Hierzu trugen insbesondere Spanien und die Niederlande bei. In Italien wurde der Umsatzrückgang der ersten neun Monate im vierten Quartal gestoppt und sogar umgekehrt.

Osteuropa verzeichnete einen Umsatzanstieg in Höhe von 2,0 Prozent auf 2,2 Mrd. Euro. In der Türkei ist die Nachfrage nach Consumer Electronics weiterhin stark. Unter anderem durch die kontinuierliche Optimierung der Sortiments- und Preisstrategie konnte der Marktanteil deutlich verbessert werden. So wurde auch die weiterhin rückläufige Entwicklung in Russland überkompensiert.

Umsatzentwicklung im Konzern nach Regionen¹

Mio. €	Q4 2015/16	Q4 2016/17	GJ 2015/16	GJ 2016/17
Gesamtumsatz	5.032	5.264	21.870	22.155
DACH	2.768	2.968	12.358	12.662
West- & Südeuropa	1.541	1.639	6.609	6.714
Osteuropa	532	517	2.181	2.226
Sonstige	191	141	722	553

¹ Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten, das heißt CECONOMY.

EBIT* wie geplant leicht über Vorjahr

Operativ konnte CECONOMY die Profitabilität deutlich verbessern. Dazu hat insbesondere die Erhöhung der Bruttomarge um 0,2 Prozentpunkte auf 20,6 Prozent beigetragen. Das Ergebnis war jedoch von zusätzlichen Aufwendungen für den Aufbau der CECONOMY Holding geprägt. Im Vorjahresergebnis waren zudem höhere Erträge aus der Ablösung von Pensionsverpflichtungen enthalten. Vor diesem Hintergrund reduzierte sich das **EBITDA** leicht auf 704 Mio. Euro (Vorjahr: 719 Mio. Euro). Gleichzeitig waren die außerplanmäßigen Abschreibungen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um rund 20 Mio. Euro niedriger. Das **EBIT** lag daher mit 471 Mio. Euro wie erwartet leicht über dem Vorjahresniveau von 466 Mio. Euro. Insbesondere aufgrund der niedrigeren Steuerquote ist das **Ergebnis je Aktie** mit 0,58 Euro deutlich um 0,11 Euro gestiegen. Das **Net Working Capital** verbesserte sich um 52 Mio. Euro.

*Alle Angaben zu EBITDA, EBIT und Ergebnis je Aktie (EPS) im Geschäftsjahr 2016/17 jeweils vor Sonderfaktoren; Bruttomarge und Bruttoergebnis wie berichtet.

PRESSEMITTEILUNG

Im vierten Quartal des Geschäftsjahres konnte CECONOMY die Profitabilität nochmals deutlich steigern. Das EBIT erhöhte sich um 37 Mio. Euro auf 244 Mio. Euro. Hierzu trugen neben einer gestiegenen Bruttomarge unter anderem die deutlich verbesserte Ergebnissituation in Deutschland sowie die gute Entwicklung in Osteuropa bei. Auch die Niederlande erzielten im vierten Quartal Fortschritte bei der Profitabilität dank Umsatz- und Margenverbesserungen.

Ergebnisentwicklung im Konzern^{1, 2}

	vor Sonderfaktoren		vor Sonderfaktoren	
Mio. €	Q4 2015/16	Q4 2016/17	GJ 2015/16	GJ 2016/17
Bruttoergebnis	1.096	1.190	4.472	4.561
<i>Bruttomarge in %</i>	<i>21,8 %</i>	<i>22,6 %</i>	<i>20,4 %</i>	<i>20,6 %</i>
EBITDA	288	302	719	704
<i>EBITDA-Marge in %</i>	<i>5,7 %</i>	<i>5,7 %</i>	<i>3,3 %</i>	<i>3,2 %</i>
EBIT	207	244	466	471
<i>EBIT-Marge in %</i>	<i>4,1 %</i>	<i>4,6 %</i>	<i>2,1 %</i>	<i>2,1 %</i>
EPS (in €)	0,16	0,36	0,47	0,58

¹ Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten, das heißt CECONOMY. ² Alle Zahlen vor Sonderfaktoren außer Bruttoergebnis.

Umsetzung der strategischen Agenda voll auf Kurs

Im vergangenen Geschäftsjahr hat CECONOMY die Umsetzung ihrer Strategie auf Basis der definierten **Werttreiber** weiter vorangetrieben: „Unser Ziel ist es, unseren Kunden das Leben in der digitalen Welt so einfach und angenehm wie möglich zu machen. Wir bieten Lösungen anstatt nur Produkte. So sind wir Partner und täglicher Begleiter unserer Kunden“, sagte CEO Pieter Haas.

Der Erfolg des Multichannel-Ansatzes, also der richtigen und nahtlosen Integration der Kanäle **Online, Mobile, Märkte** und **Zuhause**, zeigt sich unter anderem in der Attraktivität der Pick-up-Option. Nahezu jeder zweite Kunde holt seine online bestellten Waren im Markt ab. Die Zahl der online verfügbaren Artikel betrug per Ende September rund 350.000 und wurde damit nochmals deutlich gesteigert (Vorjahr: rund 280.000).

CECONOMY hat im vergangenen Geschäftsjahr das Angebot der Deutschen Technikberatung bereits in mehr als 200 Märkte in Deutschland integriert und so weitere Fortschritte beim Ausbau der Dienstleistungen (**Services & Solutions**) erzielt.

PRESSEMITTEILUNG

In zahlreichen anderen Märkten wie den Niederlanden, Spanien und Belgien wurden ähnliche Konzepte vorangetrieben.

Weiterer wesentlicher Bestandteil der Strategie von CECONOMY ist es, die beiden Kundenprogramme MediaMarkt Club und Saturn Card auszubauen (**Customer Relationship Management**). Allein in Deutschland konnte der MediaMarkt Club seine Mitgliederzahl binnen zwölf Monaten um rund 2,0 Mio. auf insgesamt 3,2 Mio. Mitglieder zum 30. September 2017 steigern. Die erst kürzlich eingeführte Saturn Card zählte zum Geschäftsjahresende bereits rund 600.000 Mitglieder. Europaweit kam CECONOMY zum Ende des Berichtsjahres auf über 14,5 Mio. Mitglieder in Kundenprogrammen.

Zum Ende des Geschäftsjahres lag die Zahl der Stores bei 1.053. Im Rahmen des Strategiemoduls „**selektive Expansion**“ wurden zehn Märkte geschlossen und 40 neu eröffnet. Bei neun davon handelt es sich um innovative Shop-in-Shop-Konzepte mit strategischen Partnern wie Tesco oder METRO Cash & Carry. Für das Geschäftsjahr 2017/18 plant CECONOMY eine niedrige bis mittlere zweistellige Zahl von Store-Neuzugängen (ohne Shop-in-Shop-Formate und bereinigt um Schließungen).

Auch die Optimierung des **Portfolios** wurde konsequent fortgesetzt. Die eingeleiteten Maßnahmen tragen dabei zunehmend Früchte. So hat die Türkei auf operativer Ebene (EBIT) 2016/17 den Turnaround erreicht. Zudem wurde die Restrukturierung des Onlinehändlers redcoon erfolgreich abgeschlossen.

2017/18 weitere Erhöhung von Umsatz und Ergebnis geplant

Im neuen Geschäftsjahr 2017/18 wird CECONOMY ihre strategischen Ziele weiter wie geplant umsetzen. So soll unter anderem die Kundenerfahrung beim Einkauf im Markt, online, mobil und zu Hause weiter optimiert werden, die Kundenprogramme sollen bis zum Jahresende mehr als zwei Millionen neue Mitglieder erreichen. „SmartBars“ und „@home Services“ werden weiter ausgebaut. CECONOMY arbeitet zudem diszipliniert an der nachhaltigen Verbesserung der Profitabilität in Russland und Schweden. „Trotz der guten Entwicklung im abgelaufenen Geschäftsjahr gehen wir unsere Herausforderungen aktiv an und stellen uns weiter für eine erfolgreiche Zukunft auf“, sagte Mark Frese, Finanzvorstand der CECONOMY AG. „Wir haben

PRESSEMITTEILUNG

uns für das laufende Geschäftsjahr 2017/18 erneut ambitionierte Ziele gesteckt, und wir werden alles daransetzen, sie in einem herausfordernden Marktumfeld zu erreichen.“

CECONOMY erwartet für das Geschäftsjahr 2017/18 ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes im Vergleich zum Vorjahr. Hierzu wird insbesondere die Region West- und Südeuropa beitragen. Korrespondierend geht das Unternehmen von einer leichten Verbesserung des Net Working Capital aus. Sowohl beim EBITDA als auch beim EBIT erwartet CECONOMY ohne Berücksichtigung der Ergebnisbeiträge aus der Beteiligung an Fnac Darty S.A. eine Steigerung mindestens im mittleren einstelligen Prozentbereich. Hierzu wird insbesondere die Region West- & Südeuropa beitragen.

Die jeweiligen Vergleichsgrößen im Geschäftsjahr 2016/17 sind um Sonderfaktoren bereinigt, zudem gilt die Prognose wechselkursbereinigt und vor Portfolioveränderungen. Zusätzlich wird im EBITDA und im EBIT 2017/18 unser Anteil des von Fnac Darty S.A. erwirtschafteten Periodenergebnisses enthalten sein.

Über CECONOMY

Die CECONOMY AG ist die führende Plattform für Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics in Europa. Diese Marktposition von CECONOMY basiert insbesondere auf den starken Marken MediaMarkt und Saturn. Mit über zwei Milliarden Kontakten pro Jahr sollen die Unternehmen der CECONOMY Verbrauchern Orientierung geben und ihnen Lösungen anbieten, um die Möglichkeiten innovativer Technologien bestmöglich zu nutzen. Hierzu will CECONOMY neue Konzepte und Geschäftsmodelle entwickeln, die entscheidenden Mehrwert für Verbraucher geben und neue wirtschaftliche Erfolgspotenziale für das Unternehmen und seine Aktionäre erschließen.

Webcast der Bilanzpressekonferenz

Die Bilanzpressekonferenz der CECONOMY AG findet am **19. Dezember 2017** von **11.00 Uhr – ca. 12.30 Uhr** statt. Sie wird unter www.ceconomy.de/de/presse/ als Webcast übertragen.

Den Online-Geschäftsbericht sowie weitere Informationen finden Sie unter www.ceconomy.de.

Pressekontakte

Andrea Koepfer
+49 (151) 1511 5314

andrea.koepfer@ceconomy.de

Simone Fuchs
+49 (151) 1511 4790

simone.fuchs@ceconomy.de