

CECONOMY

Bilanzpressekonferenz Geschäftsjahr 2016/17

Düsseldorf, 19. Dezember 2017



DISCLAIMER

Dieser Disclaimer gilt in jeder Hinsicht für die gesamte Präsentation (einschließlich aller Folien dieses Dokuments), die mündliche Präsentation der Folien durch Vertreter der CECONOMY AG, Frage- und Antwortrunden, die auf die mündliche Präsentation folgen, Ausdrucke der Folien sowie zusätzliche Materialien, die anlässlich oder im Zusammenhang mit dieser Präsentation verteilt werden. Mit der Teilnahme an dem Meeting (bzw. der Telefon- oder Videokonferenz), bei dem/der die Präsentation gezeigt wird oder durch Lesen der schriftlichen Materialien, die Bestandteil der Präsentation sind, nehmen Sie (I) sämtliche der folgenden Beschränkungen und Verpflichtungen zur Kenntnis und stimmen diesen zu und erkennen Sie (II) an und bestätigen Sie, dass Sie die rechtlichen und regulatorischen Sanktionen für Missbrauch, Offenlegung oder unsachgemäße Verbreitung dieser Präsentation verstanden haben. Soweit Aussagen in dieser Präsentation sich nicht auf vergangene oder gegenwärtige Fakten beziehen, stellen sie zukunftsgerichtete Aussagen dar. Alle diese zukunftsgerichteten Aussagen basieren auf gewissen Schätzungen, Erwartungen und Annahmen zur Zeit der Veröffentlichung dieser Präsentation und es kann keine Gewissheit geben, dass diese Schätzungen, Erwartungen und Annahmen richtig sind oder sich als richtig erweisen. Zudem unterliegen die zukunftsgerichteten Aussagen Risiken und Ungewissheiten. Dazu gehören unter anderem zukünftige Markt- und Wirtschaftsbedingungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, Investitionen in innovative Vertriebsformate, der Ausbau von Online- und Multichannel-Vertriebsaktivitäten, die Integration erworbener Unternehmen und die Erreichung erwarteter Kosteneinsparungen und Produktivitätssteigerungen sowie Maßnahmen von öffentlichen Behörden und anderen Dritten, von denen sich viele unserem Einfluss entziehen.

Dies kann bewirken, dass die tatsächlichen Ergebnisse, die Performance oder die Finanzlage wesentlich von zukünftigen Ergebnissen, der Performance oder der Finanzlage, die in dieser Präsentation dargestellt oder angedeutet werden, abweichen. Daher wird keine ausdrückliche oder implizite Gewähr oder Garantie (weder ausdrücklich noch stillschweigend) dafür übernommen, dass diese zukunftsgerichteten Aussagen einschließlich der zugrundeliegenden Schätzungen, Erwartungen und Annahmen, korrekt oder vollständig sind. Die Leser sind angehalten, sich nicht unangemessen auf diese zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen. Informationen zu Risiken zum Zeitpunkt des Geschäftsberichts finden Sie auch im "Risiko- und Chancenbericht" im letzten Geschäftsbericht der CECONOMY. Wir übernehmen keinerlei Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Entwicklungen nach dem Datum dieser Präsentation anzupassen.

Diese Präsentation dient ausschließlich Informationszwecken, sie stellt keinen Prospekt oder ein ähnliches Dokument dar und darf nicht als Anlageberatung verstanden werden. Sie ist nicht als Verkaufsangebot oder als Aufforderung zu einem Angebot zum Kauf oder zur Zeichnung von irgendwelchen Wertpapieren nach irgendeiner Rechtsordnung bestimmt. Weder diese Präsentation, noch etwas darin Enthaltenes, soll die Grundlage für irgendeine Verpflichtung oder Vertrag darstellen oder mit einem solchen in Verbindung gebracht werden. CECONOMY AG übernimmt keinerlei Haftung für Ansprüche, die auf die Vervielfältigung, Verbreitung oder Veröffentlichung der Präsentation (ganz oder auszugsweise) zurückzuführen sind. Dritte, deren Daten in der Präsentation zitiert sind, sind weder registrierte Broker, noch Finanzberater und der erlaubte Gebrauch von Daten stellt keinen finanziellen Rat oder Empfehlung dar. Historische Finanzinformationen, die in dieser Präsentation enthalten sind, basieren größtenteils auf konsolidierten, vorläufigen Finanzdarstellungen für den jeweiligen Zeitraum oder sind aus diesen abgeleitet.

Die Finanzinformationen über die Geschäftsaktivität der MediaMarktSaturn Retail Group basieren insbesondere auf der Segmentberichterstattung, die in diesen Abschlüssen enthalten sind,

oder sind von diesen abgeleitet. Diese Finanzinformationen deuten nicht notwendigerweise allein auf die operativen Ergebnisse, die Finanzlage und/oder den Cash Flow der Geschäftsaktivität der CECONOMY hin, weder in der Vergangenheit noch in der Zukunft, und können insbesondere von vergangenen Finanzinformationen, die auf den entsprechenden kombinierten Abschlüssen hinsichtlich der Geschäftsaktivität der CECONOMY basieren, abweichen. Aufgrund der vorstehend aufgeführten Ungewissheiten werden (potenzielle) Anleger darauf hingewiesen, sich nicht unangemessen auf solche Informationen zu verlassen. Die CECONOMY AG übernimmt keine Gewähr oder Garantie und auch keine Haftung, weder ausdrücklich noch implizit, für die Genauigkeit, Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Präsentation enthaltenen Informationen.

Diese Präsentation enthält bestimmte ergänzende finanzielle oder operative Kennzahlen, die nicht in Übereinstimmung mit IFRS berechnet wurden und daher als Non-IFRS-Kennzahlen betrachtet werden. Wir sind davon überzeugt, dass diese Non-IFRS-Kennzahlen das Verständnis für unser Geschäft, die Geschäftsergebnisse, die Finanzlage oder die Cash Flows verbessern, wenn sie zusammen mit (aber nicht anstelle von) anderen Kennzahlen verwendet werden, die in Übereinstimmung mit IFRS ermittelt werden. Mit der Verwendung von Non-IFRS-Kennzahlen sind allerdings wesentliche Einschränkungen verbunden, einschließlich (und ohne Begrenzung) der Einschränkungen die in der Bestimmung entsprechender Anpassungen begründet sind. Die von uns verwendeten Non-IFRS-Kennzahlen können sich von ähnlich bezeichneten Kennzahlen, die von anderen Unternehmen verwendet werden, unterscheiden und nicht mit diesen vergleichbar sein.

Detaillierte Informationen zu diesem Thema finden Sie auf den Seiten 49 - 52 des Geschäftsberichts 2016/2017 der CECONOMY. Sofern nicht anders angegeben, verstehen sich alle aufgezeigten Werte vor Sonderfaktoren. Alle Beträge sind in Million Euro(€ Million) angegeben, es sei denn etwas anderes ist angegeben. Beträge unter 0,5 Mio. € werden auf 0 gerundet und ausgewiesen. Es können Rundungsunterschiede auftreten.

Überblick



01

Highlights

02

Strategie

03

Entwicklung

04

Ausblick

01

Highlights

Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender



Unabhängig und bereit für die Zukunft

CECONOMY hat im Geschäftsjahr 2016/17 alle Ziele erreicht

	GJ 2015/16	Prognose (wechselkursbereinigt)	Erreicht
Mio. €			
Gesamtumsatz	+0,6%	Leichter Anstieg	✓
Flächenbereinigter Umsatz	+0,1%	Leichter Anstieg	✓
EBIT vor Sonderfaktoren	466	Leichter Anstieg	✓
Investitionen ¹	406	300-350	✓
Dividende	n.a.	45-55% des EPS ²	✓

¹ Ohne Beteiligung an Fnac Darty. ² Vor Sonderfaktoren.

Geschäftsjahr 2016/17: Highlights



CECONOMY mit Übernahme von ca.
24% Hauptanteilseigner von Fnac Darty



Turnaround in der Türkei erreicht und
Restrukturierung von redcoon
erfolgreich abgeschlossen



>6 Mio. Kundenkontakte täglich – mehr
als je zuvor; CRM-Programme
international mit >14,5 Mio. Mitgliedern



Online/Mobile Umsatz >2 Mrd. €



Serviceangebot mit SmartBars, RTS und
der Deutschen Technikberatung (DTB)
weiter ausgebaut



Shop-in-Shop-Formate in Belgien,
Ungarn und Russland eröffnet

Über alle Werttreiber hinweg wurden unsere Leistungen anerkannt und ausgezeichnet



Online, Mobile, Märkte

- // MediaMarkt.de – Deutschlands beste Onlinehändler
- // MediaMarkt – Deutschlands beste Händler



Services & Solutions

- // MAPIC Award für Exzellenz im Customer Service (Spanien)
- // Champions of Service (Italien)



Kundendaten/CRM

- // E-Mail-Award 2017: GOLD „Europas erstes verhaltensbasiertes Kundenprogramm in Echtzeit“ (Österreich)



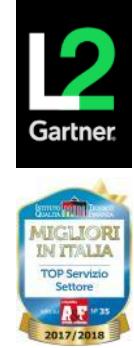
Digitales & Technologie-führerschaft

- // MediaMarkt Deutschland – „Nr. 3 im L2 Digital IQ Index Ranking: Handel Europa 2017“



Kulturelle Transformation

- // Top Arbeitgeber 2017 (Österreich)
- // HR Ambassador Award (Belgien)



Hinweis: Ausgewählte Awards im Geschäftsjahr 2016/17.

02

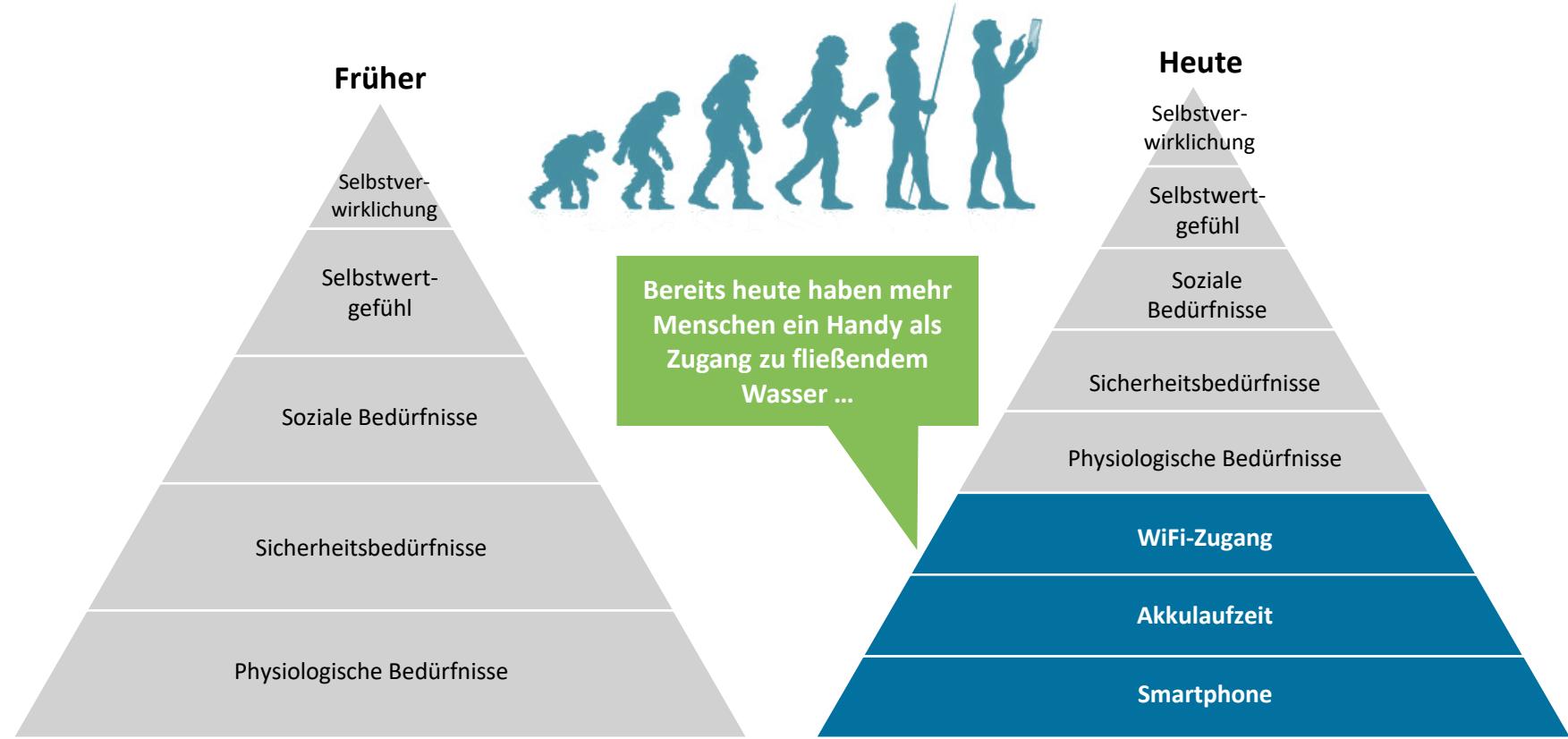
Strategie

Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender

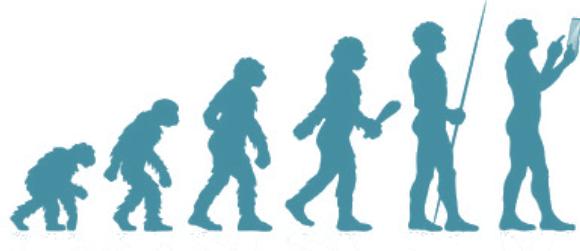
Die Digitalisierung hat den Markt für Consumer Electronics grundlegend verändert

#1	Transparenz		Kunden haben mehr Ressourcen und Macht als jemals zuvor
#2	Globalisierung		Intensiver internationaler Wettbewerb über eine Vielzahl von Kanälen hinweg
#3	Komplexität		Unbegrenzte Auswahl und verändertes Konsumentenverhalten
#4	Convenience		Steigende Kundenansprüche: schnell, konsistent, kanalübergreifend
#5	Technologien		Innovative neue Konzepte, Vertriebsformen und Flächenkonzepte machen Einkauf zum Erlebnis

Wir leben im Zeitalter des „Phono Sapiens“



Wir wissen, was der „Phono Sapiens“ braucht, damit seine digitale Welt funktioniert



Der Phono Sapiens hat einen Teil seines Gehirns in sein Smartphone ausgelagert.

Der Phono Sapiens kann bestimmte Dinge nicht leisten, wenn sein Smartphone nicht funktioniert.

Der Phono Sapiens muss und will immer „online“ sein.

Wir sind hervorragend aufgestellt, um die Chancen des Wandels der Consumer Electronics Branche zu nutzen

We empower life in the digital world

„We are everywhere“

Märkte
insgesamt
>1.000

Kundenkontakte
pro Tag
>6 Mio.

Mitarbeiter
europaweit
>65.000

Mitglieder in
Kunden-
programmen
>14,5 Mio.

„We are solutions“



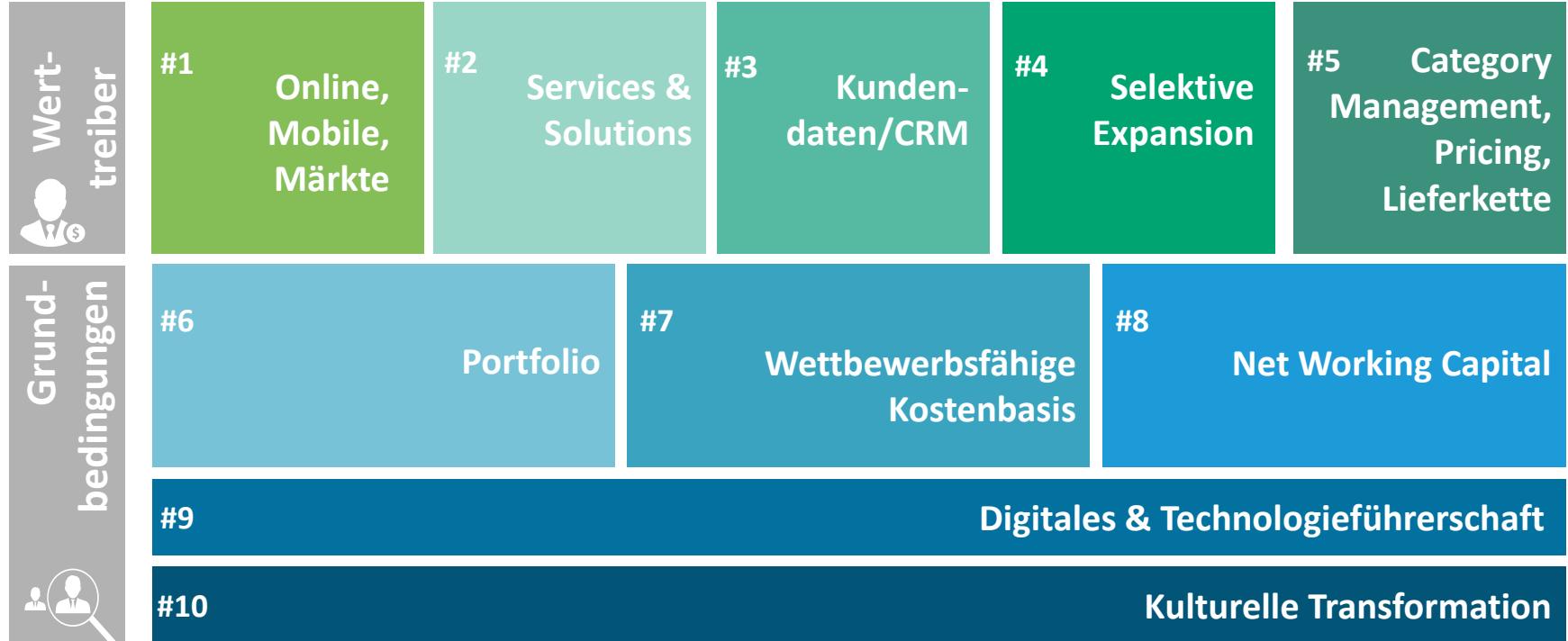
„We are digital“

Tägliche Besucher
unserer Websites
>3,6 Mio.



Geförderte
Start-Ups
10

Unsere Pläne zeigen deutliches Wertsteigerungspotenzial



We are everywhere: „Multichannel“ ist der Schlüssel zum Erfolg



We are solutions: Produkte und Services

Services & Solutions

Vor/beim Produktkauf



- Finanzierung
- Versicherungen
- Garantieverlängerung
- Vorinstallierte Software
- Beratung zu Hause

Aufbau und Gebrauch



- Personalisierte Produkte
- Kundenberatung und -training
- Individuelle Lieferlösungen
- Aufbau und Installation
- Digitale Inhalte

Reparatur



- Erneuerung
- Reparatur innerhalb und außerhalb der Garantiezeit
- Inzahlungnahme
- Aufbereitung & Recycling

Dienstleistungen Dritter als Zugaben zu Produkten

- Energieverträge
- Verträge für TV, Mobilfunk und Festnetz
- Digitale Inhalte

We are digital: Technologie als „Enabler“

Verbesserung der Kundenerfahrung



Prozessoptimierung (Einkauf, Lieferkette, Sortiment)



Bessere Warenverfügbarkeit



Niedrigere Bestände

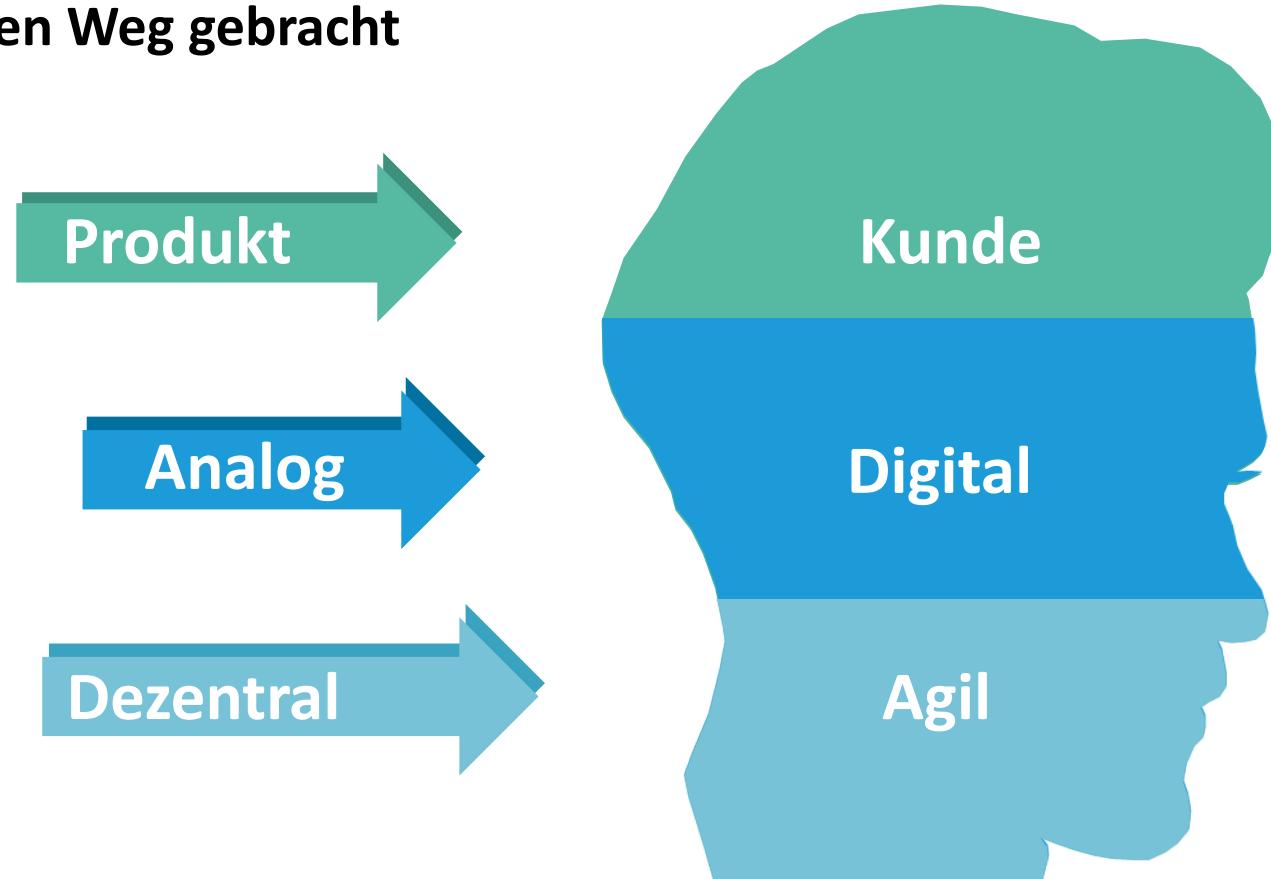


Optimierte Preisstrategie über alle
Produktlebenszyklen hinweg



Automatisiertes Pricing

Wir haben den kulturellen Wandel auf den Weg gebracht





Kein digitaler Händler,
sondern ein Händler für die digitale Welt!

Wir haben klare Ziele definiert

Wesentliche Kennzahlen¹

GJ 2015/16

Mittelfristambitionen

Umsatz ¹	22 Mrd. €		>3% Durchschnittliche Wachstumsrate
EBITDA-Marge ²	3,3%		In Richtung 5%
Steuerquote ²	49%		In Richtung 40%
Investitionen ³	1,5% ⁶ des Umsatzes (2,0% des Umsatzes inkl. DSLs)		1,5% des Umsatzes
FCF Umwandlung	44%		60 – 70%
Dividende	N.M.		45 – 55% des EPS ⁵

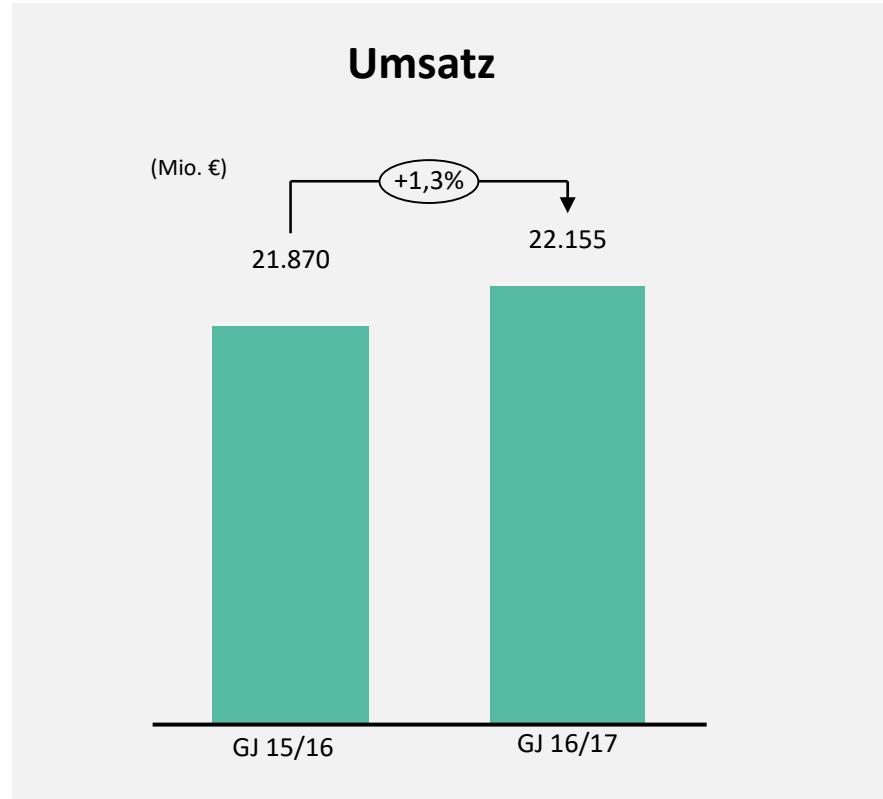
¹ Währungsbereinigt und vor Portfolioeffekten. ² Vor Sonderfaktoren. ³ Cash Investitionen. ⁴ FCF Umwandlung definiert als EBITDA minus Cash Investitionen plus/minus Veränderungen im Net Working Capital geteilt durch EBITDA. 2015/16 EBITDA vor Sonderfaktoren, auf der Basis von berichteten Segmentinvestitionen und bereinigt um Veränderung im Net Working Capital. ⁵ Berichtigtes EPS. ⁶ Bereinigt um einmalige Investitionen in Elektronische Preisschilder (DSLs).

03

Entwicklung

Mark Frese, Finanzvorstand

CECONOMY 2016/17 mit solidem Umsatzanstieg

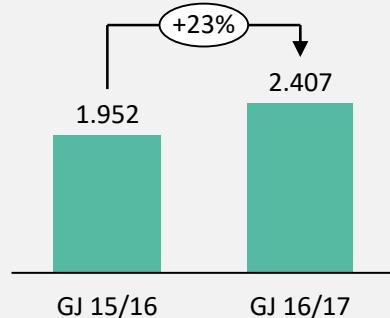


Highlights

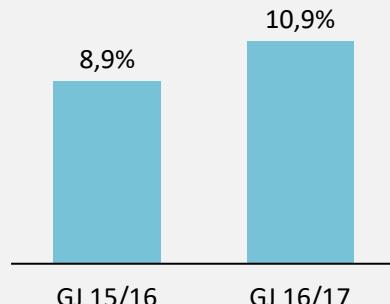
- // Gesamtumsatz um 1,3 Prozent auf 22,2 Mrd. € leicht angestiegen (währungsbereinigt +1,4 Prozent)
- // Stärkstes Umsatzwachstum in Deutschland, Spanien und Türkei
- // Rückläufige Umsätze in Russland und der Schweiz; erste Erholungssignale in der Schweiz in Q4 2016/17
- // Starkes Umsatzwachstum in Q4 2016/17 (+4,6 Prozent auf 5,26 Mrd. €)

Online erneut einer der zentralen Wachstumstreiber – mit zunehmendem Anteil am Gesamtumsatz

Onlineumsatz (in Mio. €)



Onlineumsatz (in % des Gesamtumsatzes)



¹ +23% einschließlich Pure Player; insbesondere redcoon.

Highlights

// Anstieg des Onlinegeschäfts bei MediaMarktSaturn von 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahr¹

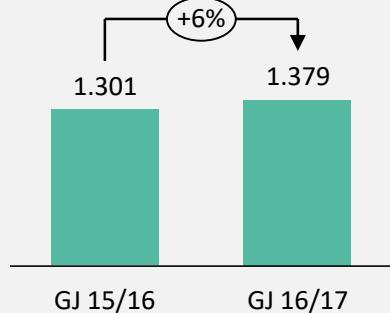
// Anteil des Onlinegeschäfts am Gesamtumsatz lag im GJ 2016/17 bei 10,9 Prozent

// Pick-up-Option wird bei rund 42 Prozent aller online generierten Transaktionen genutzt

// Zahl der online verfügbaren Artikel per Ende September auf rund 350.000 gesteigert (Vorjahr: ca. 280.000)

Kontinuierlich steigende Nachfrage nach Services & Solutions

Umsatz Services & Solutions (in Mio. €)



Umsatz Services & Solutions (in % des Gesamtumsatzes)

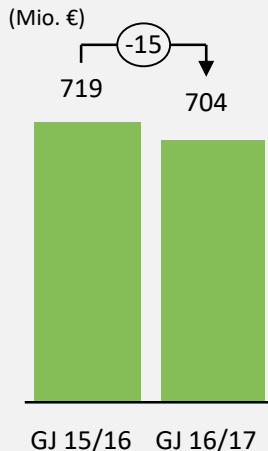


Highlights

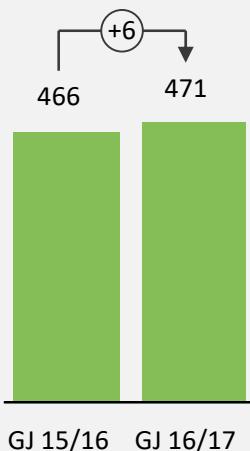
- // Anhaltendes Wachstum im GJ 2016/17 (plus 6 Prozent gegenüber Vorjahr); insbesondere mit Mobilfunkverträgen und Finanzierungen
- // Weiterer Ausbau der „SmartBars“ auf mittlerweile 642 Märkte (+77 Märkte alleine in Q4 2016/17)
- // Beraternetzwerk der Deutschen Technikberatung (DTB) für Unterstützung zu Hause mittlerweile in mehr als 200 Märkten deutschlandweit verfügbar
- // Umsatz mit Services & Solutions in Q4 2016/17 nochmals deutlich gewachsen (+16 Prozent)

Operative Profitabilität deutlich verbessert

EBITDA



EBIT



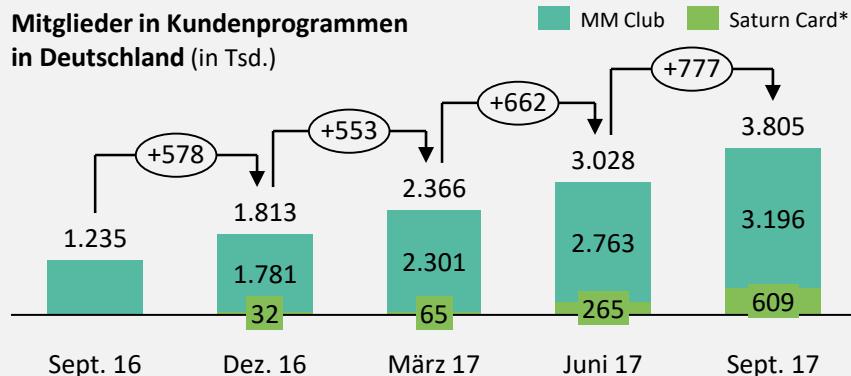
Highlights

- // EBIT wie erwartet leicht über Vorjahr, EBITDA leicht gesunken
- // Bruttomarge um 0,2 Prozentpunkte auf 20,6 Prozent gesteigert
- // Ergebnis von zusätzlichen Aufwendungen für den Aufbau der CECONOMY Holding geprägt
- // Im Vorjahresergebnis Erträge aus der Ablösung von Pensionsverpflichtungen enthalten
- // Außerplanmäßige Abschreibungen gegenüber Vorjahr um rund 20 Mio. Euro niedriger
- // Kräftiger EBIT-Anstieg um 37 Mio. € auf 244 Mio. € in Q4 2016/17

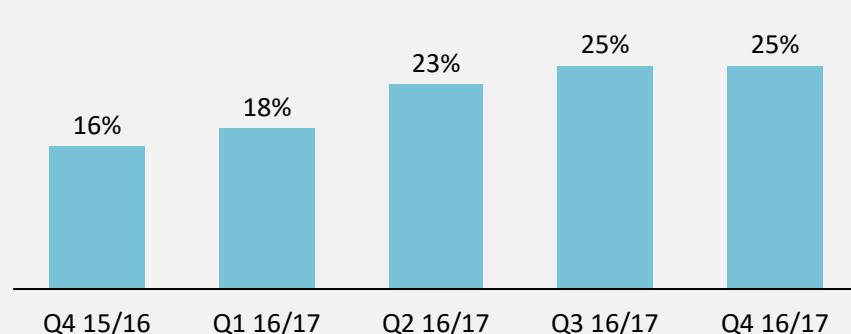
Hinweis: EBITDA und EBIT vor Sonderfaktoren.

MediaMarkt Club und Saturn Card weiter mit starkem Wachstum

Mitglieder in Kundenprogrammen in Deutschland (in Tsd.)



Umsatzdurchdringung MediaMarkt Club Deutschland



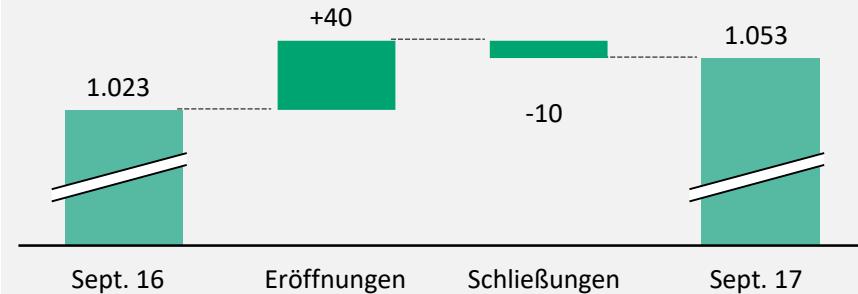
* 16. Nov. bis 17. Apr.: Pilotprogramm in 14 Märkten, landesweite Einführung der Saturn Card am 29. Mai 2017.

Highlights

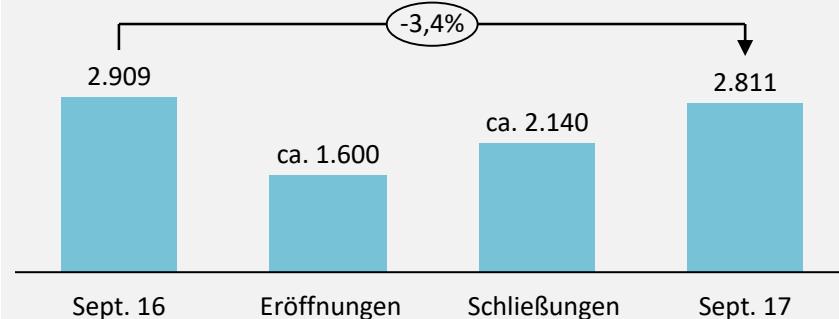
- // Lineares Wachstum des MediaMarkt Clubs Deutschland setzt sich fort – rund 1 Mio. neue Mitglieder alle 6 Monate; 18 Monate nach dem Launch insgesamt 3,2 Mio. Mitglieder
- // Erfolgreicher Start der Saturn Card in Deutschland mit über 600.000 Mitgliedern nach nur 4 Monaten; Einführung in Österreich im Sept. 2017
- // International mehr als 14,5 Mio. Mitglieder in Kundenprogrammen
- // Kundenprogramme erlauben u.a. ein effizienteres Marketing – erfolgreiche Reduzierung von Marketingausgaben im GJ 2016/17

Durchschnittliche Store-Größe kontinuierlich reduziert

Anzahl der Märkte



Durchschnittsgröße der Märkte (in m²)

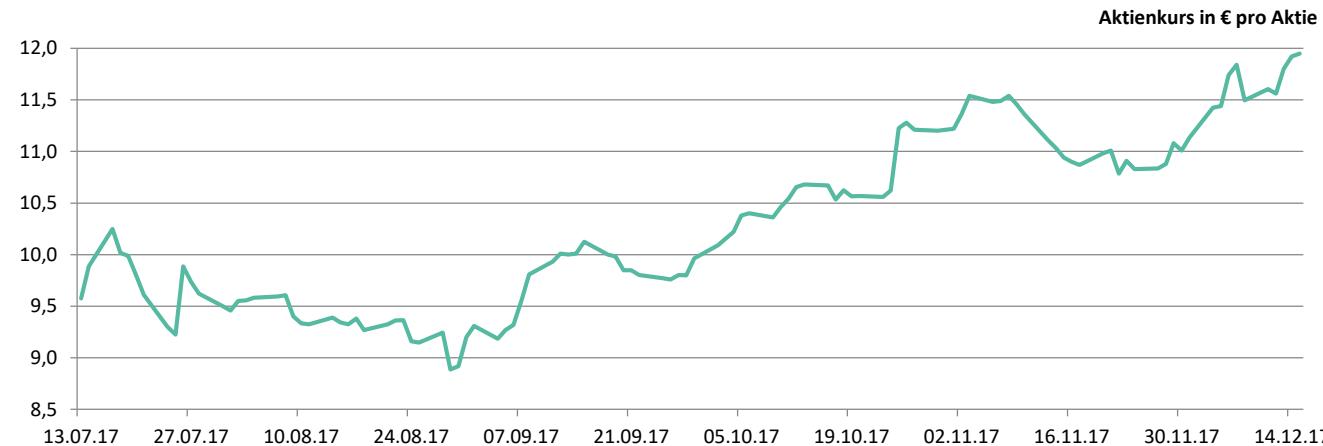


Highlights

- // Insgesamt 40 Neueröffnungen und 10 Schließungen im GJ 2016/17
- // Durchschnittliche Store-Größe in den vergangenen zwölf Monaten um 3,4 Prozent reduziert
- // Zusätzlich 84 Shop-in-Shop-Formate in russischen METRO Cash & Carry Märkten im Oktober und November 2017 eröffnet; damit insgesamt 89 Shop-in-Shop-Lösungen in Russland
- // Niedrige bis mittlere zweistellige Zahl von Store-Neuzugängen in GJ 2017/18 geplant; ohne Shop-in-Shop-Formate und bereinigt um Schließungen

Positive Kursentwicklung der CECONOMY seit dem Demerger

Aktienkurs (Stammaktie; XETRA)



// Überschaubare Volatilität in den ersten Handelstagen nach eigenständigem Listing am 13. Juli 2017

// Stammaktie legt bis zum 29. September 2017 um 4 Prozent zu, rund 25 Prozent per 15. Dezember 2017

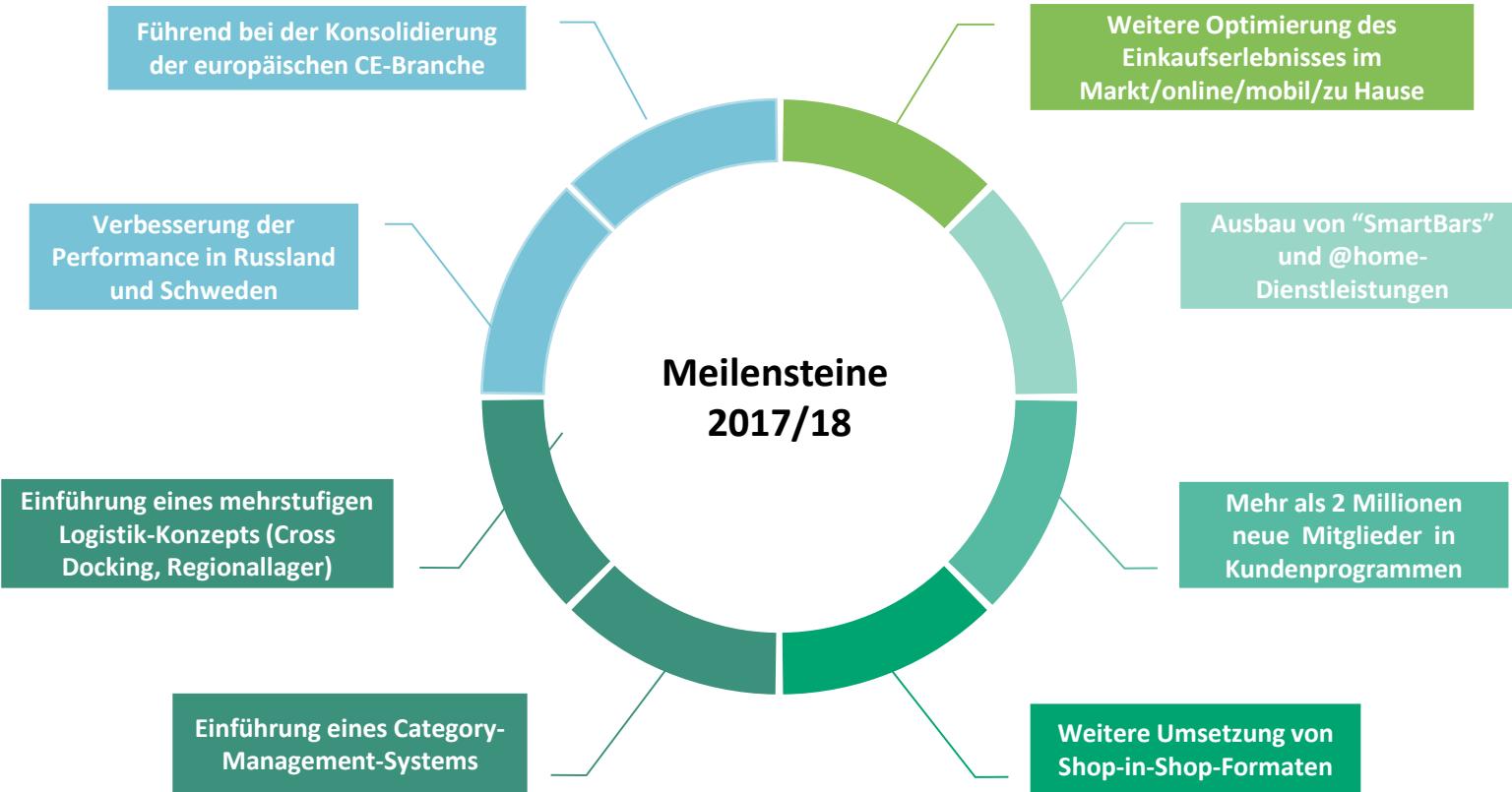
// Dividendenvorschlag von 0,26 Euro je Stammaktie an die Hauptversammlung am 14. Februar 2018

04

Ausblick

Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender und Mark Frese, Finanzvorstand

2017/18 werden wir strategisch und operativ weitere Fortschritte erzielen



Ausblick*: Wir planen auch finanziell mit weiterem Wachstum

Der Ausblick ist um Währungseffekte und Portfolioveränderungen bereinigt.

	GJ 2016/17 ¹	GJ 2017/18 ¹
Mio. €		
Gesamtumsatz	22.155	Leichter Anstieg²
EBITDA (ohne Fnac Darty)	704	Wachstum mind. im mittleren einstelligen Prozentbereich
EBIT (ohne Fnac Darty)	471	Wachstum mind. im mittleren einstelligen Prozentbereich
Gewinnanteil von Fnac Darty (Konsensus)	n.a.	Niedriger bis mittlerer zweistelliger Millionenbetrag

¹ EBITDA und EBIT im GJ 2016/17 vor Sonderfaktoren, im GJ 2017/18 wie berichtet. ² Korrespondierend wird eine leichte Verbesserung des Net Working Capital (Nettobetriebsvermögen) erwartet.



Unabhängig und bereit für die Zukunft

- // CECONOMY ist als größte Consumer Electronics Plattform in Europa erfolgreich in die Eigenständigkeit gestartet
- // CECONOMY hat im Geschäftsjahr 2016/17 alle Ziele erreicht
- // CECONOMYs Pläne zeigen deutliches Wertsteigerungspotenzial



**Pieter Haas,
Vorstandsvorsitzender**



**Mark Frese,
Finanzvorstand**

KONTAKT

CECONOMY AG
Unternehmenskommunikation

Benrather Straße 18-20
40213 Düsseldorf

Tel.: +49 (211) 5408-7125
Email: presse@ceconomy.de
<https://www.ceconomy.de/de/presse/>

CECONOMY

We empower life in the digital world