

**CECONOMY**

We empower life in the digital world

# CECONOMY AG

## Ergebnispräsentation Q3 2016/17

---

Düsseldorf, 31. August 2017

# DISCLAIMER AND NOTES

---

This disclaimer shall apply in all respects to the entire presentation (including all slides of this document), the oral presentation of the slides by representatives of CECONOMY AG, any question-and-answer session that follows the oral presentation, hard copies of the slides as well as any additional materials distributed at, or in connection with this presentation. By attending the meeting (or conference call or video conference) at which the presentation is made, or by reading the written materials included in the presentation, you (i) acknowledge and agree to all of the following restrictions and undertakings, and (ii) acknowledge and confirm that you understand the legal and regulatory sanctions attached to the misuse, disclosure or improper circulation of the presentation.

To the extent that statements in this presentation do not relate to historical or current facts, they constitute forward-looking statements. All forward-looking statements herein are based on certain estimates, expectations and assumptions at the time of publication of this presentation and there can be no assurance that these estimates, expectations and assumptions are or will prove to be accurate. Furthermore, the forward-looking statements are subject to risks and uncertainties including (without limitation) future market and economic conditions, the behaviour of other market participants, investments in innovative sales formats, expansion in online and multichannel sales activities, integration of acquired businesses and achievement of anticipated cost savings and productivity gains, and

the actions of public authorities and other third parties, many of which are beyond our control, that could cause actual results, performance or financial position to differ materially from any future results, performance or financial position expressed or implied in this presentation

Accordingly, no representation or warranty (express or implied) is given that such forward-looking statements, including the underlying estimates, expectations and assumptions, are correct or complete. Readers are cautioned not to place reliance on these forward-looking statements. See also "Risk and Opportunity Report" in METRO GROUP's most recent Annual Report for risks as of the date of such Annual Report. We do not undertake any obligation to publicly update any forward-looking statements or to conform them to events or circumstances after the date of this presentation.

This presentation is intended for information only, does not constitute a prospectus or similar document and should not be treated as investment advice. It is not intended as an offer for sale, or as a solicitation of an offer to purchase or subscribe to, any securities in any jurisdiction. Neither this presentation nor anything contained therein shall form the basis of, or be relied upon in connection with, any commitment or contract whatsoever. CECONOMY AG assumes no liability for any claim which may arise from the reproduction, distribution or publication of the presentation (in whole or in part).

Historical financial information contained in this presentation is mostly based on or derived from the consolidated (interim) financial statements for the respective period. Financial information with respect to the business of MediaMarktSaturn Retail Group is particularly based on or derived from the segment reporting contained in these financial statements.

Such financial information is not necessarily indicative for the operational results, the financial position and/or the cash flow of the

CECONOMY AG business on a stand-alone basis neither in the past nor in the future and may, in particular, deviate from any historical financial information based on corresponding combined financial statements with respect to the CECONOMY AG business. Given the aforementioned uncertainties, (prospective) investors are cautioned not to place undue reliance on any of this information. In addition, the figures have not been audited and may also deviate substantially from (segmental or other) information in the consolidated financial statements of CECONOMY AG in future, thus, may not be fully comparable to such financial statements. No representation or warranty is given and no liability is assumed by CECONOMY AG, express or implied, as to the accuracy, correctness or completeness of the information contained in this presentation.

This presentation contains certain supplemental financial or operative measures that are not calculated in accordance with IFRS and are therefore considered as non-IFRS measures. We believe that such non-IFRS measures used, when considered in conjunction with (but not in lieu of) other measures that are computed in accordance with IFRS, enhance the understanding of our business, results of operations, financial position or cash flows. There are, however, material limitations associated with the use of non-IFRS measures including (without limitation) the limitations inherent in the determination of relevant adjustments. The non-IFRS measures used by us may differ from, and not be comparable to, similarly-titled measures used by other companies. Detail information on this topic can be found in METRO GROUP's Annual Report 2015/16, pages 54-55, and the footnotes to the tables on pages 102-103.

All numbers shown are before special items, unless otherwise stated. All amounts are stated in million euros (€ million) unless otherwise indicated. Amounts below €0.5 million are rounded and reported as 0. Rounding differences may occur.

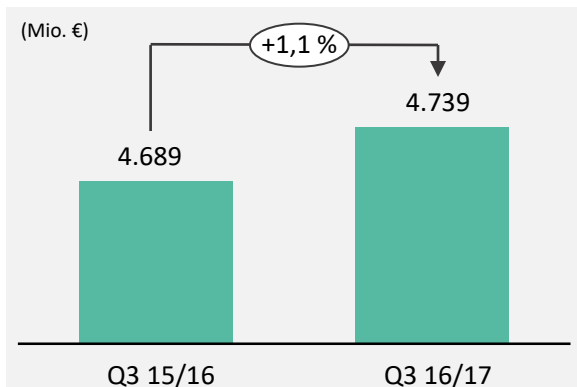
# 01

## Highlights und strategische Initiativen

---

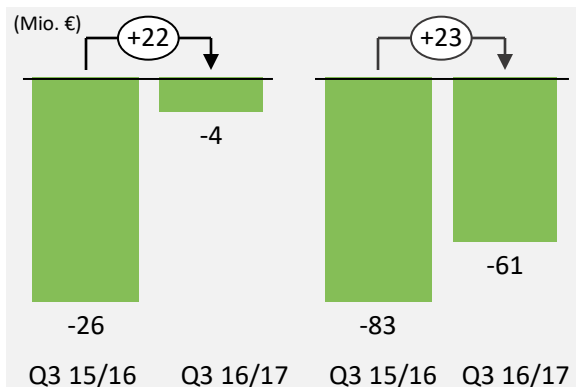
Pieter Haas, Vorstandsvorsitzender

# Solide Entwicklung bei Umsatz und EBITDA/EBIT, leicht höherer Abfluss beim Net Working Capital



**Umsatz**

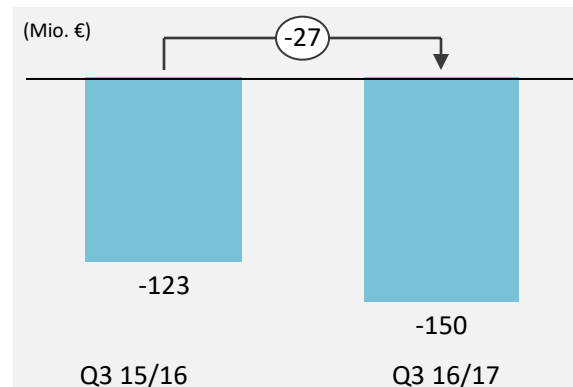
- // Gesamtumsatz unterstützt von starkem Anstieg des flächenbereinigten Umsatzes um +2,7 %
- // Deutschland, Spanien und Türkei beim Umsatzwachstum führend
- // Umsatzrückgang in Italien, der Schweiz & Russland
- // Onlineumsatz erneut wesentlicher Treiber mit +16 %
- // Services & Solutions-Umsätze um 2 % gestiegen



**EBITDA**

**EBIT**

- // Verbesserung der Bruttomarge um 0,7 Prozentpunkte
- // Höhere Profitabilität dank starkem Onlinewachstum, strikter Kostendisziplin und fokussierten Marketingausgaben
- // Deutschland und Spanien führend, auch in der Türkei positive Entwicklung
- // Rückläufige Ergebnisse in Italien und Russland



**Veränderung des Net Working Capital**

- // Höhere Forderungen aufgrund des Wachstums im Kommissionsgeschäft führen in Q3 zu einer leichten Verschlechterung bei der Veränderung des Net Working Capital
- // Im 9-Monats-Zeitraum ist der Abfluss im Net Working Capital um 200 Mio. € niedriger; vor allem aufgrund von höheren Verbindlichkeiten und niedrigeren Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Hinweis: EBITDA/EBIT vor Sonderfaktoren. Net Working Capital = Netto-Betriebsvermögen gem. Kapitalflussrechnung



# Unabhängig und bereit für die Zukunft

---

- // Am 12. Juli 2017 wurde die Aufteilung der METRO GROUP vollzogen
- // Start als größte Consumer-Electronics-Plattform in Europa
- // Eigenständige Börsennotierung (Ticker: CEC) seit dem 13. Juli 2017
- // Umfirmierung in CECONOMY AG am 11. August 2017

# Unsere Ausgangsposition: größte CE-Plattform in Europa

CECONOMY ist eine Plattform, die verschiedene Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics zusammenbringt. Alle diese Aktivitäten basieren auf dem Geschäftsmodell zur Monetarisierung von Kundenbeziehungen.

Wir sind die

**Nr. 1**

in Europa



**22** Mrd. € Umsatz



**719** Mio. € EBITDA

**2** Mrd. € Onlineumsatz



**1,3** Mrd. € Umsatz im Bereich  
Services & Solutions

**65.000**

Mitarbeiter in  
Europa



Präsent in

**15** Ländern



**6** Millionen

tägliche  
Kundenkontakte



Anmerkung: alle Angaben vor Sonderfaktoren und mit Stand 2015/16

# CECONOMY hat 24 % von FNAC DARTY übernommen, um am attraktiven französischen Markt zu partizipieren

## Akquisition einer Beteiligung von 24 % an FNAC DARTY

---

- // Durch die Übernahme einer Beteiligung von ca. 24 % an FNAC DARTY von ARTEMIS wurde CECONOMY zum **größten Einzelaktionär** des Unternehmens
- // **Finanzbeteiligung**, um am **attraktiven französischen Markt** zu partizipieren
- // Erster **strategischer Schritt** als unabhängiges Unternehmen, um unsere Position als führende europäische Consumer-Electronics-Plattform weiter auszubauen
- // **Transaktion** am 24. August 2017 abgeschlossen

## M&A-Aktivitäten sind ein wesentlicher Bestandteil der Strategie von CECONOMY

---

- // CECONOMY prüft ständig **weitere Akquisitionsmöglichkeiten und Opportunitäten in ganz Europa** zum Ausbau ihrer Position
- // CECONOMY hat den **erforderlichen Handlungsspielraum** zur Umsetzung dieser M&A-Aktivitäten
- // Außerhalb Deutschlands gibt es im Hinblick auf den vollständigen oder teilweisen Erwerb von Unternehmen jeder Größenordnung **keine Einschränkungen aus Vereinbarungen mit dem Minderheitsaktionär der Media-Saturn**
- // **Rechtliche Grundlage** ist die **Satzung** der Media-Saturn-Holding, aus sonstigen Gesellschaftervereinbarungen ergibt sich nichts anderes

# 02

## Finanzkennzahlen und Ausblick

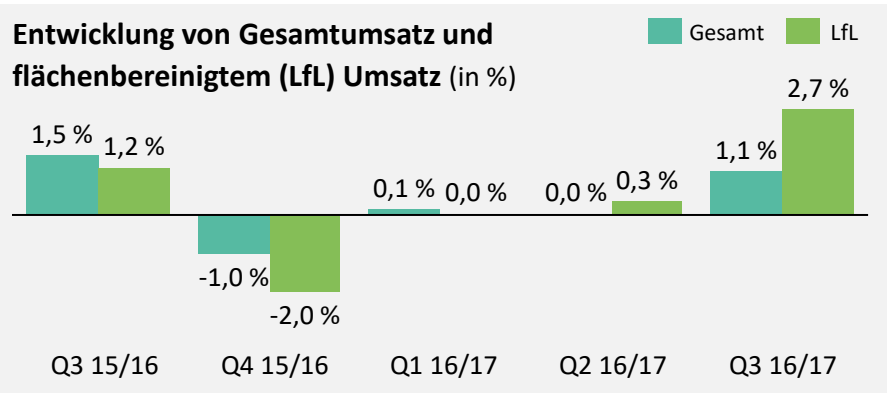
---

Mark Frese, Finanzvorstand

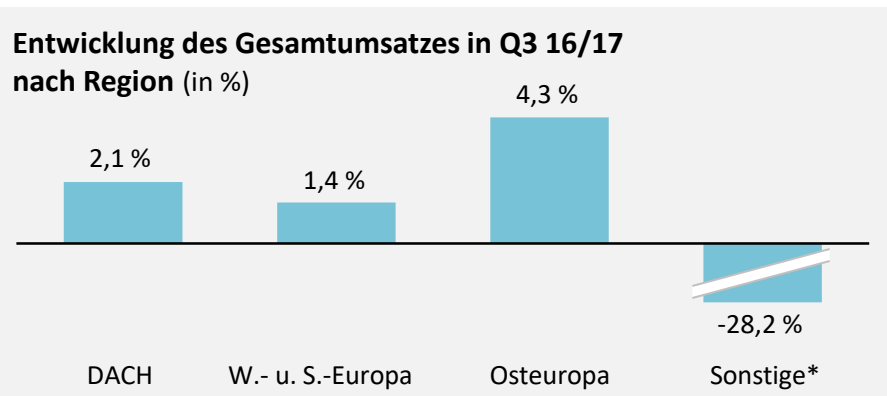


# Gute Entwicklung des Gesamtumsatzes, unterstützt von starkem flächenbereinigtem Umsatz

Entwicklung von Gesamtumsatz und flächenbereinigtem (LfL) Umsatz (in %)



Entwicklung des Gesamtumsatzes in Q3 16/17 nach Region (in %)



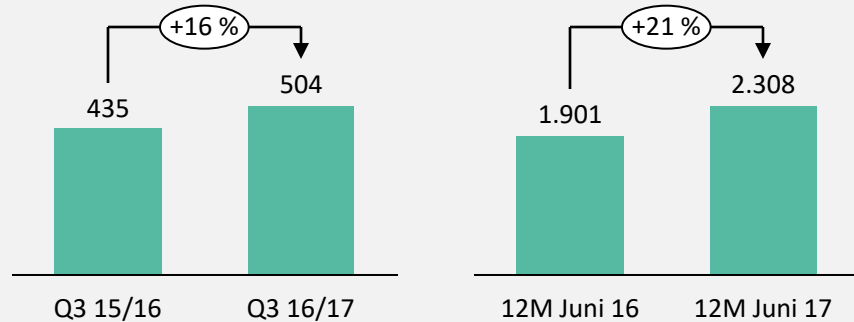
\*Sonstige: einschließlich nicht fortgeführter Länderaktivitäten.

## Highlights

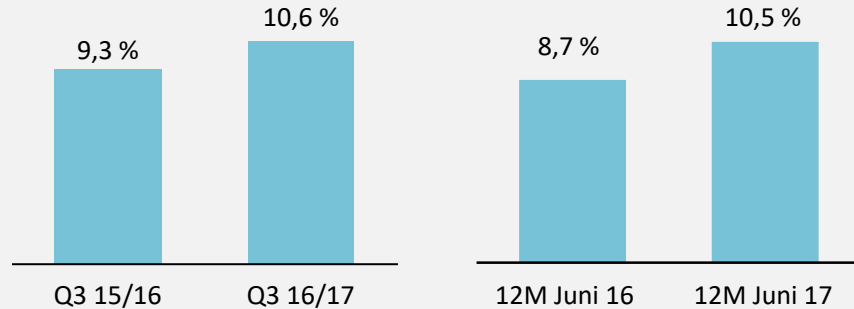
- // Starkes Umsatzwachstum in Deutschland (+1,3 % bzw. +5,8 % flächenbereinigt, ohne redcoon) aufgrund höherer Nachfrage nach Weißer Ware, Mobiltelefonen und TV-Receivern
- // Fortgesetzter Umsatzanstieg bei Services & Solutions sowie effektive Marketingkampagnen mit positiven Auswirkungen auf das Umsatzwachstum in Spanien
- // Nachhaltiges Umsatzwachstum in der Türkei aufgrund hoher Nachfrage nach CE-Produkten und des verbesserten Category Managements; Rückgang in Russland überkompensiert
- // Umsatz in der Schweiz und in Italien rückläufig vor allem aufgrund der niedrigeren Kundenfrequenz in den Stores
- // Rückgang unter „Sonstige“ überwiegend auf die Schließung der redcoon-Aktivitäten in den Benelux-Ländern, in Österreich und auf der Iberischen Halbinsel im Herbst 2016 zurückzuführen

# Onlinegeschäft erneut einer der wichtigsten Umsatztreiber

Onlineumsatz (in Mio. €)



Onlineumsatz (in % des Gesamtumsatzes)

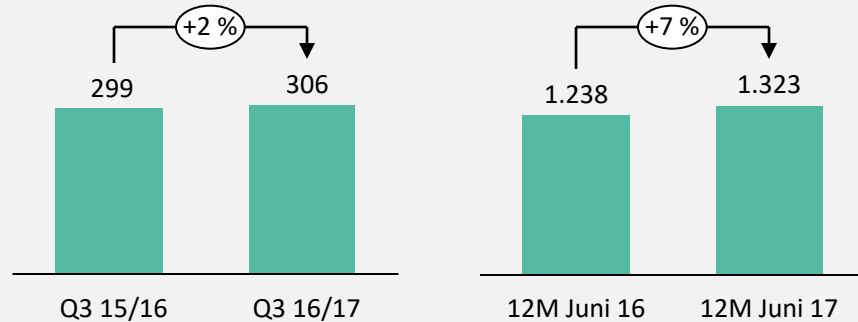


## Highlights

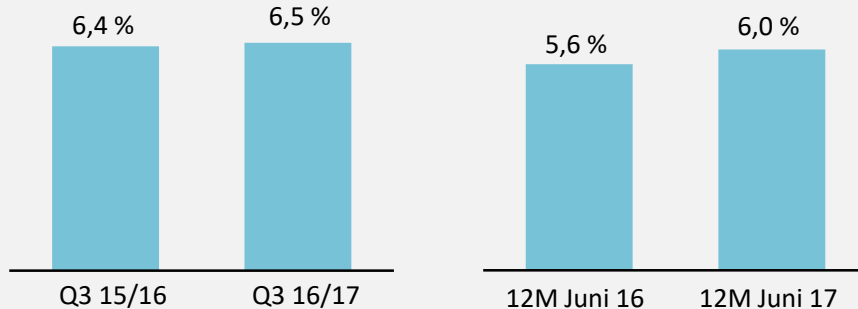
- // Onlinegenerierter Umsatz von MediaMarkt und Saturn im Vorjahresvergleich um 33 % angestiegen; onlinegenerierter Umsatz der Gruppe (einschl. redcoon) um 16 % gewachsen
- // Onlineumsatz bei 10,6 % des Gesamtumsatzes
- // Pick-up-Rate mit rund 41 % weiterhin hoch
- // Positive Auswirkungen der Kampagne zu „5 Jahre MediaMarkt-Webshop“ in Deutschland
- // Onlinesortiment im Vergleich zum Vorquartal von rund 300.000 SKUs auf rund 330.000 SKUs erweitert

# Ausweitung der „Smart Bars“ unterstützt Wachstum im Bereich Services & Solutions

Umsatz im Bereich Services & Solutions (in Mio. €)



Umsatz im Bereich Services & Solutions (in % des Gesamtumsatzes)

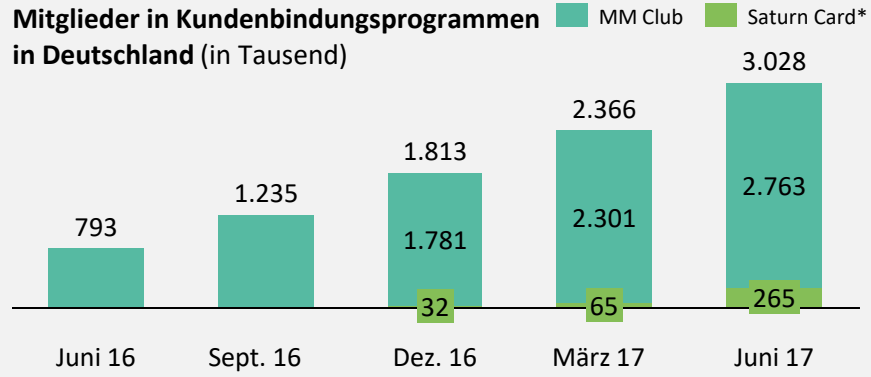


## Highlights

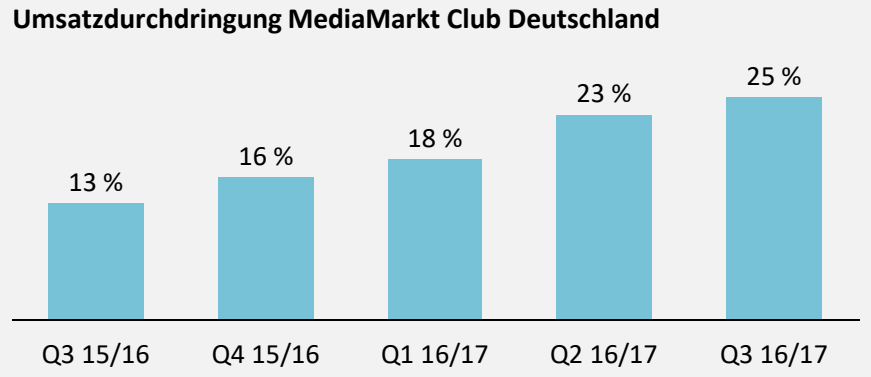
- // Umsatz von Services & Solutions in Q3 um 2 % im Vorjahresvergleich und um 7 % in den vergangenen 12 Monaten angestiegen
- // Umsatz mit „Services & Solutions“ bei 6,5 % des Gesamtumsatzes
- // „SmartBars“ für Service und Reparaturdienstleistungen in den Märkten auf 565 Stores ausgeweitet (+55 seit März 2017)
- // Rollout der Deutschen Technikberatung (DTB) läuft wie geplant; DTB-Dienstleistungen bereits in 118 Media Markt und Saturn-Märkten in Deutschland verfügbar

# Zahl der Mitglieder in Kundenbindungsprogrammen nachhaltig gestiegen

Mitglieder in Kundenbindungsprogrammen in Deutschland (in Tausend)



Umsatzdurchdringung MediaMarkt Club Deutschland



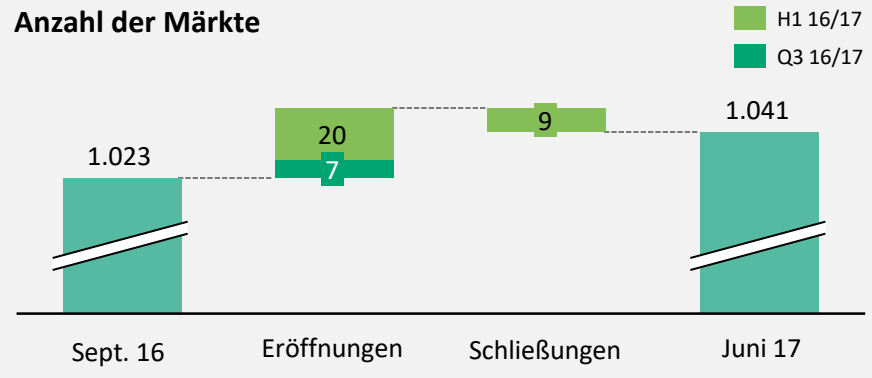
\*16. Nov. – 17. Apr.: Pilotprogramm in 14 Märkten, landesweite Einführung der Saturn Card am 29. Mai 2017.

## Highlights

- // Bereits mehr als 13 Mio. aktive Mitglieder in Kundenbindungsprogrammen in acht Ländern
- // Zahl der Mitglieder im MediaMarkt Club Deutschland erneut stark gewachsen – rund 2,8 Mio. im Juni 2017 gegenüber rund 2,3 Mio. im März 2017
- // In Q3 2016/17 rund 25 % des Umsatzes in Deutschland von MediaMarkt-Club-Mitgliedern generiert
- // Landesweite Einführung der Saturn Card in Deutschland Ende Mai – mit ca. 200.000 zusätzlichen Saturn-Card-Inhabern in nur vier Wochen
- // Thalia, europäische Buchhandelskette und E-Reader-Anbieter, wird erster externer Handelspartner des RetailMediaGroup-Netzwerk

# Eröffnung kleinerer Märkte führt zu kontinuierlichem Rückgang der durchschnittlichen Storegröße

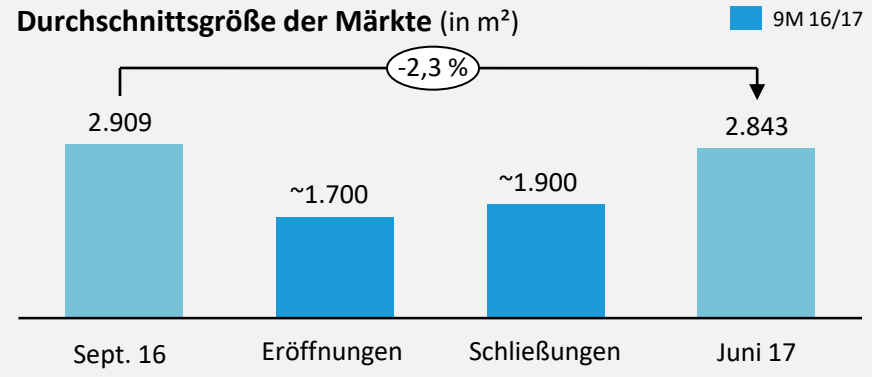
## Anzahl der Märkte



## Highlights

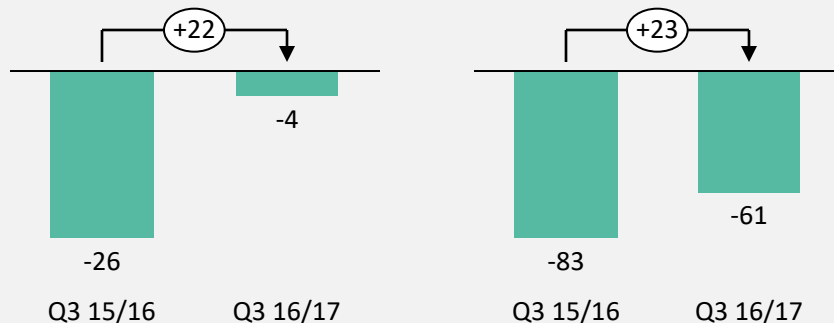
- // Selektive Expansion des Store-Netzwerks mit sieben Neueröffnungen; keine Schließungen in Q3 2016/17
- // Davon wurden vier MediaMarkt-Stores bei MAKRO in Belgien eröffnet
- // Weitere Eröffnungen in Spanien, der Türkei und Griechenland
- // Durchschnittliche Store-Größe aufgrund von Maßnahmen zur Flächenreduzierung und Neueröffnungen kleinerer Formate seit September 2016 um weitere 2,3 % reduziert
- // MediaMarkt eröffnet ab Oktober 2017 84 Shop-in-Shop-Lösungen in METRO Cash&Carry-Märkten in Russland

## Durchschnittsgröße der Märkte (in m<sup>2</sup>)

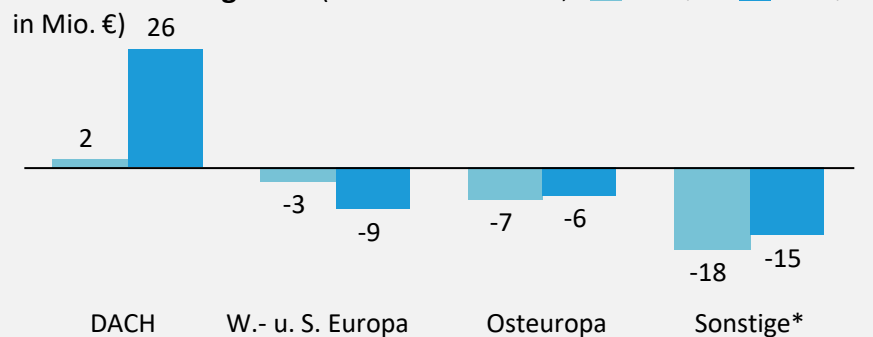


# Solide EBITDA/EBIT-Entwicklung, insbesondere in der Region DACH

EBITDA und EBIT (vor Sonderfaktoren; in Mio. €)



EBITDA nach Regionen (vor Sonderfaktoren; in Mio. €)



\*Sonstige: einschließlich Headquarter der CECONOMY AG und nicht fortgeführter Länderaktivitäten.

## Highlights

- // Höhere Profitabilität dank starkem Wachstum des Onlineumsatzes und deutlicher Verbesserung der Bruttomarge um 0,7 Prozentpunkte
- // Strikte Kostendisziplin und fokussierte Marketingausgaben unterstützen den Anstieg ebenfalls
- // Positive Entwicklung in Spanien – unterstützt von Services & Solutions – kann den EBITDA-Rückgang in Italien nicht vollständig ausgleichen
- // EBITDA-Anstieg in der Türkei überkompensiert leichten Rückgang in Russland
- // EBITDA-Sonderfaktoren in Höhe von 28 Mio. € (+12 Mio. € im Vorjahresvergleich) in Umstrukturierung in Russland, Schließung der verbleibenden redcoon-Aktivitäten in Italien und ein gruppenweites Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsprojekt investiert

# Ausblick

## Prognose 2016/17

Mio. €

	Ausgewiesen 2015/16 <sup>1</sup>	Prognose 2016/17	Bestätigung
Gesamtumsatz	+0,6 %	>0 %	✓
Flächenbereinigter Umsatz	+0,1 %	>0 %	✓
EBIT vor Sonderfaktoren	466	>466 <sup>2</sup>	✓
Investitionen	406	300–350	✓

## Nächste Berichtsankünfte

Umsatzmeldung 2016/17	Mittwoch, 25. Oktober 2017
Jahresergebnis 2016/17	Dienstag, 19. Dezember 2017

<sup>1</sup>Nach der „Combined Financial Information“ für die CECONOMY Gruppe und entsprechenden ergänzenden Informationen. <sup>2</sup>Auf Basis unveränderter Wechselkurse.

# Q&A



**Pieter Haas,  
Vorstandsvorsitzender**

---



**Mark Frese,  
Finanzvorstand**

---



# CECONOMY

We empower life in the digital world