CECONOMY

Ergebnispräsentation Geschäftsjahr 2017/18

Düsseldorf, 19. Dezember 2018

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 schriftliche 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 und sollte nicht so ausgelegt werden. 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 CECOMOMY 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 48 - 51 des Geschäftsberichts 2017/2018 der CECONOMY. 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.

Sprecher

Mark Frese
Mitglied des Vorstands
CECONOMY AG

Dr. Dieter Haag Molkenteller
Mitglied des Vorstands
CECONOMY AG

Ferran Reverter
Chief Executive Officer
MediaMarktSaturn Retail Group

Überblick

01

Einführung

02

Entwicklung

03

Ausblick

04

Strategie & operatives Geschäft

01
Einführung

Hinweis: Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten.

We empower life in the digital world

Digitale Welt

Das werden wir unseren Kunden bieten

Angebot von Lösungen und Service anstatt nur von Produkten, gleichzeitig Margenpotenzial

Lösung

Mehr als Produkte:
Services und Lösungen

Service

Service im Markt
wie Zuhause

Preis

Spezifische Preise für
komplexe Lösungen

Lieferung/ Verfügbarkeit

Convenience,
Lieferung, Installation,
Schulung

Unser Leistungsversprechen

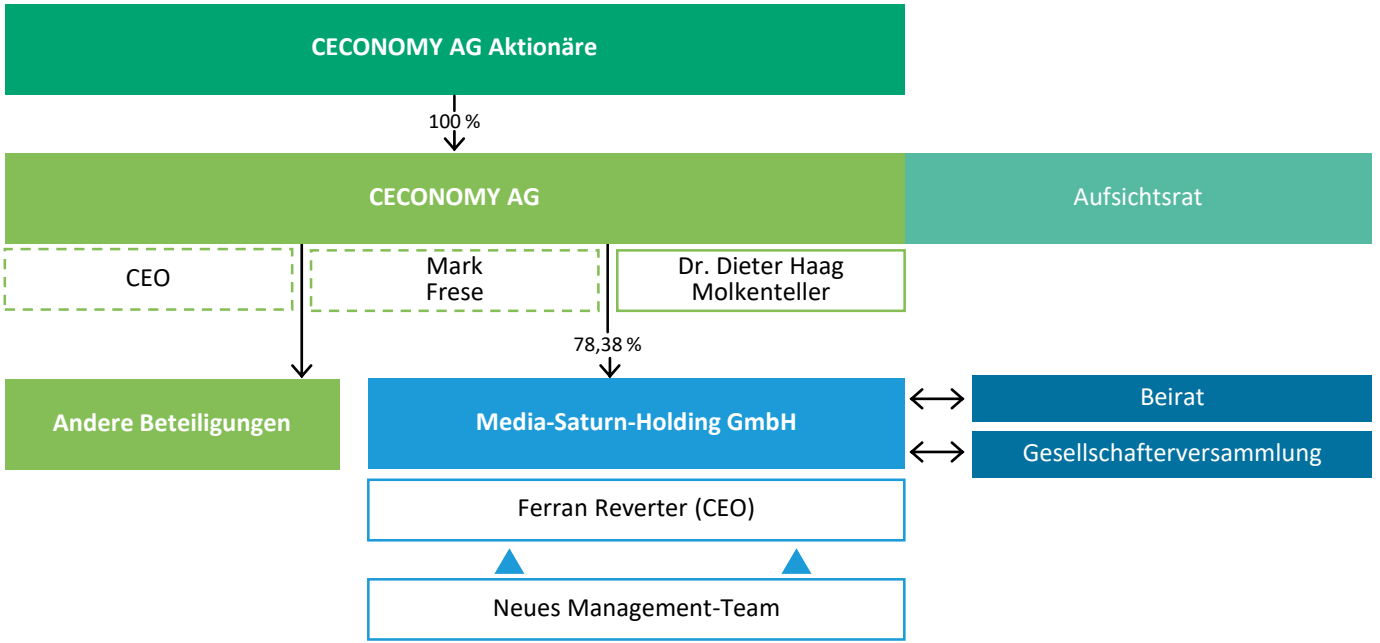
Wir bieten Lösungen für die digitale Welt und haben die Produkte dafür!

Ergebnisrückgang überschattet Fortschritte im Geschäftsjahr 2017/18

- Verschiebung der **Dezember-Umsätze** in **wettbewerbsintensiveren** Monat **November**
- **Ergebnisrückgang** – insbesondere in Deutschland – trotz **positiver Einmaleffekte**
- **Geschwindigkeit** der Umsetzung **strategischer Initiativen** blieb hinter den Erwartungen zurück
- Kurzfristig keine **strategische Lösung** in Schweden; Maßnahmen zur Ergebnisverbesserung intensiviert
- Kein Kauf von Anteilen des **Minderheits-gesellschafters** von MediaMarktSaturn

+ **Online-** und **Services**-Geschäft mit zweistelligem Umsatzzuwachs
+ **Lösung** für verlustreiches Geschäft in **Russland** gefunden
+ **Verbesserung der Steuerstruktur** und so auch der **Steuerquote** aus operativer Tätigkeit
+ Verbesserung der **Kapitalstruktur** und der wesentlichen **Rating-Kennzahlen**
+ Verkauf des rund **9-prozentigen Anteils an der METRO AG vereinbart**; 3,6-prozentiger Anteil bereits veräußert

CECONOMY stellt sich personell neu auf



Suchprozess für dauerhafte CEO- und CFO-Nachfolge bei CECONOMY läuft

02
Entwicklung

Hinweis: Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten.

Umsatzziel erreicht, Ergebnisprognose verfehlt

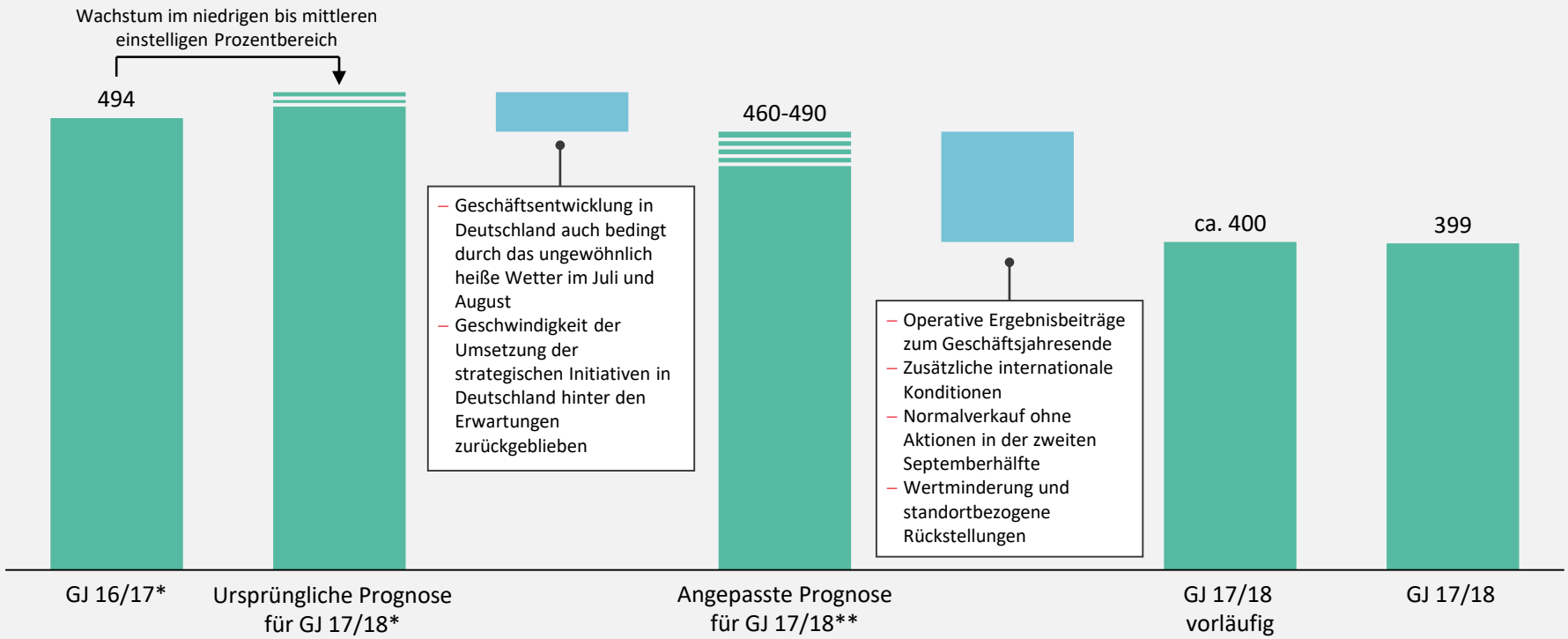
Mio. €	GJ 16/17 exkl. Russland	Ausblick exkl. Russland	Angepasster Ausblick[1]	GJ 17/18
		währungsbereinigt	währungsbereinigt	
Gesamtumsatz	**21.605**	Leichter Anstieg	Leichter Anstieg	**+0,2% währungsbereinigt**
EBITDA (ohne Fnac Darty)	**714**	Wachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	680 - 710	**630 (-80 währungs-bereinigt)**
EBIT (ohne Fnac Darty)	**494**	Wachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Prozentbereich	460 - 490	**399 (-91 währungs-bereinigt)**
Ergebnisanteil Fnac Darty (Konsensus)	**0**	Niedriger bis mittlerer zweistelliger Mio. € Beitrag	rund 20	**21**
Net Working Capital		Leichte Verbesserung	Leichte Verbesserung	**+302**

Vorläufige Zahlen lagen bei rund 630 Mio. Euro EBITDA und 400 Mio. Euro EBIT

Hinweis: Umsatzzahlen für Italien für 2016/17 und 2017/18 wurden angepasst, um Umsätze im Zusammenhang mit Garantieverlängerungen auf Nettobasis darzustellen. Veränderung des NWC gem. Kapitalflussrechnung. [1] Angepasster Ausblick vom 18. September 2018.

Operative Ergebnisbeiträge zum Geschäftsjahresende deutlich unter den Erwartungen

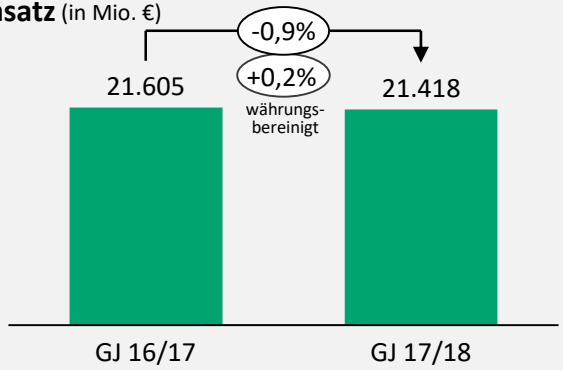
Indikative EBIT-Entwicklung in Mio € (exkl. Fnac Darty)



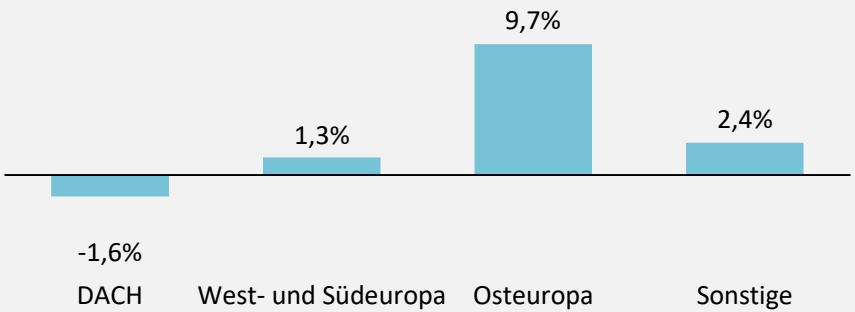
*Angepasst aufgrund der vollständigen Veräußerung des gesamten Geschäfts von MediaMarkt Russland und der daraufhin vorgenommenen Klassifizierung als nicht fortgeführte Aktivitäten, gemäß Ad-hoc-Mitteilung vom 20. Juni 2018. ** Gemäß Ad-hoc-Mitteilung vom 18. September 2018.

Leichtes Wachstum des währungsbereinigten Gesamtumsatzes

Gesamtumsatz (in Mio. €)



Umsatz nach Segmenten (währungsbereinigt im Jahresvergleich)



Highlights

// Starke Zuwachsraten im Bereich Online – rückläufige stationäre Umsätze teilweise kompensiert

// Solides Wachstum bei Services & Solutions

// Positive Impulse rund um die Fußball-Weltmeisterschaft

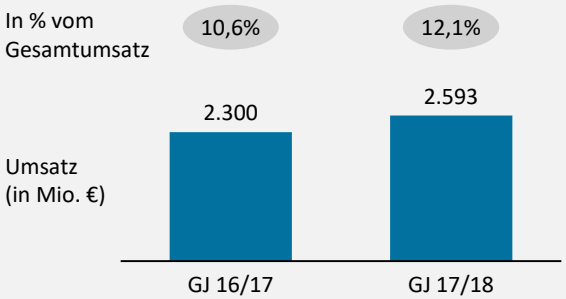
// Wachstumsimpulse aus der Region Osteuropa; West- und Südeuropa ebenfalls mit guter Entwicklung

// Umsatz in der Region DACH spiegelt rückläufige Geschäftsentwicklung in Deutschland wider; auch vor dem Hintergrund des moderaten Weihnachtsgeschäfts und des ungewöhnlich heißen Wetters im Juli und August

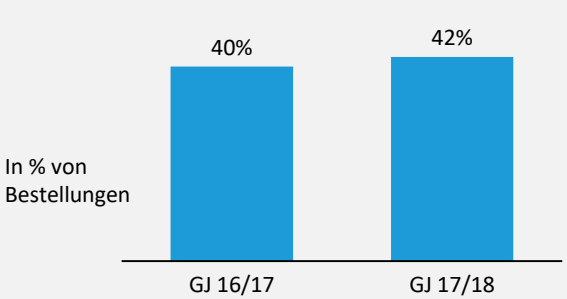
Hinweis: Umsatzzahlen für Italien für 2016/17 und 2017/18 wurden angepasst, um Umsätze im Zusammenhang mit Garantieverlängerungen auf Nettobasis darzustellen.

Solide Entwicklung des Online- und Services-Geschäfts

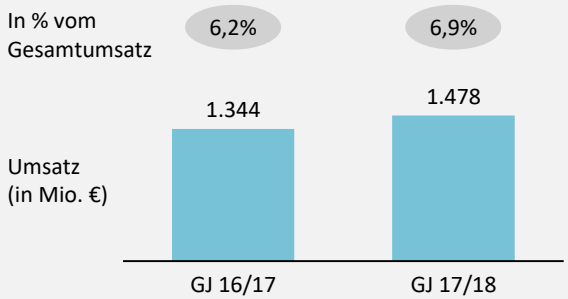
Starkes Onlinegeschäft



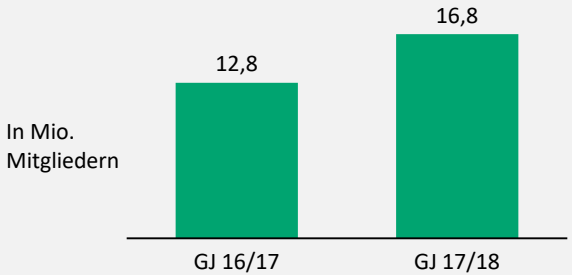
Solide Pick-up-Rate



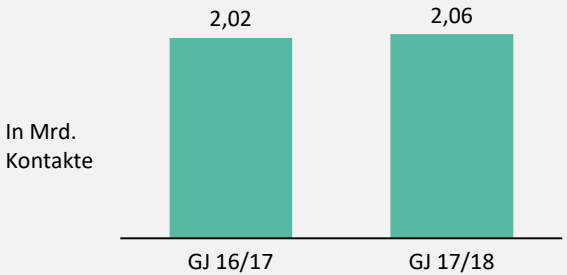
Services & Solutions weiter ausgebaut



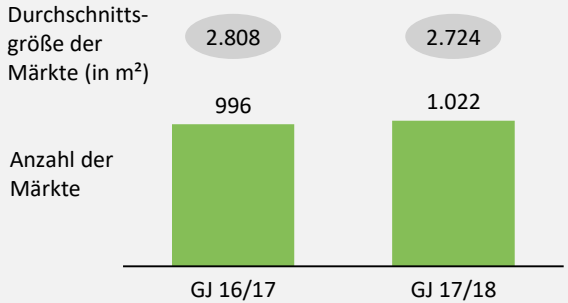
Wachsende Mitgliederzahl in Kundenprogrammen



Steigende Zahl an Kundenkontakten



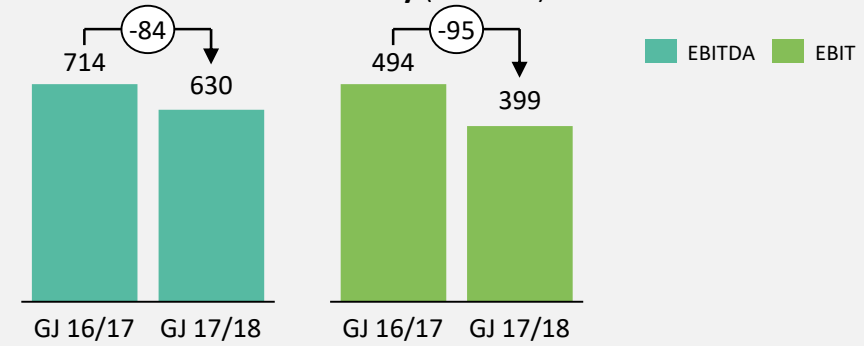
Fortlaufende Flächenanpassungen



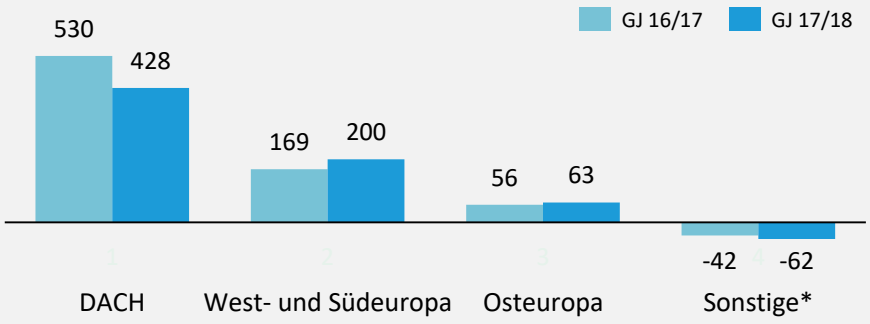
Hinweis: Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten, d.h. exkl. des MediaMarkt-Russlandgeschäfts. Zahlen für MediaMarkt Club Polen nicht enthalten aufgrund einer Umstellung der CRM IT-Plattform.

Ergebnis im Geschäftsjahr 2017/18 deutlich unter Vorjahreswert

EBITDA & EBIT exkl. Fnac Darty (in Mio. €)



EBITDA exkl. Fnac Darty nach Segmenten (in Mio. €)



Highlights

// Rückgang der Bruttomarge um 0,5%-Punkte auf 20,1%

// Ergebnis in Deutschland aufgrund ungewöhnlich heißer Sommermonate und des moderaten Weihnachtsgeschäfts schwächer als erwartet

// Ergebnis in der Schweiz reflektiert Umsatzrückgang und außerplanmäßige Wertminderung bei der Landesgesellschaft

// Positive Einmaleffekte aus der Warenbewertung sowie Änderung in der Bewertung von Geschenkgutscheinen

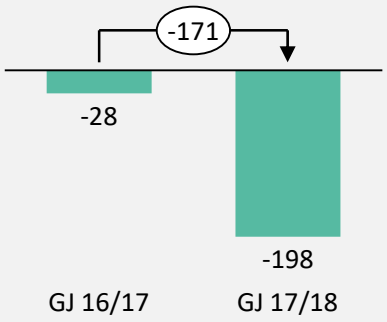
// Positive Impulse aus Italien infolge der Restrukturierung und Neupositionierung

// Ergebnis weiterhin von zusätzlichen Aufwendungen für den Aufbau der CECONOMY Holding belastet

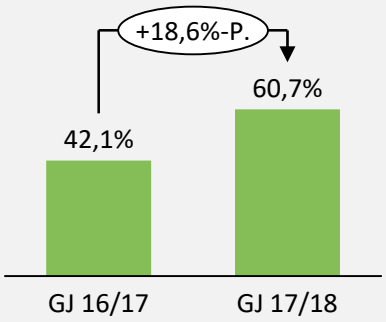
Note: EBITDA & EBIT 16/17 vor Sonderfaktoren. *Sonstige: einschließlich Konsolidierung.

Ergebnis je Aktie (EPS) aufgrund geringerer Erträge und Wertminderung der Metro-Beteiligung unter Druck

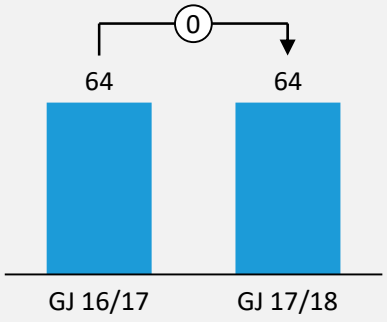
Finanzergebnis (in Mio. €)



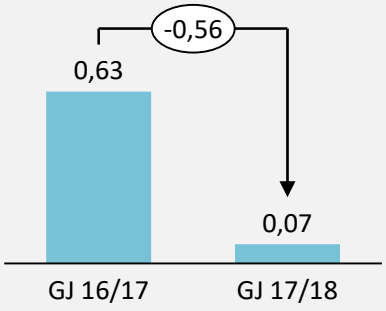
Steuerquote



Minderheiten (in Mio. €)



EPS (in €)



Highlights

// Finanzergebnis durch Wertminderung der Beteiligung an der METRO AG negativ beeinflusst (-268 Mio. €); positive Effekte durch Dividende der METRO AG (+25 Mio. €) sowie Veräußerungsgewinne aus dem Verkauf der 3,6%igen Beteiligung an der METRO AG im September

// Rückgang des EPS aufgrund geringerer Erträge und der Wertminderung der Beteiligung an der METRO AG

// Keine sinnvolle Basis für eine Dividendenausschüttung für das vergangene Geschäftsjahr

// An der Dividendenpolitik wird für zukünftige Jahre festgehalten

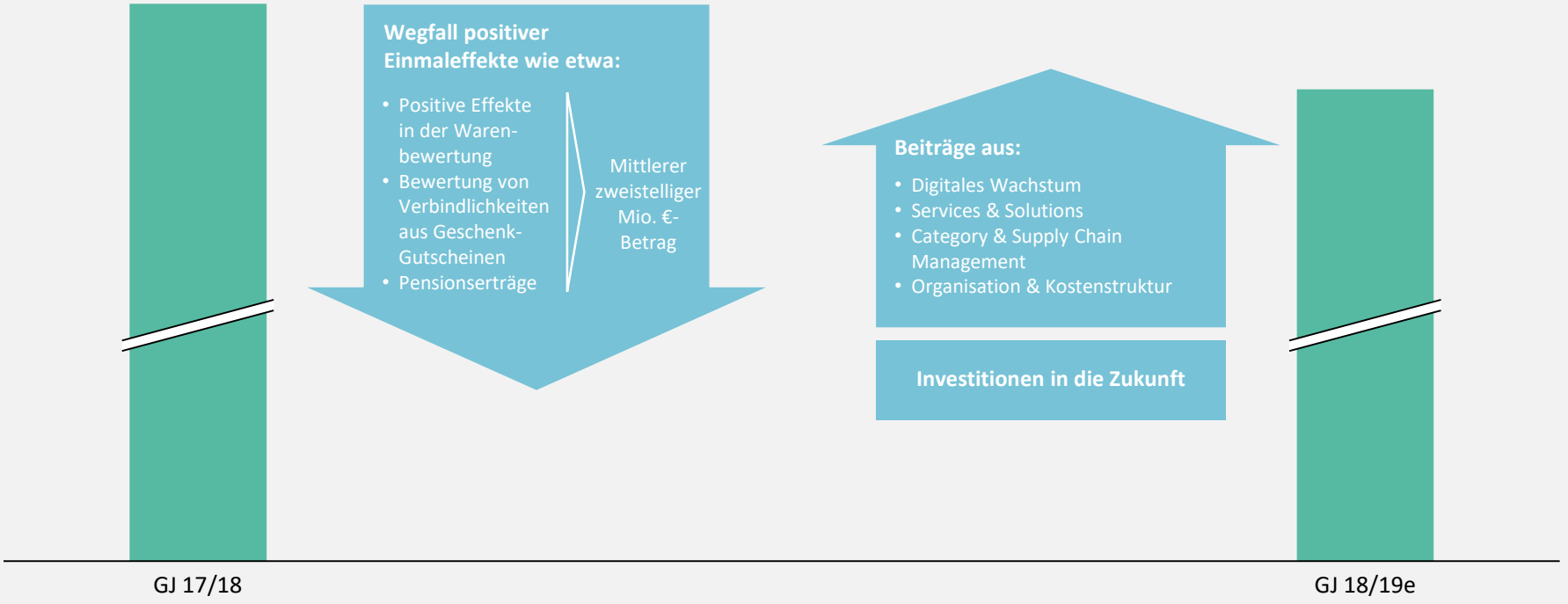
Hinweis: Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten; Zahlen aus 2016/17 vor Sonderfaktoren.

03
Ausblick

Hinweis: Alle Angaben ausschließlich aus fortgeführten Aktivitäten.

Wegfall positiver Einmaleffekte aus dem Vorjahr; Ergebnisbeiträge aus der Beschleunigung strategischer Initiativen erwartet

EBIT Entwicklung indikativ (exkl. Fnac Darty)



Ausblick

Die Prognose erfolgt wechselkursbereinigt und vor Portfolioveränderungen. Noch zu konkretisierende Aufwendungen im Zusammenhang mit der Restrukturierung und Optimierung von Strukturen und Geschäftsprozessen in Verwaltungs- und Zentraleinheiten sind nicht enthalten. Auch Aufwendungen für bereits bekannt gegebene Führungswechsel im Top-Management sind nicht berücksichtigt.

€m	GJ 17/18		GJ 18/19
Gesamtumsatz	21.418		Leichtes Wachstum
EBITDA (exkl. Fnac Darty)	630	Darin enthalten sind Einmaleffekte wie: • Positive Effekte in der Waren-bewertung • Bewertung von Verbindlichkeiten aus Geschenk-Gutscheinen • Pensionserträge	Leichter Rückgang
EBIT (exkl. Fnac Darty)	399		Leichter Rückgang
Fnac Darty Ergebnisbeitrag	21		Mittlerer zweistelliger Mio. € Betrag (auf Basis aktueller Analystenschätzungen)
Net Working Capital			Moderat rückläufige Entwicklung

04

Strategie & operatives Geschäft

Ausgangssituation der MediaMarktSaturn Retail Group

Enttäuschende operative und in der Folge auch schwache finanzielle Performance

Investitionen in die Zukunft erforderlich

Unverändert starkes Potenzial noch nicht vollumfänglich ausgeschöpft

Aufbau einer neuen Organisation entscheidend

Neues Management-Team der MediaMarktSaturn Retail Group

Chief Executive Officer	Chief Financial Officer	Chief Investment Officer	Chief Operating Officer	Chief Marketing & Digital Officer	Chief Technology Officer

1 **Verantwortlich für Steuerung der Transformation des Unternehmens**

2 **Definition und Etablierung hoher und gleich bleibender Qualitätsstandards**

3 **Fokus auf Umsetzung wesentlicher strategischer Initiativen**

Der Fokus liegt auf der Umsetzung und Beschleunigung unserer zentralen strategischen Initiativen

Multi-Channel-Geschäftsmodell

DIGITALES WACHSTUM

- // Steigerung der Conversion-Rate durch verbesserte User Experience und Customer Journey (u.a. durch Ladezeiten-optimierung, Verbesserung der Weiterempfehlungsrate)
- // Steigerung der Online-Marge durch Online-Services-Push
- // Neufokussierung von Marketing-Investitionen und Nutzung von Datenanalyse zur Stärkung der Kundengewinnung

SERVICES & SOLUTIONS

- // Stärkere Bündelung von Produkten mit Services aus existierendem Service-Portfolio
- // Implementierung eines neuen Angebots von Versicherungen und Garantieverlängerungen
- // Weiterer Ausbau des Smartbar-Konzepts
- // Ausbau der Technikberatung zu Hause
- // Ausbau von Modellen mit wiederkehrenden Umsätzen durch eigene Abrechnungs-Plattform; z.B. Computerschutzsoftware

CATEGORY & SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

- // Einführung eines neuen, konzernweiten Category Managements
- // Einführung zentraler Planung und Steuerung von Vorräten
- // Zentralisierung der Supply-Chain und Einführung zentraler Warenlager mit gemeinsamen Beständen
- // Verbesserte Lieferangebote und Anbietermanagement

ORGANISATION & KOSTENSTRUKTUR

- // Aufbau neuer Management-strukturen und -prozesse
- // Neuausrichtung der Markt- und HQ-Organisation im Rahmen von Zentralisierungsinitiativen
- // Optimierung und Hinterfragen des Storeportfolios und Reduzierung der Standortkosten
- // Generelle Kosteneinsenkungen (z.B. indirekte Ausgaben)

Investitionen zur Umsetzung der Transformation erforderlich

Investition von Zeit und finanziellen Mitteln erforderlich

Kontinuierliche Investitionen in das Kundenerlebnis und damit in die Zukunft

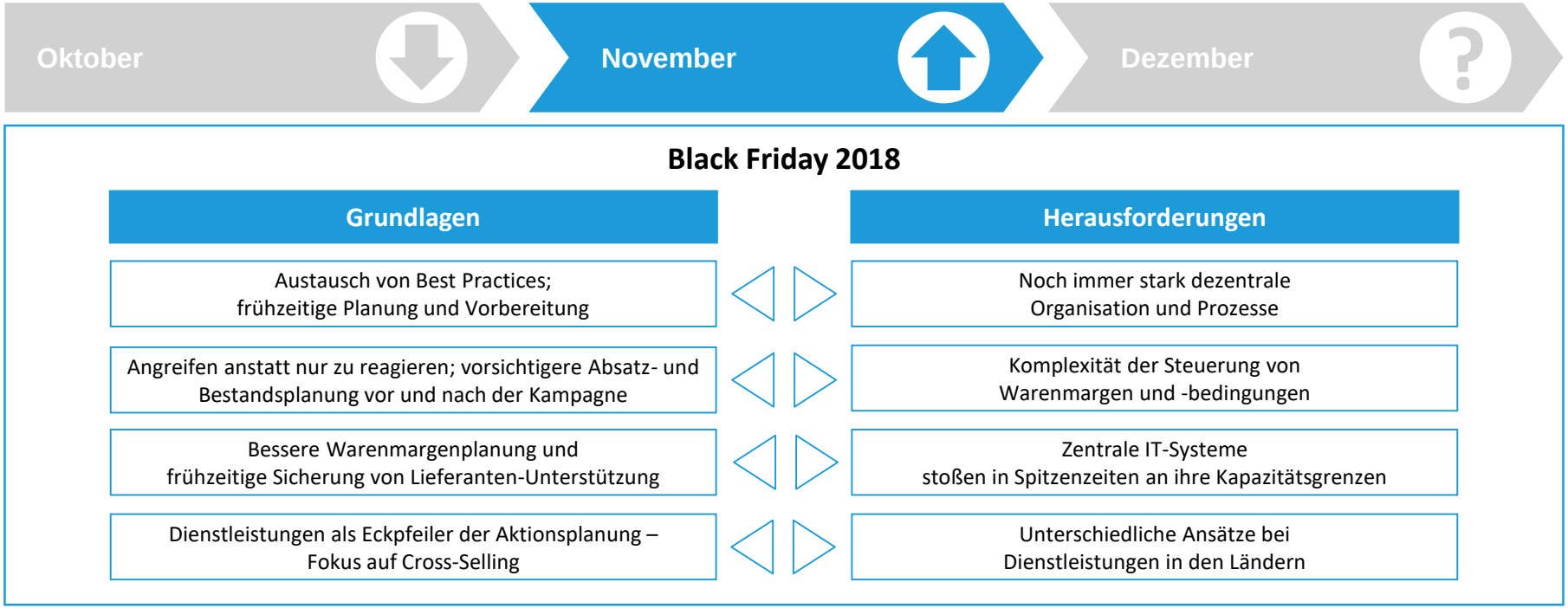
Weitere Verbesserung von IT- und Logistiksystemen

Weitere Kosten (Standort, Marketing, Organisation) werden entsprechend der Strategie angepasst

Umfassende Expertise in Transformationsprozessen vorhanden – Fokus auf Wertschöpfung in Deutschland

Iberien: Turnaround 2011 - 2013	Italien: Turnaround 2017/18	Niederlande: Wertschöpfung 2017/18	Deutschland: Wertschöpfung 2019
Turnaround während der Wirtschaftskrise	Kosteneinsparungs- und Restrukturierungsprogramme	Professionalisierung der Steuerungssysteme	Verbesserung von Strukturen und Prozessen zur Steuerung von Kosten und Geschwindigkeit
Restrukturierung der Kostenbasis	Erschließung neuer Einnahmequellen aus Services & Solutions	Fokus auf Implementierung	Fokus auf weniger Themen entlang strategischer Initiativen
Aufbau eines innovativen Dienstleistungsgeschäfts	Implementierung neuer Ansätze für Bestandsplanung und Category Management	Einführung von Service-Standards	Investitionen in Zentralisierung des Unternehmens
Implementierung einer Cross-Docking-Plattform und eines zentralen Reparaturzentrums (2016)	Veränderungsmanagement	Verbesserung im operativen Betrieb der Märkte	Kundenzentriertes Geschäftsmodell

Grundlagen geschaffen, um die Black-Friday-Performance zu verbessern



Das Geschäftsjahr 2018/19 wird ein Jahr des Umbruchs – die Transformation hat bereits begonnen

1

Unser Unternehmen hat großes Potenzial, das jedoch noch nicht voll ausgeschöpft ist.

2

Wir müssen unsere Hausaufgaben machen und den Grundstein für eine nachhaltige Zukunft legen.

3

Wir stellen den Kunden wieder in den Mittelpunkt unseres Handelns.

Damit heben wir das volle Potenzial und verbessern unsere operative und so auch unsere finanzielle Performance nachhaltig.

Q&A

Mark Frese
Mitglied des Vorstands
CECONOMY AG

Dr. Dieter Haag Molkenteller
Mitglied des Vorstands
CECONOMY AG

Ferran Reverter
Chief Executive Officer
MediaMarktSaturn Retail Group

KONTAKT

CECONOMY AG
Unternehmenskommunikation

Benrather Straße 18-20
40213 Düsseldorf
Germany

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

Umsatz & Anzahl der Märkte nach Ländern

	Umsatz (in Mio. €)		Anzahl Märkte			
	GJ 16/17	GJ 17/18	GJ 16/17	Eröffnungen	Schließungen	GJ 17/18
Deutschland	10.556	10.340	429	5	–2	432
Österreich	1.169	1.161	50	2	0	52
Schweiz	635	569	27	1	–1	27
Ungarn	302	340	24	0	0	24
DACH	**12.662**	**12.410**	**530**	**8**	**–3**	**535**
Belgien	686	701	28	1	0	29
Griechenland	187	186	12	0	0	12
Italien[1]	2.064	2.096	116	1	–2	115
Luxemburg	63	65	2	0	0	2
Niederlande	1.590	1.581	49	0	0	49
Portugal	133	146	10	0	0	10
Spanien	1.967	2.002	83	2	0	85
West-/Südeuropa [1]	**6.691**	**6.777**	**300**	**4**	**–2**	**302**
Polen	1.033	1.037	86	3	–3	86
Türkei	666	651	53	18	0	71
Osteuropa	**1.699**	**1.689**	**139**	**21**	**–3**	**157**
Schweden	474	462	27	1	0	28
Sonstige	**553**	**542**	**27**	**1**	**0**	**28**
CECONOMY[1]	**21.605**	**21.418**	**996**	**34**	**8**	**1.022**

Hinweis: Geschäftszahlen für die fortgeführten Aktivitäten. [1] Umsatzzahlen für Italien für 2016/17 und 2017/18 wurden angepasst, um Umsätze im Zusammenhang mit Garantieverlängerungen auf Nettobasis darzustellen.

CECONOMY
We empower life in the digital world