

CECONOMY



# SdK virtuelles Anleger Forum

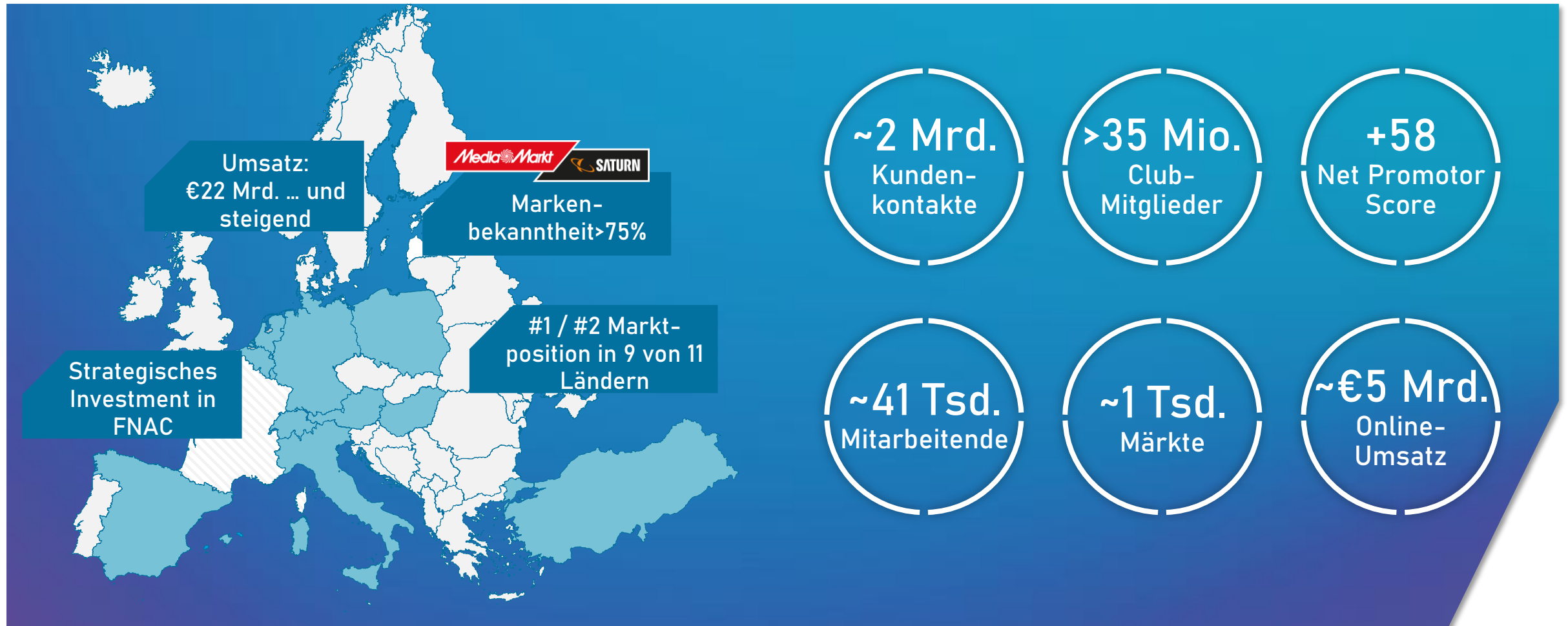
12-06-2024



A photograph of a woman with glasses and a black top, and a man in a red polo shirt, both smiling and looking at their smartphones. They are standing behind a retail counter with several tablet devices. The background shows a store interior with shelves and a red sign. The image is overlaid with a blue diagonal line and a teal background on the right side.

# I. Wer wir sind

# MediaMarktSaturn ist der führende CE Händler in Europa.



# Marktführende Positionen in ganz Europa.

#1

#2

#3

#1

#2

#3

#1

#2

#3

#1

#2

#3

Wir halten die  
**#1 oder #2**  
 Position  
 in 9 von 11 Ländern<sup>1</sup>

#1

#2

#3

#1

#2

#3

#1

#2

#3

#1

#2

#3

#1

#2

#3

<sup>1</sup>Quelle: Eigene Analyse von CECONOMY auf Basis von Marktforschungsdaten der GfK und weiterer Marktforschungsquellen. Stand: Kalenderjahr 2023





II. Unsere Ziele

# Wir sind in einer ständig wachsenden Branche tätig

## Wachstumsmöglichkeiten



**Nachhaltigkeit**  
Nachhaltige und Energie-effiziente Produkte



CAGR in energieeffizienten Segmenten<sup>3</sup>



**Premium Produkte**  
Mehr Premium Produkte in Schlüsselkategorien



der Kunden bevorzugen weniger aber höher qualitative Produkte<sup>3</sup>



**Neue Kategorien**  
Wachstum in neuen Kategorien – Gesundheit, Mobilität, Virtual Reality, Artificial Intelligence of Things



CAGR<sup>1,2</sup>



**Angrenzendes Services Geschäft**  
Services für mehr Komfort und “peace of mind”



CAGR<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Einschließlich MMS-Länder, Dänemark, Frankreich, Norwegen, Russland und Vereinigtes Königreich; <sup>2</sup>Einschließlich Smart-Home-Geräte, adressierbare Solaranlagen für Privathaushalte, AR/VR-Geräte, adressierbare E-Mobilität und digitale Gesundheit; <sup>3</sup>GfK-TrendanalyseQuelle: GfK; CECONOMY-Analyse

# Wir bieten ein einzigartiges Omnichannel-Erlebnis

**Breite Produktpalette mit ca. 1 Mio. SKUs**

**Online-Bestellungen sind innerhalb von 30 Minuten zur Abholung bereit**

**Click & Collect wird von über einem Drittel unserer Kunden genutzt**

**50% Modernisierungsrate<sup>1</sup> unterstreicht unseren "Core refresh" Ansatz**

**Chatten mit Experten im Markt per Video von zu Hause**

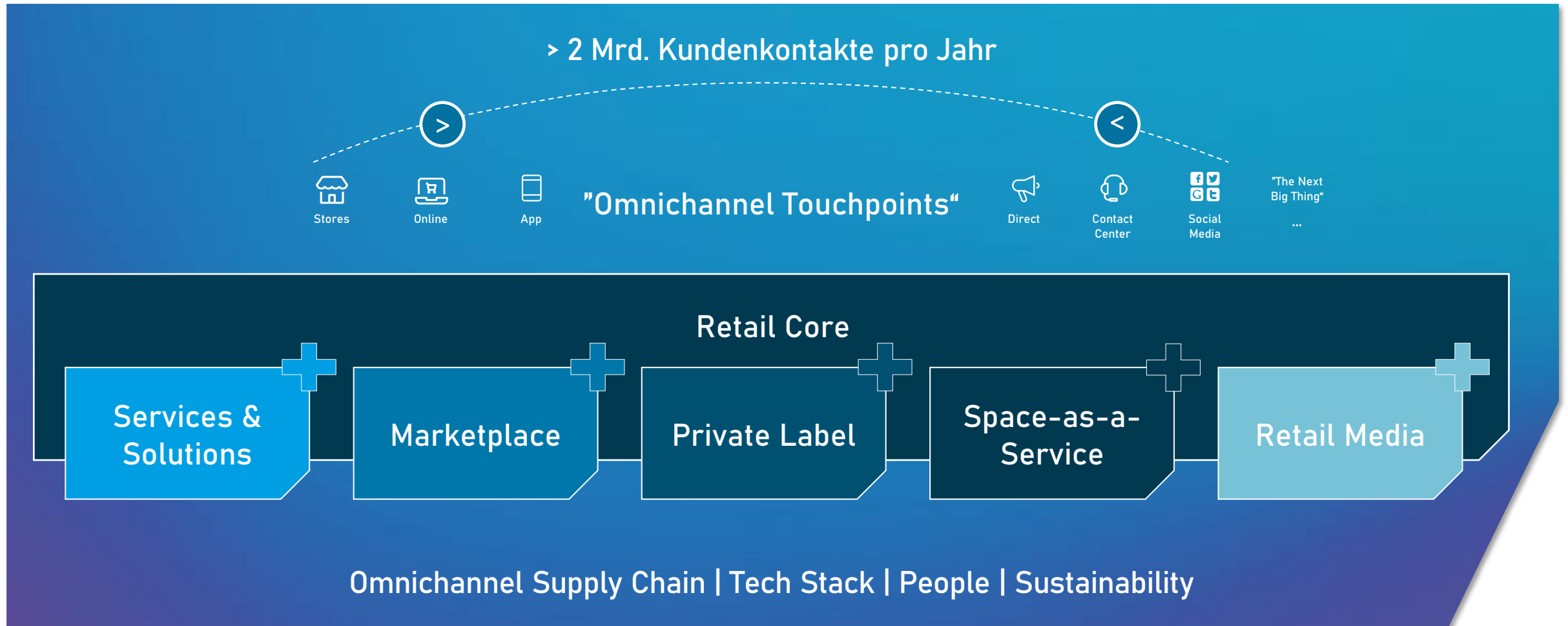
**Entwicklung des Online-Umsatzes (Mrd. €)**

Zeitraum	Online-Umsatz (Mrd. €)	Online-Umsatzanteil
GJ 18/19	2.9	14%
GJ 22/23	4.9	22%
GJ 25/26	ca. 30%	ca. 30%

**>1.000 Märkte & 4 Formate**

<b>LIGHTHOUSE</b> Inspiration & Erlebnis >4.000 qm	<b>SMART</b> Omnichannel & Stadtzentrum ca. 70-500 qm
<b>CORE</b> Verfügbarkeit & Beratung ca. 1.200-3.500 qm	<b>XPRESS</b> Nähe & Komfort ca. 400-1100 qm

# Wir entwickeln uns vom CE-Einzelhandel zu einer Einzelhandels-Serviceplattform mit verschiedenen Geschäftsmodellen

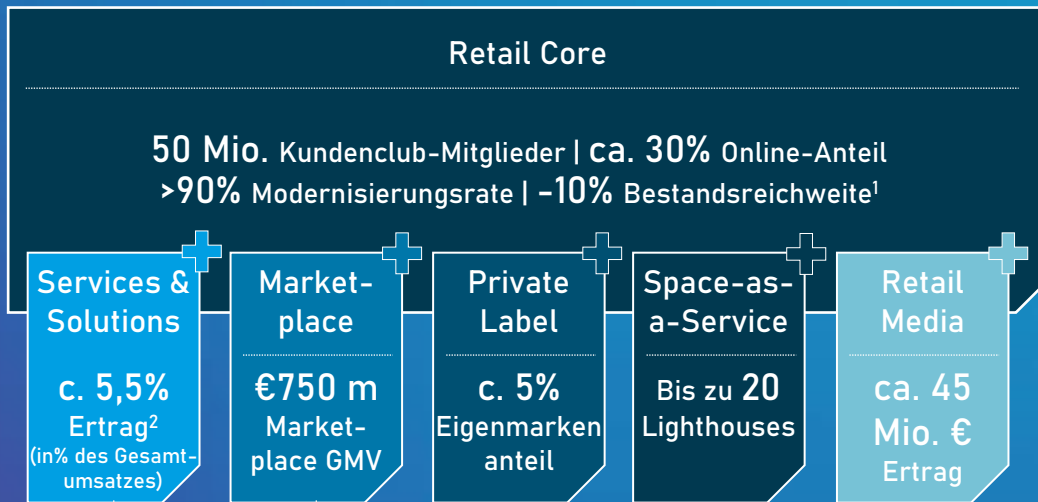




# Unsere Strategie wird durch klare Ziele untermauert

## Unsere wichtigsten Versprechen für das GJ 25/26...



## ...und weitere KPI-Ziele



Retail Core			
# Anzahl der Kundenkontakte	2,2 Mrd.	# Anzahl der verkauften aufgearbeiteten Produkte	c. 220,000
Verkäufe mit Kundenclub-Mitgliedern	c. +60% <sup>1</sup>	Verfügbarkeit	>90%
Flächenproduktivität	c. +10% <sup>1</sup>	Zentralisierung der Inbound-Logistik	80%
Standortkosten (% des Gesamtumsatzes)	-0.2%p. <sup>1</sup>	Lieferung und Abholung NPS	70
# Lighthouse-Stores	bis zu 20	# Städte mit Null-Emissions-Lieferung	>80
BetterWay Umsatzanteil	c. 20%	Kohlenstoffemissionen Scope 1&2	Netto-Null
# von BetterWay Produkten	c. 7,000		
Marketplace			
Marketplace Anteil <sup>3</sup>	c. 10%		
Services & Solutions			
Anzahl der Reparaturen	c. 3.5 m		
# Zahl der Inzahlungnahmen	>600,000		

<sup>1</sup>Im Vergleich zum GJ 21/22;<sup>2</sup> Operativer Services & Solutions-Ertrag in % des Gesamtnettoumsatzes (ohne z. B. Retail Media, Marketplace-Provisionen & -Gebühren, Lieferungen);<sup>3</sup> Marketplace-Bruttowarenwert in % des gesamten Bruttowarenwerts (Marketplace + Retail Online), nur Länder mit Marketplace berücksichtigt

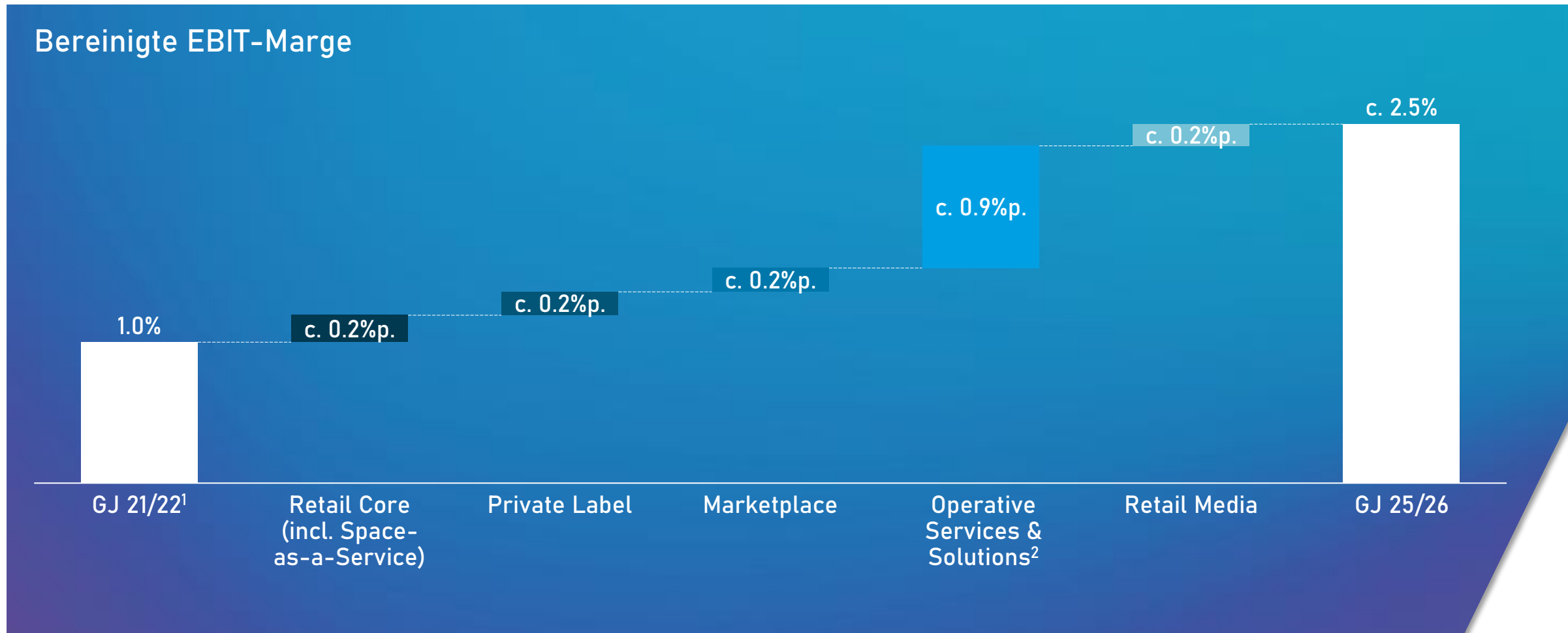
# Wir erwarten >500 Mio. € EBIT und ca. 200 Mio. € FCF in 2025/26

Wichtigste Finanzkennzahlen	GJ 21/22	Wachstumsplan GJ 25/26	
Bereinigtes EBIT	€208 m <sup>1</sup>	>€500 m	 <p>EBIT-Steigerung von ca. 150%</p>
Bruttomarge	17.6% <sup>1</sup>	c. 20%	
Bereinigte OPEX-Quote	17.7% <sup>1</sup>	c. 18%	 <p>Anstieg des Free Cashflow um ca. 700 Mio. €</p>
Gesamtumsatz	21,1 Mrd. € <sup>1</sup>	Leicht über Marktwachstum	
Cashinvestitionen	€254 m	ca. 300 Mio. €	
Free Cashflow <sup>2</sup>	-€533 m	Stetiges Wachstum auf ca. 200 Mio. €	

<sup>1</sup>Portugal & Schweden angepasst;<sup>2</sup> Angepasst um IFRS 16 Leasingverhältnisse

# Service Geschäft spielt größte Rolle bei der Steigerung der Profitabilität

Vereinfachte Darstellung



<sup>1</sup>Portugal & Sweden adjusted; <sup>2</sup>Operational Services & Solutions income in % of total net sales (excluding e.g., Retail Media, Marketplace commissions & fees, deliveries)



# Heutige große Vielfalt im Services & Solutions Portfolio

ca. 5,5%<sup>1</sup>  
Services &  
Solutions Ertrag



Versicherung und Garantien



Telekommunikation und digitale Produkte



Power Services




Finanzdienstleistungen



Nachhaltigkeitsdienstleistungen und andere



CECONOMY



III. Zweites Quartal/  
erstes Halbjahr 2023/24

# Nach einem starken ersten Quartal haben wir im zweiten Quartal nochmal deutlich an Dynamik gewonnen

- / 6,5% Umsatzwachstum
- / Marktanteilsgewinne in 8 von 11 Ländern
- / Starker Anstieg der Rentabilität unterstützt positives Ergebnis
- / NPS erneut auf Allzeithoch

**+6,5%**

Umsatz in Q2<sup>1</sup>  
vs. VJ

**5,3 Mrd. €**

**+26 Mio. €**

Bereinigtes,  
operatives EBIT<sup>1</sup>  
in Q2 vs. VJ

**5 Mio. €**

**+5 Punkte**

NPS vs. VJ

**58**

**Ausblick 2023/24 konkretisiert: Bereinigtes EBIT im Bereich zwischen 290 Mio. € bis 310 Mio. €**

<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. EBIT zu aktuellen Kursen, zusätzlich bereinigt um Einmaleffekte und exklusive nach der Equity-Methode einbezogener Unternehmen.



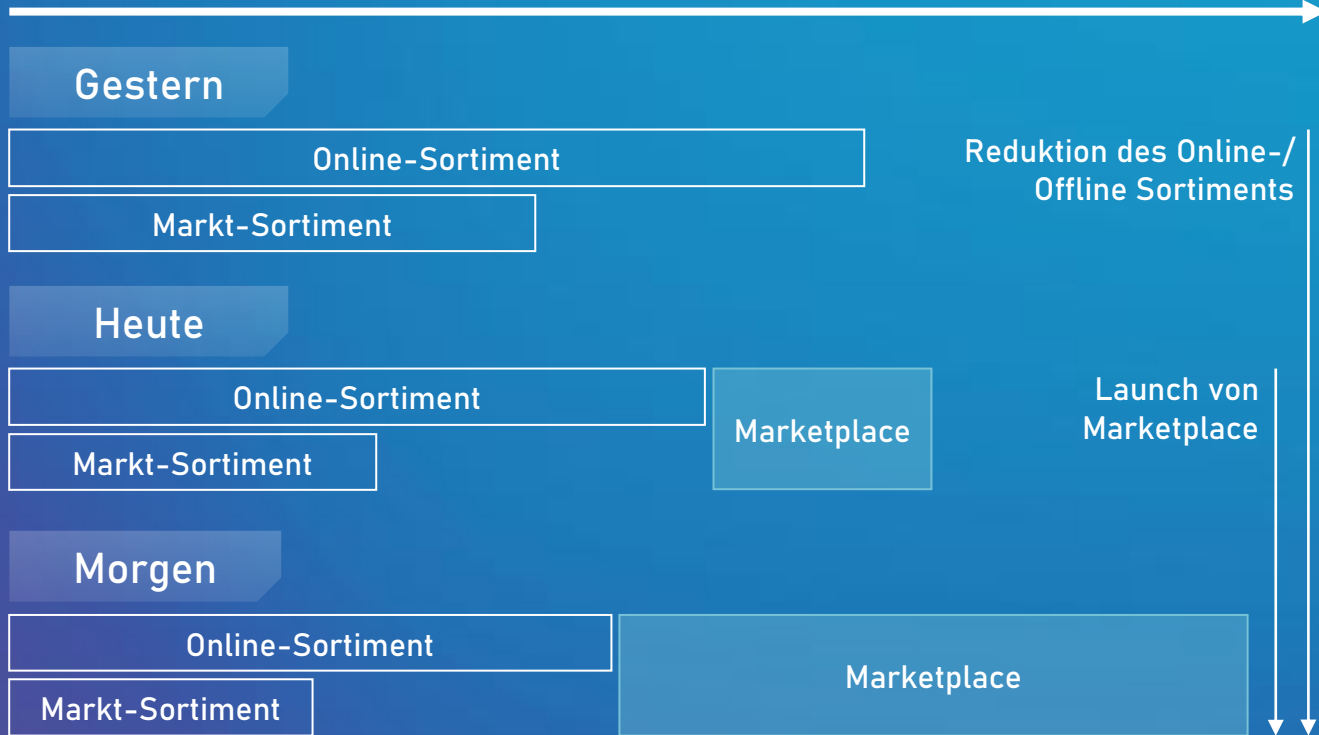


## IV. Anhang

# Marketplace ist der Schlüssel zur Bereicherung unseres Sortiments

€750<sup>1</sup> m  
Marketplace GMV

Breite des Sortiments



/ Marketplace bietet maximale Auswahl und Verfügbarkeit, reduziert unseren Lagerbestand und erzeugt Provisionsumsätze

/ Derzeit ca. 1.300 Verkäufer, die ca. 1,8 Mio. SKUs anbieten; mit der Erwartung einer weiteren Beschleunigung

/ Live in 4 Ländern, die ~70% unseres Umsatzes ausmachen; weitere Roll-outs sind geplant



# Unsere margenstarken Eigenmarken sind ein wichtiger Teil unseres Sortiments

ca. 5%<sup>1</sup>  
Private Label  
Anteil

Drei wichtige Verbraucherwünsche... ..angesprochen von 4 sehr starken Handelsmarken

**1 Preis**  
Verbraucher sind wertorientiert und wollen zum besten Preis kaufen

**2 Qualität**  
Ungebrochene Nachfrage der Verbraucher nach hochwertigen Produkten

**3 Design**  
Verbraucher schätzen einfaches und zeitloses Produktdesign

**Haushaltsgeräte**

**KOENIC**

Haushaltsgeräte für jede Situation

**Unterhaltungselektronik**

**PEAQ**

Unterhaltungselektronik par excellence

**Zubehör für Geräte**

**ISY**

Elektronische Lifestyle-Produkte mit Mehrwert



Funktionelle Alltagsgeräte

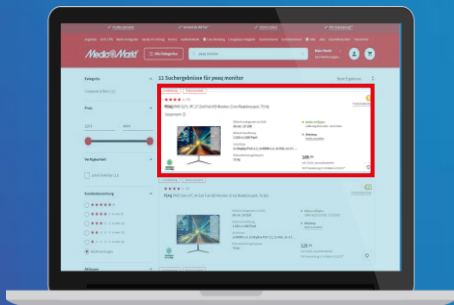
- ✓ Differenziert das Angebot
- ✓ Treibt wiederkehrende Käufe
- ✓ Verbessert Margen
- ✓ Ermöglicht die Erschwinglichkeit hochwertiger Produkte



# Wir bieten eine attraktive Retail Media Plattform für unsere Partner

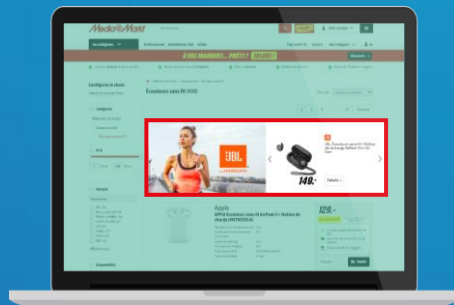
ca. € 45<sup>1</sup> m  
Retail Media  
Ertrag

## Sponsored Product Ad



Steigerung von Umsatz und Marktanteil auf Basis kundenrelevanter Daten, inklusive "Self Service"

## Sponsored Brand Ad



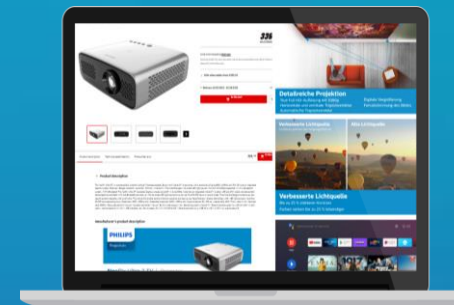
Steigerung der Markenbekanntheit über den gesamten Marketing-Funnel

## Consideration & Action report



Zugang zu allen "Insights", um datengestützte Entscheidungen zu treffen

## A+ Content



Umwandlung der Produkt-Detailseite in ein Kundenerlebnis zur Steigerung der Verkaufsrate

# CECONOMY - Führender Einzelhändler für Unterhaltungselektronik in Europa

**MediaMarktSaturn**  
Retail Group

Starke und traditionelle Marken mit 1.016 Märkten

**MediaMarkt**

909 Märkte; ca. 39.000 Mitarbeitende

Nr. 1 im Elektronikhandel in der EU  
Starke Präsenz in 11 Ländern  
Riesige Auswahl an Produkten  
Individuelle Kundenberatung  
Umfassendes Portfolio an Dienstleistungen

**SATURN**

107 Märkte; ca. 5.000 Mitarbeitende

Nr. 1 im Elektronikhandel in DE  
An attraktiven Standorten gelegen  
Breite Palette an Markenprodukten  
Großzügige Verkaufsflächen  
Ausgezeichneter Service und Beratung

**DEUTSCHE  
TECHNIKBERATUNG**

Zusammenarbeit mit MediaMarktSaturn in Deutschland  
Installation, Anschluss, Fehlerbehebung  
Service vor Ort oder per Fernwartung

M.VideoEldorado

15% Anteil

FNAC DARTY

24% Anteil



# Wir vertrauen auf unser internationales Managementteam um unsere Transformation umzusetzen



**Dr. Karsten Wildberger**

Chief Executive Officer



**Dr. Kai-Ulrich Deissner**

Chief Financial Officer



**Dr. Sascha Mager**

Chief Operating Officer -  
Deutschland



**Guido Monferrini**

Chief Operating Officer -  
Italien, Österreich, Schweiz,  
Ungarn



**Iris Pruefer**

Chief Human  
Resources Officer



**Remko Rijnders**

Chief Operating Officer -  
BeNeLux, Iberia, Türkiye,  
Polen



**Michael Schuld**

Chief Commercial  
& Marketing Officer



**Andrew Wolfe**

Chief Technology Officer



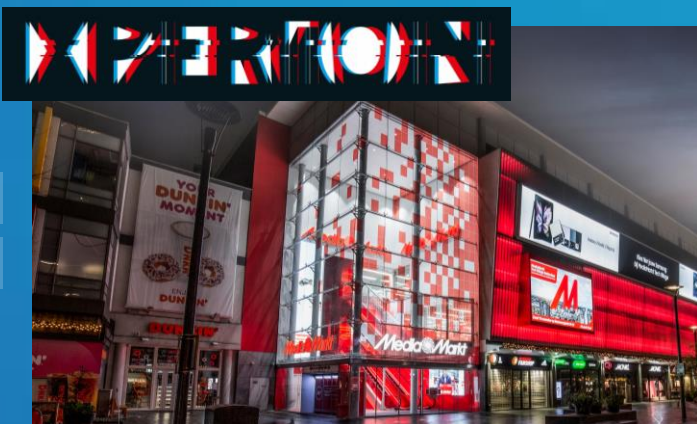
# Vier Ladenformate, rund um Erlebniszonen, Services und die menschliche Note

## LIGHTHOUSE

Inspiration und

Erlebnis

>4.000qm



## CORE

Verfügbarkeit und

Beratung

c. 1.200-3.500qm



## XPRESS

Nähe und

Bequemlichkeit

c. 400-1.100qm



## SMART

Omnichannel und

Lage im Stadtzentrum

c. 70-500qm





# Wir streben die vollständige Überarbeitung unseres Kern-Storeportfolios bis zum GJ 25/26 an

## Unser Storeportfolio auffrischen

6 Lighthouse Stores mit deutlich erhöhter Frequenz und Rentabilität - 20 Stores bis zum GJ 25/26 geplant

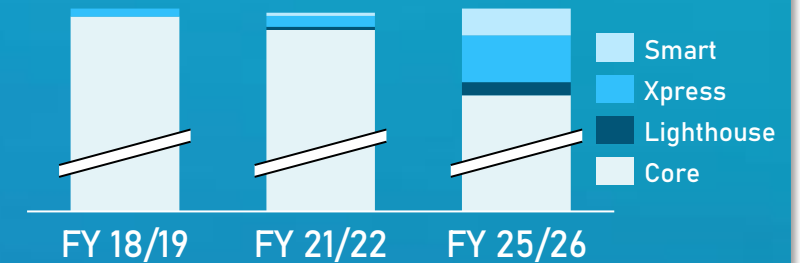
Erfolgreicher Betrieb von >10 Xpress-Märkten in Ungarn seit 2016 - weitere Expansion in andere Länder

Core refresh: Optimierung des Sortiments und der Abteilungsabläufe, Erhöhung der Flächennutzung und des Serviceangebots

Flächenproduktivität seit 18/19 um 3% gestiegen - Ziel ist +10% bis 25/26

## Wie wir den Erfolg messen

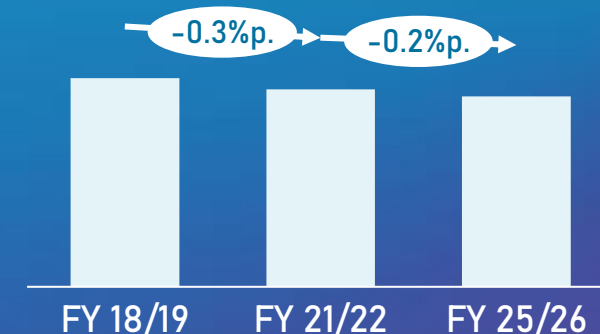
Entwicklung des Storeportfolios (Anzahl Märkte)



Kern-Modernisierungsrate



Entwicklung der Standortkosten<sup>1</sup> % des Nettoumsatzes



<sup>1</sup>Mietkosten & IFRS 16-Abschreibungen, Raumkosten, Standortabschreibungen

# Ihr Kontakt

## CECONOMY Investor Relations Team

Kaistr. 3  
40221 Düsseldorf  
Germany



[ceconomy.de/de/investor-relations](https://ceconomy.de/de/investor-relations)



**Fabienne Caron**  
VP, Head of Investor Relations



**Dr. Kerstin Achterfeldt**  
Sr. Investor Relations Manager



**Arian Ebrahimi**  
Investor Relations Expert



+49 (211) 5408 7222

+49 (211) 5408 7226

+49 (211) 5408 7234

+49 (211) 5408 7224



+49 (151) 4225 6418

+49 (151) 5822 4911

+49 (151) 4064 3340



[IR@ceconomy.de](mailto:IR@ceconomy.de)

[fabienne.caron@ceconomy.de](mailto:fabienne.caron@ceconomy.de)

[kerstin.achterfeldt@ceconomy.de](mailto:kerstin.achterfeldt@ceconomy.de)

[arian.ebrahimi@ceconomy.de](mailto:arian.ebrahimi@ceconomy.de)

# 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 omnichannel 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 "Opportunity and Risk Report" in CECONOMY'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 and should not be construed 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). The third parties whose data is cited in this presentation are neither registered broker-dealers nor financial advisors and the permitted use of any data does not constitute financial advice or recommendations.

This presentation contains forecasts, statistics, data and other information relating to markets, market sizes, market shares, market positions and other industry data on the Company's business and markets (together the "market data") provided by third party sources as interpreted by us. This market data is, in part, derived from published research and additional market studies prepared primarily as a research tool and reflects estimates of market conditions based on research methodologies including primary research, secondary sources and econometric modelling. We want to point out that part of the market data used has been collected in the framework of a market survey carried out as a panel observation. The panel is a regular survey monitoring sales of specific products and product categories, using a range of distribution channels including internet, retail outlets (e.g. high street, mail order) and companies (e.g. resellers). The market data does not represent actual sales figures globally or in any given country; rather, the market data represents a statistical projection of sales in a given territory and is subject to the limitations of statistical error and adjustments at any time (e.g. reworks, changes in panel structure). The representativeness of the market data may be impacted by factors such as product categorisation, channel distribution and supplier universe identification and statistical sampling and extrapolation methodologies. The market data presented is based on statistical methods and extrapolation.

In addition, market research data and trend information as interpreted or used by CECONOMY is based on certain estimates and assumptions and there can be no assurance that these estimates and assumptions as well as any interpretation of the relevant information by CECONOMY are accurate.

The market research institutes which data CECONOMY used as basis for this presentation are neither registered broker dealers nor financial advisors and the permitted use of any market research data does not constitute financial advice or recommendations.

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 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 business. Given the aforementioned uncertainties, (prospective) investors are cautioned not to place undue reliance on any of this information. 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 CECONOMY's Annual Report 2022/23, pages 32-35.

All numbers shown are as reported, 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.



CECONOMY