

# Ergebnispräsentation Q1 2024/25

11. Februar 2025





Media Markt

CECONOMY

- 1. Business Update**
2. Geschäftsentwicklung
3. Ausblick und Zusammenfassung

# Mit klarer Strategie auf Erfolgskurs

## Ausgezeichnete Leistung in Q1



**Konsequenter  
Go-to-Market-  
Plan**

+23% App-  
Aufrufe vs. VJ

**Top Waren-  
verfügbarkeit**

Dauerhaft hohe  
Produkt-  
verfügbarkeit  
(c. 90%)

**Omnichannel-  
Exzellenz**

+6% Steigerung  
der Conversion  
Rate online

**Attraktives  
Serviceerlebnis**

Ca. 3.000  
90-Minuten  
Lieferungen am  
Black Friday

**Hochmotivierte  
Mitarbeitende**

+3 Punkte bei  
Kundenzufrieden-  
heit

# Starker Start in das Geschäftsjahr 2024/25

- / Erhebliche Marktanteilsgewinne (+60 Basispunkte)
- / 8. Wachstumsquartal in Folge

**+9.5%**

Umsatz  
Wachstum<sup>1</sup>  
vs. VJ

**7,6 Mrd. €**

**+€32 m**

bereinigtes  
EBIT<sup>1</sup>  
Wachstum  
vs. VJ

**+€279 m**

**+3 Punkte**

NPS-Anstieg  
für Gruppe  
vs. VJ

**59**

**Ausblick 2024/25 bestätigt**

<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.

# Q1-Highlights: Starkes Wachstum auf allen Ebenen



## Omnichannel-Verkauf

- / B&M-Umsatz +7,2%<sup>1</sup> vs. VJ
- / Online-Umsatz +15,9%<sup>1</sup> vs. VJ
- / Online-Anteil bei 28,6%<sup>2</sup>

## Wachstumsfelder

- / S&S-Einkommensanteil stark gestiegen
- / Marktplatz: GMV ca. +90%
- / Retail Media: Einnahmen mehr als verdoppelt

## Länder

- / Starke Umsatzentwicklung und verbesserte Rentabilität in den größten Ländern: Deutschland, Spanien, Österreich und Italien

## Zahl der Loyalty-Kunden

- / Angestiegen auf 45 Mio.

## Profitabilität gestärkt

- / +14% bereinigtes EBIT-Wachstum

## Starke FCF-Generierung

- / 1,5 Mrd. € FCF in Q1

<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. Der Online-Umsatz enthält nur den 1P-Umsatz. <sup>2</sup>Online-Anteil einschließlich Marketplace.



# Produkt-Highlights der Peak Season



## IT

---

- / Ca. +12% Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr
- / Deutlicher Marktanteilsgewinn bei Premium-Laptops



## Handys

---

- / Ca. +12% Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr
- / Erheblicher Anstieg der Zusatzverkäufe



## Haushaltsgeräte

---

- / Ca. +8% Umsatzwachstum im Vergleich zum Vorjahr
- / Starke Leistung bei Bodenpflege, Haarpflege und Wäschetrocknern

# Konsequente Entwicklung in allen Bereichen

Geschäftsfelder	KPI	GJ 21/22	GJ 22/23	GJ 23/24	Ziel GJ 25/26	Fortschritte Q1 24/25
Kerngeschäft Handel	Loyalty-Mitglieder	34 Mio.	39 Mio.	43 Mio.	50 Mio.	↗
Kerngeschäft Handel	Online-Anteil <sup>1</sup>	25%	23%	24%	c. 30%	↗
Kerngeschäft Handel	Modernisierungsrate	30%	50%	64%	> 90%	↑
Kerngeschäft Handel	Lagerreichweite <sup>2</sup>	10,3 Wochen	9,1 Wochen (-11%)	9,3 Wochen (-10%)	-10%	↗
Space-as-a-service	Anzahl Lighthouses	6	8	11	Bis zu 20	↗
Services & Solutions	Anteil in % am Gesamtumsatz <sup>3</sup>	4,5%	4,5%	5,1%	c. 5,5%	↑
Marketplace	GMV	65 Mio. €	137 Mio. €	277 Mio. €	750 Mio. €	↑
Eigenmarken	Eigenmarkenanteil	2,3%	2,4%	2,7%	c. 5%	↗
Retail Media	Umsatz	c. 5 Mio. €	18 Mio. €	48 Mio. €	ca. 45 Mio. €	↑

<sup>1</sup>Online-Anteil mit Verkäufen an Dritte. <sup>2</sup>Im Vergleich zum GJ 21/22. <sup>3</sup>Einnahmen aus Operational Services & Solutions in % des Gesamtnettoumsatzes (ohne z. B. Retail Media, Marketplaceprovisionen und -gebühren, Lieferungen).

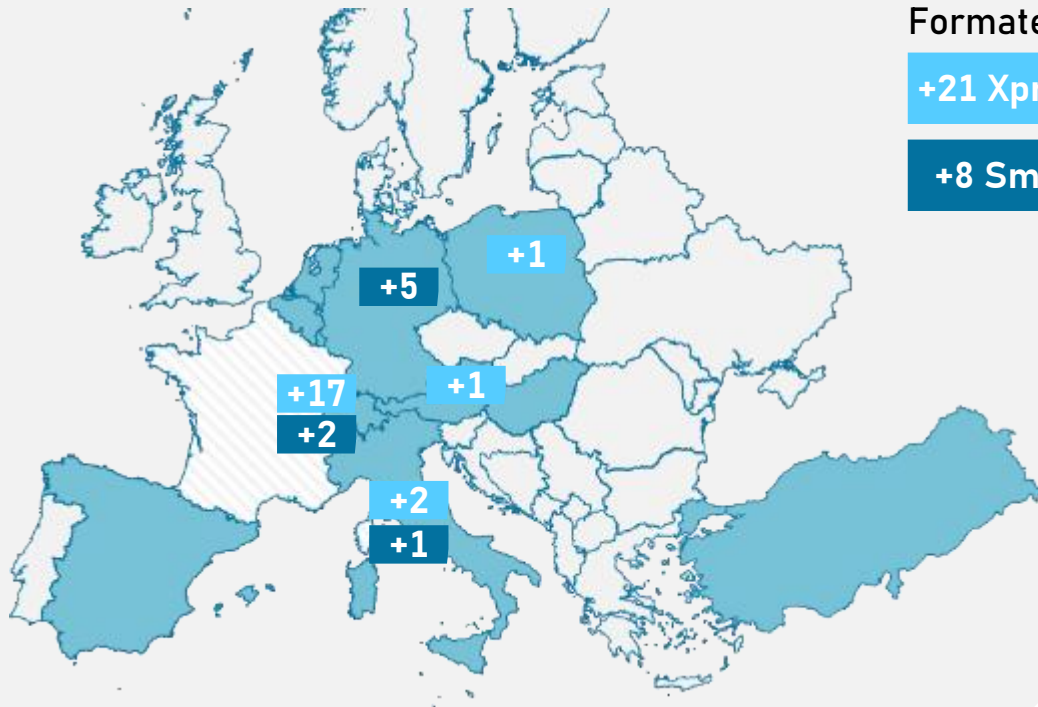
# Kerngeschäft Handel: Omnichannel-Ansatz weiter gestärkt

## Priorisierte Einführung neuer Storeformate in Q1

Formate:

+21 Xpress

+8 Smart



## Omnichannel-Highlights

### Stärkung unserer Flächenpräsenz

- / Deutschland: Fünf Smart Stores in Q1 eröffnet (ehemals Gravis)
- / Schweiz: 19 ehemalige melectronics-Märkte als Xpress- und Smart-Märkte integriert
- / Italien: ein weiterer Shop-in-Shop mit Bennet eröffnet

### +15,9% Online-Umsatzwachstum<sup>1</sup> in Q1

- / Hochmoderner Webshop in allen Ländern ausgerollt
- / Die App gewinnt an Dynamik mit +18%<sup>2</sup> mehr Nutzern und +30%<sup>2</sup> Gesamtbestellmenge

<sup>1</sup>Umsatz bereinigt um Währungs- und Portfolioeffekte, vor IAS 29. Der Online-Umsatz enthält nur den 1P-Umsatz. <sup>2</sup>In Deutschland. Umsatzsteigerung basierend auf dem Nettoauftragswert.



# Personalisierte Services machen uns einzigartig



## Vollständig personalisierte Customer Journey mit neuen Elementen

- Online-Terminbuchung
- Persönliche Begrüßung vor Ort
- Aufrechterhalten des Kontakts über verschiedene Kanäle

### / Ziele:

- Verbessertes Kundenerlebnis
- Reduzierung der Wartezeiten
- Erhöhung der Kundenloyalität

### / Kundenhistorie und Propensity-Modelle für maßgeschneiderte Empfehlungen

# Unsere Wachstumsfelder legen zu

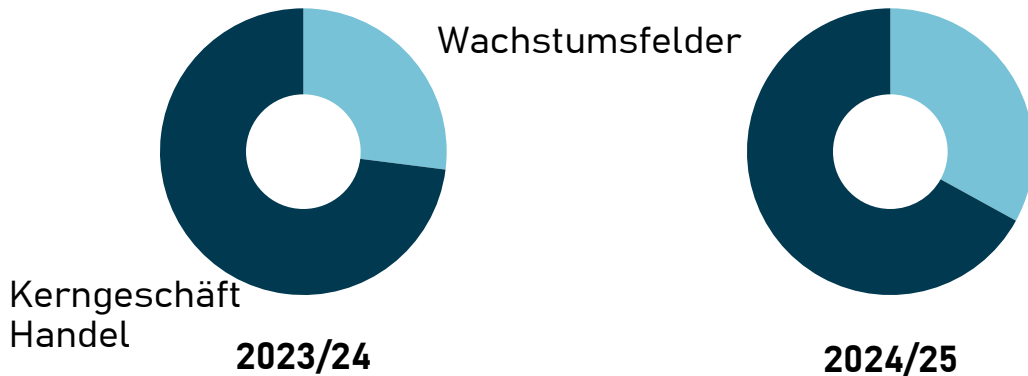
Ausgewiesener Bruttogewinn in Q1 in Mio.



/ Alle Wachstumsbereiche trugen wesentlich zur Steigerung des Bruttogewinns der Gruppe bei

/ Zu den Wachstumsfeldern zählen:

- Services & Solutions
- Marketplace
- Eigenmarken
- Retail Media



# Services & Solutions Geschäft treibt Wachstum

**Live-Beratung**  
Einfach gut gefunden.  
Gemeinsam finden wir schnell und unkompliziert dein Wunschprodukt.

**CLEVER  
CLEVER  
CLEVER  
CLEVER**

\*Offerte nicht auf alle Produkte und Modelle, wenn möglich, ist ein Anruf erforderlich. Die Beratung ist kostenlos und wird nur von qualifizierten Mitarbeitern durchgeführt. Die Beratung ist nur für Kunden der Saturn-Gruppe verfügbar. Die Beratung ist nur für Kunden der Saturn-Gruppe verfügbar. Die Beratung ist nur für Kunden der Saturn-Gruppe verfügbar.

## +23% mehr Ertrag in Q1

- / Verbesserungen in allen Kategorien, insbesondere Verbraucherfinanzierung
- / Starke Nachfrage nach Finanzierungslösungen auf dem Marketplace in Deutschland, Einführung in weiteren vier Ländern im GJ 24/25 geplant
- / Online-Videoberatung in Deutschland verzeichnet schnelles Wachstum mit hoher Zufriedenheit (NPS: 88)



# Sowohl Retail Media als auch Marketplace mit deutlichem Plus



## Marketplace

/ GMV deutlich im Vergleich zum Vorjahr ca. +90% gewachsen

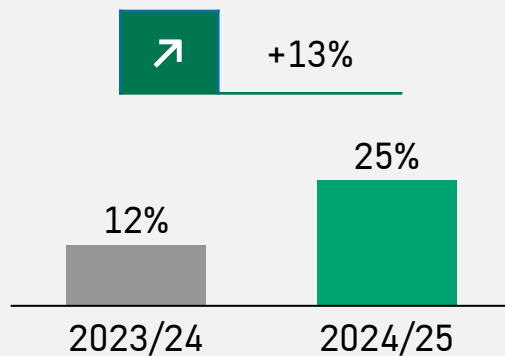
## Retail Media

/ Einnahmen in Q1 verdoppelt

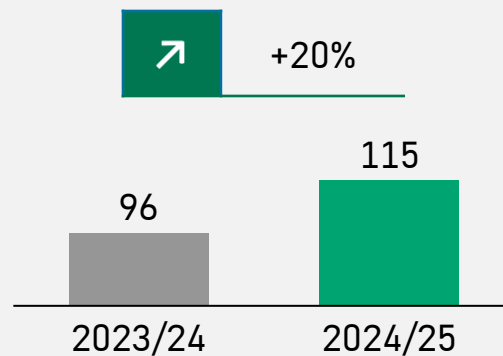
# Umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen stark nachgefragt

## Q1-Entwicklung: Nachhaltigkeits-KPIs

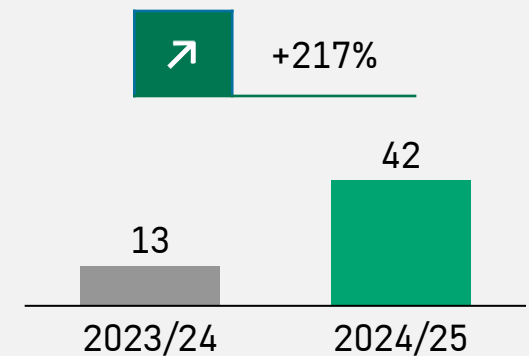
### BetterWay-Umsatzanteil



### Trade-In-Produkte (in Tausend)



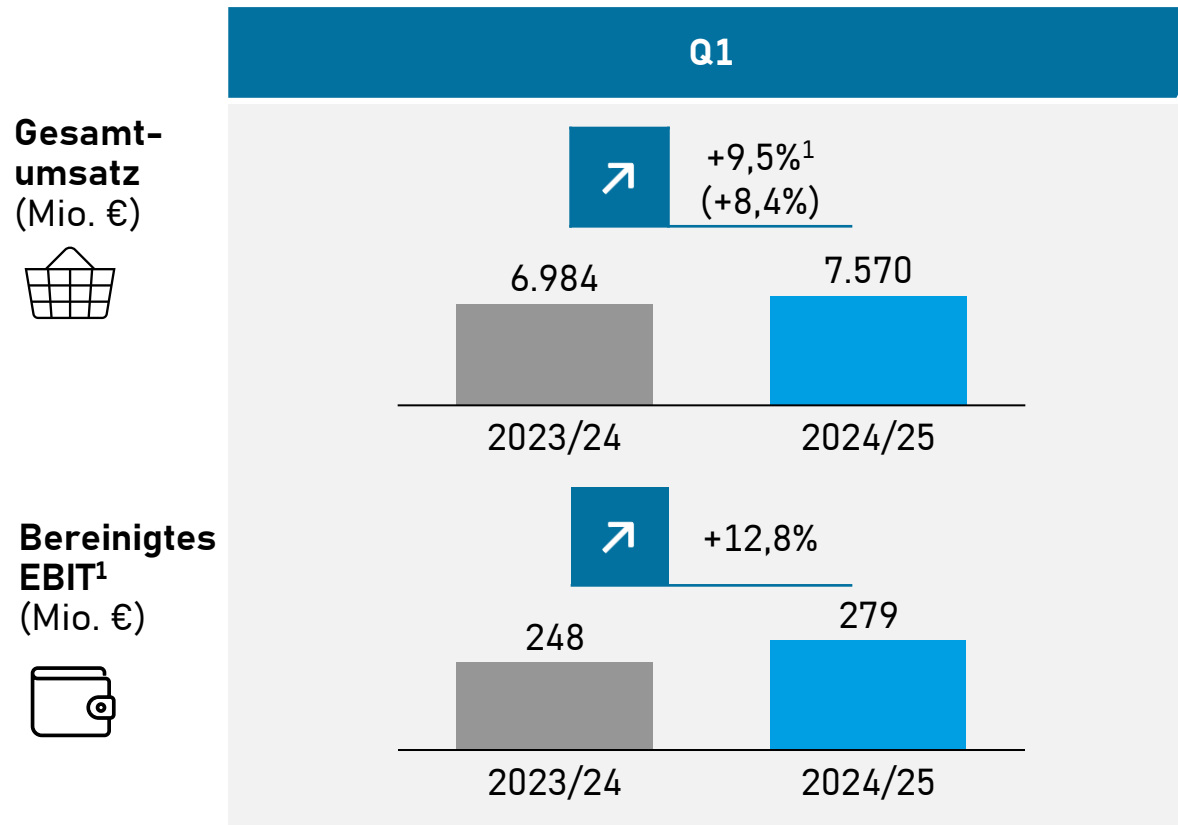
### Wiederaufbereitete Produkte (in Tausend)



1. Business Update
- 2. Geschäftsentwicklung**
3. Ausblick und Zusammenfassung



# Umsatz und EBIT wachsen deutlich



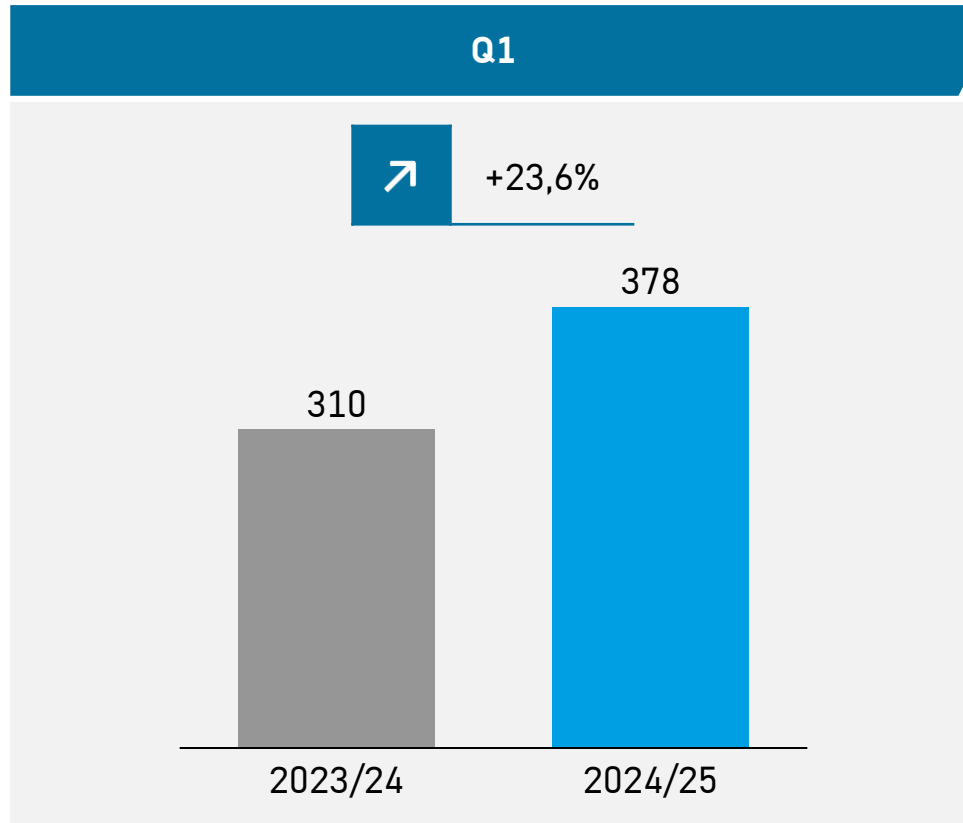
- / Erfolgreiche Peakseason (Black Friday & Weihnachten)
- / Steigende Umsätze Online und in Stores
- / Aufwärtstrend in fast allen Ländern

- / Deutliche EBIT-Verbesserung, unter anderem in Deutschland

<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..

# Services & Solutions Geschäft legt deutlich zu

Services & Solutions-Umsatz<sup>1</sup>  
(Mio. €)

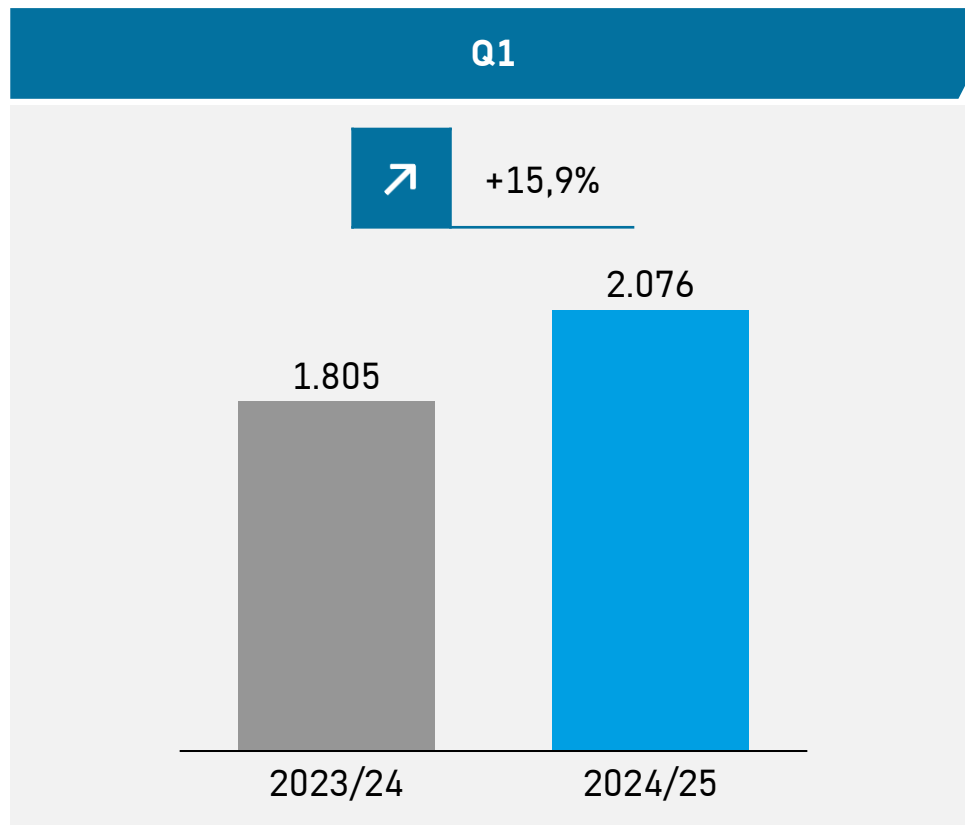


- / Umsatzwachstum gestützt durch alle S&S-Kategorien
- / Hohe Nachfrage nach Verbraucherfinanzierung, auch auf deutschem Marketplace
- / Positives Wachstum online und offline

<sup>1</sup>Exklusive Portfolioveränderungen, vor IAS 29. Wachstum zusätzlich um Wechselkurseffekte bereinigt.

# Online-Geschäft wächst stark

Online-  
Umsatz<sup>1</sup>  
(1P)  
(Mio. €)

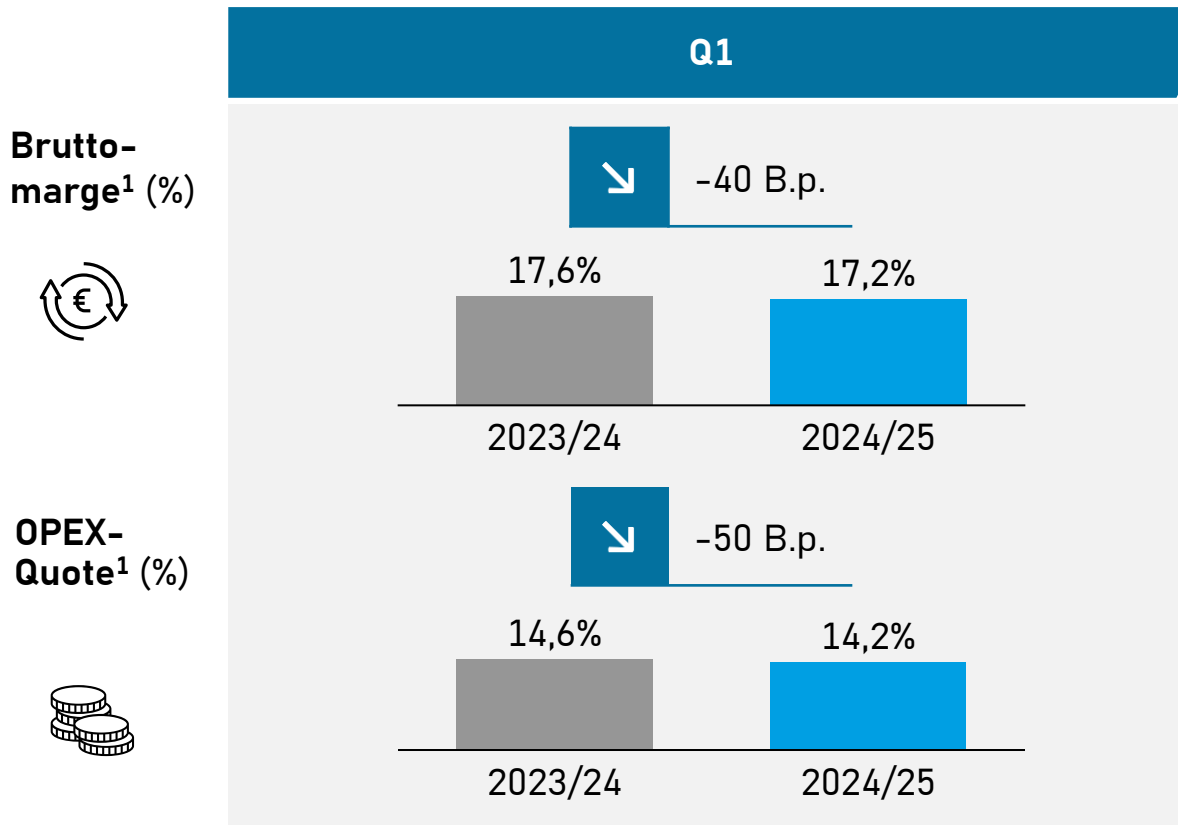


- / Solide Online-Marktanteilsgewinne
- / Wachstum über alle Regionen hinweg
- / Fast 29% Online-Umsatzanteil (inklusive Marketplace)

<sup>1</sup>Exklusive Portfolioveränderungen, vor IAS 29. Wachstum zusätzlich um Wechselkurseffekte bereinigt.



# EBIT-Marge durch starke Peak Season im Aufwind



## Bruttomarge

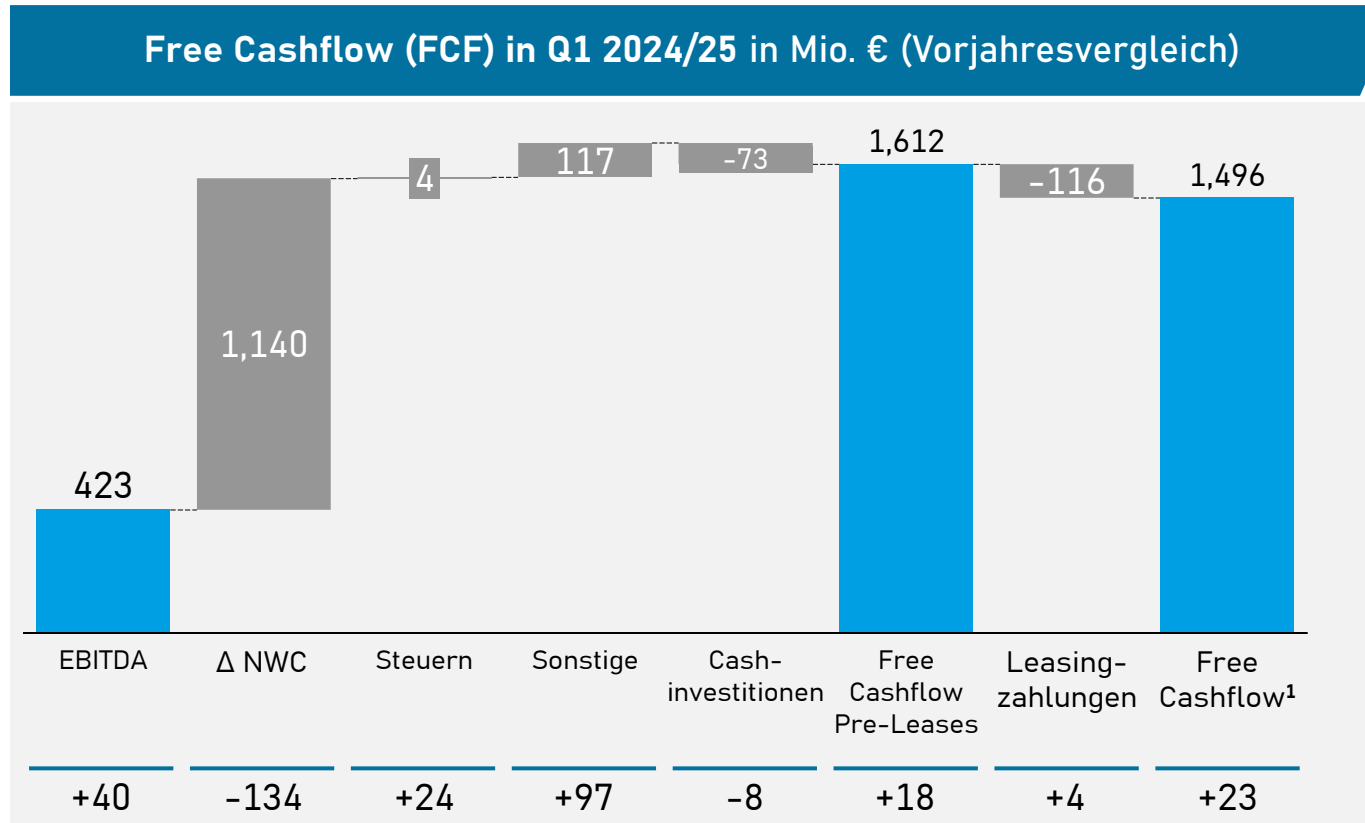
- / Absoluter Anstieg des Bruttogewinns
- / Beeinträchtigung durch Verschiebung im Produktmix und aggressives Preisumfeld während Peaksaison

## Kostenquote

- / Effiziente Kostenkontrolle und steigende Umsätze

<sup>1</sup>Exklusive Portfolioveränderungen, vor IAS 29 und um Einmaleffekte bereinigt

# Starke operative Performance sorgt für robusten Free Cashflow



- / Free Cashflow von ca. 1,5 Mrd. €
- / Weitere Normalisierung des Nettoumlaufvermögens
- / Verbesserte Warenverfügbarkeit

<sup>1</sup>Beim leasingbereinigten FCF wird die Rückzahlung von Leasingverbindlichkeiten abgezogen, um eine bessere Vergleichbarkeit des FCF nach IFRS 16 zu erreichen.

1. Business Update
2. Geschäftsentwicklung
- 3. Ausblick und Zusammenfassung**



# Umsatz- und EBIT-Ausblick 2024/25 bestätigt

**// Moderater Anstieg des währungs- und portfoliobereinigten Umsatzes**

/ Beitrag zum Umsatzwachstum von allen Segmenten

**// Deutlicher Anstieg des bereinigten EBIT**

/ Verbesserung des bereinigten EBIT durch DACH und West-/Südeuropa

# KI-Produkte auf dem Vormarsch: Nachfrage steigt rasant an

 Copilot



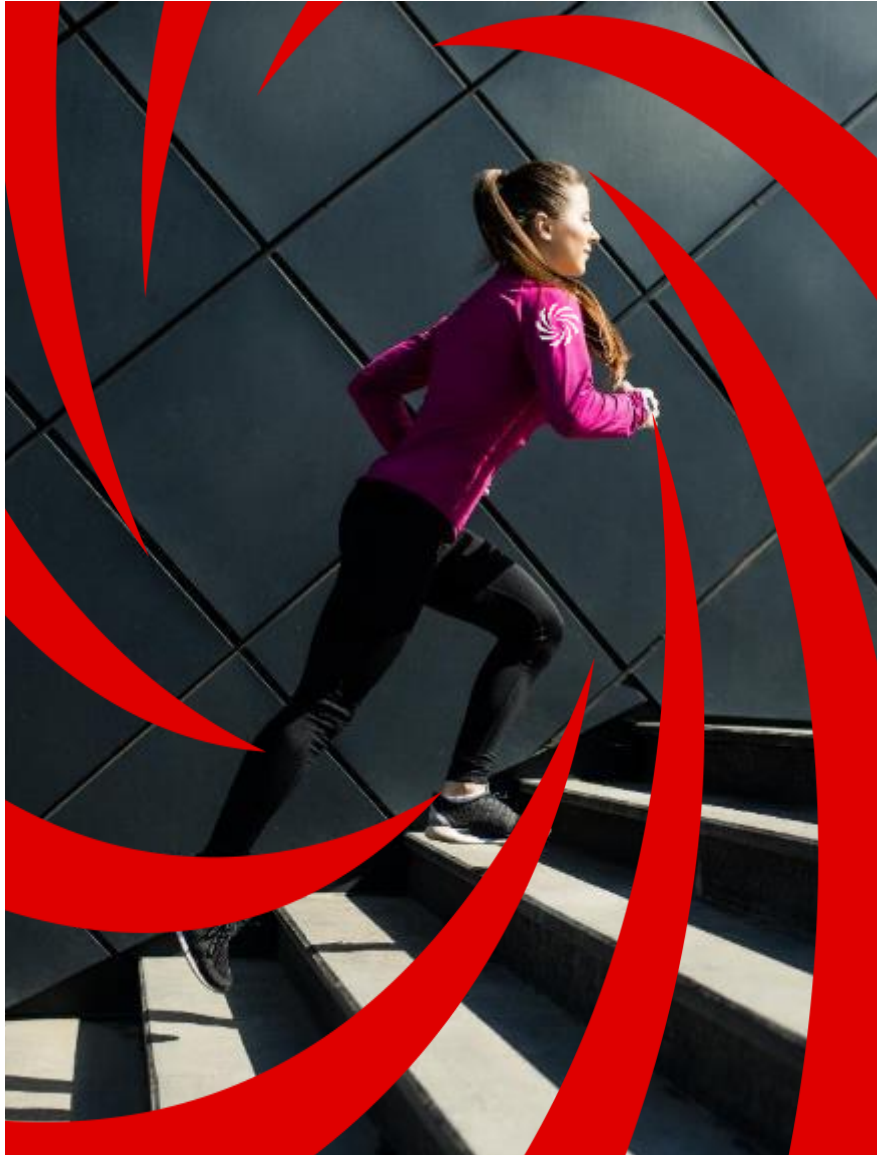
Galaxy AI 



Apple Intelligence 



- / KI-fähige Laptops mit guten Verkaufszahlen in der Peakseason
- / Erheblicher Marktanteilsgewinn in dieser Kategorie
- / Starker Start für die Samsung Galaxy S25 Serie
- / Neue Kategorien von KI-unterstützten Geräten kommen voraussichtlich 2025 auf den Markt (Smart Glasses)



## Unsere Strategie macht uns stark

### 01

Wir haben in einem volatilen Markt eine starke Leistung gezeigt

### 02

Wir haben erheblich Marktanteile gewonnen

### 03

Unsere Wachstumsfelder ziehen weiter an

### 04

Wir nutzen noch stärker Daten, um das Kundenerlebnis zu verbessern

### 05

Unser Fokus liegt weiterhin auf Kosten, Liquidität und Profitabilität

### 06

Wir bestätigen unseren positiven Ausblick für das GJ 2024/25

# Fragen & Antworten



Dr. Karsten Wildberger

Dr. Kai-Ulrich Deissner



# Ausblick auf die nächsten Termine in der Finanzkommunikation

**Präsenz-Hauptversammlung**

**Essen**

**26.2.2025**

**Q2-Ergebnisse**

**15.5.2025**



**CECONOMY**

# Haftungsausschluss und Hinweise

Dieser Haftungsausschluss gilt in jeder Hinsicht für die gesamte Präsentation (einschließlich aller Folien dieses Dokuments), die mündliche Präsentation der Folien durch Vertreter der CECONOMY AG, jede Frage- und Antwort-Runde, die auf die mündliche Präsentation folgt, Ausdrucke der Folien sowie alle zusätzlichen Materialien, die bei oder in Verbindung mit dieser Präsentation verteilt werden. Durch die Teilnahme an dem Treffen (oder der Telefon- oder Videokonferenz), auf dem die Präsentation gehalten wird, oder durch das Lesen der schriftlichen Materialien, die in der Präsentation enthalten sind, (i) erkennst du die folgenden Beschränkungen und Verpflichtungen an und stimmst ihnen zu, und (ii) bestätigst du, dass du die rechtlichen und behördlichen Sanktionen verstehst, die mit dem Missbrauch, der Offenlegung oder der unsachgemäßen Verbreitung der Präsentation verbunden sind.

Soweit sich Aussagen in dieser Präsentation nicht auf historische oder aktuelle Fakten beziehen, stellen sie zukunftsgerichtete Aussagen dar. Alle hierin enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf bestimmten Schätzungen, Erwartungen und Annahmen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Präsentation, und es kann nicht garantiert werden, dass diese Schätzungen, Erwartungen und Annahmen richtig sind oder sich als richtig erweisen werden. Darüber hinaus unterliegen die zukunftsgerichteten Aussagen Risiken und Ungewissheiten, einschließlich (aber nicht beschränkt auf) künftige Markt- und Wirtschaftsbedingungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, Investitionen in innovative Vertriebsformate, die Ausweitung der Online- und Omnichannel-Vertriebsaktivitäten, die Integration erworbener Unternehmen und die Erzielung erwarteter Kosteneinsparungen und Produktivitätssteigerungen sowie die Maßnahmen von Behörden und anderen Dritten, von denen viele außerhalb unseres Einflussbereichs liegen und die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse, Leistungen oder die Finanzlage erheblich von den in dieser Präsentation ausgedrückten oder implizierten Ergebnissen, Leistungen oder der Finanzlage abweichen.

Dementsprechend wird keine (ausdrückliche oder stillschweigende) Zusicherung oder Gewährleistung dafür gegeben, dass solche zukunftsgerichteten Aussagen, einschließlich der zugrunde liegenden Schätzungen, Erwartungen und Annahmen, richtig oder vollständig sind. Die Leser werden davor gewarnt, sich auf diese zukunftsgerichteten Aussagen zu verlassen.

Siehe auch "Chancen- und Risikobericht" in CECONOMYs letztem Geschäftsbericht für Risiken zum Datum dieses Geschäftsberichts. Wir übernehmen keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen öffentlich zu aktualisieren oder sie an Ereignisse oder Umstände nach dem Datum dieser Präsentation anzupassen.

Diese Präsentation dient nur zur Information, stellt keinen Prospekt oder ein ähnliches Dokument dar und sollte nicht als Anlageberatung betrachtet werden. Sie ist nicht als Angebot zum Verkauf oder als Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder zur Zeichnung von Wertpapieren in irgendeiner Rechtsordnung gedacht und sollte auch nicht als solches verstanden werden. Weder diese Präsentation noch irgendetwas darin darf als Grundlage für eine Verpflichtung oder einen Vertrag dienen oder als Grundlage für einen Vertrag dienen. Die CECONOMY AG übernimmt keine Haftung für Ansprüche, die sich aus der Vervielfältigung, Verbreitung oder Veröffentlichung der Präsentation (ganz oder teilweise) ergeben könnten. Die Dritten, deren Daten in dieser Präsentation zitiert werden, sind weder registrierte Broker-Dealer noch Finanzberater und die erlaubte Nutzung der Daten stellt keine Finanzberatung oder -empfehlung dar.

Diese Präsentation enthält Prognosen, Statistiken, Daten und andere Informationen über Märkte, Marktgrößen, Marktanteile, Marktpositionen und andere Branchendaten über das Geschäft und die Märkte des Unternehmens (zusammen die "Marktdaten"), die von dritten Quellen in der von uns interpretierten Form bereitgestellt werden. Diese Marktdaten stammen zum Teil aus veröffentlichten Untersuchungen und zusätzlichen Marktstudien, die in erster Linie zu Forschungszwecken erstellt wurden, und spiegeln Schätzungen der Marktbedingungen wider, die auf Forschungsmethoden wie Primärforschung, Sekundärquellen und ökonomischen Modellen basieren. Wir möchten darauf hinweisen, dass ein Teil der verwendeten Marktdaten im Rahmen einer Markterhebung erhoben wurde, die als Panelbeobachtung durchgeführt wurde. Bei dem Panel handelt es sich um eine regelmäßige Erhebung, bei der die Verkäufe bestimmter Produkte und Produktkategorien über verschiedene Vertriebskanäle wie das Internet, Einzelhandelsgeschäfte (z. B. Einkaufsstrassen, Versandhandel) und Unternehmen (z. B. Wiederverkäufer) beobachtet werden. Die Marktdaten repräsentieren nicht die tatsächlichen Verkaufszahlen weltweit oder in einem bestimmten Land. Vielmehr stellen die Marktdaten eine statistische Projektion der Verkäufe in einem bestimmten Gebiet dar und unterliegen den Grenzen statistischer Fehler und jederzeitiger Anpassungen (z. B. Nachbesserungen, Änderungen der Panelstruktur). Die Repräsentativität der Marktdaten kann durch Faktoren wie die Produktkategorisierung, die Verteilung der Vertriebskanäle und die Identifizierung des Lieferantenumversums sowie die statistischen Stichproben- und Hochrechnungsmethoden beeinträchtigt werden. Die dargestellten Marktdaten beruhen auf statistischen Methoden und Hochrechnungen.

Darüber hinaus beruhen Marktforschungsdaten und Trendinformationen, wie sie von CECONOMY interpretiert oder verwendet werden, auf bestimmten Schätzungen und Annahmen, und es kann nicht garantiert werden, dass diese Schätzungen und Annahmen sowie jegliche Interpretation der relevanten Informationen durch CECONOMY korrekt sind.

Die Marktforschungsinstitute, deren Daten CECONOMY als Grundlage für diese Präsentation verwendet hat, sind weder eingetragene Broker noch Finanzberater und die erlaubte Verwendung von Marktforschungsdaten stellt keine Finanzberatung oder -empfehlung dar.

Die in dieser Präsentation enthaltenen historischen Finanzinformationen beruhen größtenteils auf den konsolidierten (Zwischen-)Abschlüssen für den jeweiligen Zeitraum oder sind daraus abgeleitet. Die Finanzinformationen in Bezug auf das Geschäft der MediaMarktSaturn Handelsgruppe basieren insbesondere auf der in diesem Abschluss enthaltenen Segmentberichterstattung oder sind daraus abgeleitet.

Solche Finanzinformationen sind nicht notwendigerweise indikativ für die operativen Ergebnisse, die Finanzlage und/oder den Cashflow des CECONOMY-Geschäfts auf einer eigenständigen Basis, weder in der Vergangenheit noch in der Zukunft, und können insbesondere von historischen Finanzinformationen abweichen, die auf entsprechenden kombinierten Abschlüssen in Bezug auf das CECONOMY-Geschäft basieren. In Anbetracht der oben genannten Unsicherheiten werden (potenzielle) Investoren davor gewarnt, sich unangemessen auf diese Informationen zu verlassen. Die CECONOMY AG gibt keine ausdrückliche oder stillschweigende Zusicherung oder Gewährleistung und übernimmt keine Haftung für die Genauigkeit, Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Präsentation enthaltenen Informationen.

Diese Präsentation enthält bestimmte zusätzliche finanzielle oder operative Kennzahlen, die nicht in Übereinstimmung mit IFRS berechnet werden und daher als Non-IFRS-Kennzahlen gelten. Wir sind der Ansicht, dass diese Non-IFRS-Kennzahlen, wenn sie in Verbindung mit (aber nicht anstelle von) anderen Kennzahlen, die nach IFRS berechnet werden, verwendet werden, das Verständnis für unser Geschäft, unser Betriebsergebnis, unsere Finanzlage oder unsere Cashflows verbessern. Die Verwendung von Non-IFRS-Kennzahlen ist jedoch mit wesentlichen Einschränkungen verbunden, u. a. (ohne Einschränkung) mit den Einschränkungen bei der Ermittlung relevanter Anpassungen. Die von uns verwendeten Non-IFRS-Kennzahlen können sich von ähnlich bezeichneten Kennzahlen anderer Unternehmen unterscheiden und nicht mit ihnen vergleichbar sein. Ausführliche Informationen zu diesem Thema findest du im Geschäftsbericht 2023/24 von CECONOMY im Abschnitt "Managementsystem".

Alle Zahlen sind wie berichtet, sofern nicht anders angegeben. Alle Beträge sind in Millionen Euro (Mio. €) angegeben, sofern nichts anderes vermerkt ist. Beträge unter 0,5 Mio. € werden gerundet und mit 0 angegeben. Es können Rundungsdifferenzen auftreten.