

Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

## **CECONOMY AG**

### **REDE des CEOs auf der Hauptversammlung 2025**

Sehr geehrte Aktionärinnen,  
sehr geehrte Aktionäre,  
sehr geehrte Damen und Herren,  
sehr geehrte Kundinnen und Kunden,

wie schön, Sie alle wiederzusehen zu dieser Hauptversammlung.  
Wie schön, dass Sie mit dabei sind. Vielen Dank dafür.

Ich kann Ihnen jetzt schon versprechen: Es wird spannend. Es wird interessant. Und es wird ein bisschen anders, als Sie es vielleicht von unseren und anderen Hauptversammlungen kennen.

Sie werden heute sehen:

- dass Ihr Unternehmen, die CECONOMY AG, sich mehr und mehr verändert. Und zwar erfolgreich.
- dass wir einerseits die große Geschichte der Marken von MediaMarktSaturn bewahren.
- dass wir sie andererseits zukunftsstark neu schreiben.
- moderner, zukunftsfit.
- dass wir Ihr Unternehmen damit in eine erfolgreiche Zukunft führen.
- und zugleich neue sprudelnde Quellen für Umsatz, Gewinn und Wachstum erschließen.

Also: Sie werden heute erleben, dass wir mit unserer Strategie überaus erfolgreich sind.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Sie kennen sicher diesen Mann:

Das ist Jürgen Klopp. Er war Welttrainer des Jahres.

Seit einiger Zeit ist Jürgen Klopp unser Markenbotschafter. Und darüber freuen wir uns sehr. Ein toller Typ.

Der mit seinem Team die Champions-League gewonnen hat.

Sie werden im Laufe meiner Rede erkennen, dass wir ziemlich viele Gemeinsamkeiten haben: Jürgen Klopp als Trainer. Und wir als Unternehmen.

Zum Beispiel schon bei der Frage: Was macht Jürgen Klopp so erfolgreich?

Die Antwort:

Er hat ein klares Ziel. Wir auch.

Er will gewinnen. Wir auch.

Er hat die Steh-Auf-Mentalität. Wir auch.

Er kreierte Wachstum. Wir auch.

Er hat dafür eine konsequente Strategie. Wir auch.

Und damit macht er aus seinen Mannschaften Gewinnerteams.

Wir auch.

Die Leistungsbilanz von Klopp kann sich sehen lassen:

- Mit Mainz 05 ist er in die Bundesliga aufgestiegen.
- Mit Dortmund zweimal Meister geworden.
- Und mit Liverpool hat er die Premier League gewonnen.
- Und dann die Champions-League.

Na klar – auch darüber muss man sprechen: Er hat auch wichtige Spiele verloren. Aber: Er ist immer wieder aufgestanden. Er hat aus Niederlagen viel mitgenommen, gelernt. Und ist immer viel stärker zurückgekommen. Das macht echte Gewinnertypen aus.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Und wir?

Auch wir haben Ihnen Wachstum und Erfolge versprochen.

Sind nach schwierigen Phasen aufgestanden, nach vorne gegangen.

Und wir haben geliefert.

Schauen wir auf das vergangene Geschäftsjahr. Da haben wir ein beachtliches Umsatzplus erreicht. Der Umsatz bereinigt plus 5,3%.

Insgesamt mehr als 22 Milliarden Umsatz, 22,4 Milliarden Euro, um genau zu sein.

Und dazu: Ein dickes Plus im bereinigten EBIT. Um 26%.

Auf 305 Millionen Euro.

Und zum ersten Quartal dieses Jahres:

Es ist das achte Quartal in Folge mit einem klaren Wachstumskurs!

Q1 war für uns ein Gewinner-Quartal.

Sie sehen also: Unsere Strategie stimmt. Das Unternehmen verändert sich.

Und das erfolgreich!

Ein Rückblick:

Wir sind mit unserer Strategie bei 200 Millionen Euro bereinigtem EBIT gestartet. Sind jetzt bei über 300 Millionen. Und wir sind auf dem richtigen Weg, ein bereinigtes EBIT von mindestens einer halben Milliarde Euro bis Ende des Geschäftsjahres 2025/2026 zu erreichen.

Wie dieser Weg aussieht, wie wir diesen Weg weiter gehen, das erläutere ich Ihnen heute in meiner Rede.

Wenn man näher auf den Matchplan von Jürgen Klopp schaut, dann stellt man fest, dass seine Strategie für die Champions League unserer Wachstums-Strategie gar nicht so unähnlich ist.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Worum geht es im Fußball? Wenn ein Trainer neu zu einer Mannschaft kommt? Er will natürlich gewinnen!

Dafür muss er den Kern seiner Mannschaft stärken. Das sind die Stars, die er hat. Die Spieler, die wissen, was den Verein ausmacht. Und darüber hinaus zuverlässig Tore schießen.

Auch wir haben einen solchen Kern. Nämlich die Märkte von MediaMarktSaturn. Die kennt nun wirklich jeder.

Und wir arbeiten mit diesen Märkten nicht anders als Jürgen Klopp mit seinen Stars.

Wir entwickeln sie weiter. Wir machen sie noch stärker. Wir investieren. In völlig neue Formate.

Für mehr Experience für unsere Kunden.

Für mehr Umsatz.

Für mehr Ertragskraft.

Für mehr Tore sozusagen.

In unseren Märkten steckt noch eine Menge Potenzial.

Das heben wir. Das schafft Umsatz. Das schafft Wachstum.

Zurück zu Jürgen Klopp. Was macht er noch? Um erfolgreich zu sein?

Um seine Stars herum baut er Verstärkung auf.

Neue Impulse.

Neue Optionen.

Das kann ein neues System sein.

Neue Trainingsinhalte.

Neue Spieler.

Junge Talente.

Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Eine andere, viel stärkere Mentalität.  
Eine neue Motivation.

Und genau das machen wir auch.  
Wir ergänzen das Geschäft in unseren Märkten.  
Mit neuen Ideen.  
Mit neuen Kanälen.  
Mit neuen Services.

Und wir setzen ganz auf die Motivation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

So machen wir aus MediaMarktSaturn eine riesige Erfolgsstory, ein Riesen-Comeback im Retail.

Sie werden heute erleben, wie wir aus einem erfolgreichen Einzelhandelsunternehmen eine führende Omnichannel-Serviceplattform für die Zukunftsthemen Technik, Elektronik und Digitalisierung machen.

Ich sage es nochmal: Wie wir aus einem erfolgreichen Einzelhandelsunternehmen eine führende Omnichannel-Serviceplattform für die Zukunftsthemen Technik, Elektronik und Digitalisierung machen.

Wissen Sie, was ich an Jürgen Klopp auch so mag?  
Das sind seine lockeren Sprüche, die er immer wieder raushaut.

Hier zum Beispiel so ein Spruch:

„Wenn die Zuschauer Emotionen wollen, du aber Rasenschach spielst, muss sich einer von beiden ein neues Stadion suchen.“

Sehen Sie?

Da lachen Sie auch.

Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Das klingt lustig.

Aber:

Dahinter steckt eine ernste und tiefe Überzeugung.

Die wir mit Jürgen Klopp teilen.

Und die heißt:

Am Ende sind wir einzig und allein für die Menschen da.

Im Stadion sind es die Zuschauer.

Bei uns sind es die Kundinnen und Kunden.

- Wenn wir uns konsequent an deren Bedürfnissen ausrichten.
- Wenn wir verstanden haben, welches Spiel sie sehen wollen.
- Und wenn wir genau das liefern.
- Und wenn wir vielleicht sogar noch etwas besser spielen.
- Und wenn wir ihnen viele Wege zu uns anbieten.

dann werden die Kunden immer wieder ins Stadion kommen.

Denn: Ein gutes Spiel. Das spricht sich rum!

Eine gute Mannschaft. Die will man sehen!

Da will man hin. Da wird man zum „Fan“.

Und ich kann Ihnen jetzt schon sagen: Genau das haben wir verstanden.

Und haben deswegen so viele zufriedene Fans wie nie zuvor.

Das kann ich Ihnen sogar beweisen. Denn die Kundenzufriedenheit kann man messen. Mit dem Net Promoter Score.

Der stand letztes Geschäftsjahr bei 58. Hier haben wir ein Plus von fünf Punkten erreicht. Das ist der beste Wert, den wir jemals hatten.

Dass unsere Kunden zu Fans werden, das ist kein Zufall.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Denn die sogenannte „Customer Experience“ ist das Fundament unserer Strategie.

Das bedeutet: dass wir verstehen, was unsere Kunden wollen.  
Nämlich: Einen zuverlässigen Partner für alle Fragen rund um Technik, Elektronik und Digitalisierung.

Sie kennen das selbst – von zu Hause.  
Ohne Technik läuft nichts mehr.  
Gar nichts.  
Aber Technik ist nicht immer einfach.

Da braucht es Erklärung.  
Beratung.  
Kompetenz.  
Ein starkes Sortiment.  
Ein attraktives Angebot.  
Intensive Kundenbeziehungen.  
Und:  
Service. Service. Service.  
Genau das bieten wir. Immer mehr.  
Genau damit sind wir erfolgreich.  
Und deswegen werden immer mehr Kunden zu Fans.

Entscheidend für einen solchen Erfolg ist aber immer das Team.  
Die Mannschaft.  
Auf dem Platz bei Kloppo.  
Und genauso bei uns – bei MediaMarktSaturn.

Deswegen ist es uns so wichtig, dass ALLE Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu 1000 Prozent motiviert sind.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Daher investieren wir:

In ihre Ausbildung.

In ihre Qualifikation.

In ihre Skills.

In ihre Motivation.

Das ist das, was in unserer Strategie „Employee Experience“ heißt.

Mit der Folge: Die Stimmung ist gut. Die Mannschaft hat Bock.

Das merke ich, wenn ich in den Ländern und Märkten bin.

Und das merken unsere Kunden.

Der „Net Promoter People Score“ – also der Wert, mit dem wir die Zufriedenheit in unserem Team messen – liegt bei plus 39.

Das ist nicht nur ein guter Wert. Das ist ein Allzeithoch.

Einen so hohen Wert hatten wir noch nie.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spüren:

Sie stehen auf dem Platz nicht allein.

Wir sind gemeinsam ein ganz großartiges Team.

Meine Damen und Herren,

Jürgen Klopp hat einmal gesagt: „Mein Team ist eine Maschine.“

Genau das sage ich – im Namen des gesamten Vorstands – auch:

„Unser Team bei MediaMarktSaturn ist echt eine Maschine!“

Und unser Team wird weiblicher.

Bei den Beförderungen liegt der Frauenanteil bei 55%.

Und das ist erst der Anfang.

Wir wollen noch attraktiver für Frauen sein.

Dafür haben wir verschiedene Initiativen gestartet.



Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Schon 2019: Die Initiative Women in Retail.

Mit dem Ziel, der attraktivste Arbeitgeber für Frauen im Handel zu werden.

Und wir wollen noch attraktiver werden.

Mit einer eigenen Website für Bewerberinnen.

Und mit Zielen, um Bewerberinnen und Bewerber mit tollen und vielfältigen Hintergründen einzustellen.

Wir wissen, dass auch Vielfalt und Inklusion treibende Kräfte sind für Innovation und Erfolg.

An dieser Stelle möchte ich allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – im Namen des gesamten Vorstands – für ihren großartigen Einsatz im vergangenen Jahr danken.

Und ich bin überzeugt: Sie bekommen auch von Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, einen großen Applaus! Oder?

Sie werden heute in dieser HV einige Kolleginnen und Kollegen aus unserem Team kennenlernen.

Beginnen wir mit Sotiria.

Sie ist unsere Personal-Chefin in Deutschland und kümmert sich mit ihrem Team um die Employee Experience.

Film ab.

Bleiben wir doch noch eine Weile auf dem Platz.

Wen braucht man zum Tore-Schießen?

Das ist zuallererst der Sturm!

Und im Sturm spielen unsere „Store Concepts“ eine entscheidende Rolle.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Waren Sie mal wieder bei MediaMarkt oder Saturn?  
Dann werden Sie sehen, dass sich alles verändert hat.  
Die Atmosphäre.  
Das Licht.  
Die Stimmung.  
Und auch die Beratung.

Sie können vieles in die Hand nehmen.  
Und ausprobieren.  
Kaffeekochen zum Beispiel.  
Oder Staubsaugen.  
Hier können sie richtig was erleben.

64% der Märkte sind mittlerweile in diesem neuen Look.  
Vor drei Jahren waren das 30%.  
Ende nächsten Jahres sollen es über 90% sein.

Wir sind überzeugt: Atmosphäre schafft Erlebnis. Und Erlebnis schafft Umsatz.

Deswegen setzen wir noch eins drauf.  
Mit den Lighthouses.  
Riesige Flagship-Stores.  
Das größte gibt's in Hamburg.  
15.000 Quadratmeter Unterhaltung und Elektronik.  
11 Stück gibt's davon.  
In Deutschland, Österreich, Italien, Spanien und der Türkei.  
Ich kann Ihnen nur sagen: Das müssen Sie gesehen haben.  
Es gibt sogar Kunden, die reisen dafür extra hin. Machen Sie das doch auch mal!

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Wer mit seinen „Store Concepts“ groß kann, der kann selbstverständlich auch klein.

Unsere kleinen „Smart Stores“ finden Sie immer mehr in den Innenstädten. Für alles, was man zum Mitnehmen braucht. Oder um online bestellte Ware abzuholen.

Auch hier wachsen wir.

In Deutschland zum Beispiel mit sechs neuen Smart-Stores, in der Schweiz haben wir 20 Stores von Melectronics übernommen.

Und in Italien kooperieren wir mit Bennet, einer führenden Supermarktkette. Hier kommen rund 20 Stores in den nächsten drei Jahren dazu.

Wir wollen präsent sein. Dort, wo die Menschen sind.

Und wir wollen sie überraschen. Schon, wenn sie die Stores betreten.

Wir nennen das „Entrance Statement“.

Und dann laden wir die Kunden in die „Experience Zones“ ein.

Das sind Bereiche, in denen wir ganz gezielt besondere Produkte inszenieren.

Das Konzept, wie wir Fläche neu denken, heißt „Space as a Service“.

Das macht den Kunden Spaß. Aber auch uns. Und unseren Partnern.

Weil wir hier Erlebnisse schaffen, die für Umsatz und Wachstum sorgen.

Genug geredet. Schauen wir uns das Team im Sturm einmal an.

Film ab.

Ich lade Sie auch ein, sich unsere Experience Zones direkt hier vor dem Saal anzuschauen.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Meine Damen und Herren,  
beim Fußball gibt's in starken-Teams rechts und links jeweils einen Top-  
Außenstürmer.

Die machen das Spiel schnell. Die kommen von der Seite.  
Oft unerwartet. Aber mit immenser Durchschlagskraft.  
Bei uns stürmen dort die Mitarbeiter von Services & Solutions.

Wenn die Kunden zu uns kommen, dann wollen wir ihnen mehr bieten als  
das, was sie woanders bekommen.

Nämlich:

Mehr Ideen.

Mehr Lösungen.

Mehr Services.

Zum Beispiel:

Hilfe bei der Installation.

Verträge für grünen Strom.

TV-Dienstleistung.

Versicherungen für ihre neuen Produkte. Damit die Kunden eine Sorge  
weniger haben.

Einen solchen Außensturm gab es lange nicht bei MediaMarktSaturn.

Aber wir sind überzeugt:

Hier liegen viele Potentiale. Die wollen wir nutzen.

Für unsere Strategie. Für Wachstum.

Und wir erleben:

Das funktioniert. Die Kundinnen und Kunden schätzen unser Angebot.

2023/24 hatten wir hier ein Plus von 17%.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Der Services & Solutions-Ertrag am Gesamtumsatz lag bei 5,1%.  
Bis 2025/26 sollen es 5,5% werden.

Schauen wir uns das Team im Außensturm  
bei Services & Solutions doch mal genauer an.  
Film ab!

Sie kennen das beim Fußball: Manchmal passt der Sturm den Ball zurück.  
Und eröffnet damit neue Räume. Neue Chancen.

Das tun wir auch.  
Zum Beispiel wenn der Kunde zurückkommt. Weil er ein Gerät reparieren  
möchte.  
Dann nehmen unsere Spielerinnen und Spieler aus unserem Bereich  
Repair den Ball auf.

Reparatur.  
Das ist ein Trend. Den schätzen die Menschen.  
Und wir verstehen das. Wir nehmen das ernst.  
Und stellen uns darauf ein.  
Mit dem Ergebnis:  
Im vergangenen Jahr haben wir mehr als 3 Millionen Produkte repariert.  
Tendenz steigend. Das allein bringt schon Umsatz und Wachstum.  
Aber es geht uns hier um mehr.  
Es geht uns um Vertrauen.  
Um Verlässlichkeit.  
Um Kundenbindung.

Wir erleben:  
Wenn wir uns auch um Reparaturen kümmern, dann kommen die Kunden  
auch wieder, wenn es um neue Geräte geht.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Repair ist ein Serviceangebot.

Repair ist aber auch ein Vertrauensangebot.

Und daher ist Repair für uns ein Wachstumstreiber!

Im letzten Herbst haben wir einen weiteren Meilenstein gesetzt: Eine eigene Apple MacBook-Reparaturwerkstatt. Mitten in Berlin.

Und stellvertretend für dieses engagierte Team möchte ich Ihnen nun Sebastian vorstellen.

Film ab!

Sie sehen: Unser Sturm ist super aufgestellt. Er spielt die Bälle stark nach vorne. Aber auch intelligent zurück, wenn es geboten ist.

Aber damit nicht genug. Im Mittelfeld hat sich ein neuer Star etabliert. Unser Marktplatz: Der Marketplace.

Und der drängt kräftig nach vorne. Ist immens präsent. Und liefert ein erfolgreiches Spiel ab.

Wir haben den Wert der Waren, die unsere Kunden hier gekauft haben, im vergangenen Jahr mehr als verdoppelt. Auf 277 Millionen Euro.

Nochmal kurz und knapp:  
Von null auf 277. In zwei Jahren.

Wir sagen stolz: Ein Schuss! Ein Tor! Unser Marketplace!

Wir sind jetzt in fünf Ländern am Start.

Neu dabei: Italien und die Niederlande.

In diesem Jahr werden auch Belgien, Polen und die Türkei mit dem Marktplatz Tore schießen.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Wir sind überzeugt:

Der Marketplace wird uns weiteres beachtliches Wachstum bringen.

Schauen wir uns die Mannschaft in unserem verdammt starken Mittelfeld mal an.

Film ab!

In jedem Spiel ist eines wichtig: Wie kommen die Bälle nach vorne?

Die wirklich guten Bälle werden mit großer Übersicht verteilt.

Genau dorthin, wo sie gebraucht werden.

Genau in die Lücke, wo nur ein Unterschiedsspieler drankommt.

Die Kenner unter Ihnen wissen: Toni Kroos ist so eine Mittelfeldmaschine.

Und bei uns?

Hier verteilen die Kolleginnen und Kollegen aus dem Retail-Media-Team die Bälle nach vorne.

Retail Media. Ein Begriff, der für viele immer noch neu ist.

Ich will ihn erklären.

Stellen Sie sich das so vor. Sie sind im Internet. Und suchen „Kaffeevollautomat“.

Und Sie sehen neben den normalen Ergebnissen auch gesponserte Ergebnisse. Mit direktem Link zu uns.

Dann war das unser Team aus Retail Media. Die bringen Werbung genau dorthin, wo Sie in Kaufhaune sind und aktiv suchen.

Das ist eine ganz eigene Wissenschaft, dieses Retail Media.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Mit großem Wumms für Wachstum. Da gibt es weltweit nur wenige echte Experten.

Und ich kann Ihnen mit Stolz sagen, dass wir hier eines der besten Teams in ganz Europa am Start haben.

Und das Allerbeste:

Wir erschließen hier gleich zwei Ertragsquellen.

Zum einen die Unternehmen, die bei uns dafür bezahlen, dass ihr Produkt in Szene gesetzt wird. Und zum anderen, wenn die Kunden dann online bei uns landen und bei uns kaufen.

Ich kann Ihnen sagen: Retail Media ist ein Boost für unsere Strategie.

Wollen Sie Zahlen hören?

Im vergangenen Jahr haben wir hier 48 Millionen Euro erwirtschaftet. Das war eigentlich ein Dreijahresplan! Das haben wir nach einem Jahr bereits geschafft. Check!

Und daraufhin haben wir den neuen Plan gleich mal verdoppelt.

Dieses Team und seine präzisen Bälle aus dem Mittelfeld, das müssen Sie kennenlernen.

Film ab!

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

es gibt ein Zitat von Jürgen Klopp, das bringt auf den Punkt, worauf es ankommt, wenn man ganz nach oben will.

Das lautet:

„Es gibt nur einen Weg, erfolgreich Fußball zu spielen. Voller Leidenschaft, voller Emotionen, voller Intensität.“



## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Und Sie sehen in all den kleinen Filmen über unser Champions-League-Team: Das passt hervorragend zu uns. Denn genauso arbeiten wir auch.

Mit Leidenschaft.  
Mit Begeisterung.  
Und mit Intensität.

Alles, was wir tun, zahlt konsequent ein auf unsere Strategie. In deren Mittelpunkt der Begriff „Digital Experience“ steht.

Also der Weg, wie die Kunden zu uns kommen.

Ein

Weg?

Nein!

Viele Wege!

*Omnichannel* heißt das.

Das sind:

Die Stores.

Online.

Unsere Website.

Der Marketplace.

Aber vor allem:

Die App!

Wir verfolgen die klare Devise: Mobile First.

Denn wenn die Kunden über die App kommen, dann lernen wir sie am besten kennen.

Dank der „Digital Experience“ macht unser Online-Absatz mittlerweile ein Viertel, also 25% des Umsatzes, aus.

Und davon kommen mittlerweile mehr als 20% aus der App. Diese Zahl war noch vor einem Jahr einstellig.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Und die Experience hört mit der Bestellung nicht auf. Haben Sie unsere Waren schon mal mit der MediaMarktSaturn-App via Direktlieferung gleich nach Hause bestellt?

Das geht in maximal 90 Minuten. Mit Uber als unserem Partner. Und das wird immer häufiger genutzt. Hier sind wir weiterhin Vorreiter. Wollen Sie mal die Leidenschaft, von der Klopp spricht, in unserem Team erleben?  
Film ab.

Eine zentrale Rolle im Fußball ist der Spieler mit der Nummer 6. Oft die Schaltstelle im Spiel. Die Leitstelle im Mittelfeld. Manchmal auch weiter hinten. Und dann auch mal ganz stark vorne. Die Sechs, das ist der Spieler, der überall mitspielt.

Diese Rolle hat in unserer Aufstellung das Thema Nachhaltigkeit.

Dieses Thema spielt in allen unseren Entscheidungen eine wichtige Rolle.

Warum?

Wir sind überzeugt: Erfolg ist immer auch eine Haltungsfrage. Und unsere Haltung ist eindeutig: Unser klares Bekenntnis zu unserer Verantwortung für die Schöpfung, für die Natur und für die Zukunft unserer Kinder und Enkel.

Und das sage und betone ich ganz bewusst. Auch weil dieses Thema zum Beispiel in den USA gerade wieder mit einem Federstrich von der Tagesordnung gestrichen wird. Ich sage es klipp und klar: Bei uns nicht!

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Nachhaltigkeit ist bei uns: Ein Innovationstreiber. Und ein Wachstumstreiber.

Als Europas größtes Handelsunternehmen für Technik haben wir die Verpflichtung, bei diesem Thema voranzugehen. Und das tun wir.

Zum Beispiel:

Seit dem 1. Januar 2024 beziehen wir unseren Strom zu 100% aus erneuerbaren Energien. In allen unseren Märkten und Einrichtungen.

Für CO<sub>2</sub>, das wir nicht einsparen können, haben wir erstmals investiert. In Zertifikate. Als verantwortliche Zwischenlösung. Bis wir auch diese Emissionen vermeiden können.

Und schließlich achten wir darauf, dass wir immer mehr nachhaltigere Produkte im Angebot haben.

Unter anderem dadurch konnten wir einen wichtigen Meilenstein erreichen. Wir haben den sogenannten „Scope 3“ um 1,7% reduziert.

Das sind 360.000 Tonnen CO<sub>2</sub> weniger.

Scope 3. Das klingt kompliziert. Ist aber wichtig. Ich erkläre es Ihnen.

Jedes unserer Produkte hat einen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck. Der beginnt bei der Produktion. Steigt mit dem Transport weiter an. Auch bei der Nutzung zuhause geht es weiter. Bis zum Ende der Lebensdauer.

Diese Emissionen nennt man Scope 3. Und Sie können sich vorstellen:

Die sind bei der Vielzahl der Produkte, die weltweit im Einsatz sind, entscheidend für das Klima.

Und hier sparen wir nun bereits 360.000 Tonnen. Um Ihnen eine Vorstellung zu geben, was das heißt. Das entspricht in etwa der jährlichen Menge an Abgasen aller Autos, Busse und Lastwagen einer Großstadt in Deutschland.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Und ich verspreche Ihnen: Auf diesem Weg zu mehr Nachhaltigkeit gehen wir konsequent weiter.

Unser Ziel ist klar:

Wir arbeiten daran, dass wir immer mehr nachhaltigere Technikprodukte im Sortiment haben.

Wir wollen führend sein, wenn es:

Um niedrigen Energieverbrauch geht,

Um Wassersparen,

Um Langlebigkeit,

Um Reparierbarkeit.

Um Recycling.

Und deshalb ist Nachhaltigkeit ein klar definiertes Ziel unserer Wachstumsstrategie.

Schauen wir doch mal, wie virtuos unser Nachhaltigkeits-Team spielt. Film ab.

Beim Fußball geht's ums Tore-Schießen.

Aber auch darum, dass der Gegner keinen Ball ins Tor bekommt.

Dafür braucht es eine starke Verteidigung.

Und da spielen in einer wirkungsvollen Viererkette unsere Eigenmarken stark auf.

Eigenmarken.

Die gibt's erstmal nur bei uns.

Erstes Pech für den Gegner.

Sie sind attraktiv.

Nochmal Pech für den Gegner.

Und wer sie mag, der kommt wieder. Und zwar zu uns.

Was soll ich sagen? Pech für den Gegner.

Zudem verdienen wir gut damit.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Deswegen fokussieren wir uns seit einigen Jahren auf Eigenmarken.  
Und tun das immer mehr. Und immer besser.

Die Produkte mit den Eigenmarken sind sozusagen unsere „Fanartikel“.  
Wenn wir mit den Eigenmarken überzeugen, dann schaffen wir eine echte  
Bindung zu den Kunden. Denn die gibt es bei keinem anderen Verein.

Zum Beispiel: Tim Raue. Der Sternekoch. Er hat für uns einen Gas-Grill  
entwickelt. Für den Garten. Den wir unter seinem Namen anbieten.

Oder bei der EM im vergangenen Jahr. Eine limitierte Heißluftfritteuse in  
„Oranje“-Farben. Für Bitterballen zum Beispiel. Für gesünderes Snacken in  
Nationalfarben. Das lief richtig gut.

Oder – ganz was anderes: Der Isy Gaming Chair  
Eine Art Schreibtischstuhl. Aber für erfolgreiche Gamer, die auch bequem  
erfolgreich zocken wollen.  
Ein Renner, den es so nur bei uns gibt.

Da stecken ganz schön viele Ideen in unseren Eigenmarken. Und davon  
haben wir noch ganz viele.  
Mehr dazu: Jetzt von unserem Team Eigenmarken.  
Film ab!

Wir haben noch einen ganz starken Verteidiger!  
Ein Bollwerk.  
Eine echte Bank.  
Unsere Innenverteidigung.  
Wie machen wir das?  
Mit unserem Personalisierten Service.  
Der Anspruch dahinter: Mein Kunde - meine Verantwortung.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Und so sieht das aus: Stellen Sie sich vor: Ein Kunde kommt in den Markt. Von weiter her. Er nimmt sich Zeit. Und trotzdem ist kein Berater frei. Sollte nicht passieren. Darf nicht passieren. Kommt aber vor. Da greift unser Personalisierter Service.

Denn Sie können sich jetzt zum Beispiel als Kunde online einen Termin bei einem Berater buchen. Und sagen, was Sie suchen. Was ihr Anliegen ist. Damit sich der Berater vorbereitet. Und Sie eine bessere Experience haben.

Bis Ende 2025 geht es auf die Fläche:

In jeden MediaMarkt.

In jeden Saturn.

In ganz Deutschland.

Landshut machte den Anfang.

Dort, wo unsere Kollegin Barbara bereits heute zeigt, wie Personalisierter Service gelebt wird.

Sehen Sie selbst.

Film ab.

Sie werden sich fragen: Bei so einer starken Verteidigung.

Wer steht denn dann noch im Tor? Ich kann es Ihnen sagen:

Das sind die Kolleginnen und Kollegen von MyMediaMarkt und MySaturn.

Unserem Loyalty-Programm.

Das Programm wächst. Es hat immer mehr Fans. Und wird immer besser.

Immer wichtiger. Für uns. Und für unsere Kunden.

In diesen Programmen haben wir nun 43 Millionen Kunden.

43 Millionen!

Der größte Fußballverein in Europa hat 382.000 Mitglieder.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Wir haben 43 Millionen!

Sie sehen: Eine verdammt starke Fanbase! Was da drinsteckt!

An Potential!

An Wertschöpfung!

An Profitabilität!

An Wachstum!

Denn wenn die Kunden uns anvertrauen, wenn Sie Mitglied in diesen Programmen werden, dann lernen wir sie noch besser kennen.

Können ihnen noch bessere Angebote machen.

Wollen Sie mehr wissen? Dann sehen Sie Alex Cirlan aus Team Loyalty zu. Film ab!

Meine Damen und Herren,

„Ich will, dass meine Mannschaft Fußball spielt, der unsere Fans von den Sitzen reißt.“ Wer hat das gesagt?

Ganz klar! Sie wissen es. Unser Markenbotschafter. Jürgen Klopp.

Das ist auch unser Anspruch. Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden von den Sitzen reißen.

Das ist der Kern unserer Strategie. Die „Customer Experience“.

Noch besser gefällt mir der Begriff: Customer Stickiness.

Also:

Wie eng wir mit unseren Kunden verzahnt sind.

Wie gut wir sie kennen.

Und wie sehr wir den Kunden das bieten,

was sie brauchen:

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

### Top Services

Super Eigenmarken

Einen Mega-Marketplace

Retail-Media-Angebote.

Und ein starkes Loyalty-Programm.

All das bietet unsere Mannschaft auf dem Platz, im Kontakt mit den Kundinnen und Kunden.

Jeden Tag rund 5,5 Millionen Mal.

Jeden Monat rund 167 Millionen Mal.

Jedes Jahr rund 2 Milliarden Mal.

Um diese ganz besondere Customer Experience herum haben wir vier zentrale strategische Felder definiert.

### Erstens:

Die Employee Experience.

Also wie sehr unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für ihre Aufgabe brennen.

### Zweitens:

Die Shopping Experience.

Wie attraktiv, zuverlässig, schnell und gut unsere Vertriebskanäle sind.

Die Stores. Die App. Der Onlineshop.

### Drittens:

Die Usage Experience

Dass wir mehr als Produkte bieten. Auch Beratung und Service.

Die richtige Logistik.



## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Und viertens:

Die Impact Experience. Die Nachhaltigkeit.

Unser Sechser, der auf dem ganzen Feld wirbelt. Eine klare Haltung, die Wachstum und Innovationen schafft.

Wenn all das läuft: Dann läuft's!

Ein Plus im Kerngeschäft.

Ein Plus bei den Services.

Ein Plus beim Marketplace.

Ein Plus bei den Eigenmarken.

Ein Plus bei Retail Media.

Ein Plus bei Loyalty.

Und wir sind mit unserer Strategie noch nicht am Ende.

Da kommt noch mehr. Versprochen!

Ich habe es zu Beginn meiner Rede gesagt: Sie werden heute erleben, wie wir aus einem erfolgreichen Einzelhandelsunternehmen die führende Omnichannel-Serviceplattform für die Zukunftsthemen Technik und Elektronik machen.

Sie sehen: Das stimmt!

Wir sind in 11 Ländern aktiv. In 9 davon als Nummer 1 oder Nummer 2.

Und diese Plattform entwickelt nun zusehends ihre eigene Dynamik. Jedes Element der Plattform stärkt das nächste Element.

Ich erkläre es Ihnen:

- Sind die Kunden zufrieden: Dann steigt die Nachfrage.
- Steigt die Nachfrage: Dann wächst unser Kerngeschäft.
- Mehr noch: dann wachsen auch unsere neuen Geschäfte.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Logisch. Weiter geht's:

- Wenn die Kunden erleben, was wir alles zu bieten haben, dann sind sie zufriedener.
- Dann werden wir relevanter.
- Dann haben die Kunden eine engere Bindung.
- Und wenn die Kunden sich dann unseren Loyalty-Programmen anschließen. Und das tun sie.
- Dann können wir noch bessere Angebote machen.
- Dann sind die Kunden zufriedener.
- Und dann steigt wieder die Nachfrage.

Merken Sie das?

- Unsere Strategie funktioniert wie ein Schwungrad.
- Sie treibt sich selbst zu mehr Tempo an.
- Und gewinnt immer mehr Fahrt.

Das Fazit:

Unsere Ziele sind realistisch.

Von 200 Millionen auf 300 Millionen Euro: Geschafft!

Jetzt geht's auf zur nächsten Etappe auf dem Weg zur halben Milliarde.

Lassen Sie mich nun tiefer in die Zahlen einsteigen.

Auch das gehört zu einer Hauptversammlung.

Der Umsatz.

Im vergangenen Jahr, Sie kennen ihn schon, 22,4 Milliarden Euro, bereinigt ein Plus von 5,3%.

Seit dem Capital Markets Day sogar ein Plus von 8%.

Noch deutlicher wird unser Erfolg beim Blick auf unser bereinigtes EBIT. Hier haben wir uns in der Halbzeit unserer Mittelfristziele um 47% verbessert.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Unser Nettoergebnis: Gedreht.

Von minus 39 Millionen Euro im vergangenen Jahr. Auf einen Nettogewinn von 76 Millionen. Ein Plus von 115 Millionen.

Wenn ich auf die letzten zwei Jahre zurückblicke, dann kann ich sagen:  
Wir haben in einem schwierigen Marktumfeld erhebliche Fortschritte gemacht.

Wir haben es geschafft, die Marktentwicklung zu übertreffen.

Wir sind nachhaltig gewachsen.

Unser Kerngeschäft Handel ist stark und widerstandsfähig.

Und unsere Wachstumsgeschäfte machen uns noch stärker.

Wir haben eine solide Grundlage, um weiter zu wachsen!

Im vergangenen Geschäftsjahr haben wir unsere Prognose zweimal nach oben angepasst – und wir haben erreicht, was wir uns vorgenommen haben.

Kurzum: Wenn wir etwas versprechen, dann liefern wir auch ab!  
Zuverlässig.

Unser Free Cash Flow ist auf 119 Millionen Euro gestiegen.

Das ist ein Plus von 742 Millionen Euro gegenüber dem Geschäftsjahr 2021/22. Das hat all unsere Erwartungen übertroffen!

Diese Ergebnisse resultieren:

- erstens aus einem robusten Umsatzwachstum in unserem Kerngeschäft Handel,
- zweitens aus dem gesteigerten Beitrag unserer erfolgreichen Wachstumfelder
- und drittens aus unserer strikten Kostendisziplin.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Außerdem haben wir unsere Fremdfinanzierung gesichert: Wir haben unsere 2026 fällige Unternehmensanleihe erfolgreich durch eine neue, nachhaltigkeitsorientierte Anleihe refinanziert.

Wir sind jetzt bis Juli 2029 durchfinanziert.

Unsere Arbeit zeigt sich auch in unserem Bilanzgewinn. Sie konnten es schon der Tagesordnung entnehmen. Unser Jahresabschluss hat zum 30. September 2024 einen Bilanzgewinn in Höhe von ca. 242 Millionen Euro aufgewiesen. Hiervon ist ein Betrag in Höhe von ca. 138 Millionen Euro ausschüttungsgesperrt.

Das heißt, in dieser Höhe muss der Bilanzgewinn zwingend auf neue Rechnung vorgetragen werden.

Allerdings ist auch ein Betrag in Höhe von ca. 104 Millionen Euro ausschüttungsfähig.

Wir schlagen Ihnen heute in Übereinstimmung mit dem Aufsichtsrat vor, diesen Anteil des Bilanzgewinns in die Gewinnrücklagen einzustellen. Dadurch können wir unsere Eigenkapitalbasis stärken. Zudem schonen wir unsere Liquidität und stellen unsere Abwehr noch etwas schlagkräftiger auf.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,  
unser Gewinnverwendungsvorschlag bedeutet zugleich, dass Sie noch etwas länger auf eine Dividende warten müssen. Sie haben uns dennoch die Treue gehalten. Weil Sie an unsere Wachstumsstrategie glauben. Dafür danke ich Ihnen.

Sie sehen nun, dass unsere Strategie funktioniert.

Wir sind stark aufgestellt. Wenn Sie nun also zu Recht nach unserer Dividendenpolitik fragen, dann kann ich Ihnen sagen:

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Wir planen, künftig 10 bis 25 Prozent des Gewinns je Aktie als Dividende auszuschütten. Zugleich müssen wir natürlich auch die Investitions- und Kapitalentscheidungen von CECONOMY betrachten. Auch auf die gesamtwirtschaftlichen Umstände müssen wir schauen.

Wenn wir unsere Mittelfristziele erreichen – also für das Geschäftsjahr 2025/2026 – rechnen wir Stand heute damit, auch wieder eine Dividende ausschütten zu können.

So!

Das war das vergangene Geschäftsjahr.

Und Sie fragen zurecht: Und? Das aktuelle?

Wie hat es angefangen?

Ich hatte es Ihnen schon angedeutet. Sehr gut!

Mit zwei wunderbar herausgespielten Toren. Das erste Tor am Black Friday. Und das zweite im Weihnachtsgeschäft.

Wir sind damit auch in Q1 gewachsen. Das achte Quartal in Folge.

Und das in einem Markt, der volatil ist. In einem Markt, der hart umkämpft ist. Und wir haben uns nicht nur behauptet. Sondern außergewöhnlich gut abgeschnitten. Darauf sind wir stolz.

Unser bereinigter Umsatz ist im Vergleich zum Vorjahr um 9,5 % gestiegen. Ein beeindruckendes Plus!

Getrieben wurde das Wachstum durch ein starkes flächenbereinigtes Plus von 7,8 %.

Das zeigt ganz klar:

Die Kunden mögen uns.

Sie vertrauen uns.

Sie kommen gerne.

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

Auf allen Wegen.  
Erfolgreiches Omnichannel eben.

Besonders in Deutschland: Unser größtes Land hat sich überdurchschnittlich entwickelt. Wir haben hier spürbar Marktanteile gewonnen. Wir haben ein stabiles Profitabilitätswachstum: Wir legen das achte Quartal in Folge mit einem positiven bereinigten EBIT-Wachstum hin. Eine echte Erfolgsserie!

Im ersten Quartal ist auch unsere Kundenzufriedenheit nochmal gestiegen. Der Net Promoter Score. Sie erinnern sich. Er steht jetzt bei 59!  
Nochmal eine Rekordzahl.

Wir sind also auf dem besten Weg, unsere mittelfristigen Ziele zu erreichen. Und wir bestätigen hiermit ausdrücklich und mit Rückenwind unsere Prognose für dieses Jahr.

Liebe Aktionärinnen, liebe Aktionäre,  
was uns mit Jürgen Klopp verbindet: Das ist der Anspruch an Exzellenz.  
Aus einem Team das Beste herauszuholen.  
Das ist die Basis für unseren Erfolg. Auch in diesen Zeiten.  
Die nicht einfach sind. Politisch. Gesellschaftlich. Wirtschaftlich.  
Aber ein gutes Champions-League-Team wächst mit seinem Gegner. Wir trotzen den Herausforderungen nun seit acht Quartalen. Und wachsen.

Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, begleiten uns dabei. Dafür danken wir Ihnen sehr.

Wir werden weiterhin alles dafür tun, dass Ihr Unternehmen sich weiterhin an der Spitze behauptet. Weil unsere Strategie lebt.  
Sie ahnen es: Ich möchte mit einem Zitat von Jürgen Klopp enden.  
Das lautet:

## Rede des CEOs zur Hauptversammlung 2025

„Erfolg kommt von innen. Vom eigenen Streben. Jeder muss Verantwortung übernehmen. Für das eigene Handeln. Für das gemeinsame Ziel.“

Meine Damen und Herren, genau so ist Ihre Mannschaft bei MediaMarktSaturn aufgestellt.

Wir wachsen weiter. Wir entwickeln das Unternehmen nach vorne  
Zukunfts fest.

Mit Ambitionen.

Mit Zielen.

Mit unserer Strategie.

Mit unserem Team.

Mit ihnen als Begleiterinnen und Begleiter.

Und mit dem klaren Fokus auf unsere Kundinnen und Kunden.

Sie werden auch im kommenden Jahr sehen, wie wir aus einem erfolgreichen Einzelhandelsunternehmen immer mehr die führenden Omnichannel-Serviceplattform für die Zukunftsthemen Technik und Elektronik machen.

Vielen Dank!