



AN UNSERE AKTIONÄRE

05 Brief an die Aktionäre

- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit dem 13. Juli 2017 stehen wir als CECONOMY auf eigenen Beinen. Die Selbstständigkeit ist Teil eines längeren Transformationsprozesses. Sie verfolgt ein klares Ziel: Wir richten unser Geschäftsmodell konsequent auf die sich verändernden Lebenswelten unserer Kunden aus.

Die Digitalisierung hat den Handel im Allgemeinen, vor allem aber das Consumer-Electronics-Geschäft für immer strukturell verändert. Im Mittelpunkt steht wie niemals zuvor der Kunde. Er ist umfassend informiert, hat eine klare Vorstellung seiner Bedürfnisse und fordert deren schnellstmögliche, punktgenaue Erfüllung.

CECONOMY ist auf diese neue Welt bestens vorbereitet. Wir haben umfassend in unsere Multichannel-Aktivitäten investiert. Und wir bieten die nahtlose Verknüpfung aller Kanäle: im Markt, online, mobil oder zu Hause. Für unsere Kunden sind wir immer und überall da. Dies ist auch unsere Antwort auf die Pure Player, die im Gegensatz zu uns nicht in der Lage sind, ihren Kunden all diese Kanäle flächendeckend zu bieten. Wir investieren in eine effizientere Lieferkette und in die Erweiterung unserer Dienstleistungsangebote. In den vergangenen drei Jahren haben wir uns in unserem Kerngeschäft, der MediaMarktSaturn Retail Group, strategisch komplett neu orientiert. Wir sind dabei, unsere Länder-, Marken- und Märkteportfolios zu überprüfen und, wo nötig, zu rationalisieren. Unsere Standorte wurden digitalisiert und dabei unter anderem flächendeckend mit digitalen Preisschildern ausgestattet. Somit sind wir in der Lage, den Kunden immer attraktive Preise anzubieten und schnell und effizient auf den Wettbewerb zu reagieren.

Das „Digitale“ allein reicht jedoch nicht aus. Unsere Kunden wollen auch in dieser neuen Welt nicht auf das „Menschliche“ verzichten. Eben deshalb haben sie sich entschieden, nicht nur online zu kaufen. Denn das Erlebnis des realen Einkaufs kann online niemals ersetzen. Der ideale Einkauf braucht geradezu zwingend neben digitalen auch soziale und emotionale Komponenten. Dies gilt umso mehr, weil sich der Kunde angesichts zum Teil hoch komplexer Produkte nach Menschen sehnt, die ihn fundiert beraten und ihm tatsächlich weiterhelfen.

In dieser neuen Welt spielt jeder einzelne unserer Mitarbeiter eine Hauptrolle. Das Vertrauensverhältnis zwischen unseren Verkäufern in den Märkten und unseren Kunden ist einer unserer maßgeblichen Vorteile im Wettbewerb gegenüber reinen Online-Anbietern. Unsere Mitarbeiter bieten nicht nur kompetente Beratung – sie schaffen Tag für Tag „unvergessliche Erlebnisse“ für unsere Kunden.

Auf diese Weise sind wir in einer spannenden und zugleich immer komplexeren digitalen Welt zum verlässlichen Partner und täglichen Begleiter unserer Kunden geworden. Ein „digitales Leben“ ist Teil des Alltags unserer Kunden. Wir helfen ihnen, dieses Leben frei von Sorgen und Problemen zu leben. Genau das ist unser Markenversprechen: We empower life in the digital world.

// DANK AN UNSERE MITARBEITER

Die zentrale Bedeutung motivierter und kompetenter Mitarbeiter hierbei habe ich bereits erwähnt. Genau aus diesem Grund möchte ich an dieser Stelle auch im Namen meiner Vorstandskollegen unseren Kolleginnen und Kollegen ganz herzlich danken: Sie sind es, die den Erfolg des Unternehmens erst möglich machen. Sie engagieren sich für unsere Themen mit Herzblut und Leidenschaft, immer getreu dem Motto: „Was in dir selbst nicht brennt, kannst du bei anderen nicht entflammen.“



AN UNSERE AKTIONÄRE

05 Brief an die Aktionäre

- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie

// ZIEL ERREICHT! GESAMTUMSATZ UND EBIT GESTEIGERT

Wir befinden uns inmitten massiver Veränderungen sowie in einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld. Dennoch haben wir im ersten Jahr der Selbständigkeit unsere Ziele erreicht. Den Gesamtumsatz konnten wir auf 22,2 Milliarden Euro steigern. Das entspricht einem Plus von 1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Vor allem im vierten Quartal hat unser Umsatzwachstum nochmals deutlich zugelegt und lag bei plus 4,6 Prozent.

Auch beim operativen Ergebnis (EBIT) vor Sonderfaktoren haben wir das Ziel erreicht. Mit 471 Millionen Euro wurde der Vorjahreswert von 466 Millionen Euro leicht übertroffen. Bereinigt um Wechselkurseffekte stieg unser EBIT um 10 Millionen Euro oder 2,2 Prozent.

// AKTIE UND DIVIDENDE

Unsere erfreuliche Geschäftsentwicklung spiegelt sich auch in der Entwicklung der CECONOMY-Aktie wider. Bis zur Abspaltung der neuen METRO AG erwirtschaftete die Aktie der ehemaligen METRO GROUP im Zeitraum vom 30. September 2016 bis zum 12. Juli 2017 eine Gesamtrendite inklusive Dividende von rund 14 Prozent. Der Aktienkurs der CECONOMY-Stammaktie hat sich ebenfalls positiv entwickelt. Zwischen dem 13. Juli 2017, dem Tag, an dem CECONOMY zum ersten Mal als eigenständige Aktie gehandelt wurde, und dem Geschäftsjahresende hat der Kurs um vier Prozent zugelegt. Dies entspricht einer Überrendite gegenüber dem Stoxx 600 Retail Index von rund fünf Prozent. Gegenüber dem Euro Stoxx Retail Index betrug die Überrendite sogar mehr als acht Prozent. In den ersten Wochen des neuen Geschäftsjahres zeigte sich zudem ein deutlicher Aufwärtstrend.

Wir möchten auch künftig eine attraktive Dividende ausschütten. Auf Basis des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren in Höhe von 0,58 € schlagen Ihnen Vorstand und Aufsichtsrat auf der nächsten Hauptversammlung eine Dividendenausschüttung in Höhe von 0,26 € je Stammaktie vor. Dieser Vorschlag entspricht einer Ausschüttungsquote von 45 Prozent und folgt damit unserer kommunizierten Dividendenpolitik.

// KLARE UND EHRGEIZIGE WACHSTUMSZIELE

Wir haben uns für die Zukunft klare Ziele gesteckt – das gilt sowohl für den Umsatz als auch das Ergebnis. Mittelfristig wollen wir den Umsatz durchschnittlich um mehr als drei Prozent steigern und dabei eine EBITDA-Marge in Richtung fünf Prozent erwirtschaften. Strategie und Maßnahmen hierzu sind definiert. Bis zu 15 Prozent unseres Umsatzes sollen mittelfristig auf das Online-Geschäft entfallen, rund zehn Prozent auf Services & Solutions.

Darüber hinaus werden wir eine führende Rolle in der Marktconsolidierung einnehmen. Mit dem Erwerb einer Beteiligung an der Fnac Darty S.A. haben wir unsere Handlungsfähigkeit bereits kurz nach der Selbständigkeit auch im wichtigen französischen Consumer-Electronics-Markt unter Beweis gestellt.

CECONOMY hat die Ambition und Chance, die führende Plattform für Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics zu bleiben und so weiter zu wachsen.

Auf unserer Hauptversammlung am 14. Februar 2018, zu der ich Sie herzlich einlade, werden wir Ihnen darlegen, dass wir optimal für die Zukunft aufgestellt sind, um als eigenständiges Unternehmen erfolgreich am Markt zu agieren.

Ich freue mich, Sie dort zu begrüßen.

Vielen Dank für das Vertrauen, das Sie in uns setzen.

Ihr

PIETER HAAS

Chief Executive Officer der CECONOMY AG