



## AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 Brief an die Aktionäre
- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie**

# ZIELE UND STRATEGIE

Die CECONOMY AG mit Sitz in Düsseldorf ist die führende europäische Plattform für Unternehmen, Konzepte und Marken im Bereich Consumer Electronics (CE). Die Konzerngesellschaften von CECONOMY geben Verbrauchern Orientierung und bieten ihnen Lösungen, um die Möglichkeiten innovativer Technologien bestmöglich zu nutzen. Hierzu entwickelt CECONOMY neue Konzepte und Geschäftsmodelle, die entscheidende Mehrwerte für Verbraucher beinhalten sowie neue wirtschaftliche Erfolgspotenziale für das Unternehmen und seine Aktionäre erschließen.

CECONOMY bewegt sich dabei in einer Branche, die sich in einem massiven Umbruch befindet. Sie wird von vier großen Marktentwicklungen sowie fünf Kundentrends bestimmt.

## MARKTENTWICKLUNGEN

### // RATIONALISIERUNG

Immer mehr Kanäle, starker Preisdruck und hohe Transparenz verschärfen den Wettbewerb.

### // DIGITALISIERUNG

Eine immer digitaler werdende Welt verändert das Kundenverhalten, beeinflusst Retail-Prozesse und ermöglicht neue Geschäftsmodelle. Stationäres Geschäft und Online-Handel inklusive Mobile gehen zunehmend ineinander über.

### // KONSOLIDIERUNG

Die europäische CE-Branche ist ein fragmentierter Markt, der sowohl regional, national als auch international Raum zur Konsolidierung bietet.

### // TRANSFORMATION

Die fundamentalen Veränderungen in der CE-Branche eröffnen neue Chancen und ermöglichen neue Geschäftsmodelle. Im Vordergrund stehen dabei immer der Kunde und die zentrale Frage: Was können wir für diesen Kunden tun?

## KUNDENTRENDS



### // HOHE TRANSPARENZ

Kunden verfügen über mehr Informationen und damit über mehr Wissen denn je.

### // MEHR WETTBEWERB

Der Wettbewerb ist heute intensiver als jemals zuvor, denn alle Akteure im Markt versuchen über alle Kanäle, dieselben Kunden für sich zu gewinnen.



## AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 Brief an die Aktionäre
- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie**

### // WACHSENDE ANGEBOTSKOMPLEXITÄT

Kunden profitieren von einer unlimitierten Auswahl und nutzen Produkte zunehmend auf neue Art und Weise, beispielsweise indem sie sie leihen, mieten oder mit anderen teilen. Die zunehmende Komplexität und Vielfalt des Angebots steigert beim Kunden gleichzeitig den Wunsch nach Übersichtlichkeit und Unterstützung auf der Suche nach der passenden Lösung.

### // ZUNEHMENDE CONVENIENCE

Kunden verlangen rund um das gesamte Einkaufserlebnis einfache, schnelle sowie konsistente Abläufe. Der Kunde erwartet heute keine reinen Produkte mehr, sondern Lösungen. Er möchte über alle Kanäle betreut und individuell behandelt werden.

### // NEUE TECHNOLOGIEN

Die digitalen Technologien verstärken die genannten Trends und ermöglichen es den Kunden, Neues zu entdecken, zu bewerten und über eine Vielzahl von Kanälen mit einem hohen Leistungsversprechen zu kaufen.

Aus diesem Wandel ergeben sich für uns sowie für unsere Marken und Formate enorme Potenziale. CECONOMY bewegt sich erfolgreich innerhalb dieser Veränderungsprozesse und gestaltet sie führend mit. Unser strategischer Ansatz sowie unsere Ziele sind daraus abgeleitet.

## UNSER STRATEGISCHER ANSATZ

We empower life in the digital world – als führende europäische CE-Plattform entwickeln wir Lösungen, die den Alltag der Konsumenten in der digitalen Welt erleichtern.

Mit mehr als sechs Millionen Kundenkontakten täglich wissen wir genau, wovon wir sprechen und was sich die Menschen in der digitalen Welt wünschen. Denn wirklich smart ist diese Welt nur, wenn sie funktioniert. Consumer Electronics sind für die meisten Konsumenten schon lange kein Freizeit-Accessoire oder nützliches Gadget mehr, sondern ein lebenswichtiges Produkt.



### // KONSEQUENTE KUNDENORIENTIERUNG

Ausgangspunkt aller strategischen Überlegungen sind die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden. Vollständige Kundenorientierung erreichen wir, indem wir Kundenbedürfnisse und -verhaltensweisen ermitteln, die Multichannel-Aktivitäten insbesondere unseres Kerngeschäfts im Rahmen der MediaMarktSaturn Retail Group ausbauen und unser Dienstleistungsangebot stetig erweitern.

### // HOHE LÖSUNGSKOMPETENZ

Es geht nicht mehr darum, nur ein Produkt zu kaufen und einzuschalten – es muss auch an das WLAN oder das vernetzte Zuhause eingebunden werden. Wir bieten Lösungen an; egal an welcher Kontaktschnittstelle sich der Kunde befindet. Ob in einem unserer Märkte, online, mobil oder sogar zu Hause – wir sind überall mit unseren Services präsent.

Ein wesentlicher Baustein dafür ist in Deutschland die Markteinführung der DTB Deutsche Technikberatung GmbH, die wir bis Ende 2018 vollständig umsetzen wollen.



## AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 Brief an die Aktionäre
- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie**

Zahlreiche weitere Länderprojekte zeigen, wie sich unser Service-Ansatz in der Praxis auswirkt.

In **Deutschland** werden wir bis Mitte 2018 den StartKlar-Service einführen, mit dem Kunden vor allem mobile Endgeräte fertig eingerichtet aus den Märkten mitnehmen können.

In den **Niederlanden** wird das Always-on-Modell ausgeweitet, das uneingeschränkten Support bei Störungen von mobilen Endgeräten garantiert.

In **Spanien** werden die Märkte zu Erlebnis- und Dienstleistungszentren für die Kunden. Wir arbeiten weiter am Konzept des Digital Store, in dem die Beratung eine zentrale Rolle spielt, und realisieren Kundentrainings.

In **Belgien** kooperieren wir mit dem Start-Up Parcify, um online bestellte Ware, die weniger als 30 Kilogramm wiegt, per Fahrradkurier am nächsten Arbeitstag zu liefern und zu installieren.

Damit unsere Lösungen funktionieren, müssen wir unsere internen Prozesse so konzipieren, dass sie heutigen Anforderungen entsprechen.

### // UMFASSENDE DIGITALISIERUNG

Nur wer sein eigenes Geschäftsmodell überzeugend digitalisiert, kann den Handel für die digitale Welt optimal aufstellen. CECONOMY hat bereits die Prozesse in wichtigen operativen Teilbereichen wie im Pricing neu gestaltet. Dank digitaler Preisschilder, die wir bei der MediaMarktSaturn Retail Group flächendeckend eingeführt haben, sind wir beispielsweise in der Lage, Online- und Offline-Preise dynamisch zu steuern. So treiben wir auch die Digitalisierung und die Transformation in der Branche voran.

Wir zentralisieren Funktionen, insbesondere in den Bereichen Einkauf, Category Management und Supply Chain. Zudem überprüfen wir unsere Standorte in allen Regionen, verhandeln Mietverträge neu und nehmen Anpassungen an der Fläche vor.

Einen signifikanten Teil der Einsparungen, die wir durch das Programm erzielen, werden wir in die Optimierung unserer IT-Systeme investieren.

## UNSERE MITTELFRISTIGEN ZIELE

Ausgehend vom Geschäftsjahr 2015/16 haben wir klare Wachstumsziele definiert. Dazu gehören:

Eine durchschnittliche **Umsatzsteigerung** von mehr als drei Prozent. Bis zu 15 Prozent unseres Umsatzes sollen mittelfristig auf das Online-Geschäft, etwa zehn Prozent auf Services & Solutions entfallen.

Ein Anstieg der **EBITDA-Marge** in Richtung von fünf Prozent, ausgehend von einem EBITDA von 3,3 Prozent des Umsatzes im Geschäftsjahr 2015/16.

Jährliche **Cashinvestitionen** in Höhe von rund 1,5 Prozent des Umsatzes. Dies resultiert in einer Cash Flow Conversion von 60 bis 70 Prozent.

Eine Senkung der **Steuerquote** in Richtung von 40 Prozent, ausgehend von 49 Prozent im Geschäftsjahr 2015/16.

Eine **Dividenden-Ausschüttungsquote** von 45 bis 55 Prozent des Ergebnisses je Aktie. Abhängig von der zukünftigen wirtschaftlichen Entwicklung sowie der Profitabilität von Investitionsvorhaben kann die zukünftige Ausschüttung von Dividenden sowohl nach oben als auch nach unten abweichen.



AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 Brief an die Aktionäre
- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie**

## DIE WESENTLICHEN ELEMENTE UNSERER STRATEGIE

### 5 WERTTREIBER FÜR WEITERES WACHSTUM



#### ONLINE-MOBILE-MÄRKTE

Wir ermöglichen unseren Kunden, das Angebot unserer stationären Märkte sowie unserer Mobile- und Online-Kanäle in jeder gewünschten Kombination zu nutzen.



#### SERVICES & SOLUTIONS

Unser Dienstleistungsportfolio entwickeln wir stetig weiter. Vor allem der Ausbau der „SmartBars“ für Service und Reparaturdienstleistungen in den Märkten ist hier ein treibender Faktor.



#### KUNDENDATEN / CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Im Zentrum unseres Geschäftsmodells steht der Kunde. So erreichen wir eine individualisierte und interessensgerechte Kommunikation im Rahmen unserer täglich über sechs Millionen Kundenkontakte.



#### SELEKTIVE EXPANSION

Die veränderten Markt- und Kundenbedürfnisse erfordern auch eine Anpassung unserer Expansionsstrategie und damit ebenso unseres Standort-Portfolios. Formate wie beispielsweise Shop-in-Shop-Lösungen bieten Alternativen für eine noch optimalere Abdeckung.



#### SUPPLY CHAIN, CATEGORY MANAGEMENT, PRICING

Die veränderten Marktbedingungen erfordern eine Neubestimmung, welche Prozesse wir besser zentral oder dezentral steuern.

### 5 GRUNDBEDINGUNGEN ALS BASIS UNSERES ERFOLGS



#### PORTFOLIO

Wir gehen Herausforderungen aktiv an und optimieren, wenn nötig, unser Länder- und Standort-Portfolio.



#### WETTBEWERBSFÄHIGE KOSTENBASIS

Wir überprüfen kontinuierlich die Entwicklung unserer Kosten und zielen stets auf eine wettbewerbsfähige Kostenposition ab.



#### NETTOBETRIEBSVERMÖGEN

Wir optimieren unser Nettobetriebsvermögen, indem wir unsere Vorräte diszipliniert steuern und unser Category Management kontinuierlich verbessern.



#### KULTURELLE TRANSFORMATION

Wir entwickeln unsere rund 65.000 Mitarbeiter fortlaufend weiter, um unseren Kunden zu jeder Zeit ein einzigartiges Einkaufs- und Serviceerlebnis zu bieten.



#### DIGITALE & TECHNOLOGIE-FÜHRERSCHAFT

Wir sind mehr als ein Handelsunternehmen. Wir sind eine Technologieplattform für Unternehmen, Konzepte und Marken, die die Digitalisierung vorantreibt.



AN UNSERE AKTIONÄRE

- 05 Brief an die Aktionäre
- 07 Der Vorstand
- 08 Rückblick
- 12 CECONOMY-Aktie
- 15 Ziele und Strategie**

## BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT

// Wir werden weiter wachsen, die Digitalisierung und Transformation im Handel vorantreiben und eine führende Rolle in der europäischen Marktkonsolidierung spielen.

// Wir stehen auf einer gesunden finanziellen Basis.

// Wir haben das Potenzial, unsere Margen und unseren Free Cashflow weiter zu steigern.

// Wir werden unsere Multichannel-Aktivitäten kontinuierlich ausbauen und unser Dienstleistungsangebot stetig erweitern.

