

# UMSATZMELDUNG GESCHÄFTSJAHR 2014/15

---

## METRO GROUP erreicht Umsatzziel und bestätigt EBIT-Ausblick

- Flächenbereinigter Umsatz wächst im Geschäftsjahr 2014/15 um 1,5%
- Wachstumstreiber Onlinehandel und Belieferung weiter erfolgreich
- METRO Cash & Carry und Media-Saturn legen beim flächenbereinigten Umsatz im Gesamtjahr und im 4. Quartal 2014/15 zu
- Akquisitionen Classic Fine Foods und RTS stärken Geschäft der Vertriebslinien
- Verkauf von Galeria Kaufhof erfolgreich abgeschlossen; Nettozahlungsmittelzufluss von 1,75 Mrd. € oberhalb der ursprünglichen Prognose
- METRO GROUP erwartet gutes Weihnachtsgeschäft

Die METRO GROUP hat nach vorläufigen Zahlen ihren flächenbereinigten Umsatz im Geschäftsjahr 2014/15 um 1,5% gesteigert. Damit erreicht der Düsseldorfer Handelskonzern sein Umsatzziel für das Gesamtjahr. Der berichtete Umsatz von 59,2 Mrd. € lag bedingt durch negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte um 1,2% unter dem Vorjahreswert. In lokaler Währung stieg der Umsatz jedoch um 0,5%. „Das Geschäftsjahr 2014/15 markiert eine Zeitenwende für die METRO GROUP“, sagt Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG. „Wir haben es geschafft, wieder Dynamik in unser Kerngeschäft zu bringen und unsere Bilanz weiter zu stärken. Beim flächenbereinigten Umsatz haben wir unser Ziel für das Gesamtjahr erreicht. Wir bestätigen zudem unsere Prognose für das EBIT vor Sonderfaktoren<sup>1</sup>. Nach dem erfolgreichen Verkauf von Galeria Kaufhof haben wir zudem wieder die finanziellen Mittel für ergänzende und stärkende Akquisitionen in unseren Vertriebslinien. Beispiele dafür sind die kürzlich erworbenen Unternehmen Classic Fine Foods und RTS.“

Der flächenbereinigte Umsatz der METRO GROUP stieg im 4. Quartal 2014/15 um 1,3%. Sowohl METRO Cash & Carry als auch Media-Saturn haben im 4. Quartal sowie im Gesamtjahr 2014/15 den flächenbereinigten Umsatz gesteigert. Der berichtete Umsatz ging um 1,1% auf 14,2 Mrd. € zurück. Dies ist jedoch auf Wechselkurs- und Portfolioeffekte zurückzuführen. In lokaler Währung legte der Umsatz um 1,9% zu.

Auch im 4. Quartal 2014/15 hat die METRO GROUP das Geschäft in den strategischen Wachstumsfeldern Onlinehandel und Belieferung deutlich ausgebaut und dadurch ihre Marktposition und die Kundenrelevanz in vielen Ländern stärken können. Die METRO GROUP erwartet ein gutes Weihnachtsgeschäft und ist optimistisch in das laufende Quartal gestartet.

Bei der Optimierung des Portfolios kann die METRO GROUP weitere Fortschritte verzeichnen: Als wichtigstes Ereignis im 4. Quartal wurde, wie angekündigt, am 30. September 2015 der Verkauf von Galeria Kaufhof vollzogen. Der Transaktionswert beträgt 2,825 Mrd. € inklusive verschiedener Verbindlichkeiten. Den Nettozahlungsmittelzufluss von 1,75 Mrd. €, der oberhalb der ursprünglichen Prognose lag, hat die METRO GROUP fristgerecht erhalten.

---

<sup>1</sup> Wechselkursbereinigt leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2013/14 von 1.531 Mio. € inklusive Netto-Erträgen aus Immobilienveräußerungen im üblichen Rahmen

Zudem hat die METRO GROUP im 4. Quartal zwei Akquisitionen getätigt:

- Classic Fine Foods (CFF) ist einer der führenden Anbieter von Food Service Distribution, der direkten Belieferung von Kunden aus den Bereichen Hotel, Restaurant und Caterer mit Lebensmitteln in asiatischen Megastädten und im Mittleren Osten. CFF beliefert Premium-Hotels und -Restaurants. Der Umsatz von CFF ist seit September im Umsatz der METRO GROUP enthalten.
- RTS erbringt deutschlandweit sowie über Partner in ganz Europa Serviceleistungen für Produkte im Elektrobereich und ergänzt das Angebot von Media-Saturn. Das Spektrum umfasst die Planung, Installation, Inspektion, Wartung und Reparatur verschiedenster elektronischer Produkte.

## Entwicklung der Vertriebslinien im Geschäftsjahr 2014/15

### METRO Cash & Carry

Der Umsatz von METRO Cash & Carry legte im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 0,9% zu. Dabei konnte der Umsatz in allen Quartalen flächenbereinigt gesteigert werden. Bedingt durch die Entwicklung der Wechselkurse (hauptsächlich des russischen Rubels) sank der berichtete Umsatz um 2,7% auf 29,7 Mrd. €. In lokaler Währung wurde dagegen das Vorjahresniveau erreicht.

Im 4. Quartal 2014/15 entwickelte sich der flächenbereinigte Umsatz von METRO Cash & Carry weiterhin sehr positiv und wuchs um 1,1% und damit im nunmehr 9. Quartal in Folge. Der berichtete Umsatz ging bedingt durch negative Wechselkurseffekte und Standortabgaben um 3,2% auf 7,4 Mrd. € zurück. In lokaler Währung erreichte der Umsatz jedoch das Niveau des Vorjahresquartals. Der flächenbereinigte Rückgang im Deutschlandgeschäft war weniger ausgeprägt als in den beiden Vorquartalen. In der Region Westeuropa wuchs der flächenbereinigte Umsatz von METRO Cash & Carry leicht. Insbesondere in Frankreich, Italien und Spanien war die Entwicklung positiv. In Osteuropa stieg der flächenbereinigte Umsatz in fast allen Ländern. Das russische Geschäft zeigte weiterhin eine solide flächenbereinigte Umsatzsteigerung im mittleren einstelligen Prozentbereich. Während der Umsatz in der Region Asien/Afrika bedingt durch die Unterstützung der Wechselkurse stieg, ging der flächenbereinigte Umsatz zurück. Dies ist auf die Entwicklung in China und Pakistan zurückzuführen. In China wurde dabei bewusst auf sehr margenschwaches Geschäft mit großem Umsatzvolumen verzichtet. Japan und Indien erreichten ein flächenbereinigtes Umsatzwachstum.

Im Geschäftsjahr 2014/15 hat METRO Cash & Carry 22 Standorte eröffnet und 24 abgegeben oder geschlossen. Bei den Neueröffnungen handelt es sich um 11 Standorte in Russland und 6 in China. In Indien wurden 2 METRO Cash & Carry-Märkte eröffnet und in Kroatien, Serbien und der Türkei jeweils 1 Standort. Die 5 Standorte in Dänemark wurden wie angekündigt geschlossen und die 9 Märkte in Griechenland wie geplant veräußert. Außerdem entfallen 3 Schließungen auf Bulgarien, 2 auf China und je 1 auf Italien, Kasachstan, Rumänien, Serbien und die Ukraine.

## Media-Saturn

Der Umsatz von Media-Saturn stieg im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 3,1%. Dabei konnte der Umsatz in allen Quartalen des Geschäftsjahres flächenbereinigt gesteigert werden. Der berichtete Umsatz wuchs um 3,6% auf 21,7 Mrd. € und in lokaler Währung betrug der Zuwachs sogar 4,7%. Der online generierte Umsatz stieg um über 20% und erreichte 1,8 Mrd. €. Damit beträgt der Internetanteil am Gesamtumsatz nun mehr als 8%.

Im 4. Quartal 2014/15 setzte sich die positive Entwicklung bei Media-Saturn fort und der flächenbereinigte Umsatz stieg um 2,9% und damit im 5. Quartal in Folge. Der berichtete Umsatz stieg um 3,0% auf 5,1 Mrd. € (in lokaler Währung: +4,6%). Alle Regionen legten beim flächenbereinigten Umsatz zu. Neben dem Volumenmarkt Deutschland war die Umsatzentwicklung in Westeuropa in Spanien, Italien, den Niederlanden und Schweden sehr positiv. In Osteuropa glänzten insbesondere Ungarn und die Türkei mit zweistelligen prozentualen Wachstumsraten sowohl beim Gesamtumsatz als auch beim flächenbereinigten Umsatz.

Im Geschäftsjahr 2014/15 hat Media-Saturn 36 Standorte eröffnet und 15 geschlossen. Die Eröffnungen entfallen auf Polen (8), Russland (7), die Niederlande (6), Spanien (5), Deutschland und die Türkei (je 3), die Schweiz (2) sowie Österreich und Belgien (je 1). Bei den Schließungen handelt es sich um 7 Standorte in Italien, 3 in Russland, 2 in den Niederlanden und je 1 Elektrofachmarkt in Deutschland, Belgien und der Türkei.

## Real

Der Umsatz von Real ging im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 0,8% zurück. Der berichtete Umsatz sank vor allem in Folge von Standortschließungen um 2,6% auf 7,7 Mrd. €.

Im 4. Quartal 2014/15 ging der flächenbereinigte Umsatz um 1,6% zurück und zeigte damit eine bessere Entwicklung als im 3. Quartal 2014/15. Die Umsatzentwicklung im Geschäftsjahr, wie auch im 4. Quartal, war insbesondere beeinträchtigt durch ein nach wie vor sehr angespanntes Wettbewerbsumfeld, bei gleichzeitig rückläufiger Preisentwicklung im Lebensmittel-Bereich. Positiv zur Umsatzentwicklung und insbesondere zur Frequenzentwicklung beigetragen haben die mittlerweile 107 nach dem erfolgreichen Vorbild des Essener Modells modernisierten Standorte.

Im Geschäftsjahr 2014/15 verringerte sich das Standortnetz von Real in Deutschland wie angekündigt um 14 auf nunmehr 293 Standorte. 8 Real-Standorte wurden im 4. Quartal geschlossen.

## METRO GROUP



	2013/14	2014/15	Q4 2013/14	Q4 2014/15
Umsatz (Mrd. €)	59,9	59,2	14,4	14,2
Veränderung (€)	-4,3%	-1,2%	-2,8%	-1,1%
Veränderung (in lokaler Währung)	-1,9%	0,5%	-1,1%	1,9%
flächenbereinigt	0,1%	1,5%	0,6%	1,3%



## METRO Cash &amp; Carry

	2013/14	2014/15	Q4 2013/14	Q4 2014/15
Umsatz (Mrd. €)	30,5	29,7	7,6	7,4
Veränderung (€)	-2,1%	-2,7%	-2,2%	-3,2%
Veränderung (in lokaler Währung)	2,0%	0,0%	0,8%	0,0%
flächenbereinigt	1,0%	0,9%	0,1%	1,1%



## Media-Saturn

	2013/14	2014/15	Q4 2013/14	Q4 2014/15
Umsatz (Mrd. €)	21,0	21,7	4,9	5,1
Veränderung (€)	-0,3%	3,6%	2,9%	3,0%
Veränderung (in lokaler Währung)	0,8%	4,7%	3,7%	4,6%
flächenbereinigt	-0,9%	3,1%	1,7%	2,9%



## Real

	2013/14	2014/15	Q4 2013/14	Q4 2014/15
Umsatz (Mrd. €)	7,9	7,7	1,9	1,8
Veränderung (€)	-1,3%	-2,6%	-0,3%	-3,6%
flächenbereinigt	-0,9%	-0,8%	0,2%	-1,6%

# STANDORTENTWICKLUNG

	30.09.2014	Neueröffnungen 2014/15	Schließungen/ Abgaben 2014/15	30.09.2015	Veränderung (absolut)
METRO Cash & Carry	766	+22	-24	764	-2
Media-Saturn	986	+36	-15	1.007	+21
Real	307	0	-14	293	-14
Summe	2.063*	+58	-53	2.068*	+5

\*inklusive 4 Standorte bei Sonstige

## STANDORTE ZUM 30. SEPTEMBER 2015

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		METRO GROUP	
	2014/15	30.09.15	2014/15	30.09.15	2014/15	30.09.15	2014/15	30.09.15
Deutschland		107	+2	417	-14	293	-12	817
Belgien		15		23				38
Dänemark	-5						-5	
Frankreich		93						93
Italien	-1	48	-7	110			-8	158
Luxemburg				2				2
Niederlande		17	+4	49			+4	66
Österreich		12	+1	48			+1	60
Portugal		10		9				19
Schweden				27				27
Schweiz			+2	27			+2	27
Spanien		37	+5	77			+5	114
Westeuropa (ohne Deutschland)	-6	232	+5	372			-1	604
Bulgarien	-3	11					-3	11
Griechenland	-9			10			-9	10
Kasachstan	-1	7					-1	7
Kroatien	+1	8					+1	8
Moldawien		3						3
Polen		41	+8	79			+8	120
Rumänien	-1	31					-1	31
Russland	+11	84	+4	67			+15	151
Serbien		10						10
Slowakei		6						6
Tschechien		13						13
Türkei	+1	29	+2	41			+3	70
Ukraine	-1	32					-1	32
Ungarn		13		21				34
Osteuropa	-2	288	+14	218			+12	506
China	+4	82					+4	82
Indien	+2	18					+2	18
Japan		9						9
Pakistan		9						9
Vietnam		19						19
Asien/Afrika	+6	137					+6	137
Summe	-2	764	+21	1.007	-14	293	+5	2.068*

\*inklusive 4 Standorte bei Sonstige

## Finanzkalender 2015/16

Geschäftsbericht 2014/15	Dienstag	15. Dezember 2015	8.00 Uhr
Umsatzmeldung Weihnachtsquartal 2015	Dienstag	12. Januar 2016	7.30 Uhr
Quartalsbericht Q1 2015/16	Donnerstag	11. Februar 2016	7.30 Uhr
Hauptversammlung 2016	Freitag	19. Februar 2016	10.30 Uhr
Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2015/16	Mittwoch	11. Mai 2016	7.30 Uhr
Quartalsbericht 9M/Q3 2015/16	Dienstag	2. August 2016	7.30 Uhr
Umsatzmeldung Geschäftsjahr 2015/16	Mittwoch	19. Oktober 2016	7.30 Uhr

Zeitangaben nach deutscher Zeit

## IMPRESSUM

### METRO AG

Metro-Str. 1  
40235 Düsseldorf

Postfach 230361  
40089 Düsseldorf

<http://www.metrogroup.de>

### Erscheinungsdatum

19. Oktober 2015

### Investor Relations

Telefon +49 (0) 211 - 6886 - 1051  
Fax +49 (0) 211 - 6886 - 3759  
E-Mail [investorrelations@metro.de](mailto:investorrelations@metro.de)

### Creditor Relations

Telefon +49 (0) 211 - 6886 - 1904  
Fax +49 (0) 211 - 6886 - 1916  
E-Mail [creditorrelations@metro.de](mailto:creditorrelations@metro.de)

### Unternehmenskommunikation

Telefon +49 (0) 211 - 6886 - 4252  
Fax +49 (0) 211 - 6886 - 2001  
E-Mail [presse@metro.de](mailto:presse@metro.de)

Besuchen Sie unseren Internetauftritt unter [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de) mit umfangreichen Informationen und Berichten über die METRO GROUP. Mit dem METRO GROUP News Abo können Sie alle Neuigkeiten und Publikationen der METRO GROUP online automatisch erhalten.

### Disclaimer

Diese Umsatzmeldung enthält vorläufige, nicht testierte Zahlen und zukunftsgerichtete Aussagen. Sie beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts. Vorläufige Zahlen und zukunftsgerichtete Aussagen sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und können erheblich von den tatsächlichen Ergebnissen abweichen. Insbesondere im Hinblick auf zukunftsgerichtete Aussagen werden eine Vielzahl der Risiken und Ungewissheiten von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der METRO GROUP unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen u. a. zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Die METRO GROUP sieht sich auch nicht dazu verpflichtet, Berichtigungen dieser zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Materialien eingetreten sind.