

A close-up portrait of a man with dark hair, looking slightly to the right. He is wearing a bright yellow traditional shirt with colorful embroidery and yellow tassels at the collar. The background is a soft, out-of-focus grey.

GESCHÄFTSBERICHT
2013/14

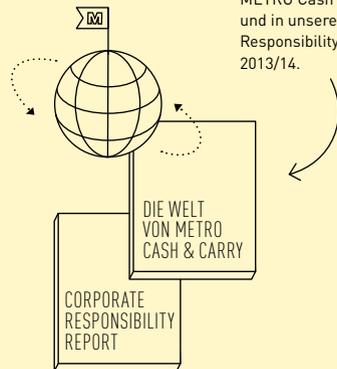
KONZERNABSCHLUSS DER METRO AG

METRO GROUP
ZUM HANDELN GESCHAFFEN.

10 von 249.150¹

DIE TITELSEITEN UNSERER PUBLIKATIONEN ZUM GESCHÄFTSJAHR 2013/14.

Mehr über die Menschen auf unseren Titelseiten finden Sie auch in der Publikation „Die Welt von METRO Cash & Carry“ und in unserem Corporate Responsibility Report 2013/14.



Im Geschäftsjahr 2013/14 geben wir Ihnen mit drei Publikationen Einblick in unser Handeln: mit dem Geschäftsbericht, dem Corporate Responsibility Report und der Welt von METRO Cash & Carry. So unterschiedlich die einzelnen Publikationen – eines ist ihnen gemein: Unsere Mitarbeiter stehen im Mittelpunkt. Sie setzen sich tagtäglich für unsere Kunden ein und geben unserem Unternehmen durch ihre Persönlichkeit ein Gesicht. Deshalb stellen wir zehn von ihnen in unseren Publikationen vor – mit ihren Hobbys, ihrem Engagement und dem, was ihnen wichtig ist.



Unsere Publikationen finden Sie auch im Internet:

Die Welt von METRO Cash & Carry
berichte.metrogroup.de/2013-14/metro-welt

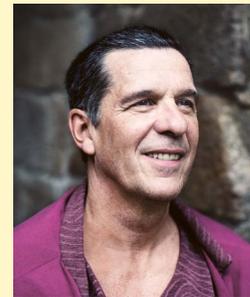
Corporate Responsibility Report 2013/14
[berichte.metrogroup.de/
2013-14/corporate-responsibility-report](http://berichte.metrogroup.de/2013-14/corporate-responsibility-report)



←
LING JIAXING
mag Musik und die Klänge seiner Hulusi.



↑
JULIA POLOTSEVA
liebt den traditionellen russischen Tanz.



↑
ALAIN COLAS
hat ein Faible für das Mittelalter.



↑
JUSTYNA KUŹMA
beobachtet und fotografiert in ihrer Freizeit Vögel.



↑
MARTIN TREIBERT
Seine Leidenschaft gilt der Imkerei.



↑
MARGARET CHAN
engagiert sich für die Einhaltung von Sozialstandards.



↑
MAREK KAPUSNIAK
hat innovative Ideen zum Ressourcenschutz.



↑
GABRIELE ERB
macht Lieferprozesse für ihre Kunden transparent.



↑
RALF CREMER
setzt auf Reparatur statt Entsorgung.



↑
JULIA SELLE
koordiniert das gesellschaftliche Engagement der METRO GROUP.

¹Mitarbeiter der METRO GROUP nach Köpfen zum Stichtag 30. September 2014

INHALT

- S. 5 Brief an die Aktionäre
- S. 9 Dank an die Mitarbeiter
- S. 10 Der Vorstand
- S. 14 Rückblick
- S. 17 Highlights der Vertriebslinien

1 DIE STRATEGIE

- S. 25 Interview mit dem Vorstandsvorsitzenden
- S. 30 Strategische Ausrichtung der METRO GROUP

2 DAS INVESTMENT

- S. 47 METRO-Aktie

3 DAS GESCHÄFT

- S. 55 Bericht des Aufsichtsrats
- S. 64 Corporate-Governance-Bericht
- S. 70 Zusammengefasster Lagebericht mit dem erläuternden
Bericht des Vorstands zu den übernahmerelevanten
Angaben nach § 315 Abs. 4 HGB
- S. 173 Konzernabschluss
- S. 181 Anhang
- S. 317 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- S. 318 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

4 DER SERVICE

Schnellzugriff per QR-Code:



DER GESCHÄFTSBERICHT IM INTERNET:

BERICHTE.METROGROUP.DE/2013-14/GB

METRO GROUP IN ZAHLEN¹

Mio. €	Rumpf- geschäftsjahr		2013/14	Veränderung in %	
	9M 2013	2012/13 ^{2,3}			
Finanzkennzahlen					
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	%	-1,2	-1,3	0,1	-
Umsatzentwicklung portfolio- und währungsbereinigt	%	0,9	-1,4	1,3	-
Umsatz (netto)		46.321	65.679	63.035	-4,0
davon METRO Cash & Carry		22.559	31.165	30.513	-2,1
davon Media-Saturn		14.405	21.053	20.981	-0,3
davon Real		7.261	10.366	8.432	-18,7
davon Galeria Kaufhof		2.086	3.082	3.099	0,5
EBITDA		1.657	3.133	2.545	-18,8
EBITDA vor Sonderfaktoren ⁴		1.603	3.230	2.836	-12,2
EBIT		703	1.688	1.273	-24,6
EBIT vor Sonderfaktoren ⁴		728	2.000	1.727	-13,7
davon METRO Cash & Carry ⁴		725 ⁵	1.379 ⁵	1.125	-18,4
davon Media-Saturn ⁴		-33	299	335	12,0
davon Real ⁴		29 ⁵	145 ⁵	81	-44,1
davon Galeria Kaufhof ⁴		40 ⁵	229 ⁵	193	-15,8
Ergebnis vor Steuern		189	1.048	709	-32,3
Ergebnis vor Steuern und vor Sonderfaktoren ⁵		282	1.429	1.233	-13,7
Periodenergebnis		-71	58	182	-
Periodenergebnis vor Sonderfaktoren ⁴		16	580	673	16,0
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert)	€	-0,22	-0,11	0,39	-
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren ^{4,6}	€	0,03	1,47	1,84	24,7
Dividende je Stammaktie	€	0,00	-	0,90⁷	-
Dividende je Vorzugsaktie	€	0,00	-	1,13^{7,8}	-
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit		-1.768	2.667	2.008	-24,7
Investitionen		691	1.175	1.209	2,9
Eigenkapitalquote	%	18,1	18,1	17,9	-
Nettoverschuldung		5.391	5.391	4.655	-13,7
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		269.493	272.867	255.033	-6,5
Standorte		2.221	2.221	2.200	-0,9
Verkaufsfläche (1.000 m ²)		12.773	12.773	12.236	-4,2

¹Rundungsdifferenzen möglich

²Der Zwölf-Monats-Zeitraum 2012/13 besteht aus der Summe der ehemaligen Quartale Q4 2012, Q1 2013, Q2 2013 und Q3 2013 und wurde zur Vergleichbarkeit berechnet

³Ungeprüft

⁴Die Sonderfaktoren werden für 2012/13 und 2013/14 auf den Seiten 92 und 93 dargestellt

⁵Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses), die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

⁶Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

⁷Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

⁸Der Dividendenvorschlag berücksichtigt die für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht gezahlte und nach Maßgabe der Satzung der METRO AG nachzuzahlende Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2013/14 war für die METRO GROUP insbesondere aufgrund der geopolitischen Ereignisse herausfordernd. Dennoch blicken wir im vorliegenden Bericht auf ein insgesamt erfreuliches Jahr zurück – und das nicht nur wegen des 50. Geburtstags von METRO Cash & Carry. Wir haben unseren Transformationsprozess erfolgreich fortgesetzt und unsere neue Unternehmenskultur weiter mit Leben gefüllt. In diesem Prozess haben sich unsere rund 250.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vielen Herausforderungen stellen müssen. Für ihren Einsatz und ihr großes Engagement danke ich auch im Namen des gesamten Vorstands herzlich.

Nach dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 umfasst dieser Bericht nun wieder einen Zeitraum von zwölf Monaten – erstmals von Oktober bis September. Damit beginnt unser Geschäftsjahr immer mit dem wichtigen Weihnachtsquartal. Schon jetzt können wir sagen, dass sich die Umstellung gelohnt hat: Das Weihnachtsgeschäft wurde von den Arbeiten zum Jahresabschluss entlastet und wir haben nach dem ersten Quartal mehr Planungssicherheit als zuvor.

Im Mittelpunkt unseres Handelns steht immer das Ziel, Mehrwert für den Kunden zu schaffen. Aus diesem Grund arbeiten wir permanent daran, unsere Sortimente und Dienstleistungen in allen Vertriebsformaten zu verbessern und noch attraktiver zu gestalten – mit Erfolg. Im Geschäftsjahr 2013/14 haben wir den Anteil der Eigenmarken am Gesamtumsatz auf 11,5 Prozent gesteigert, den Belieferungsumsatz um 9,5 Prozent auf 2,8 Mrd. € erhöht und den Online-Umsatz um rund 30 Prozent auf 1,5 Mrd. € verbessert. Letzteres zeigt, wie wichtig und erfolgreich der Ausbau unserer Mehrkanalpräsenz ist.

Eine große Herausforderung waren im Berichtsjahr hingegen die unerwarteten politischen Entwicklungen in der Ukraine und Russland. Aufgrund der unsicheren Lage und kämpferischen Auseinandersetzungen im Osten der Ukraine entwickelte sich das Geschäft dort deutlich negativ. Hier hat jedoch die Sicherheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stets oberste Priorität. Unsere Geschäftstätigkeit in Russland hat sich trotz der im Sommer verhängten Importverbote stabil entwickelt. Die von uns angestrebte Kapitalmarkttransaktion haben wir allerdings aufgrund der politischen Entwicklung ausgesetzt.



Fortschritte haben wir bei der Fokussierung des Portfolios der METRO GROUP gemacht. Wir haben den Verkaufsprozess von Real Osteuropa erfolgreich beendet. Dies hat unsere bilanzielle Nettoverschuldung deutlich reduziert. Zudem haben wir unser Real-Geschäft in der Türkei veräußert und unsere beiden Standorte von MAKRO Cash & Carry in Ägypten aufgrund fehlender Perspektiven geschlossen. Im August haben wir den Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam vereinbart. Ausschlaggebend hierfür waren unter anderem ein sehr attraktives Angebot sowie die gute Zukunftsperspektive unter dem neuen Eigentümer. Die Genehmigung der zuständigen Behörden steht noch aus. Im Geschäftsjahr 2014/15 erwarten wir bei erfolgreichem Abschluss der Transaktion einen positiven EBIT-Sondereffekt in Höhe eines mittleren dreistelligen Millionen-Euro-Betrags. Zudem haben wir die attraktiven Preise auf dem Immobilienmarkt genutzt, um uns in einer Sale-and-Leaseback-Transaktion von einem Teil unserer Unternehmenszentrale in Düsseldorf zu trennen.

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2014/15 haben wir eine weitere Portfoliomaßnahme vereinbart: den Teilverkauf von METRO Cash & Carry Dänemark und die Schließung der übrigen drei Märkte dort.

Den geplanten Teilbörsengang unseres erfolgreichen METRO Cash & Carry Geschäfts in Russland konnten wir aufgrund der bereits erwähnten politischen Situation zwischen Russland und der Ukraine hingegen noch nicht durchführen. Mit dem Erlös aus dieser Transaktion könnten wir in Wachstumsländern wie Russland, der Türkei, China und Indien stärker expandieren und unsere Nettoverschuldung weiter reduzieren. Wann wir unsere Aktivitäten bezüglich des Teilbörsengangs wieder aufnehmen können, lässt sich heute nicht verlässlich abschätzen. Wir sind aber bestens vorbereitet.

Wie sehen nun die Zahlen im Geschäftsjahr 2013/14 aus? Insgesamt konnten wir im Berichtszeitraum eine positive Entwicklung verzeichnen und haben unsere wichtigsten Finanzziele erreicht. Trotz negativer Wechselkurseffekte in Höhe von 2,3 Prozent haben wir einen Umsatz von 63,0 Mrd. € erzielt und sind dabei flächenbereinigt leicht um 0,1 Prozent gewachsen. Vor Sonderfaktoren haben wir ein EBIT von 1.727 Mio. € erreicht, obwohl dies deutlich durch negative Wechselkurseffekte in Höhe von 82 Mio. € belastet war. Die Nettoverschuldung konnten wir weiter deutlich um 0,7 Mrd. € auf 4,7 Mrd. € reduzieren. Seit 2012 haben wir damit die Nettoverschuldung um insgesamt 3,1 Mrd. € senken können.

METRO Cash & Carry ist die Keimzelle der METRO GROUP und unser wichtigstes Standbein. 2014 haben wir in allen 28 Ländern den 50. Geburtstag unserer Vertriebslinie gefeiert – mit zahlreichen Aktionen und Veranstaltungen für Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten. Darüber hinaus sehen wir jetzt erste Ergebnisse der Maßnahmen, die wir in den vergangenen Jahren eingeleitet haben: Am Ende des Geschäftsjahres 2013/14 verzeichneten wir im fünften Quartal in Folge ein flächenbereinigtes Umsatzwachstum. Basis für diese positive Entwicklung sind die Fokussierung auf unsere Hauptkundengruppen und das auf ihre Wünsche abgestimmte Sortiment. Das zeigt uns, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind, unserem Anspruch gerecht zu werden, der beste Partner für unabhängige Unternehmer zu sein. Unsere klare Fokussierung auf unsere Kunden und die enge Beziehung zu ihnen ist in unserer neuen Markenpositionierung manifestiert. Sie wird in der globalen Kommunikationskampagne YOU & METRO erlebbar gemacht, die wir im Geschäftsjahr 2013/14 gestartet haben.

Ein zentrales strategisches Thema bei METRO Cash & Carry ist unser Lieferservice. Hier arbeiten wir an der weiteren Verbesserung unseres Angebots und unserer Infrastruktur. Unser Ziel ist es, uns sukzessive von der Belieferung aus dem Großmarkt zu lösen und ein professionelles Food-Distribution-Konzept umzusetzen. Beispielsweise mit Zustelldepots, in denen Produkte lagern, die speziell auf die Horeca-Kunden vor Ort zugeschnitten sind. Den Anfang haben wir im Berichtszeitraum mit ersten Depots in China und Deutschland bereits gemacht. Auch das Warensortiment in den METRO Cash & Carry Großmärkten entwickeln wir kontinuierlich weiter.

Bei **Media-Saturn** haben wir mit dem Online-Handel einen großen Sprung nach vorn gemacht. Im ersten Quartal 2014/15 bieten wir mittlerweile bei Media Markt mehr als 80.000 und bei Saturn rund 64.000 Produkte im Internet an und sind damit gut für das Weihnachtsgeschäft 2014 gerüstet. Allerdings ist der Wettbewerbsdruck in diesem Segment weiterhin hoch. Umso wichtiger ist es für uns, die Vernetzung aller Vertriebskanäle weiter auszubauen. Denn das erweist sich als großer Wettbewerbsvorteil: Mehr als 40 Prozent unserer Kunden holen bereits heute die über das Internet bestellten Waren in Elektrofachmärkten von Media Markt oder Saturn in ihrer Nähe ab. Dies nehmen auch unsere Lieferanten wahr, für die eine enge Zusammenarbeit mit dem Marktführer in Kontinentaleuropa attraktiv ist. Ferner haben wir weiter daran gearbeitet, die Attraktivität unserer Stores weiter zu erhöhen, sei es durch attraktive Innovationen, neueste Technologien oder ein erweitertes Dienstleistungsangebot. Die Kunden nehmen dies immer stärker wahr, was sich in der deutlich positiven Trendentwicklung beim flächenbereinigten Umsatz bemerkbar macht.

Bei **Real** konzentrieren wir uns nach der Veräußerung unserer Aktivitäten in Osteuropa und der Türkei nun ganz auf den deutschen Markt. Aufgrund des starken Wettbewerbs sind vor allem die richtigen Konzepte ausschlaggebend, um erfolgreich zu sein. Hier haben wir im Berichtsjahr weitere Fortschritte gemacht: Mittlerweile haben wir zum einen 50 Standorte nach dem Vorbild unseres neuen Real-Markts in Essen umgebaut, der das SB-Warenhaus der Zukunft mit einem neuen Einkaufserlebnis repräsentiert. Aufgrund der überaus guten Entwicklung der modernisierten SB-Warenhäuser planen wir, auch im kommenden Jahr mindestens weitere 60 Standorte umzubauen. Zum anderen setzen wir sukzessive neue Konzepte in verschiedenen Abteilungen um, die sich positiv auf die Kundenzahlen, den Durchschnittsbon und damit den Umsatz auswirken. Darüber hinaus konnten wir mit der Einführung der neuen Eigenmarke „Marke ohne Namen“ viel Aufmerksamkeit auf uns ziehen. Inzwischen gibt es mehr als 100 Produkte, die unterhalb des Preisniveaus der Discounter liegen. Mit diesen und weiteren Maßnahmen wird Real die strategische Neuausrichtung auch künftig vorantreiben, um die Profitabilität weiter zu steigern.

Eine Erfolgsgeschichte ist unsere Vertriebslinie **Galeria Kaufhof**, die 2014 ihr 135-jähriges Bestehen feierte. Gegen den Trend wachsen wir in diesem Segment kontinuierlich. Dies verdanken wir der konsequenten Ausrichtung auf unsere Kunden, die in unseren Warenhäusern ein attraktives Sortiment vorfinden – und ein unvergleichliches Einkaufserlebnis. Um dem enormen Wettbewerbsdruck zu begegnen und weiterhin erfolgreich am Markt zu agieren, sind wir gefordert, das Warenhaus immer wieder neu zu erfinden und an aktuelle Entwicklungen anzupassen. Deshalb schärft unsere Vertriebslinie ihr Profil als Mehrkanalhändler und setzt auf eine enge Verzahnung von stationärem Geschäft und Online-Handel. Außerdem stehen den Mitarbeitern in unseren deutschen Warenhäusern nun Tablet-Computer zur Verfügung. Auf diese Weise können sie ihren Kunden die Möglichkeit eröffnen, direkt vor Ort Waren aus dem Online-Sortiment zu bestellen und nach Hause schicken zu lassen.

Die insgesamt erfreuliche Entwicklung der METRO GROUP hat sich in diesem Geschäftsjahr leider nicht im Aktienkurs widerspiegelt. Nachdem sich die METRO-Aktie im Geschäftsjahr 2013 sehr positiv entwickelt hat, setzte sich dieser Trend zunächst auch im Geschäftsjahr 2013/14 fort. Insbesondere der geplante Teilbörsengang von METRO Cash & Carry Russland wurde vom Kapitalmarkt überaus positiv aufgenommen. Als sich die politische Situation verschärfte, führte dies

auch zu Belastungen unseres Aktienkurses – genau so wie bei anderen Unternehmen, die ein starkes Russlandgeschäft haben. Der Kurs der Stammaktie ging vom 1. Oktober 2013 bis zum 30. September 2014 um 11 Prozent auf 26,08 € zurück.

Nachdem die METRO AG für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 aufgrund des fehlenden Weihnachtsgeschäfts keine Dividende ausgeschüttet hat, schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen, sehr geehrte Aktionäre, eine Dividende in Höhe von 0,90 € je Stammaktie vor. Dieser Vorschlag entspricht unserer Dividendenpolitik, die eine Ausschüttung in Höhe von 40 bis 50 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren vorsieht. Tatsächlich errechnet sich mit dem Vorschlag eine Ausschüttungsquote von 48,9 Prozent. Hierüber können Sie am 20. Februar 2015 auf der Hauptversammlung in Düsseldorf abstimmen, zu der ich Sie herzlich einlade.

Wie geht es nun im neuen Geschäftsjahr weiter? Wir werden auch 2014/15 unseren Transformationsprozess fortsetzen, um an unsere bereits erzielten Erfolge anzuknüpfen. Der Start in das Geschäftsjahr 2014/15 war vom 50. Geburtstag von METRO Cash & Carry am 27. Oktober geprägt. Das Jubiläum war für uns ein Anlass, um gemeinsam mit unseren Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern zu feiern. Mit unseren Veranstaltungen und Aktionen in diesem Jahr haben wir darüber hinaus neue Impulse für die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden gesetzt – ganz im Sinne unserer Markenbotschaft YOU & METRO. Wir gehen davon aus, dass diese Impulse und die Begeisterung, die in vielen Momenten bei unseren Mitarbeitern und Kunden zu spüren waren, im kommenden Geschäftsjahr lebendig bleiben und uns zu Bestleistungen antreiben.

Aber auch in den anderen Vertriebslinien erwarten wir weitere Fortschritte. Bei Media-Saturn haben wir bewiesen, dass die Mehrkanalstrategie der Weg in die Zukunft ist. Dadurch wollen wir unseren Marktanteil deutlich ausbauen. Bei Real konzentrieren wir uns jetzt nach Abgabe des Geschäfts in Osteuropa mit aller Kraft auf Deutschland. Und bei Galeria Kaufhof steht die konsequente Verzahnung von Filial- und Online-Geschäft im Vordergrund.

Konkret: Wir erwarten für das Geschäftsjahr 2014/15, trotz eines nach wie vor herausfordernden wirtschaftlichen und politischen Umfelds in vielen unserer Länder, ein leichtes flächenbereinigtes Umsatzwachstum und beim EBIT vor Sonderfaktoren und Wechselkurseffekten ebenfalls einen leichten Anstieg. Darüber hinaus wollen wir unsere Nettoverschuldung weiter zurückführen – nicht zuletzt durch den Verkauf unserer METRO Cash & Carry Aktivitäten in Vietnam. So können wir die Bilanz nachhaltig stärken und unser Rating verbessern. Alles in allem ist die METRO GROUP für die Zukunft sehr gut aufgestellt. Meine Vorstandskollegen und ich freuen uns darauf, zusammen mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weiter an der Wertsteigerung Ihres Unternehmens zu arbeiten.

Es grüßt Sie herzlich

Ihr



Olaf Koch

Vorstandsvorsitzender der METRO AG

Düsseldorf, 16. Dezember 2014



WIR

S A G E N

× × ×

DANK E!

2014 war für die METRO GROUP ein besonderes Jahr – mit zwei großen Jubiläen: 50 Jahre METRO Cash & Carry und 135 Jahre Galeria Kaufhof. In den vergangenen Monaten haben wir die Geburtstage unserer Vertriebslinien nicht nur gebührend im In- und Ausland gefeiert. Wir haben sie auch genutzt, um unsere Kunden noch mehr für uns zu begeistern. Dass uns dies gelungen ist, ist das Verdienst vieler Menschen. Für Ihr Engagement, Ihre originellen Ideen und Ihre Kreativität möchten wir uns an dieser Stelle ganz herzlich bedanken!

Unsere Aktivitäten rund um die Jubiläen sind nur einige von vielen Beispielen, an denen deutlich wird: Unsere Strategie lebt. Die vergangenen Monate haben gezeigt, wie gut es uns bereits gelingt, in jedem Land und spezifisch für einzelne Zielgruppen Mehrwert zu schaffen. Das gilt für den Kirana-Store-Besitzer in Indien ebenso wie für den Technikfan in Ingolstadt, die Familie in Wuppertal oder die modebegeisterte Kundin in Berlin. Für alle unsere Zielgruppen immer wieder neu zu denken und immer einen Schritt voraus zu sein, braucht viel Energie und Veränderungswillen. Unsere Mitarbeiter sind diejenigen, die diese Motivation tagtäglich aufs Neue unter Beweis stellen.

Die METRO GROUP ist keine anonyme Organisation. Unsere rund 250.000 Mitarbeiter geben unserem Unternehmen ein Gesicht und tragen dazu bei, dass wir vielfältig und lebendig sind. Wir sind davon überzeugt: Das ist eine wertvolle Basis für unseren Erfolg in den kommenden Jahren.

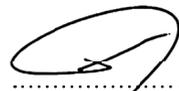
Der Vorstand der METRO AG



OLAF KOCH



MARK FRESE



PIETER HAAS



HEIKO HUTMACHER



HAPPY BIRTHDAY, METRO CASH & CARRY!

Unsere größte und umsatzstärkste Vertriebslinie feiert 2014 ihren 50. Geburtstag. Wir sind stolz auf fünf Jahrzehnte erfolgreiches Großhandelsgeschäft, bedanken uns für die vertrauensvollen Beziehungen zu unseren Kunden, Partnern und Kollegen – und freuen uns auf die gemeinsame Zukunft!



DER VORSTAND



— Olaf Koch



— Mark Frese

Olaf Koch

Vorstandsvorsitzender

Zuständigkeitsbereiche: Corporate Communications, Corporate Group Strategy/M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Business Innovation, New Ventures, METRO Cash & Carry, Real

Kurzprofil: Olaf Koch ist seit dem 1. Januar 2012 Vorstandsvorsitzender der METRO AG und bis zum 13. September 2018 bestellt. Zudem ist er CEO von METRO Cash & Carry. Im September 2009 trat der 44-Jährige als Finanzvorstand in das Unternehmen ein. Zuvor war er beim Finanzinvestor Permira tätig. Seine Karriere startete der Betriebswirt 1994 bei der Daimler-Benz AG. Zwischen 2002 und 2007 war er Mitglied der Geschäftsleitung der Mercedes Car Group.

Mark Frese

Finanzvorstand

Zuständigkeitsbereiche: Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services), Corporate Accounting, Global Business Services, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance, Galeria Kaufhof, METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP Insurance Broker, METRO LOGISTICS

Kurzprofil: Mark Frese wurde zum 1. Januar 2012 zum Finanzvorstand der METRO AG berufen. Der 50-Jährige ist bis zum 31. Dezember 2017 bestellt. Seit April 2012 ist er zudem CFO von METRO Cash & Carry. Mark Frese ist bereits seit 1994 für die METRO GROUP tätig. Nach leitenden Positionen, die er bei der Konzerntochter Galeria Kaufhof innehatte, wurde er 2009 Bereichsleiter Planning & Controlling bei der METRO AG. Im September 2010 übernahm er dann die Position des CFO von METRO Cash & Carry Europe/MENA.



———— Pieter Haas



Pieter Haas

Mitglied des Vorstands

Zuständigkeitsbereich: Media-Saturn

Kurzprofil: Pieter Haas ist seit dem 1. April 2013 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 31. März 2016 bestellt. Seit 6. Mai 2014 ist er stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH. Schon zuvor war er für die Vertriebslinie tätig. Er übernahm dort 2001 die Position als Geschäftsführer der niederländischen Landesgesellschaft. Im Jahr 2008 wurde er als COO Mitglied der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH. Vor seiner Zeit bei Media-Saturn arbeitete der 51-jährige Betriebswirt zehn Jahre lang in Führungspositionen mehrerer Unternehmen.

Heiko Hutmacher

Mitglied des Vorstands und Arbeitsdirektor

Zuständigkeitsbereiche: Human Resources (Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards, Executive Resources, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations, HR Processes, Analytics & Projects, Corporate Talent Management, Leadership & Change), Corporate IT Management, Group Internal Audit, Sustainability & Regulatory Affairs, METRO SYSTEMS, MGT METRO GROUP Travel Services

Kurzprofil: Heiko Hutmacher ist seit Oktober 2011 Mitglied des Vorstands der METRO AG und dort zuständig für das Personalressort. Seit April 2012 verantwortet der 57-Jährige zusätzlich das Personalressort von METRO Cash & Carry. Der Diplom-Kaufmann verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung im Personalmanagement, zum Beispiel für IBM und Akzo Nobel. Heiko Hutmacher ist bis zum 30. September 2017 bestellt.



———— Heiko Hutmacher



RÜCKBLICK

AUSGEWÄHLTE EREIGNISSE AUS DEM GESCHÄFTSJAHR 2013/14

Q1 2013/14

REAL PRÄSENTIERT NEUES LADENKONZEPT



23.10.2013 — Nach 17-monatiger Bauzeit eröffnet Real ein neues SB-Warenhaus im Essener Stadtteil Altendorf. Der Standort ist Vorbild für die künftige Weiterentwicklung des Real-Konzepts in Deutschland. Auf einer Verkaufsfläche von rund 9.500 Quadratmetern bietet Real rund 80.000 Artikel an. Bei der Gestaltung des Sortiments stehen Frische, Vielfalt und Regionalität im Vordergrund.

BEQUEM UND SCHNELL BEZAHLEN BEI GALERIA KAUFHOF



18.11.2013 — Galeria Kaufhof führt in allen deutschen Filialen neue Kartenzahlungsterminals für das kontaktlose Bezahlen ein. Das Unternehmen nutzt dabei die innovative NFC-Technologie (Near Field Communication). Kunden können an den Kassen der Warenhäuser nun mit PayPass-fähigen Karten von MasterCard, payWave-fähigen Karten von Visa und künftig mit NFC-fähigen Mobiltelefonen zahlen. Der Bezahlvorgang dauert damit nur wenige Sekunden.

METRO GROUP MIT SPITZENWERTEN IM CDP-KLIMARANKING



19.11.2013 — Die METRO GROUP gehört mit ihrer Klimaberichterstattung zu den zehn besten Unternehmen im deutschsprachigen Raum. Das ist das Ergebnis des Klimarankings 2013 der Non-Profit-Organisation CDP. Sie bewertet, ob Unternehmen Chancen und Risiken des Klimawandels effektiv begegnen und wie transparent sie darüber berichten.

METRO CASH & CARRY MIT NEUER MARKENPOSITIONIERUNG



12.12.2013 — Im Rahmen der Bilanzpresse- und der Analystenkonferenz der METRO GROUP stellt die Vertriebslinie METRO Cash & Carry ihre neue Markenpositionierung vor. Ziel des Großhändlers ist es, der beste Partner für unabhängige Unternehmen zu sein. Der neue Claim YOU & METRO unterstreicht diesen Anspruch und steht 2014 im Mittelpunkt einer internationalen Imagekampagne.

BEITRITT ZUR EUROPÄISCHEN SUPPLY CHAIN INITIATIVE



20.12.2013 — Die METRO GROUP tritt der europäischen Supply Chain Initiative bei und baut ihr Engagement für verläss-

liche und transparente Handelsaktivitäten aus. Damit verpflichtet sich das Unternehmen, Grundsätze für faire Geschäftsbeziehungen in der Lieferkette einzuhalten und umzusetzen.

Q2 2013/14

50 JAHRE METRO CASH & CARRY



01.01.2014 — 2014 wird die Vertriebslinie METRO Cash & Carry 50 Jahre alt. Die METRO Cash & Carry Länder feiern das Jubiläum während des gesamten Jahres mit zahlreichen Aktionen, Angeboten und Veranstaltungen für Kunden, Mitarbeiter und Lieferanten.

ENGAGEMENT FÜR FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN



03.02.2014 — Mit einer gemeinsamen Erklärung bestätigen die METRO GROUP und der Gewerkschaftsdachverband UNI Global Union erneut ihr Engagement für faire Arbeitsbedingungen. Die Erklärung knüpft an bestehende Verpflichtungen an, die Arbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) einzuhalten. Dazu zählen unter anderem das Recht auf Tarifvertragsverhandlungen sowie das Recht auf gewerkschaftliche Organisation von Mitarbeitern.

VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT I



12.02.2014 — Dr. Fredy Raas wird auf der Hauptversammlung der METRO AG in den Aufsichtsrat des Unternehmens gewählt. Er trat – befristet bis zum Ablauf der Hauptversammlung – bereits Ende Juli 2013 in den Aufsichtsrat ein. Raas ist Mitglied der Geschäftsführungen der Otto-Beisheim-Gruppe und Mitglied der Stiftungsvorstände der beiden Prof.-Otto-Beisheim-Stiftungen in Baar, Schweiz, und in München.

GALERIA KAUFHOF IST TOP ARBEITGEBER



07.03.2014 — Das Top Employers Institute aus Düsseldorf zeichnet Galeria Kaufhof mit dem Siegel „Top Arbeitgeber 2014“ aus. Evaluiert wurden unter anderem die Aspekte Unternehmenskultur, Work-Life-Balance, Training und Entwicklung sowie Karrieremöglichkeiten. Galeria Kaufhof ist eins von 125 Unternehmen in Deutschland, die das Gütezeichen erhalten haben.

Q3 2013/14

135 JAHRE GALERIA KAUFHOF



01.04.2014 — Die Vertriebslinie feiert ihr 135-jähriges Bestehen. Anlässlich des Jubiläums bietet Galeria Kaufhof den Kunden in den Filialen und im Online-Shop Galeria.de zahlreiche Aktionen und Jubiläumsangebote.

MULTICHANNEL ALS EIGENES RESSORT



11.04.2014 — Galeria Kaufhof schafft ein eigenes Geschäftsführungsressort für das Wachstumsfeld Multichannel-Handel. Damit stärkt die Vertriebslinie ihre Strukturen, um die Verzahnung von Online- und Filialgeschäft weiter zu forcieren.

TEILNEHMERREKORD BEIM METRO GROUP MARATHON



27.04.2014 — Mit rund 16.000 Hobby- und Profisportler*innen aus mehr als 70 Nationen starten beim METRO GROUP Marathon mehr Teilnehmer als je zuvor. Bereits zum zwölften Mal findet die Sportveranstaltung in Düsseldorf statt.

STRATEGISCHE NEUAUSRICHTUNG BEI MEDIA-SATURN



30.04.2014 — Die Vertriebslinie Media-Saturn richtet ihre Strukturen neu aus und treibt den Wandel zu Europas führendem Multichannel-Händler voran. Im Fokus steht die Weiterentwicklung der Angebote und aller Vertriebskanäle. Dafür bündelt Media-Saturn alle kundennahen Multichannel-Aktivitäten in der Media-Saturn E-Business GmbH und führt die operativen Kompetenzen für das stationäre und das Online-Geschäft zusammen.

BESCHLEUNIGTE EXPANSION IN INDIEN



05.05.2014 — Die METRO GROUP forciert ihren Wachstumskurs in Indien: Bis 2020 soll METRO Cash & Carry mit 50 Großmärkten auf dem Subkontinent vertreten sein. Indien wird damit eines der wichtigsten Expansionsländer des Unternehmens.

VERÄNDERUNGEN IN DER GESCHÄFTSFÜHRUNG VON MEDIA-SATURN



06.05.2014 — Die METRO GROUP entsendet Vorstandsmitglied Pieter Haas in die Geschäftsführung der Vertriebslinie Media-Saturn und benennt ihn als stellvertretenden Vorsitzenden der Geschäftsführung. Er folgt in dieser Funktion auf Horst Norberg. Haas behält zugleich seinen Vorstandsposten bei der METRO AG bei, seine Aufgaben für Business Innovation und IT gibt er innerhalb des Führungsgremiums ab.

TAGGLEICHE LIEFERUNG



12.05.2014 — Media Markt und Saturn testen gemeinsam mit dem Marktführer für Same-Day Delivery, tiramizoo, die Lieferung von Online-Bestellungen innerhalb von drei Stunden. Das Pilotprojekt startet zunächst in sieben deutschen Großstädten. Nach einer erfolgreichen Testphase soll der Service in weiteren deutschen Ballungszentren angeboten werden.

TRANSPARENZ IN DER LIEFERKETTE FÜR FISCH



18.06.2014 — Um die Herkunft von Fisch und Fleischprodukten nachvollziehen zu können, setzt die METRO GROUP ein einzigartiges Rückverfolgungssystem ein. Per Smartphone-App können Kunden von METRO Cash & Carry nachverfolgen, in welchen Gewässern und auf welche Art der Fisch gefangen wurde. Künftig sollen auch bei Fleischprodukten detaillierte Daten zu Herkunft, Verarbeitung, Qualität und Nachhaltigkeit abrufbar sein.

VERKAUF VON REAL TÜRKEI



27.06.2014 — Die METRO GROUP unterzeichnet mit dem Handelsunternehmer Hacı Duran Beğendik eine Vereinbarung über den Verkauf aller zwölf SB-Warenhäuser sowie der Unternehmenszentrale von Real Türkei. Die Vertriebslinie Real fokussiert sich künftig auf die erfolgreiche Weiterentwicklung des Deutschlandgeschäfts.

TEILVERKAUF VON BÜROIMMOBILIEN DER UNTERNEHMENSZENTRALE



30.06.2014 — Die METRO GROUP trennt sich im Rahmen einer Sale-and-Leaseback-Transaktion von einzelnen Büroimmobilien ihrer Unternehmenszentrale am Standort Düsseldorf. Mit der Maßnahme kann die METRO GROUP an der positiven Entwicklung auf dem Immobilienmarkt partizipieren.

Q4 2013/14

VERÄNDERUNGEN IM AUFSICHTSRAT II



21.07.2014 — Baroness Lucy Neville-Rolfe, seit Mai 2013 Mitglied des Aufsichtsrats der METRO AG, wechselt als parlamentarische Staatssekretärin in das britische Wirtschaftsministerium und legt ihr Amt deshalb zum 18. August 2014 nieder.

VERKAUF DES GROSSHANDELS-GESCHÄFTS IN VIETNAM VEREINBART



07.08.2014 — Die thailändische Berli Jucker Public Company Limited (BJC)

übernimmt das Großhandelsgeschäft von METRO Cash & Carry Vietnam für 655 Mio. €. Die Transaktion, die noch unter Vorbehalt der behördlichen Genehmigungen steht, umfasst das gesamte operative Geschäft, 19 Großmärkte sowie das Immobilienportfolio. Der Erlös gibt der METRO GROUP die Möglichkeit, in künftiges Wachstum zu investieren und die eigene Bilanz zu stärken.

GALERIA KAUFHOF STARTET CHINESISCHE WEBSITE



11.08.2014 — Mit einem neuen Internetauftritt in chinesischer Sprache unterstreicht die Vertriebslinie ihre hohe Kundenorientierung. Auf Galeria.cn können sich Kunden aus China vor ihrem Besuch in Deutschland und während ihrer Reise über das Unternehmen, seine Marken und Filialen sowie über spezielle Services für internationale Kunden informieren.

VERKAUF DER BETEILIGUNG AN BOOKER



03.09.2014 — Die METRO GROUP veräußert ihre gesamte Beteiligung in Höhe von rund 9 Prozent an der Booker Group PLC. Die Mittel aus dem Verkauf sollen vorrangig in die weitere Expansion der METRO GROUP fließen und dazu dienen, die Verschuldung weiter zurückzuführen.

RÜCKZUG AUS DÄNEMARK



18.09.2014 — Die METRO GROUP erwägt, sich mit ihrem Großhandelsgeschäft aus Dänemark zurückzuziehen. Der dänische Markt gilt als gesättigt und bietet keine ausreichende Wachstumsperspektive mehr. Anfang Oktober gibt die METRO GROUP bekannt, dass

zwei Märkte verkauft und die übrigen drei Märkte zum Jahresende geschlossen werden.

NEUERÖFFNUNG MEDIA MARKT IN INGOLSTADT



18.09.2014 — Der innovative Media Markt am Unternehmenshauptsitz bietet den Kunden ein modernes Einkaufserlebnis im Zeichen des Multichannel-Handels. Die zahlreichen interaktiven Angebote sind zukunftsweisend für weitere Standorte der Vertriebslinie. Zudem präsentiert der neue Media Markt das weltweit erste Drive-in für Elektronikartikel.

METRO GROUP IM DJSI WORLD UND EUROPE GELISTET



22.09.2014 — Die METRO-Aktie wird ab sofort wieder im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World gelistet. Mit 71 Punkten beim diesjährigen Rating steigt die Aktie der METRO AG zugleich auch in den DJSI Europe auf. In den Indizes werden Unternehmen geführt, die innerhalb ihrer Branche die besten ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Leistungen erbringen. Außerdem wird die METRO-Aktie erstmals im FTSE4Good geführt.

VERTRAGSVERLÄNGERUNG OLAF KOCH

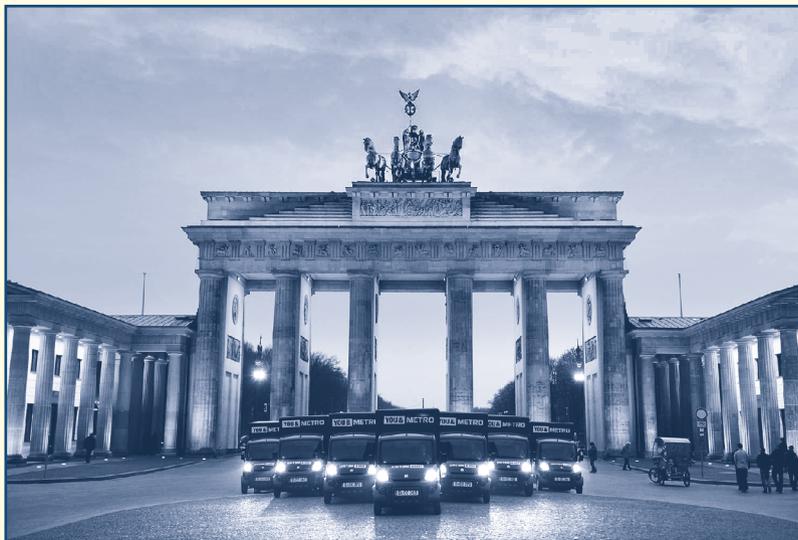


24.09.2014 — Der Aufsichtsrat der METRO AG verlängert den Vertrag des Vorstandsvorsitzenden Olaf Koch einstimmig. Sein ursprünglich bis September 2015 laufender Vertrag wird damit erneuert und gilt nun bis September 2018.

METRO CASH & CARRY

JUBILÄUMSJAHR 2014

METRO



EVERY DAY A MEGA-DEAL!

For 50 days. Find out more: www.metro-cc.com

50 YEARS JUBILEE WEEKS

STARTS SEPT. 12th
Subscribe for newsletter now!

METRO

YOU & METRO

www.metro-cc.com



50 JAHRE METRO CASH & CARRY — Mit zahlreichen Veranstaltungen und Sonderaktionen feierte METRO Cash & Carry 2014 das 50-jährige Bestehen. Zu den Höhepunkten in Deutschland zählten die Jubiläumsfeiern in Berlin und Düsseldorf, die Mini-Truck-Tour sowie die „50 Super Deals“, die den Kunden von September bis Oktober täglich ein Produkt zum Jubiläumspreis präsentierten. Kreative Jubiläumsideen gab es auch in den anderen 27 METRO Cash & Carry Ländern: So veranstalteten Mitarbeiter von MAKRO Cash & Carry Polen ein Konzert mit Instrumenten

aus Verpackungen. METRO Cash & Carry Pakistan und China feierten so, wie sie sich fühlen: „Young and Wild“. Mit der erstmals verliehenen Auszeichnung „METRO Community Stars“ würdigte METRO Cash & Carry herausragendes soziales Kundenengagement: Rund 1.400 Unternehmer aus 17 Ländern sendeten ihre Beiträge ein. Die Gewinnergeschichten finden sich ebenso auf der Geburtstags-Website www.50jahremetro.de wie auch ausführliche Berichte, Bilder und Videos über zahlreiche andere Jubiläumsaktionen für Kunden, Mitarbeiter und Partner.

MEDIA MARKT

SEPTEMBER 2014



MODERNSTER ELEKTROFACHMARKT EUROPAS



EUROPAS MODERNSTER ELEKTROFACHMARKT — Mehr Markt, mehr Service, mehr Möglichkeiten: Der neue Media Markt Ingolstadt öffnete im September 2014 seine Türen – und bietet seither eine völlig neue Einkaufserlebniswelt: Auf 3.400 Quadratmetern Verkaufsfläche erwartet die Kunden ein noch größeres und vielfältigeres Sortiment aktuellster Elektronikprodukte. Zu den Highlights gehört außerdem eine riesige interaktive Videowandkombination, auf der die Kunden durch das gesamte Angebot

surfen können. Darüber hinaus gibt es kostenlose Ladestationen für Smartphones sowie E-Tankstellen für Elektroautos und E-Bikes. Eine weitere Besonderheit ist der erste Drive-in-Schalter seiner Art. Hier können die Kunden mit dem Auto vorfahren und ihre online oder per Telefon aufgegebenen Bestellungen abholen. Zählte der Ingolstädter Media Markt einst zu den ältesten in Deutschland, heißt es heute: Willkommen im modernsten Elektrofachmarkt Europas!

SATURN

APRIL 2014



**TECH-NICK
AUF
TWITTER**



NEUER MARKENBOTSCHAFTER AUF ALLEN KANÄLEN — Sympathisch und etwas „nerdig“: Die Werbefigur „Tech-Nick“ ist seit April 2014 mit ihrem eigenen Twitter-Kanal im sozialen Netz präsent. Regelmäßig meldet sich der Fachberater – verkörpert von Schauspieler Antoine Monot Jr. – mit originellen und informativen Tweets zu Wort. Dabei gewährt er nicht nur Einblicke in sein Privatleben, sondern fachsimpelt gemeinsam mit technikbegeisterten Usern über die neuesten Produkte, kommentiert das Tagesgeschehen

und gibt Tipps zu Events und Aktionen. Der neue Twitter-Auftritt ist Teil der umfassenden Social-Media-Strategie des Elektrofachhändlers, die auch Kanäle wie Facebook und YouTube einbezieht. Eingeführt wurde „Tech-Nick“ bereits im Oktober 2013 mit einer TV-Kampagne zur Weihnachtssaison. Als Testimonial verkörpert er seitdem die Technikbegeisterung von Saturn auf humorvolle und authentische Weise.

REDCOON

JUNI 2014



**GOOGLE
 ZERTIFIZIERTER
 HÄNDLER**



The screenshot shows the Redcoon.de website interface. At the top, there are navigation links for 'Willkommen', 'Mehrfachshop', 'Info-Center', 'Geschäftskunden', 'Newsletter', 'Länder', 'KONTAKT & LIVE-CHAT', 'WARENKORB', and 'MEIN ZITTEL'. A search bar is prominently displayed. The main content area features several promotional banners: 'Das Taschentabliet Galaxy Note II' for 544€, 'Angebot der Woche' for Philips Wake Up Light, 'Morgens schneller aus dem Bett' for Philips Wake Up Light, 'Der Office-Allrounder' for a solid performance printer, and 'DSLR von Nikon' for a test winner. Below these are sections for 'Angebote der neuesten Dimension' featuring LG, Samsung, and Panasonic products with their respective prices and energy ratings. At the bottom, there are more offers for 'Scharf, best, unwiderstehlich' including an Apple iPad 2, HP Pavilion, Samsung Galaxy Nexus, and Nintendo 3DS.

ERSTKLASSIGES EINKAUFSERLEBNIS ——— Seit Juni 2014 ist Redcoon mit dem Gütesiegel „Google Zertifizierter Händler“ ausgezeichnet. Das Qualitätslogo von Google erhalten nur Online-Shops, die einen hervorragenden Service und einen zuverlässigen Bestellprozess bieten. Dank des Gütesiegels profitieren die Redcoon-Kunden zudem von einem kostenlosen Käuferschutz, den Google unter bestimmten Voraussetzungen gewährt. Potenzielle Kunden sehen das Logo bereits in der Ergebnisliste ihrer Google-Suchanfrage

und können so erkennen: Hier handelt es sich um einen vertrauenswürdigen Händler, bei dem Qualität und Sicherheit gewährleistet sind. Für Redcoon ist es ein weiteres Gütesiegel, das zeigt: Die Vertriebslinie steht nicht nur für niedrige Preise, sondern auch für ein reibungsloses Einkaufserlebnis, ausgezeichneten Kundenservice und schnellen Versand.

REAL

SEPTEMBER 2014



**EIN MARKT
DER NEUEN
GENERATION**

STARKE BASIS FÜR ZUKUNFTSFÄHIGE AUSRICHTUNG

Eine Erfolgsbilanz der Neuausrichtung konnte Real Ende September 2014 ziehen: Bundesweit hatte die Vertriebslinie zu diesem Zeitpunkt 50 Standorte umgebaut – basierend auf dem Marktkonzept in Essen-Altendorf, das bereits im Oktober 2013 erfolgreich etabliert wurde. Das Ergebnis in allen Märkten: eine optimierte Sortimentsstruktur, günstigere Preise und eine bessere Einkaufsatmosphäre. Neben Frische und Vielfalt steht dabei Regionalität klar im

Vordergrund. Damit ist die Basis gelegt, um 2015 zahlreiche weitere Märkte zu modernisieren und so die Zukunft des Unternehmens zu sichern. Schon der Start in Essen-Altendorf setzte Maßstäbe: Dort ist ein Markt der neuen Generation entstanden, der auf rund 9.500 Quadratmetern ein einzigartiges Einkaufserlebnis bietet. Die Highlights reichen von der futuristischen Gebäudeform bis zum einladenden Ambiente der neu gestalteten Abteilungen – so sieht die Zukunft des Einkaufens aus.

GALERIA KAUFHOF

JULI 2014



EINE NEUE
QUALITÄT
FÜR GALERIA
KAUFHOF



MULTICHANNEL-HANDEL MIT RUND 1.100 TABLETS —
Galeria Kaufhof sorgte mit der Verknüpfung von Online- und Filialgeschäft für Aufsehen: Seit Juli 2014 ergänzt die Vertriebslinie die Beratungs- und Verkaufsgespräche mithilfe von Tablets. Über die mobilen Minicomputer haben die Mitarbeiter Zugriff auf den Online-Shop Galeria.de und können so zum Beispiel Produkte bestellen, die in der Filiale ausverkauft sind oder nicht zum üblichen Warenbestand gehören. Die ausgewählten Artikel werden wahlweise

an die Wunschadresse des Kunden oder in die Filiale vor Ort geliefert. Für diesen innovativen Service sind in den deutschen Filialen rund 1.100 Tablet-Computer im Einsatz. Die Aktion verleiht dem Multichannel-Handel von Galeria Kaufhof eine neue Qualität und treibt das Online-Geschäft weiter voran, das bereits im Oktober 2011 mit dem Relaunch von Galeria.de startete – und sich seitdem auf Erfolgskurs befindet.

DIE STRATEGIE

1

S. 25 INTERVIEW MIT DEM
VORSTANDSVORSITZENDEN

S. 30 STRATEGISCHE AUSRICHTUNG
DER METRO GROUP

S. 30 METRO GROUP

S. 31 METRO Cash & Carry

S. 36 Media-Saturn

S. 39 Real

S. 43 Galeria Kaufhof

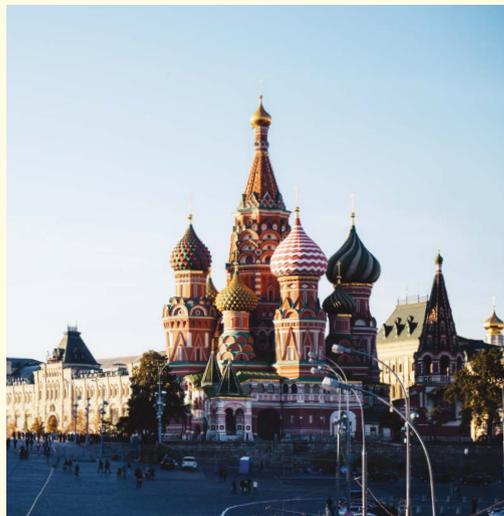


↑
 Als Assistentin im Einkauf in der Zentrale von METRO Cash & Carry Russland in Moskau dreht sich für JULIA POLOTSEVA alles um den Kunden. In ihrer Freizeit begeistern sie traditionelle russische Tänze. Musik und Bewegung lassen ihrer Seele Flügel wachsen, davon ist sie überzeugt.



Moskau, Russland

Julia Polotseva im Tanzstudio



DATEN & FAKTEN	
METRO CASH & CARRY RUSSLAND	
Markteintritt	
2001	
Zentrale	
Moskau	
Anzahl Großmärkte	Anzahl Mitarbeiter
73	17.669

FOKUSMARKT

RUSSLAND



FLÄCHE

17.098.200 km²

EINWOHNER

142,9 Mio.

WÄHRUNG

Russischer Rubel
[RUB]



ДОБРЫЙ ДЕНЬ!

[dobry den']

.....> HALLO! <

Mit mehr als 17 Millionen Quadratkilometern ist Russland der größte Flächenstaat der Welt. Das Land erstreckt sich von der Ostsee über den Ural bis hin zum Pazifischen Ozean. Die Strecke von fast 10.000 Kilometern verläuft durch elf Zeitzonen. Russland hat knapp 143 Millionen Einwohner. Die meisten von ihnen leben in den Städten und industriellen Ballungsgebieten der zentralen und südlichen Landesteile sowie Westsibiriens. Moskau und Sankt Petersburg sind die wichtigsten Wirtschafts- und Kulturzentren Russlands. Allein im Großraum Moskau leben rund zwölf Millionen Menschen.

ДО СВИДАНИЯ!

[do svidaniya]

.....> TSCHÜSS! <



Mehr über Julia Polotseva und ihr Hobby erfahren Sie in der Publikation „Die Welt von METRO Cash & Carry“ ab Seite 54 oder unter berichte.metrogroup.de/2013-14/metro-welt

”

WIR

→ **M Ü S S E N S T E T S** ←

E I N E



D I M E N S I O N

» VORAUSSDENKEN. »

“

Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG, spricht im Interview über spürbare Fortschritte im Transformationsprozess, die Normalität des Unerwünschten – und erklärt, wie man die Herzen von Kunden und Mitarbeitern erreicht.

Herr Koch, die METRO GROUP hat ihr Umsatz- und Ergebnisziel im Geschäftsjahr 2013/14 erreicht. Ist die Transformation des Unternehmens auf einem guten Weg?

Wir haben in allen Vertriebslinien spürbare Fortschritte erzielt: bei der konsequenten Ausrichtung auf unsere Kundengruppen in den Bereichen Sortiment, Dienstleistungen und Lösungskompetenz. Und diese Fortschritte zeigen sich auch in den Zahlen. Im Geschäftsjahr 2013/14 hat sich der Trend von Quartal zu Quartal verbessert. Uns ist dabei durchaus bewusst, dass sich weitere Fortschritte nicht plötzlich einstellen, sondern eine kontinuierliche Optimierungsarbeit voraussetzen. Daher wird es eine Kernaufgabe der nächsten Jahre bleiben, den Transformationsprozess nicht nur fortzuführen, sondern zu intensivieren.

Wo sehen Sie die größten Wachstumschancen für die METRO GROUP?

Jede unserer Vertriebslinien hat ihre ganz eigenen Potenziale und strategischen Schwerpunkte. Bei METRO Cash & Carry steht die konsequente Ausrichtung auf unsere gewerblichen Kernkundengruppen absolut im Fokus, zudem die Optimierung unseres Belieferungsservices sowie der Ausbau unseres erfolgreichen Franchise-Konzepts und unserer Eigenmarkenstrategie. Bei Media-Saturn konzentrieren wir uns ganz klar auf das Thema Multichannel. Große Chancen sehen wir außerdem in den Bereichen Dienstleistung und Beratung. Ebenso wichtig sind innovative Produkte und das Produkterlebnis, also der Spaß und die Begeisterung rund ums Sortiment. Bei Galeria



”
ES GIBT LEDIGLICH EINE IDEALE HALTUNG: IMMER EINEN SCHRITT WEITER GEHEN, EINE DIMENSION VORAUSDENKEN UND DADURCH MEHRWERT SCHAFFEN.
“

Kaufhof zeigt sich heute schon, dass die Ausrichtung auf die lokalen Zielgruppen erfolgreich ist. Diese Strategie spiegelt sich nicht nur in den Sortimenten der Warenhäuser wider, sondern auch in der Art und Weise, wie wir die Flächen bewirtschaften. Hieran werden wir weiter anknüpfen. Bei Real schließlich stehen wir vor der Aufgabe, das Format SB-Warenhaus weiter auszubauen und zukunftsfähig zu machen. Real hat großes Potenzial, aber auch eine große Notwendigkeit zur Veränderung.

Mit welchen weiteren Herausforderungen ist die METRO GROUP konfrontiert?

Konjunkturell und kapitalmarktseitig gab es das dritte Jahr in Folge erhebliche negative Auswirkungen auf unser Geschäft. Hinzu kamen 2014 auch unerwartete regionale Krisen. Ich denke,

dass wir uns an die Normalität des Unerwünschten gewöhnen müssen. Das ist die eine Herausforderung. Die zweite betrifft – gerade in einem solchen Umfeld – unsere eigene Einstellung. Denn in dem Moment, in dem wir meinen, dass wir unsere Aufgaben erfüllt und alles abgearbeitet haben, haben wir etwas fundamental falsch verstanden. Wir müssen uns im Klaren sein, dass es in unserem Geschäft nie den Idealzustand geben wird. Es gibt lediglich eine ideale Haltung: immer einen Schritt weiter gehen, eine Dimension vorausdenken und dadurch Mehrwert schaffen.

Das ist ein hoher Anspruch. Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeiter und sich selbst für diesen Prozess?

Ein Unternehmen wird immer an seinen Zahlen gemessen. Sie sind ein guter Indikator dafür, ob wir unsere

Ziele erreicht haben oder eben nicht. Zahlen allein können aber auf Dauer nicht motivieren. Vielmehr geht es auch darum, einen Sinn zu erkennen in dem, was man tut. Das ist der stärkste Antrieb. Nehmen Sie als Beispiel METRO Cash & Carry: Mit dem neuen Markenkern und unserer Kommunikation rund um die Markenkampagne YOU & METRO erreichen wir nicht nur die Köpfe, sondern zunehmend auch die Herzen von Mitarbeitern und Kunden. Unser Ziel, kleine und mittelgroße Unternehmer erfolgreich zu machen, ist keine Floskel, sondern wird jeden Tag ein Stück mehr Realität. Und die Länder, die diesen Kerngedanken konsequent umsetzen, profitieren bereits am meisten davon – sowohl beim Umsatz als auch beim Ergebnis. Das freut mich besonders! Außerdem arbeiten wir intensiv daran, unsere Unternehmenskultur zu verändern. Das ist ein zweiter entscheidender Aspekt mit Blick auf die Motivation. Genauso wie der Mensch bei der Neuausrichtung unseres Geschäfts im Mittelpunkt steht, steht er auch in unserem Unternehmen im Mittelpunkt. Wir wollen die Menschen, mit denen wir arbeiten, nicht klein halten, sondern groß werden lassen. Das erkennen auch immer mehr Mitarbeiter in unserem Unternehmen.

Nicht nur die Unternehmenskultur, auch die Internationalität der METRO GROUP trägt zu ihrer Attraktivität als Arbeitgeber bei. Wann werden Sie wieder neue Märkte erschließen?

Die Internationalität ist in der Tat eine der großen Leistungen der METRO GROUP. Aber wir haben eine Zeit lang zu sehr auf Expansion in neue

Länder gesetzt, das war fast schon eine Art Automatismus. Daher haben wir uns in den vergangenen drei Jahren fokussiert, um sowohl finanziell als auch personell Kräfte zu bündeln. Damit sind wir bereits sehr weit vorangekommen. Dennoch behalten wir auch heute schon neue Märkte im Blick und werden künftig wieder aktiv werden, wenn wir von unseren Chancen dort überzeugt sind.

Das könnte dann auch den Aktienkurs beflügeln, der sich zu Beginn des Jahres stabil zeigte, dann aber unter Druck geriet. Wo sehen Sie die Ursache für diese Entwicklung?

Beim Blick auf den Kursverlauf dürfen wir die politische Situation, insbesondere in Bezug auf die Ukraine und Russland, nicht übersehen. Negative Entwicklungen in einer für uns wichtigen Region haben in der Regel auch negative Auswirkungen auf den Aktienkurs. Zudem befindet sich unsere Branche seit geraumer Zeit im Umbruch. Der Kapitalmarkt beobachtet genau, wer Veränderungen konsequent und langfristig angeht, Schnellschüsse oder Hauruckaktionen werden von Investoren nicht honoriert. Entscheidender für die Bewertung ist vielmehr die Frage: Ist eine Trendveränderung erkennbar und ist sie glaubwürdig in der Projektion nach vorn? Deshalb gehen wir unseren Weg konsequent weiter, damit wir das, was uns im vergangenen Geschäftsjahr gelungen ist, kontinuierlich schaffen: den flächenbereinigten Umsatztrend zu verbessern. Daran erkennt der Kapitalmarkt letztlich, dass die Transformation unseres Unternehmens auf einem guten Weg ist.

Unter anderem nimmt die METRO GROUP dabei das Thema Innovationen wieder stärker in den Blick ...

... weil es unser Ziel ist, den tief greifenden Wandel unserer Branche aktiv mitzugestalten. Um uns intensiv und systematisch mit Innovationen zu befassen, haben wir daher im November 2013 den Bereich Business Innovation geschaffen und fünf Innovationsfelder definiert: Store, Channel, Marketing sowie Logistics, Supply Chain & Delivery und New Products & Services. In diesen Feldern testen unsere Vertriebslinien bereits zahlreiche Neuerungen. Dazu zählen unter anderem individualisierte Angebote im Marketing, Expresslieferung innerhalb von drei Stunden sowie Apps, die weiterführende Produktinformationen und digitale Einkaufslisten bieten.

Unter einer zukunftsorientierten Weiterentwicklung versteht die METRO GROUP aber auch, Mehrwert zu schaffen und zugleich negative Auswirkungen zu verringern. Wie stark ist die Nachhaltigkeit bereits im Unternehmen verankert?

Wir sind seit 2014 wieder im Dow Jones Sustainability Index World und Europe gelistet und zudem erstmals im FTSE4Good Global Index und im FTSE4Good Europe Index vertreten. Das ist ein riesiger Erfolg, der uns zeigt, dass unsere Maßnahmen greifen und unser Engagement anerkannt wird. Wir wollen aber noch mehr: dass jeder Einzelne in unserem Unternehmen die Bedeutung von Nachhaltigkeit erkennt und entsprechend handelt. Genauso, wie wir Veränderung zur Normalität werden lassen, muss auch Nachhaltigkeit für uns alle zur

Normalität werden. Das fördern wir konkret: Wir haben unter anderem die Vergütung des Vorstands und der oberen Führungskräfte weltweit an die Beurteilung unseres Unternehmens im Dow Jones Sustainability Index gekoppelt. Dadurch stärken wir die interne Auseinandersetzung mit dem Thema und auch das Engagement.

METRO Cash & Carry hat in diesem Geschäftsjahr das 50-jährige Bestehen gefeiert. Hat das Jubiläum den erhofften Schub für das Geschäft gebracht?

Unser primäres Ziel war es, unsere Attraktivität beim Kunden deutlich zu steigern. Wir wollten die Kundenfrequenz erhöhen, neue Kunden gewinnen und passive Kunden reaktivieren. In allen Punkten haben wir mit unseren Aktivitäten und Angeboten im Jubiläumsjahr einen Riesenschritt nach vorn gemacht. Außerdem – und das ist mindestens genauso wichtig – haben wir mit unseren Kunden und Mitarbeitern kräftig gefeiert und ihnen über großartige Angebote auch etwas für ihre Treue zurückgeben können. Unser Fazit zum Jubiläumsjahr fällt somit sehr positiv aus.



Der deutsche Markt bleibt dennoch herausfordernd. In den vergangenen Monaten hat sich METRO Cash & Carry hier vor allem auf die Überarbeitung der Sortimente und den Ausbau von Beratungs- und Serviceleistungen konzentriert. Wie zufrieden sind Sie mit der Entwicklung des Geschäfts?

Ich bin mit dem Fortschritt sehr zufrieden. Deutschland gehört zu den METRO-Ländern mit dem größten Potenzial, um sich wirtschaftlich gut zu entwickeln und Marktanteile zurückzugewinnen. Primäres Ziel muss es sein, die Kunden wieder besser zu erreichen, noch stärkere Zufriedenheit bei ihnen zu generieren und dadurch neue Wachstumsimpulse zu schaffen. Hier haben wir bereits viel auf den Weg gebracht – nicht nur bei der Sortimentsgestaltung und Belieferung, sondern auch in der Überarbeitung unserer Preisstrategie. In den vergangenen Jahren haben wir jedoch die Investitionen in das deutsche Geschäft zu gering gehalten. Deswegen werden wir im Sinne von „back to attack“ intensiver in den deutschen Markt investieren.

„
GENAUSO, WIE WIR
VERÄNDERUNG
ZUR NORMALITÄT WERDEN
LASSEN, MUSS AUCH
NACHHALTIGKEIT FÜR
UNS ALLE ZUR NORMALITÄT
WERDEN.
“

Apropos „back to attack“: Auch Media-Saturn arbeitet intensiv an einer Neuausrichtung, um Marktanteile zu gewinnen oder zurückzuerobieren. Vor allem im Online-Geschäft wird der Vertriebslinie ja immer wieder Nachholbedarf attestiert.

Wir haben in den vergangenen Jahren große Fortschritte auf der Online-Seite gemacht. Im ersten Quartal 2014/15 bieten wir bei Media Markt und Saturn im Internet mittlerweile ein Sortiment von mehr als 80.000 beziehungsweise rund 64.000 Artikeln an – Tendenz weiter steigend. Außerdem arbeitet Media-Saturn daran, das reine Online-Geschäft rund um Redcoon weiter auszubauen. Unser verstärktes Engagement in diesem Bereich bedeutet aber nicht, dass wir das stationäre Geschäft vernachlässigen. Uns geht es vielmehr um die komplette Verbindung aller Kanäle. Ziel ist es, überall dort zu sein, wo der Kunde ist. Was das konkret bedeutet, präsentiert Media Markt in dem neu eröffneten Elektrofachmarkt in Ingolstadt: Online-Terminals und Abteilungs-Tablets verbinden den Markt mit dem Online-Shop. Bei Saturn testen wir zudem digitale Preisschilder, die eine Anpassung der Preise per Knopfdruck ermöglichen. Mit dem weltweit ersten Drive-in für Elektronikprodukte sowie einer 24-Stunden-Abholstation stellen wir uns gezielt auf die veränderten Einkaufsgewohnheiten und Servicebedürfnisse der Kunden ein. Sie können so von der Stärke unseres stationären Geschäfts profitieren und zugleich unsere neuen Mobil- und Online-Angebote nutzen. Diese Verknüpfung ist unser Vorsprung gegenüber reinen Online-Händlern.

Bei Real hat sich ebenfalls viel getan. Der neue Markt in Essen dient als Blaupause für umfassende Modernisierungen. Allein in diesem Geschäftsjahr wurden deutschlandweit 50 SB-Warenhäuser umgestaltet.

Mit Erfolg: In den modernisierten Märkten haben sich die Kundenfrequenz und der Umsatz bereits erhöht. Wir werden unsere Investitionen entsprechend konsequent fortsetzen. Für das kommende Jahr planen wir, zahlreiche weitere Märkte nach dem Vorbild des Essener Standorts umzubauen. Darüber hinaus wird es eine wichtige Aufgabe sein, unseren Kunden die Vorteile von Real noch stärker zu verdeutlichen. Real ist beispielsweise der einzige deutsche Lebensmitteleinzelhändler, der an jedem Standort einen Metzgermeister hat. Im Bereich Fleisch ist Real heute den Wettbewerbern schon überlegen, in anderen Warengruppen wie Obst und Gemüse oder Fisch sind wir äußerst stark aufgestellt. Diese enorme Frischekompetenz und Vielfalt müssen wir noch besser erlebbar und stärker bekannt machen.

Die Vertriebslinie Galeria Kaufhof feierte 2014 ebenfalls Jubiläum. 135 Jahre Tradition allein sind aber kein Garant für künftigen Unternehmenserfolg.

Dass Galeria Kaufhof wirtschaftlich gut dasteht und sich zukunftsfähig präsentiert, ist vor allem das Verdienst unseres vorausschauenden und konsequenten Managements. Erstens haben wir immer gut gewirtschaftet – selbst in den Jahren, in denen der Umsatz rückläufig war. Zweitens hat Galeria Kaufhof kontinu-



ierlich umfangreich in das Format investiert, das heißt, die Standorte sind kerngesund. Und drittens haben wir das Geschäft permanent weiterentwickelt. Und dabei ging es nicht darum, die nächste Marke und das nächste Produkt auf die Fläche zu bringen. Viel wichtiger war die Entscheidung, die Zielgruppen grundlegend zu analysieren, was wir seit 2011 intensiv getan haben. Auf dieser Basis konnten wir dann konkrete Sortimentsveränderungen vornehmen, Flächenaufteilungen verändern und gezielt in die Warenpräsentation investieren. Das alles zahlt sich aus: Seit sieben Quartalen in Folge verzeichnen wir bei Galeria Kaufhof ein flächenbereinigtes Umsatzwachstum.

Das neue Geschäftsjahr der METRO GROUP hat bereits begonnen. Welche Erwartungen haben Sie für 2014/15?

Wir können schon einmal festhalten, dass wir eine gute Basis für den Start

ins aktuelle Geschäftsjahr 2014/15 hatten: Bereits im vierten Quartal 2013/14 haben wir in allen Vertriebslinien ein flächenbereinigtes Wachstum erzielt. Darauf können wir nun aufbauen. Wir sind also gut gerüstet und können optimistisch auf das wichtige Weihnachtsquartal blicken. Wir sind uns aber der großen Volatilität der Märkte vor dem Hintergrund der vielfältigen regionalen Krisen durchaus bewusst. Dennoch sind wir zuversichtlich, auch 2014/15 den Umsatz flächenbereinigt wieder leicht steigern zu können. Auch für das EBIT vor Sonderfaktoren erwarten wir wechselkursbereinigt einen leichten Anstieg. Dabei kommen uns die bisher gemachten Fortschritte bei der Transformation unserer Geschäftsmodelle zugute, die wir auch künftig weiter fortsetzen werden. Darüber hinaus legen wir weiterhin einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG DER METRO GROUP

METRO GROUP

Die METRO GROUP mit Hauptsitz in Düsseldorf ist eines der international führenden Handelsunternehmen. Weltweit setzen sich rund 250.000 Mitarbeiter dafür ein, die Erwartungen unserer Kunden optimal zu erfüllen. Unser operatives Geschäft konzentriert sich auf den Groß- und Einzelhandel einschließlich des Online-Handels. In diesen Bereichen nehmen unsere vier eigenständigen Vertriebslinien führende Positionen ein:

- METRO Cash & Carry ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel.
- Media-Saturn ist in Europa die Nummer eins unter den Elektrofachmärkten.
- Real ist eines der führenden SB-Warenhaus-Unternehmen in Deutschland.
- Galeria Kaufhof ist Marktführer im Warenhausgeschäft in Deutschland und Belgien.

Mit ihren Produkten und Dienstleistungen richten sich unsere Vertriebslinien an gewerbliche beziehungsweise private Kunden in 31 Ländern Europas und Asiens. Um neue Zielgruppen zu gewinnen und Kunden langfristig zu binden, erschließen die Vertriebslinien neue Absatzkanäle und verzahnen ihr stationäres Geschäft zunehmend mit dem Online-Handel. Zudem ist Media-Saturn über eigene Tochtergesellschaften im reinen Internethandel vertreten.

Kundenmehrwert im Mittelpunkt

Die Strategie der METRO GROUP zielt auf ein langfristig nachhaltiges Wachstum ab. Wir wollen dabei vor allem den flächenbereinigten Umsatz und das Ergebnis steigern. Unsere operative Leistungsstärke und Attraktivität erhöhen wir außerdem, indem wir die Kostenpositionen und den Cashflow optimieren, unsere Margen verbessern und unsere Nettoverschuldung senken. Voraussetzung für dieses langfristig

nachhaltige Wachstum ist die konsequente Ausrichtung der METRO GROUP auf den Mehrwert für unsere Kunden. Dabei lassen wir uns von fünf Schwerpunkten leiten: Transformieren, Wachsen, Optimieren, Expandieren, Innovationen treiben. Sie bilden den strategischen Rahmen für unser Geschäft und geben unserem Unternehmen über alle Vertriebslinien und Gesellschaften hinweg eine gemeinsame Richtung.

Transformieren

Ausgangspunkt aller strategischen Überlegungen sind die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden. Welche Sortimente benötigen diese vor Ort? Gibt es Dienstleistungen, die wir zusätzlich anbieten können, um Verbraucher beziehungsweise Gewerbetreibende für unsere Geschäftsmodelle zu begeistern? Welche Vertriebskanäle müssen wir noch erschließen, um den steigenden Anforderungen der Kunden gerecht zu werden? Ausgehend von diesen Fragen haben wir bereits erhebliche Fortschritte im Mehrkanalvertrieb, in der Belieferung, in Franchise-Aktivitäten und bei unseren Eigenmarken erzielt. In diesen und anderen Bereichen arbeiten wir konsequent daran, die strategische Neuausrichtung unserer Vertriebslinien voranzutreiben.

Wachsen

Unser zweiter Schwerpunkt ist das Wachstum in allen Geschäftsbereichen. In bestehenden Märkten wollen wir dies vor allem durch Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche erreichen. Absoluter Kundenfokus sowie verantwortungsbewusstes Handeln gegenüber Gesellschaft und Umwelt bilden hierfür die Grundvoraussetzungen. Darüber hinaus haben wir uns das Ziel gesetzt, die Zufriedenheit unserer Kunden signifikant zu steigern. Um noch attraktiver für Verbraucher und Gewerbetreibende zu werden, investieren wir

gezielt in neue Leistungen. Zusätzlich passen wir selektiv das Preisniveau der Vertriebslinien an, um die eigene Wettbewerbsposition weiter zu stärken. Nicht zuletzt richten wir die Anreizsysteme für unsere Mitarbeiter so aus, dass zusätzliche Impulse für Produktivitätssteigerungen gesetzt werden.

Optimieren

Die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens misst sich nicht nur an der Attraktivität der Angebote, sondern auch an der Leistungsfähigkeit der Prozesse. Das Ziel ist eine schlanke und effektive Organisationsstruktur. Für uns ist es daher unerlässlich, alle Abläufe kontinuierlich auf den Prüfstand zu stellen, unser Länderportfolio konsequent zu überprüfen sowie unsere Kostenstruktur zu verbessern. Auf diese Weise steigern wir unseren Cashflow und den Spielraum für zusätzliche Investitionen.

Expandieren

Effiziente Prozesse, ein optimierter Cashflow und Umsatzwachstum bei gleichzeitiger Ergebnisstabilität oder -verbesserung bilden die Grundvoraussetzungen für die künftige weitere Expansion außerhalb unseres Heimatmarkts Deutschland. Denn unser Anspruch ist es, in ein Geschäftsmodell zu investieren, das kundenorientiert, wettbewerbsfähig und nachhaltig ist. In vielen Ländern, in denen wir als METRO GROUP vertreten sind, gibt es hervorragende Möglichkeiten, unsere Präsenz auszubauen. Derzeit fokussieren wir unsere Expansion und ergreifen dadurch Chancen: mit neuen Standorten, die wir unter anderem in China, Russland, der Türkei und Indien eröffnen – sowie mit verbesserten Angeboten in allen Ländern.

Innovationen treiben

Mehrwert für die Kunden schafft, wer sich frühzeitig auf veränderte Bedürfnisse einstellen kann oder den Wandel sogar mitgestaltet. Dazu gilt es, technologische und gesellschaftliche Trends sowie Konsumententrends zu erkennen, eine mögliche Relevanz für das eigene Geschäft zu identifizieren und konkrete Lösungen abzuleiten – zum Beispiel neue Prozesse oder Vertriebskonzepte. Basis hierfür ist eine stärkere Verankerung von unternehmerischen Innovationen in der Organisation sowie die Definition von Innovations-

schwerpunkten, die relevant für unsere Kunden sind und Wachstumspotenziale aufweisen. Entscheidend ist zudem die strukturierte Vernetzung mit internen und externen Experten, die die Basis unseres Innovationsmanagements ist.

——— Weitere Informationen zum Innovationsmanagement der METRO GROUP finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 7 Innovationsmanagement.

Rahmen für nachhaltiges Wachstum

Unsere ökonomischen Ziele stehen in Einklang mit ökologischen und sozialen Anforderungen. Daher haben wir das Prinzip der Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmensstrategie verankert. Als konzernweit gültige Grundlage für die langfristige Weiterentwicklung der METRO GROUP dient unsere Nachhaltigkeitsvision: „METRO GROUP. Wir bieten Lebensqualität. Für unsere Kunden, für unsere Mitarbeiter, für alle Menschen, die für uns arbeiten, und für die Gesellschaft.“

——— Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsmanagement der METRO GROUP finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 8 Nachhaltigkeitsmanagement.

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel. Die größte Vertriebslinie der METRO GROUP, die zugleich ihr Namensgeber ist, feierte 2014 ihr 50-jähriges Bestehen. 1964 eröffnete Otto Beisheim den ersten METRO Cash & Carry Großmarkt in Mülheim an der Ruhr. Das seinerzeit revolutionäre Konzept: Gewerbliche Kunden konnten ihre Ware gebündelt unter einem Dach selbst zusammenstellen, bar bezahlen und abtransportieren. METRO Cash & Carry hat dieses Geschäftsmodell im Lauf der Jahrzehnte kontinuierlich um neue Angebote und Dienstleistungen erweitert, die auf die Bedürfnisse der Kunden und die lokalen Anforderungen zugeschnitten sind.

50 Jahre METRO Cash & Carry

Das Jubiläumsjahr 2014 hat METRO Cash & Carry in allen Ländern, in denen unsere Vertriebslinie präsent ist, mit zahlreichen Veranstaltungen und Sonderaktionen für Kunden, Mitarbeiter und Partner gefeiert. Zu den Höhepunkten in Deutschland zählte unter anderem die Mini-Truck-Tour durch rund 100 Städte. Im Rahmen dieser Tour besuchten Kundenmanager aus ganz Deutschland ihre Kunden vor Ort und

präsentierten Produkte aus dem neuen mediterranen Sortiment. Auch bei der Jubiläumsaktion „50 Super Deals – das große Jubiläumsfinale“, die genau 50 Tage vor dem Geburtstag von METRO Cash & Carry am 27. Oktober startete, standen die Kunden im Mittelpunkt: Sieben Wochen lang bot METRO Cash & Carry in 24 Ländern täglich ein ausgewähltes Produkt zu einem besonders attraktiven Preis an – auch, um sich bei den Kunden für die langjährige Treue zu bedanken.

Viel Kreativität bewiesen die METRO Cash & Carry Länder mit originellen Aktionen im Jubiläumsjahr: So führten Mitarbeiter in Polen beispielsweise ein Geburtstagskonzert mit Instrumenten aus Verpackungen auf; MAKRO Cash & Carry Tschechien erstellte ein Jubiläumskochbuch, METRO Cash & Carry Pakistan und China feierten Geburtstagspartys unter dem Motto „Young and Wild“. METRO Cash & Carry Deutschland lud Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten zu einer gemeinsamen Geburtstagsfeier nach Berlin ein. Auch in der Zentrale der METRO GROUP wurde zum Geburtstag des Unternehmens gefeiert.

Der eigens entwickelte Internetauftritt www.50jahremetro.de (www.50yearsmetro.com), die Jubiläumszeitschrift „Erfolgsrezepte“ sowie die erstmals erstellte METRO-Gründerstudie rundeten die vielfältigen Jubiläumsaktionen ab.

Neue Markenpositionierung YOU & METRO

Das Jubiläumsjahr 2014 hat METRO Cash & Carry darüber hinaus auch zum Anlass genommen, das Selbstverständnis und die Ausrichtung für die nächsten Jahre neu zu formulieren. Basis für den künftigen Erfolg sind langfristige, vertrauensvolle und partnerschaftliche Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitern, Partnern und Lieferanten. Dies bringt METRO Cash & Carry mit der neuen Markenbotschaft YOU & METRO zum Ausdruck. Das geschärfte Markenprofil ermöglicht es, noch deutlicher zu kommunizieren, wofür das Unternehmen steht. Anspruch ist, der beste Partner für unabhängige Unternehmer zu sein. Aufbauend auf der neuen Markenpositionierung, hat METRO Cash & Carry im Berichtsjahr zudem eine international einheitliche Arbeitgebermarke entwickelt, die sich an der Leitidee YOU & METRO orientiert. Im Mittelpunkt stehen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Unternehmens, die ihre persönliche METRO-Geschichte erzählen und so das Markenversprechen mit Leben füllen.

Optimierte Zielgruppenansprache

METRO Cash & Carry ist unter den Markennamen METRO und MAKRO in 28 Ländern Europas und Asiens vertreten. In Deutschland ergänzt zudem die Marke C+C Schaper das Portfolio. Weltweit arbeiten 117.255 Beschäftigte täglich für den Erfolg ihrer Kunden. Vor allem Hotel- und Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden schätzen das umfassende Angebot von METRO Cash & Carry. Für jede dieser Kundengruppen bietet unsere Vertriebslinie maßgeschneiderte Sortimente und Dienstleistungen mit einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Hinzu kommen spezielle Lösungsangebote wie Handelskonzepte und Beratungsleistungen, die gewerbliche Kunden in ihrem jeweiligen Geschäft optimal unterstützen und erfolgreicher machen.

In den vergangenen Jahren hat unsere Vertriebslinie ihre Zielgruppenansprache zudem weiter verfeinert, um die spezifischen Anforderungen der Kunden noch besser erfüllen und die Sortimente gezielter auf ihren Bedarf fokussieren zu können. So legt etwa METRO Cash & Carry Deutschland den Fokus nun auch verstärkt auf Bäcker- und Metzgerbetriebe, deren Geschäftsfelder sich verändern: Bäckereien entwickeln sich in Richtung Gastronomie; Metzgerbetriebe bieten neben Zusatzprodukten und Mittagstisch auch Catering- und Party-service an. Eine gezielte Auswertung von Kundenbesuchen sowie Analysen von Verkaufszahlen, Umsätzen und Marktforschungsdaten haben gezeigt, dass diese Gruppen ein hohes Ertrags- sowie Neukundenpotenzial für METRO Cash & Carry bieten. Unsere Vertriebslinie stellt sich daher entsprechend auf diese Zielgruppen ein – unter anderem mit einem speziellen Produktangebot für die Bereiche Snacking und Zusatzverkauf sowie speziellen Schulungen für Kundenmanager.

Auch in Tschechien setzt METRO Cash & Carry auf eine optimierte und fokussiertere Zielgruppenansprache: Hier hat unsere Vertriebslinie die knapp 80.000 im Land lebenden Vietnamesen als eigenständige Zielgruppe ausgemacht. Ihre Kultur prägt das Land seit den 1970er-Jahren auf vielfältige Weise: Restaurants und Bars sowie kleine Geschäfte mit einem spezialisierten Warenangebot sind vielerorts zu finden. Seit 2010 unterstützt MAKRO Cash & Carry die rund 3.000 vietnamesischen Einzelhändler mit individuellen Angeboten und gezielten Trainings. Für diese Aufgaben ist mittlerweile ein 20-köpfiges Vertriebsteam zuständig. Das Engagement zahlt sich aus: Heute macht die Zielgruppe dieser Händler 30 Prozent des gesamten Trader-Geschäfts in Tschechien

aus. Seit 2010 hat MAKRO Cash & Carry Tschechien den Umsatz mit vietnamesischen Händlern nahezu verdoppelt.

Kundenfeedback als Basis für Verbesserungen

Die Zufriedenheit der Kunden ist für METRO Cash & Carry von enormer Bedeutung. Sie ist ein Indikator dafür, wie gut die Produkte und Dienstleistungen deren Erwartungen erfüllen. Gleichzeitig ist das Kundenfeedback eine wichtige Grundlage für Verbesserungen. Um den Grad der Kundenzufriedenheit zu messen, hat METRO Cash & Carry im November 2013 die unternehmensweite „Customer Satisfaction Pulse“-Initiative gestartet. In allen METRO Cash & Carry Ländern führt ein unabhängiges Marktforschungsinstitut seither in den insgesamt mehr als 750 Großmärkten vierteljährlich Kundenumfragen durch. Im Mittelpunkt stehen dabei unter anderem Fragen zu Warensortiment, Verfügbarkeit, Qualität, Preis und Mitarbeiterkontakt. Auf Basis der erhobenen Daten werden in jedem Großmarkt entsprechende Maßnahmen definiert, mit denen sich die Kundenzufriedenheit steigern lässt. Die Landeszentralen arbeiten parallel geeignete Maßnahmen auf nationaler Ebene aus. Die Datenerhebung im Folgequartal dient schließlich der Erfolgskontrolle. Mit der „Customer Satisfaction Pulse“-Initiative hat METRO Cash & Carry einen wiederkehrenden Prozess etabliert, mit dem sich Verbesserungen kundenorientiert vorantreiben lassen.

Kundenspezifisches Marketing

METRO Cash & Carry hat den Anspruch, nicht nur das Angebot an Produkten und Dienstleistungen stetig weiter zu verbessern, sondern darüber hinaus auch die Kunden individueller anzusprechen. Unsere Vertriebslinie setzt hierfür auf neue Formen der Kundenkommunikation wie das zielorientierte 1:1-Marketing. Grundidee dieses Ansatzes ist es, die Print- und Massenkommunikation, zum Beispiel die gedruckte METRO Post, weiterzuentwickeln. So strebt METRO Cash & Carry an, mit den Kunden künftig verstärkt digital und individuell zu kommunizieren sowie die verschiedenen Kanäle enger zu verzahnen. Als erstes Element dieses Marketingprogramms hat METRO Cash & Carry zunächst testweise in Russland, Polen, Deutschland und den Niederlanden das sogenannte 1:1-Couponing eingeführt. Hierbei werden zum einen Kunden ermittelt, deren Umsatz bei METRO Cash & Carry zurückgeht,

zum anderen werden Angebote auf Grundlage kundenspezifischer Transaktionsdaten erstellt.

Die Einführung des 1:1-Couponings und der individuellen METRO Post in weiteren Ländern wird derzeit vorbereitet. Darüber hinaus arbeitet METRO Cash & Carry daran, die Infrastruktur und die Data-Mining-Möglichkeiten zu verbessern, um individuelle Kundenkommunikation per E-Mail, Post und SMS verschicken zu können.

Maßgeschneiderte Sortimente

Ein vielfältiges, jeweils auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnittenes Produktangebot, Qualität, Frische und maßgeschneiderte Dienstleistungen – das sind die Vorteile, mit denen METRO Cash & Carry in 28 Ländern weltweit überzeugt. Unsere Vertriebslinie vertreibt Produkte renommierter Hersteller sowie Eigenmarken, die hohe Qualität mit einem attraktiven Preis vereinen. Das gesamte Sortiment umfasst rund 50.000 Artikel. Großen Wert legt METRO Cash & Carry auf lokale Produkte: So stammen bis zu 90 Prozent der Waren von einheimischen Erzeugern und Anbietern.

Unsere Vertriebslinie hat ihr lokales Angebot im Geschäftsjahr 2013/14 weiter ausgebaut. Zudem hat METRO Cash & Carry das in Deutschland 2013 eingeführte mediterrane Sortiment um mehr als 80 Produkte aus Griechenland und der Türkei auf nun insgesamt 450 Produkte erweitert.

Internationale Beschaffungsstrategie

METRO Cash & Carry unterstützt unabhängige Geschäftsleute mit einem differenzierten Angebot. Vor allem die Auswahl und Zusammenstellung der Lebensmittelprodukte ist für das Unternehmen dabei von zentraler Bedeutung. Denn mit dem Verkauf dieser Produkte erwirtschaftet unsere Vertriebslinie rund 80 Prozent ihres Umsatzes. Um den Kunden in allen Ländern ein einzigartiges und attraktives Sortiment anbieten zu können, verfolgt METRO Cash & Carry eine unternehmensweite Beschaffungsstrategie. Zentrales Ziel ist dabei, Produkte möglichst direkt zu beziehen, um so einen größeren Einfluss auf Aspekte wie Qualität, Preise, Verfügbarkeit und Nachhaltigkeit zu haben. Procurement-Category-Teams entscheiden je nach Kategorie, ob die Beschaffung auf globaler oder lokaler Ebene stattfinden soll. Die lokale Beschaffung übernehmen die Länderorganisationen selbst. Bis zu 90 Prozent

der Lebensmittel werden nach wie vor lokal eingekauft. Bei Produkten, die in einer Region hergestellt, aber in vielen Ländern verkauft werden, wie Käse aus Italien oder Wein aus Spanien, bündelt METRO Cash & Carry hingegen Nachfrage und Einkauf.

Um die Waren direkt am Ursprungsort beschaffen zu können, hat unsere Vertriebslinie bereits 2009 internationale Handelsbüros (International Trading Offices, ITO) eröffnet. Heute unterhält METRO Cash & Carry sechs solcher Beschaffungszentren in Rotterdam, Boston, Concarneau, Valencia, Hongkong und Düsseldorf. 2013 beschaffte etwa das Trading Office Valencia für zusammengeführte Bestellungen aus den METRO Cash & Carry Ländern mehr als 200.000 Tonnen Obst und Gemüse von Produzenten in Spanien, Italien, Marokko, Griechenland, der Türkei und Übersee. Die METRO Cash & Carry Länder profitieren von diesen Strukturen in vielerlei Hinsicht: Sie senken die Kosten der Ware und erhalten einen besseren Kaufpreis. Darüber hinaus sind die Einhaltung einheitlicher Qualitäts- und Rückverfolgbarkeitsstandards sowie eine hohe Zuverlässigkeit gewährleistet. Im Geschäftsjahr 2013/14 erzielte METRO Cash & Carry mit der gemeinsamen Beschaffung von Lebensmitteln ein Volumen von 1 Mrd. €.

Starke Eigenmarken für professionellen Bedarf

Seit 2009 treibt METRO Cash & Carry seine Eigenmarkenstrategie mit einem fokussierten Produktportfolio voran: Die sechs Kerneigenmarken Aro, H-Line, Horeca Select, Fine Life, Rioba und Sigma stehen für ein erstklassiges Preis-Leistungs-Verhältnis und bieten damit gerade für Profikunden einen echten Mehrwert. Der Anteil der Eigenmarken am Gesamtumsatz von METRO Cash & Carry stieg im Berichtszeitraum auf 17,0 Prozent. Das entspricht einem Umsatz von 5,2 Mrd. €.

Als Erfolgsgeschichte erweist sich insbesondere die Eigenmarke Rioba, die Produktlösungen speziell für Cafés und Bars umfasst. Das Angebot reicht von professionellen Espressomaschinen über komplette Geschirrsortimente und hochwertige Kaffeesorten bis hin zu Gebäck. So gibt es mittlerweile zahlreiche Rioba-Cafés, die im Rahmen eines Partnerschaftsmodells zwischen METRO Cash & Carry und Caféunternehmern entstanden sind. Diese Cafés werden als

Komplettlösung vollständig mit Produkten der Eigenmarke betrieben.

Flexibles Vertriebskonzept

Seit den Anfängen zählt das Vertriebskonzept von METRO Cash & Carry zu den Stärken des Selbstbedienungsgroßhändlers: Es ist so flexibel, dass es sich optimal an die spezifischen Bedingungen und Anforderungen in den jeweiligen Ländern anpassen lässt. METRO Cash & Carry variiert seine Formate vor allem mit Blick auf die Sortimentstiefe und die Verkaufsfläche, die zwischen 2.500 und 22.000 Quadratmeter umfasst. Die Mehrzahl der Märkte hat eine Verkaufsfläche zwischen 6.500 und 8.500 Quadratmetern.

Zusätzlich zum klassischen Großmarkt konzipiert METRO Cash & Carry weitere Vertriebsformate, um noch besser auf die Bedürfnisse unterschiedlicher Kundengruppen eingehen zu können. Speziell für Innenstadtlagen hat unsere Vertriebslinie beispielsweise das Konzept der sogenannten City Centre Stores in Frankreich entwickelt und auch in Italien sowie Spanien erfolgreich eingeführt. Diese Märkte mit Verkaufsflächen von bis zu 3.000 Quadratmetern sind konsequent auf die Bedürfnisse der Kernzielgruppe von Hotels, Restaurants und Caterern zugeschnitten und bieten überwiegend frische Lebensmittel an. Dank der zentralen Innenstadtlage kann METRO Cash & Carry Liefer- und Anfahrtswege verkürzen. Dies ermöglicht einen schnellen und komfortablen Einkauf – und erleichtert es den Kunden, auch kurzfristigen Bedarf zeit- und kostensparend zu decken.

Um dem enormen Wettbewerbsdruck und der aggressiven Preispolitik zu begegnen, hat METRO Cash & Carry in Italien das Niedrigpreiskonzept METRO Piazza Affari als weiteres neues Format eingeführt. Der erste Pilotmarkt öffnete im Februar 2013 in Abruzzo, einer weniger wohlhabenden Region Italiens. Um die Produktivität zu verbessern, wurden die Bestände des Markts reduziert: Das Lebensmittelsortiment wurde im Vergleich zu anderen Standorten um 50 Prozent verringert, das Angebot an Nicht-Lebensmitteln sogar um 70 Prozent. Dafür bietet METRO Piazza Affari rund 2.000 Produkte jeweils um mehr als 10 Prozent günstiger an als andere Großmärkte. Der Fokus richtet sich dabei auf große Verkaufsmengen, um Marktanteile zu gewinnen und profitabel zu wachsen.

Erweitertes Geschäftsmodell: Belieferung

Die Waren an die Kunden auszuliefern, widersprach lange der ursprünglichen Cash-and-Carry-Idee. Inzwischen zählt der Lieferservice zu den bedeutendsten Erfolgen bei der Weiterentwicklung des Vertriebskonzepts. METRO Cash & Carry spricht mit dieser Erweiterung des Geschäftsmodells vorrangig Hotel- und Restaurantbesitzer sowie Cateringunternehmen an. Das 2009 gestartete Angebot ist inzwischen fester Bestandteil der Dienstleistungen in allen Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist. Mehrere Tausend Mitarbeiter weltweit sind damit beschäftigt, Kundenbestellungen zu bearbeiten, Waren zu kommissionieren und diese auszuliefern. Mit ihrem Lieferservice erzielte unsere Vertriebslinie im Geschäftsjahr 2013/14 einen Umsatz von 2,8 Mrd. € – eine Steigerung um 13,6 Prozent gegenüber dem vergleichbaren Zeitraum 2012/13.

Auch beim Belieferungsservice steht der Kundenmehrwert im Mittelpunkt: Der einfache Bestellvorgang ermöglicht einen zeitsparenden Einkauf. Die Gewerbetreibenden können ihre Ware in gewohnt hoher Qualität und zu attraktiven Preisen individuell über verschiedene Kanäle ordern. In der Regel erhalten die Kunden die Produkte innerhalb von 24 Stunden. Weitere Dienstleistungen wie individuelle Bestellformulare oder Vorkommissionierung mit Abholung im Markt runden das Angebot ab. Zudem ergänzen Online-Shops den stationären Handel unter anderem in China, Polen, den Niederlanden, Rumänien und Ungarn. Unterstützt wird der Service auch durch die Außendienstmitarbeiter der Vertriebslinie, die als Sales-Force direkt bei den Kunden im Einsatz sind und vor Ort als erste Ansprechpartner für Kundenwünsche agieren. Ziel ist es, Beratung und Service für die Kunden zu optimieren, das vorhandene Potenzial der Kunden durch eine individuellere Ansprache noch besser auszuschöpfen und zusätzliche Umsätze zu generieren. Den speziell geschulten Außendienstmitarbeitern steht ein einzigartiges Artikelportfolio zur Verfügung, das sie ihren Kunden aktiv anbieten können.

Weiterentwicklung: Food Service Distribution (FSD)

Um den Anforderungen der Kunden noch besser nachkommen zu können und weiter profitabel zu wachsen, hat METRO Cash & Carry im Geschäftsjahr 2013/14 begonnen, den be-

stehenden Belieferungsservice weiter zu professionalisieren und zu optimieren. Dazu arbeitet unsere Vertriebslinie unter anderem daran, flächendeckend ein fokussiertes Sortiment, stabile Preise und einen spezialisierten Außendienst in ihrem bestehenden Belieferungsgeschäft anzubieten.

In China, Deutschland und Russland stellt METRO Cash & Carry sich darüber hinaus auch logistisch neu auf. Ziel ist es dabei, sich sukzessive punktuell oder überregional von der Belieferung aus dem Großmarkt zu lösen und ein professionelles Food-Service-Distribution-Konzept umzusetzen. Exemplarisch hierfür steht etwa der Standort Qingdao in China: Im Juni 2014 eröffnete METRO Cash & Carry in der chinesischen Hafenstadt ein Zustelldepot und ergänzte damit den bereits bestehenden Belieferungsservice. In dem Depot lagern auf einer Fläche von etwa 2.000 Quadratmetern Produkte, die speziell auf die Bedürfnisse der Horeca-Kunden vor Ort zugeschnitten sind. Abhängig vom Erfolg des neuen Zustelldepots in Qingdao plant METRO Cash & Carry China, das FSD-Konzept in Zukunft auch in anderen Städten einzuführen.

Den Anfang in Deutschland soll der Standort Weiterstadt machen. In den Großmarkt wurde 2010 ein Zustelldepot integriert, das 2014 erweitert wurde. Hier lagern künftig frische und ultrafrische Waren, regionale Produkte sowie sogenannte Schnelldreher – Produkte mit einer besonders hohen Umschlaghäufigkeit. Für die Langsamdreher nutzt METRO Cash & Carry hingegen das Zentrallager am Standort Hamm. In den kommenden Jahren will METRO Cash & Carry dieses Konzept auch in anderen Großmärkten umsetzen.

Ferner hat die METRO GROUP im Geschäftsjahr 2013/14 75 Prozent der Anteile an dem spanischen Food-Service-Distribution-Unternehmen MIDBAN akquiriert. Ziel der Transaktion ist es, mit METRO Cash & Carry Spanien auch im Food-Service-Distribution-Bereich zu wachsen und die ausgezeichnete Marktposition nachhaltig zu festigen.

Netzwerk für unabhängige Händler

Auch die Unterstützung unabhängiger Lebensmittelhändler – vor allem in aufstrebenden Märkten – ist für METRO Cash & Carry ein wichtiges Geschäftssegment. Für diese Kundengruppe hat unsere Vertriebslinie daher spezielle Programme entwickelt. Im Kern zielen diese darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit der kleinen Händler zu stärken, deren Unabhängigkeit zu sichern und langfristige Beziehungen zu

ihnen aufzubauen. Die Programme beinhalten je nach Land lokal zugeschnittene Maßnahmen, um das Geschäft der Gewerbetreibenden zu professionalisieren und zu modernisieren. Gemeinsam mit dem Kunden analysiert und bewertet METRO Cash & Carry beispielsweise die spezifische Marktsituation und den Betrieb. Auf Basis der erhobenen Daten erarbeiten die Mitarbeiter der Vertriebslinie konkrete Verbesserungsvorschläge, etwa mit Blick auf Sortimente, Preise, Ladengestaltung und Marketing. In Russland, Tschechien und Indien bietet METRO Cash & Carry zudem regelmäßige Seminare für unabhängige Händler an, um ihnen wertvolles Handlungswissen zu vermitteln.

In neun Ländern hat unsere Vertriebslinie mittlerweile das Trader Franchise Programme eingeführt, das sich an kleine, unabhängige Lebensmittelhändler und Kioske richtet. METRO Cash & Carry agiert dabei ähnlich wie ein Franchise-Geber mit eigenem Markenauftritt und bietet den Unternehmern Schulungen, Beratungen zur Sortimentsgestaltung, Marketingpakete und einen professionellen Preisvergleich an. In ihrer Geschäftsführung bleiben die Ladenbesitzer vollkommen eigenständig, nutzen aber einheitliche Logos und den gemeinsamen Markenauftritt für sich. METRO Cash & Carry stellt das erforderliche Know-how bereit, sorgt für die professionelle Betreuung und liefert die Produkte. Im Gegenzug erklären sich die Händler dazu bereit, unter anderem eine Mindestanzahl von Eigenmarkenartikeln und Produkten in ihr Sortiment aufzunehmen. Das Angebot der kleinen Lebensmittelmärkte ist so zusammengestellt, dass lokale Verbraucher dort alles für ihren täglichen Bedarf finden – auch frisches Obst und Gemüse. Mittlerweile haben sich insgesamt bereits mehr als 6.000 unabhängige Händler dem Franchise-Netzwerk angeschlossen.

Fokussierung auf Wachstumsregionen

METRO Cash & Carry ist die international am stärksten vertretene Vertriebslinie der METRO GROUP. Sie ist in 28 Ländern auf zwei Kontinenten präsent und trifft in jedem einzelnen Markt auf unterschiedliche Rahmenbedingungen. Während in westeuropäischen Märkten die Handelsstrukturen bereits vollständig ausgebaut sind, befinden sich die osteuropäischen und asiatischen Länder in unterschiedlichen Entwicklungsstadien – dies gilt es in der täglichen Arbeit zu berücksichtigen.

METRO Cash & Carry hat die Erweiterung des Standortnetzes auch im Geschäftsjahr 2013/14 fortgesetzt. Insgesamt belief

sich die Zahl der neu eröffneten Großmärkte auf 17. Der internationale Anteil am Umsatz sank von 84,5 Prozent auf 84,2 Prozent. Gemäß unserer Strategie haben wir uns zunächst in Märkten, in denen wir bereits präsent sind, auf Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche konzentriert und die Expansion in ausgewählten Ländern mit bestehender Marktpräsenz beschleunigt. Schwerpunkte der fokussierten Expansion sind generell die Wachstumsregionen Osteuropa und Asien, im Besonderen die Länder China, Russland und Türkei. Im Geschäftsjahr 2013/14 haben wir zudem Indien als weiteres Land für die internationale Expansion von METRO Cash & Carry festgelegt. Ziel ist es, im Jahr 2020 mit 50 Großmärkten in Indien vertreten zu sein. Darüber hinaus treibt das Unternehmen seine Fokussierung voran und konzentriert sich auf Märkte und Regionen, in denen Marktanteile ausgebaut werden können. Daher hat die METRO GROUP entschieden, sich vom Cash-and-Carry-Geschäft in Ägypten und Dänemark zu trennen. Darüber hinaus wurde mit der thailändischen Handelsgruppe Berli Jucker Public Company Limited eine Vereinbarung zum Verkauf von METRO Cash & Carry Vietnam unterzeichnet.

Media-Saturn

Gemessen am Umsatz ist Media-Saturn die zweitgrößte Vertriebslinie der METRO GROUP und Nummer eins unter den Elektrofachhändlern in Europa. Zur Unternehmensgruppe gehören Media Markt, Saturn, der Internethändler Redcoon sowie der russische Online-Shop 003.ru. Diese Marken treten eigenständig am Markt auf. Das Unternehmen 24-7 Entertainment, einer der führenden Technologieanbieter Europas für den Vertrieb digitaler Inhalte, ist ebenfalls Teil der Vertriebslinie. Media-Saturn ist zudem an dem Technikdienstleister Xplace beteiligt, der zu den europaweit führenden Unternehmen im Bereich interaktive Kundeninformationssysteme zählt, sowie an Flip4New, einem von Deutschlands führenden Anbietern für den Ankauf von gebrauchten Elektronikprodukten.

Die beiden Vertriebsmarken Media Markt und Saturn richten sich seit 2010 konsequent mit einer klar definierten Multichannel-Strategie (Mehrkanalstrategie) neu aus, die insbesondere auf die enge Verzahnung ihres stationären Geschäfts mit ihren Online- und Mobile-Angeboten setzt. Kernkompetenzen wie attraktive Preise, eine große Auswahl, Innovationen, Markenvielfalt, Serviceangebote und aufmerksamkeitsstarke Werbung bleiben dabei auch künftig zentrale Schwerpunktthemen.

Diese Strategie soll maßgeblich zum weiteren internationalen Wachstum von Media Markt und Saturn beitragen.

Redcoon und 003.ru wiederum sind als Online-Discounter für Elektronikprodukte positioniert und vertreiben ihre Waren ausschließlich über das Internet.

Flip4New kauft über Media Markt und Saturn gebrauchte Elektronikartikel gegen Einkaufsgutscheine an. In Deutschland ist dies auf Mediamarkt.de und Saturn.de sowie in allen Saturn-Märkten möglich. Zudem steht der Service den Kunden in den Niederlanden, Österreich, Polen, Schweden und Spanien zur Verfügung. Die Einführung in Belgien, Italien und der Schweiz ist bis Ende 2014 geplant.

Multichannel- und duale Online-Strategie

Verbraucher nutzen immer stärker auch das Internet, um sich über Produkte zu informieren und Waren und Dienstleistungen zu beziehen. Die Media-Saturn-Unternehmensgruppe trägt dieser Entwicklung mit einer dualen Online-Strategie Rechnung. Während Media Markt und Saturn Kunden international eng vernetzt über das stationäre Geschäft und über Online-Shops ansprechen, positionieren sich Redcoon und 003.ru als reine Internethändler. Ziel ist es, auch im Online-Segment des europäischen Markts für Elektronikprodukte führend zu sein.

Ein Kernelement der Strategie von Media-Saturn ist die enge Vernetzung der Vertriebskanäle. Damit bieten Media Markt und Saturn ihren Kunden die Möglichkeit, Produkte wahlweise online von zu Hause aus, per Smartphone von unterwegs oder über die Elektrofachmärkte vor Ort zu beziehen. Die Waren lassen sich zum Beispiel online bestellen und bei entsprechender Verfügbarkeit noch am gleichen Tag im nächstgelegenen Markt abholen. Will ein Kunde für einen im Internet gekauften Artikel zusätzlich Serviceleistungen in Anspruch nehmen, kann er dies ebenfalls im Markt seiner Wahl tun. Teilweise lassen sich sogar Servicepakete direkt online buchen. Um den Kunden noch mehr Flexibilität beim Online-Shopping zu ermöglichen, testen Media Markt und Saturn derzeit in zahlreichen Städten Deutschlands die taggleiche Lieferung und die Lieferung zum Wunschtermin. Media Markt und Saturn haben ihr Online-Angebot darüber hinaus in fast allen Ländern speziell für Smartphones optimiert, um Kunden den Einkauf von unterwegs zu ermöglichen. Die Multichannel-

Strategie wird konsequent weiter ausgebaut. Im Geschäftsjahr 2013/14 hat unsere Vertriebslinie Media-Saturn ihre Strukturen weitreichend neu an den Multichannel-Anforderungen ausgerichtet und ihre internen Abläufe, Strukturen und Schnittstellen an die neue Strategie angepasst. In der Media-Saturn E-Business GmbH wurden hierzu kanalübergreifend alle operativen Kompetenzen zusammengeführt, die bisher in verschiedenen Unternehmensbereichen lagen. Zum Ende des Geschäftsjahres 2013/14 konnten Kunden in 13 Ländern online und mobil bei Media Markt beziehungsweise bei Saturn einkaufen: in Belgien, Deutschland, Griechenland, Italien, den Niederlanden, Österreich, Polen, Russland, Schweden, der Schweiz, Spanien, der Türkei und Ungarn.

Darüber hinaus positionieren sich Media Markt und Saturn zunehmend im Segment digitale Unterhaltung. Schon seit mehreren Jahren bieten sie digitale Produkte – beispielsweise Musik- und Filmdateien, Computerspiele und -programme sowie E-Books – über das Internet an. Über den Dienst „JUKE“ der 24-7 Entertainment GmbH erhalten Kunden im Rahmen eines Abonnements zudem per Streaming-Verfahren unbegrenzt Zugriff auf mehr als 25 Millionen Musiktitel – über den Computer, über Smartphones und Tablets sowie über ausgewählte digitale Unterhaltungssysteme für zu Hause.

Das zweite Kernelement der Strategie von Media-Saturn ist der reine Online-Handel. Die Vertriebsmarke Redcoon, einer der größten Online-Discounter für Fernseher, Haushaltsgeräte, Computer, Notebooks, Smartphones, Digitalkameras und Hi-Fi in Europa, ist in acht Ländern vertreten. Mit Redcoon kann unsere Vertriebslinie gezielt diejenigen Verbraucher ansprechen, die preisorientiert im Internet einkaufen. In Russland ist Media-Saturn in diesem Segment mit dem Unternehmen 003.ru vertreten.

Kultur des Wettbewerbs

Media Markt und Saturn sowie Redcoon und 003.ru agieren als Wettbewerber im Markt, wodurch ihre Leistungsstärke gesteigert wird. Die einzelnen Elektrofachmärkte von Media Markt und Saturn sind zudem in der Regel als eigenständige Gesellschaften aufgestellt, an denen die Geschäftsführer vor Ort mit bis zu 10 Prozent beteiligt sind. Diese Organisationsstruktur ermöglicht den Geschäftsführern eine entsprechende Entscheidungsfreiheit und fördert ihr unternehmerisches

Denken und Handeln. Zugleich wird durch diese Struktur sichergestellt, dass jeder Markt flexibel auf die lokalen Rahmenbedingungen eingehen kann. Die Elektrofachmärkte steuern zum Beispiel einen großen Teil der Kundenkontakte, der Werbemaßnahmen, der Produktauswahl und der Personalplanung in Eigenregie. Dem Vernetzungsgedanken der Multichannel-Strategie Rechnung tragend, werden die Märkte auch an Online-Umsätzen beteiligt, zum Beispiel bei online bestellten und in den Märkten abgeholt Waren.

Umfassende Auswahl und Service

Media Markt und Saturn verstehen sich als Trendsetter ihrer Branche. Dies spiegelt sich in der Auswahl der Produkte, der Warenpräsentation online und in den Märkten sowie in der Gestaltung der Märkte wider. Das Gesamtsortiment der sogenannten Flagship-Standorte – Vorzeigemärkte in exponierten Lagen – umfasst bis zu 100.000 Artikel, darunter vor allem Klein- und Großelektronik sowie Unterhaltungselektronik und -medien. Online stehen aktuell rund 60.000 Einzelartikel zur Verfügung, mit stark steigender Tendenz. Zusätzlich bieten die Vertriebsmarken Dienstleistungen wie Finanzierung, Garantieverlängerung, Reparatur und Altgeräteentsorgung an. Unter dem Begriff „Power Service“ bündeln Media Markt und Saturn weitere Leistungen, beispielsweise Lieferung, Montage, Datenrettung, die Überprüfung von Einbaugeräten und Satellitenanlagen sowie Wartungspakete. Seit Juli 2014 gehören zudem eigene Mobilfunktarife von Media Markt und Saturn zum Angebot.

Große Auswahl eigener Marken

Bereits seit 2010 bieten Media Markt und Saturn in Europa exklusive eigene Marken an: „ok.“ für das Preiseinstiegssegment sowie „KOENIC“ für hochwertige kleine und große Haushaltsgeräte. Darüber hinaus hat Media-Saturn die Marke „PEAQ“ für Unterhaltungselektronik sowie die Marke „ISY“ für Zubehör eingeführt. Diese Marken werden seit 2014 zusätzlich auch über Redcoon.de angeboten. Insgesamt sind derzeit rund 400 Artikel eigener Marken verfügbar. Damit decken die Elektrofachhändler alle Preissegmente und eine Vielzahl an Produktkategorien ab. Um eine hohe Produktqualität sicherzustellen, kooperiert das Unternehmen mit renommierten Herstellern. Eigenmarkenprodukte sind in nahezu allen Ländern erhältlich, in denen Media Markt und Saturn vertreten sind. Media Markt und Saturn nehmen diese

Produkte zudem sukzessive in das Sortiment ihrer jeweiligen nationalen Online-Shops auf.

Starke Marketingkampagnen

Media Markt, Saturn und mittlerweile auch Redcoon sind für ihre außergewöhnlichen Werbekampagnen und die einprägsamen Markenbotschaften bekannt – in Deutschland und in anderen Ländern. Die Werbung von Media Markt und Saturn soll gleichermaßen informieren, unterhalten, polarisieren und anziehen. Im Berichtsjahr haben die Vertriebsmarken erneut Marketingkampagnen umgesetzt, die für breite Aufmerksamkeit sorgten. So beispielsweise die Aktion „Jetzt spart ganz Deutschland die Mehrwertsteuer“ von Media Markt: Drei Tage lang erhielten die Kunden im Juli 2014 eine Preisersparnis von 19 Prozent vom Verkaufspreis. Saturn wiederum tritt unter der Markenbotschaft „Soo! muss Technik“ auf. Die im Oktober 2013 gestartete Kampagne mit dem neuen Testimonial Tech-Nick wurde 2014 fortgesetzt. Unter dem Motto „Bei Technikfragen, Tech-Nick fragen“ berät der sympathische „Marktmitarbeiter“ (Schauspieler Antoine Monot Jr.) die Kunden bei ihren Kaufentscheidungen. Auch im eigenen Twitter-Kanal meldet sich Tech-Nick zu Wort. Media Markt und Saturn haben ihre Marketingkonzepte an die Multichannel-Strategie angepasst und bauen ihre Präsenz auch in sozialen Netzwerken kontinuierlich aus. Saturn veröffentlicht zudem regelmäßig das kostenlose Kundenmagazin „TURN ON“, das Print- und Online-Medien verknüpft. Media Markt wiederum setzt verstärkt auf die Integration aller Medien, wobei die Vertriebsmarke die unterschiedlichen Kanäle je nach Anforderung individuell bespielt.

Expansion und Optimierung der Märkte

In Europa ist Media-Saturn die Nummer eins im Elektrofachhandel. Die Vertriebslinie war Ende September 2014 an 986 Standorten in 15 Ländern und über den reinen Online-Vertriebskanal in neun Ländern vertreten. Die Verkaufsflächen der Elektrofachmärkte liegen zwischen rund 1.000 und 18.000 Quadratmetern.

Media-Saturn verfügte im Geschäftsjahr über 38 Elektrofachmärkte mehr als zum 30. September 2013. Das Unternehmen wird seine Expansion fortsetzen sowie seine Online-Angebote kontinuierlich weiter ausbauen. Bei den Bestandsmärkten optimiert unsere Vertriebslinie kontinuierlich ihr Port-

folio und passt es den aktuellen Trends und Kundenanforderungen an. Das umfasst auch Tests neuer Formate und Flächenkonzepte wie zum Beispiel derzeit Saturn Connect in Polen. Dabei handelt es sich um ein Nahversorgerkonzept mit kleineren Läden, die sich auf Connectivity- und Mobile-Sortimente spezialisiert haben. Ein weiteres Format, das Media-Saturn seit Mai 2013 erprobt, ist Media Depot in Ungarn. Das Konzept setzt auf einfache Lagerhallenatmosphäre und einen neuen Sortimentsmix mit einem sehr hohen Anteil an weißer Ware sowie zusätzlichen Artikeln, beispielsweise für Garten und Freizeit. Es ist vor allem für ökonomisch schwächere Länder und Regionen geeignet. Mit dem neu eröffneten Media Markt am Unternehmenssitz in Ingolstadt präsentiert Media-Saturn ein modernes Einkaufserlebnis ganz im Zeichen des Multichannel-Handels. Der Elektrofachmarkt bietet zahlreiche interaktive Angebote, die zukunftsweisend für weitere Standorte unserer Vertriebslinie sind. Um stärker von Synergieeffekten zu profitieren, konzentriert sich Media-Saturn in Belgien, den Niederlanden, Italien und der Türkei auf die Vertriebsmarke Media Markt. Die überwiegende Mehrzahl der bestehenden Saturn-Märkte hat hier als Media Markt wiedereröffnet.

Real

Ein umfassendes Angebot an Lebensmitteln und Nicht-Lebensmitteln, hochwertige Frischeartikel und attraktive Preise: Dies alles macht Real zu einem der führenden SB-Warenhaus-Betreiber in Deutschland. Ziel ist es, Kunden mit Warenkompetenz, Vielfalt, attraktiven Preisen und modernen Märkten das beste Einkaufserlebnis zu bieten. Die Vertriebslinie betreibt bundesweit 307 Märkte, davon zwei Drive-in-Lebensmittelmärkte sowie den Real-Online-Shop. Das Geschäft in der Türkei wurde im Berichtsjahr an Hacı Duran Beğendik abgegeben.

Die SB-Warenhäuser von Real verfügen über Verkaufsflächen von 5.000 bis 15.000 Quadratmetern. Sie bieten Kunden alle Produkte des täglichen Bedarfs unter einem Dach. Drei Viertel des Umsatzes erzielt Real mit Lebensmitteln. Den Schwerpunkt des Angebots bilden Frischeprodukte, zum Beispiel Obst und Gemüse, Fleisch, Wurst, Fisch und Käse. Zusätzlich verfügt Real über ein breites Sortiment an Nicht-Lebensmitteln, darunter Elektronikartikel, Haushaltswaren und Textilien. Bis zu 80.000 verschiedene Artikel sind in jedem Real SB-Warenhaus erhältlich. Mit Blick auf veränderte Einkaufsgewohnheiten hat Real den stationären Handel und

das Online-Geschäft eng verzahnt. Somit ist die Vertriebslinie in der Lage, mit Kunden kanalübergreifend – stationär und online – zu interagieren.

Unsere Vertriebslinie folgt weiter konsequent ihrer Ende 2012 entwickelten Strategie. Diese umfasst sämtliche Unternehmensbereiche von Real und beinhaltet sechs Schwerpunkte: Kundenorientierung, Marketingeffizienz, Multichannel, Supply-Chain-Management und Einkauf, operative Exzellenz sowie Neuorganisation/Unternehmenskultur. Jedes der im Folgenden dargestellten Projekte muss dabei einen klaren Ergebnisbeitrag zu einem dieser Schwerpunkte leisten.

Erfolgreiche Neuausrichtung

Real hat die strategische Neuausrichtung 2014 konsequent fortgesetzt und dabei die neuen Strukturen und Prozesse gefestigt und ausgebaut. Anfang 2014 erfolgten die Ausgliederung des gesamten Geschäftsbetriebs der „Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH“, einschließlich der Märkte, und seine Übertragung auf die „real,- SB-Warenhaus GmbH“. Die 64 Standorte sind seitdem in das Real-Ladennetz integriert. Dadurch reduzierte sich die Komplexität im Verwaltungsbereich.

Um das Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten, hat Real im Berichtsjahr umfangreiche Modernisierungsmaßnahmen umgesetzt und das Standortnetz überprüft. Daher wurde der Beschluss gefasst, den Betrieb von 16 Märkten – teils aufgrund fehlender wirtschaftlicher Perspektiven, teils aufgrund auslaufender Mietverträge ohne Verlängerungsoption – einzustellen. Gleichzeitig sicherte Real profitable Märkte: An den Standorten Göttingen, Kulmbach und Regensburg hat METRO PROPERTIES die Objekte von der Redos Real Estate GmbH erworben. Dabei wurden auch die Mietverträge mit Real vorzeitig verlängert. Des Weiteren konnte die METRO GROUP wieder zehn Standorte von der Delek-Gruppe, Netanya, Israel, übernehmen. Im Einzelnen handelt es sich um die Märkte Bremerhaven-Pferdebade, Castrop-Rauxel, Groß-Gerau, Darmstadt, Freiburg (Gundelfinger Straße), Heidenau, Würzburg (Nürnberger Straße), Wetzlar, Raunheim und Wiesbaden (Mainzer Straße). Diese Übernahme ermöglicht eine geordnete Strukturierung und gezielte Entwicklung des Standortportfolios.

Auch im gesamten Supply-Chain-Bereich sind umfangreiche Veränderungen vorgenommen worden. Durch eine an die Umschlagshäufigkeit einzelner Produktgruppen angepasste

Logistik sowie eine höhere Zentrallagerquote im Trockensortimentsbereich kommt es zu einer deutlichen Reduzierung der Rampenkontakte und somit auch zu Kosteneinsparungen. Zu Beginn des Geschäftsjahres 2014/15 wurde überdies die Eigentumsübertragung des Lagerbestands von METRO LOGISTICS zu Real wirksam. Alle Veränderungen führen in Summe zu einer deutlich verbesserten Warenverfügbarkeit in den Märkten. Durch die geringeren Kosten innerhalb der gesamten Supply Chain kommt es zudem zu einer Effizienzverbesserung. Ferner soll der Lagerbestand im Zentrallager wie in den Märkten deutlich sinken.

Modernisierung der Märkte

Das Konzept des im Oktober 2013 neu eröffneten Real SB-Warenhauses in Essen ist ein Erfolg: Im Zeitraum von November 2013 bis August 2014 stieg der Umsatz um mehr als 15 Prozent und die Anzahl der Kunden nahm um mehr als 25 Prozent zu. Deshalb hat unsere Vertriebslinie in der ersten Jahreshälfte 2014 weitere 30 Märkte im Sinne des Essener Konzepts modernisiert. Während im Lebensmittelbereich der Fokus vor allem auf Promotion und saisonalen Themen im Eingangsbereich liegt, sollen neue Konzepte bei Nicht-Lebensmitteln Real deutlich vom Wettbewerb abgrenzen. Alle Warenbereiche sind nun besser auf das veränderte Kundenverhalten angepasst: Die Anordnung der Warenwelten und Abteilungen berücksichtigt verstärkt die Kundensuchlogik. Durch breitere Gänge, einen freien Mittelgang und niedrigere Regale wirken die Märkte großzügiger und übersichtlicher. Die veränderte Sortimentsstruktur und Warenplatzierung sowie neue Services, wie zum Beispiel der kostenlose WLAN-Zugang, vergrößern den Kundenmehrwert deutlich. Die positive Resonanz und erhöhte Kundenfrequenz in den modernisierten Märkten haben Real darin bestärkt, im vierten Quartal des Berichtsjahres zusätzlich 20 SB-Warenhäuser auf das neue Konzept umzustellen. Zahlreiche weitere Märkte sollen im Geschäftsjahr 2014/15 folgen.

Zur Erhöhung der Attraktivität der SB-Warenhäuser für die Kunden tragen neue Konzepte bei Obst und Gemüse, Textilien und in der Drogerieabteilung bei: Das neue Obst-und-Gemüse-Konzept „Milano“, das inzwischen in 185 SB-Warenhäusern integriert ist, zeichnet sich durch Blockaufbauten aus, die thematisch nach Bio, Regionalität und Exoten aufgeteilt sind. Von Hand geschriebene Schilder zur Waren- auszeichnung erinnern optisch an einen Wochenmarkt. Die Veränderungen haben sich durchweg positiv auf die Kunden-

anzahl, den Durchschnittsbau und damit auch auf den Umsatz ausgewirkt: Zum Teil konnten die Märkte mit umgebauter Obst-und-Gemüse-Abteilung in den ersten Wochen nach der Umstellung ein zweistelliges Umsatzplus verzeichnen. Bis Anfang 2015 soll das „Milano“-Konzept auf rund 200 Obst-und-Gemüse-Abteilungen ausgedehnt werden.

Mit dem Konzept „Textil“ schöpft unsere Vertriebslinie das hohe Differenzierungspotenzial einer der wichtigsten Warengruppen weiter aus. Real hat sich zum Ziel gesetzt, einer der führenden deutschen Händler für Textilwaren zu werden. Durch Fokussierung auf Eigenentwicklung, Erhöhung des Direktgeschäfts aus den relevanten Beschaffungsmärkten und durch Konsolidierung der Lieferanten positioniert sich der Textilbereich neu. Dazu hat unsere Vertriebslinie die Produktpräsentation von Kleidungskollektionen in allen SB-Warenhäusern modernisiert. Grundlage hierfür waren umfassende Kundenanalysen. Außer auf bewährte Basics und Klassiker sowie saisonale Trends setzt Real vor allem auf Textilien, die vielfältig miteinander kombinierbar sind. Das Konzept ist in dieser Form einzigartig und setzt neue Maßstäbe. Auch für die Drogerieabteilung „Meine Drogerie“ hat Real 2013 ein neues Konzept erarbeitet, das für ein emotionaleres Einkaufserlebnis sorgt. Es wurde bisher in 31 Märkten umgesetzt und wird bei allen weiteren Marktmodernisierungen realisiert.

Mit den modernen Marktkonzepten unterstreicht Real seine bedeutende Rolle im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Dies erleichtert die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern. Beispielsweise ist Real für Lieferanten attraktiv als Vorreiter bei der Aufnahme von Produktinnovationen ins Sortiment; zudem entwickelt das Real Category Management in enger Zusammenarbeit mit Herstellern Markenprodukte exklusiv für Real und realisiert selbst kontinuierlich Innovationen im Bereich der Kundenansprache und Dienstleistung.

Näher am Kunden

Ein weiterer Baustein der konsequenten Neuausrichtung des Unternehmens ist die Territorialstrategie. Nach Abschluss der 2013 gestarteten Pilotphase an 32 Standorten gilt sie nun für alle 307 SB-Warenhäuser bundesweit. Ziel ist es, vorhandene Kundenpotenziale in den Einzugsgebieten der Märkte noch besser auszuschöpfen. Dazu hat die Vertriebslinie anhand von Daten aus dem Customer Information Management (CIM) und aus dem Controlling das Einzugsgebiet jedes SB-Warenhauses

analysiert. Informationen über Kundengruppen wurden dabei ebenso berücksichtigt wie beispielsweise Wettbewerbseinflüsse und Kaufkraft. Diese Daten zeigen, in welchen Bereichen jeder Markt das größte Potenzial hat: bei der Zurück- und Neugewinnung von Kunden durch zielgerichtete Werbeaktivitäten, bei der Steigerung der Kundenfrequenz oder bei der Erhöhung des durchschnittlichen Einkaufsbetrags von Verbrauchern. Auf Basis dieser Erkenntnisse können die Standorte gezielter auf die Bedürfnisse ihrer Kunden eingehen, konkrete Maßnahmen entwickeln und Angebote anpassen. Das kontinuierliche und tagesgenaue Controlling gibt in der Folge Aufschluss darüber, ob die Entscheidungen zielführend waren oder die Standorte ergänzende Maßnahmen starten müssen.

Eigenmarkenanteil wächst weiter

Eine günstige und qualitativ gleichwertige Alternative zu klassischen Markenprodukten in mittleren und oberen Preislagen bietet Real seinen Kunden mit den drei Eigenmarken „real,- QUALITY“, „real,- BIO“ und „real,- SELECTION“. Mit „TiP“ führt die Vertriebslinie zudem eine der bundesweit bekanntesten Eigenmarken im Preiseinstiegssegment. Seit Oktober 2013 ergänzt eine weitere Marke das Eigenmarkensortiment: Die „Marke ohne Namen“ richtet sich gezielt an die Kundengruppe, die über eine geringere Kaufkraft als der Durchschnitt verfügt, und ist preislich noch unterhalb der Discount-Struktur angesiedelt. Der Slogan „Ohne Schnickschnack. Ohne teuer.“ bringt das Markenversprechen auf den Punkt. Die Produkte heben sich klar von anderen Eigenmarken im Lebensmitteleinzelhandel ab. Mit 20 Artikeln gestartet, umfasst das Produktportfolio aufgrund der positiven Kundenresonanz inzwischen 100 Artikel aus dem Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittel-Bereich. Exemplarisch für die „Marke ohne Namen“ erhielt die „MoN Fruchtnussmischung, 500 g“, nur acht Monate nach Markteinführung, durch die Private Label Manufacturers Association (PLMA) die Auszeichnung „Salute to Excellence Award“ als bestes Eigenmarkenprodukt.

Insgesamt hatte Real im Berichtsjahr mehr als 5.500 Eigenmarkenartikel im Sortiment. Die Waren, die unsere Vertriebslinie unter eigenem Namen vertreibt, tragen zur Schärfung der Marke Real bei. Zudem sind die Margen bei Eigenmarken häufig besser als bei klassischen Marken. Ferner hat Real auch exklusive Eigenmarkenprodukte im Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittelbereich im Angebot, die auf die Nennung von Real im Namen verzichten. So hat Real zu Beginn des Geschäftsjahres 2014/15 die Drogerieeigenmarke Sôï eingeführt.

Einkaufen rund um die Uhr

Real hat alle digitalen Maßnahmen im Unternehmen derzeit darauf ausgerichtet, das stationäre Geschäft der Märkte weiter zu stärken. Seitdem unsere Vertriebslinie im August 2013 die Logistik des Online-Shops übernommen und das Online- mit dem stationären Geschäft stärker verzahnt hat, verläuft die Entwicklung spürbar positiv: Der Umsatz liegt deutlich über Vorjahresniveau bei einer signifikant verbesserten Kostenstruktur. Die vier SB-Warenhäuser in Bochum-Wattenscheid, Wildau, Göttingen und Böblingen-Hulb übernehmen die Funktion als sogenannte Masterstores: Sie stellen die online geordneten Produkte zusammen und versenden sie. Dabei können die Kunden vorab entscheiden, ob sie sich die Ware nach Hause schicken lassen, an eine Packstation der Deutschen Post oder versandkostenfrei in ein SB-Warenhaus in ihrer Nähe. Insbesondere Berufstätige profitieren bei der Marktanlieferung von den langen Öffnungszeiten. Dieses System schafft neue Anreize für Kunden, unsere SB-Warenhäuser aufzusuchen.

Außer dem Nicht-Lebensmittel-Geschäft kann auch das Lebensmittelsegment von neuen Online-Lösungen profitieren. Seit Oktober 2013 gibt es die Verknüpfung des Payback-Couponings mit der Real-App. Die digitalen Coupons werden per App aktiviert und der Kunde muss an der Kasse lediglich die Payback-Karte vorlegen, um Extrapunkte zu sammeln. Es hat sich herausgestellt, dass die App zusätzliche Kaufanreize schafft, was sich positiv auf die Kundenfrequenz und den Umsatz auswirkt. Monatlich lösen Kunden rund eine Millionen eCoupons über die Real-App ein. Zum Relaunch der Real-App im September 2013 war diese im App Store von Apple mit 32.000 Downloads der Spitzenreiter in der Kategorie Lifestyle; bis Ende September 2014 wurde das Programm 750.000 Mal heruntergeladen.

Im Rahmen des Mehrkanalvertriebs betreibt Real zwei Abhollebensmittelmärkte in Isernhagen-Altwarmbüchen bei Hannover sowie in Köln-Porz. Die Kunden können im Internet unter www.real-drive.de Lebensmittel und Drogerieartikel bestellen und sie bereits zwei Stunden später an einem der beiden Standorte abholen. Im nächsten Geschäftsjahr soll das Drive-Konzept durch die Eröffnung von mindestens zwei Standorten weiter ausgebaut werden.

Kunden zu Fans machen

Real passte im Berichtsjahr seinen gesamten Werbeauftritt an das neue, moderne Marketingkonzept an. Ziel ist dabei, authentisch zu sein und Kunden zu echten Fans zu machen. Dazu wurde im Januar 2014 der wöchentliche Angebotsprospekt vollständig überarbeitet. Das Ergebnis ist ein moderner, dynamischer und sympathischer Prospekt mit hohem Wiedererkennungswert.

Seit März 2014 verleiht die neue Real-Werbekampagne der Marke Real ein Gesicht – authentisch, glaubwürdig und emotional. Hauptdarsteller der TV-Spots sind echte Real-Kunden in ihrem Alltag. Die vier im Berichtszeitraum gezeigten Werbefilme zu den Themen Textilien, Grillen, WM und Drogerie sorgten für Aufmerksamkeit und neue Kunden.

Sortimentskompetenz bewies Real im gesamten Berichtszeitraum mit zusätzlichen Angebotsprospekten sowie mit der Fortführung der Genusswochen „Das Gute Essen“. Unter dem Motto „Zu Ostern das Beste genießen“ gab es zahlreiche kulinarische Spezialitäten für ein traditionelles Osteressen und einen entspannten Osterbrunch. Im letzten Quartal des Geschäftsjahres wurde das Motto „Italienwochen“ wiederholt. Wie für diese Sonderaktion üblich wurde eine besondere Auswahl an hochwertigen und zum Teil nur in diesem Zeitraum erhältlichen Produkten angeboten.

Real hat seinen Vertrag mit dem langjährigen Partner Payback bis zum Jahr 2020 verlängert. Unsere Vertriebslinie investiert in zusätzliche Kundenservices, um für Payback-Kunden den Einkauf angenehmer, schneller und günstiger zu machen. So können Payback-Kunden seit Mitte Februar ihre Punkte für die regelmäßigen Real-Treueaktionen auch digital sammeln. Mit dieser zum Start einmaligen Möglichkeit in Deutschland festigt Real auch seine Position als Innovationsführer im deutschen Handel. Im Juni 2014 veröffentlichte Real als erster Händler im Lebensmitteleinzelhandel einen exklusiven Prämienkatalog mit einer großen Auswahl an Markenartikeln. Seit September 2014 können die Kunden ihre Punkte auch im Real-Online-Shop einlösen.

Zur Fußball-Weltmeisterschaft startete Real viele spannende Aktionen in den Märkten und auf seinen Online-Kanälen: Nach den „Real Minis“ begann im Mai 2014 mit den Sammelkarten „Welt Fußball Stars“ die zweite große Sammelaktion des Jahres. Auch auf der Website Real.de drehte sich während der WM alles um das Thema Fußball. Ein besonderer WM-Bereich bot den

Nutzern einen Liveticker, einen Spielplan inklusive aller Ergebnisse in Echtzeit sowie aktuelle Informationen. Auf der Website und der eigens geschaffenen App für Smartphone und Tablet-Computer konnten die Nutzer zudem ihr Geschick beim Elfmeterschießen unter Beweis stellen. Auch das Befüllen eines digitalen Sammelalbums war über die App möglich. Der Sonderprospekt „Kochen wie die Weltmeister“ inspirierte die Kunden mit kulinarischen Highlights aus den acht bisherigen Weltmeisterländern. Die benötigten Produkte zum Nachkochen wurden in einem authentischen Umfeld im Markt präsentiert.

Einsatz neuer Medien

Real setzt erfolgreich neue Medien für Marketing- und Kommunikationszwecke ein. Für seine digitale Handzettelstrategie, den stimmigen Einsatz der einzelnen digitalen Kommunikationskanäle und seine „digitale Reife“ wurde Real im Geschäftsjahr beim Digital Readiness Index für Handelsunternehmen in Deutschland mit „gut“ ausgezeichnet und erreichte damit den dritten Platz. Anhand von mehr als 80 Bewertungskriterien analysierte die Strategieberatung Neuland die digitalen Stärken und Schwächen der teilnehmenden Unternehmen. Bei Real lobte die Jury besonders das kontinuierliche Engagement in den Bereichen „online“, „mobile“ und „social“.

Für den Dialog mit den Kunden nutzt Real soziale Medien: Der offizielle Unternehmensauftritt im Netzwerk Facebook zählte Mitte 2014 bereits mehr als 423.000 Fans, 63.000 mehr als ein Jahr zuvor. Damit ist Real im Wettbewerb führend. Ergänzend dazu kommuniziert die Vertriebslinie über einen eigenen YouTube-Kanal sowie über den Kurznachrichtendienst Twitter, um Kunden über Angebote und Dienstleistungen, Aktionen und Gewinnspiele zu informieren.

Kundenzufriedenheit weiter erhöht

Die Ergebnisse des Kundenbarometers 2014 zeigen, dass sich Real insbesondere bei der Qualität von Fleisch- und Wurstwaren wie auch im Obst- und Gemüse-Bereich weiter verbessern konnte. In puncto Mitarbeiterfreundlichkeit und Kompetenz sowie Preis-Leistungs-Verhältnis der Produkte hat unsere Vertriebslinie bei der Kundenzufriedenheit im Vergleich zum ersten Erhebungsjahr ebenfalls deutlich zugelegt. Das Kundenbarometer ist eine telefonische Befragung von rund 34.000 Verbrauchern in Deutschland, die Real einmal im Jahr durchführt, zuletzt im Januar und Februar 2014. Untersucht

werden dabei Servicemerkmale, die für Real von großer Bedeutung sind. Diese liegen der Berechnung eines Leistungsindex zugrunde. Seit 2010 misst Real auf diese Weise mit weiteren Indizes zusätzlich das Vertrauen sowie die Loyalität der Kunden.

Handeln aus Verantwortung

Neben Frische, Sortimentsvielfalt, Preiswahrnehmung und Digitalisierung spielen die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung eine entscheidende Rolle für Real. Das Unternehmen verankert daher den Aspekt Nachhaltigkeit in seiner Strategie und baut sein soziales und ökologisches Engagement entlang der gesamten Wertschöpfungskette aus. Unter dem Leitsatz „Handeln aus Verantwortung“ setzt Real in den vier Handlungsfeldern Sortiment, Umwelt, Mitarbeiter und Kunde zahlreiche Projekte und Maßnahmen um. So steigert unsere Vertriebslinie beispielsweise kontinuierlich den Anteil an sozial verträglich und umweltgerecht hergestellten sowie regionalen Produkten im Sortiment, investiert gezielt in energiesparende Techniken und arbeitet daran, Energie und Ressourcen an den Standorten effizient zu nutzen. Das soziale Engagement bildet eine weitere zentrale Säule der Nachhaltigkeitsaktivitäten. Real beteiligt sich an zahlreichen gemeinnützigen Hilfsprojekten und organisiert regelmäßig lokale Sammelaktionen, um soziale Initiativen zu unterstützen. Insgesamt hat Real im Berichtsjahr gemeinsam mit den Kunden mehr als 800.000 € gespendet.

— Weitere Informationen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten von Real finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 8 Nachhaltigkeitsmanagement – sowie im METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2013/14.

Galeria Kaufhof

Galeria Kaufhof ist Marktführer im Warenhausgeschäft in Deutschland und Belgien. Die Vertriebslinie positioniert sich als moderne Marke und kompetenter Multichannel-Händler mit unverwechselbarem Profil. Die Filialen zeichnen sich durch hochwertige, internationale Sortimente aus. Diese umfassen sowohl renommierte Herstellermarken als auch leistungsstarke Eigenmarken. Die Warenhäuser, die über Verkaufsflächen zwischen 7.000 und 35.000 Quadratmetern verfügen, befinden sich überwiegend in besten Innenstadtlagen. In Deutschland betreibt die Vertriebslinie 105 Warenhäuser unter den Namen Galeria Kaufhof und Kaufhof sowie 17 Sporthäuser unter den Namen Sportarena und Wanderzeit. In Belgien tritt das Unternehmen mit 15 Filialen als Galeria Inno auf. Die Servicegesell-

schaft Dinea betreibt die Gastronomie in rund 60 deutschen Warenhäusern.

Neue Gesellschaftsstruktur

Im Geschäftsjahr 2013/14 hat unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof eine neue gesellschaftsrechtliche Struktur erhalten. Grund für diese Veränderung war die Auflösung des Immobiliensegments der METRO AG zum 1. Oktober 2013 sowie die Integration der operativen Aktivitäten in die jeweilige Vertriebslinie. Als Tochtergesellschaft der METRO AG fasst die Galeria Holding GmbH nun das operative Warenhausgeschäft und das Immobilienportfolio zusammen. Unter ihrem Dach agieren drei Tochtergesellschaften: Die Galeria Kaufhof GmbH führt wie bisher das operative Warenhausgeschäft mit allen ihr zugeordneten Tochtergesellschaften. Die Galeria Immobilienservice GmbH fungiert unter anderem als Immobiliendienstleister und als Zwischenmieter zwischen Galeria Kaufhof GmbH und den Immobiliengesellschaften. Die Galeria Real Estate Holding GmbH verantwortet schließlich die strategische Führung des Immobilienportfolios.

Multichannel als Kernstrategie

Galeria Kaufhof hat sich zum Ziel gesetzt, das führende Multichannel-Warenhaus Europas zu werden. Eine Chance für zukünftiges Wachstum sieht das Unternehmen vor allem in der konsequenten Verzahnung von Filial- und Online-Geschäft, also der integrierten Nutzung der stationären und digitalen Vertriebswege für Beratung und Verkauf. Im Berichtsjahr hat Galeria Kaufhof die Verknüpfung des Online-Kanals Galeria.de mit den Filialen gezielt vorangetrieben: Seit Sommer 2014 setzt unsere Vertriebslinie rund 1.100 Tablets in allen deutschen Filialen ein. In über 1.000 Schulungen wurden alle Mitarbeiter auf die Arbeit mit dem Tablet vorbereitet. Die mobilen Computer ermöglichen einen Zugriff auf die Warenbestände aller Warenhäuser sowie von galeria.de. Mit diesem neuen Service erweitern die Filialen ihre Sortimente um Produkte, die entweder nicht vorrätig sind oder nicht zum üblichen Warenbestand des jeweiligen Standorts gehören. Die Produkte können wahlweise an die Wunschadresse des Kunden oder in die Filiale vor Ort geliefert werden. Derzeit sind im Online-Shop galeria.de rund 160.000 Artikel verfügbar. Dieses Sortiment soll schrittweise vergrößert werden. Durch die enge Verknüpfung des Online-Kanals mit dem Präsenzhandel stärkt unsere Vertriebslinie ihre Position im Wettbewerb. Gleichzeitig

bietet Galeria Kaufhof den Kunden einen Mehrwert. Diese haben die Möglichkeit, die Marke Galeria Kaufhof auf allen Kanälen zu erleben: bequem von zu Hause, mobil via Smartphone oder beim Erlebniseinkauf in der Stadt. Im Berichtsjahr 2013/14 lag der Online-Umsatz von Galeria Kaufhof bei rund 63 Mio. €. Das war ein Plus von 64 Prozent gegenüber 2012/13. Ziel ist, dass das Unternehmen in rund drei Jahren etwa 10 Prozent seiner Erlöse im Internet erzielt.

Lokalisierungsprozess weiter forciert

Galeria Kaufhof hat im Berichtszeitraum insgesamt fünf Filialen umgebaut – bei laufendem Geschäftsbetrieb. Bei den Modernisierungen ging es zum einen darum, die Warenhäuser optisch aufzufrischen und ein neues Ambiente zu gestalten. Zum anderen galt es, die Sortimente gezielt an die jeweils lokale Nachfrage anzupassen. Denn die Beziehung zwischen Kunde, Markt und Wettbewerb, in der sich jede Filiale befindet, ist von Standort zu Standort unterschiedlich. Im Mittelpunkt stehen dabei stets die Kundenwünsche – betrachtet für jedes Geschäftsfeld. Durch diesen Lokalisierungsprozess steigert unsere Vertriebslinie den Mehrwert für ihre Kunden und kann zusätzliches Potenzial an den Standorten heben.

Regelmäßige Analysen stellen sicher, dass Galeria Kaufhof frühzeitig auf die sich ändernden Wettbewerbsbedingungen und das Marktumfeld vor Ort reagieren kann. Auf dieser Basis hat unsere Vertriebslinie 2013 beschlossen, die Filialen Düsseldorf Berliner Allee (Ende 2014), Augsburg (Mitte 2015) und Heilbronn am Wollhaus (Ende 2015) aufzugeben. Die Warenhäuser haben nicht die betriebswirtschaftlichen und strategischen Voraussetzungen, um langfristig profitabel zu sein. Im Berichtszeitraum wurde bereits begonnen, für die betroffenen Mitarbeiter sozial verträgliche Lösungen zu erarbeiten.

In Belgien wird Galeria Inno im November 2014 eine neue Filiale in der Modestadt Hasselt, Region Limburg, eröffnen. Das Warenhaus in bester Innenstadtlage hat eine Verkaufsfläche von mehr als 8.000 Quadratmetern. Damit erhöht sich die Anzahl der Filialen auf 16 Galeria Inno Warenhäuser, mit denen das Unternehmen in allen großen Städten Belgiens präsent ist.

Website für chinesische Kunden

Mit einer neuen Internetpräsenz in chinesischer Sprache unterstreicht unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof ihre hohe Kundenorientierung. Anfang August 2014 startete das Unternehmen die Website galeria.cn. Auf dieser Seite können sich Kunden aus China vor ihrem Besuch in Deutschland und während ihrer Reise über das Unternehmen, seine Marken und Filialen sowie über spezielle Services für internationale Kunden informieren. Mit dem Tax-Free-Service besteht beispielsweise die Möglichkeit, sich die Mehrwertsteuer nach dem Einkauf einfach und unkompliziert erstatten zu lassen. Die chinesischen Gäste sind eine kaufkräftige Klientel. Im Berichtsjahr stieg der Tax-Free-Umsatz, den Chinesen bei Galeria Kaufhof in Deutschland tätigten, um 23 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

Jubiläumsjahr mit vielen Kundenevents

Im Jahr 2014 feiert unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof ihr 135-jähriges Bestehen. Mit der Eröffnung eines kleinen Textilgeschäfts in Stralsund legte der Kaufmann Leonhard Tietz am 14. August 1879 den Grundstein des Unternehmens. Das Warenhaus war zu dieser Zeit eine Innovation. Einmalig waren das Angebot unterschiedlicher Sortimente in einem Haus, die Öffnung des Geschäfts für jeden Kunden, die Festpreise und der Bargeldkauf.

Unter dem Motto „Wir feiern unser Jubiläumsjahr“ überraschte Galeria Kaufhof bundesweit seine Kunden mit vielen Veranstaltungen und Aktionen zum Mitfeiern. So wurden zum Beispiel in einzelnen Filialen überdimensionale Jubiläumstorten angeboten, deren süße Stücke für gemeinnützige Zwecke verkauft wurden. Für acht Traditionsfilialen konzipierte unsere Vertriebslinie außerdem eine Wanderausstellung, die 135 Jahre Unternehmensgeschichte in Form einer unterhaltsamen und interaktiven Zeitreise lebendig werden ließ.

DAS INVESTMENT

2

S. 47	METRO-AKTIE
S. 49	Aktionärsstruktur der METRO AG
S. 49	Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit
S. 50	Dividende und Dividendenpolitik
S. 50	Analystenempfehlungen
S. 50	Investor Relations
S. 52	Was spricht für die METRO-Aktie?

FOKUSMARKT

FRANKREICH



FLÄCHE

543.965 km²

EINWOHNER

64,0 Mio.

WÄHRUNG

Euro [EUR]



Dinan, Frankreich

Alain Colas auf dem Mittelaltermarkt:
Fête des Remparts

BONJOUR!

[bõ .ʒuʁ]

.....> HALLO! <

Mit Blick auf die Fläche ist Frankreich das größte Land der Europäischen Union und eines der bevölkerungsreichsten. Die heimische Volkswirtschaft ist die Nummer fünf weltweit, in Europa ist Frankreich nach Deutschland das wichtigste Industrieland. Säulen der Ökonomie sind die Branchen Luftfahrt, Automobilbau, Energie, Landwirtschaft und Ernährung, Luxusartikel, Pharmazie sowie Chemie und Elektronik. Essen hat für die Franzosen einen hohen Stellenwert. Dementsprechend verzeichnet Frankreich nach der Schweiz die zweitgrößten Pro-Kopf-Ausgaben für Lebensmittel in Europa.

AU REVOIR!

[o .ʁə.vwaʁ]

.....> TSCHÜSS! <



↑
ALAIN COLAS liebt das Mittelalter. In Vergessenheit geratene Gemüsesorten sind seine Spezialität. Von seinem Wissen und seiner Begeisterung können auch die Kunden von METRO Cash & Carry profitieren, denn Alain Colas arbeitet als Assistant Manager in der Obst- und Gemüse-Abteilung des Markts in Saint-Malo.



DATEN & FAKTEN

METRO CASH & CARRY FRANKREICH

Markteintritt

1971

Zentrale

Nanterre

Anzahl
Großmärkte

93

Anzahl
Mitarbeiter

8.559



Mehr über Alain Colas und sein Hobby erfahren Sie in der Publikation „Die Welt von METRO Cash & Carry“ ab Seite 30 oder unter berichte.metrogroup.de/2013-14/metro-welt

METRO-AKTIE

Die Aktie der METRO AG konnte im Geschäftsjahr 2013/14 nicht an die sehr positive Entwicklung des Vorjahres anknüpfen: Der Kurs der Stammaktie gab um 11,0 Prozent nach. Der Branchenindex Dow Jones Euro STOXX Retail entwickelte sich im gleichen Zeitraum ebenfalls rückläufig und sank um 2,7 Prozent. Der Deutsche Aktienindex (DAX) konnte hingegen um 10,2 Prozent zulegen.

Über das Geschäftsjahr 2013/14 betrachtet, war der Kursverlauf der METRO-Aktie von einer hohen Volatilität geprägt. Am 27. November 2013 erreichte der Kurs das Jahreshoch von 37,28 €. Im Januar 2014 geriet die METRO-Aktie allerdings unter Druck, da das Weihnachtsgeschäft für alle Händler hinter den Erwartungen zurückgeblieben war. In den Monaten Februar und März wirkten sich die Währungsturbulenzen in den Schwellenländern sowie die politische Situation in der Ukraine und in Russland belastend auf die Marktstimmung aus. Davon war auch der Verlauf der METRO-Aktie betroffen. Ab Mitte April verbesserte sich der Kurs dann – mit leichten Schwankungen – kontinuierlich. Ein Grund dafür war unter anderem die Erholung der russischen Handelsaktien. Zudem nahm der Markt den Halbjahresbericht 2013/14 der METRO AG positiv auf.

Die schwierige geopolitische Lage in Russland und in der Ukraine trübte die Stimmung ab Anfang Juli merklich ein: Investoren stellten zum einen den möglichen Teilbörsengang von METRO Cash & Carry Russland infrage. Zum anderen kamen Befürchtungen auf, dass wirtschaftliche Sanktionen zu einem Nachfragerückgang in Russland führen könnten, was sich wiederum negativ im Ergebnis der METRO AG bemerkbar machen würde. Die Aktie gab geprägt durch diese Entwicklungen deutlich nach und markierte am 12. August 2014 mit einem Schlusskurs von 25,00 € den tiefsten Kurs des Geschäftsjahres.

Für eine Erholung sorgten die sehr positiven Analystenkommentare, nachdem die METRO AG im August und September zwei Portfoliotransaktionen bekannt gegeben hatte. Dazu gehörte die mit Berli Jucker getroffene Vereinbarung über den Verkauf des METRO Cash & Carry Geschäfts in Vietnam mit einem Gesamttransaktionswert von 655 Mio. €. Anfang September wurde zudem der Verkauf der Beteiligung an Booker gemeldet, der zu einem Cash-Zufluss von umgerechnet 244 Mio. € führte. Überschattet wurden die guten Nachrichten jedoch weiterhin von der geopolitischen Lage in Russland und der Ukraine. Insgesamt konnte sich die METRO-Aktie aber wieder vom Kurstief im August erholen und schloss am Ende des Geschäftsjahres mit einem Kurs von 26,08 €.

Kursentwicklung der METRO-Aktie [%]



Performance-Vergleich der METRO-Stammaktie 2013/14 vs. Dow Jones Euro STOXX Retail vs. DAX

METRO GROUP	Dow Jones Euro STOXX Retail	DAX
-11,0 %	-2,7 %	10,2 %

Quelle: Bloomberg

METRO-Aktie 2012–2013/14

			2012	9M 2013	2013/14
Schlusskurs	Stammaktie	€	21,00	29,30	26,08
	Vorzugsaktie	€	23,05	23,82	20,25
Höchstkurs	Stammaktie	€	31,18	30,00	37,28
	Vorzugsaktie	€	27,50	24,84	29,20
Tiefstkurs	Stammaktie	€	20,05	20,88	25,00
	Vorzugsaktie	€	20,80	21,70	20,09
Ausschüttung	Stammaktie	€	1,00	0,00	0,90 ¹
	Vorzugsaktie	€	1,06	0,00	1,13 ¹
Dividendenrendite auf Schlusskursbasis	Stammaktie	%	4,8	0,0	3,5 ¹
	Vorzugsaktie	%	4,6	0,0	5,6 ¹
Marktkapitalisierung (Mrd.)		€	6,9	9,6	8,5

¹Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses
 Daten auf Basis der Xetra-Schlusskurse
 Quelle: Bloomberg

Daten zur METRO-Aktie

	Stammaktie	Vorzugsaktie
Wertpapierkennnummer	725 750	725 753
ISIN-Code	DE 000 725 750 3	DE 000 725 753 7
Reuters-Kürzel	MEOG.DE	MEOG_p.DE
Bloomberg-Kürzel	MEO GR	MEO3 GR
Anzahl der Aktien	324.109.563	2.677.966

Aktionärsstruktur der METRO AG

Die Hauptanteilseigner der METRO AG sind die Großaktionäre Haniel, Schmidt-Ruthenbeck und Beisheim. Zum 30. September 2014 hielten sie nach den der METRO AG vorliegenden Informationen insgesamt 54,88 Prozent der Stimmrechte. Dabei sind die Gesellschafterstämme Haniel und Schmidt-Ruthenbeck die größten Anteilseigner. Sie hatten zum Bilanzstichtag gemäß den Stimmrechtsmitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG) 45,78 Prozent der Stimmrechte gebündelt. Dem Gesellschafterstamm Beisheim sind gemäß Stimmrechtsmitteilungen 9,10 Prozent der Stimmrechte zuzurechnen.

Zum Ablauf des 31. Oktober 2014 wurde das zwischen den Gesellschafterstämmen Haniel und Schmidt-Ruthenbeck bestehende Stimmrechts-Pooling beendet. Nach den der METRO AG vorliegenden Stimmrechtsmitteilungen der beiden Gesellschafterstämme entfällt zwar weiterhin auf Haniel ein Stimmrechtsanteil in Höhe von 30,01 Prozent und auf Schmidt-Ruthenbeck ein Stimmrechtsanteil in Höhe von 15,77 Prozent; allerdings sind diese Stimmrechtsanteile seit Beendigung der Pool-Verträge nicht mehr nach § 22 Abs. 2 WpHG zusammenzurechnen.

Der Streubesitz der METRO AG in Höhe von 45,12 Prozent verteilt sich auf eine Vielzahl nationaler und internationaler Investoren. Aus den Pflichtmitteilungen von Fondsgesellschaften und weiteren öffentlich verfügbaren Informationen geht hervor, dass bei den institutionellen Anlegern US-amerikanische und britische Investoren den größten Anteil stellen, gefolgt von Anlegern aus Deutschland und Frankreich. Größter institutioneller Aktionär ist gemäß einer am 20. November 2012 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung die Fondsgesellschaft Franklin Mutual Advisers, LLC mit einem Stimm-

rechtsanteil von 3,06 Prozent. Fast gleichauf liegt gemäß einer am 11. September 2014 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung die Fondsgesellschaft Templeton Global Advisors Limited mit einem Stimmrechtsanteil von 3,04 Prozent. Insgesamt halten die zehn größten institutionellen Anleger fast 39 Prozent des Streubesitzes. Zudem sind schätzungsweise rund 70.000 Privatanleger Anteilseigner der METRO AG.

Marktkapitalisierung und Indexzugehörigkeit

Die Marktkapitalisierung der METRO AG entwickelte sich aufgrund der Kursentwicklung rückläufig. Ende September 2014 betrug sie 8,5 Mrd. € gegenüber 9,6 Mrd. € im September 2013. Das Handelsvolumen der METRO-Aktie an der Frankfurter Börse lag im Berichtsjahr börsentäglich bei durchschnittlich rund 1,1 Millionen Aktien (9M 2013: 1,2 Millionen). Ursache für den Rückgang ist, dass der Umsatz an der Börse Frankfurt generell gesunken ist und alternative Handelsplattformen zunehmend an Bedeutung gewinnen. Von der weniger liquiden Vorzugsaktie wurden börsentäglich rund 20.000 Aktien gehandelt (9M 2013: 8.000 Aktien).

Die METRO AG gehört trotz einer Marktkapitalisierung von 8,5 Mrd. € nicht mehr zum Aktienindex DAX 30. Dies ist dadurch bedingt, dass die Deutsche Börse ihrem Regelwerk entsprechend lediglich den Streubesitz für die indexrelevante Marktkapitalisierung zugrunde legt. Bei der METRO AG betrug die Marktkapitalisierung des Streubesitzes Ende September 2014 rund 3,8 Mrd. €.

In der Indexrangliste der Deutschen Börse liegt die Aktie der METRO AG per Ende September 2014 bei der Marktkapitalisierung auf Rang 40 und beim Börsenumsatz auf Rang 30.

Im MDAX gehört die METRO-Aktie nach der Marktkapitalisierung zu den bedeutendsten Werten und hat den höchsten Börsenumsatz. Unverändert ist die METRO AG Mitglied im Branchenindex Dow Jones Euro STOXX Retail.

Im September 2014 ist die METRO AG erneut in die internationale Spitzengruppe der nachhaltig wirtschaftenden Handelsunternehmen zurückgekehrt. Nach mehrjähriger Abwesenheit gehört die METRO AG wieder den Indizes Dow Jones Sustainability World und Dow Jones Sustainability Europe an.

Erstmals in der Geschichte konnte die METRO AG in den FTSE4Good aufsteigen und ist nun Mitglied im FTSE4Good Global und im FTSE4Good Europe. Die beiden britischen Indizes umfassen Unternehmen, die sich durch gute Corporate Social Responsibility und Corporate Governance auszeichnen.

Die Aufnahme in die beiden wichtigsten Indexfamilien der Welt im Bereich Nachhaltigkeit zeigt, dass die METRO GROUP mit den eingeleiteten Maßnahmen für ein nachhaltiges Wirtschaften auf dem richtigen Weg ist.

Dividende und Dividendenpolitik

Die METRO AG beabsichtigt die Ausschüttung einer attraktiven Dividende. Daher wurde eine Dividendenpolitik festgelegt, die zu einer Ausschüttung von 40 bis 50 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren führt.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG schlagen der Hauptversammlung der METRO AG am 20. Februar 2015 daher die Ausschüttung einer Dividende von 0,90 € je Stammaktie und von 1,13 € je Vorzugsaktie vor. In dem Betrag von 1,13 € je Vorzugsaktie ist der nachzuzahlende Betrag in Höhe von 0,17 € aus dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 enthalten.

Auf Basis der Schlusskurse am 30. September 2014 errechnet sich für die Stammaktie eine Dividendenrendite von 3,5 Prozent und für die Vorzugsaktie eine Dividendenrendite von 5,6 Prozent.

Bezogen auf das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren in Höhe von 1,84 € je Stammaktie errechnet sich eine Ausschüttungsquote von 48,9 Prozent.

Analystenempfehlungen

Rund 40 Analysten namhafter nationaler und internationaler Banken beobachten und bewerten die METRO GROUP. Die entsprechenden Empfehlungen und Kursziele veröffentlicht die METRO GROUP auf den Investor-Relations-Seiten im Internet. Zum Ende des Geschäftsjahres 2013/14 empfahlen 45 Prozent (30.9.2013: 30 Prozent) der Analysten den Kauf der METRO-Aktie; 49 Prozent (30.9.2013: 35 Prozent) stuften sie auf Halten und 6 Prozent (30.9.2013: 35 Prozent) sprachen eine Verkaufsempfehlung aus. Der Median der Kursziele ist deutlich angestiegen und lag Ende September 2014 bei 31,00 € im Vergleich zu 24,00 € am 30. September 2013.

Investor Relations

Während des gesamten Jahres steht der Bereich Investor Relations allen Kapitalmarktteilnehmern für umfassende Informationen zur Verfügung. Wir orientieren uns dabei an den Grundsätzen einer zeitgemäßen Kapitalmarktbetreuung. Diese betreffen insbesondere:

- Aktualität: Gewährleistung der Informationsführerschaft
- Kontinuität: Konsistenz in der Außendarstellung
- Glaubwürdigkeit: Weitergabe inhaltlich einwandfreier Informationen
- Gleichbehandlung: Alle Adressaten erhalten zeitlich und inhaltlich die gleichen Informationen

Die festen Termine für die reguläre Berichterstattung setzen den Rahmen für die Kapitalmarktkommunikation. Den Jahresauftakt bildete dabei die Umsatzmeldung für das abgelaufene Geschäftsjahr, die im Oktober 2013 erfolgte. Den Geschäftsbericht mit der Gesamtentwicklung des Rumpfgeschäftsjahres 2013 hat die METRO AG am 12. Dezember 2013 im Rahmen einer Analysten- und Investorenkonferenz vorgestellt. Jeweils etwa einen Monat nach Quartalsende informierte die METRO AG den Kapitalmarkt in einer Telefonkonferenz über den vergangenen Berichtszeitraum. Die Konferenzen können im Internet live verfolgt werden und stehen zusammen mit einer Präsentation auf den Investor-Relations-Seiten der METRO GROUP im Internet zur Verfügung. Die zugehörigen Berichte sind dort ebenfalls zugänglich. Über weitere relevante Ereignisse informieren wir in Form von Investor News.

Für den direkten Dialog mit Aktionären, potenziellen Investoren und Analysten hat der Bereich Investor Relations unser Unternehmen im Geschäftsjahr 2013/14 auf allen wichtigen Finanz-

märkten in Europa und den USA präsentiert. 9 Konferenzen in New York, London, München, Berlin und Paris sowie 15 Roadshow-Tage in 9 Ländern unterstützen die Kapitalmarktkommunikation. Ergänzend dazu konnten sich Analysten und Investoren am Hauptsitz der METRO AG in Düsseldorf im Rahmen von Marktführungen von der Leistungskraft der METRO GROUP überzeugen. Insgesamt gab es nahezu 200 Termine mit mehr als 500 Investoren. Dies belegt das große Interesse an der METRO GROUP.

Eine weitere bedeutende Aktionärsgruppe sind die zahlreichen Privatanleger der METRO AG. Sie stellen die größte Zahl an Investoren. Als zentrale und praktische Anlaufstelle stehen für

sie die Investor-Relations-Seiten der METRO GROUP im Internet zur Verfügung. Der Internetauftritt bietet unter anderem Erläuterungen zur Strategie und zur Geschäftsentwicklung, alle aktuellen Publikationen sowie ein Geschäftsberichtsarchiv, das bis zur Gründung der METRO AG ins Jahr 1996 zurückreicht. Darüber hinaus besteht die Option, direkten Kontakt mit dem Investor-Relations-Bereich aufzunehmen. Bei der jährlichen Hauptversammlung haben alle Aktionäre die Möglichkeit, sich ein Bild von der METRO GROUP zu machen und den Vorstand live zu erleben. Während der Hauptversammlung stehen die Mitarbeiter des Bereichs Investor Relations für Gespräche mit Anlegern bereit.

Was spricht für die METRO-Aktie?

Mit der METRO-Aktie beteiligen sich Aktionäre an der METRO GROUP, einem der größten und internationalsten Handelsunternehmen der Welt, mit

- METRO Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel,
- Media-Saturn – Nummer eins im europäischen Elektrofachhandel,
- Real SB-Warenhäusern – unter den führenden SB-Warenhaus-Betreibern in Deutschland,
- Galeria Kaufhof – Marktführer im Warenhaussegment in Deutschland und Belgien,
- einer Präsenz in 31 Ländern mit herausragenden Marktpositionen in Wachstumsländern und reifen Märkten weltweit,
- umfassender Internetpräsenz mit einer Mehrkanalstrategie, die den Kunden zusätzliche Vorteile bietet,
- Ausrichtung auf profitables Wachstum sowie nachhaltige und konsequente Wertsteigerung,
- hoher Selbstfinanzierungskraft und einer im Sektorvergleich überdurchschnittlichen Kapitalrendite.

Kontakt Investor Relations

METRO AG
Investor Relations
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Tel.: +49 (211) 6886-1051
Fax: +49 (211) 6886-3759
E-Mail: investorrelations@metro.de

DAS GESCHÄFT

3

S. 55	BERICHT DES AUFSICHTSRATS
S. 64	CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT
S. 70	ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT
S. 70	Überblick über das Geschäftsjahr 2013/14 und Prognose
S. 72	1. Geschäftsmodell des Konzerns
S. 75	2. Steuerungssystem
S. 77	3. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen
S. 82	4. Ertragslage
S. 94	5. Finanz- und Vermögenslage
S. 102	6. Mitarbeiter
S. 114	7. Innovationsmanagement
S. 117	8. Nachhaltigkeitsmanagement
S. 125	9. Vergütungsbericht
S. 135	10. Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands
S. 141	11. Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sowie erläuternder Bericht des Vorstands
S. 145	12. Risiko- und Chancenbericht
S. 163	13. Nachtrags- und Prognosebericht
S. 168	14. Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)
S. 173	KONZERNABSCHLUSS
S. 174	Gewinn- und Verlustrechnung
S. 175	Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
S. 176	Bilanz
S. 178	Eigenkapitalentwicklung
S. 180	Kapitalflussrechnung
S. 181	ANHANG
S. 182	Segmentberichterstattung
S. 317	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
S. 318	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers



DATEN & FAKTEN

**MAKRO CASH & CARRY
POLEN**

Markteintritt
1994

Zentrale
Warschau

Anzahl Großmärkte	Anzahl Mitarbeiter
41	6.147

FOKUSMARKT

POLEN



FLÄCHE

312.679 km²

EINWOHNER

38,5 Mio.

WÄHRUNG

Polnischer Złoty
[PLN]



Zakopane, Polen

Justyna Kuźma auf
dem Kasprowy Wierch in der
Hohen Tatra

DZIEŃ DOBRY!

[d̥ zɛɲ 'dɔbɾi]

.....> HALLO! <

Mit einer Größe von knapp 313.000 Quadratkilometern ist Polen das sechstgrößte Land der Europäischen Union. Rund 38,5 Millionen Einwohner bilden den drittgrößten Konsumentenmarkt in Osteuropa. Die polnische Wirtschaft hat seit der demokratischen Wende eine bemerkenswerte Entwicklung durchlaufen. Die Regierung setzt einen Liberalisierungs- und Deregulierungskurs fort, der die Privatisierung staatlicher Unternehmen einschließt. Für ausländische Unternehmen ist das Land deshalb heute ein wichtiger Absatzmarkt und Produktionsstandort. In den vergangenen Jahren verzeichnete Polen durchgängig ein positives Wachstum.

DO WIDZENIA!

[dɔ'vʲi'dzɛɲa]

.....> TSCHÜSS! <



Mehr über Justyna Kuźma und ihr Hobby erfahren Sie in der Publikation „Die Welt von METRO Cash & Carry“ ab Seite 42 oder unter berichte.metrogroup.de/2013-14/metro-welt

JUSTYNA KUŹMAS große Leidenschaft ist Vögel beobachten und fotografieren. Ein scharfer Blick und höchste Präzision bestimmen auch ihren Arbeitsalltag im Marketing der Zentrale von MAKRO Cash & Carry Polen in Warschau.



BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sole geschätzte Aktionärinnen und Aktionäre,

.....
Düsseldorf,
10. Dezember 2014

die Weltwirtschaft hat im Zeitraum Oktober 2013 bis September 2014 allenfalls leicht an Dynamik gewonnen. Insgesamt fiel die Erholung nach zwei wirtschaftlich schwachen Jahren aber weiter verhalten aus, mit nur wenigen Impulsen für den Handel. Die Entwicklung der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2013/14 fand somit keine nennenswerte konjunkturelle Unterstützung. Umso deutlicher unterstreicht das Umsatzwachstum im Berichtszeitraum die erzielten Erfolge bei der Neuausrichtung des Konzerns: Bereinigt um Portfolio- und Wechselkurseffekte konnte die METRO GROUP ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 um 1,3 Prozent steigern. Auch der flächenbereinigte Umsatz legte wieder leicht um 0,1 Prozent zu – nach einem Minus von 1,3 Prozent im Vorjahr. Diese erfreuliche Entwicklung ist ein deutlicher Indikator dafür, dass die vom Vorstand initiierten Maßnahmen und Zukunftsinvestitionen ihre Wirksamkeit entfalten.

Wir, die Mitglieder des Aufsichtsrats der METRO AG, haben sowohl die Weiterentwicklung der Geschäftsmodelle im Konzern als auch die strategischen Portfolioentscheidungen im Berichtszeitraum intensiv begleitet und durch unsere Entscheidungen aktiv unterstützt. Die Planungen und Entscheidungen des Vorstands fanden unsere ungeteilte Zustimmung.

Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der METRO GROUP, die die getroffenen Entscheidungen mit großem Einsatz, Leidenschaft und unternehmerischem Geist umgesetzt haben, gilt unser besonderer Dank.

Beratung und Überwachung der Geschäftsführung

Der Aufsichtsrat nahm auch im Geschäftsjahr 2013/14 die ihm nach Gesetz und Satzung obliegenden Aufgaben wahr. Wir haben den Vorstand bei der Leitung der METRO AG und des Konzerns ausführlich beraten und die Geschäftsführung kontinuierlich überwacht. Der Vorstand ist seinen Informationspflichten nachgekommen und hat uns regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über alle wesentlichen Entwicklungen der METRO GROUP unterrichtet. Die Berichterstattung des Vorstands beinhaltete insbesondere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, die Rentabilität des Unternehmens, die laufende Geschäftsentwicklung sowie Geschäfte von erheblicher Bedeutung. Der Aufsichtsrat hat alle ihm unterbreiteten Berichte und Unterlagen im gebotenen Maß erörtert und geprüft. Es gab keine Zweifel an der Recht-, Zweck- und Ordnungsmäßigkeit der Vorstandstätigkeit. Zu einzelnen Geschäftsvorfällen haben wir unsere Zustimmung erteilt, soweit dies nach Gesetz, Satzung oder selbst getroffenen Regelungen notwendig war. Vom Einsichts- und Prüfungsrecht des Aufsichtsrats nach § 111 Abs. 2 Satz 1 und 2 Aktiengesetz (AktG) haben wir nicht Gebrauch gemacht, da es keine klärungsbedürftigen Sachverhalte gab.



FRANZ M. HANIEL

Vorsitzender des Aufsichtsrats

Kurzprofil: Franz M. Haniel ist seit November 2011 Vorsitzender des Aufsichtsrats der METRO AG und hatte dieses Amt zuvor bereits von November 2007 bis Mai 2010 inne. Er wurde 1955 in Oberhausen geboren, ist Diplom-Ingenieur für Maschinenbau und hat einen MBA an der internationalen Hochschule INSEAD erworben. Er arbeitete zunächst als Berater für das Unternehmen Booz Allen Hamilton, bevor er 1986 in die Beteiligungsfirmen der Familie Quandt eintrat. Im Jahr 2000 wechselte er als Geschäftsführer zu Giesecke & Devrient, einem Hersteller von Banknoten, Sicherheitsdokumenten und Ausweispapieren. Seit 2003 ist er Vorsitzender des Aufsichtsrats der Franz Haniel & Cie. GmbH.

Informationen zu den weiteren Mitgliedern des Aufsichtsrats sind auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Aufsichtsrat abrufbar.

Im Geschäftsjahr 2013/14 fanden neun Aufsichtsratssitzungen statt, wovon zwei außerordentlich einberufen worden waren. Vier Beschlussfassungen des Aufsichtsrats erfolgten außerhalb einer Sitzung. In meiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender stand ich fortwährend in engem Kontakt mit dem Vorsitzenden des Vorstands und habe mit ihm bedeutende Geschäftsvorfälle und anstehende Entscheidungen in regelmäßigen Einzelgesprächen erörtert.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt einen Vermerk in diesem Bericht, wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats in einem Geschäftsjahr an weniger als der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats teilgenommen hat. Baroness Lucy Neville-Rolfe legte ihr Amt mit Schreiben vom 18. Juli 2014 nieder und nahm vor diesem Hintergrund nicht an der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats der METRO AG im Berichtszeitraum teil. Von dieser Ausnahme abgesehen nahm kein Mitglied an weniger als der Hälfte der Sitzungen teil.

Interessenkonflikte von Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern, die dem Aufsichtsrat gegenüber offenzulegen sind, sind im Geschäftsjahr 2013/14 nicht aufgetreten. Ein Mitglied des Aufsichtsrats hat das Gremium darüber informiert, dass es eine Beratungstätigkeit für Dritte in Betracht zieht, aus der künftig in Einzelfällen Interessenkonflikte entstehen könnten. Eine konkrete Gefährdung des Unternehmensinteresses lag nicht vor. Das betroffene Aufsichtsratsmitglied hat vorsorglich angekündigt, an etwaigen künftigen konfliktbefahenen Beratungen und Abstimmungen im Aufsichtsrat nicht teilnehmen zu wollen.

Wesentliche Inhalte der Aufsichtsratssitzungen und -beschlüsse im Jahresüberblick

Oktober 2013 – In der ersten Sitzung des Geschäftsjahres 2013/14 beschloss der Aufsichtsrat, Herrn Heiko Hutmacher für den Zeitraum vom 1. Oktober 2014 bis zum 30. September 2017 erneut zum Mitglied des Vorstands der METRO AG und zum Arbeitsdirektor zu bestellen. Ferner stimmten wir dem Dienstvertrag zwischen Herrn Hutmacher und der METRO AG für diese Amtsperiode zu. Weitere Schwerpunkte bildeten der Bericht des Vorstands über die Geschäftsentwicklung und die Governance-Funktionen im Konzern, insbesondere das Risikomanagement, die internen Kontrollsysteme sowie das Compliance-System. In der Aufsichtsratssitzung im Oktober 2013 überprüften wir schließlich auch die Effizienz unserer Gremienarbeit. Die Grundlage der Effizienzprüfung bildete ein unternehmensintern erstellter Fragebogen.

Dezember 2013 – Schwerpunkte unserer Bilanzsitzung am 10. Dezember 2013 waren der Jahres- und Konzernabschluss des abgelaufenen Rumpfgeschäftsjahres 2013, der zusammengefasste Lagebericht der METRO AG und des Konzerns 2013, der Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2014 für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie der Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2013. An der Erörterung nahm der Abschlussprüfer teil und berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der durchgeführten Prüfungen. Ein zusätzlicher Schwerpunkt der Sitzung lag auf der Beschlussfassung über eine neue variable Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung für die Mitglieder des Vorstands. Die neue Vergütungskomponente wurde im Februar 2014 der Hauptversammlung vorgestellt und von dieser mit sehr großer Mehrheit gebilligt. Weitere Themen der Aufsichtsratssitzung im Dezember 2013 waren der Bericht des Aufsichtsrats und der Corporate-Governance-Bericht für das Rumpfgeschäftsjahr 2013, die Vorbereitung der Hauptversammlung 2014, die aktuelle Entwicklung des Geschäfts, einzelner Projekte und rechtlicher Themen sowie der Spendenbericht des Vorstands. Vorbehaltlich der Prüferwahl durch die Hauptversammlung 2014 beschlossen wir die Prüfungsaufträge für den Jahres- und Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht sowie den Abhängigkeitsbericht für das am 30. September 2014 endende Geschäftsjahr. Ebenfalls vorbehaltlich der Prüferwahl verabschiedeten wir schließlich auch bereits den Auftrag für die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses zum 31. März 2014 und des Konzernzwischenlageberichts für den Zeitraum vom 1. Oktober 2013 bis zum 31. März 2014.

Januar 2014 – In dieser außerordentlich einberufenen telefonischen Sitzung bestellten wir Herrn Mark Frese für den Zeitraum vom 1. Januar 2015 bis zum 31. Dezember 2017 erneut zum Mitglied des Vorstands der METRO AG und beschlossen seinen Dienstvertrag für diese Amtszeit. Ferner befassten wir uns intensiv mit den Planungen des Vorstands für eine Börsennotiz von Minderheitsanteilen an METRO Cash & Carry Russland und stimmten den diesbezüglichen Beschlussvorschlägen zu. In den darauffolgenden Monaten verschlechterte sich das Marktumfeld für eine Börsennotiz im Zuge der politischen Entwicklung in der Ukraine und in Russland deutlich. Die Planungen ruhen daher derzeit.

Februar 2014 – In einer Sitzung unmittelbar vor Beginn der Hauptversammlung am 12. Februar 2014 befassten wir uns mit der erfolgsabhängigen Vorstandsvergütung für das Rumpfgeschäftsjahr 2013. Um die individuelle Leistungsbezogenheit der Vorstandsvergütung sicherzustellen, behalten wir uns generell das Recht vor, die jährliche erfolgsabhängige Vergütung individuell nach unserem Ermessen um bis zu 30 Prozent zu reduzieren oder um bis zu 30 Prozent zu erhöhen. Die notwendige Entscheidung, wie diese

.....

Ermessensspielräume für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 genutzt werden, erfolgte durch einen Beschluss des Aufsichtsrats. Darüber hinaus erörterten wir zukunftsgerichtet die wesentlichen Kriterien für die Ermessensausübung nach dem Ende des laufenden Geschäftsjahres 2013/14. Der Vorstand berichtete über die aktuelle Geschäftsentwicklung und ein geplantes Immobilienprojekt. Vorsorglich fasste der Aufsichtsrat ferner einen Beschluss über die Bevollmächtigung einer Rechtsanwaltssozietät im Zusammenhang mit etwaigen Anfechtungs- und/oder Nichtigkeitsklagen gegen Beschlüsse der Hauptversammlung 2014.

In einem schriftlichen Verfahren im unmittelbaren Anschluss an die Hauptversammlung wählte der Aufsichtsrat erneut Herrn Dr. Fredy Raas zum Mitglied des Bilanz- und Prüfungsausschusses. Diese Wiederwahl war erforderlich, nachdem seine Mitgliedschaft im Aufsichtsrat mit Ablauf der Hauptversammlung am 12. Februar 2014 zunächst endete und noch am gleichen Tag durch die Wahl der Hauptversammlung neu begann.

April 2014 – In dieser Sitzung stimmten wir der Entsendung von Herrn Pieter Haas in die Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH zu und entbanden ihn für die Dauer der Entsendung von allen über die Vertriebslinie Media-Saturn hinaus bestehenden Zuständigkeiten im Vorstand der METRO AG. Den Geschäftsverteilungsplan des Vorstands passten wir entsprechend an. Weiterhin stimmten wir dem Kauf einer Rückdeckungsversicherung zur Absicherung von Risiken aus Pensionsverpflichtungen im Ausland sowie dem Rückerwerb eines Immobilienportfolios zu. Der Vorstand berichtete über die aktuelle Geschäftsentwicklung, den aktuellen Stand der Planungen für eine Börsennotiz von Minderheitsanteilen an METRO Cash & Carry Russland sowie verschiedene aktuelle Projekte und Entwicklungen. Der Vorstand stellte weiterhin zwei Projekte vor, die im Mai 2014 Gegenstand von Beschlussfassungen des Aufsichtsrats außerhalb einer Sitzung wurden.

Mai 2014 – Außerhalb einer Sitzung stimmten wir der Veräußerung eines mittelbar durch die METRO AG gehaltenen Anteils an der Booker Group PLC sowie dem Erwerb von drei durch die Vertriebslinie Real genutzten Immobilien zu.

Juni 2014 – Ebenfalls außerhalb einer Sitzung stimmte der Aufsichtsrat dem bereits im Rahmen der Februar-Sitzung vorgestellten Verkauf von Teilen der von Konzerngesellschaften genutzten Immobilien in Düsseldorf sowie der anschließenden Anmietung der Objekte zu.

Juli 2014 – Auch im Geschäftsjahr 2013/14 fanden im Juli zwei Aufsichtsratssitzungen statt. Dies ist eine bewährte Praxis, um der Erörterung strategischer Themen mit dem Vorstand genügend Raum zu geben. Beide Sitzungen fanden an aufeinanderfolgenden Tagen in Paris, Frankreich, statt. Im Mittelpunkt der ersten Sitzung stand die Strategie für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry mit besonderem Fokus auf Frankreich. Weitere Themen der ersten Sitzung waren makroökonomische Rahmenbedingungen, die aktuelle Geschäftsentwicklung der METRO GROUP sowie die strategischen Prioritäten im Konzern. Im Anschluss an diese Sitzung hatten wir die Möglichkeit, gemeinsam mit dem Vorstand und Führungskräften des Konzerns zwei Standorte der Vertriebslinie METRO Cash & Carry in Paris zu besichtigen, um die dort entwickelten marktspezifischen Konzepte kennenzulernen. Zu den Themen der zweiten Aufsichtsratssitzung zählten die Strategie für Media-Saturn unter besonderer Berücksichtigung des Dialogs mit dem Minderheitsgesellschafter sowie die strategischen Aufgaben im Bereich Human Resources einschließlich der langfristigen Nachfolgeplanung für verschiedene Ebenen des Konzerns. Im weiteren Verlauf der zweiten Sitzung beschloss der Aufsichtsrat eine neue Dienstwagenregelung für die Mitglieder des Vorstands, erhielt

.....

Informationen über wesentliche Gesetzesnovellen und stimmte der Beauftragung eines Dienstleisters zu, der die Nachfolgeplanung für die Vertreter der Aktionäre unterstützen soll. Schließlich informierte uns der Vorstand über die geplante Veräußerung des Geschäfts von METRO Cash & Carry Vietnam.

August 2014 – In einer außerordentlich einberufenen telefonischen Sitzung stimmten wir der Veräußerung des operativen Geschäfts von METRO Cash & Carry Vietnam inklusive des damit verbundenen Immobilienportfolios zu.

September 2014 – Am 24. September 2014 beschlossen wir, Herrn Olaf Koch für den Zeitraum vom 14. September 2015 bis zum 13. September 2018 erneut zum Mitglied des Vorstands der METRO AG zu bestellen und zum Vorstandsvorsitzenden zu ernennen. Darüber hinaus stimmten wir dem Abschluss eines Dienstvertrags zwischen Herrn Koch und der METRO AG für diesen Zeitraum zu. Der Vorstand informierte uns über die aktuelle Geschäftsentwicklung. Der vom Vorstand vorgelegten Budgetplanung stimmten wir zu. Weitere Beschlüsse betrafen die jährliche Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sowie die Aktualisierung von Geschäftsordnungen und Zielsetzungen für die Besetzung des Aufsichtsrats und des Vorstands. Der Aufsichtsrat befasste sich im September des Weiteren eingehend mit den Governance-Funktionen im Konzern (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance) sowie mit weiteren Personalangelegenheiten des Vorstands und ließ sich über den aktuellen Stand der Rechtsstreitigkeiten mit dem Minderheitsgesellschafter der Media-Saturn-Holding GmbH berichten. Schließlich wählten wir Herrn Dr. Florian Funck zum Mitglied des Bilanz- und Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats. Diese Ergänzungswahl war notwendig geworden, nachdem ich auf die persönliche Inanspruchnahme des dem Aufsichtsratsvorsitzenden vorbehaltenen Ausschusssitzes verzichtet hatte.

Die Arbeit der Ausschüsse

Zur effizienten Wahrnehmung seiner Aufgaben hat der Aufsichtsrat fünf Ausschüsse gebildet: Aufsichtsratspräsidium, Personalausschuss, Bilanz- und Prüfungsausschuss, Nominierungsausschuss sowie Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG. Die Ausschüsse bereiten Beschlüsse und Erörterungen des Aufsichtsrats vor. Darüber hinaus wurden innerhalb des gesetzlichen Rahmens Entscheidungszuständigkeiten auf einzelne Ausschüsse übertragen. Eine detaillierte Beschreibung der Arbeitsweise der Ausschüsse ist in der jährlichen Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB enthalten. Sie ist auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar. Den Vorsitz in allen Ausschüssen mit Ausnahme des Bilanz- und Prüfungsausschusses führe ich als Aufsichtsratsvorsitzender. Über die Inhalte und Ergebnisse der Ausschusssitzungen wird im Aufsichtsrat jeweils zeitnah berichtet. Derzeit setzen sich die Ausschüsse des Aufsichtsrats wie folgt zusammen:

— **Aufsichtsratspräsidium:**

Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender), Dr. Wulf H. Bernotat, Uwe Hoepfel

— **Personalausschuss:**

Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender), Dr. Wulf H. Bernotat, Uwe Hoepfel

— **Bilanz- und Prüfungsausschuss:**

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender), Dr. Florian Funck, Rainer Kuschewski, Dr. Fredy Raas, Xaver Schiller

— **Nominierungsausschuss:**

Franz M. Haniel (Vorsitzender), Jürgen Fitschen, Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

— **Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG:**

Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender), Uwe Hoepfel,
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Stand: 10. Dezember 2014

Bilanz- und Prüfungsausschuss – Die Aufgaben des Bilanz- und Prüfungsausschusses umfassen vor allem Fragen der Rechnungslegung und Abschlussprüfung sowie die Überwachung der Governance-Funktionen (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance). Im Geschäftsjahr 2013/14 fanden acht Sitzungen statt. Der Vorsitzende des Vorstands und der Finanzvorstand nahmen an allen Sitzungen teil. Zu ausgewählten Tagesordnungspunkten wurden der Abschlussprüfer sowie Führungskräfte der zuständigen Fachbereiche der METRO AG hinzugezogen.

Der Bilanz- und Prüfungsausschuss bereitete die Bilanzsitzung des Aufsichtsrats im Dezember 2013 vor und prüfte den Jahres- und Konzernabschluss für das Rumpfgeschäftsjahr 2013, den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns 2013 sowie den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen. In Anwesenheit des Abschlussprüfers erörterte das Gremium ferner die Ergebnisse der Abschlussprüfungen. Auf dieser Grundlage sprach der Bilanz- und Prüfungsausschuss nach eingehender Erörterung konkrete Beschlussempfehlungen an den Aufsichtsrat aus; dazu zählte insbesondere, den Jahres- und Konzernabschluss für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 zu billigen und sich dem Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2014 für die Verwendung des Bilanzgewinns anzuschließen.

Ein weiterer Schwerpunkt der Ausschussarbeit war es, die Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2013/14 durch die Hauptversammlung und die zur Umsetzung des Wahlbeschlusses durch den Aufsichtsrat zu erteilenden Prüfungsaufträge vorzubereiten. Jeweils vor der Veröffentlichung erörterten die Mitglieder des Bilanz- und Prüfungsausschusses die Quartalsfinanzberichte sowie den Halbjahresfinanzbericht des Geschäftsjahres 2013/14. Weitere Themen der Ausschussarbeit waren die Budgetplanung des Vorstands, die Prüfungsplanung des gewählten Abschlussprüfers, die Planungen für eine Börsennotiz von Minderheitsanteilen an METRO Cash & Carry Russland und die Governance-Funktionen im Konzern (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance). Der Ausschuss informierte sich ferner über die Weiterentwicklung internationaler Rechnungslegungsstandards und erörterte den Stand einer Stichprobenprüfung der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung, die Aktualisierung von Geschäftsordnungen sowie Zielsetzungen für die Besetzung des Aufsichtsrats und des Vorstands. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss befasste sich auch mit der Konzernsteuerplanung sowie der Vergabe von Spenden und ließ sich wiederholt über wesentliche rechtliche Themen berichten. Hierzu zählten beispielsweise die Steuerung und der Sachstand von Kartellverfahren, der Stand und die Implikationen einer Anfechtungsklage gegen einen Beschluss der Hauptversammlung 2013 sowie die Auseinandersetzungen mit dem Minderheitsgesellschafter der Media-Saturn-Holding GmbH. Schließlich führte der Ausschuss im Berichtszeitraum auf Basis eines unternehmensintern erstellten Fragebogens eine Effizienzprüfung durch und bereitete die jüngste Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG vor.

Personalausschuss – Der Personalausschuss befasst sich im Wesentlichen mit den Personalangelegenheiten des Vorstands. Im Geschäftsjahr 2013/14 fanden fünf Ausschusssitzungen statt, davon vier gemeinsam

mit dem Aufsichtsratspräsidium. Ein Beschluss wurde außerhalb einer Sitzung gefasst. Der Personalausschuss erörterte die Zusammensetzung des Vorstands, seinen Geschäftsverteilungsplan sowie dienstvertragliche und weitere personelle Angelegenheiten und bereitete die entsprechenden Entscheidungen des Aufsichtsrats im Berichtszeitraum vor. Hierzu zählten insbesondere die erneute Bestellung der Herren Heiko Hutmacher, Mark Frese und Olaf Koch zu Mitgliedern des Vorstands, die wiederholte Ernennung von Herrn Olaf Koch zum Vorstandsvorsitzenden sowie die jeweiligen neuen Dienstverträge. Ferner hat der Ausschuss sich auch im Geschäftsjahr 2013/14 mehrfach mit den individuellen Zielsetzungen der Mitglieder des Vorstands befasst. Die Zielerreichung ist ein wichtiges Kriterium für die Ausübung von Ermessensspielräumen zur Festlegung der jährlichen erfolgsabhängigen Vorstandsvergütung durch den Aufsichtsrat. Weitere wesentliche Themen der Ausschussarbeit waren die Vorbereitung der Beschlussfassung des Aufsichtsrats über eine neue variable Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung und die langfristige Nachfolgeplanung für den Vorstand. Schließlich diskutierte der Personalausschuss die im Berichtszeitraum erfolgte Aktualisierung von Geschäftsordnungen sowie Zielsetzungen für die Besetzung des Aufsichtsrats und des Vorstands. Turnusgemäß befasste sich der Ausschuss auch mit der Prüfung von Aufwendungen auf Basis der für den Vorstand geltenden Reisekostengrundsätze.

Aufsichtsratspräsidium – Das Aufsichtsratspräsidium befasst sich mit der Überwachung der Einhaltung von Rechtsvorschriften und der Anwendung des Deutschen Corporate Governance Kodex. Bis zu einer Änderung seines Aufgabenbereichs im September 2014 war es darüber hinaus auch für strategische Themen zuständig. Unter Beachtung von § 107 Abs. 3 Satz 3 AktG beschließt das Präsidium über eilige Angelegenheiten und solche, die ihm der Aufsichtsrat zur Beschlussfassung übertragen hat. Im Geschäftsjahr 2013/14 tagte das Aufsichtsratspräsidium viermal, jeweils gemeinsam mit dem Personalausschuss. Im Zuge der gemeinsamen Beratungen mit dem Personalausschuss erörterte das Präsidium strategische Aspekte der Incentivierung und der Nachfolgeplanung für den Vorstand. Weitere wesentliche Themen des Präsidiums waren die Corporate Governance der METRO GROUP einschließlich des Corporate-Governance-Berichts für das Rumpfgeschäftsjahr und die Vorbereitung der jüngsten Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG. Beschlussfassungen über eilige oder durch den Aufsichtsrat übertragene Angelegenheiten waren nicht erforderlich.

Nominierungsausschuss – Aufgabe des Nominierungsausschusses ist es, dem Aufsichtsrat geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung zu nennen. Im Geschäftsjahr 2013/14 fand eine telefonische Sitzung des Nominierungsausschusses statt. Der Nominierungsausschuss empfahl dem Aufsichtsrat, der Beauftragung eines externen Beraters zuzustimmen, der die Nachfolgeplanung mit Blick auf die Vertreter der Aktionäre im Aufsichtsrat unterstützt.

Vermittlungsausschuss – Der Vermittlungsausschuss erarbeitet Vorschläge für die Bestellung oder Abberufung von Mitgliedern des Vorstands in den nach § 31 MitbestG vorgesehenen Fällen. Eine Sitzung des Vermittlungsausschusses war auch im Geschäftsjahr 2013/14 nicht erforderlich.

Corporate Governance

Über die Corporate Governance der METRO GROUP berichten Vorstand und Aufsichtsrat im Corporate-Governance-Bericht für das Geschäftsjahr 2013/14. Der Bericht wird zusammen mit der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB auch auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance veröffentlicht.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben ihre jüngste Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG im September 2014 abgegeben und den Aktionären auf der Website www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht. Die Erklärung ist ferner im Corporate-Governance-Bericht 2013/14 vollständig wiedergegeben.

Jahres- und Konzernabschluss, Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen

Den vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellten Jahresabschluss der METRO AG für das Geschäftsjahr 2013/14 unter Einbeziehung der Buchführung, den von der METRO AG nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind – aufgestellten Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2013/14 hat die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Abschlussprüfer berichtete schriftlich über das Ergebnis der Prüfung.

Wir, der Aufsichtsrat, haben den Jahresabschluss der METRO AG und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013/14, den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2013/14 sowie den Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2015 für die Verwendung des Bilanzgewinns geprüft. Diese Unterlagen sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers wurden uns hierfür rechtzeitig vorgelegt und in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 10. Dezember 2014 eingehend erörtert und geprüft. Der an der Sitzung teilnehmende Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand uns auch in Abwesenheit des Vorstands für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Wesentliche Schwächen des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, lagen nach Einschätzung des Prüfers nicht vor. Der Prüfer informierte auch über Leistungen, die er zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbracht hat. Umstände, nach denen die Besorgnis der Befangenheit bestehen könnte, lagen nach Information des Abschlussprüfers nicht vor. Wir haben uns dem Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers angeschlossen und auf der Grundlage unserer eigenen Prüfung festgestellt, dass Einwendungen nicht zu erheben sind. Wir teilen insbesondere die im zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns enthaltenen Beurteilungen des Vorstands und haben die vom Vorstand aufgestellten Abschlüsse gebilligt, womit der Jahresabschluss der METRO AG festgestellt worden ist. Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns haben wir uns nach sorgfältiger Abwägung der zu berücksichtigenden Interessen angeschlossen.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der METRO AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2013/14 (kurz „Abhängigkeitsbericht“) erstellt. Der Abschlussprüfer hat diesen Bericht geprüft, über das Ergebnis der Prüfung schriftlich berichtet und folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

1. die tatsächlichen Angaben des Berichts richtig sind,
2. bei den im Bericht aufgeführten Rechtsgeschäften die Leistung der Gesellschaft nicht unangemessen hoch war,
3. bei den im Bericht aufgeführten Maßnahmen keine Umstände für eine wesentlich andere Beurteilung als die durch den Vorstand sprechen.“

Der Abhängigkeitsbericht lag uns zusammen mit dem Prüfungsbericht des Abschlussprüfers rechtzeitig vor und wurde in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 10. Dezember 2014 eingehend erörtert sowie insbesondere auf Vollständigkeit und Richtigkeit überprüft. Der an der Bilanzsitzung teilnehmende Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung des Abhängigkeitsberichts und stand uns auch in Abwesenheit des Vorstands für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Wir haben uns dem Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers angeschlossen und als Ergebnis unserer eigenen Prüfung abschließend festgestellt, dass keine Einwendungen gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Abhängigkeitsberichts zu erheben sind.

Die vorstehend beschriebenen Prüfungen der Abschlussunterlagen durch den Aufsichtsrat sind durch seinen Bilanz- und Prüfungsausschuss in dessen Sitzung am 8. Dezember 2014 intensiv vorbereitet worden. Der Abschlussprüfer nahm auch an dieser Ausschusssitzung teil, erläuterte seine wesentlichen Prüfungsergebnisse und stand für Fragen zur Verfügung. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss empfahl dem Aufsichtsrat, die durch den Vorstand aufgestellten Abschlüsse zu billigen und sich dem Gewinnverwendungsvorschlag anzuschließen.

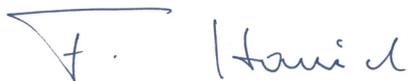
Personalia

Durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf trat im Juli 2013 Herr Dr. Fredy Raas in den Aufsichtsrat ein. Plangemäß endete seine gerichtliche Bestellung mit Ablauf der Hauptversammlung der METRO AG am 12. Februar 2014. Am gleichen Tag trat Herr Dr. Raas durch Wahl der Hauptversammlung in eine neue Amtsperiode ein.

Baroness Lucy Neville-Rolfe wurde im Geschäftsjahr 2013/14 zur parlamentarischen Staatssekretärin im britischen Ministerium für Wirtschaft, Innovation und berufliche Bildung ernannt und musste in der Folge ihr Aufsichtsratsmandat bei der METRO AG mit Wirkung zum 18. August 2014 niederlegen. Der Aufsichtsrat gratulierte Baroness Neville-Rolfe zu ihrem Regierungsamt und dankte ihr für die engagierte, von fundierter Handelsexpertise geprägte Arbeit für die METRO AG. Als Nachfolgerin trat durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf am 9. Dezember 2014 Frau Gwyn Burr in den Aufsichtsrat ein.

Düsseldorf, 10. Dezember 2014

Der Aufsichtsrat



FRANZ M. HANIEL

Vorsitzender

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT

Gemäß der Empfehlung in Ziffer 3.10 des Deutschen Corporate Governance Kodex berichten Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG nachfolgend über die Corporate Governance der METRO GROUP.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG sind den Grundsätzen einer transparenten, verantwortungsvollen Unternehmensführung und -kontrolle verpflichtet. Sie messen den Standards guter Corporate Governance einen hohen Stellenwert bei. Die freiwillige Bindung an den Deutschen Corporate Governance Kodex wird durch nachfolgende Festlegung in den Geschäftsordnungen der Organe gestärkt:

„Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG richten ihr Handeln an den jeweils gültigen Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex aus und weichen von den Empfehlungen des Kodex nur in begründeten Ausnahmefällen ab. Besteht im Vorstand oder Aufsichtsrat die Absicht, von einer Empfehlung abzuweichen, unterrichten die Organe sich zuvor über das geplante Vorgehen.“

Umsetzung des Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben sich im Geschäftsjahr 2013/14 eingehend mit der Erfüllung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst und im September 2014¹ gemeinsam die nachfolgende Erklärung gemäß § 161 AktG abgegeben:

„Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG erklären,

dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil

¹ Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben nach der Beschlussfassung über diesen Corporate-Governance-Bericht eine neue Erklärung gemäß § 161 AktG abgegeben; diese ist auf der Website www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich.

des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der ‚Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex‘ in der Fassung vom 13. Mai 2013 seit Abgabe der letzten Entsprechenserklärung im September 2013 ohne Ausnahme entsprochen wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen, den Empfehlungen der Regierungskommission in ihrer Fassung vom 13. Mai 2013 auch zukünftig ohne Ausnahme zu entsprechen.“

Diese und die vorangegangenen Erklärungen gemäß § 161 AktG der letzten fünf Jahre macht die METRO AG ihren Aktionären auf der Website www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex enthält zusätzlich zu den Empfehlungen auch Anregungen, zu deren Umsetzung börsennotierte Gesellschaften Stellung nehmen sollten, aber nicht müssen. Die METRO AG folgt der ganz überwiegenden Anzahl von Kodex-Anregungen. Im Geschäftsjahr 2013/14 hat das Unternehmen lediglich eine Anregung nicht vollständig umgesetzt:

Ziffer 2.3.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex regt an, den Aktionären die Verfolgung der Hauptversammlung über moderne Kommunikationsmedien wie das Internet zu ermöglichen. Die METRO AG hat sich im Geschäftsjahr 2013/14 – wie in den Vorjahren – darauf beschränkt, die Rede des Vorstandsvorsitzenden zu übertragen. Diese Praxis soll fortgesetzt werden.

Aufgaben- und Verantwortungsteilung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

Ein wesentliches Element der Corporate Governance deutscher Aktiengesellschaften ist die Trennung von Unternehmensführung und Unternehmenskontrolle. Aufgaben und Verantwortung sind zwischen Vorstand und Aufsichtsrat klar verteilt.

Der Vorstand der METRO AG, dem vier Mitglieder angehören, leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung. Zu den wesentlichen Führungsaufgaben des Vorstands zählen die Festlegung der Unternehmensziele und der strategischen Ausrichtung des Konzerns, dessen Steuerung und Überwachung sowie die Unternehmensplanung. Darüber hinaus sichert der Vorstand die Verfügbarkeit von Investitionsmitteln, entscheidet über deren Vergabe innerhalb des Konzerns und trägt Verantwortung für die Gewinnung und Betreuung hoch qualifizierter Führungskräfte.

Der Aufsichtsrat der METRO AG setzt sich gemäß den Regelungen des Mitbestimmungsgesetzes, des Aktiengesetzes und der Satzung aus zehn Vertretern der Anteilseigner und zehn Vertretern der Arbeitnehmer zusammen. Der Aufsichtsrat bestellt die Mitglieder des Vorstands, berät den Vorstand und überwacht dessen Geschäftsführung, auch im Hinblick auf das Erreichen der langfristigen Unternehmensziele. Der Vorstand bezieht den Aufsichtsrat in die Planungen für die weitere Entwicklung der METRO GROUP ebenso ein wie in Entscheidungen über bedeutende Maßnahmen. Außer den gesetzlich vorgesehenen Zustimmungspflichten hat der Aufsichtsrat weitere eigene Zustimmungsvorbehalte für bestimmte Maßnahmen und Geschäfte des Vorstands festgelegt.

———— Nähere Informationen zu den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats finden sich im Konzernanhang der METRO AG – Nummer 55 Organe der METRO AG und ihre Mandate.

———— Die Arbeitsweise von Vorstand und Aufsichtsrat, die Zusammensetzung und Arbeitsweise der Ausschüsse des Aufsichtsrats sowie Angaben zu wesentlichen Unternehmensführungspraktiken beschreibt die jährliche Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB. Auch die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG ist dort vollständig wiedergegeben.

———— Die Erklärung zur Unternehmensführung ist auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar.

Ziele für die Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats

Zur ordnungsgemäßen Wahrnehmung ihrer Aufgaben müssen Vorstand und Aufsichtsrat über ein breites Spektrum an Kenntnissen, Fähigkeiten und Erfahrungen verfügen.

Anforderungen an die Besetzung des Vorstands

Die Entscheidungen des Aufsichtsrats über die Zusammensetzung des Vorstands erfolgen auf der Basis einer sorgfältigen Analyse der bestehenden und zukünftigen unternehmerischen Herausforderungen. Potenzielle Vorstandsmitglieder müssen nicht nur über eine grundlegende allgemeine Qualifikation verfügen, sondern für das Unternehmen in seiner konkreten Situation und in Anbetracht künftiger Aufgaben geeignet sein.

Vielfalt im Vorstand

Bei der Bestellung von Vorstandsmitgliedern berücksichtigt der Aufsichtsrat auch die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Insbesondere achtet der Aufsichtsrat im Sinne des Kodex auf Vielfalt und strebt eine angemessene Berücksichtigung von Frauen an. Im Kalenderjahr 2017 soll der Anteil von Frauen im Vorstand der METRO AG mindestens 25 Prozent betragen (Stand September 2014: 0 Prozent). Um diese Zielsetzung zu erreichen, wird der Aufsichtsrat bei Neubesetzungen in den kommenden Jahren einen Schwerpunkt auf die Suche nach qualifizierten Kandidatinnen legen.

Die Planungen des Aufsichtsrats korrespondieren mit den Zielen des Vorstands zur Förderung von weiblichen Führungskräften in der METRO GROUP. Danach soll insbesondere der Anteil von Frauen in den ersten beiden Management-Ebenen unter dem Vorstand der METRO AG 2017 ebenfalls 25 Prozent erreichen (Stand September 2014: 23,7 Prozent).

Anforderungen an die Besetzung des Aufsichtsrats

Um sicherzustellen, dass der Aufsichtsrat der METRO AG die ihm obliegenden Aufgaben ordnungsgemäß erfüllen kann, haben seine Mitglieder konkrete Besetzungsanforderungen formuliert. Im Einzelnen sind dies:

Vielfalt im Aufsichtsrat

Vor dem Hintergrund der internationalen Expansion der METRO GROUP sollen dem Aufsichtsrat neben Handelsfachleuten für die Märkte in Westeuropa auch Persönlichkeiten mit fundierter Erfahrung in den Wachstumsregionen Osteuropa und Asien angehören. Diese Zielsetzung wird durch den Aufsichtsrat in seiner aktuellen Besetzung erfüllt. Die Vertreter der Arbeitnehmer bringen Erfahrungen aus dem deutschen Geschäft aller Vertriebslinien des Konzerns in den Aufsichtsrat ein. Zwei Vertreter der Anteilseigner verfügen als ehemalige METRO-Führungskräfte über spezifische nationale und internationale Handlungsexpertise. Weitere Vertreter der Anteilseigner haben in gehobenen Managementpositionen weitreichende Erfahrungen in den Wachstumsregionen Osteuropa und Asien gesammelt.

Um den Bestand an qualifizierten Persönlichkeiten für die Besetzung des Aufsichtsrats besser zu nutzen, wurde bereits 2010 ein zu erreichender Frauenanteil festgesetzt: Nach den Aufsichtsratswahlen 2013 sollten mindestens 20 Prozent der Sitze im Aufsichtsrat mit Frauen besetzt sein. Für das Jahr 2018 wurde die Zielmarke auf 30 Prozent festgesetzt. Die erste Stufe der Zielsetzung hat das Unternehmen 2013 nicht nur erreicht, sondern mit 25 Prozent übertroffen.

Im September 2014 hat der Aufsichtsrat der METRO AG sein Ziel aktualisiert und den Anspruch erhöht: Nach der ordentlichen Hauptversammlung im Jahr 2016 sollen Frauen und Männer im Aufsichtsrat zu einem Anteil von jeweils mindestens 30 Prozent vertreten sein. Der Mindestanteil ist gesondert sowohl durch die Vertreter der Anteilseigner als auch der Arbeitnehmer zu erfüllen. Die neue Zielsetzung steht im Einklang mit den gesetzgeberischen Planungen der Regierungsparteien in Deutschland hinsichtlich der weiteren Förderung von Frauen und Männern in Führungspositionen. Anfang Dezember 2014 betrug der Anteil von Frauen im Aufsichtsrat insgesamt 25 Prozent. Aufgeschlüsselt betrug der Frauenanteil auf der Seite der Anteilseigner 20 Prozent und auf der Seite der Arbeitnehmer 30 Prozent.

Unabhängigkeit des Aufsichtsrats

Der Aufsichtsrat der METRO AG setzt sich nach den gesetzlichen Bestimmungen aus zehn Vertretern der Arbeitnehmer und zehn Vertretern der Anteilseigner zusammen. Mindestens fünf Vertreter der Anteilseigner sollen unabhängig im Sinne der Ziffer 5.4.2 des Deutschen Corporate Governance Kodex sein. Die gegenwärtige Besetzung des Aufsichtsrats der METRO AG entspricht dieser Zielsetzung.

Bilanz- und Prüfungsausschuss, Unabhängigkeit des Ausschussvorsitzenden

Um eine qualifizierte Besetzung des Bilanz- und Prüfungsausschusses aus der Mitte des Aufsichtsrats sicherzustellen, muss mindestens ein Mitglied des Aufsichtsrats die Voraussetzungen zur Übernahme des Vorsitzes in diesem Ausschuss erfüllen. Gemäß der Geschäftsordnung des Bilanz- und Prüfungsausschusses muss der Ausschussvorsitzende unabhängig sein und über Sachverstand auf den Gebieten Rechnungslegung oder Abschlussprüfung sowie interne Kontrollverfahren verfügen (Financial Expert). Die weiteren Ausschussmitglieder sollten über ausreichende Kenntnisse und Erfahrungen auf diesen Gebieten verfügen. Möglichst ein potenzielles Mitglied des Bilanz- und Prüfungsausschusses soll zusätzlich über besondere Kenntnisse auf dem Gebiet der Compliance verfügen.

Diese Zielsetzungen sind mit der gegenwärtigen Besetzung des Aufsichtsrats und seines Bilanz- und Prüfungsausschusses erfüllt. Unabhängiger Vorsitzender des Ausschusses ist Herr Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler.

Potenzielle Interessenkonflikte im Aufsichtsrat / Altersgrenze

Um potenziellen Interessenkonflikten vorzubeugen, sind die Wahrnehmung von Organfunktionen und Beratungsaufgaben sowie Mitgliedschaften in Kontrollgremien in- und ausländischer direkter, wesentlicher Konkurrenzunternehmen unvereinbar mit einer Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der METRO AG. Diese auch in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats niedergelegte Vorgabe ist bei der Ermittlung von Kandidaten für den Aufsichtsrat zu berücksichtigen. Ebenfalls zu beachten ist eine weitere Regelung der Geschäftsordnung, wonach die Mitglieder des Aufsichtsrats, außer in begründeten Ausnahmefällen, nicht länger amtieren als bis zum Ende der Hauptversammlung, die auf die Vollendung ihres 75. Lebensjahres folgt. Wann ein begründeter Ausnahmefall vorliegt, entscheidet der Aufsichtsrat nach eigenem pflichtgemäßem Ermessen.

Auch diese Zielsetzungen werden durch den Aufsichtsrat der METRO AG aktuell erfüllt. Kein Mitglied des Aufsichtsrats hat die Altersgrenze von 75 Jahren überschritten und kein Mitglied übt ein Aufsichtsmandat bei direkten, wesentlichen Konkurrenzunternehmen aus. Ein Mitglied des Aufsichtsrats wird 2015 das 75. Lebensjahr vollenden und soll dem Gremium weiter bis zur Beendigung der Hauptversammlung angehören, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2016/17 beschließt. Der Aufsichtsrat der METRO AG hat insoweit bereits im Rumpfgeschäftsjahr 2013 einen begründeten Ausnahmefall festgestellt. Die fundierten individuellen Kenntnisse und Erfahrungen des betroffenen Mitglieds wurden als besonders wertvoll für die künftige Aufsichtsratsarbeit bewertet.

Compliance und Risikomanagement

Die geschäftlichen Aktivitäten der METRO GROUP unterliegen vielfältigen Rechtsvorschriften und selbst gesetzten Verhaltensstandards. Mit dem konzernweiten Compliance-Managementsystem bündelt die METRO GROUP Maßnahmen zur Einhaltung dieser Regeln.

Das Compliance-Managementsystem zielt darauf ab, Regelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen. Die METRO GROUP identifiziert regelmäßig verhaltensbedingte Compliance-Risiken, etabliert die erforderlichen organisatorischen Strukturen und lässt die Risiken konsistent durch die jeweils verantwortlichen Fachbereiche steuern und kontrollieren. Das Unternehmen verfügt über ein systematisches Berichtswesen. Dieses gewährleistet, dass

die wesentlichen Compliance-Risiken und -Maßnahmen transparent und dokumentiert sind. Durch Mitarbeiterbefragungen, interne Kontrollen und Prüfungshandlungen wird fortlaufend ermittelt, welche Weiterentwicklungen des Compliance-Managementsystems sinnvoll sind.

Ein weiterer integraler Bestandteil der wertorientierten Unternehmensführung ist das Risikomanagement der METRO GROUP. Hierbei handelt es sich um einen systematischen, den gesamten Konzern umfassenden Prozess, der das Management dabei unterstützt, Risiken und Chancen zu identifizieren, zu bewerten und zu steuern. Risiko- und Chancenmanagement bilden somit eine Einheit. Das Risikomanagement macht ungünstige Entwicklungen und Ereignisse frühzeitig transparent und analysiert ihre Auswirkungen. So kann das Unternehmen gezielt geeignete Maßnahmen zur Bewältigung einleiten. Gleichzeitig wird die Möglichkeit eröffnet, sich ergebende Chancen gezielt zu nutzen. Das Risiko- und Chancenmanagement wird ebenso wie das Compliance-Managementsystem kontinuierlich weiterentwickelt.

Weitere Steuerungssysteme sind neben Compliance und Risikomanagement die internen Kontrollsysteme (kurz IKS) und die interne Revision. Auch im Geschäftsjahr 2013/14 hat die METRO AG ihre Steuerungssysteme weiterentwickelt. Zudem wurden ausgewählte Teilsysteme auf ihre Wirksamkeit hin überprüft. Die Ergebnisse der Prüfungen haben bestätigt, dass die METRO GROUP über angemessene Steuerungssysteme verfügt. Die Prüfungen bilden zudem eine wichtige Grundlage für die weitere Verbesserung der Systeme und ihre fortlaufende Anpassung an die sich ändernden Geschäftsabläufe in der METRO GROUP.

——— Weitere Informationen zu den Themen Compliance und Risikomanagement finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 12 Risiko- und Chancenbericht – sowie in der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB. Die Erklärung ist über die Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance zugänglich.

Transparente Unternehmensführung

Transparenz ist ein elementarer Bestandteil guter Corporate Governance. Ein wichtiges Medium zur Information der Aktionäre der METRO AG, des Kapitalmarkts und der Öffentlichkeit ist die Website www.metrogroup.de. Außer vielfältigen Informationen über die Geschäftsfelder und Vertriebslinien der METRO GROUP finden sich dort unter anderem die Finanzberichte der METRO AG sowie Ad-hoc-Mitteilungen, Investor-News und weitere Veröffentlichungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz. Die Termine der

wesentlichen wiederkehrenden Veröffentlichungen und Veranstaltungen (Umsatzmeldungen nach Ablauf eines Geschäftsjahres, Geschäftsberichte sowie Quartals- und Halbjahresfinanzberichte, Bilanzpressekonferenz und Hauptversammlung) publiziert die METRO GROUP mit angemessenem Zeitvorlauf in einem Finanzkalender auf der Website. Dort stehen außerdem Informationen zur Verfügung, die im Rahmen der Bilanzpressekonferenz, bei Roadshows, Investorenkonferenzen und Informationsveranstaltungen für Privatanleger gezeigt wurden. Weiterhin besteht die Möglichkeit, einen elektronischen Investor-Relations-Nachrichtendienst zu abonnieren.

Die Hauptversammlung

Die jährliche Hauptversammlung der METRO AG gibt den Aktionären die Möglichkeit, ihre gesetzlichen Rechte wahrzunehmen; das heißt vor allem, ihr Stimmrecht – soweit vorhanden – auszuüben und Fragen an den Vorstand der Gesellschaft zu richten. Um den Aktionären die persönliche Wahrnehmung ihrer Rechte in der Hauptversammlung zu erleichtern, stellt die METRO AG Dokumente und Informationen im Vorfeld jeder Hauptversammlung auf ihrer Website zur Verfügung.

Das Anmelde- und Legitimationsverfahren für die Hauptversammlungen der METRO AG entspricht den Vorgaben des deutschen Aktienrechts und den internationalen Standards. Jeder Aktionär, der an einer Hauptversammlung der METRO AG teilnehmen und dort gegebenenfalls sein Stimmrecht ausüben möchte, muss sich anmelden und einen Nachweis über seine Berechtigung zur Teilnahme und gegebenenfalls Ausübung des Stimmrechts erbringen. Hierfür ist ein in Textform und in deutscher oder englischer Sprache erstellter Nachweis des Anteilsbesitzes durch das depotführende Institut ausreichend. Eine Hinterlegung von Aktien ist nicht erforderlich. Der Nachweis des Anteilsbesitzes hat sich auf den Beginn des 21. Tages vor jeder Hauptversammlung zu beziehen und muss der METRO AG ebenso wie die Anmeldung zur Hauptversammlung unter der in der Einberufung hierfür mitgeteilten Adresse in der nach Gesetz und Satzung vorgeschriebenen Frist zugehen. Die Einzelheiten der Anmelde- und Teilnahmebedingungen werden in der Einladung zu jeder Hauptversammlung bekannt gemacht.

Aktionäre, die nicht selbst an der Hauptversammlung teilnehmen, können ihr Stimmrecht durch einen Bevollmächtigten ausüben lassen. Die Vollmacht bedarf grundsätzlich der Textform. Zugunsten der Aktionäre gelten in bestimmten, in der Einladung zur Hauptversammlung beschriebenen Fällen erleichterte Formvorschriften, zum Beispiel für Vollmachten an Kreditinstitute und Aktionärsvereinigungen.

Aktionäre können auch von der Gesellschaft benannte Stimmrechtsvertreter mit der Ausübung ihres Stimmrechts bevollmächtigen (Proxy Voting). Dabei gelten folgende Regeln: Außer der Vollmacht müssen die Aktionäre auch Weisungen für die Ausübung des Stimmrechts erteilen. Die von der Gesellschaft benannten Stimmrechtsvertreter sind verpflichtet, gemäß diesen Weisungen abzustimmen. Aktionären, die zunächst an einer Hauptversammlung teilnehmen, diese aber vorzeitig verlassen möchten, ohne auf die Ausübung ihres Stimmrechts verzichten zu wollen, stehen die von der METRO AG benannten Stimmrechtsvertreter auch während der Hauptversammlung zur Bevollmächtigung zur Verfügung. Das Recht, anderen Personen Vollmacht zu erteilen, wird dadurch selbstverständlich nicht berührt. Die Einzelheiten zur Stimmrechtsvertretung werden in der Einladung zu jeder Hauptversammlung bekannt gemacht.

Im Interesse der Aktionäre sorgt der Leiter der Hauptversammlung, im Regelfall der Vorsitzende des Aufsichtsrats, für eine zügige und effiziente Abwicklung der Hauptversammlung. Ziel ist es, eine ordentliche Hauptversammlung der METRO AG spätestens nach vier bis sechs Stunden zu beenden.

Directors' Dealings, Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

Gemäß § 15 a des Wertpapierhandelsgesetzes haben Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats eigene Geschäfte mit METRO-Aktien oder sich darauf beziehenden Finanzinstrumenten der METRO AG mitzuteilen (Directors' Dealings). Die Verpflichtung obliegt auch Personen, die mit Organmitgliedern in einer engen Beziehung stehen. Eine Mitteilungspflicht besteht jedoch nicht, solange die Gesamtsumme der Geschäfte eines Organmitglieds und der mit dem Organmitglied in einer engen Beziehung stehenden Personen insgesamt einen Betrag von 5.000 € bis zum Ende des Kalenderjahres nicht erreicht.

————— **Mitteilungen über Directors' Dealings im Geschäftsjahr 2013/14 wurden auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Investor Relations – Rechtliche Mitteilungen veröffentlicht.**

Die Gesamtanzahl aller durch Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder gehaltenen Aktien der METRO AG betrug zum 30. September 2014 weniger als 1 Prozent der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

Abschlussprüfung

Abschlussprüfungen 2013/14

Die Hauptversammlung der METRO AG hat am 12. Februar 2014 die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG) zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2013/14 gewählt. Der Auftrag des Aufsichtsrats zur Durchführung der Abschlussprüfung berücksichtigte die Empfehlungen in Ziffer 7.2 des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Die KPMG hat dem Aufsichtsrat bis zum Abschluss der Prüfung im November 2014 keine Ausschluss- oder Befangenheitsgründe mitgeteilt. Auch bestanden keine Anhaltspunkte dafür, dass solche Gründe vorlagen. Ferner gab es keine unerwarteten und für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen oder Vorkommnisse während der Durchführung der Prüfung, sodass eine außerordentliche Berichterstattung des Abschlussprüfers an den Aufsichtsrat nicht erforderlich war. Abweichungen der Entsprechenserklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats zum Deutschen Corporate Governance Kodex konnte der Abschlussprüfer nicht feststellen.

Unabhängigkeit des Abschlussprüfers

Der Abschlussprüfer erfüllt zwei wichtige Funktionen. Er unterstützt den Aufsichtsrat bei der Ausübung der Unternehmenskontrolle. Zugleich ist seine Prüfungstätigkeit ein Grundstein des Vertrauens der Öffentlichkeit und insbesondere der Kapitalmarktteilnehmer in die Richtigkeit der Jahresabschlüsse und Lageberichte. Um beide Funktionen des Abschlussprüfers zu gewährleisten, ist die Unabhängigkeit des Prüfers von besonderer Bedeutung. Um die Unabhängigkeit des Abschlussprüfers der METRO AG zu stärken, hat der Vorstand – nach Abstimmung mit dem Bilanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats – Ende 2011 eine freiwillige Selbstverpflichtung beschlossen, die über gesetzliche Regelungen und Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex hinausgeht. Nach dieser Selbstverpflichtung dürfen die Honorare für prüfungserne Leistungen des gewählten Abschlussprüfers und der Mitglieder seines Netzwerks seit 2012 pro Jahr maximal ein Drittel des Gesamthonorars für Abschlussprüfungen und prüfungsnahen Leistungen betragen. Aufträge betreffend prüfungserne Leistungen, die über diese Schwelle hinausreichen, werden durch den Vorstand nur mit Zustimmung des Bilanz- und Prüfungsausschusses erteilt beziehungsweise genehmigt.

————— **Ausführliche Informationen zum Thema Corporate Governance bei der METRO GROUP sind auch auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar.**

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

S. 70	Überblick über das Geschäftsjahr 2013/14 und Prognose
S. 72	1. Geschäftsmodell des Konzerns
S. 75	2. Steuerungssystem
S. 77	3. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen
S. 82	4. Ertragslage
S. 94	5. Finanz- und Vermögenslage
S. 102	6. Mitarbeiter
S. 114	7. Innovationsmanagement
S. 117	8. Nachhaltigkeitsmanagement
S. 125	9. Vergütungsbericht
S. 135	10. Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands
S. 141	11. Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sowie erläuternder Bericht des Vorstands
S. 145	12. Risiko- und Chancenbericht
S. 163	13. Nachtrags- und Prognosebericht
S. 168	14. Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

Überblick über das Geschäftsjahr 2013/14 und Prognose

Ertragslage

- Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2013/14 bereinigt um Portfolioveränderungen und Wechselkurseffekte um 1,3 Prozent
- Berichteter Umsatz sank im Geschäftsjahr 2013/14 um 4,0 Prozent auf 63,0 Mrd. € (in lokaler Währung: -1,7 Prozent)
- EBIT vor Sonderfaktoren: 1.727 Mio. € (2012/13: 2.000 Mio. €; vergleichbarer Vorjahreswert: 1,7 Mrd. €)
- Periodenergebnis vor Sonderfaktoren stieg um 16,0 Prozent auf 673 Mio. € (2012/13: 580 Mio. €)
- Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren verbesserte sich um 24,7 Prozent auf 1,84 € (Vorjahr: 1,47 €)

Finanz- und Vermögenslage

- Nettoverschuldung sank deutlich um 0,7 Mrd. € auf 4,7 Mrd. € (30.9.2013: 5,4 Mrd. €)
- Investitionen lagen bei 1.209 Mio. € (2012/13: 1.175 Mio. €)
- Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit erreichte 2,0 Mrd. € (2012/13: 2,7 Mrd. €)
- Bilanzsumme beträgt 28,0 Mrd. € (30.9.2013: 28,8 Mrd. €)
- Eigenkapital: 5,0 Mrd. € (30.9.2013: 5,2 Mrd. €); Eigenkapitalquote: 17,9 Prozent (30.9.2013: 18,1 Prozent)
- Langfristiges Rating: BBB- (Standard & Poor's) sowie Baa3 (Moody's)

Prognose der METRO GROUP

Die Prognose basiert auf der aktuellen Konzernstruktur und erfolgt wechsellkursbereinigt. Zudem wird von einer stabilen geopolitischen Lage ausgegangen.

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2014/15 erwartet die METRO GROUP – trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – ein leichtes Gesamtumsatzwachstum.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 0,1 Prozent im Berichtsjahr von einem leichten Anstieg aus.

Ergebnis

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2014/15 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt sein.

Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, aufgrund der bereits erreichten Fortschritte bei der Transformation der Geschäftsmodelle, die auch in Zukunft fortgesetzt wird, das Ergebnis weiter leicht steigern zu können. Darüber hinaus legt die METRO GROUP auch 2014/15 einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP daher eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2013/14 von 1.727 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen im üblichen Rahmen.

Geschäftsjahresumstellung

Im Jahr 2013 hat die METRO GROUP das Ende ihres Geschäftsjahres vom 31. Dezember auf den 30. September umgestellt. Zum Übergang war das Geschäftsjahr 2013 ein neunmonatiges Rumpfgeschäftsjahr (1. Januar 2013 bis 30. September 2013). Das aktuelle Geschäftsjahr 2013/14 vom 1. Oktober 2013 bis zum 30. September 2014 ist wieder ein normales zwölfmonatiges Geschäftsjahr.

Um im zusammengefassten Lagebericht Vergleichbarkeit herzustellen, wird bei zeitraumbezogenen Aussagen als Vorjahreszeitraum ein zwölfmonatiges Vorjahr 2012/13 (1. Oktober 2012 bis 30. September 2013) gezeigt, das sich aus dem vierten Quartal 2012 sowie dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 zusammensetzt. Da die Zahlen des vierten Quartals 2012 keiner Prüfung durch den Abschlussprüfer unterlagen, gilt der Zeitraum 2012/13 als ungeprüft.

1. Geschäftsmodell des Konzerns

Die Struktur der METRO GROUP ist durch eine klare Zuteilung der Verantwortlichkeiten gekennzeichnet. An der Spitze des Unternehmens steht die METRO AG. Als zentrale Management-Holding nimmt sie Aufgaben der Konzernführung wahr. Dies sind insbesondere die Bereiche Finanzen, Controlling, Recht und Compliance. Zentrale Führungs- und Verwaltungsfunktionen für METRO Cash & Carry sind fest in der METRO AG angesiedelt.

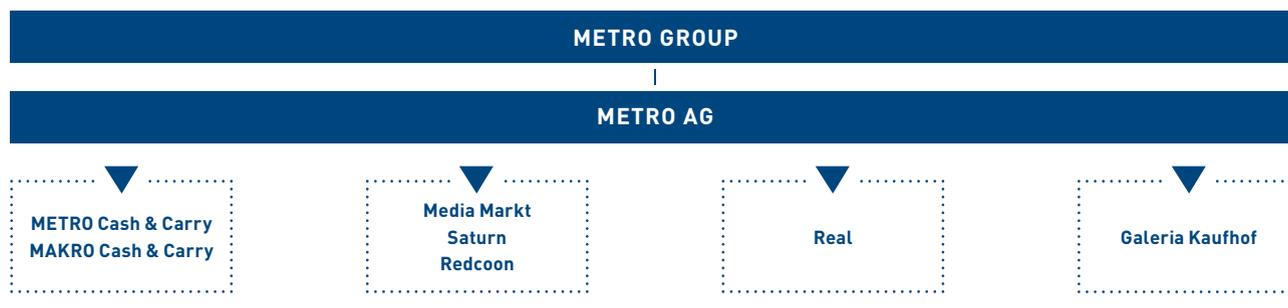
Das operative Geschäft verantworten unsere vier Vertriebslinien. Sie agieren teilweise mit unterschiedlichen Marken oder über Tochtergesellschaften am Markt, abhängig von der jeweiligen Strategie, dem Segment und dem spezifischen Wettbewerbsumfeld.

METRO Cash & Carry ist in unserem Unternehmen für den Großhandel zuständig, Media-Saturn für Elektrofachhandel, Real für SB-Warenhäuser und Galeria Kaufhof für Warenhäuser. Alle Vertriebslinien haben die ungeteilte Verantwortung für ihre gesamte Wertschöpfungskette – vom Einkauf über die Logistik bis hin zum stationären Handel und zum Online-Vertrieb.

Unsere Immobilienkompetenzen, -strukturen und -funktionen haben wir bislang in der Gesellschaft METRO PROPERTIES gebündelt. Mit dem Ziel, effizientere Prozesse innerhalb unseres Unternehmens zu ermöglichen, haben wir die operativen Immobilienaktivitäten zum 1. Oktober 2013 in die Vertriebslinien der METRO GROUP integriert. Daher werden die Immobilienaktivitäten nicht mehr als eigenes Segment dargestellt.

Servicegesellschaften unterstützen die Vertriebslinien der METRO GROUP übergreifend mit Dienstleistungen, unter anderem in den Bereichen Einkauf, Informationstechnologie sowie Logistik. Sie werden zusammen mit der Management-Holding METRO AG als „Sonstige“ ausgewiesen.

METRO GROUP im Überblick



Die METRO GROUP im Überblick




METRO Cash & Carry ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel. Mit den Marken METRO und MAKRO ist die Vertriebslinie in 28 Ländern Europas und Asiens vertreten. Das Produkt- und Lösungsangebot der Großmärkte ist speziell auf die Anforderungen gewerblicher Kunden zugeschnitten. Dazu zählen vor allem Hotels, Restaurants, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden. Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden die beiden Standorte von MAKRO Cash & Carry in Ägypten geschlossen und eine Vereinbarung zum Verkauf des Großhandelsgeschäfts in Vietnam unterzeichnet. Im Oktober wurde darüber hinaus der Rückzug aus Dänemark beschlossen.





Media-Saturn ist die Nummer eins im europäischen Elektrofachhandel. Das stationäre Geschäft von Media Markt und Saturn ist dabei in nahezu allen 15 Ländern, in denen die Vertriebslinie vertreten ist, eng mit ihren Online-Shops verzahnt. Der reine Internethändler Redcoon, dessen Anteile Media-Saturn zu 100 Prozent hält, vertreibt Produkte in acht Ländern; die Online-Shops in Dänemark und Frankreich wurden aufgegeben. In Russland wird der Online-Shop von 003.ru betrieben. Zu den Erfolgsmerkmalen von Media-Saturn gehören die dezentrale Organisationsstruktur, attraktive Angebote, engagierte Mitarbeiter und das innovative Marketing.



Real zählt zu den führenden SB-Warenhaus-Betreibern in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Online-Vertrieb aktiv. Die SB-Warenhäuser zeichnen sich durch einen großen Anteil an hochwertigen Frischeprodukten, ein vielfältiges Sortiment an Nicht-Lebensmitteln und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Das Geschäft in der Türkei, das zwölf SB-Warenhäuser sowie die Unternehmenszentrale umfasst, wurde im Geschäftsjahr 2013/14 an den Händler Hacı Duran Beğendik abgegeben. Den verbliebenen Real-Standort in Moskau übernahm METRO Cash & Carry. In Polen wurde die Verkaufstransaktion abgeschlossen.



Galeria Kaufhof ist als Warenhausunternehmen Marktführer in Deutschland und Belgien. In Deutschland tritt die Vertriebslinie unter dem Namen Galeria Kaufhof auf, in Belgien als Galeria Inno. Charakteristisch für die Warenhäuser und den Online-Shop sind leistungsstarke Sortimente mit internationalen Marken und hochwertigen Eigenmarken. Die Warenpräsentation in den Filialen macht den Einkauf zu einem besonderen Erlebnis für die Kunden. Galeria Kaufhof ist als moderne Marke des Einzelhandels mit einem unverwechselbaren Profil positioniert.

Standortportfolio nach Ländern und Segmenten

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Galeria Kaufhof		METRO GROUP	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Deutschland	107	107	405	415	310	307	122	122	944	951
Belgien	13	15	22	23			15	15	50	53
Dänemark	5	5							5	5
Frankreich	93	93							93	93
Italien	49	49	115	117					164	166
Luxemburg			2	2					2	2
Niederlande	17	17	43	45					60	62
Österreich	12	12	47	47					59	59
Portugal	10	10	9	9					19	19
Schweden			29	27					29	27
Schweiz			25	25					25	25
Spanien	37	37	70	72					107	109
Westeuropa (ohne Deutschland)	236	238	362	367			15	15	613	620
Bulgarien	14	14							14	14
Griechenland	9	9	10	10					19	19
Kasachstan	8	8							8	8
Kroatien	7	7							7	7
Moldawien	3	3							3	3
Polen	41	41	66	71	57	0			164	112
Rumänien	32	32			4	4			36	36
Russland	70	73	50	63	1	0			121	136
Serbien	10	10							10	10
Slowakei	6	6							6	6
Tschechien	13	13							13	13
Türkei	27	28	34	39	12	0			73	67
Ukraine	33	33							33	33
Ungarn	13	13	21	21					34	34
Osteuropa	286	290	181	204	74	4			541	498
Ägypten	2	0							2	0
China	69	78							69	78
Indien	15	16							15	16
Japan	9	9							9	9
Pakistan	9	9							9	9
Vietnam	19	19							19	19
Asien/Afrika	123	131							123	131
International	645	659	543	571	74	4	15	15	1.277	1.249
METRO GROUP	752	766	948	986	384	311	137	137	2.221	2.200

2. Steuerungssystem

Die konsequente Ausrichtung der METRO GROUP auf den Mehrwert für den Kunden spiegelt sich auch in unserem internen Steuerungssystem wider. Vorrangiges Ziel ist es, den Unternehmenswert durch die strategische Fokussierung auf den Kundenmehrwert nachhaltig zu steigern. Zur Planung, Steuerung und Kontrolle der Geschäftstätigkeiten setzt die METRO GROUP daher seit dem Jahr 2000 wertorientierte Kennzahlen ein. Im Mittelpunkt unserer operativen Steuerung stehen die entsprechenden Treiber, die unmittelbaren Einfluss auf die Wertschaffung haben. Unser Fokus richtet sich dabei auf Wachstum (Umsatz), operative Effizienz (EBIT) und einen optimierten Kapitaleinsatz.

Formal gilt es darauf hinzuweisen, dass nach den Vorgaben des Deutschen Rechnungslegungs Standards 20 (DRS 20) ausschließlich die bedeutsamsten Steuerungskennzahlen (Umsatzwachstum sowie EBIT vor Sonderfaktoren) Bestandteil des Prognoseberichts und des hierauf basierenden Vergleichs mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung im Folgejahr sind. Falls freiwillige Prognosen anderer Kennzahlen erfolgen, sind sie nicht mehr im Prognosebericht, sondern in den entsprechenden Kapiteln des zusammengefassten Lageberichts zu finden, auf die nachfolgend verwiesen wird. Grundsätzlich werden die Kennzahlen analog zum Konzernabschluss, der nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) erstellt wurde, verwendet, sofern kein Hinweis auf eine andere Definition erfolgt.

Steuerungskennzahlen der Ertragslage

Für die METRO GROUP als Handelsunternehmen stellt das **Umsatzwachstum** eine elementare Steuerungsgröße des operativen Geschäfts dar. Entsprechend gehört das Umsatzwachstum zu den beiden bedeutsamsten Kennzahlen der METRO GROUP und wird sowohl als Gesamtumsatz in Euro als auch flächenbereinigt in Landeswährung berichtet. Um die operative Entwicklung besser beurteilen zu können, informiert sich der Vorstand regelmäßig auch über die Treiber der Umsatzentwicklung, wie etwa das Online- oder das Belieferungsgeschäft.

Neben dem Umsatzwachstum zählt auch das **EBIT vor Sonderfaktoren** zu den bedeutsamsten Steuerungskennzahlen des Konzerns. Die Bereinigung um Sonderfaktoren erfolgt dabei im Sinne einer Konzentration auf die operative Entwicklung und dient der besseren Vergleichbarkeit der Ergebnisse zwischen den Berichtszeiträumen.

— Erläuterungen der Sonderfaktoren finden sich in Kapitel 4 Ertragslage.

Das **Ergebnis je Aktie** sowie das **Periodenergebnis** zählen ebenso zu den Steuerungskennzahlen der METRO GROUP. Diese integrieren das Steuer- und Finanzergebnis in die Steuerung der Ertragslage und unterstützen die Beurteilung der Ertragslage aus Perspektive der Anteilseigner.

— Detaillierte Informationen zu diesen Kennzahlen finden sich in Kapitel 4 Ertragslage.

Steuerungskennzahlen der Finanz- und Vermögenslage

Die Steuerung der Finanz- und Vermögenslage der METRO GROUP dient dem Ziel, die Liquidität der Konzerngesellschaften nachhaltig sicherzustellen und deren Finanzierungsbedarf kostengünstig zu decken.

— Eine umfassende Darstellung der Finanz- und Vermögenslage findet sich in Kapitel 5 Finanz- und Vermögenslage.

Zu den Steuerungskennzahlen zählen die Investitionen, die aggregiert für die Gruppe, aber auch separat nach Vertriebslinien geplant und berichtet werden. Der Vorstand nimmt zudem eine differenzierte Betrachtung verschiedener Investitionen (zum Beispiel Expansion und Online-Geschäft) hinsichtlich einer Steigerung des Kundennutzens und des Unternehmenswerts der METRO GROUP vor.

Neben dem Fokus auf Investitionen stellen regelmäßige Analysen des **Nettobetriebsvermögens** die Konzentration auf das operative Geschäft und einen optimierten Kapitaleinsatz sicher.

— Die Zusammensetzung des Nettobetriebsvermögens findet sich im Konzernanhang – Nummer 41 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

Die Investitionen und das Nettobetriebsvermögen beeinflussen nicht ausschließlich Kundennutzen und Unternehmenswert, sondern haben auch Auswirkungen auf den Verschuldungsgrad und die Finanzlage. In diesem Zusammenhang dienen der **Cashflow vor Finanzierungstätigkeit** und die **bilanzielle Nettoverschuldung** als Steuerungsgrößen der Liquidität und der Kapitalstruktur.

—— Eine detaillierte Beschreibung dieser Kennzahlen findet sich in Kapitel 5 Finanz- und Vermögenlage.

Wertorientierte Kennzahlen

Da das Steuerungssystem der METRO GROUP stark auf den Unternehmenswert ausgerichtet ist, beinhaltet es auch wertorientierte Kennzahlen, wie das **EBIT after Cost of Capital (EBITaC)** oder den **Return on Capital Employed (RoCE)**, die auf den bereits genannten operativen Steuerungsgrößen aufbauen.

—— Eine ausführliche Analyse dieser Kennzahlen findet sich in Kapitel 4 Ertragslage.

3. Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen¹

Die Weltwirtschaft hat im abgelaufenen Geschäftsjahr wieder leicht an Dynamik gewonnen. Nach zwei wirtschaftlichen Krisenjahren verlief die Erholung insgesamt aber eher verhalten und war im Jahresverlauf nicht frei von Rückschlägen. Vor allem die Problematik rund um die Staatsverschuldung beeinträchtigte eine nachhaltigere Wirtschaftsdynamik. Daher liegt das globale Wirtschaftswachstum 2014 mit voraussichtlich 2,4 Prozent nur leicht über dem Vorjahreswert von 2,3 Prozent. Dabei verlief die Entwicklung in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften und den Schwellenländern höchst unterschiedlich: Während in den USA und der Eurozone insgesamt eine Erholung zu beobachten war, schwächte sich die konjunkturelle Dynamik in vielen Schwellenländern spürbar ab. Ein wesentlicher Auslöser dafür war die Rückführung der expansiven Geldpolitik durch die US-Notenbank im Herbst 2013, die in direkter Folge einen Abzug von Investitionsmitteln aus den Schwellenländern zur Folge hatte. Daneben bremsten landesspezifische Probleme die jeweilige Wirtschaftsentwicklung.

Gleichzeitig verstärkten sich im Jahresverlauf viele politische Krisen und Konflikte, vor allem im Nahen Osten. In Europa dominierte der Ukraine-Konflikt die politische Agenda. Dies führte in der Ukraine zu erheblichen wirtschaftlichen Beeinträchtigungen und auch in Russland wurde die ohnehin schwache konjunkturelle Dynamik durch den Konflikt weiter beeinträchtigt. Das rückläufige Investorenvertrauen sowie die Sanktionsmaßnahmen der Europäischen Union und der USA schwächten die russische Wirtschaft insgesamt.

Die Währungen vieler Schwellenländer haben als Konsequenz des Abzugs von Investitionsmitteln sowie infolge teilweise hoher Leistungsbilanzdefizite erheblich an Wert verloren. Bei der ukrainischen Hrywnja betrug der Wertverlust über 50 Prozent, aber auch in Russland, der Türkei und Indien lagen die aufgelaufenen Währungsabwertungen im Geschäftsjahr 2013/14 im zweistelligen Bereich.

Verbunden mit den Währungsabwertungen stiegen auch die Verbraucherpreise insbesondere in Russland, der Türkei und Indien überdurchschnittlich an. Der Anstieg lag zum Ablauf des

Geschäftsjahres in diesen Ländern im hohen einstelligen Bereich. Dagegen fiel die Inflation in den meisten europäischen Ländern aufgrund der insgesamt weiter verhaltenen Wirtschaftsdynamik unterdurchschnittlich aus. In einigen Ländern waren die Verbraucherpreise sogar rückläufig. Dies gilt umso mehr für die Lebensmittelpreise: Nach Rekordanstiegen in der Eurozone 2012 und 2013 war zum Ende des Berichtsjahres mit einem Rückgang um 1 Prozent eine deflationäre Entwicklung festzustellen.

Bezogen auf die Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, wuchs Deutschland im westeuropäischen Vergleich weiter überdurchschnittlich. Die meisten Länder Westeuropas konnten sich im Berichtsjahr aus der Rezession befreien. Die weiterhin hohe Staatsverschuldung und der steinige Weg zur Konsolidierung verhindern aber nach wie vor ein dynamischeres Wachstum. Gleichzeitig verlief die Erholung sehr uneinheitlich.

Die Länder Mitteleuropas konnten aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtung mit Westeuropa insgesamt von der leichten Erholung profitieren und wuchsen ebenfalls etwas stärker als 2013. Dagegen war die wirtschaftliche Lage in den osteuropäischen Schwellenländern – auch vor dem Hintergrund der politischen Krisen – deutlich schwieriger. Insbesondere Russland und die Ukraine, aber auch die Türkei entwickelten sich wesentlich schwächer als im Jahr zuvor. Daher liegt in Mittel- und Osteuropa insgesamt die Wachstumsrate 2014 voraussichtlich mit knapp unter 1 Prozent noch einmal unterhalb des Vorjahres.

Die asiatischen Schwellenländer konnten zwar wiederholt die höchsten Wachstumsraten aufweisen. Aber der Rückgang von Investitionen in diese Länder beeinträchtigte auch hier das wirtschaftliche Wachstum. Für die Region insgesamt bewegt sich das Wirtschaftswachstum 2014 mit knapp unter 4 Prozent voraussichtlich nur leicht unterhalb des Vorjahres.

¹Die im Kapitel Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen genannten Zahlen zur BIP-Entwicklung beziehen sich jeweils auf die Gesamtjahre 2013 und 2014. Dementsprechend handelt es sich bei den 2014er-Werten um Prognosen. Die qualitativen Aussagen im Text beziehen sich hingegen, soweit nicht anders angegeben, auf den Berichtszeitraum.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts wichtiger Weltregionen und Deutschlands

Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2013 ¹	2014 ²
Welt	2,3	2,4
Deutschland	0,1	1,3
Westeuropa (ohne Deutschland)	-0,2	1,0
Osteuropa	1,2	0,8
Asien	4,0	3,8

Quelle: Feri

¹Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2013 abweichen, falls bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

²Prognose

Konsumgüterhandel entwickelt sich weiter unterdurchschnittlich

Die Auswirkungen der wirtschaftlichen Entwicklung auf das Handelsgeschäft fielen in den Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, unterschiedlich aus. In Westeuropa zeigte auch der Handel nach zwei Jahren mit rückläufigen Umsätzen eine allmähliche Erholung mit einem leichten nominalen Plus von knapp 0,5 Prozent im abgelaufenen Geschäftsjahr. Preisbereinigt lagen die Umsätze aufgrund insgesamt rückläufiger Einzelhandelspreise leicht darüber. In Osteuropa und Asien waren die nominalen Zuwachsraten im Handel zwar höher – Asien wies wiederholt die höchsten Wachstumsraten auf. Allerdings lag das Wachstum in beiden Regionen leicht unterhalb des Vorjahreszeitraums. Gleichzeitig waren die Umsätze wesentlich stärker preisgetrieben.

Deutschland

Deutschlands Wirtschaft hat sich im Berichtszeitraum im westeuropäischen Vergleich erneut überdurchschnittlich entwickelt. Nach einem dynamischen ersten Halbjahr kam es allerdings im zweiten Halbjahr zu einer Abschwächung. Insgesamt liegt das Wirtschaftswachstum 2014 voraussichtlich bei 1,3 Prozent (Vorjahr: +0,1 Prozent). Die Arbeitslosigkeit ging im Vergleich zum Vorjahreszeitraum weiter zurück und die verfügbaren Einkommen entwickelten sich solide. Aufgrund der niedrigen Inflation stieg auch die reale Kaufkraft der Verbraucher an. Dies wirkte sich insgesamt positiv auf Konsum und Handel aus. Der Handel legte im Berichtszeitraum um nominal knapp 2 Prozent zu (real: rund 1 Prozent) und wuchs damit etwas stärker als im Vorjahr. Daneben war das Umsatzwachstum bei Lebensmitteln immer noch etwas höher als das Wachstum bei Nicht-Lebensmitteln.

Westeuropa

Die Wirtschaftsdynamik in Westeuropa blieb trotz Erholung insgesamt weiter verhalten. Nach einer rückläufigen Entwicklung im Vorjahr kann das Bruttoinlandsprodukt 2014 voraussichtlich um rund 1 Prozent zulegen. Die Arbeitslosigkeit ging nach dem Rekordniveau im Herbst 2013 im Berichtszeitraum nur langsam zurück. Die unterschiedliche Entwicklung in stark betroffenen Krisenländern und robusteren Kernstaaten hatte trotz einiger Ausnahmen weiter Bestand. Überdurchschnittlich fiel das Wirtschaftswachstum – außer in Deutschland – insbesondere in Schweden und der Schweiz aus. Sehr erfreulich verläuft ferner die Entwicklung im vormaligen Krisenstaat Spanien mit einem erwarteten realen Plus beim Bruttoinlandsprodukt 2014 von 1,5 Prozent. Dagegen geht Italiens Wirtschaft voraussichtlich weiter leicht zurück und auch Frankreichs Wirtschaft kann aufgrund struktureller Probleme 2014 kaum zulegen.

Angesichts der leicht verbesserten Rahmenbedingungen verzeichnete der Handel in Westeuropa im Berichtsjahr ein nominales Plus von knapp 0,5 Prozent (2012/13: -1,0 Prozent). Die unterschiedliche Wirtschaftsentwicklung spiegelte sich in den meisten Ländern auch im Handel wider. Positiv verlief die Handelsentwicklung – außer in Deutschland – insbesondere in Österreich und Schweden. Auch in Spanien zeigte sich der Wirtschaftsaufschwung in den Handelsumsätzen mit einem kleinen Plus nach mehreren Jahren sinkender Umsätze. Rückläufig waren die Handelsumsätze dagegen unter anderem in Frankreich und Portugal.

Osteuropa

Die Länder Osteuropas profitierten einerseits aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtung mit Westeuropa von der allmählichen Erholung. Andererseits entwickelten sich die politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor allem in Russland und der Ukraine im Zuge des politischen Konflikts ungünstig. Auch die türkische Wirtschaft kühlte sich 2014 merklich ab. Insgesamt wächst Osteuropa weiter weniger, als es seinem wirtschaftlichen Potenzial entspricht. Das Wirtschaftswachstum liegt 2014 mit voraussichtlich knapp unter 1 Prozent noch einmal unterhalb des Vorjahres (1,2 Prozent). Überdurchschnittlich entwickeln sich dabei Polen und Ungarn mit erwarteten Zuwächsen von jeweils etwa 3 Prozent. Eine rückläufige Wirtschaftsleistung weisen dagegen neben Russland und der Ukraine voraussichtlich auch Kroatien und Serbien sowie weiterhin Griechenland auf. Als Konsequenz daraus verzeichneten insbesondere Griechenland und Kroatien auch weiter eine schwache Handelsentwicklung. Russland und die Türkei konn-

ten zwar trotz wirtschaftlicher Abschwächung immer noch ein hohes nominales Handelswachstum aufweisen. Gleichzeitig stiegen aber auch die Preise überdurchschnittlich an, sodass das reale Wachstum wesentlich geringer ausfiel. Ferner lagen die Währungsabwertungen in beiden Ländern gegenüber dem Euro im zweistelligen Prozentbereich. Positiv fielen dagegen die Handelsumsätze – auch preisbereinigt – in Ungarn und Rumänien aus.

Asien/Afrika

Die Schwellenländer in Asien wiesen im vergangenen Geschäftsjahr wiederholt das höchste Wirtschaftswachstum auf. Das Wachstum in Asien liegt 2014 voraussichtlich mit knapp unter 4 Prozent nur leicht unterhalb des Vorjahres. Zwar hatten auch die asiatischen Schwellenländer mit einer schwächeren Wirtschaftsdynamik zu kämpfen. In China hat die Regierung die Wirtschaft aber durch erneute Konjunkturmaßnahmen gestützt und so das Wachstum oberhalb von 7 Prozent halten können. Japan erreicht 2014 voraussichtlich ein solides Wachstum in der Größenordnung von 1 Prozent. Eine Sonderentwicklung gab es beim Konsum durch die Erhöhung der Mehrwertsteuer im April um 3 Prozentpunkte von 5 auf 8 Prozent. Vor der Einführung stiegen Konsum und Handel überdurchschnittlich an, um im Anschluss entsprechend zurückzugehen. Über den gesamten Geschäftsjahreszeitraum betrachtet, wuchs der Handel mit nominal rund 2 Prozent überdurchschnittlich an.

In den Schwellenländern Asiens war das Handelswachstum weiterhin hoch. In China wuchs das Handelsgeschäft im abgelaufenen Geschäftsjahr weiter oberhalb von nominal 10 Prozent. In knapp zweistelliger Größenordnung entwickelten sich auch die anderen asiatischen Schwellenländer, allerdings lag auch die Inflation – unter anderem in Indien und Pakistan – im hohen einstelligen Bereich, sodass die realen Umsätze wesentlich geringer ausfielen.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts der METRO GROUP Länder

Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2013 ¹	2014 ²
China	7,7	7,4
Indien	4,7	6,0
Vietnam	5,4	4,8
Kasachstan	6,0	4,6
Pakistan	4,0	3,4
Ungarn	1,1	3,3
Polen	1,6	2,8
Luxemburg	2,1	2,7
Türkei	4,1	2,4
Slowakei	0,9	2,3
Tschechien	-0,9	2,3
Schweden	1,5	2,1
Moldawien	8,9	1,8
Schweiz	1,9	1,7
Bulgarien	0,9	1,5
Spanien	-1,2	1,5
Deutschland	0,1	1,3
Rumänien	3,3	1,2
Japan	1,5	1,0
Belgien	0,3	1,0
Österreich	0,2	0,8
Portugal	-1,4	0,8
Dänemark	0,4	0,7
Niederlande	-0,7	0,7
Frankreich	0,4	0,3
Griechenland	-3,9	-0,1
Italien	-1,9	-0,3
Kroatien	-0,7	-0,4
Russland	1,3	-0,5
Serbien	2,5	-1,5
Ukraine	0,0	-7,4

¹Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2013 abweichen, falls bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

²Prognose

METRO Cash & Carry: Branchenentwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel

METRO Cash & Carry ist, bezogen auf den Umsatz, der globale Marktführer im Selbstbedienungsgroßhandel. Obgleich die Vertriebslinie ihre Aktivität in Ägypten im Zuge der kontinuierlichen strategischen Portfoliooptimierung im Berichtsjahr aufgegeben hat, weist sie mit ihrer Präsenz in 28 Ländern außerdem unangefochten den höchsten Internationalisierungsgrad weltweit auf.

In Deutschland liegen die Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel im Geschäftsjahr 2013/14 etwa auf Vorjahresniveau. Das Cash-and-Carry-Segment entwickelt sich leicht schwächer als der Lebensmitteleinzelhandel insgesamt, der über Vorjahresniveau liegt. Preissteigerungen bei Lebensmitteln schwächen sich ab, sodass hieraus resultierende positive Impulse für die Branchenentwicklung nachlassen. METRO Cash & Carry ist auch weiterhin führend im Selbstbedienungsgroßhandel in Deutschland und kann den Marktanteil im Geschäftsjahr 2013/14 in etwa behaupten.

Der Selbstbedienungsgroßhandel in Westeuropa verzeichnet im Berichtszeitraum eine leicht rückläufige Umsatzentwicklung, die schwächer ausfällt als im Vorjahr. Auch hier sind vielfach deflationäre Tendenzen, insbesondere bei Lebensmittelpreisen, zu beobachten. Wiederholt entwickelt sich das Cash-and-Carry-Segment in den einzelnen Ländern uneinheitlich. Bei den Krisenstaaten des Euroraums zeichnet sich im Geschäftsjahr 2013/14 eine leichte Erholung ab. So schwächt sich zum Beispiel der Erlösrückgang im Selbstbedienungsgroßhandel in Portugal und Spanien im Vergleich zur Vorperiode ab.

In Osteuropa steigt der Umsatz im Selbstbedienungsgroßhandel in lokaler Währung im Geschäftsjahr 2013/14 erneut. Insgesamt verläuft die Entwicklung in der Region aufgrund unterschiedlicher wirtschaftlicher Rahmenbedingungen uneinheitlich. In Polen und der Türkei entwickeln sich die Erlöse weiterhin positiv. In der Ukraine wird das Geschäft aufgrund der Verschärfung der politischen Situation zwischen Russland und der Ukraine beeinträchtigt. Die wirtschaftlichen Sanktionen in Russland führen zu stark steigenden Lebensmittelpreisen und im Zusammenhang mit der nachlassenden konjunkturellen Dynamik gibt es im letzten Quartal Indikationen für ein verändertes Einkaufs-

verhalten bei Lebensmitteln. Insgesamt entwickeln sich die Umsätze in Russland jedoch weiterhin positiv.

Im Geschäftsjahr 2013/14 setzt sich in Asien das Wachstum des Selbstbedienungsgroßhandels weiter fort. METRO Cash & Carry ist mit der Expansion in der Region erneut Wachstumstreiber der Branche und kann den Marktanteil im Berichtszeitraum ausbauen. Insbesondere China und Indien bilden den Schwerpunkt der strategischen Expansion von METRO Cash & Carry. Die Region bietet aufgrund der in vielen Ländern weiterhin geringen Marktkonzentration und des hohen Anteils an kleinen, traditionellen Einzelhändlern ein unverändert großes Wachstumspotenzial. In Indien ist METRO Cash & Carry aufgrund weiter bestehender Restriktionen für ausländische Einzelhandelsaktivitäten auf dem indischen Markt nur in geringem Maße internationalem Wettbewerb ausgesetzt.

Media-Saturn: Branchenentwicklung im Elektrofachhandel

Die Media-Saturn-Unternehmensgruppe hat auch im Geschäftsjahr 2013/14 ihre führende Stellung im europäischen Elektrofachhandel behauptet und weiter Marktanteile dazugewonnen. Die Vertriebslinie fokussiert sich vor allem darauf, Wachstum über Multichannel- sowie sogenannte Online-Pure-Play-Angebote zu generieren.

Der deutsche Elektrofachhandel gewinnt nach schwachem Weihnachtswinter ab Januar deutlich an Fahrt und wächst im Berichtsjahr insgesamt mit über 3 Prozent. Wie erwartet, wirken sich dabei sportliche Großereignisse wie die Olympischen Spiele und die Fußballweltmeisterschaft positiv aus, besonders auf die Unterhaltungselektronik-Warengruppen TV und Audio.

Auch die konjunkturelle Aufwärtsbewegung in der Gesamtwirtschaft im ersten Halbjahr des Berichtsjahres setzte Wachstumsimpulse vor allem für die IT-Warengruppen. Sie sind allerdings weitaus ausgeprägter im Business-to-Business-Bereich, und damit weniger relevant für das Segment der Fachmärkte.

In Südeuropa entwickeln sich die Umsätze im Elektrofachhandel weiter uneinheitlich. Gerade die iberischen Länder, die lange Zeit gesamtwirtschaftlich unter Druck standen, kehren im abgelaufenen Geschäftsjahr auf den Wachstumspfad zurück. Griechenland kann die Talfahrt fast stoppen, während Italien unverändert deutliche Marktrückgänge zu verkraften hat.

Ebenfalls uneinheitlich ist die Lage in Osteuropa: Während Ungarn seit vielen Monaten durchgehend zweistellige Wachstumsraten vorweist, verlieren die Elektromärkte in Russland und Polen rund 2 beziehungsweise 1 Prozent.

Die Türkei hingegen profiliert sich in der derzeit labilen politischen Lage in den Nachbarstaaten und gewinnt zweistellig hinzu.

Die übrigen, stärker saturierten Märkte Belgien, Niederlande, Österreich und die Schweiz verzeichnen leichte Minusraten, Schweden dagegen ein leichtes Plus.

Real: Branchenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland entwickelte sich preisbereinigt im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2013/14 rückläufig. Wesentliche Faktoren für diese Entwicklung waren insbesondere eine rückläufige Kundenfrequenz sowie die Verschiebung des Ostergeschäfts vom März in den April. Der Umsatz der großflächigen Verbrauchermärkte ging preisbereinigt im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres ebenfalls zurück, gleichzeitig sank auch der Umsatz bei Real.

Im zweiten Halbjahr des Geschäftsjahres steigt der Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel besonders im Segment der schnell-drehenden Konsumgüter (FMCG, Fast Moving Consumer Goods)

überproportional zum Niveau der ansonsten moderaten Preissteigerungen. Gleiches gilt für die großen Verbrauchermärkte.

Mit dem erfolgreichen Verkauf des Real-Geschäfts in der Türkei und dem vollzogenen Verkauf des Geschäfts in Polen konzentriert sich Real nun ausschließlich auf den unverändert wettbewerbsintensiven deutschen Markt.

Galeria Kaufhof: Branchenentwicklung im Warenhausgeschäft

Das Warenhaussegment in Deutschland verzeichnet im Geschäftsjahr 2013/14 seit Langem wieder einmal ein Umsatzwachstum. Dagegen gingen die Umsätze mit Textilien und Bekleidung, dem Sortimentsschwerpunkt der Warenhäuser, aufgrund einer schwachen Entwicklung im vierten Quartal insgesamt leicht zurück.

Im Berichtszeitraum setzt sich die gegenläufige Marktentwicklung bei den unterschiedlichen Einkaufskanälen weiter fort. Während die Umsätze im Versandhandel, insbesondere durch die enthaltenen Online-Erlöse bei Textilien und Bekleidung, erneut deutlich zulegen, gehen die Erlöse im stationären Einzelhandel weiter zurück.

In Belgien ist das Marktumfeld im Berichtszeitraum weiterhin krisenbedingt schwierig.

4. Ertragslage

Geschäftsverlauf des Konzerns im Überblick

Der Umsatz der METRO GROUP stieg bereinigt um Portfolio- und Währungseffekte im Geschäftsjahr 2013/14 um 1,3 Prozent. Auch der flächenbereinigte Umsatz wuchs und legte leicht um 0,1 Prozent zu. Deutlich negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte, insbesondere durch den Verkauf von Real Osteuropa, führten zu einem Rückgang des Umsatzes um 4,0 Prozent auf 63,0 Mrd. €.

Das Konzern-EBIT erreichte im Geschäftsjahr 2013/14 insgesamt 1.273 Mio. €. Das EBIT vor Sonderfaktoren lag bei 1.727 Mio. €.

Vergleich der Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2013/14 hat die METRO GROUP, bereinigt um Portfoliomaßnahmen und unter der Annahme nahezu konstanter Wechselkurse, ein leicht positives Gesamtumsatzwachstum prognostiziert. Mit einem Anstieg von 1,3 Prozent hat die METRO GROUP dieses Ziel übertroffen.

Für das flächenbereinigte Umsatzwachstum war die METRO GROUP von einer Trendverbesserung und einem Umsatz in etwa auf dem Niveau des Vorjahres ausgegangen. Mit einem Anstieg des flächenbereinigten Umsatzes um 0,1 Prozent wurde dieses Ziel erfüllt.

Für die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn war ein leicht positives Gesamtumsatzwachstum in Lokalwährung prognostiziert worden. Dies wurde mit einem Umsatzwachstum von 2,0 Prozent beziehungsweise 0,8 Prozent erfüllt. Flächenbereinigt wurde jeweils ein Wert auf der Höhe des Vorjahres erwartet. Während METRO Cash & Carry den flächenbereinigten Umsatz um 1,0 Prozent steigerte, ging dieser bei Media-Saturn leicht um 0,9 Prozent zurück. Auch bei Real Deutschland und Galeria Kaufhof sollte der flächenbereinigte Umsatz auf Vorjahreshöhe liegen. Während dieser bei Real Deutschland um 0,9 Prozent leicht rückläufig war, stieg er bei Galeria Kaufhof um 0,5 Prozent.

EBIT

Beim EBIT vor Sonderfaktoren hat die METRO GROUP ein Ergebnis spürbar über dem vergleichbaren Vorjahreswert von 1,7 Mrd. € prognostiziert und dabei nahezu konstante Wechselkurse unterstellt. Der Zielwert wurde später auf 1,75 Mrd. € bei konstanten Wechselkursen konkretisiert. Tatsächlich hat die METRO GROUP ein EBIT vor Sonderfaktoren in Höhe von 1.727 Mio. € erzielt. Die Belastung durch deutlich negative Wechselkurseffekte betrug 82 Mio. €. Daneben haben Immobilienerträge positiv zum Ergebnis beigetragen. Damit hat die METRO GROUP das Ziel erreicht.

Wie prognostiziert, war das EBIT vor Sonderfaktoren maßgeblich von METRO Cash & Carry und Media-Saturn geprägt. Das Ergebnis bei Media-Saturn ist deutlich gestiegen. Das vergleichbare Ergebnis von METRO Cash & Carry ist entsprechend der Prognose leicht gewachsen. Auch Real erreichte wie prognostiziert einen leichten Anstieg unter Berücksichtigung von Immobilienerträgen. Galeria Kaufhof hat beim vergleichbaren Ergebnis den Vorjahreswert nahezu erreicht.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Im Geschäftsjahr 2013/14 lag der Konzernumsatz mit 63,0 Mrd. € um 4,0 Prozent unterhalb des Werts des Vorjahreszeitraums (2012/13: 65,7 Mrd. €). In lokaler Währung ging der Umsatz um 1,7 Prozent zurück. Dies ist vor allem auf den Verkauf von Real Osteuropa zurückzuführen. Bereinigt um Portfolioveränderungen und Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 1,3 Prozent. Der flächenbereinigte Umsatz legte um 0,1 Prozent zu.

In **Deutschland** ging der Umsatz leicht um 0,6 Prozent auf 25,5 Mrd. € zurück (2012/13: 25,6 Mrd. €).

Im **internationalen Geschäft** stieg der Umsatz, bereinigt um Portfolioveränderungen und Wechselkurseffekte, um 2,5 Prozent. Durch die negativen Wechselkurseffekte und die Portfolioveränderungen sank der Umsatz jedoch um 6,2 Prozent auf 37,6 Mrd. €. Der Großteil dieses Rückgangs ist auf den Verkauf von Real Osteuropa zurückzuführen.

Der internationale Umsatzanteil am Gesamtumsatz reduzierte sich von 61,0 Prozent auf 59,6 Prozent.

In **Westeuropa (ohne Deutschland)** verringerte sich der Umsatz leicht um 0,6 Prozent auf 19,1 Mrd. € (in lokaler Währung: –0,4 Prozent). Dies ist vor allem auf die Entwicklung in Belgien, den Niederlanden und Dänemark zurückzuführen. Sehr erfreulich war hingegen die Entwicklung in Spanien.

Der Umsatz in **Osteuropa** stieg, bereinigt um Wechselkurseffekte und Portfolioveränderungen, deutlich um 4,6 Prozent. Insbesondere Russland und die Türkei trugen hierzu bei. Bedingt durch die Wechselkurseffekte und den Verkauf von Real Osteuropa verringerte sich der Umsatz jedoch deutlich um 14,1 Prozent auf 14,8 Mrd. €. In lokaler Währung sank der Umsatz um 6,5 Prozent.

Die Region **Asien/Afrika** wuchs weiter kräftig. Bereinigt um Portfolio- und Wechselkurseffekte stieg der Umsatz um 7,8 Prozent. Bedingt durch die Aufgabe des Geschäfts in Ägypten und Wechselkurseffekte stieg der Umsatz nur um 1,0 Prozent auf 3,7 Mrd. €. In lokaler Währung betrug das Wachstum jedoch 6,2 Prozent. Damit ist Asien/Afrika die am stärksten wachsende Region in der METRO GROUP.

Das EBIT der METRO GROUP lag im Geschäftsjahr 2013/14 mit 1.273 Mio. € um 415 Mio. € unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (2012/13: 1.688 Mio. €). Darin enthalten sind jedoch Sonderfaktoren in Höhe von 454 Mio. € (2012/13: 313 Mio. €). Diese Sonderfaktoren lassen sich unterteilen in Portfoliomaßnahmen in Höhe von 19 Mio. € (insbesondere der Marktaustritt von METRO Cash & Carry aus Dänemark sowie Veräußerungen von Real Türkei und Real Osteuropa), Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen in Höhe von 264 Mio. € (im Wesentlichen geplante Schließungen bei Real sowie Restrukturierungen bei METRO Cash & Carry in Belgien und den Niederlanden sowie bei Real und Media-Saturn), Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte von 88 Mio. € (betrifft METRO Cash & Carry in den Niederlanden) sowie übrige Sonderfaktoren von 83 Mio. €.

Als Sonderfaktoren werden Geschäftsvorfälle klassifiziert, die nicht wiederkehrend sind, darunter zum Beispiel Restrukturierungen oder Änderungen im Konzernportfolio. Eine Darstellung vor Sonderfaktoren spiegelt die operative Entwicklung besser wider und erhöht somit die Aussagekraft der Ergebnismessung.

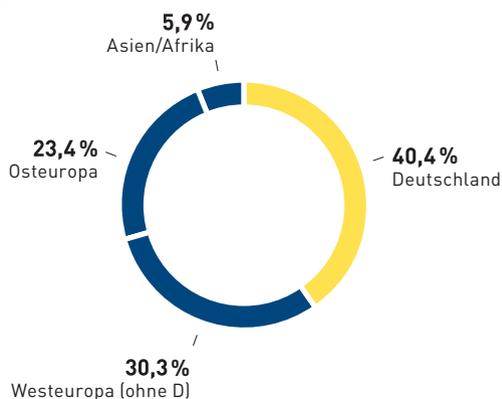
———— Eine Übersicht mit der Überteilung der Sonderfaktoren findet sich auf den Seiten 92 und 93.

Vor Sonderfaktoren ging das EBIT der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2013/14 von 2.000 Mio. € auf 1.727 Mio. € zurück. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass der vergleichbare Vorjahreswert rund 1,7 Mrd. € beträgt. Die Vergleichsbasis reduziert sich um über das übliche Ausmaß hinausgehende Erträge aus Immobilienveräußerungen und Ergebnisbeiträge aus Portfolioveränderungen. Zudem wurde das Ergebnis im Berichtsjahr mit negativen Wechselkurseffekten in Höhe von 82 Mio. € belastet.

Umsatzentwicklung im Konzern
 nach Vertriebslinien und nach Regionen

	9M 2013 Mio. €	12M 2012/13 Mio. €	12M 2013/14 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %		
				in €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung
METRO						
Cash & Carry	22.559	31.165	30.513	-2,1	-4,1	2,0
Media-Saturn	14.405	21.053	20.981	-0,3	-1,2	0,8
Real	7.261	10.366	8.432	-18,7	-0,3	-18,3
Galeria Kaufhof	2.086	3.082	3.099	0,5	0,0	0,5
Sonstige	10	14	10	-24,3	0,0	-24,3
METRO GROUP	46.321	65.679	63.035	-4,0	-2,3	-1,7
davon Deutschland	17.840	25.623	25.478	-0,6	0,0	-0,6
davon international	28.481	40.056	37.557	-6,2	-3,9	-2,3
Westeuropa (ohne Deutschland)	13.664	19.192	19.081	-0,6	-0,1	-0,4
Osteuropa	12.011	17.180	14.755	-14,1	-7,6	-6,5
Asien/Afrika	2.805	3.685	3.722	1,0	-5,2	6,2

Konzernumsatz METRO GROUP 2013/14
 nach Regionen



Entwicklung des Konzern-EBIT und
 des EBIT der Vertriebslinien

Mio. €	EBIT ^{1,2}		
	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
METRO Cash & Carry	725	1.379	1.125
Media-Saturn	-33	299	335
Real	29	145	81
Galeria Kaufhof	40	229	193
Sonstige	-32	-54	-6
Konsolidierung	-2	2	0
METRO GROUP	728	2.000	1.727

¹ Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

² Vor Sonderfaktoren

Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Vertriebslinien

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry konnte den flächenbereinigten Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 um 1,0 Prozent steigern. Bedingt durch hohe negative Wechselkurseffekte sank der Umsatz um 2,1 Prozent auf 30,5 Mrd. €. In Landeswährung stieg der Umsatz hingegen um 2,0 Prozent.

Der Umsatz aus dem Belieferungsgeschäft zeigte weiterhin eine dynamische Entwicklung und stieg um 9,5 Prozent auf 2,8 Mrd. € (2012/13: 2,5 Mrd. €). In lokaler Währung wuchs der Belieferungsumsatz sogar um 13,6 Prozent. Auch der Umsatzanteil der Eigenmarken hat sich weiter erhöht. Im Geschäftsjahr 2013/14 stieg er im Vergleich zum Vorjahr von 16,8 Prozent auf 17,0 Prozent.

In **Deutschland** ging der Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 nur leicht um 0,4 Prozent auf 4,8 Mrd. € zurück (flächenbereinigt -0,3 Prozent). Im Verlauf des Geschäftsjahres zeigte sich eine leichte Trendverbesserung, die auf den Erfolg der überarbeiteten Sortimente zurückzuführen ist.

Der Umsatz in **Westeuropa (ohne Deutschland)** verminderte sich im Geschäftsjahr 2013/14 leicht um 1,1 Prozent auf 10,5 Mrd. € (2012/13: 10,7 Mrd. €). Flächenbereinigt ging der Umsatz um 1,5 Prozent zurück. Während der Umsatz in den Niederlanden, Dänemark und Belgien deutlich zurückging, entwickelte sich das Geschäft in Frankreich und Spanien positiv.

In **Osteuropa** sank der Umsatz bedingt durch die deutlich negativen Wechselkurseffekte um 5,0 Prozent auf 11,4 Mrd. €. In lokaler Währung stieg der Umsatz jedoch merklich um 4,2 Prozent. Flächenbereinigt entwickelte sich der Umsatz mit einem Zuwachs um 2,9 Prozent ebenfalls deutlich positiv. In Russland stieg der flächenbereinigte Umsatz trotz der politisch schwierigen Lage weiterhin spürbar und wuchs um einen fast zweistelligen Prozentsatz. Dagegen verzeichnete die Ukraine einen Umsatzrückgang. In Polen setzte sich die Erholung fort und der flächenbereinigte Umsatz konnte deutlich zulegen. Auch die Umsatzentwicklung in der Türkei war sehr positiv.

Der Umsatz in **Asien/Afrika** erreichte 3,7 Mrd. € und damit ein Wachstum von 2,5 Prozent. Auch hier wirkten sich die Wechselkurse negativ aus. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 7,9 Prozent. Flächenbereinigt legte der Umsatz ebenfalls in fast allen Ländern deutlich zu und erzielte einen Zuwachs von 4,4 Prozent. Indien überzeugte hier mit einem zweistelligen flächenbereinigten Umsatzwachstum. Auch China zeigte eine positive Entwicklung.

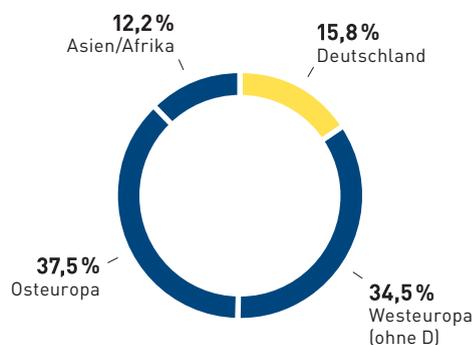
Kennzahlen METRO Cash & Carry 2013/14
 im Vorjahresvergleich

	9M 2013 Mio. €	12M 2012/13 Mio. €	12M 2013/14 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				in €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	22.559	31.165	30.513	-2,1	-4,1	2,0	1,0
Deutschland	3.444	4.837	4.819	-0,4	0,0	-0,4	-0,3
Westeuropa (ohne Deutschland)	7.750	10.668	10.547	-1,1	0,0	-1,1	-1,5
Osteuropa	8.587	12.037	11.431	-5,0	-9,2	4,2	2,9
Asien/Afrika	2.778	3.623	3.716	2,5	-5,3	7,9	4,4
EBIT ^{1,2}	725	1.379	1.125	-18,4	-	-	-
EBIT-Marge ^{1,2} (%)	3,2	4,4	3,7	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	752	752	766	1,9	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	5.554	5.554	5.576	0,4	-	-	-

¹ Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

² Vor Sonderfaktoren

Umsatz METRO Cash & Carry 2013/14
 nach Regionen



Der Anteil des internationalen Geschäfts am gesamten Umsatz von METRO Cash & Carry ging, bedingt durch Wechselkurseffekte, im Geschäftsjahr 2013/14 leicht von 84,5 Prozent auf 84,2 Prozent zurück.

Das EBIT von METRO Cash & Carry erreichte im Geschäftsjahr 2013/14 insgesamt 904 Mio. € (2012/13: 1.205 Mio. €). Darin enthalten sind jedoch Sonderfaktoren in Höhe von 221 Mio. €. Größte Einzelposition ist eine nichtzahlungswirksame Wertminderung auf die Geschäfts- und Firmenwerte von METRO Cash & Carry in den Niederlanden (88 Mio. €). Darüber hinaus sind Portfoliomaßnahmen sowie Restrukturierungs- und Schließungskosten enthalten, die sich auf viele Einzelmaßnahmen verteilen. Sie betreffen insbesondere den Marktaustritt aus Dänemark sowie Restrukturierungen in Belgien und den Niederlanden. Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 1.125 Mio. € (2012/13: 1.379 Mio. €). Der Rückgang ist insbesondere auf die fehlenden Erträge aus der Immobilientransaktion in Frankreich im Vorjahreszeitraum sowie negative Wechselkurseffekte zurückzuführen. Bereinigt um diese Effekte hat sich das Ergebnis vor Sonderfaktoren verbessert.

METRO Cash & Carry war zum 30. September 2014 in 28 Ländern mit 766 Standorten vertreten, davon 107 in Deutschland, 238 in Westeuropa (ohne Deutschland), 290 in Osteuropa und 131 in Asien.

Media-Saturn

Der Umsatz von Media-Saturn wuchs im Geschäftsjahr 2013/14 in lokaler Währung um 0,8 Prozent. In Euro verminderte sich der Umsatz leicht um 0,3 Prozent auf 21,0 Mrd. €. Flächenbereinigt ging der Umsatz um 0,9 Prozent zurück. Im Laufe des Geschäftsjahres zeigte sich eine deutliche Trendverbesserung. Neben erfolgreichen Marketingkampagnen, unter anderem im Zusammenhang mit der Fußballweltmeisterschaft, hat auch der gestiegene Mehrkanalumsatz zur positiven Entwicklung beigetragen.

Der Online-Handel setzte sein dynamisches Wachstum weiter fort. Der über das Internet generierte Umsatz stieg im Geschäftsjahr 2013/14 um fast 30 Prozent auf 1,4 Mrd. € und machte damit 6,9 Prozent des Gesamtumsatzes aus.

In **Deutschland** erreichte der Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 insgesamt 9,8 Mrd. € und lag damit nur leicht unter dem Vorjahr. Flächenbereinigt ging der Umsatz um 1,9 Prozent zurück. Im Jahresverlauf verbesserte sich der Trend jedoch deutlich. Neben einer erfolgreichen Entwicklung im stationären Geschäft hat auch der gestiegene Mehrkanalumsatz von Media-Saturn zur Trendverbesserung beigetragen.

Kennzahlen Media-Saturn 2013/14

im Vorjahresvergleich

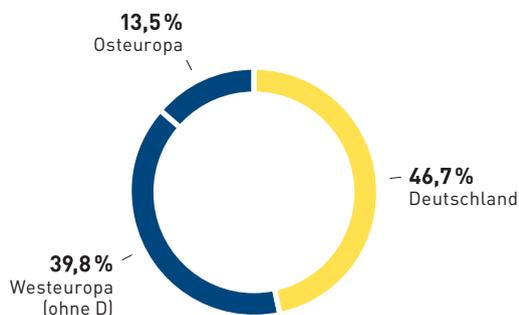
	9M 2013 Mio. €	12M 2012/13 Mio. €	12M 2013/14 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				Wechsel- kurs- effekte in in €	Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	14.405	21.053	20.981	-0,3	-1,2	0,8	-0,9
Deutschland	6.692	9.839	9.795	-0,4	0,0	-0,4	-1,9
Westeuropa (ohne Deutschland)	5.784	8.341	8.356	0,2	-0,3	0,5	-0,1
Osteuropa	1.908	2.819	2.831	0,4	-8,4	8,8	0,7
Asien/Afrika	21	54	0	-	-	-	-
EBIT ¹	-33	299	335	12,0	-	-	-
EBIT-Marge ¹ (%)	-0,2	1,4	1,6	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	948	948	986	4,0	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	3.022	3.022	3.070	1,6	-	-	-

¹Vor Sonderfaktoren

Das Mehrkanalangebot verzeichnet weiterhin eine sehr starke Kundennachfrage. Das Produktangebot im Internet wurde weiter erhöht und umfasste Ende September 2014 fast 66.000 Artikel bei Mediamarkt.de und mehr als 49.000 bei Saturn.de. Die Abholquote lag bei rund 40 Prozent.

Umsatz Media-Saturn 2013/14

nach Regionen



In **Westeuropa (ohne Deutschland)** stieg der Umsatz um 0,2 Prozent auf 8,4 Mrd. €. In lokaler Währung wurde das Vorjahresniveau um 0,5 Prozent übertroffen. Flächenbereinigt sank der Umsatz nur geringfügig. In mehreren Ländern konnten weitere Marktanteile gewonnen werden. Während der flächenbereinigte Umsatz in Schweden und Italien rückläufig war, zeigten Spanien, Portugal, die Niederlande und die Schweiz eine positive Entwicklung.

In **Osteuropa** stieg der Umsatz leicht um 0,4 Prozent auf 2,8 Mrd. € an und wurde von negativen Wechselkurseffekten deutlich gedämpft. In lokaler Währung wuchs der Umsatz dagegen deutlich um 8,8 Prozent. Auch hier war der Umsatztrend im Jahresverlauf sehr positiv. Flächenbereinigt legte der Umsatz um 0,7 Prozent zu. Hier glänzten Ungarn und die Türkei mit zweistelligen Wachstumsraten.

Der **internationale Umsatzanteil** lag im Geschäftsjahr 2013/14 unverändert bei 53,3 Prozent.

Das EBIT von Media-Saturn verbesserte sich auf 244 Mio. € (2012/13: 184 Mio. €). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 91 Mio. €. Hierbei handelt es sich um zahlreiche Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, insbesondere in Deutschland. Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT deutlich von 299 Mio. € auf 335 Mio. €. Umsatzbedingte Ergebnisrückgänge wurden dabei durch Kosteneinsparungsmaßnahmen und Margenverbesserungen kompensiert. Eine im Vergleich zum Vorjahr geringere erforderliche Risikovorsorge wirkte sich zudem positiv auf das Ergebnis aus.

Zum 30. September 2014 umfasste das Standortnetz von Media-Saturn 986 Elektrofachmärkte in 15 Ländern, davon 415 in Deutschland, 367 in Westeuropa (ohne Deutschland) und 204 in Osteuropa.

Real

Der Umsatz von Real reduzierte sich im Geschäftsjahr 2013/14 aufgrund der Veräußerung von Real Osteuropa um 18,7 Prozent auf 8,4 Mrd. € (in lokaler Währung: -18,3 Prozent). Der flächenbereinigte Umsatz sank dagegen nur um 0,8 Prozent.

In **Deutschland** ging der Umsatz um 1,3 Prozent auf 7,9 Mrd. € zurück. Flächenbereinigt betrug der Rückgang 0,9 Prozent. Im Jahresverlauf verbesserte sich der Trend. Hier machte sich in einem sehr preisaggressiven Umfeld die verbesserte Positionierung von Real bemerkbar. Insbesondere die umgebauten Real-Märkte entwickelten sich positiv.

Kennzahlen Real 2013/14

im Vorjahresvergleich

	9M 2013 Mio. €	12M 2012/13 Mio. €	12M 2013/14 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				in €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	7.261	10.366	8.432	-18,7	-0,3	-18,3	-0,8
Deutschland	5.744	8.043	7.939	-1,3	0,0	-1,3	-0,9
Osteuropa	1.517	2.323	493	-78,8	-0,4	-78,4	-
EBIT ^{1,2}	29	145	81	-44,1	-	-	-
EBIT-Marge ^{1,2} (%)	0,4	1,4	1,0	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	384	384	311	-19,0	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	2.758	2.758	2.145	-22,2	-	-	-

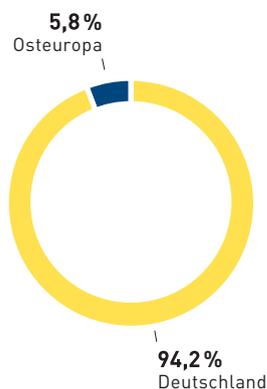
¹ Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

² Vor Sonderfaktoren

Der Umsatzanteil der Eigenmarken entwickelte sich im Geschäftsjahr 2013/14 weiter positiv und stieg von 16,1 Prozent auf 16,3 Prozent.

Umsatz Real 2013/14

nach Regionen



Der Umsatz in **Osteuropa** sank aufgrund des Verkaufs von Real Osteuropa um 78,8 Prozent auf 0,5 Mrd. €.

Das EBIT von Real erreichte im Geschäftsjahr 2013/14 19 Mio. € (2012/13: 224 Mio. €). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 62 Mio. €, die sich fast ausschließlich auf

die Schließung von Standorten in Deutschland sowie die Abgabe von Real Türkei beziehen. Gegenläufig wirkten sich Effekte aus dem Verkauf von Real Osteuropa aus. Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 81 Mio. €, nach 145 Mio. € im Vorjahreszeitraum. Der Rückgang ist insbesondere auf den Wegfall der Ergebnisbeiträge aus dem verkauften Geschäft von Real Osteuropa zurückzuführen. In Deutschland hat sich das EBIT vor Sonderfaktoren insbesondere aufgrund von Ergebnisbeiträgen aus Immobilientransaktionen erhöht.

Das Standortnetz von Real umfasste zum 30. September 2014 insgesamt 307 SB-Warenhäuser in Deutschland und 4 in Rumänien.

Galeria Kaufhof

Der Umsatz von Galeria Kaufhof stieg im Geschäftsjahr 2013/14 um 0,5 Prozent auf 3,1 Mrd. €. Flächenbereinigt wuchs der Umsatz ebenfalls um 0,5 Prozent.

In **Deutschland** lag der Umsatz von Galeria Kaufhof mit 2,9 Mrd. € um 0,7 Prozent über dem Vorjahreswert. Flächenbereinigt legte der Umsatz um 0,8 Prozent zu. Neben einem attraktiven Sortiment in den Warenhäusern hat auch die Umsatzsteigerung im Online-Geschäft hierzu beigetragen. Dieses entwickelte sich sehr positiv. Galeria.de und Sportarena.de steigerten den Umsatz im Geschäftsjahr 2013/14 um 64 Prozent auf 63 Mio. €.

Kennzahlen Galeria Kaufhof 2013/14

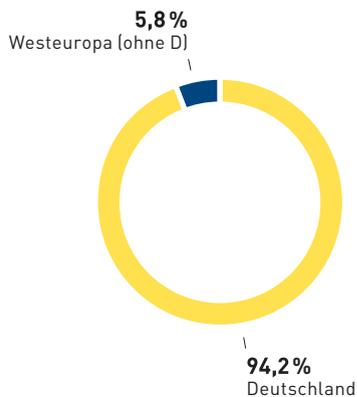
im Vorjahresvergleich

	9M 2013 Mio. €	12M 2012/13 Mio. €	12M 2013/14 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
				in €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	2.086	3.082	3.099	0,5	0,0	0,5	0,5
Deutschland	1.955	2.899	2.920	0,7	0,0	0,7	0,8
Westeuropa (ohne Deutschland)	131	183	178	-2,8	0,0	-2,8	-2,8
EBIT ^{1,2}	40	229	193	-15,8	-	-	-
EBIT-Marge ^{1,2} (%)	1,9	7,4	6,2	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	137	137	137	0,0	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	1.439	1.439	1.446	0,5	-	-	-

¹ Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

² Vor Sonderfaktoren

Umsatz Galeria Kaufhof 2013/14
 nach Regionen



In Westeuropa (ohne Deutschland) ging der Umsatz um 2,8 Prozent auf 0,2 Mrd. € zurück. Dies ist insbesondere auf den leicht rückläufigen Textilmarkt in Belgien zurückzuführen.

Das EBIT von Galeria Kaufhof lag im Geschäftsjahr 2013/14 bei 193 Mio. € (2012/13: 214 Mio. €). Vor Sonderfaktoren erreichte das EBIT ebenfalls 193 Mio. € (2012/13: 229 Mio. €). Der Rückgang ist unter anderem auf die im Vorjahreszeitraum enthaltenen Erträge aus Immobilientransaktionen zurückzuführen.

Das Standortnetz von Galeria Kaufhof umfasste zum 30. September 2014 insgesamt 137 Warenhäuser, davon 122 in Deutschland und 15 in Belgien.

Sonstige

Das Segment Sonstige enthält neben der METRO AG als strategischer Führungs-Holding der METRO GROUP unter anderem die Einkaufsorganisation in Hongkong, die auch für fremde Dritte tätig ist, sowie die Logistikdienstleistungen und außerdem die Immobilienaktivitäten der METRO PROPERTIES, die nicht den Vertriebslinien zugeordnet sind. Dazu zählen beispielsweise Fachmarktzentren, Läger und Hauptverwaltungen.

Im Geschäftsjahr 2013/14 erreichte der Umsatz im Segment Sonstige insgesamt 10 Mio. € (2012/13: 14 Mio. €). Er enthält unter anderem Provisionen für das Geschäft mit Dritten über die Einkaufsorganisation der METRO GROUP in Hongkong.

Das EBIT lag im Geschäftsjahr 2013/14 bei –91 Mio. € (2012/13: –145 Mio. €). Im EBIT enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 85 Mio. € (2012/13: 91 Mio. €). Diese beinhalten unter anderem Risikovorsorge für Rechtsstreitigkeiten. Das EBIT vor Sonderfaktoren verbesserte sich deutlich von –54 Mio. € auf –6 Mio. €. Die Verbesserung resultierte vor allem aus höheren Erträgen aus Immobilienverkäufen. Am Standort Düsseldorf wurden Ende Juni einzelne Büroimmobilien der METRO GROUP Unternehmenszentrale verkauft. Der Zeitpunkt für eine solche Transaktion war aufgrund der positiven Entwicklung des Immobilienmarkts sehr günstig.

Finanzergebnis und Steuern

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Betriebliches Ergebnis EBIT	703	1.688	1.273
Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	6	6	9
Sonstiges Beteiligungsergebnis	7	19	78
Zinsertrag/-aufwand (Zinsergebnis)	-365	-517	-409
Übriges Finanzergebnis	-162	-148	-242
Finanzergebnis	-514	-640	-564
Ergebnis vor Steuern EBT	189	1.048	709
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-260	-990	-527
Periodenergebnis	-71	58	182

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzt sich im Wesentlichen aus dem Zinsergebnis in Höhe von –409 Mio. € (2012/13: –517 Mio. €) und dem übrigen Finanzergebnis in Höhe von –242 Mio. € (2012/13: –148 Mio. €) zusammen. Das Zinsergebnis verbesserte sich insbesondere durch die Rückzahlung hochverzinslicher Schulden, die nun deutlich günstiger refinanziert werden konnten, sowie die rückläufige Verschuldung. Die Veränderung des übrigen Finanzergebnisses um –94 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus negativen Währungseffekten, die bislang erfolgsneutral im Eigenkapital erfasst wurden und aufgrund des Abgangs von Tochterunternehmen beziehungsweise im Jahr der Einstellung der Geschäftstätigkeit des Tochterunternehmens erfolgswirksam aufgelöst wurden. Diese Währungseffekte in Höhe von rund –122 Mio. € wurden als Sonderfaktor erfasst und entfallen im aktuellen Geschäftsjahr im Wesentlichen auf Real Türkei und Real Polen. Der korrespondierende Vorjahresbetrag in Höhe von –66 Mio. € betraf überwiegend Real Russland und Real Rumänien. Zusätzlich wirkte sich der im sonstigen Beteiligungsergebnis

erfasste Ertrag in Höhe von 62 Mio. € aus der Veräußerung der Anteile von 9 Prozent an der Booker Group PLC aus.

———— Weitere Angaben zum Finanzergebnis finden sich im Konzernanhang unter den Nummern 6 bis 9 Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen, Sonstiges Beteiligungsergebnis, Zinsertrag/Zinsaufwand und Übriges Finanzergebnis.

Steuern

Der Anstieg des ausgewiesenen Steueraufwands von 9M 2013 zu 12M 2013/14 resultiert vor allem aus dem höheren Vorsteuerergebnis im Berichtsjahr gegenüber dem Rumpfgeschäftsjahr 2013 und entfällt im Wesentlichen auf die Vertriebslinien Media-Saturn sowie METRO Cash & Carry.

Der Rückgang des in der obigen Tabelle ausgewiesenen Ertragsteueraufwands von 12M 2012/13 zu 12M 2013/14 ist eine rechnerische Größe, die daraus resultiert, dass der Steueraufwand des neunmonatigen Rumpfgeschäftsjahres um den Steueraufwand des vierten Kalenderquartals 2012 erhöht wurde. Aus systematischen Gründen ist jedoch eine Vergleichbarkeit nur bedingt gegeben. Eine detaillierte Steuerberechnung für den zwölfmonatigen Vergleichszeitraum liegt nicht vor. Aus diesem Grund ist in der nachfolgenden Tabelle keine detaillierte Aufgliederung der Steuerpositionen für den zwölfmonatigen Vergleichszeitraum möglich.

Mio. €	9M 2013	12M 2013/14
Tatsächliche Steuer	232	496
davon Deutschland	(67)	(128)
davon international	(165)	(368)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(240)	(473)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(-8)	(23)
Latente Steuern	28	31
davon Deutschland	(-9)	(43)
davon international	(37)	(-12)
	260	527

Die latenten Steuern haben sich im Vergleich zum Vorjahr im Saldo nur unwesentlich geändert.

Im Berichtszeitraum beträgt die Konzernsteuerquote 74,32 Prozent (9M 2013: 137,81 Prozent). Bereinigt um Sonderfaktoren liegt die Quote bei 45,41 Prozent (9M 2013: 94,50 Prozent). Die Konzernsteuerquote bildet das Verhältnis zwischen dem ausgewiesenen Ertragsteueraufwand und dem Vorsteuerergebnis ab. Die große Abweichung zwischen der berichteten und der um Sonderfaktoren bereinigten Steuer-

quote liegt im Wesentlichen daran, dass die im Zusammenhang mit den Sonderfaktoren stehenden Aufwendungen zum größten Teil keinen korrespondierenden Steuereffekt aufweisen (insbesondere Aufwand aus Portfoliomaßnahmen sowie Wertminderung auf Geschäfts- oder Firmenwerte von METRO Cash & Carry in den Niederlanden).

———— Weitere Erläuterungen zu Steuern vom Einkommen und vom Ertrag finden sich im Konzernanhang unter Nummer 11 Steuern vom Einkommen und vom Ertrag.

Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Periodenergebnis erreichte im Geschäftsjahr 2013/14 182 Mio. € und lag damit um 124 Mio. € höher als im Vorjahreszeitraum (2012/13: 58 Mio. €). Nach Abzug der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter verbleibt ein auf die Aktionäre der METRO AG entfallendes Periodenergebnis von 127 Mio. € (2012/13: -35 Mio. €). Dies entspricht einer deutlichen Verbesserung um 162 Mio. €.

Das Periodenergebnis enthält Sonderfaktoren in Höhe von 491 Mio. € (2012/13: 522 Mio. €). Das um diese Sonderfaktoren bereinigte Periodenergebnis beträgt somit 673 Mio. € (2012/13: 580 Mio. €).

Die METRO GROUP erzielte im Geschäftsjahr 2013/14 ein verbessertes Ergebnis je Aktie von 0,39 € (2012/13: -0,11 €). Der Berechnung war im Berichtszeitraum unverändert eine gewichtete Anzahl von 326.787.529 Aktien zugrunde zu legen. Auf diese Aktienanzahl wurde das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von 127 Mio. € verteilt. Ein Verwässerungseffekt aus sogenannten potenziellen Aktien war weder im Geschäftsjahr 2013/14 noch im Vorjahr gegeben.

Das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lag bei 1,84 € (2012/13: 1,47 €). Dieses Ergebnis bildet die Basis für den Dividendenvorschlag.

		9M 2013	12M 2012/13	Veränderung		
				12M 2013/14	absolut	%
Periodenergebnis	Mio. €	-71	58	182	124	-
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. €	0	93	55	-38	-41,2
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. €	-71	-35	127	162	-
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ¹	€	-0,22	-0,11	0,39	0,50	-
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren ¹	€	0,03	1,47	1,84	0,37	24,7

¹ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

Wertorientiertes Management

Die Leistungsstärke der METRO GROUP zeigt sich unter anderem in ihrer Fähigkeit, den Unternehmenswert durch Wachstum und operative Effizienz kontinuierlich zu steigern und dabei das Geschäftsvermögen optimal einzusetzen. Um eine nachhaltige Wertsteigerung sicherzustellen, setzt die METRO GROUP daher seit dem Jahr 2000 auch wertorientierte Kennzahlen ein, die auf operativen Steuerungsgrößen aufbauen. Seit 2009 ermitteln wir den Wertbeitrag mit der Kennzahl EBITaC (EBIT after Cost of Capital). Ein positiver Wertbeitrag ist entsprechend der Konzeption des EBITaC dann erreicht, wenn das Ergebnis vor Zinsen und Steuern über den Kapitalkosten, die für die Finanzierung des durchschnittlich gebundenen Geschäftsvermögens erforderlich sind, liegt.

$$\begin{aligned} \text{EBITaC} &= \text{EBIT}^1 - \text{Kapitalkosten} \\ &= \text{EBIT}^1 - (\text{Geschäftsvermögen} \times \text{WACC}^2) \end{aligned}$$

¹ Sonderfaktoren grundsätzlich über vier Jahre periodisiert

² WACC = Weighted Average Cost of Capital (gewichteter Kapitalkostensatz vor Steuern)

Die Verwendung der Kennzahl EBITaC ermöglicht generell, sich auf die wesentlichen und vom Management beeinflussbaren Treiber des operativen Geschäfts zu konzentrieren: wertsteigerndes Wachstum, Steigerung der operativen Effizienz und Optimierung der Kapitalbindung. Wertsteigerndes Wachstum erreichen wir durch unsere Strategie, uns in den bestehenden Märkten auf Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche zu konzentrieren, das stationäre Geschäft durch neue Absatzkanäle wie Online-Handel und Belieferungsservice gezielt zu ergänzen sowie die Expansion in ausgewählten Ländern zu beschleunigen. In allen Fällen steht dabei der Kunde jeweils im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Im Zuge der Expansionsstrategie haben wir nun auch den Wachstumsmarkt Indien neben Russland, China und der Türkei als eines der zentralen Expansionsländer im Großhandelsgeschäft definiert. Ergänzend verfolgen wir weiterhin Maßnahmen zur Sicherung der Effizienz im operativen und administrativen Bereich und treiben die Optimierung des Kapitaleinsatzes voran. Letzteres erreichen wir beispielsweise durch das Angebot maßgeschneiderter Lösungen für einzelne Zielkundengruppen. In diesem Kontext spielt unter anderem ein kundenorientiertes Warengruppenmanagement, das sich an den konkreten Bedürfnissen hinsichtlich Sortiment, Preisgruppen, Verpackung und Vermarktung orientiert, eine wichtige Rolle.

Die Kapitalkosten stellen die erwartete Entlohnung der Investoren für das zur Verfügung gestellte Kapital und das eingegangene Anlagerisiko vor Steuern dar. Sie werden ermittelt, indem das durchschnittlich gebundene Geschäftsvermögen mit dem gewichteten Kapitalkostensatz vor Steuern (WACC – Weighted Average Cost of Capital) multipliziert wird.

Der Kapitalkostensatz vor Steuern wird auf Basis von Kapitalmarktmodellen abgeleitet. Er stellt eine Maßgröße für die von den Kapitalgebern geforderte Mindestrendite auf das eingesetzte Kapital dar. Dabei spiegelt er die gesamten Kosten des eingesetzten Kapitals wider und setzt sich demnach aus dem Eigen- und dem Fremdkapitalkostensatz zusammen. Im Geschäftsjahr 2013/14 lag der Kapitalkostensatz der METRO GROUP vor Steuern bei 9,0 Prozent. Dieser ergibt sich grundsätzlich aus einer Aggregation der segmentspezifischen Kapitalkostensätze.

Das Geschäftsvermögen stellt das zu verzinsende Vermögen dar. Es setzt sich aus dem Segmentvermögen zuzüglich der operativen Kasse und abzüglich der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie weiterer operativer Verbindlichkeiten und passiver Rechnungsabgrenzungsposten zusammen. Dabei stellen wir auf Durchschnittswerte auf Basis von Quartalsbilanzen ab, um auch unterjährige Entwicklungen des Geschäftsvermögens in die Kalkulation einfließen zu lassen.

Sonderfaktoren werden bei der Berechnung des EBITaC grundsätzlich linear über vier Jahre periodisiert im EBIT berücksichtigt. Da die entsprechenden positiven EBIT-Wirkungen zum großen Teil zeitverzögert zu den Aufwendungen entstehen, verbessert sich durch Periodisierung dieser Sonderfaktoren die Darstellung der operativen Performance. Kurzfristige Sondereinflüsse wirken sich dadurch nicht in vollem Umfang auf das Ergebnis der Periode des Auftretens aus.

Mio. €	2012/13 ¹	2013/14	Delta
EBIT vor Sonderfaktoren	2.000	1.727	-273
EBIT nach Periodisierung von Sonderfaktoren ²	1.680	1.376	-304
Geschäftsvermögen	15.076	13.579	-1.497
Vorsteuer-WACC	9,0%	9,0%	
Kapitalkosten	-1.357	-1.222	135
EBITaC	323	153	-170

¹Vorjahr vergleichbar gerechnet

²Wirkung der Sonderfaktoren über vier Jahre verteilt

Das EBIT 2013/14 lag nach Periodisierung der Sonderfaktoren aus den Vorjahren (2010/11: 177 Mio. €; 2011/12: 463 Mio. €; 2012/13: 313 Mio. €) sowie nach Berücksichtigung der periodisierten Einmalaufwendungen aus dem Jahr 2013/14 in Höhe von 454 Mio. € bei 1.376 Mio. €. Bei einem durchschnittlichen Geschäftsvermögen in Höhe von 13.579 Mio. € betragen die Kapitalkosten 1.222 Mio. €. Trotz einer unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik setzte die METRO GROUP im Jahr 2013/14 ihr Geschäftsvermögen erfolgreich ein und erzielte ein positives EBITaC in Höhe von 153 Mio. €. Der Rückgang ist insbesondere auf gesunkene Erträge aus Immobilientransaktionen im Rahmen der Neuausrichtung der Immobilienstrategie, den

Wegfall der Ergebnisbeiträge aus dem verkauften Real-Geschäft in Osteuropa sowie auf negative Wechselkurseffekte zurückzuführen.

Neben dem EBITaC wird zur besseren Vergleichbarkeit der einzelnen Segmente die Renditekennzahl Return on Capital Employed (RoCE) herangezogen. Der RoCE misst die in der betrachteten Periode erzielte Rendite auf das eingesetzte Geschäftsvermögen. Für diesen Vergleich der Segmente beinhaltet das Geschäftsvermögen über die oben dargestellten Positionen hinaus Mietbarwerte, um den unterschiedlichen Eigentumsverhältnissen am Immobilienvermögen Rechnung zu tragen. Bei der Berechnung des RoCE stellt die METRO GROUP auf das EBIT vor Sonderfaktoren ab, da dieses die operative Ertragskraft der Einheiten losgelöst von Einflüssen der Sonderfaktoren angemessen widerspiegelt.

$$\text{RoCE} = \text{EBIT}^1 / \text{Geschäftsvermögen inkl. Mietbarwerten}$$

¹ EBIT vor Sonderfaktoren

Der RoCE wird dem jeweiligen segmentspezifischen Kapitalkostensatz vor Steuern gegenübergestellt, da dieser eine auf Basis von Kapitalmarktmodellen abgeleitete marktgerechte Mindestverzinsung auf das eingesetzte Kapital darstellt.

Die Ergebnisse der Analyse des EBITaC und des RoCE werden unter anderem zur Steuerung des Portfolios der METRO GROUP sowie zur Allokation der Investitionsmittel eingesetzt. Entscheidend bei der Allokation ist die mittel- und langfristige Auswirkung auf die Wertschaffung. Das wesentliche Kriterium für alle Investitionen innerhalb der METRO GROUP ist daher der Barwert der zukünftigen Wertbeiträge. Um auch steuerliche Gesichtspunkte bei der Entscheidung über die zukünftige Expansion zu berücksichtigen, werden die Wertbeiträge nach Steuern kalkuliert. Als weitere Kriterien zur Beurteilung von Investitionsprojekten werden insbesondere der Discounted Cashflow sowie die Amortisationsdauer als liquiditätsorientierte Kennzahlen verwendet. Im Zuge der weiterhin starken Priorisierung bei der Zuteilung der Investitionsmittel werden neben der strategischen Relevanz insbesondere Rentabilitätskennziffern bezogen auf die eingesetzten Mittel zur Beurteilung alternativer Investitionsprojekte als zusätzliche Entscheidungsgrundlage herangezogen.

Sonderfaktoren

Sonderfaktoren
 nach Vertriebslinien¹

Mio. €	9M 2013 wie berichtet	12M 2012/13 wie berichtet	12M 2013/14 wie berichtet	9M 2013 Sonder- faktoren	12M 2012/13 Sonder- faktoren	12M 2013/14 Sonder- faktoren	9M 2013 vor Sonder- faktoren	12M 2012/13 vor Sonder- faktoren	12M 2013/14 vor Sonder- faktoren
EBITDA	1.657	3.133	2.545	-54	98	292	1.603	3.230	2.836
davon METRO Cash & Carry	1.004	1.797	1.460	65	45	86	1.069	1.842	1.546
Media-Saturn	152	515	537	15	73	87	167	588	625
Real	303	410	172	-168	-114	43	135	296	215
Galeria Kaufhof	114	335	314	15	15	0	129	350	314
Sonstige	87	75	64	22	83	79	109	159	143
Konsolidierung	-3	0	-2	-3	-4	-4	-6	-4	-6
EBIT	703	1.688	1.273	25	313	454	728	2.000	1.727
davon METRO Cash & Carry	600	1.205	904	125	174	221	725	1.379	1.125
Media-Saturn	-54	184	244	21	115	91	-33	299	335
Real	193	224	19	-163	-79	62	29	145	81
Galeria Kaufhof	24	214	193	16	16	0	40	229	193
Sonstige	-62	-145	-91	30	91	85	-32	-54	-6
Konsolidierung	2	6	4	-3	-4	-4	-2	2	0
Finanzergebnis	-514	-640	-564	68	69	70	-446	-571	-494
EBT	189	1.048	709	93	381	524	282	1.429	1.233
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-260	-990	-527	-6	141	-33	-266	-849	-560
Periodenergebnis	-71	58	182	87	522	491	16	580	673
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	0	93	55	7	6	19	7	99	73
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	-71	-35	127	80	516	472	9	481	600
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	-0,22	-0,11	0,39	0,25	1,58	1,45	0,03	1,47	1,84

¹ Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernanschlusses); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

Sonderfaktoren
 nach Regionen

Mio. €	9M 2013 wie berichtet	12M 2012/13 wie berichtet	12M 2013/14 wie berichtet	9M 2013 Sonder- faktoren	12M 2012/13 Sonder- faktoren	12M 2013/14 Sonder- faktoren	9M 2013 vor Sonder- faktoren	12M 2012/13 vor Sonder- faktoren	12M 2013/14 vor Sonder- faktoren
EBITDA	1.657	3.133	2.545	-54	98	292	1.603	3.230	2.836
davon Deutschland	365	932	965	46	131	145	411	1.063	1.110
Westeuropa (ohne Deutschland)	439	920	610	49	31	107	488	951	717
Osteuropa	772	1.253	869	-138	-111	31	634	1.142	900
Asien/Afrika	78	30	105	-11	46	7	67	75	112
Konsolidierung	3	-1	-3	0	0	0	3	-1	-3
EBIT	703	1.688	1.273	25	313	454	728	2.000	1.727
davon Deutschland	-76	332	402	55	147	155	-22	479	556
Westeuropa (ohne Deutschland)	240	627	271	68	51	217	309	678	488
Osteuropa	528	825	552	-117	4	75	412	829	627
Asien/Afrika	8	-95	52	18	111	7	26	16	59
Konsolidierung	3	-1	-3	0	0	0	3	-1	-3
Finanzergebnis	-514	-640	-564	68	69	70	-446	-571	-494
EBT	189	1.048	709	93	381	524	282	1.429	1.233
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-260	-990	-527	-6	141	-33	-266	-849	-560
Periodenergebnis	-71	58	182	87	522	491	16	580	673
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	0	93	55	7	6	19	7	99	73
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	-71	-35	127	80	516	472	9	481	600
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	-0,22	-0,11	0,39	0,25	1,58	1,45	0,03	1,47	1,84

5. Finanz- und Vermögenslage

Finanzmanagement

Grundsätze und Ziele der Finanzaktivitäten

Über unser Finanzmanagement stellen wir sicher, dass unser Unternehmen dauerhaft liquide ist, reduzieren finanzielle Risiken soweit wirtschaftlich sinnvoll und vergeben Kredite an die Konzerngesellschaften. Die METRO AG erbringt und steuert diese Aufgaben zentral für den Gesamtkonzern durch Garantien und Patronatserklärungen. Ziel ist es, den Finanzbedarf der Gesellschaften in ausreichender Form kostengünstig und möglichst über die internationalen Kapitalmärkte zu decken. Dies gilt sowohl für das operative Geschäft als auch für Investitionen. Bei der Auswahl der Finanzprodukte orientiert sich die METRO AG grundsätzlich an der Fristigkeit des zugrunde liegenden Geschäfts.

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash-Pooling) können wir das Fremdfinanzierungsvolumen reduzieren sowie unsere Geld- und Kapitalanlagen mit positiven Auswirkungen auf das Zinsergebnis optimieren. Das Cash-Pooling ermöglicht es uns, die Liquiditätsüberschüsse einzelner Gesellschaften zu nutzen, um den Geldbedarf anderer Konzernunternehmen intern zu finanzieren. Grundlage für unsere Finanzaktivitäten ist die monatlich aktualisierte Konzernfinanzplanung, die alle wesentlichen Gesellschaften berücksichtigt. Zusätzlich erstellt die METRO AG eine auf 14 Tage ausgerichtete Liquiditätsplanung.

Das derzeitige Rating im Investment-Grade-Bereich von langfristig BBB-/Baa3 beziehungsweise kurzfristig A-3/P-3 unterstützt den Zugang zu den Kapitalmärkten.

Unterstützt wird der Kapitalmarktzugang durch einen intensiven Dialog mit Anleiheinvestoren und Kreditanalysten. Auch präsentiert das Creditor-Relations-Team unser Unternehmen im Rahmen einer jährlichen Roadshow auf allen wichtigen europäischen Finanzmärkten. Ergänzend dazu können sich Investoren und Analysten in bilateralen Gesprächen und Führungen von der Leistungskraft der METRO GROUP überzeugen.

Bei sämtlichen Finanzaktivitäten gelten konzernweit die folgenden Grundsätze:

Finanzielle Einheit

Der Gesamtkonzern tritt nach außen als finanzielle Einheit auf und erzielt dadurch bessere Konditionen an den Finanzmärkten.

Finanzieller Handlungsspielraum

Bei finanzwirtschaftlichen Entscheidungen wahren wir im Verhältnis zu Banken oder Geschäftspartnern stets unseren Handlungsspielraum, um unabhängig zu bleiben. Im Rahmen der Bankenpolitik sind Limits so definiert, dass der Konzern einen Finanzpartner jederzeit durch einen anderen ersetzen kann.

Zentrales Risikomanagement

Über Finanzgeschäfte decken wir zum einen unseren Finanzbedarf. Zum anderen sichert das Unternehmen Grundgeschäfte ab, die mit Risiken behaftet sind. Die METRO AG überwacht zentral das Gesamtportfolio aller Finanzgeschäfte der METRO GROUP.

Zentrale Risikoüberwachung

Veränderte finanzwirtschaftliche Rahmenbedingungen, darunter beispielsweise Zinssatz- oder Devisenkursänderungen, können sich auf die Finanzierung der METRO GROUP auswirken. Die damit verbundenen Risiken quantifiziert die METRO AG regelmäßig in Szenarioanalysen. Offene Risikopositionen – wie etwa der Abschluss von Finanztransaktionen ohne korrespondierendes Grundgeschäft – dürfen nur nach entsprechender Freigabe durch den Vorstand der METRO AG gehalten werden.

Ausschließlich zugelassene Vertragspartner

Für Finanzgeschäfte der METRO GROUP kommen ausschließlich Vertragspartner infrage, die von der METRO AG zugelassen sind. Die Bonität dieser Vertragspartner wird anhand ihres Ratings und der Beobachtung von Kreditrisikokennziffern (im Wesentlichen Credit-Default-Swap-Analysen) täglich überprüft. Auf dieser Basis überwacht das in der METRO AG angesiedelte Treasury Controlling fortlaufend die Einhaltung der freigegebenen Limits.

Freigabepflicht

Finanzgeschäfte der METRO-Konzerngesellschaften werden grundsätzlich mit der METRO AG abgeschlossen. Ist dies aus rechtlichen Gründen nicht möglich, werden sie in Abstimmung mit der METRO AG im Namen der Konzerngesellschaft oder auch direkt zwischen der Konzerngesellschaft und dem externen Finanzpartner vereinbart.

Revisionsicherheit

In unserem Unternehmen gilt generell das Vier-Augen-Prinzip. Abläufe und Verantwortlichkeiten sind in konzernweit geltenden Richtlinien festgelegt. Der Abschluss von Finanzgeschäften ist organisatorisch von Abwicklung und Kontrolle getrennt.

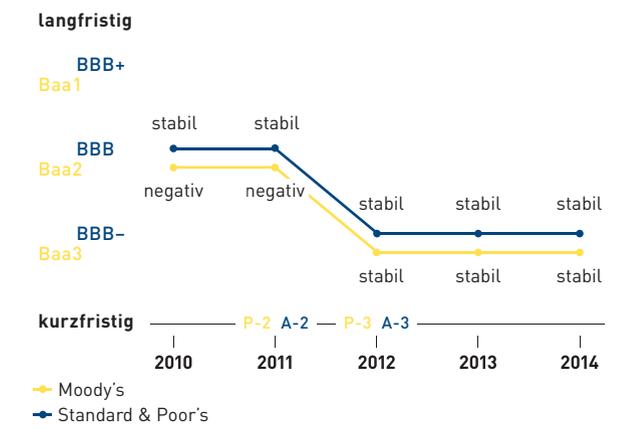
Informationen zu den Risiken aus Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen finden sich im Konzernanhang – Nummer 43 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

Ratings

Ratings bewerten die Fähigkeit eines Unternehmens, seinen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen. Sie dienen dem Nachweis der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens gegenüber potenziellen Fremdkapitalgebern. Ein Rating erleichtert zudem den Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten. Die METRO AG hat die zwei international führenden Rating-Agenturen – Moody’s und Standard & Poor’s – beauftragt, die Kreditwürdigkeit der METRO GROUP kontinuierlich zu analysieren.

Die Entwicklung des lang- und kurzfristigen Ratings der METRO GROUP der vergangenen fünf Jahre ist in der folgenden Grafik dargestellt:

Entwicklung von Rating und Ausblick



Die aktuelle Bewertung des Ratings der METRO GROUP durch Moody’s und Standard & Poor’s lautet wie folgt:

Kategorie	2014	
	Moody's	Standard & Poor's
Langfristig	Baa3	BBB-
Kurzfristig	P-3	A-3
Ausblick	stabil	stabil

Mit diesen Ratings stehen der METRO GROUP alle Finanzmärkte offen.

Finanzierungsmaßnahmen

Die Deckung des mittel- bis langfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt über ein kapitalmarktfähiges Daueremissionsprogramm, das über ein maximales Volumen von 6 Mrd. € verfügt. In seinem Rahmen wurden im Geschäftsjahr 2013/14 keine Neutransaktionen abgewickelt. Die im November 2013 fällige Anleihe über 500 Mio. € sowie die im Juli 2014 fällige Anleihe über 600 Mio. € wurden fristgerecht zurückgezahlt.

Das Daueremissionsprogramm wurde zum 30. September 2014 mit insgesamt 3,4 Mrd. € in Anspruch genommen.

Die Deckung des kurzfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt sowohl über das „Euro Commercial Paper Programme“ als auch über ein auf französische Investoren ausgerichtetes weiteres „Commercial Paper Programme“. Beide Programme verfügen über ein maximales Volumen von jeweils 2 Mrd. €. Insgesamt wurden beide Programme zusammen im Berichtszeitraum im Durchschnitt mit 782 Mio. € in Anspruch genommen. Zum 30. September 2014 wurden die Programme mit rund 938 Mio. € ausgenutzt.

Ferner wurden zum 30. September 2014 bilaterale Kreditlinien von insgesamt 865 Mio. € genutzt.

Weitere Informationen zu Finanzierungsprogrammen und Kreditlinien finden sich im Konzernanhang – Nummer 36 Finanzschulden.

Außer den etablierten Emissionsprogrammen stand dem Konzern zu jedem Zeitpunkt ausreichende Liquidität durch umfangreiche, im Wesentlichen mehrjährige Kreditlinien zur Verfügung. Sie sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	30.9.2013		
	Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.826	405	1.421
Inanspruchnahme	-1.096	-310	-787
Freie bilaterale Kreditlinien	730	95	634
Syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500
Inanspruchnahme	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500
Kreditlinien gesamt	4.326	405	3.921
Inanspruchnahme gesamt	-1.096	-310	-787
Freie Kreditlinien gesamt	3.230	95	3.134

Mio. €	30.9.2014		
	Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.430	300	1.130
Inanspruchnahme	-865	-260	-604
Freie bilaterale Kreditlinien	565	40	526
Syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525
Inanspruchnahme	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525
Kreditlinien gesamt	3.955	300	3.655
Inanspruchnahme gesamt	-865	-260	-604
Freie Kreditlinien gesamt	3.090	40	3.051

Investitionen/Desinvestitionen

Im Geschäftsjahr 2013/14 hat die METRO GROUP 1.209 Mio. € investiert und liegt damit 34 Mio. € über den Investitionen im Vorjahreszeitraum. Die Investitionen nahmen trotz reduzierter Expansionstätigkeit insbesondere aufgrund von Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen, einer größeren Immobilientransaktion bei Real sowie dem Zugang eines Immobilienobjekts bei Galeria Kaufhof insgesamt zu. Unter anderem wurden im Rahmen des Projekts „Big Bang“ bei Real 50 Märkte umgebaut, um die Kundenbedürfnisse noch besser abzudecken. Die reduzierte Expansionstätigkeit zeigt sich in einer geringeren Anzahl von 68 Neueröffnungen inklusive Zugängen gegenüber 91 Neueröffnungen im Vorjahreszeitraum.

Investitionen der METRO GROUP

Mio. €	9M 2013 ¹	12M 2012/13 ¹	Veränderung		
			12M 2013/14	absolut	%
METRO					
Cash & Carry	261	504	441	-63	-12,5
Media-Saturn	183	276	244	-32	-11,7
Real	68	117	172	56	47,9
Galeria Kaufhof	60	97	208	111	-
Sonstige	119	181	144	-37	-20,7
METRO GROUP	691	1.175	1.209	34	2,9

¹ Geänderte Darstellung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

METRO Cash & Carry hat im Geschäftsjahr 2013/14 441 Mio. € investiert. Die Investitionen liegen damit um 63 Mio. € unter dem Wert des Vorjahreszeitraums. Der deutliche Investitionsrückgang resultiert neben Währungseffekten aus einer reduzierten Expansionsstätigkeit (17 Neueröffnungen inklusive Übernahmen 2013/14 gegenüber 31 Neueröffnungen 2012/13). Der Expansionsschwerpunkt lag weiterhin bei den Fokusländern China und Russland, in denen das bestehende Filialnetz um 10 beziehungsweise 3 neue METRO Cash & Carry Märkte erweitert wurde. In Indien und der Türkei wurde jeweils 1 neuer METRO Cash & Carry Standort, in Belgien wurden 2 neue Märkte eröffnet. In China wurde 1 Standort und in Ägypten wurden 2 Standorte geschlossen.

Die Investitionen von **Media-Saturn** lagen im Geschäftsjahr 2013/14 mit 244 Mio. € um 32 Mio. € unter den Investitionen im Vorjahreszeitraum. Der Investitionsrückgang ist vor allem auf Einsparungen von Investitionen für die Erweiterung des Standortportfolios zurückzuführen. Im Berichtszeitraum wurden 50 (im Vorjahr 54) Märkte eröffnet. Der Fokus der Expansion lag mit 28 neu eröffneten Elektrofachmärkten auf Osteuropa. Hier wurden 14 neue Märkte in Russland sowie 9 neue Märkte in der Türkei eröffnet. In Polen kamen 5 neue Standorte hinzu. In Westeuropa (ohne Deutschland) wurde das Standortnetz um 10 neue Märkte erweitert, davon 4 in den Niederlanden und jeweils 2 neue Märkte in Belgien, Italien und Spanien. Zusätzlich wurden in Deutschland 12 Märkte eröffnet. Außerdem wurden im Geschäftsjahr 12 Standorte geschlossen. In der Türkei kam es zur Schließung von 4 Standorten. Zusätzlich wurden je 2 Märkte in den Niederlanden, in Schweden und in Deutschland sowie je 1 Markt in Russland und Belgien geschlossen.

Real investierte im Geschäftsjahr 2013/14 172 Mio. € und somit 56 Mio. € mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Investitionszunahme resultiert im Wesentlichen aus dem Erwerb dreier Standorte in Deutschland, die zuvor gemietet waren. Die investierten Mittel wurden außerdem genutzt, um durch Konzeptumstellungen das Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Nach Umzug am Standort Essen eröffnete im Oktober 2013 der modernste Real-Markt Deutschlands. Hier wurde ein neuartiges Konzept realisiert, das neben Sortimentsvielfalt auch auf größere Regionalität bei Frischeprodukten setzt. Nach diesem neuen Konzept wurden in diesem Geschäftsjahr 50 weitere Märkte modular umgebaut. Real hat im Geschäftsjahr 2013/14 das Ladennetz um 1 Markt in Deutschland erweitert und insgesamt 74 Märkte abgegeben. Dies betrifft die Veräußerung von Real Polen (57 Standorte) und Real Türkei (12 Standorte). In Deutschland wurden 4 Standorte geschlossen. Der verblie-

bene Real-Standort in Moskau wurde an METRO Cash & Carry abgegeben.

Die Investitionen von **Galeria Kaufhof** beliefen sich auf 208 Mio. € und lagen damit 111 Mio. € über dem Niveau des Vorjahreszeitraums. Diese deutliche Zunahme an Investitionen ist vor allem auf den zusätzlichen Anteilserwerb für einen Standort zurückzuführen, der zu einer Konsolidierung führt. Im Vordergrund standen zudem Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen. Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden weder neue Filialen eröffnet noch bestehende Warenhäuser geschlossen.

Die Investitionen im Segment **Sonstige** beliefen sich im Geschäftsjahr 2013/14 auf 144 Mio. € (2012/13: 181 Mio. €). Die Investitionen entfielen primär auf immaterielle Vermögenswerte sowie auf Betriebs- und Geschäftsausstattung. Darüber hinaus wurde durch die Ausübung von Ankaufsrechten und weitere Transaktionen in Immobilien investiert.

Die bereits eingegangenen Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagevermögen, immateriellen Vermögenswerten und als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien belaufen sich auf 129 Mio. €.

——— Weitere Informationen hierzu finden sich im Konzernanhang – Nummer 19 Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Nummer 20 Sachanlagen und Nummer 21 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien.

Aus Desinvestitionen sind der METRO GROUP Zahlungsmittel in Höhe von 534 Mio. € zugeflossen, die im Wesentlichen aus dem Verkauf der Anteile an der Booker Group PLC (244 Mio. €) sowie der Veräußerung einzelner Büroimmobilien der METRO GROUP Unternehmenszentrale am Standort Düsseldorf (187 Mio. €) resultieren.

——— Weitere Informationen zu Desinvestitionen finden sich im Konzernabschluss – Kapitalflussrechnung sowie im Konzernanhang – Nummer 41 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

Liquidität (Kapitalflussrechnung)

Die Liquidität der METRO GROUP wird anhand der Kapitalflussrechnung ermittelt. In dieser wird der Zahlungsmittelfluss berechnet und dargestellt, den die METRO GROUP im Geschäftsjahr aus der betrieblichen Tätigkeit sowie der Investitions- und Finanzierungstätigkeit erwirtschaftet oder verwendet hat. Außerdem beschreibt sie die Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zwischen dem Beginn und dem Ende des Geschäftsjahres.

Aus der betrieblichen Tätigkeit wurde im Geschäftsjahr 2013/14 ein Mittelzufluss von 2.008 Mio. € (2012/13: +2.667 Mio. €) generiert. Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit ist ein Mittelabfluss von 715 Mio. € (2012/13: +721 Mio. €) zu verzeichnen. Daraus ergibt sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Reduktion des Cashflows vor

Finanzierungstätigkeit um 2.095 Mio. € auf 1.293 Mio. €. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist einen Mittelabfluss von 1.448 Mio. € (2012/13: –2.814 Mio. €) aus.

Erläuterungen finden sich im Konzernabschluss – Kapitalflussrechnung sowie im Konzernanhang – Nummer 41 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

Kapitalflussrechnung¹

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	-1.768	2.667	2.008
Cashflow aus Investitionstätigkeit	747	721	-715
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit	-1.021	3.388	1.293
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.690	-2.814	-1.448
Summe der Cashflows	-2.711	574	-155
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-24	-19	-1
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2.735	555	-156

¹Verkürzte Fassung. Die vollständige Fassung ist im Konzernabschluss enthalten.

Kapitalstruktur

Kapitalstruktur der METRO GROUP

Mio. €

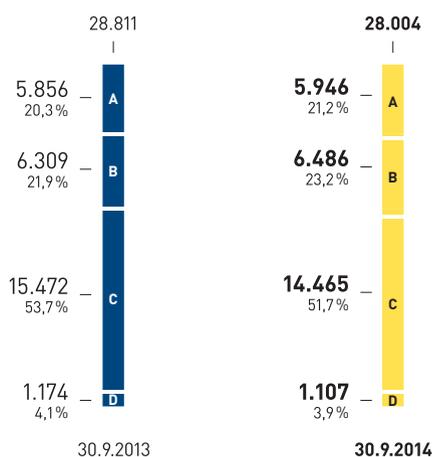
AKTIVA

A Vorräte (kurzfristig)

B Übrige kurzfristige Vermögenswerte

C Anlagevermögen

D Übrige langfristige Vermögenswerte



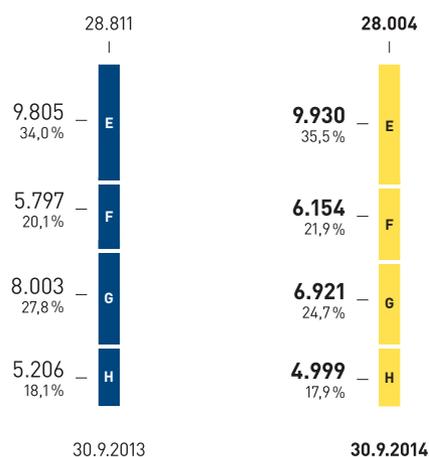
PASSIVA

E Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)

F Übriges Fremdkapital (kurzfristig)

G Fremdkapital (langfristig)

H Eigenkapital



Die Konzernbilanz der METRO GROUP weist zum 30. September 2014 ein Eigenkapital in Höhe von 5,0 Mrd. € aus (30.9.2013: 5,2 Mrd. €). Für die Reduzierung war im Wesentlichen die Veränderung der Gewinnrücklagen verantwortlich. Diese sind seit dem 30. September 2013 um 191 Mio. € gesunken. Dieser Rückgang war insbesondere eine Folge der Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen. Positiv wirkte sich die Erhöhung der sonstigen Gewinnrücklagen aus, die im Wesentlichen aus dem Periodenergebnis resultiert. Die Eigenkapitalquote beträgt 17,9 Prozent (30.9.2013: 18,1 Prozent). Der Anteil der Gewinnrücklagen am Eigenkapital liegt bei 32,0 Prozent gegenüber 34,4 Prozent zum 30. September 2013.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2013	30.9.2014
Eigenkapital	31	5.206	4.999
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.793	1.602
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	27		11

Die bilanzielle Nettoverschuldung wurde deutlich um 736 Mio. € verbessert und beträgt zum 30. September 2014 nur noch 4,7 Mrd. € (30.9.2013: 5,4 Mrd. €). Sie wird ermittelt durch Saldierung der Finanzschulden inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen in Höhe von 7,1 Mrd. € (30.9.2013: 8,0 Mrd. €) mit den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten gemäß Bilanz in Höhe von 2,4 Mrd. € (30.9.2013: 2,6 Mrd. €) sowie den Geldanlagen in Höhe von 7 Mio. € (30.9.2013: 8 Mio. €).

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gemäß Bilanz	2.564	2.406
Geldanlagen > 3 Monate < 1 Jahr ¹	8	7
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	7.963	7.068
Nettoverschuldung	5.391	4.655

¹In der Bilanz in den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten (kurzfristig) enthalten

Die langfristigen Schulden betragen zum 30. September 2014 6,9 Mrd. € (30.9.2013: 8,0 Mrd. €) und wurden somit um 1,1 Mrd. € reduziert. Dies wurde insbesondere durch einen Abbau der langfristigen Finanzschulden um 1,3 Mrd. € erreicht (30.9.2014: 4,5 Mrd. €; 30.9.2013: 5,8 Mrd. €). Ihr Rückgang resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung einer im März 2015 fälligen Anleihe mit einem Nominalvolumen von 1 Mrd. € in die kurzfristigen Finanzanlagen sowie aus der Umklassifizierung von Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bei METRO Cash & Carry Vietnam in Höhe von rund 97 Mio. € in die Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten. Gegenläufig wirkte sich die Erhöhung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen um 176 Mio. € auf 1,7 Mrd. € (30.9.2013: 1,5 Mrd. €) aus. Der Grund hierfür waren die zum Teil deutlich gesunkenen Rechnungszinssätze, die zu einem Anstieg der Pensionsverpflichtungen führten.

Zum 30. September 2014 hatte die METRO GROUP kurzfristige Schulden in Höhe von 16,1 Mrd. € (30.9.2013: 15,6 Mrd. €). Der Anstieg lässt sich im Wesentlichen mit den um 415 Mio. € höheren kurzfristigen Finanzschulden begründen (30.9.2014: 2,6 Mrd. €; 30.9.2013: 2,2 Mrd. €). Der Zugang gegenüber dem 30. September 2013 resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung der im März 2015 fälligen Anleihe mit einem Nominalvolumen von 1 Mrd. € aus den langfristigen in die kurzfristigen Finanzschulden sowie einem Anstieg der „Commercial Paper Programme“ in Höhe von 555 Mio. €. Sehr positiv wirkte sich die Tilgung von zwei Anleihen mit einem Nominalvolumen von insgesamt 1,1 Mrd. € aus.

Gegenüber dem 30. September 2013 ist die Fremdkapitalquote um 0,2 Prozentpunkte auf 82,1 Prozent gestiegen. Die kurzfristigen Schulden haben einen Anteil von 69,9 Prozent am gesamten Fremdkapital nach 66,1 Prozent zum 30. September 2013.

Angaben zur Fälligkeits-, Währungs- und Zinsstruktur der finanziellen Schulden sowie zu Kreditlinien finden sich im Konzernanhang – Nummer 36 Finanzschulden.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2013	30.9.2014
Langfristige Schulden		8.003	6.921
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	32	1.508	1.684
Sonstige Rückstellungen	33	429	478
Finanzschulden	34, 36	5.763	4.453
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	176	176
Latente Steuerschulden	24	127	130
Kurzfristige Schulden		15.602	16.084
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34, 35	9.805	9.930
Rückstellungen	33	621	615
Finanzschulden	34, 36	2.200	2.615
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	2.531	2.528
Ertragsteuerschulden	34	181	198
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	30	264	198

Weitere Informationen zur Entwicklung der Schulden finden sich im Konzernanhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern. Angaben zu Eventualverbindlichkeiten sowie sonstigen finanziellen Verpflichtungen finden sich im Konzernanhang – Nummer 44 Eventualverbindlichkeiten und Nummer 45 Sonstige finanzielle Verpflichtungen.

Vermögenslage

Im Geschäftsjahr 2013/14 verringerte sich die Bilanzsumme um 807 Mio. € auf 28,0 Mrd. € (30.9.2013: 28,8 Mrd. €).

Bei den langfristigen Vermögenswerten war im Geschäftsjahr 2013/14 ein Rückgang von 1,0 Mrd. € auf 15,6 Mrd. € zu verzeichnen, der im Wesentlichen aus einer Reduzierung der Sachanlagen um 684 Mio. € auf 10,0 Mrd. € (30.9.2013: 10,7 Mrd. €) resultierte. Er wurde verursacht durch negative Währungseffekte vor allem in Russland und der Ukraine, den Abgang von Sachanlagen sowie Umgliederungen in die zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte. Zudem waren die langfristigen Finanzanlagen um 248 Mio. € niedriger als im Vorjahr (30.9.2014: 71 Mio. €; 30.9.2013: 319 Mio. €). Hierfür verantwortlich war im Wesentlichen der Verkauf der Anteile in

Höhe von 9 Prozent an der Booker Group PLC. Diese Anteile waren im Geschäftsjahr 2012 als ein Teil der Gegenleistung für den Verkauf des Großhandelsgeschäfts der METRO GROUP im Vereinigten Königreich zugegangen. Darüber hinaus reduzierte eine Wertminderung auf die Geschäfts- oder Firmenwerte von METRO Cash & Carry in den Niederlanden in Höhe von 88 Mio. € die Geschäfts- oder Firmenwerte (30.9.2014: 3,7 Mrd. €; 30.9.2013: 3,8 Mrd. €).

Langfristige Vermögenswerte

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2013	30.9.2014
Langfristige Vermögenswerte		16.646	15.572
Geschäfts- oder Firmenwerte	18	3.763	3.671
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	19	393	380
Sachanlagen	20	10.709	10.025
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	21	156	223
Finanzanlagen	22	319	71
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	22	132	95
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	23	337	272
Latente Steueransprüche	24	837	835

Weitere Informationen zur Entwicklung der langfristigen Vermögenswerte finden sich im Konzernanhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern.

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 267 Mio. € auf 12,4 Mrd. €. Diese Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus der um 235 Mio. € gestiegenen Position sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (30.9.2014: 2,8 Mrd. €; 30.9.2013: 2,6 Mrd. €). Ihre Zunahme ist insbesondere auf höhere Forderungen gegenüber Lieferanten sowie deutlich gestiegene Umsatzsteuererstattungsansprüche zurückzuführen. Zudem stiegen die zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte um 168 Mio. € auf 460 Mio. € (30.9.2013: 292 Mio. €). Dies war im Wesentlichen die Folge der Umgliederung der Vermögenswerte von METRO Cash & Carry Vietnam in diese Position sowie der erstmaligen Erfassung von zehn durch die Vertriebslinie Real genutzten Immobilien, die aufgrund der kurzfristigen Weiterveräußerungsabsicht sofort in den zur Veräu-

ßerung vorgesehenen Vermögenswerten erfasst wurden. Gegenläufig wirkte sich die Entkonsolidierung von Real Polen aus.

Kurzfristige Vermögenswerte

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2013	30.9.2014
Kurzfristige Vermögenswerte		12.165	12.432
Vorräte	25	5.856	5.946
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	547	560
Finanzanlagen		8	1
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	23	2.601	2.836
Ertragsteuererstattungsansprüche		297	223
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	29	2.564	2.406
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	30	292	460

Weitere Informationen zur Entwicklung der kurzfristigen Vermögenswerte finden sich im Konzernanhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern.

Gesamtaussage des Vorstands der METRO AG zum Geschäftsverlauf und zur Lage der METRO GROUP

Das Geschäftsjahr 2013/14 war für die METRO GROUP vor allem durch die geopolitischen Ereignisse eine besondere Herausforderung. Dennoch blickt der Vorstand auf ein insgesamt erfolgreiches Jahr zurück. Die Transformation der METRO GROUP wurde weiter erfolgreich fortgeführt und bei der Fokussierung des Portfolios wurden weitere Fortschritte erzielt. Zudem wurde die Verschuldung weiter verringert.

Insgesamt ist der Vorstand mit der Geschäftsentwicklung sehr zufrieden, vor allem da alle für die METRO GROUP kommunizierten Ziele erreicht wurden. Dementsprechend wird den Aktionären wieder ein Dividendenvorschlag unterbreitet.

Auf das Weihnachtsgeschäft haben wir uns gut vorbereitet und wir sind optimistisch in das Geschäftsjahr 2014/15 gestartet.

6. Mitarbeiter

Nachhaltige Personalstrategie

Unser Unternehmen hat es sich zum Ziel gesetzt, ein langfristig nachhaltiges Wachstum bei Umsatz und Ergebnis sicherzustellen. Dafür benötigen wir engagierte Mitarbeiter, die unsere Strategie in ihrem Arbeitsalltag mit Leben füllen und vor allem Mehrwert für unsere Kunden schaffen. Wir sind überzeugt: Die METRO GROUP kann nur dann wachsen, wenn wir unsere Mitarbeiter fördern. In unserer Personalstrategie konzentrieren wir uns dabei auf zwei Schwerpunkte: zum einen auf das Personalmanagement, zu dem wir die Anwerbung, Bindung und Weiterentwicklung von Mitarbeitern zählen; zum anderen auf die Arbeitssicherheit und das Gesundheitsmanagement. Ziel ist es, die besten Mitarbeiter zu gewinnen, sie entsprechend ihrer Leistungsbereitschaft und ihren Fähigkeiten zu fördern und sie langfristig an unser Unternehmen zu binden. Auf diese Weise wollen wir für bestehende und künftige Mitarbeiter ein bevorzugter Arbeitgeber sein.

Anwerbung von Mitarbeitern

Im Wettbewerb um die besten Fach- und Führungskräfte setzen wir auf Maßnahmen, die unsere Außenwahrnehmung bei potenziellen Bewerbern verbessern. Mit unseren Ausbildungs- und Trainee-Programmen ermöglichen wir jungen Menschen den Einstieg bei der METRO GROUP.

Ausbildung bei der METRO GROUP

Mit einer Ausbildungsquote – einschließlich Praktikanten und Studenten – von 7,7 Prozent (2012/13: 7,8 Prozent) sind wir einer der großen Ausbilder in Deutschland. Auch in anderen Ländern, in denen unsere Vertriebslinien aktiv sind, bieten wir jungen Menschen einen Berufseinstieg in die Handelswelt. Im Berichtszeitraum belief sich die Zahl der Auszubildenden im Unternehmen auf weltweit 9.109 (2012/13: 9.262). Sie ging damit um 1,7 Prozent zurück.

In Deutschland haben wir im Berichtszeitraum 2.247 Auszubildende neu eingestellt. Die Gesamtzahl unserer Auszubildenden betrug im Berichtszeitraum 6.745 (2012/13: 6.917). Gegenüber dem Vorjahreszeitraum sank sie damit um 2,5 Prozent. Wir setzen auf eine bedarfsgerechte Ausbildung, damit wir einem Großteil der Absolventen am Ende der Ausbildung eine Übernahme anbieten können. Dieses Ziel haben wir im abge-

laufenen Geschäftsjahr mit unserem Konzernbetriebsrat in einer Konzernbetriebsvereinbarung über die Übernahme von Auszubildenden festgehalten. Darin haben sich die Unternehmensleitung und der Konzernbetriebsrat darauf verständigt, Auszubildende, die ihre Ausbildung mit einer positiven Eignungsbeurteilung abschließen, grundsätzlich in Vollzeit und unbefristet zu übernehmen. Die genauen Anforderungen und etwaige Ausnahmen haben die einzelnen Gesellschaften der METRO GROUP für sich selbst festgelegt. Im Berichtszeitraum haben 60,4 Prozent (2012/13: 61,4 Prozent) der Absolventen einen Anschlussvertrag erhalten. Wir profitieren dabei von der guten Leistung unserer Nachwuchskräfte, denn 95,0 Prozent (2012/13: 94,9 Prozent) der Prüflinge haben im Berichtsjahr ihre Ausbildung erfolgreich abschließen können. Im Juli 2014 erhielten fünf Auszubildende von Media-Saturn sogar den Bayerischen Staatspreis für ihre herausragenden Leistungen.

Über die klassischen Ausbildungsinhalte hinaus schulen wir unsere Nachwuchskräfte auch darin, frühzeitig Verantwortung zu übernehmen und sich gesellschaftlich zu engagieren. Ein Beispiel ist das Projekt „Zu schade für die Tonne“ der Vertriebslinie Real. In mehr als 30 SB-Warenhäusern führten die Auszubildenden Aktionstage zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung durch. Die Auszubildenden des Real-Markts Iserlohn wiederum starteten eine Muttertagsaktion sowie eine 18-tägige Kundenrallye, um auf fair gehandelte Produkte aufmerksam zu machen. Für ihre Kreativität und den Einsatz erreichten sie den dritten Platz im Wettbewerb „FABI – Deutschlands fairste Azubis“ des gemeinnützigen Vereins TransFair.

Zusätzlich zur dualen Berufsausbildung bieten wir jungen Menschen auch die Möglichkeit, ein duales Studium mit Praxisanteilen aufzunehmen. In Deutschland hatten wir im Berichtsjahr 2013/14 in neun Studiengängen 295 Studierende.

METRO Potentials

Nach der Durchführung von Assessment-Centern im Sommer 2014 startete METRO Cash & Carry im Oktober 2014 das Programm METRO Potentials in allen 28 Ländern, in denen die Vertriebslinie vertreten ist. Es richtet sich an die weltweit besten Absolventen von Universitäten und an junge Berufstätige mit zwei bis drei Jahren Berufserfahrung bei METRO Cash & Carry oder anderen Unternehmen. Ziel ist es, einen ausreichenden Bestand an künftigen Managern und Geschäftsführern aufzubauen. Im Rahmen des zweijährigen Trainee-Programms erweitern die Teilnehmer ihr Wissen in verschiedenen Praxisprojekten. Außerdem erhalten sie Coachings von ihrem lokalen

Mentor, einem Mitglied der zuständigen Landesgeschäftsführung. Trainees durchlaufen verschiedene Stationen im In- und Ausland sowie in der Zentrale in Düsseldorf. Nach Beendigung des Programms können sie eine Managementposition übernehmen, zum Beispiel als Marktleiter. Der Entwicklungspfad reicht aber weit darüber hinaus bis zu einer Position in der Geschäftsführung des jeweiligen Landes.

Arbeitgebermarke und Personalmarketing

Um unser Profil am Bewerbermarkt zu schärfen, kooperieren wir auf zentraler Ebene mit Hochschulen und Organisationen wie der internationalen Studentenvereinigung Enactus. Mit finanziellen und ideellen Fördermaßnahmen beteiligen wir uns am Förderprogramm „AccountingTalents“ der Universität Münster, das Spitzenleistungen von Studenten in den Fachgebieten Rechnungswesen und Controlling auszeichnet. Den Austausch mit Studenten und Absolventen fördert die METRO GROUP über das Karrierenetzwerk „careerloft“. Wir vermitteln Mitgliedern Praktika und bieten exklusive Veranstaltungen mit unseren Vertriebslinien an.

Seit 2013 ist die METRO GROUP zudem mit einem Unternehmensprofil im sozialen Netzwerk XING vertreten. Die 2.244 Abonnenten (2012/13: 1.418) werden dort über Neuigkeiten aus dem Konzern und Jobangebote informiert.

Unsere Vertriebslinien betreiben darüber hinaus eigene Maßnahmen für das Personalmarketing. Ein Beispiel sind die Informationsveranstaltungen zur Berufswahl, die Real an Schulen anbietet. Die SB-Warenhäuser beteiligen sich außerdem an nationalen Aktionstagen wie dem „Girls' Day“ und dem „Boys' Day“: Im Berichtsjahr 2013/14 blickten über 400 Jugendliche einen Tag lang hinter die Kulissen des Unternehmens und machten sich ein Bild von den Ausbildungsmöglichkeiten. Zur Nachwuchsgewinnung setzt Real auf weitere Kanäle, darunter bundesweite Radiospots, Ausbildungsinformationen auf den Eigenmarkenprodukten oder Beiträge auf der Facebook-Seite der Vertriebslinie.

Auch Media-Saturn nahm im Berichtsjahr erneut am „Girls' Day“ teil. Die Unternehmensgruppe informierte insbesondere über die technischen Berufe im Bereich der Informationstechnologie (IT). Im Februar 2014 präsentierte sich die IT-Gesellschaft der Vertriebslinie zudem als Arbeitgeber auf der Fachmesse CeBIT in Hannover. Die Vertriebsmarke Saturn arbeitet seit März 2014 mit einem neuen Personalmarketingauftritt „Meine Welt. Mein Beruf.“: Mitarbeiter von Saturn erzählen dabei ihre Geschichte. Die Kampagne umfasst

Kommunikationsmaterialien, wie zum Beispiel eine neue Karriereseite, Flyer und Plakate, und unterstützt die Elektrofachmärkte bei der Personalsuche.

Bei Galeria Kaufhof standen Rekrutierungsmaßnahmen im Vordergrund, die auf die Bedürfnisse einzelner Zielgruppen und Regionen eingehen. So wurde für den Münchner Raum eigens ein Kinospot konzipiert, um junge Zielgruppen für Ausbildungsberufe im Einzelhandel zu begeistern. Eine im Juli 2014 gestartete Microsite Wir-lieben-ecommerce.de wendet sich wiederum gezielt an Bewerber, deren Herz für neue Technologien, Mehrkanalvertrieb und Online-Shopping schlägt. Sie soll die Aufmerksamkeit der onlineaffinen Zielgruppe auf Galeria Kaufhof als modernen Arbeitgeber lenken.

Erstmals in ihrer 50-jährigen Geschichte hat unsere größte Vertriebslinie METRO Cash & Carry im Berichtsjahr eine international einheitliche Arbeitgebermarke entwickelt. Sie baut auf der neuen Markenpositionierung des Großhändlers auf und wird kreativ ebenfalls unter der Leitidee YOU & METRO umgesetzt. Auf diese Weise stärkt METRO Cash & Carry sein Image als Arbeitgeber und stellt weltweit ein einheitliches Erscheinungsbild mit konsistenten Botschaften sicher. Im Fokus der Kampagne stehen Mitarbeiter des Unternehmens. Sie vermitteln, was den Arbeitgeber METRO Cash & Carry auszeichnet, welche Persönlichkeiten die Vertriebslinie sucht, was sie von ihren Mitarbeitern erwartet und im Gegenzug anbieten kann. Insgesamt sind mehr als 30 Anzeigenmotive sowie ein Imagefilm entstanden.

Beliebter Arbeitgeber

Unabhängige Rankings bestätigen die Attraktivität der METRO GROUP als Arbeitgeber im In- und Ausland. So haben MAKRO Cash & Carry Belgien und MAKRO Cash & Carry Spanien im Berichtsjahr erneut das Arbeitgebersiegel „Top Employer“ erhalten, METRO Cash & Carry Italien erstmals. MAKRO Cash & Carry Spanien wurde zudem mit dem „Great Place to Work“-Siegel ausgezeichnet. METRO Cash & Carry Indien gehört laut „India's Best Companies to Work For 2014“-Studie zu den besten Arbeitgebern des Landes. Auch die Vertriebslinie Galeria Kaufhof belegt ihre Attraktivität durch die Auszeichnung als „Top Arbeitgeber“.

Die italienische Landesgesellschaft von Media-Saturn wurde nach 2013 zum zweiten Mal „Top Employer Italy 2014“ und hat als „Great Place to Work 2014“ den zehnten Platz erreicht. Media-Saturn wurde am Standort Ingolstadt zudem vom Portal Karriere.de als „Fair Company“ ausgezeichnet.

Bindung von Mitarbeitern

Mit unseren Vergütungsmodellen schaffen wir Anreize für Mitarbeiter und Führungskräfte, leistungsorientiert und gemäß unseren Führungsgrundsätzen zu arbeiten. Durch eine gezielte Nachfolgeplanung ermöglichen wir unseren Fach- und Führungskräften eine attraktive Karriere innerhalb der METRO GROUP.

Leistungsorientierte Vergütung für Führungskräfte

Unser Vergütungssystem PERFORM & REWARD beinhaltet eine feste monatliche Grundvergütung sowie variable Gehaltsanteile, deren Höhe zum einen von der wirtschaftlichen Entwicklung unseres Unternehmens abhängt. Zum anderen orientiert sich die Höhe der variablen Anteile an der individuellen Leistung, Kundenmehrwert zu schaffen und die Führungsgrundsätze unseres Unternehmens im Arbeitsalltag umzusetzen.

Vergütungsprinzipien

Das Vergütungsmodell für die weltweit rund 600 Top-Führungskräfte der METRO GROUP beruht auf den folgenden vier Prinzipien:

- Fair und konsistent nach innen
- Leistungsdifferenziert
- Marktgerecht und angemessen
- Förderung von vorbildlichem Führungsverhalten

Die Hauptelemente unseres Vergütungsmodells sind die Grundvergütung, die einjährige variable Vergütung sowie die mehrjährige variable Vergütung. Im Berichtsjahr wurde – analog zur Vergütung des Vorstands – die erste Tranche des neuen Sustainable Performance Plan zugeteilt. Des Weiteren haben wir im Berichtsjahr eine sogenannte Green Car Policy eingeführt, die neben der Begrenzung des CO₂-Ausstoßes der Dienstwagenflotte auch alternative Mobilitätskonzepte anbietet. Ungenutztes Leasingbudget für Autos kann in Altersversorgung umgewandelt werden. Darüber hinaus bieten wir eine betriebliche Altersversorgung für Top-Führungskräfte mit einer beitrags- und einer leistungsorientierten Komponente.

Im Berichtsjahr haben wir begonnen, die Vergütungsprinzipien auf weitere Führungskräfte auszudehnen. Unter anderem wird für Deutschland ein Fachkarrieremodell erarbeitet, auf das die Prinzipien ebenfalls angewendet werden. Dieser Prototyp soll perspektivisch auch international adaptiert zur Anwendung kommen.

— Weitere Informationen zum Vergütungssystem finden sich in Kapitel 9 Vergütungsbericht.

Leistungsbeurteilung und Nachfolgeplanung

Innerhalb der METRO GROUP ist die systematische Führungskräfteentwicklung eine zentrale Aufgabe der Geschäftsführungen der Gesellschaften sowie der strategischen Management-Holding der METRO AG. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Manager konsequent an den Bedürfnissen und strategischen Zielen unseres Unternehmens ausgerichtet sind. Zudem können wir unseren Führungskräften gezielt internationale Karrierewege eröffnen – unabhängig davon, bei welcher Vertriebslinie oder in welchem Segment sie beschäftigt sind. Unsere Prozesse für die Karriereplanung ermöglichen es uns darüber hinaus, geeignete Kandidaten für Schlüsselpositionen im Unternehmen zu identifizieren und zu fördern. So stellen wir sicher, dass frei werdende Positionen aus den eigenen Reihen besetzt werden können. Im Berichtszeitraum lag die interne Nachbesetzungsquote für Top-Führungskräfte – also insbesondere Geschäftsführer von Konzerngesellschaften sowie Bereichsleiter der METRO AG – bei 88 Prozent.

Individuelle Leistungsbeurteilung

Einmal im Jahr führen wir mit unseren Führungskräften eine individuelle Leistungsbeurteilung im Rahmen des RESULTS-&-GROWTH-Prozesses durch. Ziel ist es, Fortschritte und Fähigkeiten besser einschätzen zu können und eine starke Feedbackkultur zu etablieren, die einen Schwerpunkt auf individuelle Leistungen und Entwicklungen legt. Zu Beginn eines jeden Geschäftsjahres werden hierfür Prioritäten definiert, die die Richtung vorgeben. Diese Schwerpunkte werden im Rahmen eines Halbjahresgesprächs erneut überprüft und gegebenenfalls angepasst. Zum Ende eines jeden Geschäftsjahres erfolgt dann die Leistungsbeurteilung inklusive eines Feedbackgesprächs. Dieses hat sowohl die Erreichung der Prioritäten als auch die Einhaltung der Führungsgrundsätze zum Inhalt.

Systematische Nachfolgeplanung

Im Rahmen des LTR-Prozesses (Leadership Talent Review) werden einmal im Jahr die Nachfolgeplanungen für unsere Kernpositionen besprochen. Dabei berücksichtigen wir die Kompetenzen, Fähigkeiten und Erfahrungen jedes potenziellen Nachfolgekandidaten und stellen sie den Anforderungsprofilen der Positionen gegenüber. Das Verfahren unterstützt unseren Führungskreis dabei, geeignete interne Kandidaten für Schlüsselpositionen frühzeitig zu identifizieren und zu fördern. In einem anschließenden Entwicklungsgespräch legen Mitarbeiter und Vorgesetzte gemeinsam die weiteren Entwicklungsschritte sowie zielgerichtete Maßnahmen fest. Das Leadership Talent Review ist damit mehr als eine reine Nachfolgeplanung – es ist

vielmehr ein langfristig orientierter Entwicklungsprozess unserer Kandidaten im Hinblick auf die Top-Positionen in unserem Unternehmen. Dieser Prozess wird unterstützt durch weitere Methoden wie Development-Center und 360-Grad-Feedbackrunden. Sie zeigen, welches Entwicklungspotenzial der jeweilige Mitarbeiter noch hat.

Führungskräfteentwicklung

Mit dem Ziel, die persönliche Weiterentwicklung unserer Beschäftigten zu fördern, können talentierte Mitarbeiter für Development-Center nominiert werden. Dabei erhalten sie eine Beurteilung ihrer Stärken und Lernfelder. Basierend darauf werden sie aufgefordert, einen eigenen Entwicklungsplan zu erstellen.

Entsprechend den Entscheidungen aus dem systematischen Nachfolgeplanungsprozess wählen wir die Kandidaten für die Programme „Excellence“, „Impact“ und „Connect“ zur Führungskräfteentwicklung aus. Jedes dieser Programme ist ausgerichtet auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Teilnehmergruppen. Die Moderatoren kommen teilweise aus unserem eigenen Top-Management. Zusätzlich integrieren wir renommierte internationale Trainer, um sicherzustellen, dass wir auf Basis der neuesten Entwicklungen und Fallbeispiele lehren und diskutieren. Zu den externen Partnern gehören beispielsweise die Business School for the World (INSEAD) in Frankreich und die Ashridge Business School in England. Im Berichtszeitraum haben insgesamt mehr als 100 angehende und bestehende Führungskräfte an diesen Programmen teilgenommen.

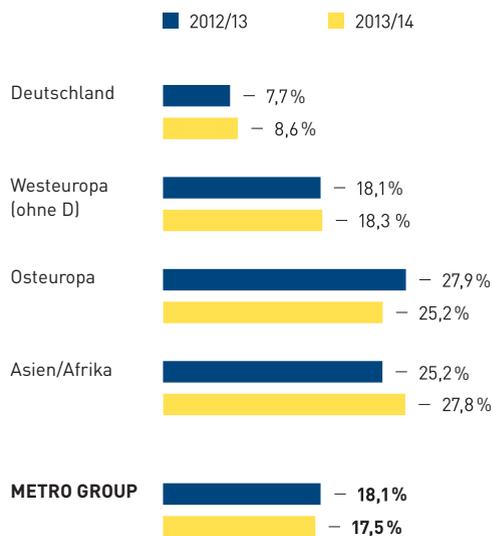
Im Rahmen des 50-jährigen Jubiläums von METRO Cash & Carry hat unsere Vertriebslinie 2014 erstmals die Initiative „Crossing Borders“ (Grenzen überschreiten) durchgeführt, die sich speziell an den Führungskräftenachwuchs richtete. Die 50 Teilnehmer tauschten für 50 Tage ihren Job. Mitarbeiter aus der Landeszentrale waren beispielsweise in einem Markt eines anderen Landes tätig, um dort das operative Geschäft kennenzulernen. Umgekehrt erhielten die Marktmitarbeiter Einblicke in die Arbeit der Verwaltung. Der praxisbezogene Perspektivwechsel in einem Gastland gab den Teilnehmern die Möglichkeit, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln.

Fluktuationsrate der Mitarbeiter

Im Berichtszeitraum stieg die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit um 0,5 auf 9,5 Jahre. Die Fluktuationsrate betrug konzernweit 17,5 Prozent (2012/13: 18,1 Prozent). In Deutschland lag die Fluktuationsrate bei 8,6 Prozent (2012/13: 7,7 Pro-

zent). Die Fluktuationsraten unterscheiden sich stark je nach Region. In der folgenden Grafik sind zum Vergleich die Entwicklungen der Fluktuationsraten nach Regionen dargestellt:

Fluktuation METRO GROUP
nach Regionen



Weiterentwicklung von Mitarbeitern

Die METRO GROUP hat es sich zum Ziel gesetzt, das kontinuierliche Lernen ihrer Mitarbeiter zu fördern, um den aktuellen und künftigen Herausforderungen im Handel zu begegnen. Die folgenden Schulungsmethoden kommen innerhalb unseres Unternehmens zum Einsatz:

E-Learning ist der effektivste Weg, um eine Vielzahl von Lernenden auszubilden. Heute nutzen die meisten Vertriebslinien sowie verschiedene Gesellschaften der METRO GROUP diese Methode, um zum Beispiel Produktwissen, Warenpräsentation und Nachhaltigkeit zu trainieren. Seit 2009 sind mehr als eine Million Module in 40 verschiedenen Sprachen absolviert worden.

Seminare erlauben einen interaktiven Austausch mit anderen Teilnehmern und sind ideal für kleinere Gruppen, die von einem erfahrenen Trainer angeleitet werden. Diese Methode wird angewendet, um Wissen zu vertiefen, Fertigkeiten zu verfeinern, Verhalten einzuüben und von persönlichem Feedback zu profi-

tieren. Zunehmend setzen lokale Trainer die Seminare vor Ort um, damit eine hohe Praxisnähe gewährleistet bleibt.

On-the-Job-Trainings werden lokal am jeweiligen Arbeitsplatz durchgeführt und stellen den Lerninhalt in den tatsächlichen Geschäftskontext. Hierbei geht es um den Transfer von neu gewonnenem Wissen, neuen Fertigkeiten und Verhaltensweisen in die täglichen Arbeitsabläufe.

Webinare sind eine virtuelle Form von Seminaren. Der Inhalt wird online durch Präsentationen, Demonstrationen und Diskussionen vermittelt. Diese Trainingsform zielt darauf ab, über Standards und Prozesse zu informieren und die Teilnehmer anzuregen, sich mit Wortbeiträgen einzubringen.

Bei METRO Cash & Carry ist beispielsweise der Bereich „House of Learning“ verantwortlich für Personalentwicklungsmaßnahmen. Er hat seine Angebote seit der Gründung 2004 kontinuierlich erweitert beziehungsweise auf die Bedürfnisse des Geschäftsalltags angepasst. Der Fokus liegt auf der Qualifizierung von Mitarbeitern sowie von Führungskräften aus dem Vertrieb, dem Außendienst, dem Einkauf, dem Marketing und den Finanzen. Im Berichtszeitraum gab es bei METRO Cash & Carry insgesamt 333.709 E-Learnings mit 247.636 Teilnehmern in 327.562 Teilnehmerstunden. Darüber hinaus wurden 34.770 Seminare oder On-the-Job Trainings von 299.796 Teilnehmern mit 2.312.563 Teilnehmerstunden absolviert. Insgesamt gab es im Berichtsjahr 369.376 Trainings mit 550.827 Teilnehmern und 2.646.203 Teilnehmerstunden.

Die Trainingsinhalte des „House of Learning“ befassen sich mit der Unternehmensstrategie, den Erfolgsaktivitäten und den Führungsgrundsätzen von METRO Cash & Carry. Insgesamt gibt es sechs Expertenteams für Managementfähigkeiten, Marketing, das operative Geschäft, Einkauf, Systeme sowie Finanzen. Die Experten erarbeiten die Trainingslösungen gemeinsam mit Spezialisten aus der Didaktik. Zusätzlich zu den weiter oben beschriebenen Methoden erkundet das Team des „House of Learning“ kontinuierlich neue Trainingskonzepte, darunter selbst organisierte Lernumgebungen, Lernspiele und Simulationen. Darüber hinaus verfolgt der Bereich das Ziel, eine Lernkultur in der METRO GROUP zu verankern, unter anderem mit einer offenen Lernplattform.

Auch die übrigen Vertriebslinien investieren in die Weiterbildung ihrer Belegschaft. Bei Real haben beispielsweise weitere 58 Mitarbeiter die Qualifizierungsmaßnahme „Fachkraft für Qualitätsbackwaren (IHK)“ beziehungsweise „Fachkraft für

Frischfisch und Fischfeinkost (IHK)“ erfolgreich abgeschlossen. Mit Ende des Berichtszeitraums haben bereits rund 600 Mitarbeiter von Real an den beiden Qualifizierungsmaßnahmen teilgenommen.

Das E-Learning-Programm von Media-Saturn mit Produkt- und Technischulungen für Mitarbeiter in den Märkten wurde in der Kategorie Wissensmanagement für den Human Resources Excellence Award nominiert – eine der bedeutendsten Auszeichnungen für Personalmanagement in Deutschland – und hat hier im Dezember 2013 den zweiten Platz erreicht.

Einbettung von Führungsgrundsätzen

Im Berichtsjahr hat insbesondere METRO Cash & Carry den Prozess des kulturellen Wandels fortgeführt. Ziel ist es, den Mehrwert für die Kunden weiter zu steigern. Basis sind die im Jahr 2012 entwickelten Führungsgrundsätze (Guiding Principles):

- Kundenorientierung
- Globales Unternehmertum
- Erfolg durch herausragende Leistungen
- Vertrauen in unsere Mitarbeiter
- Authentische Führung
- Nachhaltigkeit

Diese Führungsgrundsätze wurden im Berichtsjahr weiter in Personalprogramme und -prozesse im Rahmen der Mitarbeiterentwicklung integriert. Damit unterstützen wir die Neuausrichtung des Unternehmens, um eine Unternehmenskultur zu etablieren, die geprägt ist von gegenseitiger Unterstützung, Verantwortung jedes Einzelnen und persönlichem Wachstum.

Bei METRO Cash & Carry haben sich im Rahmen der Workshopserie „Leadership for Growth“ rund 91.000 Teilnehmer aus 26 Ländern über den Kulturwandel ausgetauscht. In 18 Landesgesellschaften haben alle Mitarbeiter den Workshop durchlaufen – von den Führungskräften bis hin zu den Mitarbeitern in den Märkten. Dies ist der erste Schritt im Veränderungsprozess. Ziel von „Leadership for Growth“ ist es, die Fähigkeit jedes Mitarbeiters zur Selbstführung zu erhöhen, um damit die Voraussetzung für den Kulturwandel zu schaffen.

Im nächsten Schritt haben zwölf Landesgesellschaften von METRO Cash & Carry im Berichtsjahr mit der Durchführung des Folgeworkshops „Leadership for Growth 2“ für Führungskräfte in Verwaltung und Märkten begonnen. Dabei geht es um eine Vertiefung von Führungskompetenzen, die die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit nachhaltig verbessern. Zwölf weitere

Landesgesellschaften planen, mit der Durchführung der Workshops in den nächsten Monaten zu starten.

Auch die übrigen Vertriebslinien arbeiten gezielt daran, den Wandel ihrer Unternehmenskulturen voranzutreiben und zu gestalten. Beispiel Real: Auch dort nehmen Führungskräfte aus Verwaltung und SB-Warenhäusern an den „Leadership for Growth“-Workshops teil. Galeria Kaufhof wiederum begleitet die Mitarbeiter aktiv im Veränderungsprozess – vom rein stationären Anbieter hin zum Mehrkanalvertrieb. Dazu fanden zwischen Juli und November 2014 mehr als 1.000 Schulungen statt, in denen die Mitarbeiter einerseits für das Thema Multichannel begeistert und andererseits befähigt wurden, Kunden mithilfe von Tablets bedarfsgerecht zu beraten.

Mitarbeiterengagement

Ein wichtiges Instrument, um das Engagement der Belegschaft und die Bindung an unser Unternehmen zu ermitteln, ist unsere globale Mitarbeiterbefragung, die wir in den Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist, in den Querschnittsgesellschaften sowie in der Hauptverwaltung regelmäßig durchführen. Im Folgeprozess erhalten Führungskräfte Einblick in die Befragungsergebnisse, besprechen diese mit ihrem Team und erarbeiten Maßnahmen zur Verbesserung des Engagements. Im Berichtszeitraum hat die Erhebung zum siebten Mal stattgefunden. 87 Prozent der Mitarbeiter in den befragten Unternehmenseinheiten beteiligten sich. Insgesamt haben 100.000 Mitarbeiter teilgenommen, so viele wie nie zuvor. Das Ergebnis der Umfrage: Seit der letzten Befragung stieg der Engagement-Wert von 66 Prozent auf 72 Prozent und liegt damit deutlich über der Global Retail Benchmark von Aon Hewitt, die 58 Prozent beträgt. Dieser Wert gibt den Anteil der engagierten Mitarbeiter im Unternehmen an. Engagement bedeutet, diese Mitarbeiter sind stolz auf ihr Unternehmen und sprechen positiv darüber; sie sind loyal, fühlen sich dem Unternehmen verbunden und setzen sich über das normale Maß hinaus ein. Die positive Entwicklung lässt sich außer auf einen intensiven Nachfolgeprozess auf konzernweit etablierte Initiativen zurückführen, mit denen wir verstärkt den Umgang mit innovativen Ideen sowie die Wertschätzung und Anerkennung unserer Mitarbeiter fördern.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement

Die METRO GROUP legt großen Wert darauf, faire Arbeitsbedingungen für die gesamte Belegschaft sicherzustellen. Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement sind dafür elementar. In einer personalintensiven Branche wie dem Handel sind Prävention, Sicherheit und Gesundheit essenziell – und wir handeln entsprechend, indem wir klare und effiziente Strukturen entwickeln. Eine definierte Organisation für den Bereich Occupational Health & Safety (OHS) wurde allen METRO Cash & Carry Ländern vorgegeben, zum Beispiel durch die Benennung eines Occupational Health & Safety Officers. Die Länder arbeiten an der Umsetzung. Der Grundsatz, so lokal wie möglich zu handeln, bleibt hierbei erhalten. Von Seiten der METRO AG werden OHS-Projekte von gesellschafts- oder länderübergreifendem Interesse angestoßen. So wurde beispielsweise ein von Real entwickeltes SAP-System zur Erfassung von Arbeitsunfällen für den internationalen Gebrauch angepasst. Unfallschwerpunkte und etwaiger Trainingsbedarf können somit ermittelt werden. Das System wurde im Berichtszeitraum bereits in zwölf Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist, eingeführt. In allen weiteren Ländern, die SAP nutzen, ist die Implementierung in Arbeit.

Auf nationaler Ebene wurde bei den Unfällen im Berichtsjahr gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum ein Rückgang verzeichnet. Die 1.000-Mann-Quote für die deutschen METRO GROUP Gesellschaften liegt für das Geschäftsjahr 2013/14 bei 23,45. Die 1.000-Mann-Quote ist die relative Unfallhäufigkeit pro 1.000 Vollzeitmitarbeiter. Insgesamt wurden 2.177 Unfälle gemeldet.

Im operativen Geschäft begleitete die OHS-Organisation der METRO AG unter Federführung der Abteilung Global Store Sales – zuständig für Lösungen in den Bereichen Lieferservice und Markt – die Entwicklung eines neuen, wegweisenden Kassentisch-Modells für die Großmärkte von METRO Cash & Carry. Es vereint Produktivität und Kundenorientierung mit ergonomischen Gesichtspunkten. Spezifische Belastungen der Mitarbeiter wurden bei der Entwicklung berücksichtigt. Das Modell wird derzeit in ausgewählten Ländern getestet.

Das Thema der Gefährdungsbeurteilung psychischer Belastungen in der Arbeitswelt hat die METRO GROUP mit diversen Projekten aufgenommen: Real entwickelt gemeinsam mit der Technischen Universität Dresden und der Berufsgenossenschaft

Handel und Warendistribution (BGHW) das Projekt „Gesunde Arbeit im Handel“, die Pilotphase läuft zurzeit.

Die MIB METRO GROUP Insurance Broker GmbH hat die Gefährdungsbeurteilung zur psychischen Belastung mit dem „Kurzverfahren psychische Belastung“ für ihre Mitarbeiter am Standort Düsseldorf durchgeführt. Die Ergebnisse bieten eine gute Arbeitsgrundlage, da in einem ersten Schritt mögliche Handlungsfelder definiert werden. Die MIB hat die Ergebnisse ihrer Gefährdungsbeurteilung mit den anderen Konzerngesellschaften geteilt, um allen Zugang zu möglichen Lösungen zu verschaffen.

Bei Galeria Kaufhof steht die Stressprävention weiterhin im Fokus. Führungskräfte nehmen eine Schlüsselrolle ein, wenn es darum geht, ein gutes Arbeitsklima zu schaffen sowie Leistungsfähigkeit und Motivation bis zum Renteneintritt zu erhalten. Deshalb bindet das Unternehmen die Führungskräfte im Rahmen von Seminaren ein, beispielsweise zum Thema „Gesundes Führen“.

Ein weiteres Ziel der METRO GROUP im Kontext der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsmanagements ist es, den steigenden Anforderungen im Berufsleben und der demografischen Entwicklung gerecht zu werden. In diesem Zusammenhang führt METRO Cash & Carry Deutschland mit der Deutschen Sporthochschule Köln ein Projekt mit dem Titel „Gestaltung von alter(n)sgerechten Arbeitsplätzen“ durch. Hierbei wurden die Arbeitsplätze in der Warenannahme analysiert und Handlungsfelder definiert. Zurzeit findet in sieben Märkten eine sechswöchige Interventionsphase statt, in der die Umsetzung definierter Empfehlungen getestet wird.

Weitere Beispiele für OHS-Initiativen finden sich in vielen Ländern der METRO GROUP, etwa in Frankreich: Hier wurde eine Umfrage zur psychischen Belastung der Mitarbeiter durchgeführt. Die Ergebnisse sollen in Führungskräfte trainings einfließen. Ein externes psychologisches Notfallteam wurde eingerichtet. Eine Präventionsrichtlinie für jeden Beruf und jeden Markt wurde erstellt und berücksichtigt individuelle physische Gefährdungen.

Diversity-Management

Die METRO GROUP gehört international zu den führenden Handelsunternehmen. Genauso vielfältig wie unsere Kunden, Märkte und Lieferanten sind auch unsere Mitarbeiter: Im Berichtsjahr waren Beschäftigte aus 170 Nationen für die METRO GROUP tätig. Das Durchschnittsalter unserer Belegschaft betrug 38,7 Jahre (2012/13: 38,2). Auch älteren Arbeitnehmern ermöglichen wir den Zugang zur Arbeitswelt. Im Berichtszeitraum hat die METRO GROUP zum Beispiel in Deutschland 861 (2012/13: 717) Mitarbeiter der Altersgruppe 50 plus eingestellt; international waren es 974 (2012/13: 1.027) Beschäftigte. Der Anteil der Mitarbeiter dieser Altersgruppe an der Gesamtbelegschaft belief sich auf 20,0 Prozent (2012/13: 18,8 Prozent). In Deutschland betrug ihr Anteil 34,5 Prozent (2012/13: 33,0 Prozent). Im Berichtsjahr beschäftigten wir bundesweit zudem 6.082 (2012/13: 5.883) Menschen mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte. Damit liegt die Quote über der gesetzlichen Mindestanforderung von 5 Prozent. Unser Unternehmen setzt sich außerdem für den dauerhaften Erhalt von Ausbildungsplätzen für behinderte Menschen ein: So beteiligen sich unsere Vertriebslinien bereits seit 2007 am Projekt „Verzahnte Ausbildung mit Berufsbildungswerken“ (VAmB) der Bundesarbeitsgemeinschaft der Berufsbildungswerke. Es ermöglicht benachteiligten Jugendlichen eine praktische Ausbildung.

Galeria Kaufhof kooperiert seit Juli 2014 mit den Berufsförderungswerken, um Menschen, die ihren Job nicht mehr ausüben können, die Rückkehr ins Arbeitsleben zu ermöglichen. Unsere Vertriebslinie ermöglicht es den Teilnehmern, den praktischen Teil ihrer Umschulung zum Einzelhandelskaufmann beziehungsweise zur Einzelhandelskauffrau in den Warenhäusern zu absolvieren.

Unsere Vertriebslinie Real richtet ihren Fokus auf Jugendliche, die keine Ausbildungsstelle finden konnten, nicht für eine Ausbildung geeignet, lernbeeinträchtigt oder sozial benachteiligt sind. Sie erhalten die Möglichkeit, an der betrieblichen Einstiegsqualifizierung (EQ) teilzunehmen. Dabei handelt es sich um eine bundesweite Maßnahme zur Berufsorientierung im Rahmen des Nationalen Pakts für Ausbildung und Fachkräftenachwuchs. In sechs bis zwölf Monaten lernen die Jugendlichen das Berufsleben kennen. Die Einstiegsqualifizierung dient als Türöffner für eine Ausbildung oder eine Beschäftigung. Im Berichtszeitraum haben mehr als 70 junge Menschen bei Real an dem EQ-Programm teilgenommen. Rund 50 Prozent

wurden nach Abschluss des Programms in eine Ausbildung übernommen.

Auch viele Elektrofachmärkte von Media Markt und Saturn kooperieren mit der Agentur für Arbeit, indem sie beispielsweise junge Menschen durch Einstiegsqualifizierungsmaßnahmen bei der Eingliederung in den Berufsprozess unterstützen.

Im Berichtsjahr hat die METRO GROUP ihre Strategie zur Förderung von Inklusion und Vielfalt weiterentwickelt. Unser Unternehmen strebt in diesem Bereich eine führende Position innerhalb der Handelsbranche an. Wir konzentrieren uns dabei zunächst auf unsere Vertriebslinie METRO Cash & Carry, die mit 766 Märkten in 28 Ländern vertreten ist. Ziel ist eine bewusste Anerkennung und Wertschätzung unterschiedlicher Bedürfnisse, damit Mitarbeiter sich engagieren und vielfältige Ressourcen eingebracht werden können. Der strategische Ansatz besteht aus den Elementen Lead, Link und Live. Die Komponente Lead beinhaltet Aktivitäten der Führungskräfte, die das Verständnis für Inklusion und Vielfalt in die Organisation tragen und in ihrem Führungsverhalten vorleben. Der Link-Ansatz verknüpft weltweite Maßnahmen mit den Aktivitäten der dezentralen und zentralen Einheiten. Darüber hinaus stärkt er die Verankerung von Inklusion und Vielfalt in die Personalprozesse. Das Element Live beinhaltet die praktische Überführung in den Unternehmensalltag, zum Beispiel in Mitarbeiternetzwerken und auf Veranstaltungen. Darüber hinaus sollen die Mitarbeiter und Führungskräfte Inklusion und Vielfalt in ihren täglichen Geschäftsentscheidungen und im täglichen Miteinander berücksichtigen.

Bereits seit 2013 ist die METRO GROUP im Vorstand der Charta der Vielfalt e. V. vertreten. Im Berichtsjahr haben wir mit 16 weiteren Unternehmen ein regionales Diversity-Netzwerk gegründet. Zum 2. Deutschen Diversity-Tag im Juni 2014 organisierten die Partner erstmals für die Region Nordrhein-Westfalen eine Veranstaltung in Düsseldorf. Im Mittelpunkt stand der Erfahrungsaustausch der knapp 100 eingeladenen Führungskräfte.

Chancengleichheit im Beruf

Im Rahmen unseres Diversity-Managements fördern wir die berufliche Chancengleichheit von Männern und Frauen. Gemeinsam mit weiteren börsennotierten deutschen Unternehmen hat sich die METRO GROUP bereits 2011 freiwillig dazu verpflichtet, den Anteil von Frauen auf den Führungsebenen eins bis drei weiter auszubauen. Im Geschäftsjahr 2013/14 hat die METRO GROUP ihre freiwillige Selbstverpflichtung zur

Steigerung des Anteils von Frauen in Führungspositionen aktualisiert. Im Kalenderjahr 2017 soll der Anteil von Frauen in Führungspositionen (Level eins bis drei) konzernweit 25 Prozent betragen. In der METRO AG soll der Anteil von Frauen in den ersten beiden Managementebenen unter dem Vorstand im Kalenderjahr 2017 ebenfalls 25 Prozent erreichen. Diese Zielsetzungen werden im Rahmen unserer Rekrutierung und Nachfolgeplanung berücksichtigt und korrespondieren mit der Zielsetzung des Aufsichtsrats für den Vorstand.

— Weitere Informationen zu den Zielen für die Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats finden sich im Corporate-Governance-Bericht.

Der Anteil von Frauen an der Gesamtbelegschaft belief sich zum Stichtag 30. September 2014 auf 53,8 Prozent (30.9.2013: 55,1 Prozent). In den Managementebenen eins bis drei waren zum Stichtag 30. September 2014 18,5 Prozent der Führungskräfte weiblich (30.9.2013: 18,5 Prozent). Besonders hoch ist der Anteil von Frauen in Führungspositionen im Ausland. Außerhalb von Deutschland sind zum Stichtag 30. September 2014 bereits 21,0 Prozent der Führungskräfte weiblich. Das Mitarbeiternetzwerk Women in Trade (WiT) umfasst mittlerweile rund 130 Mitglieder. WiT möchte dazu beitragen, den Anteil von Frauen in Führungspositionen nachhaltig zu steigern, den internen und externen Dialog zu fördern und bessere Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern zu schaffen. Das Netzwerk ist international ausgerichtet und wendet sich an Kolleginnen und Kollegen aus allen Ländern.

Lebensphasenorientierte Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Unsere Konzernzentrale in Düsseldorf stellt in drei Kindergärten 238 Vollzeitplätze für Kinder ab vier Monaten zur Verfügung. Die Kinder werden in deutscher und englischer Sprache bilingual betreut. Auch 2014 haben wir in unserer Konzernzentrale ein Ferienbetreuungsprogramm angeboten, an dem mehr als 150 Kinder von Mitarbeitern teilnahmen.

Galeria Kaufhof hat ein neues Eltern-Kind-Büro in der Hauptverwaltung in Köln eröffnet, damit Eltern in einer Notfallsituation ihren Nachwuchs mit zur Arbeit bringen können. Media-Saturn ist am Unternehmenshauptsitz in Ingolstadt von der Hertie-Stiftung seit 2010 als familienfreundliches Unternehmen zertifiziert. Im Rahmen zahlreicher Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern, bietet Media-Saturn in Ingolstadt Ferienbetreuung sowie Krippenplätze für Kinder der Mitarbeiter an.

Die Teilzeitquote der METRO GROUP ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum auf 28,4 Prozent (2012/13: 27,8 Prozent) leicht gestiegen. In Deutschland arbeiteten 44,8 Prozent unserer Mitarbeiter in Teilzeit (2012/13: 44,8 Prozent).

Die METRO GROUP möchte die Mitarbeiter in allen Lebensphasen unterstützen – das schließt die Pflege von Angehörigen mit ein. In Kooperation mit dem Deutschen Pflegering bietet die METRO AG ihren Mitarbeitern seit März 2014 zwei Servicemodule an: Das Online-Pflegeportal stellt Informationen zum Thema zur Verfügung und umfasst ein Verzeichnis mit mehr als 25.000 Pflegeanbietern. Über die Pflegehotline können die Mitarbeiter Fragen direkt mit einem Pflegeexperten besprechen.

Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen

Die METRO GROUP fördert den offenen Dialog zwischen ihren Mitarbeitern beziehungsweise deren Vertretern und dem Management auf verschiedenen Ebenen. Wir wollen nachhaltig gute Arbeitsbedingungen für die Mitarbeiter sichern und so zum Wachstum beitragen. Konkret bedeutet das:

- In all unseren Aktivitäten wenden wir die Prinzipien fairer Arbeitsbedingungen und sozialer Partnerschaft an
- Wir bestärken das Management darin, eine offene und vertrauensvolle Arbeitsumgebung zu schaffen, in der Menschen ihre Ideen und Probleme teilen
- Wir treffen unsere Mitarbeiter und/oder ihre Vertreter regelmäßig, um über das Geschäft zu informieren und sie um Feedback zu bitten
- Wir prüfen regelmäßig unsere Märkte und Büros daraufhin, ob sie unseren Prinzipien fairer Arbeitsbedingungen und sozialer Partnerschaft entsprechen

Im Dezember 2013 wurde dieser Ansatz in einer gemeinsamen Erklärung von der METRO GROUP und der internationalen Gewerkschaft UNI Global Union unterschrieben. Diese Erklärung unterstreicht die gemeinsame Verpflichtung zu einer guten und langfristigen Arbeitspartnerschaft. Sie bestätigt unsere Bemühungen um faire Arbeitsbedingungen.

Die METRO GROUP spielt eine wichtige Rolle bei dem jährlichen UNI-Global-METRO-Alliance-Treffen. Im Oktober 2013 trafen sich in Bukarest Arbeitnehmervertreter mit Vertretern des Managements, um ihre Ansichten über die Entwicklungen in der METRO GROUP in den verschiedenen Ländern auszutauschen.

Auf europäischer Ebene erfüllt das METRO GROUP Euro-Forum die Funktion des europäischen Betriebsrats. Im Berichtsjahr 2013/14 wurden die Verhandlungen zu einem neuen Euro-Forum-Abkommen erfolgreich abgeschlossen, die in Einklang mit der veränderten Gesetzgebung zu europäischen Betriebsräten stehen.

Auf nationaler Ebene hat die METRO GROUP den sozialen Dialog mit Arbeitnehmervertretungen fortgeführt, beispielsweise mit Betriebsräten und Gewerkschaften. Das Ergebnis waren vielfach kollektive Arbeitsverträge auf Ebene von Geschäftseinheiten, Ländern oder Märkten – abhängig von der Gesetzgebung vor Ort und von gängigen Praktiken.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Berichtszeitraum beschäftigte die METRO GROUP durchschnittlich 226.934 (2012/13: 242.967) Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das sind 6,6 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Der größte Teil unserer Mitarbeiter ist außerhalb unseres Heimatmarkts Deutschland beschäftigt. In Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien/Afrika hatten wir mit 139.510 Mitarbeitern auf Vollzeitbasis 9,9 Prozent weniger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Ein wesentlicher Grund für diesen Rückgang ist der Verkauf des Osteuropageschäfts von Real. In Deutschland hat sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis leicht um 0,9 Prozent auf 87.424 verringert.

Mitarbeiterentwicklung der METRO GROUP
 Durchschnitt

Mitarbeiterzahl nach Köpfen

	Deutschland	International	Gesamt
2012/13	105.517	167.350	272.867
2013/14	104.616	150.417	255.033 [-6,5 %]

Mitarbeiterzahl auf Vollzeitbasis

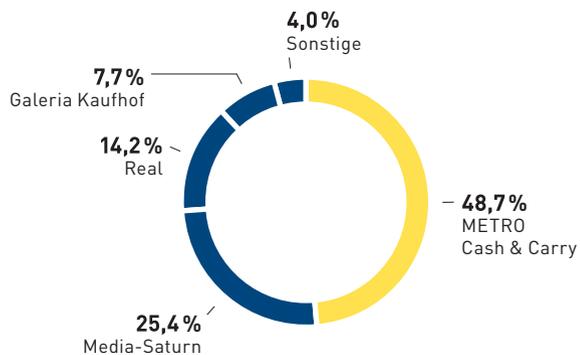
	Deutschland	International	Gesamt
2012/13	88.180	154.787	242.967
2013/14	87.424	139.510	226.934 [-6,6 %]

Unsere Vertriebslinie METRO Cash & Carry beschäftigte im Berichtszeitraum im Durchschnitt 110.483 Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das entspricht einer Reduktion um 1,7 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Für Media-Saturn waren im Berichtszeitraum durchschnittlich 57.553 Vollzeitkräfte tätig, das sind 1,2 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Bei Real verringerte sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis um 30,4 Prozent auf 32.322, bedingt durch den Verkauf von Real Osteuropa. Bei Galeria Kaufhof sank die Zahl der Vollzeitkräfte im Vergleich zum Vorjahreszeitraum geringfügig um 0,1 Prozent auf 17.536 Beschäftigte. Die Zahl der Vollzeitkräfte im Segment Sonstige nahm um 7,1 Prozent auf 9.040 Beschäftigte ab.

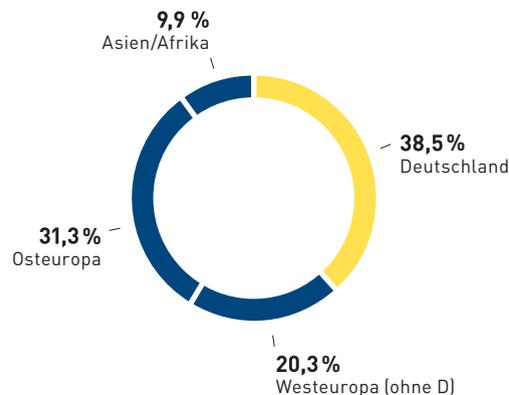
Entwicklung des Personalaufwands

Unsere Personalaufwendungen sanken gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 1,8 Prozent auf 7,2 Mrd. € (2012/13: 7,3 Mrd. €). Davon entfielen 5,8 Mrd. € (2012/13: 6,0 Mrd. €) auf Löhne und Gehälter, einschließlich Lohnsteuer und Arbeitnehmeranteil an der Sozialversicherung. Der Rest entfiel auf soziale Abgaben sowie auf Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung.

Mitarbeiter nach Segmenten
auf Vollzeitbasis



Mitarbeiter nach Regionen
auf Vollzeitbasis



Wir fördern den Aufbau der privaten Altersvorsorge unserer Mitarbeiter. Unser konzernweites Zukunftspaket bietet ihnen freiwillige Leistungen, die über branchenübliche tarifliche Standards hinausgehen. Im Berichtsjahr haben 55.064 Mitarbeiter in Deutschland dieses Angebot in Anspruch genommen (2012/13: 55.579 Mitarbeiter). Das entspricht einer Quote von 53,9 Prozent (2012/13: 53,9 Prozent).

— Weitere Informationen zum Personalaufwand finden sich im Konzernanhang – Nummer 16 Personalaufwand.

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten
 nach Köpfen zum Stichtag 30.9.

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Galeria Kaufhof		Sonstige		METRO GROUP	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Deutschland	14.914	14.788	26.447	26.906	36.944	36.538	19.944	19.851	6.315	6.065	104.564	104.148
Belgien	3.226	3.312	1.521	1.603			1.218	1.264			5.965	6.179
Dänemark	755	667	28	35							783	702
Frankreich	8.808	8.559	17	12							8.825	8.571
Italien	4.449	4.429	6.754	6.499							11.203	10.928
Luxemburg			125	127							125	127
Niederlande	4.625	4.080	4.415	4.513					10	11	9.050	8.604
Österreich	2.088	2.113	2.668	2.737							4.756	4.850
Portugal	1.191	1.188	490	504							1.681	1.692
Schweden			1.850	1.491							1.850	1.491
Schweiz			1.226	1.224					88	87	1.314	1.311
Spanien	3.837	3.881	5.213	5.494							9.050	9.375
Vereinigtes Königreich			1	0							1	0
Westeuropa (ohne D)	28.979	28.229	24.308	24.239			1.218	1.264	98	98	54.603	53.830
Bulgarien	2.366	2.268									2.366	2.268
Griechenland	1.028	1.010	752	783							1.780	1.793
Kasachstan	1.208	1.012							5	0	1.213	1.012
Kroatien	1.111	1.140									1.111	1.140
Moldawien	655	617									655	617
Polen	6.014	6.147	4.694	4.915	9.064	0			563	511	20.335	11.573
Rumänien	5.325	4.931			643	655			654	703	6.622	6.289
Russland	17.955	17.669	4.125	4.305	271	0			1.029	561	23.380	22.535
Serbien	1.444	1.309									1.444	1.309
Slowakei	1.341	1.275									1.341	1.275
Tschechien	3.473	3.440									3.473	3.440
Türkei	4.450	4.565	2.403	2.224	1.796	0			129	115	8.778	6.904
Ukraine	5.309	4.250							11	1	5.320	4.251
Ungarn	2.626	2.626	1.079	1.096					68	6	3.773	3.728
Osteuropa	54.305	52.259	13.053	13.323	11.774	655			2.459	1.897	81.591	68.134
Ägypten	447	55									447	55
China	10.824	11.935	18	15					503	515	11.345	12.465
Indien	3.186	3.349							417	529	3.603	3.878
Japan	1.069	1.080									1.069	1.080
Pakistan	1.910	1.852									1.910	1.852
Singapur ¹	34	0									34	0
Vietnam	3.636	3.703									3.636	3.703
Asien/Afrika	21.106	21.974	18	15					920	1.044	22.044	23.033
USA²	3	5									3	5
International	104.393	102.467	37.379	37.577	11.774	655	1.218	1.264	3.477	3.039	158.241	145.002
METRO GROUP	119.307	117.255	63.826	64.483	48.718	37.193	21.162	21.115	9.792	9.104	262.805	249.150

¹ Beschäftigte in Singapur sind Mitarbeiter von Verwaltungsgesellschaften

² Beschäftigte in den USA sind Mitarbeiter des Boston Trading Office (BTO). Das Einkaufsbüro ist für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig.

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten

auf Vollzeitbasis zum Stichtag 30.9.¹

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Galeria Kaufhof		Sonstige		METRO GROUP	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Deutschland	12.848	12.748	23.685	24.081	28.479	28.158	16.286	16.313	6.215	5.955	87.513	87.255
Belgien	2.705	2.796	1.419	1.514			977	1.017			5.100	5.327
Dänemark	518	461	28	35							546	495
Frankreich	8.448	8.238	17	12							8.464	8.250
Italien	3.893	3.862	6.029	5.823							9.922	9.685
Luxemburg			120	122							120	122
Niederlande	2.772	2.471	2.450	3.421					10	11	5.232	5.902
Österreich	1.878	1.910	2.305	2.353							4.183	4.263
Portugal	1.132	1.130	463	459							1.595	1.589
Schweden			1.320	1.053							1.320	1.053
Schweiz			1.085	1.051					83	82	1.168	1.133
Spanien	3.481	3.515	4.389	4.589							7.870	8.104
Vereinigtes Königreich			1	0							1	0
Westeuropa (ohne D)	24.826	24.383	19.624	20.431			977	1.017	93	93	45.520	45.924
Bulgarien	2.338	2.261									2.338	2.261
Griechenland	920	902	693	713							1.613	1.615
Kasachstan	1.208	1.007							1	0	1.209	1.007
Kroatien	1.093	1.122									1.093	1.122
Moldawien	655	617									655	617
Polen	5.728	5.883	4.646	4.864	8.314	0			555	507	19.243	11.254
Rumänien	5.311	4.908			638	652			654	702	6.603	6.262
Russland	16.353	17.512	4.105	4.283	271	0			1.029	558	21.758	22.353
Serbien	1.444	1.309									1.444	1.309
Slowakei	1.332	1.269									1.332	1.269
Tschechien	3.313	3.281									3.313	3.281
Türkei	4.310	4.420	2.403	2.224	1.636	0			129	115	8.477	6.759
Ukraine	5.065	4.249							11	1	5.076	4.250
Ungarn	2.545	2.586	1.060	1.078					68	6	3.673	3.670
Osteuropa	51.613	51.326	12.906	13.162	10.859	652			2.446	1.888	77.824	67.028
Ägypten	446	54									446	54
China	10.724	11.910	18	15					494	506	11.236	12.431
Indien	3.167	3.335							416	528	3.583	3.863
Japan	755	777									755	777
Pakistan	1.910	1.843									1.910	1.843
Singapur ²	33	0									33	0
Vietnam	3.560	3.634									3.560	3.634
Asien/Afrika	20.595	21.552	18	15					910	1.034	21.523	22.601
USA³	3	5									3	5
International	97.037	97.266	32.548	33.608	10.859	652	977	1.017	3.449	3.015	144.870	135.588
METRO GROUP	109.885	110.014	56.234	57.689	39.337	28.810	17.263	17.330	9.664	8.970	232.383	222.813

¹Rundungsdifferenzen möglich

²Beschäftigte in Singapur sind Mitarbeiter von Verwaltungsgesellschaften

³Beschäftigte in den USA sind Mitarbeiter des Boston Trading Office (BTO). Das Einkaufsbüro ist für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig

7. Innovationsmanagement

Als Handelsunternehmen stellt die METRO GROUP keine eigenen Produkte her und betreibt folglich keine Forschung und Entwicklung im engeren Sinn. Im Rahmen unseres Innovationsmanagements verfolgen wir vielmehr das Ziel, unsere Neupositionierung in einem sich wandelnden Umfeld voranzutreiben.

Denn unsere Branche befindet sich in einem tief greifenden Veränderungsprozess, der insbesondere durch die Digitalisierung vorangetrieben wird. So sind beispielsweise Smartphones und Tablet-Computer zu einem wichtigen Bestandteil unseres Lebens geworden. Durch die daraus resultierende permanente Verfügbarkeit von Produkt- und Leistungsinformationen entsteht eine hohe Preistransparenz und Online-Händler steigen zu bedeutsamen Konkurrenten auf. Mit dem Ziel einer erfolgreichen Neupositionierung setzen wir unseren Schwerpunkt daher auf die Weiterentwicklung und Optimierung unserer stationären Handelsformen: Bewährtes wird mit neuen Elementen zu innovativen Vertriebsformaten vereint. In der Adaption von Strategien und Technologien aus der digitalisierten Welt sehen wir für unser Unternehmen eine Chance, bestehende und potenzielle Kunden auf neuen Wegen zu erreichen.

Für die METRO GROUP ist es folglich unerlässlich, Synergien zwischen dem Internet- und dem Präsenzhandel zu nutzen. Unsere Vertriebslinien haben bereits frühzeitig damit begonnen,

Strategien zu entwickeln, um das Potenzial des Online-Vertriebs und der digitalen Technologien – in Ergänzung und zur Unterstützung des stationären Geschäfts – zu erschließen. Im November 2013 hat die METRO GROUP zusätzlich eine neue Organisationseinheit Business Innovation geschaffen, die sich in fünf Schwerpunktfeldern (siehe Grafik) systematisch und intensiv mit Innovationen und neuen Geschäftsmodellen befasst.

Die eigentliche Ausgestaltung der Innovationen liegt in der Verantwortung der Vertriebslinien. Überwiegende Aufgabe der neuen Organisationseinheit ist es, die bestehenden Aktivitäten zu bündeln sowie zu unterstützen und die Umsetzung von Innovationsprojekten voranzutreiben. Dazu zählt, den vertriebslinienübergreifenden Austausch zwischen eigenen Experten, externen Partnern und Hochschulen zu fördern. Darüber hinaus beteiligt sich die METRO GROUP über Venturecapital an Start-up-Unternehmen. In unserem Innovationsmanagement unterscheiden wir evolutionäre von revolutionären Prozessen. Erstere beschreiben die Optimierung und Weiterentwicklung bestehender Vertriebsformen; Letztere die Bewertung, den Test und die Realisierung neuer Geschäftsmodelle.

Mit unserem Innovationsmanagement schaffen wir so einen zeitgemäßen Multichannel-Handel. Im Grunde geht es darum, den Kunden dort zu erreichen, wo er seine Kaufentscheidung trifft: Im Büro vor dem PC, auf dem Sofa mit dem Tablet-Computer in der Hand, unterwegs über das Smartphone oder im Markt, wo unsere Vertriebslinien unmittelbar erlebbar und unsere Mitarbeiter persönlich ansprechbar sind.

Die fünf Innovationsfelder der METRO GROUP



Unsere Vertriebslinien testen in den genannten fünf Innovationsfeldern bereits zahlreiche Neuerungen beziehungsweise setzen diese erfolgreich um. Ausgewählte Beispiele hierfür sind im Folgenden dargestellt.

In einigen Pilotmärkten bei **METRO Cash & Carry** erhalten Kunden individualisierte, auf ihren Bedarf zugeschnittene Angebote in Form von Coupons – so lassen sich Streuverluste in der Werbung verringern. Seit Einführung des sogenannten Targeted Marketing im Oktober 2013 wurden in Deutschland, den Niederlanden, Polen und Rumänien zahlreiche mehrstufige Kampagnen mit über zehn Millionen Empfängern durchgeführt.

Media-Saturn steht im unmittelbaren Wettbewerb zur Online-Konkurrenz und muss sich vor allem an der schnellen Warenauslieferung messen lassen. Seit April 2014 testen Media Markt und Saturn in Deutschland einen noch kundenfreundlicheren Lieferservice: Kunden können nun beim Kauf zwischen einer Zustellung innerhalb von drei Stunden (Expresslieferung) oder zu einem vereinbarten Wunschtermin wählen. Expresslieferungen werden zunächst in sieben ausgewählten deutschen Städten erprobt; beim Erfolg der Testphase soll der Service schrittweise in weiteren deutschen Ballungszentren angeboten werden. In Ingolstadt hat Media Markt im September 2014 zudem den weltweit ersten

Drive-in-Markt für Elektronikartikel eröffnet. Kunden können hier einfach mit dem Auto vorfahren, am Schalter die Bestätigung für die zuvor bestellten Waren vorlegen und ihren Einkauf in Empfang nehmen.

Real hat eine neue App eingeführt. Kunden können sich aktuelle Angebote nicht nur in Form eines digitalen Verkaufsprospekts anzeigen lassen, sondern erhalten darüber auch detailliertere Produktinformationen. Die App bietet dazu eine Produktsuche an. Zusätzlich lässt sich der Barcode auf der Verpackung mit der Smartphone-Kamera einscannen, um Zugriff auf weiterführende Informationen zu erhalten. Ein wichtiger Bestandteil der App ist die digitale Einkaufsliste, die von mehreren Personen gleichzeitig genutzt und bearbeitet werden kann. Die Daten hierzu sind in einem Online-Speicherplatz hinterlegt. Weitere Funktionen sind ein digitales Sammelheft zur Verwaltung von Coupons – Payback-Punkten und Real-Treuepunkten – sowie Bewertungsmöglichkeiten für Eigenmarken der Vertriebslinie. Auf diese Weise kann Real Anregungen der Kunden bei der Entwicklung neuer Produkte beziehungsweise der Verbesserung existierender Artikel berücksichtigen.

Um künftiges Wachstum zu ermöglichen, treibt **Galeria Kaufhof** die konsequente Verzahnung von Warenhaus- und Online-Geschäft voran, also die Integration stationärer und

digitaler Vertriebswege in die Beratung und in den Verkauf. Seit Mitte 2014 setzen die Mitarbeiter unserer Vertriebslinie in Beratungsgesprächen mit Kunden auch Tablet-Computer ein. Über die Geräte ist ein Zugriff auf Warenbestände möglich, die nicht vor Ort verfügbar sind oder die nicht zum gängigen Sortiment der Filiale gehören. Über den Tablet-Computer können Mitarbeiter direkt Bestellungen auslösen. Die Auslieferung erfolgt wahlweise an eine Wunschadresse oder an das jeweilige Warenhaus. Derzeit sind rund 1.100 Tablet-Computer im Einsatz.

Auch darüber hinaus halten neue Technologien Einzug in die Märkte und Filialen unserer Vertriebslinien. Sowohl Galeria Kaufhof als auch Real bieten ihren Kunden neue Zahlungssysteme an. Dazu gehören beispielsweise Selbstzahlerkassen sowie Kassen, die mit der drahtlosen Übertragungstechnik NFC (Near Field Communication) ausgestattet sind. Damit lassen sich Einkäufe mit kompatiblen Karten oder Mobiltelefonen kontaktlos bezahlen. METRO Cash & Carry wiederum hat alle Großmärkte in Deutschland mit digitalen Kennzeichnungssystemen für Warenregale (Electronic Shelf Labels) ausgestattet. Künftige Formen dieser Labels können unseren Vertriebslinien einen innovativen Weg bieten, neuen Informationspflichten gegenüber Kunden gerecht zu werden.

8. Nachhaltigkeitsmanagement

Die METRO GROUP versteht sich als Teil der Gesellschaft und trägt zu deren Wertschöpfung bei. Es liegt in der Verantwortung unseres Unternehmens, die ökonomischen Ziele über gesetzliche Vorgaben hinaus mit den gesellschaftlichen Anfor-

derungen sowie denen der Kunden, Mitarbeiter, Investoren und Partner in Einklang zu bringen. Dabei gilt es, die Grenzen zu berücksichtigen, die uns die Umwelt vorgibt. So handeln wir heute für morgen. Im Sinne der METRO GROUP Nachhaltigkeitsvision „Wir bieten Lebensqualität“ bedeutet dies für unsere Geschäftstätigkeit, mehr Wert zu schaffen und gleichzeitig belastende Auswirkungen zu verringern.

Wir bieten Lebensqualität ...

Weil wir im Handeln nachhaltiger werden, ...

... für unsere Kunden, ...



... indem wir sie unter fortlaufender Verbesserung unserer Prozesse weltweit vor Ort mit sicheren Qualitätsprodukten versorgen. Und mit Gütern, die sozial verantwortlich sowie umwelt- und ressourcenschonend erzeugt, verarbeitet und verwertet werden. So sichern wir unsere Zukunft.

... arbeiten wir an einer verantwortlichen Produkt- und Sortimentsgestaltung.

Bis 2015 werden wir Prozesse definiert haben, um die Nachhaltigkeitswirkung der Eigenmarkenprodukte der METRO GROUP Vertriebslinien zu bewerten. Über die kontinuierliche Umsetzung unserer allgemeinen METRO GROUP Einkaufspolitik „Nachhaltigkeit“ werden wir in Zukunft alle unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten relevanten Produktkategorien bearbeiten.

... für unsere Mitarbeiter, ...

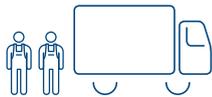


... indem wir sie jederzeit respektieren, schützen, fördern und vertrauensvolle Beziehungen zu ihnen aufbauen. So gestalten wir ein attraktives Arbeitsumfeld.

... machen wir Nachhaltigkeit systematisch zum Bestandteil unserer Arbeit.

Bis 2016 ist Nachhaltigkeit in alle (wesentlichen) Geschäftsprozesse integriert. Über Kampagnen wird das Bewusstsein unserer Mitarbeiter in Bezug auf nachhaltiges Verhalten geschärft. Trainingsmaßnahmen zur unternehmerischen Verantwortung werden entwickelt und allen Mitarbeitern angeboten worden sein.

... für alle Menschen, die für uns arbeiten, ...



... indem wir unser Geschäft gerecht und verantwortungsbewusst betreiben und für faire Lebens- und Arbeitsbedingungen sorgen. So leben wir Verantwortung in der Lieferkette.

... setzen wir uns für menschenwürdige Arbeitsbedingungen ein.

Erfassung aller Nicht-Lebensmittel-Eigenmarken-Lieferanten¹ in ein BSCI- oder äquivalentes Sozialstandardsystem bis Ende 2014, sofern das Produkt in einem Risikoland hergestellt wurde (Definition Risikoland nach BSCI). Dies umfasst Lieferanten, bei denen wir dezentral Waren beziehen, sowie die Lieferanten, mit denen wir über die MGB Hongkong in direkter Beziehung stehen.

... für die Gesellschaft, ...



... indem wir die Umwelt schonen, natürliche Ressourcen bewahren und unsere Klimawirkung minimieren. So helfen wir, die Grundlagen für den Handel von morgen zu sichern.

... arbeiten wir durch unser kontinuierliches Engagement und im vertrauensvollen Dialog mit unseren Stakeholdern an der Lösung globaler Herausforderungen.

Unser Beitrag zum Klima- und Ressourcenschutz: Bis 2020 reduziert die METRO GROUP ihre Treibhausgasemissionen um 20 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2011.

¹ Erfasst sind hiervon die Produzenten von Handelswaren (Eigenmarken sowie Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt betreiben

Verankerung von Nachhaltigkeit

Die strategische Verankerung der Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft ist eine wichtige Voraussetzung, um unserem Anspruch in Bezug auf Nachhaltigkeit gerecht werden zu können. Dies gewährleisten wir einerseits durch unseren Nachhal-

tigkeitsrat und seine Gremien, andererseits durch Anpassung relevanter Geschäftsprozesse und Entscheidungsabläufe sowie die Veränderung unseres individuellen Verhaltens. Denn das Thema kann von oben getrieben, muss aber von allen getragen werden.

VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT



Unser Nachhaltigkeitsmanagement

Das Nachhaltigkeitsmanagement dient dazu, die Verankerung von Nachhaltigkeit im Kerngeschäft voranzutreiben und dabei Wechselwirkungen zwischen wirtschaftlichen sowie umwelt- und sozialbezogenen Aspekten effizient und lösungsorientiert zu berücksichtigen. Es ist eng verbunden mit dem Risiko- und Chancenmanagement der METRO GROUP. Die Geschäftsführung wird dabei unterstützt, mögliche Abweichungen von den Nachhaltigkeitszielen, also Risiken und Chancen, systematisch zu identifizieren, zu bewerten und zu steuern.

—— Weitere Informationen zum Risiko- und Chancenmanagement finden sich in Kapitel 12 Risiko- und Chancenbericht.

Der Nachhaltigkeitsrat sorgt als Gremium der METRO GROUP dafür, dass die strategischen Weichen in Bezug auf die Nachhaltigkeitsleistung der Gruppe gestellt und die wesentlichen Themen über entsprechende Zielvorgaben abgedeckt sind.

Der Runde Tisch zur Unternehmensverantwortung bildet die Schnittstelle zwischen der strategischen und operativen Dimension der Nachhaltigkeit. Das Gremium bereitet Entscheidungen des Nachhaltigkeitsrats vor und unterstützt dabei, diese umzusetzen.

Die Vertriebslinien sind auf operativer Ebene dafür verantwortlich, spezifische Ziele und Maßnahmen zu definieren, diese im Tagesgeschäft umzusetzen sowie die Zielerreichung nachzuhalten. Über den Runde Tisch berichten sie dem Nachhaltigkeitsrat über ihre Fortschritte.

Die Maßnahmen, die die METRO GROUP im Bereich Nachhaltigkeit umsetzt, werden unter anderem im Rahmen von Ratings von unseren Anspruchsgruppen bewertet. Diese Bewertungen sind eine wichtige Motivation und ein Managementinstrument für uns, weil sie uns Fortschritte und Verbesserungspotenziale in unserem Handeln aufzeigen.

NACHHALTIGKEITSRAT



GESCHÄFTSFÜHRER DER VERTRIEBSLINIEN UNTER VORSITZ DES FÜR NACHHALTIGKEIT VERANTWORTLICHEN VORSTANDS,
NACHHALTIGKEITSVERTRETER DER VERTRIEBSLINIEN UND DER METRO AG

bestimmt die Nachhaltigkeitsstrategie der METRO GROUP.



RUNDER TISCH ZUR UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG



NACHHALTIGKEITSMANAGER DER VERTRIEBSLINIEN UND DER METRO AG

bündelt Nachhaltigkeitsexpertise, unterstützt Nachhaltigkeitsrat und Vertriebslinien auf operativer Ebene.



VERTRIEBSLINIEN

verantworten ihr Nachhaltigkeitsmanagement und die operative Umsetzung,
entsenden Experten in Projektgruppen.

METRO

makro

MediaMarkt

SATURN

redcoon.de

real-

GALERIA
KAUFTOPF

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Jahr
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) – World/Europe	71 gelistet	0 bis 100	2014
Oekom Corporate Rating	C	D– bis A+	2014
CDP Climate Disclosure Leadership Index (CDLI) Region DACH	98/A– (Disclosure/Performance) gelistet; Sector Leader Consumer Staples	0 bis 100 / E bis A	2014
FTSE4Good Global/Europe Index	gelistet	–	2014

Handeln entlang der Lieferkette

Wir fokussieren unser Engagement für Nachhaltigkeit auf die Teile der Wertschöpfungskette und unsere Berührungspunkte mit der Gesellschaft, auf die unser Einfluss auf nachhaltigkeitsrelevante Prozesse am größten ist. Hier zeigen unsere Maßnahmen entsprechend effiziente Wirkung. Die exemplarische Lieferkette umfasst dabei folgende Stufen:

- Beschaffung, Produktion und Verarbeitung
- Transport, Lagerung und Markt
- Kunde
- Entsorgung
- Gesellschaftliches Engagement

Zu den einzelnen Stufen geben wir nachfolgend einen Überblick über unsere Ansätze, mit denen wir den spezifischen Herausforderungen begegnen. Dabei greifen wir auch die im Rahmen der Lageberichterstattung relevanten Sustainable Development Key Performance Indicators (SD-KPIs) auf.

Vertiefende Informationen und Kennzahlen zum Thema Nachhaltigkeit finden sich im METRO GROUP Corporate Responsibility Report 2013/14 sowie auf unserer Website unter der Rubrik Verantwortung.

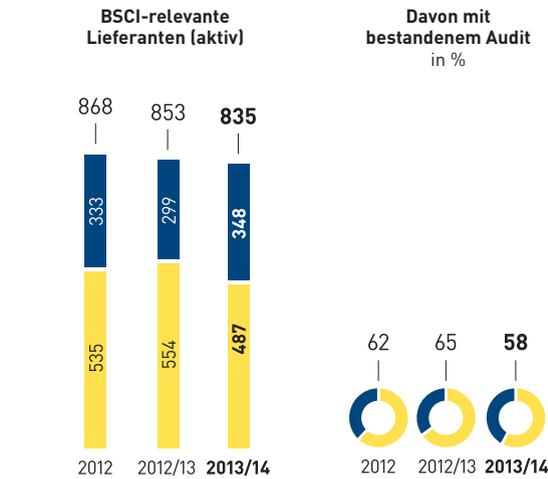
Beschaffung, Produktion und Verarbeitung

Bei der Beschaffung, Produktion und Verarbeitung ist es uns wichtig zu wissen, welche Ressourcen beziehungsweise Rohstoffe zur Herstellung unserer Produkte eingesetzt werden und unter welchen sozialen und ökologischen Bedingungen unsere Ware gefertigt wird. Für das Management dieser Aspekte beziehen wir uns auf unsere konzernweite und produktübergreifende Einkaufspolitik „Nachhaltigkeit“. Mit ihr haben wir die Basisanforderungen an ein nachhaltiges Lieferketten- und Beschaffungsmanagement definiert. Gleichzeitig bündelt unsere Einkaufspolitik verschiedene Richtlinien, die sich mit spezifischen Fragestellungen einzelner Produkt- beziehungsweise Rohstoffkategorien befassen. Indem wir solche Richtlinien für den nachhaltigen Einkauf erarbeiten und umsetzen, stärken wir unsere Beschaffungswege und tragen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Produkte bei.

Um sozial verträgliche Arbeitsbedingungen innerhalb unserer Beschaffungskanäle sicherzustellen, setzen wir auf die Implementierung von Sozialstandardsystemen bei unseren Lieferanten.

Alle unsere Produzenten in definierten Risikoländern (basierend auf der Bewertung der Business Social Compliance Initiative [BSCI]), die uns über unsere Importgesellschaft MGB METRO Group Buying Hongkong mit Bekleidung, Schuhen, Spielwaren und Hartwaren beliefern, werden nach dem Standard der BSCI oder äquivalenten Standards auditiert. Zum 30. September 2014 waren dies 835 Produzenten. Davon haben 58 Prozent das Audit mit „gut“ bestanden. Produzenten mit einem nicht bestandenen Audit haben innerhalb von 18 Monaten nach dem Tag des Audits die Möglichkeit, eine Verbesserung nachzuweisen. Gelingt dies nicht, wird die Produktionsstätte für weitere Aufträge gesperrt, bis sie vorweisen kann, dass sie ihre Organisationsprozesse nachhaltig verbessert hat. 12 Prozent der Lieferanten mit einem zuvor nicht bestandenen Audit konnten im Geschäftsjahr 2013/14 eine Verbesserung erzielen. Insgesamt ist der Anteil von Lieferanten mit bestandenen Audit jedoch gesunken. Dies ist vor allem durch die gestiegenen Anforderungen der BSCI an die Auditverfahren begründet.

Sozialaudits bezogen auf Eigenimporte durch MGB Hongkong zum Stichtag



■ Lieferanten mit bestandenen Audit

Aktive Lieferanten sind solche mit tatsächlichem Umsatz zum Stichtag. Lieferanten mit bestandenen Audit können die erfolgreiche Umsetzung des BSCI- oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen.

Thema	Ziele	Status Ziel-erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
INTERNATIONALE ARBEITSNORMEN/ SOZIALSTANDARDS	Die METRO GROUP baut ihr Engagement für faire Arbeitsbedingungen bei ihren Lieferanten aus.		Einbeziehung aller Non-Food-Eigenmarken-Lieferanten ¹ in ein BSCI- oder äquivalentes Sozialstandardsystem bis Ende 2014, sofern das Produkt in einem Risikoland hergestellt wurde (Definition Risikoland nach BSCI)	

¹ Erfasst sind hiervon die Produzenten von Handelsware (Eigenmarken sowie Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt betreiben
Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 124

Transport, Lagerung und Markt

Als Handelsunternehmen übernehmen wir Verantwortung für den Klima- und Ressourcenschutz in den Bereichen innerhalb der Wertschöpfungskette, auf die wir unmittelbar Einfluss nehmen können: angefangen bei der Lagerung und Kühlung von Produkten über den Transport bis hin zum Betrieb unserer

Märkte und Verwaltungsstandorte. Dabei verfolgen wir zwei zentrale Ziele: Erstens wollen wir die klimarelevanten Emissionen in Verbindung mit unserem Geschäftsbetrieb verringern. Zweitens wollen wir unseren Ressourcenverbrauch reduzieren. Auf diese Weise tragen wir auch dazu bei, unsere Betriebskosten zu senken.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
KLIMASCHUTZ/ RESSOURCEN- MANAGEMENT	Die METRO GROUP reduziert ihre Treibhausgasemissionen um 20 Prozent von 330 kg/m ² im Jahr 2011 auf 264 kg/m ² im Jahr 2020.		Fortführung des „low-hanging fruit“-Programms als Energy Saving Programme; zusätzliches Programm zur Stärkung des Energiebewusstseins (Energy Awareness Programme – EAP) ab 2013.	

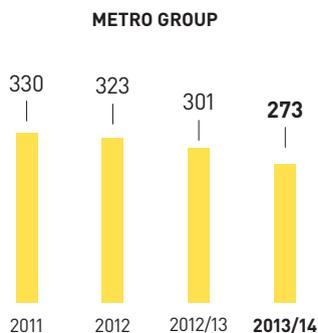
Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 124

Status Klimaschutzziel

Von Oktober 2013 bis September 2014 verursachte die METRO GROUP pro Quadratmeter Verkaufsfläche 273 Kilogramm CO₂-Äquivalente. Damit sanken unsere Emissionen konzernweit um rund 28 Kilogramm CO₂ pro Quadratmeter Verkaufsfläche gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Unserem Ziel von 264 Kilogramm CO₂ pro Quadratmeter kommen wir damit schon sehr nahe. Der Rückgang der Emissionen lässt sich im Wesentlichen auf drei Gründe zurückführen: Maßnahmen zur Senkung der Energieverbräuche, den Verkauf von in der Regel besonders emissionsintensiven Standorten in Osteuropa und der Türkei sowie die allgemeine technische und wissenschaftliche Entwicklung, die sich in den Emissionsfaktoren für die Berechnung des CO₂-Äquivalents der Verbräuche niederschlägt.

Status Klimaschutzziel

Treibhausgas-Emissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalent) je m² Verkaufsfläche



Anders als in den Vorjahren führen wir ab diesem Berichtszeitraum bei den Umweltkennzahlen keine Portfoliobereinigungen (Verkäufe von Real in Polen, Russland, der Ukraine, Rumänien und der Türkei 2012 bzw. 2013) mehr durch. Daher weichen die in diesem Bericht abgebildeten Vorjahresdaten und die Werte des Basisjahres 2011 von den im Vorjahr berichteten ab. Zusätzlich ergeben sich Abweichungen zu in früheren Berichten genannten Emissionsmengen aus der Aktualisierung von Emissionsfaktoren und Korrekturen von Schätzungen. Dies führt, insbesondere bei Emissionen aus Kältemitteln, zu einer leichten Veränderung der Angaben bis zurück ins Basisjahr 2011.

Kunde

Die spezifischen Angebote unserer Vertriebslinien sind so beschaffen, dass sie optimal auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse der privaten wie gewerblichen Käufer zugeschnitten sind. Die Angebote müssen dabei nicht nur hinsichtlich Qualität und Sicherheit überzeugen. Auch die Sozial- und Umweltverträglichkeit von Waren und Dienstleistungen – von der Herstellung und Beschaffung über die Nutzungsphase bis hin zur Entsorgung – wird zunehmend zum entscheidenden Kriterium. Uns ist wichtig, dass unsere Kunden beim Einkauf und bei der Nutzung der Waren auf diese Eigenschaften unserer Angebote vertrauen können. Daher setzen wir konsequent auf Maßnahmen, mit denen wir Einfluss auf Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit der Produkte in unseren Sortimenten nehmen können. Innerhalb des Lieferketten- und Produktmanagements schaffen wir dies durch die Umsetzung unserer Richtlinien für den nachhaltigen Einkauf. Sie definieren Kriterien für Qualität und Nachhaltigkeit und fordern, die Einhaltung von Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards regelmäßig zu kontrollieren. Für Transparenz sorgen wir zudem durch direkte Beziehungen zu unseren Geschäftspartnern sowie innovative technische Lösungen, mit denen sich die einzelnen Stufen in der Lieferkette zurückverfolgen lassen. Darüber hinaus setzen wir zur besseren Kundenorientierung auf Labels, die für die Zertifizierung nach bestimmten Qualitäts- oder Nachhaltigkeitsstandards bürgen. Auch unsere Eigenmarken kennzeichnen wir entsprechend. Begleitend stellen wir in unseren Märkten zudem spezifisch aufbereitete Informationen zur Verfügung und treten mit unseren Kunden in Dialog. So unterstützen und fördern wir den verantwortungsbewussten Konsum unserer Kunden.

Im Sortiment unserer Vertriebslinien finden sich beispielsweise Artikel aus fairem Handel sowie Lebensmittel, die mit dem europäischen Biosiegel gekennzeichnet sind. Im Geschäftsjahr 2013/14 betrug der Umsatz unserer Vertriebslinien METRO Cash & Carry, Real und Galeria Kaufhof mit nach EU-Bioverordnung zertifizierten Produkten in Deutschland insgesamt 96 Mio. €. Ebenso bietet unser Sortiment Erzeugnisse aus bestandserhaltender und umweltverträglicher Fischerei. Dies

erkennt der Kunde am Siegel des Marine Stewardship Council (MSC). Im Geschäftsjahr 2013/14 umfasste das nachhaltige Fischsortiment unserer Vertriebslinien METRO Cash & Carry, Real und Galeria Kaufhof in Deutschland zusammen 90 MSC-zertifizierte Eigenmarkenartikel und 775 Markenartikel. Damit wurde ein Umsatz von rund 56 Mio. € erwirtschaftet.

Darüber hinaus bieten unsere Vertriebslinien ihren Kunden in anderen Warengruppen ein breites Angebot besonders umweltfreundlich und sozial verträglich hergestellter Produkte. Dazu zählen beispielsweise

- effiziente Elektrogeräte mit Energielabels von A+ bis A+++,
- Schreibwaren nach den Standards des Blauen Engels oder nachhaltiger Forstwirtschaft,
- Naturkosmetik nach den Standards des BDIH und Natrue und
- Textilien aus Biobaumwolle oder aus Baumwolle gemäß „Cotton made in Africa“-Standard.

Als Orientierungshilfe für ihre Kunden kennzeichnet unsere Vertriebslinie Galeria Kaufhof Produkte, die einem definierten Nachhaltigkeitsstandard entsprechen, zusätzlich mit dem Logo „natürlich GALERIA“. Derzeit entsprechen knapp 13.600 Produkte aus dem Sortiment diesem Standard.

In puncto Rückverfolgbarkeit geht die METRO GROUP innovative Wege: Seit 2013 arbeiten wir gemeinsam mit weiteren Händlern, namhaften Partnern und der Standardisierungsorganisation GS1 Germany an einer branchenübergreifenden internationalen Lösung. Ziel dabei ist es, lückenlose Transparenz in Bezug auf die genutzten Ressourcen und die Beschaffung von Produkten über die Wertschöpfungskette hinweg herzustellen. Kern des Ansatzes, den wir „Traceability in the cloud“ nennen, ist die elektronische Erfassung relevanter Daten und das Zusammenführen dieser Daten über eine integrierte Softwareplattform, die den Zugriff auf diese Informationen deutlich vereinfacht, zuverlässiger ausgestaltet und so noch mehr Transparenz in der gesamten Kette schafft – bis hin zum Endverbraucher.

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
RESSOURCENSCHUTZ/ NAHRUNGSSICHERUNG/ NACHHALTIGE BESCHAFFUNG	Die METRO GROUP initiiert und fördert die Entwicklung einer internationalen, branchenübergreifenden und produktumfassenden technischen Lösung zur Rückverfolgbarkeit.		Nach erfolgreicher Pilotierung der Rückverfolgbarkeitslösung in den Produktkategorien Fisch und Fleisch bei MCC in Deutschland sowie dem anschließenden Rollout beginnt Anfang 2015 die Einführung der Rückverfolgbarkeitslösung in weiteren Ländern. Das Projekt wird darüber hinaus in 2015 ausgedehnt auf weitere interessierte Lieferanten aus ausgewählten Sortimentsbereichen.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 124

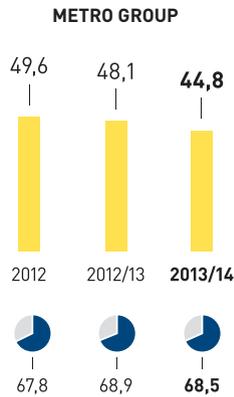
Entsorgung

Als Handelsunternehmen ist die METRO GROUP darauf angewiesen, dass Ressourcen langfristig verfügbar sind. Denn diese Rohstoffe werden sowohl für die Herstellung der von uns angebotenen Produkte als auch für deren Verpackung benötigt. Daher stellen wir uns am Ende der Nutzungsphase die Frage, ob und wie die enthaltenen Rohstoffe wiedergewonnen beziehungsweise möglichst umweltschonend beseitigt werden können. Den ersten Ansatzpunkt bildet die sogenannte Vermeidungsstrategie. Sie zielt darauf ab, dass Abfall gar nicht erst entsteht. Beispielsweise, indem Produkte und Verpackungen mit optimiertem Ressourceneinsatz gefertigt werden. Ein weiterer Ansatz bezieht sich auf die Verwertung von Ressourcen. Anstatt Produkte und Verpackungen, die

nicht mehr gebraucht werden, dem Abfall zuzuordnen, führen wir sie einer neuen Nutzung zu und verwenden sie weiter. Auch in der Rückgewinnung durch Recycling – unserem dritten Ansatzpunkt – steckt wirtschaftliches Potenzial. Uns ist es daher wichtig, innovative Fertigungs- und Rückgewinnungstechnologien zu fördern und dabei in Kreisläufen zu denken. Da sich die Produkte und Verpackungen zum Ende ihrer Nutzungsphase bei unseren Kunden befinden, zählen wir es auch zu unserer Aufgabe, sie bei der Frage der Entsorgung zu beraten: Wir sensibilisieren unsere Kunden für das Ressourcenthema, informieren in Sachen Abfallvermeidung und schaffen Anreize und Möglichkeiten für die fachgerechte Entsorgung. So tragen wir dazu bei, dass Reststoffe wieder zu Rohstoffen werden.

Abfall

Abfallaufkommen in kg je m² Verkaufsfläche der Standorte der METRO GROUP / Recyclingquote in %



Gesellschaftliches Engagement

Die METRO GROUP versteht auch ihr gesellschaftliches Engagement als eine Form von Wertschöpfung, denn es trägt dazu bei, gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen. Im Ansatz zielen unsere vielfältigen Aktivitäten daher darauf ab, den interkulturellen Dialog zu fördern, unsere Standorte und die dort lebenden Gemeinschaften zu unterstützen und Bedürftigen gezielt Hilfe zukommen zu lassen.

Investitionen in das Gemeinwesen

Tsd. €	2013/14
Spenden für wohltätige Zwecke	2.943
Gesellschaftliche Investitionen	524
Kommerzielle Initiativen	4.058
Gesamt	7.525

Zielerreichungsgrad



9. Vergütungsbericht

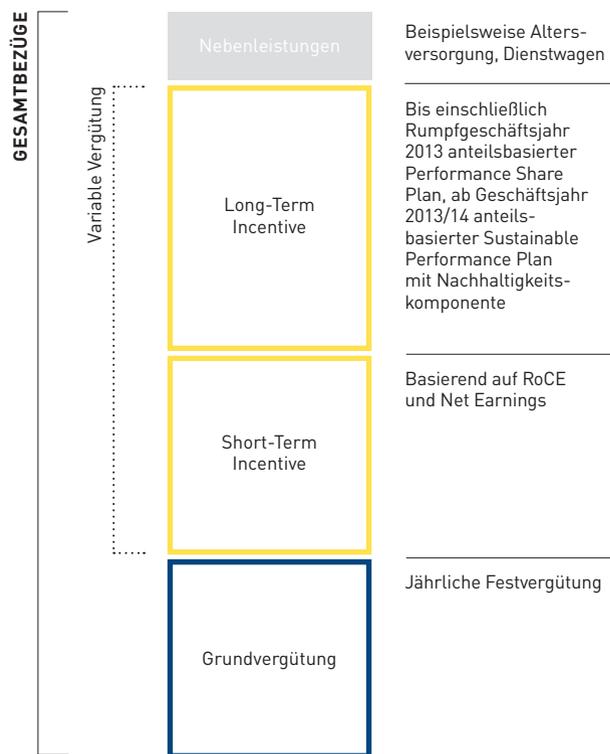
Der nachstehende Bericht erläutert die Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der METRO AG für das Geschäftsjahr 2013/14 (1. Oktober 2013 bis 30. September 2014) im Vergleich zum Rumpfgeschäftsjahr 2013 (1. Januar 2013 bis 30. September 2013) nach Maßgabe des Handelsgesetzbuchs und des Deutschen Corporate Governance Kodex. Er beschreibt das System der Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats und gibt auch Informationen zur anteilsbasierter Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP.

Das Vergütungssystem für den Vorstand wird durch den Aufsichtsrat der METRO AG beschlossen und von seinem Personalausschuss vorbereitet. Das bestehende Vergütungssystem einschließlich der ab dem Geschäftsjahr 2013/14 neu eingeführten erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Sustainable Performance Plan) wurde von der Hauptversammlung am 12. Februar 2014 mit 98,43 Prozent gebilligt.

Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands

Die Vorstandsvergütung besteht aus einer Grundvergütung und zwei variablen Komponenten: der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung (Short-Term Incentive) sowie der erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive). Zusätzlich gewährt das Unternehmen eine betriebliche Altersversorgung und weitere Nebenleistungen.

Vergütungssystem für Mitglieder des Vorstands



(Schematische Darstellung)

Dabei sind im Regelfall die Grundvergütung und die variable Vergütung für neue Mitglieder des Vorstands in den ersten beiden Dienstjahren prozentual gemindert.

Die Gesamtbezüge sowie die einzelnen Vergütungskomponenten stehen in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben und Leistungen des jeweiligen Mitglieds des Vorstands sowie zur Lage der Gesellschaft und erfüllen die gesetzlichen Anforderungen an die Üblichkeit von Vergütungen. Die variable Vergütung setzt Leistungsanreize für den Vorstand, den Unternehmenswert zu steigern, und ist auf eine nachhaltige und langfristige Unternehmensentwicklung ausgerichtet. Die einzelnen Komponenten der Vorstandsvergütung stellen sich im Geschäftsjahr 2013/14 wie folgt dar:

Grundvergütung

Die Grundvergütung ist fest vereinbart und wird in monatlichen Raten ausbezahlt.

Short-Term Incentive (kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung)

Das Short-Term Incentive der Mitglieder des Vorstands wird im Wesentlichen dadurch bestimmt, wie sich der Return on Capital Employed (RoCE) und die Net Earnings (NE) auf Geschäftsjahresbasis entwickeln. Durch die Verwendung der Kennziffer NE in Kombination mit dem RoCE wird eine positive Ergebnisentwicklung der METRO GROUP honoriert. Der RoCE ergibt sich aus der Division des EBIT durch das Capital Employed, die Net Earnings entsprechen grundsätzlich dem Periodenergebnis. Der Aufsichtsrat kann eine Bereinigung um Sonderfaktoren beschließen. Um die individuelle Leistungsbezogenheit der Vorstandsvergütung sicherzustellen, behält sich der Aufsichtsrat der METRO AG generell das Recht vor, das individuelle Short-Term Incentive nach seinem Ermessen um bis zu 30 Prozent zu reduzieren oder um bis zu 30 Prozent zu erhöhen.

Die Mitglieder des Vorstands erhalten für ein Geschäftsjahr pro 0,01 Prozentpunkte RoCE oberhalb von 7 Prozent einen Betrag zwischen 500 € und 833 €. Hinzu kommt pro einer Million € NE ein Betrag von 304 € bis 506 €. Der Aufsichtsrat der METRO AG legt die Höhe dieser Beträge auf Basis der Unternehmensstrategie und der mittelfristigen Zielsetzung fest, prüft sie regelmäßig und passt sie gegebenenfalls an. Die jährliche Auszahlung der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung gemäß RoCE und NE ist in der Höhe begrenzt. Für die Vorstandsvergütung im Geschäftsjahr 2013/14 wurden individuell folgende Werte zugrunde gelegt:

€ p. a.	Betrag pro 0,01 Prozentpunkte RoCE oberhalb 7 %	Begrenzung der Auszahlung für das Geschäfts- jahr 2013/14	
		Betrag pro Mio. € NE	
Olaf Koch	833	506	3.900.000
Mark Frese ¹	594	361	2.470.000
Pieter Haas	500	304	2.080.000
Heiko Hutmacher	625	380	2.600.000

¹ Ratieller Durchschnittswert für das Geschäftsjahr 2013/14, basierend auf folgenden Beträgen: RoCE 500 € für 1. Oktober bis 31. Dezember 2013, 625 € für 1. Januar bis 30. September 2014; NE 304 € für 1. Oktober bis 31. Dezember 2013, 380 € für 1. Januar bis 30. September 2014

Die kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung der Mitglieder des Vorstands wird im Regelfall vier Monate nach dem Ende eines Geschäftsjahres zur Zahlung fällig.

Long-Term Incentive (erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung)

Das Long-Term Incentive ist eine erfolgsabhängige Vergütungskomponente mit langfristiger Anreizwirkung. Sie ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und hat eine mehrjährige Bemessungsgrundlage.

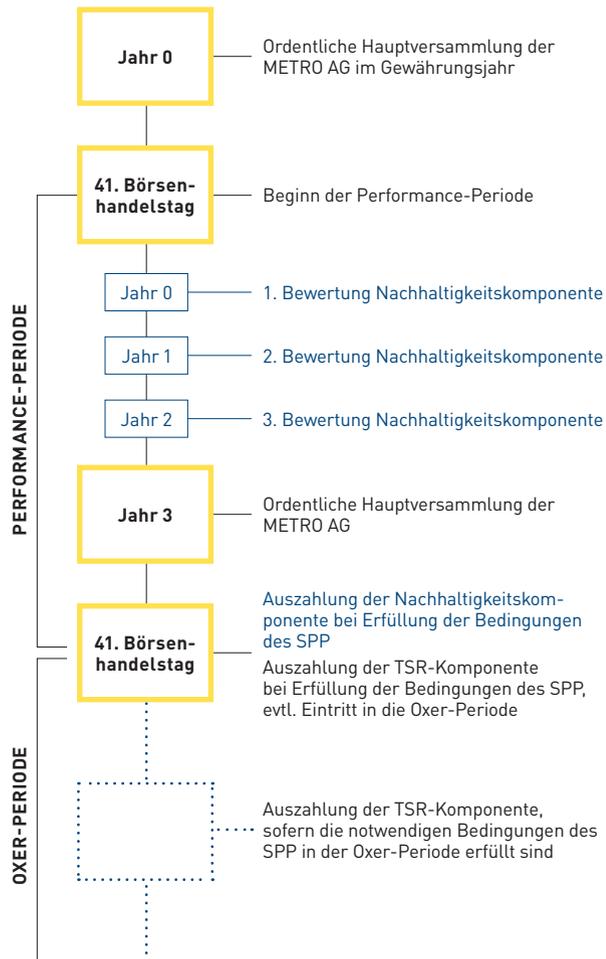
Sustainable Performance Plan 2013/14–2015/16

Nachdem im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die letzte Tranche des Performance Share Plan begeben wurde, hat der Aufsichtsrat der METRO AG am 10. Dezember 2013 einen zunächst auf drei Tranchen begrenzten Plan zur erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung für die Geschäftsjahre 2013/14, 2014/15 und 2015/16 beschlossen: den Sustainable Performance Plan. Der Sustainable Performance Plan setzt Anreize für eine nachhaltige und erfolgreiche Unternehmensentwicklung der METRO GROUP unter Berücksichtigung der langfristigen Erwartungen der Aktionäre und der weiteren Stakeholder sowie der ökologischen Verantwortung. Zur Messung der Performance werden neben anteilsbasierten Kennzahlen auch qualitative Aspekte der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Unternehmensführung mit einbezogen.

Für jedes Vorstandsmitglied wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgesetzt. Dieser ist zu 75 Prozent abhängig von der sogenannten TSR-Komponente (Total Shareholder Return), die daran gemessen wird, wie sich die Aktienrendite der METRO-Stammaktie im Performance-Zeitraum relativ zu einem definierten Vergleichsindex entwickelt. Die verbleibenden 25 Prozent sind abhängig von der sogenannten Nachhaltigkeitskomponente, die berücksichtigt, welchen durchschnittlichen Rang die METRO AG während des Performance-Zeitraums im Corporate Sustainability Assessment, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird, belegt. Für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind gesonderte Regelungen zur Auszahlung von Tranchen vereinbart.

Der zeitliche Ablauf des Sustainable Performance Plan strukturiert sich wie folgt:

Zeitlicher Ablauf Sustainable Performance Plan (SPP)



Für die Berechnung der **TSR-Komponente** werden über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung der METRO AG die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt und daraus wird der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Anfangskurs. Am 41. Börsenhandelstag nach der ordentlichen Hauptversammlung beginnt die Performance-Periode für die jeweilige Tranche. Wiederum über einen Zeitraum von 40 Bör-

senhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung drei Jahre nach Ermittlung des Anfangskurses und Begebung der jeweiligen Tranche werden die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt und daraus wird erneut der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Endkurs. Dabei berechnet sich der TSR aus der Veränderung des METRO-Aktienkurses und der Summe der reinvestierten Dividenden über die Performance-Periode in Relation von Anfangkurs und Endkurs als Prozentsatz.

Der so errechnete METRO-TSR wird mit dem TSR des Dow Jones STOXX Europe 600 Retail Index (Index-TSR) in der Performance-Periode verglichen und der Faktor für die Berechnung der TSR-Komponente wie folgt ermittelt:

- Ist der METRO-TSR identisch mit dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente eins,
- liegt der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte oder mehr unter dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente null,
- ist der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte größer als der Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente zwei und
- liegt der METRO-TSR 60 Prozentpunkte oder mehr über dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente maximal drei (Cap).
- Zwischen diesen Werten berechnet sich der TSR-Faktor für den Sustainable Performance Plan mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Beträgt der TSR-Faktor null, erfolgt keine Auszahlung und die TSR-Komponente wird geschlossen. Ist der TSR-Faktor positiv, gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 75 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem TSR-Faktor erfolgt nur dann, wenn der ermittelte Endkurs der METRO-Aktie nicht kleiner ist als der Anfangskurs. Ist diese Bedingung nicht erfüllt, wird der errechnete Betrag zunächst nicht ausgezahlt. Ein Anspruch auf Auszahlung besteht in diesem Fall erst dann, wenn innerhalb von drei Jahren nach Ablauf der Performance-Periode, der sogenannten Oxer-Periode, der Xetra-Schlusskurs der METRO-Stammaktie über 40 aufeinanderfolgende Börsenhandelstage größer oder gleich dem Anfangskurs ist. Wird diese Bedingung nicht innerhalb der drei Jahre nach Ablauf der Performance-Periode erfüllt, erfolgt keine Auszahlung der TSR-Komponente der Tranche.

Für die Ermittlung des Faktors der **Nachhaltigkeitskomponente** nimmt die METRO AG in jedem Jahr der dreijährigen Performance-Periode des Sustainable Performance Plan am

Corporate Sustainability Assessment, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird, teil. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food and Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Dieser Rang dient S&P Dow Jones Indices als Entscheidungsgrundlage für die Aufnahme in seine Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). Jedes Jahr wird die METRO AG von der RobecoSAM AG über ihren entsprechenden Rang informiert. Aus den drei während der Performance-Periode von der RobecoSAM AG mitgeteilten Rängen wird der Durchschnitt – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen – ermittelt. Abhängig vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente wie folgt:

Durchschnittsrang (kaufmännisch gerundet)	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2013/14	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2014/15	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2015/16
1	3,00	3,00	3,00
2	3,00	3,00	2,50
3	3,00	2,50	2,00
4	2,50	2,00	1,50
5	2,00	1,50	1,25
6	1,50	1,25	1,00
7	1,25	1,00	0,75
8	1,00	0,67	0,50
9	0,50	0,33	0,25
Unter 9	0,00	0,00	0,00

Dabei gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 25 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem Nachhaltigkeitsfaktor erfolgt nur unter der Bedingung, dass der Rang der METRO AG in keinem Jahr der Performance-Periode mehr als zwei Ränge geringer ist als der letzte veröffentlichte Rang vor Begebung der Tranche, sonst beträgt der Faktor aus der Nachhaltigkeitskomponente null.

Performance Share Plan 2009–2013

Durch Beschluss des Personalausschusses des Aufsichtsrats und mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat die METRO AG 2009 einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt, dessen letzte Tranche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgegeben wurde. Für jedes Mitglied des Vorstands wurde zunächst ein Zielwert in Euro festgesetzt. Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wurde der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich war dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie

vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung in Euro in Höhe des Kurses der METRO-Aktie zum Auszahlungszeitpunkt. Auch hier ist der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Auszahlungszeitpunkt maßgeblich.

In Abhängigkeit von der relativen Performance der METRO-Aktie im Vergleich zum Mittelwert aus den Aktienindizes DAX 30 und Dow Jones Euro STOXX Retail – Total Return – wird nach Ablauf eines Performance-Zeitraums von mindestens drei und höchstens 4,25 Jahren die endgültige Anzahl der auszahlenden Performance Shares bestimmt. Diese entspricht der Zielanzahl, wenn eine Gleich-Performance zu den genannten Aktienindizes erreicht wird. Bis zu einer Outperformance von 60 Prozent erhöht sich die Anzahl linear auf den Maximalwert von 200 Prozent der Zielanzahl. Bis zu einer Underperformance von 30 Prozent reduziert sich die Anzahl entsprechend bis auf 50 Prozent. Bei einer höheren Underperformance fällt die Anzahl auf null.

Die Auszahlung kann zu sechs möglichen und vorab fest definierten Zeitpunkten erfolgen. Der früheste Auszahlungstermin ist drei Jahre nach Zuteilung der Performance Shares. Ab diesem Zeitpunkt ist eine Auszahlung alle drei Monate möglich. Die Mitglieder des Vorstands haben die Wahl, zu welchem dieser Zeitpunkte sie ihre Performance Shares ausüben möchten. Eine Aufteilung auf mehrere Auszahlungszeitpunkte ist nicht möglich. Die Obergrenze der Auszahlung in Euro (Cap) liegt beim Fünffachen des Zielwerts.

Mit dem Performance Share Plan wurden zugleich sogenannte Share Ownership Guidelines eingeführt: Als Voraussetzung für die Auszahlung der Performance Shares sind die Mitglieder des Vorstands verpflichtet, bis zum Ablauf der dreijährigen Sperrfrist ein eigenfinanziertes Investment in METRO-Aktien aufzubauen und zu halten. Dadurch partizipieren sie als Aktionäre unmittelbar an Kursanstiegen, aber gegebenenfalls auch an Kursverlusten der METRO-Aktie. Das Aktieninvestment unterstützt die langfristige und auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtete Ausgestaltung des Vergütungssystems und führt zu einer ausgewogenen Aufteilung zwischen den verschiedenen Vergütungskomponenten. Das eigenfinanzierte Investment gilt für die gesamte Laufzeit des Performance Share Plan.

Altersversorgung

Im Jahr 2009 wurde für die Mitglieder des Vorstands eine betriebliche Altersversorgung in Form einer Direktzusage mit

einer beitragsorientierten und einer leistungsorientierten Komponente eingeführt.

Die Finanzierung der beitragsorientierten Komponente erfolgt gemeinsam durch den Vorstand und das Unternehmen. Dabei gilt die Aufteilung „7 + 7 + 7“. Sofern das Vorstandsmitglied einen Eigenbeitrag von 7 Prozent seiner definierten Bemessungsgrundlage erbringt, fügt das Unternehmen den gleichen Beitrag hinzu. In Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Lage leistet das Unternehmen darüber hinaus einen Zusatzbeitrag in nochmals gleicher Höhe. Aufgrund des gesamtwirtschaftlichen Umfelds wurde dieser Zusatzbeitrag im Berichtsjahr erneut ausgesetzt. Bei Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds vor Eintritt eines Versorgungsfalls bleiben die Beiträge mit dem erreichten Stand erhalten. Die beitragsorientierte Komponente ist über die Hamburger Pensionsrückdeckungskasse VVaG (HPR) kongruent rückgedeckt. Die Verzinsung der Beiträge erfolgt nach Maßgabe der Überschussbeteiligung der HPR mit einer Garantie auf die eingezahlten Beiträge.

Anspruch auf Versorgungsleistungen besteht,

- wenn das Dienstverhältnis mit oder nach Erreichen der Regelaltersgrenze in der deutschen gesetzlichen Rentenversicherung endet,
- als vorzeitige Altersleistung, wenn das Dienstverhältnis nach Vollendung des 60. Lebensjahres beziehungsweise nach Vollendung des 62. Lebensjahres für Versorgungszusagen, die nach dem 31. Dezember 2011 erteilt wurden, und vor Erreichen der Regelaltersgrenze endet,
- als Invalidenleistung, wenn das Dienstverhältnis vor Erreichen der Regelaltersgrenze endet und die Voraussetzungen vorliegen,
- als Hinterbliebenenleistung, wenn das Dienstverhältnis durch Tod endet.

Bezüglich der Auszahlung besteht ein Wahlrecht zwischen Kapital, Ratenzahlungen und lebenslanger Rente. Bei Invalidität oder Tod wird eine Mindestauszahlung gewährt. Hierbei wird das bestehende Versorgungsguthaben um die Summe der Beiträge aufgestockt, die dem Vorstandsmitglied für jedes Kalenderjahr bis zu einer Beitragszeit von insgesamt zehn Jahren, maximal jedoch bis zur Vollendung des 60. Lebensjahres, künftig noch gutgeschrieben worden wären. Diese leistungsorientierte Komponente ist nicht rückgedeckt, sondern wird im Versorgungsfall unmittelbar vom Unternehmen erbracht.

Weitere Leistungen für den Fall der Beendigung der Tätigkeit

Die aktiven Mitglieder des Vorstands erhalten über die beschriebene Altersversorgung hinaus keine Leistungen für den Fall der Beendigung ihrer Tätigkeit. Es werden insbesondere keine Ruhegelder gewährt. Im Falle des Todes eines Vorstandsmitglieds während der aktiven Dienstzeit wird den Hinterbliebenen die Grundvergütung für den Sterbemonat sowie für weitere sechs Monate gezahlt.

Nebenleistungen

Die den Mitgliedern des Vorstands gewährten Nebenleistungen umfassen geldwerte Vorteile aus Sachbezügen (zum Beispiel Dienstwagen).

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurde für die Mitglieder des Vorstands durch den Aufsichtsrat eine neue Dienstwagenrichtlinie, die Green Car Policy, verabschiedet, in der erstmals als Nachhaltigkeitskriterium – analog zu der neuen Dienstwagenregelung für die Führungskräfte der METRO GROUP – eine Grenze für den CO₂-Ausstoß von Dienstwagen enthalten ist und auch ein Cap für die mit der privaten Nutzung von Dienstwagen verbundenen geldwerten Vorteile gesetzt wurde.

Sonstiges

Die Mitglieder des Vorstands der METRO AG haben keinen Anspruch auf zusätzliche Vergütungen oder besondere Leistungen aufgrund eines Wechsels der Beherrschung (Change of Control).

Vergütung des Vorstands im Geschäftsjahr 2013/14¹

Tsd. €	Rumpf- geschäftsjahr 2013 Geschäftsjahr 2013/14	Short-Term Incentive ²		Long-Term Incentive			Gesamt ⁴	[Effektive Vergütung ⁵]	
		Grundvergütung	Nebenleistungen	für das Rumpf- geschäftsjahr 2013	für das Geschäftsjahr 2013/14	Wert der gewährten Tranche ³			[Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen]
Olaf Koch	2013 (9 Monate)	900	52	0	0	1.573	(0)	2.525	(952)
	2013/14 (12 Monate)	1.200	16	575	676	1.098	(0)	3.565	(2.467)
Mark Frese	2013 (9 Monate)	540	17	0	0	944	(0)	1.501	(557)
	2013/14 (12 Monate)	855	102	332	445	823	(0)	2.557	(1.734)
Pieter Haas ⁶	2013 (9 Monate)	360	7	0	0	944	(0)	1.311	(367)
	2013/14 (12 Monate)	720	107	203	390	659	(0)	2.079	(1.420)
Heiko Hutmacher	2013 (9 Monate)	540	86	0	0	944	(0)	1.570	(626)
	2013/14 (12 Monate)	900	54	304	468	823	(0)	2.549	(1.726)
Gesamt⁷	2013 (9 Monate)	2.340	162	0	0	4.405	(0)	6.907	(2.502)
	2013/14 (12 Monate)	3.675	279	1.414	1.979	3.403	(0)	10.750	(7.347)

¹Angaben nach HGB § 285 Satz 1 Nr. 9 a beziehungsweise § 314 Abs. 1 Nr. 6 a (ohne Altersversorgungsaufwendungen)

²Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 erfolgte keine Angabe des Short-Term Incentive, da dessen Kalkulation auf Basis des Kalenderjahres 2013 erfolgte und gemäß DRS 17 erst mit vollständiger Erdienung der Ansprüche angegeben werden darf. Im Geschäftsjahr 2013/14 wird das Short-Term Incentive für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und das Geschäftsjahr 2013/14 ausgewiesen.

³Dargestellt ist der Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung der Tranche

⁴Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, Short-Term Incentive und Wert der gewährten Tranche des Long-Term Incentive

⁵Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, Short-Term Incentive und Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen des Long-Term Incentive

⁶Mitglied des Vorstands seit 1. April 2013

⁷Werte für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgewiesen für die im Geschäftsjahr 2013/14 aktiven Mitglieder des Vorstands

Long-Term Incentive im Geschäftsjahr 2013/14

Der Zielbetrag für die Tranche 2013/14 beträgt für Herrn Koch 1,6 Mio. €, für die Herren Frese und Hutmacher 1,2 Mio. € und für Herrn Haas 0,96 Mio. €. Der Wert der im Geschäftsjahr 2013/14 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan wurde zum Zeitpunkt der Gewährung durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan (Tranchen 2013/14–2015/16)

Tranche	Ende der Performance- Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag Vorstand zum 30.9.2014
2013/14	41. Börsen- handelstag nach der Haupt- versammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	4.960.000 €

Die im Geschäftsjahr 2013/14 aktiven Mitglieder des Vorstands verfügen außer über die in diesem Geschäftsjahr ausgegebene Tranche des Sustainable Performance Plans über Rechte aus den folgenden Tranchen des Performance Share Plans: Herr Koch über Rechte aus den Tranchen 2010, 2011, 2012 und 2013, Herr Haas über Rechte aus der Tranche 2013 und Herr Hutmacher über Rechte aus den Tranchen 2012 und 2013.

Performance Share Plan (Tranchen 2009–2013)

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats- Durchschnittskurs vor Zuteilungs- zeitpunkt	Anzahl Performance Shares Vorstand zum 30.9.2014
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	11.652
2011	August 2014	41,73 €	11.982
2012	April 2015	29,18 €	87.731
2013	April 2016	22,84 €	154.117

Aus den Tranchen 2010 sowie 2011, deren Sperrfristen im August 2013 beziehungsweise im August 2014 endeten, erfolgten im Geschäftsjahr 2013/14 keine Auszahlungen an die Mitglieder des Vorstands.

Im Geschäftsjahr 2013/14 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen erfolgsabhängiger Vergütungsprogramme mit langfristiger Anreizwirkung ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 0,54 Mio. €, betreffend Herrn Haas 0,4 Mio. € und betreffend Herrn Hutmacher 0,36 Mio. €. Betreffend Herrn Frese ist ein Ertrag von 0,4 Mio. € angefallen.

Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit im Geschäftsjahr 2013/14 (einschließlich Altersversorgung)

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden für die aktiven Mitglieder des Vorstands der METRO AG nach IFRS (International Financial Reporting Standards) 0,57 Mio. € und nach HGB 0,54 Mio. € für Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit aufgewendet (9M 2013 nach IFRS und HGB: 4,6 Mio. €). Davon entfielen nach IFRS auf die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,169 Mio. €, von Herrn Frese rund 0,129 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,144 Mio. € und von Herrn Hutmacher rund 0,131 Mio. €.

Die entsprechenden Werte nach HGB betragen für die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,165 Mio. €, von Herrn Frese rund 0,123 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,129 Mio. € und von Herrn Hutmacher rund 0,121 Mio. €.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens nach IFRS und nach HGB beträgt für Herrn Koch rund 0,007 Mio. €, für Herrn Frese rund 0,015 Mio. €, für Herrn Haas rund 0,026 Mio. € und für Herrn Hutmacher rund 0,016 Mio. €.

Gesamtbezüge Geschäftsjahr 2013/14 der früheren Mitglieder des Vorstands

Für frühere Mitglieder des Vorstands der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie ihre Hinterbliebenen wurden Leistungen in Höhe von 3,5 Mio. € (9M 2013: 7,0 Mio. €) erbracht.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach IFRS beträgt 54,3 Mio. € (30.9.2013: 54,1 Mio. €).

Der entsprechende Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach HGB beträgt 44,0 Mio. € (30.9.2013: 46,6 Mio. €).

Long-Term Incentive der Führungskräfte

Entsprechend der Empfehlung in Ziffer 7.1.3 Deutscher Corporate Governance Kodex wird im Folgenden auch über die anteilsbasierte Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP berichtet.

Sustainable Performance Plan 2013/14–2015/16

Der Sustainable Performance Plan 2013/14–2015/16 gilt nicht nur für die Mitglieder des Vorstands, sondern ebenso für die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie für Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP. Die Bezugsberechtigten erhalten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag im Rahmen des Sustainable Performance Plan (Zielbetrag). Die weitere Systematik entspricht den Festlegungen für den Vorstand.

Sustainable Performance Plan (Tranchen 2013/14–2015/16)

Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag Führungskräfte zum 30.9.2014
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	3.355.000 €

Der Wert der im Geschäftsjahr 2013/14 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 2,3 Mio. € (Vorjahr Performance Share Plan 9M 2013: 17,3 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Performance Share Plan 2009–2013

Auch der Performance Share Plan 2009–2013 gilt nicht nur für die Mitglieder des Vorstands, sondern ebenso für die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie für Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP. Die Bezugsberechtigten erhalten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag im Rahmen des Performance Share Plan (Zielwert). Die weitere Systematik entspricht den Festlegungen für den Vorstand.

Mit dem Performance Share Plan wurden auch für diesen bezugsberechtigten Personenkreis Share Ownership Guidelines

eingeführt. Das zu haltende Volumen beträgt in der Regel circa 50 Prozent des individuellen Zielwerts.

Dabei gelten analog zum Vorstand folgende Bedingungen:

Performance Share Plan (Tranchen 2009–2013)

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares Führungskräfte zum 30.9.2014
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	252.125
2011	August 2014	41,73 €	289.993
2012	April 2015	29,18 €	465.434
2013	April 2016	22,84 €	647.535

Aus den Tranchen 2010 sowie 2011, deren Sperrfristen im August 2013 beziehungsweise im August 2014 endeten, erfolgten im Geschäftsjahr 2013/14 keine Auszahlungen.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Die Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats ist in § 13 der Satzung der METRO AG geregelt. Auf Vorschlag des Vorstands und des Aufsichtsrats hat die Hauptversammlung 2013 beschlossen, die Aufsichtsratsvergütung auf ein reines Fixum umzustellen. Für das Geschäftsjahr 2013/14 wurde daher keine variable Vergütung mehr gezahlt. Die feste Vergütung beträgt 65.000 € je ordentliches Mitglied.

Die auf die Vergütung in Rechnung zu stellende Umsatzsteuer wird den Mitgliedern des Aufsichtsrats gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung der METRO AG gezahlt.

Vergütungsmultiplikatoren

Aufsichtsratsvorsitzender	●●●
Stellv. Aufsichtsratsvorsitzender	●●
Ausschussvorsitzende ¹	●●
Ausschussmitglieder ¹	●●
Aufsichtsratsmitglieder	●

¹ Bei mindestens zwei Sitzungen/Beschlussfassungen

Die individuelle Höhe der Aufsichtsratsvergütung berücksichtigt den Arbeitsaufwand und die Verantwortung der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder aufgrund besonderer Aufgaben. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Dreifache, sein Stellvertreter sowie Ausschussvorsitzende erhalten je das Doppelte und die sonstigen Mitglieder der Ausschüsse je das Eineinhalbfache der Vergütungen eines ordentlichen Mitglieds des Aufsichtsrats. Die Vergütung für eine Mitgliedschaft oder den Vorsitz in einem Ausschuss wird nur gezahlt, wenn mindestens zwei Sitzungen oder sonstige Beschlussfassungen dieses Ausschusses im jeweiligen Geschäftsjahr stattgefunden haben. Wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats zur gleichen Zeit mehrere Ämter innehat, erhält es die Vergütung nur für ein Amt, bei unterschiedlicher Vergütung für das am höchsten vergütete Amt.

Individuell ergeben sich für das Geschäftsjahr 2013/14 folgende Werte:

Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder für das Geschäftsjahr 2013/14 gemäß § 13 der Satzung¹

€	Geschäftsjahr ²	Multiplikator	Feste Vergütung	Erfolgsabhängige Vergütung ³	Gesamt
Franz M. Haniel, Vorsitzender	2013	●●●	105.000	52.128	157.128
	2013/14	●●●	195.000	–	195.000
Werner Klockhaus, stellv. Vorsitzender	2013	●●	70.000	34.752	104.752
	2013/14	●●	130.000	–	130.000
Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Dr. Wulf H. Bernotat	2013	●■	52.500	26.064	78.564
	2013/14	●■	97.500	–	97.500
Ulrich Dalibor	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Jürgen Fitschen	2013	●■	52.500	26.064	78.564
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Hubert Frieling	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Dr. Florian Funck	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●/●■	67.708	–	67.708
Andreas Herwarth	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Uwe Hoepfel	2013	●/●■	44.722	22.203	66.925
	2013/14	●■	97.500	–	97.500
Peter Küpfer	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Rainer Kuschewski	2013	●/●■	44.722	22.203	66.925
	2013/14	●■	97.500	–	97.500
Susanne Meister	2013	●	14.583	7.240	21.823
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Baroness Lucy Neville-Rolfe DBE CMG (bis 18.8.2014)	2013	●	14.583	7.240	21.823
	2013/14	●	59.583	–	59.583
Mattheus P. M. (Theo) de Raad	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Dr. Fredy Raas	2013	●/●■	8.750	5.068	13.818
	2013/14	●■	97.500	–	97.500
Gabriele Schendel	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Xaver Schiller	2013	●■	52.500	26.064	78.564
	2013/14	●■	97.500	–	97.500
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler	2013	●●	70.000	34.752	104.752
	2013/14	●●	130.000	–	130.000
Angelika Will	2013	●	35.000	17.376	52.376
	2013/14	●	65.000	–	65.000
Gesamt⁴	2013		844.860	420.162	1.265.022
	2013/14		1.719.791	–	1.719.791

¹ Jeweils zuzüglich gegebenenfalls anfallender Umsatzsteuer gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung

² Bei dem Geschäftsjahr 2013 handelte es sich um ein Rumpfgeschäftsjahr (1. Januar bis 30. September 2013)

³ Die erfolgsabhängige Vergütung 2013 wurde letztmalig nach der Hauptversammlung der METRO AG am 12. Februar 2014 fällig

⁴ Die Werte 2013 sind für die im Geschäftsjahr 2013/14 aktiven Mitglieder des Aufsichtsrats ausgewiesen

Die Mitgliedschaften im Nominierungs- und Vermittlungsausschuss des Aufsichtsrats wurden im Geschäftsjahr 2013/14 nicht vergütet.

Für Aufsichtsratsmandate bei Konzerngesellschaften wurden einzelnen Mitgliedern des Aufsichtsrats der METRO AG durch die Konzerngesellschaften für das Geschäftsjahr 2013/14 ebenfalls Vergütungen gewährt.

Darüber hinaus wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats von Gesellschaften der METRO GROUP keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, im Sinne von Ziffer 5.4.6 Deutscher Corporate Governance Kodex gewährt.

Konzerninterne Vergütungen¹ der Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2013/14

€	Geschäftsjahr ²	
	2013	2013/14
Ulrich Dalibor	6.750	5.250
Uwe Hoepfel	49.800	49.800
Werner Klockhaus	6.695	9.300
Rainer Kuschewski	18.979	39.400
Gabriele Schendel	49.800	49.800
Susanne Meister	3.000	2.500
Mattheus P. M. (Theo) de Raad ³	–	17.692
Xaver Schiller	9.000	9.000
Angelika Will	2.000	–
Gesamt	146.024	182.742

¹ Jeweils zuzüglich Umsatzsteuer

² Bei dem Geschäftsjahr 2013 handelte es sich um ein Rumpfgeschäftsjahr [1. Januar bis 30. September 2013]

³ Im Berichtszeitraum gezahlte Vergütung einer Konzerngesellschaft mit abweichendem Geschäftsjahr

10. Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands

Zusammensetzung des Kapitals (§ 315 Abs. 4 Nr. 1 und § 289 Abs. 4 Nr. 1 HGB)

Das Grundkapital der METRO AG zum 30. September 2014 beträgt 835.419.052,27 € und ist eingeteilt in 324.109.563 Stück auf den Inhaber lautende Stammaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: rund 828.572.941 €, circa 99,18 Prozent) sowie 2.677.966 Stück auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: rund 6.846.111 €, circa 0,82 Prozent). Der anteilige Wert je Aktie am Grundkapital beträgt rund 2,56 €.

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien berechnen darüber hinaus dazu, Dividenden zu erhalten. Im Unterschied zu den Stammaktien gewähren Vorzugsaktien grundsätzlich kein Stimmrecht und sind mit einem Gewinnvorzug gemäß § 21 der Satzung der METRO AG ausgestattet. Hierin heißt es:

„(1) Die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine Vorzugsdividende von 0,17 Euro je Vorzugsaktie.

(2) Reicht der verteilbare Bilanzgewinn in einem Geschäftsjahr zur Zahlung der Vorzugsdividende nicht aus, so ist der Rückstand ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn der folgenden Geschäftsjahre in der Weise nachzuzahlen, daß die älteren Rückstände vor den jüngeren zu tilgen und die aus dem Gewinn eines Geschäftsjahres für dieses zu zahlenden Vorzugsbeträge erst nach Tilgung sämtlicher Rückstände zu leisten sind.

(3) Nach Ausschüttung der Vorzugsdividende erhalten die Inhaber von Stammaktien eine Dividende von 0,17 Euro je Stammaktie. Danach wird an die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht eine nicht nachzahlbare Mehrdividende von 0,06 Euro je Vorzugsaktie gezahlt. Die Mehrdividende beträgt 10 vom Hundert der unter Berücksichtigung von Absatz 4 an die Inhaber von Stammaktien gezahlten Dividende, wenn diese 1,02 Euro je Stammaktie erreicht oder übersteigt.

(4) An einer weiteren Gewinnausschüttung nehmen die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und die Inhaber von Stammaktien entsprechend ihren Anteilen am Grundkapital gleichberechtigt teil.“

Weitere mit den Stamm- und Vorzugsaktien verbundene Rechte sind insbesondere das Recht auf Teilnahme an der Hauptversammlung (§ 118 Abs. 1 AktG), das Auskunftsrecht (§ 131 AktG) sowie das Recht auf Erhebung einer Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage (§§ 245 Nr. 1–3, 246, 249 AktG). Neben dem angesprochenen Recht auf Erhalt einer Dividende besteht für die Aktionäre grundsätzlich ein Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen (§ 186 Abs. 1 AktG); sie haben zudem Ansprüche auf den Liquidationserlös nach Auflösung der Gesellschaft (§ 271 AktG) sowie auf Abfindung und Ausgleich bei bestimmten Strukturmaßnahmen, insbesondere nach den §§ 304 ff., 320 b, 327 b AktG.

Stimmrechtsrelevante Beschränkungen (§ 315 Abs. 4 Nr. 2 und § 289 Abs. 4 Nr. 2 HGB)

Nach Kenntnis des Vorstands bestehen beziehungsweise bestanden im Geschäftsjahr 2013/14 folgende Vereinbarungen, die als Beschränkungen im Sinne von § 315 Abs. 4 Nr. 2 und § 289 Abs. 4 Nr. 2 HGB angesehen werden können:

Zwischen der Otto Beisheim Betriebs GmbH, der Otto Beisheim Holding GmbH und der OB Beteiligungsgesellschaft mbH besteht ein Pool-Vertrag, in den die von der Otto Beisheim Holding GmbH und der OB Beteiligungsgesellschaft mbH gehaltenen Aktien der METRO AG einbezogen sind.

Ferner bestand bis zum Ablauf des 31. Oktober 2014 zwischen der BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung GmbH, der Franz Haniel & Cie. GmbH, der Haniel Finance B. V., der Haniel Finance Deutschland GmbH, der METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, der METRO Vermögensverwaltung GmbH, der 1. HSB Beteiligungsverwaltung GmbH & Co. KG sowie der 1. HSB Verwaltung GmbH eine Vereinbarung zur Koordination der Ausübung der Stimmrechte aus Aktien der METRO AG. Zudem bestand bis zum Ablauf des 31. Oktober 2014 zwischen der BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung GmbH, der Franz Haniel & Cie. GmbH, der Haniel Finance Deutschland GmbH und der Haniel Finance B. V. eine Vereinbarung mit dem Zweck der einheitlichen Interessenwahrnehmung aus den den Gesellschafterstämmen Haniel und Schmidt-Ruthenbeck wirtschaftlich zuzu-

rechnenden Aktien der METRO AG. Beide vorgenannten Vereinbarungen wurden zum Ablauf des 31. Oktober 2014 beendet.

Daneben können auch gesetzliche Beschränkungen des Stimmrechts, etwa gemäß § 136 AktG oder, sofern die Gesellschaft eigene Aktien halten sollte, gemäß § 71 b AktG, bestehen.

Beteiligungen am Kapital (§ 315 Abs. 4 Nr. 3 und § 289 Abs. 4 Nr. 3 HGB)

Zum Zeitpunkt der Abschlussaufstellung bestehen die folgenden direkten und indirekten (gemäß § 22 WpHG) Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Zum Zeitpunkt der Abschlussaufstellung (24. November 2014)

Name/Firma	Direkte/Indirekte Beteiligung von mehr als 10 vom Hundert der Stimmrechte
METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Düsseldorf, Deutschland	Direkt und indirekt (zusammen- gerechnet)
METRO Vermögensverwaltung GmbH, Düsseldorf, Deutschland	Indirekt
Haniel Finance Deutschland GmbH, Duisburg, Deutschland	Direkt und indirekt
Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, Deutschland	Indirekt
Palatin Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Direkt
BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung GmbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Dr. Michael Schmidt-Ruthenbeck, Zürich, Schweiz	Indirekt

Bis zum Ablauf des 31. Oktober 2014 bestand zwischen der BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung GmbH, der Franz Haniel & Cie. GmbH, der Haniel Finance B. V., der Haniel Finance Deutschland GmbH, der METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, der METRO Vermögensverwaltung GmbH, der 1. HSB Beteiligungsverwaltung GmbH & Co. KG sowie der 1. HSB Verwaltung GmbH eine Vereinbarung zur Koordination der Ausübung der Stimmrechte aus Aktien der METRO AG. Zudem bestand bis zum Ablauf des 31. Oktober 2014 zwischen der BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung GmbH, der Franz Haniel & Cie. GmbH, der Haniel Finance Deutschland GmbH und der Haniel Finance B. V. eine Vereinbarung mit dem Zweck der einheitlichen Interessenwahrnehmung aus den den Gesellschafterstämmen Haniel und Schmidt-Ruthenbeck

wirtschaftlich zuzurechnenden Aktien der METRO AG. Beide vorgenannten Vereinbarungen wurden zum Ablauf des 31. Oktober 2014 beendet.

Zum Bilanzstichtag bestanden die folgenden direkten und indirekten (gemäß § 22 WpHG) Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Zum Bilanzstichtag (30. September 2014)

Name/Firma	Direkte/Indirekte Beteiligung von mehr als 10 vom Hundert der Stimmrechte
METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, Düsseldorf, Deutschland	Direkt und indirekt
METRO Vermögensverwaltung GmbH, Düsseldorf, Deutschland	Indirekt
1. HSB Beteiligungsverwaltung GmbH & Co. KG, Schönefeld-Waltersdorf, Deutschland	Direkt und indirekt
1. HSB Verwaltung GmbH, Schönefeld-Waltersdorf, Deutschland	Indirekt
Haniel Finance B. V., Venlo, Niederlande	Indirekt
Haniel Finance Deutschland GmbH, Duisburg, Deutschland	Direkt und indirekt
Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, Deutschland	Indirekt
BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltung GmbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Dr. Michael Schmidt-Ruthenbeck, Zürich, Schweiz	Indirekt

Die Angaben in den Tabellen basieren insbesondere auf den Mitteilungen nach § 21 WpHG, die die METRO AG erhalten und veröffentlicht hat.

Durch die METRO AG veröffentlichte Stimmrechtsmitteilungen sind auf der Internetseite www.metrogroup.de unter der Rubrik Investor Relations – Rechtliche Mitteilungen abrufbar.

Inhaber von Aktien mit Sonderrechten sowie Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind (§ 315 Abs. 4 Nr. 4 und 5 und § 289 Abs. 4 Nr. 4 und 5 HGB)

Aktien mit Sonderrechten gemäß § 315 Abs. 4 Nr. 4 und § 289 Abs. 4 Nr. 4 HGB hat die Gesellschaft nicht ausgegeben. Arbeitnehmer sind nicht im Sinne von § 315 Abs. 4 Nr. 5 und § 289 Abs. 4 Nr. 5 HGB am Kapital beteiligt.

Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung des Vorstands und Änderung der Satzung (§ 315 Abs. 4 Nr. 6 und § 289 Abs. 4 Nr. 6 HGB)

Für die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands der METRO AG sind die §§ 84, 85 AktG und §§ 30, 31, 33 MitbestG maßgebend. Ergänzend regelt § 5 der Satzung der METRO AG, dass der Vorstand aus mindestens zwei Mitgliedern besteht und im Übrigen der Aufsichtsrat die Zahl der Mitglieder des Vorstands bestimmt.

Änderungen der Satzung der METRO AG bestimmen sich grundsätzlich nach den §§ 179, 181, 133 AktG. Daneben gibt es zahlreiche weitere Vorschriften des Aktiengesetzes, die im Fall einer Satzungsregelung zur Anwendung gelangen können und die vorgenannten Vorschriften modifizieren oder verdrängen, zum Beispiel die §§ 182 ff. AktG bei Kapitalerhöhungen, die §§ 222 ff. AktG bei Kapitalherabsetzungen oder aber § 262 AktG für die Auflösung der AG. Änderungen, die nur die Fassung der Satzung betreffen, können gemäß § 14 der Satzung der METRO AG ohne Beschluss der Hauptversammlung durch den Aufsichtsrat beschlossen werden.

Befugnisse des Vorstands (§ 315 Abs. 4 Nr. 7 und § 289 Abs. 4 Nr. 7 HGB)

Befugnisse zur Ausgabe neuer Aktien

Die Hauptversammlung vom 23. Mai 2012 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2017 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geld- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 325.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital I).

Dabei haben die Aktionäre grundsätzlich ein Bezugsrecht. Die neuen Aktien können auch von durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in den folgenden Fällen auszuschließen:

— zum Ausgleich von Spitzenbeträgen;

- sofern die Aktien gegen Sacheinlagen zum Zwecke von Unternehmenszusammenschlüssen oder des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Anteilen an Unternehmen ausgegeben werden;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Geldeinlagen, soweit es erforderlich ist, um den Inhabern der von der METRO AG oder von Konzerngesellschaften, an denen die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist, begebenen Options- oder Wandelschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Stammaktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder der Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht zustehen würde;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Geldeinlagen, wenn der Nennbetrag dieser Kapitalerhöhungen insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht übersteigt und jeweils der Ausgabepreis der neuen Stammaktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Stammaktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet. Die Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals vermindert sich um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit des genehmigten Kapitals (i) unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG als eigene Aktien verwendet oder veräußert werden oder (ii) aus bedingtem Kapital zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die ihrerseits ohne Bezugsrecht in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG begeben wurden oder werden, ausgegeben werden. Die gemäß dem vorstehenden Satz verminderte Höchstgrenze wird mit Wirksamwerden einer nach der Verminderung von der Hauptversammlung beschlossenen neuen Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG wieder erhöht, soweit die neue Ermächtigung reicht, höchstens aber bis zu 10 Prozent des Grundkapitals.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhungen festzulegen. Das genehmigte Kapital I wurde bisher nicht ausgenutzt. Es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von der Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Befugnisse zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen

Die Hauptversammlung vom 5. Mai 2010 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum

4. Mai 2015 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € auszugeben und den Inhabern von Optionschuldverschreibungen Optionsrechte oder -pflichten und den Inhabern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte oder -pflichten für auf den Inhaber lautende Stammaktien der Gesellschaft mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 127.825.000 € nach näherer Maßgabe der Options- oder Wandelanleihebedingungen zu gewähren oder aufzuerlegen. Im Zusammenhang mit dieser Ermächtigung besteht ein bedingtes Kapital in Höhe von bis zu 127.825.000 €.

Die Schuldverschreibungen können auch durch eine Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG ausgegeben werden, an der die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist. Für diesen Fall wird der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats für die Gesellschaft die Garantie für diese Schuldverschreibungen zu übernehmen und deren Inhabern Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten auf auf den Inhaber lautende Stammaktien der METRO AG zu gewähren oder aufzuerlegen.

Das gesetzliche Bezugsrecht wird den Aktionären in der Weise eingeräumt, dass die Schuldverschreibungen von einem Kreditinstitut oder einem Konsortium von Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten. Werden Schuldverschreibungen von einer Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG ausgegeben, an der die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist, hat die Gesellschaft die Gewährung des gesetzlichen Bezugsrechts für die Aktionäre der METRO AG nach Maßgabe des vorstehenden Satzes sicherzustellen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge, die sich aufgrund des Bezugsverhältnisses ergeben, von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen, wie es erforderlich ist, damit denjenigen, denen bereits zuvor ausgegebene Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten zustehen oder auferlegt sind, ein Bezugsrecht in dem Umfang eingeräumt werden kann, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht als Aktionär zustehen würde.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auf gegen Barzahlung

ausgegebene Schuldverschreibungen, die mit Options- oder Wandlungsrecht oder Options- oder Wandlungspflicht ausgegeben werden, vollständig auszuschließen, sofern der Vorstand nach pflichtgemäßer Prüfung zu der Auffassung gelangt, dass der Ausgabepreis der Schuldverschreibungen ihren nach anerkannten, insbesondere finanzmathematischen Methoden ermittelten hypothetischen Marktwert nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts gilt für Schuldverschreibungen, die mit einem Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht ausgegeben werden, mit einem Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht auf Stammaktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals, der insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht übersteigen darf, und zwar weder im Zeitpunkt des Wirksamwerdens noch – falls dieser Wert geringer ist – im Zeitpunkt der Ausübung der vorliegenden Ermächtigung. Auf die vorgenannte 10-Prozent-Grenze werden (i) sowohl neue Stammaktien angerechnet, die aus einem genehmigten Kapital unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung bis zur nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bezugsrechtsfreien Ausgabe der Schuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht ausgegeben werden, (ii) als auch solche Stammaktien, die aufgrund einer Ermächtigung der Hauptversammlung gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG erworben und gemäß §§ 71 Abs. 1 Nr. 8 Satz 5, 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung bis zur nach § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG bezugsrechtsfreien Ausgabe der Schuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder -pflicht unter Ausschluss des Bezugsrechts veräußert werden.

Im Fall der Begebung von Schuldverschreibungen, die ein Options- oder Wandlungsrecht gewähren oder eine Options- oder Wandlungspflicht begründen, bestimmt sich der Options- oder Wandlungspreis nach den Regelungen in § 4 Abs. 8 der Satzung der METRO AG.

Bei mit Options- oder Wandlungsrechten oder -pflichten verbundenen Schuldverschreibungen kann der Options- oder Wandlungspreis im Fall der wirtschaftlichen Verwässerung des Werts der Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten nach näherer Bestimmung der Schuldverschreibungen wertwährend angepasst werden, soweit die Anpassung nicht schon durch ein Gesetz geregelt ist. Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können darüber hinaus für den Fall der Kapitalherabsetzung oder anderer außerordentlicher Maßnahmen oder Ereignisse (zum Beispiel ungewöhnlich hohe Dividenden, Kontrollerlangung durch Dritte) eine Anpassung der Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten vorsehen. Bei einer Kontroll-

erlangung durch Dritte kann eine marktübliche Anpassung des Options- oder Wandlungspreises vorgesehen werden. Ferner können die Bedingungen der Schuldverschreibungen vorsehen, dass das Umtauschverhältnis und/oder der Options- oder Wandlungspreis variabel sind und der Options- oder Wandlungspreis innerhalb einer festzulegenden Bandbreite in Abhängigkeit von der Entwicklung des Aktienkurses während der Laufzeit festgelegt wird. Der Mindestausgabebetrag nach den Regelungen in § 4 Abs. 8 der Satzung der METRO AG darf auch insoweit nicht unterschritten werden.

Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können das Recht der METRO AG vorsehen, im Fall der Wandlung oder Optionsausübung statt der Gewährung von Aktien einen Geldbetrag zu zahlen, der für die Anzahl der anderenfalls zu liefernden Aktien dem volumengewichteten Durchschnittskurs der Stammaktien der METRO AG im Xetra-Handel (oder in einem an die Stelle des Xetra-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) der Frankfurter Wertpapierbörse während eines vom Vorstand zu bestimmenden angemessenen Zeitraums von Tagen vor oder nach Erklärung der Wandlung oder der Optionsausübung entspricht. Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können auch vorsehen, dass nach Wahl der METRO AG statt in neue Aktien aus bedingtem Kapital in bereits existierende Stammaktien der METRO AG oder Aktien einer anderen börsennotierten Gesellschaft gewandelt oder das Optionsrecht oder die Optionspflicht durch Lieferung solcher Aktien erfüllt werden kann.

Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können auch eine Options- oder Wandlungspflicht zum Ende der Laufzeit (oder zu einem anderen Zeitpunkt) oder das Recht der METRO AG vorsehen, bei Endfälligkeit der mit einem Options- oder Wandlungsrecht verbundenen Schuldverschreibungen (dies umfasst auch eine Fälligkeit wegen Kündigung) den Gläubigern der Schuldverschreibungen ganz oder teilweise anstelle der Zahlung des fälligen Geldbetrags Aktien der METRO AG oder Aktien einer anderen börsennotierten Gesellschaft zu gewähren. Der anteilige Betrag des Grundkapitals der bei Wandlung oder Optionsausübung auszugebenden Stammaktien der METRO AG darf den Nennbetrag der Schuldverschreibungen nicht übersteigen. §§ 9 Abs. 1, 199 Abs. 2 AktG sind zu beachten.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Ausgabe und Ausstattung der Schuldverschreibungen, insbesondere Zinssatz, Ausgabekurs, Laufzeit und Stückelung, Verwässerungsschutzbestimmungen sowie Options- oder Wandlungszeitraum zu bestimmen oder im

Einvernehmen mit den Organen der die Schuldverschreibungen begebenden Konzerngesellschaft der METRO AG festzulegen.

Die Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandlungsschuldverschreibungen wurde bisher nicht ausgenutzt und es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Befugnisse zum Erwerb eigener Aktien

Die Gesellschaft ist ermächtigt, im Rahmen des § 71 AktG eigene Aktien zu erwerben. Aufgrund des § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG wurde die Gesellschaft mit Beschluss der Hauptversammlung vom 5. Mai 2010 bis zum 4. Mai 2015 ermächtigt, eigene Aktien, gleich welcher Gattung, zu erwerben. Die Ermächtigung ist auf den Erwerb von Aktien beschränkt, auf die insgesamt ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung bestehenden Grundkapitals entfällt. Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien kann ganz oder teilweise, in letzterem Fall auch mehrmals, ausgeübt werden. Sie kann auch zum Erwerb lediglich von Stammaktien oder lediglich von Vorzugsaktien ausgeübt werden.

Der Erwerb kann über die Börse oder mittels eines öffentlichen Kaufangebots erfolgen; dabei enthält die Ermächtigung Vorgaben hinsichtlich des Erwerbspreises und des Vorgehens bei Überzeichnung eines öffentlichen Kaufangebots.

Der Vorstand ist ermächtigt, die aufgrund der vorgenannten Ermächtigung oder aufgrund einer früher erteilten Ermächtigung erworbenen Aktien der Gesellschaft neben der Veräußerung über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre mit Zustimmung des Aufsichtsrats zu folgenden Zwecken zu verwenden:

- Einführung von Aktien der Gesellschaft an ausländischen Börsen, an denen sie bisher nicht zum Handel zugelassen sind, wobei die Ermächtigung Vorgaben hinsichtlich des Einführungspreises enthält;
- Übertragung von Aktien der Gesellschaft an Dritte im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Beteiligungen an Unternehmen;
- Einziehung von Aktien der Gesellschaft, ohne dass die Einziehung und die Durchführung der Einziehung eines weiteren Beschlusses der Hauptversammlung bedarf. Die Einziehung kann auch ohne Kapitalherabsetzung durch Anpassung des anteiligen Betrags der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft erfolgen. Der Vorstand

wird in diesem Fall zur Anpassung der Zahl der Stückaktien in der Satzung ermächtigt;

- Veräußerung von Aktien der Gesellschaft in anderer Weise als über die Börse oder durch ein Angebot an alle Aktionäre, sofern die Veräußerung gegen Barzahlung und zu einem Preis erfolgt, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung ist beschränkt auf die Veräußerung von Aktien, auf die insgesamt ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des Grundkapitals entfällt. Die Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals vermindert sich um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien entfällt, die (i) während der Laufzeit dieser Ermächtigung im Rahmen einer Kapitalerhöhung unter Ausschluss des Bezugsrechts gemäß § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden oder die (ii) zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen mit Options- oder Wandlungsrecht oder einer Options- oder Wandlungs-Pflicht auszugeben sind, sofern die Schuldverschreibungen während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben wurden;
- Lieferung von Aktien an die Inhaber von Options- oder Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften gemäß den Options- oder Wandelanleihebedingungen; dies gilt auch für die Lieferung von Aktien aufgrund der Ausübung von Bezugsrechten, die bei einer Veräußerung eigener Aktien durch Angebot an alle Aktionäre den Inhabern von Options- oder Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften in dem Umfang gewährt werden dürfen, in dem die Inhaber der Options- oder Wandelschuldverschreibungen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder der Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht ein Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft hätten. Insgesamt darf auf die aufgrund dieser Ermächtigung übertragenen Aktien ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des Grundkapitals entfallen. Auf diese Begrenzung sind Aktien anzurechnen, die in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung zum Zeitpunkt der Verwendung ausgegeben oder veräußert wurden.

Die vorgenannten Ermächtigungen zur Verwendung eigener Aktien können einmal oder mehrmals, ganz oder in Teilen, einzeln oder gemeinsam ausgenutzt werden. Eigene Aktien, die zur Absicherung von Verpflichtungen unter dem Performance

Share Plan 2009 aufgrund der vorgenannten Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien erworben wurden, können ausschließlich über die Börse veräußert werden.

Bei Verwendung eigener Aktien gemäß den vorgenannten Ermächtigungen mit Ausnahme der Ermächtigung zur Einziehung von Aktien wird das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien wurde bisher nicht ausgenutzt und es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels stehen (§ 315 Abs. 4 Nr. 8 und § 289 Abs. 4 Nr. 8 HGB)

Die METRO AG ist zurzeit als Kreditnehmerin an zwei Konsortialkreditverträgen beteiligt, die im Falle eines Kontrollwechsels durch die Kreditgeber kündbar sind, sofern zusätzlich und als Folge des Kontrollwechsels das Kredit-Rating der METRO AG in einer vertraglich festgelegten Weise fällt. Erste Voraussetzung eines Kontrollwechsels ist, dass die Aktionäre, die die METRO AG zum Zeitpunkt des jeweiligen Vertragschlusses kontrolliert haben, diese Kontrolle verlieren. Zweite Voraussetzung ist die Erlangung der Kontrolle über die METRO AG durch eine oder mehrere Parteien. Nur wenn der Kontrollwechsel und infolgedessen das Fallen des Kredit-Ratings kumulativ eintreten, können die kreditgebenden Banken den Vertrag kündigen und einen herausgelegten Kredit zurückverlangen. Diese Regelungen sind in der beschriebenen Weise marktüblich und dienen dem Schutz der Gläubiger. Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden diese Kredite nicht in Anspruch genommen.

Entschädigungsvereinbarungen bei Kontrollwechseln (§ 315 Abs. 4 Nr. 9 und § 289 Abs. 4 Nr. 9 HGB)

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern getroffen worden sind, bestehen nicht.

11. Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sowie erläuternder Bericht des Vorstands

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der METRO GROUP besteht aus Instrumenten und Maßnahmen, mit denen wir Risiken koordinieren, verhindern beziehungsweise rechtzeitig erkennen, bewerten und steuern. Der Bereich Corporate Accounting der METRO AG ist dafür verantwortlich, die Instrumente und Maßnahmen im Konzern umzusetzen.

Die Gesamtverantwortung für alle Prozesse zur Erstellung des Konzern- beziehungsweise Jahresabschlusses sowie des zusammengefassten Lageberichts der METRO AG liegt im Ressort des Finanzvorstands der METRO AG, Herrn Mark Frese. Die eigentliche Aufstellung der Abschlüsse sowie des zusammengefassten Lageberichts im rechtlichen Sinn obliegt jedoch dem Gesamtvorstand der METRO AG. Nach der Erstellung prüft der Abschlussprüfer die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung und erteilt für den Konzern- beziehungsweise Jahresabschluss sowie den zusammengefassten Lagebericht einen Bestätigungsvermerk. Anschließend findet eine Erörterung und Prüfung durch den Aufsichtsrat der METRO AG statt. Bei dieser Aufsichtsratsitzung ist der Abschlussprüfer anwesend. Er berichtet über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und steht für ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Sofern der Aufsichtsrat keine Einwendungen zu erheben hat, billigt er die Abschlüsse sowie den zusammengefassten Lagebericht. Der Jahresabschluss der METRO AG ist mit dieser Billigung festgestellt.

Konzernweites Rahmenwerk

Aufbauend auf dem Konzept „Internal Control – Integrated Framework“ des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) hat der Bereich Corporate Accounting der METRO AG konzernweite Mindestvorgaben zur Ausgestaltung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems für die METRO AG, die Vertriebslinien und die wesentlichen Servicegesellschaften definiert. Durch diese Vorgaben soll insbesondere sichergestellt werden, dass die relevanten Rechnungslegungsvorschriften sowie die entsprechenden inter-

nen Richtlinien, zum Beispiel die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie, eingehalten werden.

Diese Vorgaben umfassen unter anderem das Kontrolldesign, die Kontrollausführung, die Überprüfung der Wirksamkeit der Kontrollen und die Berichterstattung über die Wirksamkeitsanalysen.

- Kontrolldesign: Für elf Finanz- und Rechnungslegungsprozesse wurden im Rahmen eines Top-down-Ansatzes Risiken für wesentliche Fehler im Hinblick auf die Finanzberichterstattung identifiziert. Zudem hat der Bereich Corporate Accounting konzernweit verbindliche Kontrollziele vorgegeben, die die wesentlichen Konzerngesellschaften durch gesellschaftsspezifische Kontrollaktivitäten abdecken müssen.
- Kontrollausführung: Die Ausführung dieser Kontrollen ist durch die Konzerngesellschaften zu dokumentieren. Dies schafft die Voraussetzung für eine unabhängige Überprüfung der Effektivität der Kontrollen durch den Bereich Group Internal Audit und den Abschlussprüfer.
- Wirksamkeit der Kontrollen: Die wesentlichen Konzerngesellschaften sind verpflichtet, die Effektivität der Kontrollen jeweils zum Ende eines Geschäftsjahres zu evaluieren (Selbsteinschätzung). Hierzu wird eine konzernweit einheitliche Methodik durch den Bereich Corporate Accounting vorgegeben. Außerdem ist die Wirksamkeit der Kontrollen Gegenstand der risikoorientierten, unabhängigen Prüfungen des Bereichs Group Internal Audit.
- Berichterstattung: Die Ergebnisse der Selbsteinschätzungen sind in einem standardisierten Berichtsformat an den Bereich Corporate Accounting zu melden. Dabei sind die Konzerngesellschaften verpflichtet zu bestätigen, dass die Selbsteinschätzungen gemäß der vorgegebenen Methodik erfolgt sind. Neben den Kontrollaktivitäten umfasst die Berichterstattung auch Aussagen zu den übrigen vier Komponenten des COSO-Rahmenwerks: Kontrollumfeld, Risikobeurteilung, Information und Kommunikation sowie Überwachung. Die Einzelberichte der Gesellschaften werden von dem Bereich Corporate Accounting validiert und zu einem Gesamtbericht über das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem der METRO GROUP zusammengefasst. Dieser wird an das Governance, Risk, and Compliance Committee (GRCC) sowie den Vorstand der METRO AG berichtet.

Im Folgenden werden die zentralen Vorgaben (zum Beispiel die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie), die Rechnungslegungsprozesse, einzelne Kontrollen sowie die unabhängige Überprüfung durch

den Bereich Group Internal Audit und den Abschlussprüfer näher erläutern.

IFRS-Bilanzierungsrichtlinie

Die unterjährigen Konzernzwischenabschlüsse und der Konzernabschluss der METRO AG werden gemäß den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt, wie sie die Europäische Kommission genehmigt hat. Mit einer konzernweit gültigen und von allen in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften verpflichtend anzuwendenden IFRS-Bilanzierungsrichtlinie stellen wir für die gesamte METRO GROUP die einheitliche Bilanzierung im Einklang mit den IFRS sicher. Die Richtlinie erläutert den Konzerngesellschaften die Regelungen der IFRS und macht Vorgaben für die Bilanzierung. Die Geschäftsführung jedes Konzernunternehmens ist dazu verpflichtet, zu jeder Berichterstattung in einer entsprechenden Erklärung (Letter of Representation) zu bestätigen, dass die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie eingehalten wurde. Die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie deckt alle für die METRO AG relevanten IFRS ab und bezieht sich nicht nur auf bestimmte Bilanzierungssachverhalte. Für den Richtlinieninhalt ist der Bereich Corporate Accounting der METRO AG zuständig. Änderungen der IFRS fließen kontinuierlich in die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie ein und werden allen in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften mitgeteilt.

Rechnungslegungsprozesse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen

Die Einzelabschlusserstellung der einbezogenen Unternehmen nach den IFRS für Konsolidierungszwecke erfolgt grundsätzlich in SAP-basierten Rechnungslegungssystemen (SAP-FI). Durch die organisatorische Trennung von Haupt- und Nebenbuchhaltungen, zum Beispiel Anlagenbuchhaltung, stellen wir zum einen die klare Zuständigkeit für die einzelnen Abschlusserstellungstätigkeiten sicher. Zum anderen ist eine Funktionstrennung gegeben, durch die Kontrollprozesse wie beispielsweise ein Vier-Augen-Prinzip gewährleistet sind. In diesen Systemen werden die Einzelabschlüsse eines Großteils der Konzernunternehmen unter Zugrundelegung eines zentral gepflegten Kontenplans nach einheitlichen Buchungsvorgaben erstellt.

Die Zusammenführung der rechnungslegungsbezogenen Geschäftsdaten im Rahmen der Konzernberichterstattung erfolgt durch ein zentrales, SAP-basiertes Konsolidierungssystem (SAP EC-CS), in das ausnahmslos alle konsolidierten Konzernunternehmen der METRO GROUP eingebunden sind. In diesem System ist ein einheitlicher Kontenplan hinterlegt, der von allen einbezogenen Unternehmen unter Berücksichtigung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie anzuwenden ist. Die Kontenpläne für die IFRS-Einzelabschlüsse und den Konzernabschluss sind miteinander verknüpft.

Außer aus der Nichteinhaltung von Bilanzierungsregeln können Risiken auch aus der Missachtung formaler Fristen und Termine entstehen. Zur Vermeidung dieser Risiken wie auch zur Dokumentation der im Rahmen der Einzel- und Konzernabschlusserstellung nach den IFRS zwingend durchzuführenden Arbeitsabläufe, deren zeitlicher Abfolge und der hierfür verantwortlichen Personen wurde ein onlinebasiertes Planungswerkzeug eingeführt. Mit diesem werden die Arbeitsabläufe zur Einzel- und Konzernabschlusserstellung nach den IFRS inhaltlich und zeitlich überwacht. Somit ist für übergeordnete Konzerneinheiten die Statusverfolgung sichergestellt, um Risiken frühzeitig zu erkennen und zu beseitigen.

Das Planungswerkzeug gliedert den Erstellungsprozess des Einzelabschlusses in wesentliche Meilensteine, die wiederum in einzelne Aktivitäten unterteilt sind. Inhaltlich orientieren sich diese Meilensteine und Aktivitäten an der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie der METRO GROUP und spiegeln somit ihre Umsetzung wider. Die darüber hinaus für Zwecke der Strukturierung und Koordination der Konzernabschlusserstellung im Planungswerkzeug zentral vorgegebenen Termine und Meilensteine überwacht der Bereich Corporate Accounting der METRO AG hinsichtlich ihrer Einhaltung. Die Terminierung und Kontrolle der notwendigen Meilensteine und Aktivitäten im Rahmen der Einzelabschlusserstellung liegen in der Verantwortung der Geschäftsführung der jeweiligen Einzelgesellschaft.

Im Anschluss an die Übertragung der Einzelabschlussdaten nach den IFRS in das SAP-basierte Konsolidierungssystem werden die Daten dort einer automatisierten Plausibilitätsprüfung vor dem Hintergrund rechnungswesensspezifischer Zusammenhänge und Abhängigkeiten unterzogen. Sollte das System im Rahmen dieser Validierungen Fehler- oder Warnmeldungen erzeugen, sind diese vom Einzelabschlussverantwortlichen vor Weitergabe der Daten an die Konsolidierungsstelle entsprechend zu bearbeiten.

Ein weiteres Kontrollinstrument stellt der von allen wesentlichen Konzernunternehmen anlässlich der Einzelabschlusserstellung an die METRO AG weiterzuleitende Report dar, in dem die wesentlichen Positionen der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung den Werten der Vorperiode gegenübergestellt und kommentiert werden.

Um die Sicherheit der Informationstechnik (IT) zu gewährleisten, sind Zugriffsregelungen in den rechnungslegungsbezogenen EDV-Systemen (SAP-FI) definiert. Jedes in den Konzernabschluss einbezogene Unternehmen unterliegt den Regeln der IT-Sicherheit, die in einer entsprechenden Richtlinie zusammengefasst sind und deren Einhaltung der Bereich Group Internal Audit der METRO AG konzernweit überwacht. Dadurch wird sichergestellt, dass die Nutzer der Systeme nur auf die Informationen und Systeme Zugriff haben, die sie zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigen.

Rechnungslegungsprozesse im Rahmen der Konsolidierung

Das Planungswerkzeug gliedert den Prozess der Konzernabschlusserstellung ebenfalls in wesentliche Meilensteine, Aktivitäten und Termine. Hierbei stellen unter anderem auch die abzuarbeitenden typischen Konsolidierungsschritte – darunter zum Beispiel die Umsatzeliminierung, die Aufwands- und Ertrags- sowie die Schulden- und Kapitalkonsolidierung – spezifische Meilensteine zur Erstellung des Konzernabschlusses dar. Die personellen Verantwortlichkeiten für die oben genannten Konsolidierungsschritte sind unter Berücksichtigung einer Vertretungsregelung dokumentiert.

Unterstützende Tätigkeiten im Umfeld des Erstellungsprozesses für den Konzernabschluss werden auch von externen Dienstleistungsunternehmen ausgeführt. Diese Dienstleistungen beziehen sich im Wesentlichen auf die Bewertung von Immobilien, Pensionsverpflichtungen sowie aktienorientierten Vergütungen.

Die zur Erstellung des Konzernabschlusses durchzuführenden Konsolidierungsschritte werden diversen systemtechnischen wie auch manuellen Kontrollen unterzogen. Für die Konsolidierungsmaßnahmen gelten die gleichen automatisierten Plausibilitätsprüfungen (Validierungen) wie für die Einzelabschlussdaten. Weitere Kontrollmechanismen auf Konzernebene sind Soll-Ist-Vergleiche sowie Analysen der inhaltlichen Zusammensetzung und von Veränderungen der einzelnen Positionen in der Bilanz und in der Gewinn- und Verlustrechnung. Der Bereich Group

Internal Audit der METRO AG prüft regelmäßig, ob interne Kontrollen über den Erstellungs- und Buchungsprozess im Rahmen der Konzernabschlusserstellung eingehalten werden.

Zur Gewährleistung der Einhaltung von Regeln der IT-Sicherheit sind Zugriffsregelungen im Konsolidierungssystem SAP EC-CS in Kraft gesetzt (Schreib- und Leseberechtigungen). Die Berechtigungen zur Nutzung des Konsolidierungssystems werden zentral bei der METRO AG verwaltet. Die Freigabe erfolgt nur durch die Bereiche Corporate Accounting und Corporate Planning & Controlling und stellt sicher, dass der Nutzer nur Zugriff auf die Daten hat, die er zur Erfüllung seiner Aufgaben benötigt.

Unabhängige Prüfung/Kontrolle

Group Internal Audit (Konzernrevision)

Der Bereich Group Internal Audit der METRO AG erbringt unabhängige und objektive Prüfungs- und Beratungsleistungen in der METRO GROUP und unterstützt den Vorstand der METRO AG und die Geschäftsführungen der Konzerngesellschaften durch die potenzialorientierte Bewertung der wesentlichen Führungs- und Geschäftsprozesse dabei, ihre Ziele zu erreichen. In Abstimmung mit dem Vorstand und den Konzerngesellschaften entwickelt der Bereich Group Internal Audit einen risikoorientierten jährlichen Prüfungs- und Projektplan.

Auf Basis der beschriebenen Grundsätze nimmt der Bereich Group Internal Audit unabhängige Prüfungen der Kontrollen der Abschlussstellungsprozesse, der Anwendung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie und der Konzernrechnungslegungsprozesse innerhalb der METRO GROUP vor. Hierbei werden im Rahmen der risikoorientierten Jahresrevisionsplanung Schwerpunktthemen definiert.

Externe Prüfung

Der Abschlussprüfer des Konzernabschlusses prüft die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie und stellt sie den Abschlussprüfern der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften zur Verfügung. Diese wiederum bestätigen die vollständige Anwendung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie durch die in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften.

Darüber hinaus prüfen und kontrollieren die jeweiligen Wirtschaftsprüfer sowohl die von den wesentlichen Konzerngesellschaften für Konsolidierungszwecke erstellten Einzelabschlüsse nach den IFRS als auch den Konzernabschluss sowie den

zusammengefassten Lagebericht der METRO AG daraufhin, ob die anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften sowie weitere relevante Vorschriften eingehalten wurden. Dabei unterziehen sie den Konzernzwischenabschluss zum Halbjahr

einer prüferischen Durchsicht und prüfen den Konzernabschluss zum Jahresende. Die abschließende prüferische Beurteilung des Konzernabschlusses wird in Form eines Bestätigungsvermerks im Geschäftsbericht veröffentlicht.

12. Risiko- und Chancenbericht

Risiko- und Chancenmanagementsystem

In einem dynamischen Marktumfeld ist es eine grundlegende unternehmerische Aufgabe, Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen. Dies ist die Voraussetzung für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens. Wir sind zudem regelmäßig Risiken ausgesetzt, die das Erreichen unserer kurz- und mittelfristigen Ziele oder die Umsetzung langfristiger Strategien erschweren können. Zum Teil müssen wir beherrschbare Risiken sogar bewusst eingehen, um Chancen gezielt nutzen zu können. Als Risiken verstehen wir aus der Ungewissheit über zukünftige Entwicklungen resultierende interne oder externe Ereignisse, die sich negativ auf die Erreichung der Unternehmensziele auswirken können. Chancen definieren wir als mögliche Erfolge, die über die festgelegten Ziele hinausgehen und unsere Geschäftsentwicklung auf diese Weise begünstigen können. Risiken und Chancen sind für uns untrennbar miteinander verbunden. So können beispielsweise Risiken aus verpassten oder nur schlecht genutzten Chancen entstehen. Umgekehrt ist etwa die Wahrnehmung von Chancen in dynamischen Wachstumsmärkten oder neuen Geschäftsfeldern stets mit Risiken verbunden.

In diesem Sinne verstehen wir unser Risiko- und Chancenmanagement als ein Instrument, das uns dabei unterstützt, die Unternehmensziele zu erreichen. Es ist ein systematischer, den Konzern umfassender Prozess. Er unterstützt das Management dabei, Risiken und Chancen zu identifizieren, zu klassifizieren und zu steuern. Risiko- und Chancenmanagement bilden somit eine Einheit. Das Risikomanagement macht Entwicklungen und Ereignisse, die sich negativ auf die Erreichung unserer Geschäftsziele auswirken können, frühzeitig transparent und analysiert ihre Auswirkungen. So können wir gezielt und zeitnah geeignete Maßnahmen zur Bewältigung einleiten. Gleichzeitig eröffnet uns dieser Prognoseprozess die Möglichkeit, sich ergebende Chancen gezielt zu nutzen.

Zentrale Steuerung und effiziente Organisation

Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten für das Risiko- und Chancenmanagement sind im Konzern eindeutig geregelt und spiegeln unsere Unternehmensstruktur wider. Wir verbinden die zentrale Konzernsteuerung durch die Management-Holding METRO AG mit der dezentralen Verantwortung der Vertriebslinien für das operative Geschäft.

Dem Vorstand der METRO AG obliegt die Verantwortung und rechtliche Verpflichtung, ein Governance-System für die METRO GROUP zu organisieren. Das Risikomanagement-, das interne Kontroll- und das Compliance-Managementsystem sowie die interne Revision verstehen wir als Teile des Governance-, Risiko- und Compliance-Systems (kurz GRC-System). Diese Organisation orientiert sich an den in § 107 Abs. 3 AktG sowie im Deutschen Corporate Governance Kodex benannten Governance-Elementen. Die Grundprinzipien des GRC-Systems sind in der Richtlinie für Governance, Risiko und Compliance geregelt und dokumentiert. Ziel ist es, die Transparenz von Strukturen und Prozessen zu erhöhen sowie die Teilsysteme ablauforganisatorisch zu harmonisieren. Die Richtlinie bildet den verbindlichen Rahmen für bestehende und künftige Regelungen. Auf dieser Basis wollen wir die Effizienz des GRC-Systems innerhalb der METRO GROUP insgesamt erhöhen und dessen Wirksamkeit kontinuierlich verbessern.

Im Konzernkomitee für Governance, Risiken und Compliance (kurz GRC-Komitee) unter gemeinsamer Leitung des Vorstandsvorsitzenden und des Finanzvorstands der METRO AG erfolgt regelmäßig ein Austausch über die Methodenharmonisierungen und die Weiterentwicklung der GRC-Teilsysteme. Das Gremium stimmt sich außerdem über die aktuelle Risiko- und Chancensituation ab. Ständige Mitglieder sind Vertreter der Konzernbereiche Corporate Accounting (einschließlich Risk Management und Internal Control Finance), Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Legal Affairs & Compliance (einschließlich Internal Control Operations), Group Internal Audit, Group Strategy and M&A sowie der Group Finance Director.

Risikomanagement

Der Vorstand der METRO AG sorgt für die Effektivität des Risikomanagementsystems als Teil des GRC-Systems. Die Verantwortung für die Identifikation, die Bewertung und das Management der Risiken liegt bei den Vertriebslinien und Konzerngesellschaften. Zentrale Elemente der internen Überwachung sind die Selbsteinschätzung der Wirksamkeit durch die Geschäftsführungen der Vertriebslinien und Konzerngesellschaften sowie die Prüfung der Effektivität durch die interne Revision.

Der Aufsichtsrat der METRO AG überwacht ebenfalls die Effektivität des Risikomanagements. Gemäß den Vorschriften des KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich) unterzieht der Abschlussprüfer das Risikofrüherkennungssystem als Teil des Risikomanagementsystems

einer periodischen Beurteilung. Das Ergebnis dieser Prüfung legt er Vorstand und Aufsichtsrat vor.

Das Mandat für die Steuerung und Entwicklung unseres Risikomanagementsystems obliegt der Abteilung Risk Management innerhalb des Bereichs Corporate Accounting der METRO AG. Ansatz, Methoden und Standards des Risikomanagements legt der Risikobeauftragte der METRO GROUP in Abstimmung mit dem GRC-Komitee fest. Er koordiniert den zugrunde liegenden Prozess. In diesem Zusammenhang informiert er gemeinsam mit den Vertretern der einzelnen Konzernbereiche, die Mitglieder im GRC-Komitee sind, den Vorstand der METRO AG zeitnah und kontinuierlich über wesentliche Entwicklungen im Risiko-

management, stellt den Informationsaustausch innerhalb unseres Unternehmens sicher und unterstützt die Weiterentwicklung des Risikomanagements in sämtlichen Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und Zentralbereichen.

Das Risikomanagementsystem ist als Regelkreislauf organisiert. Damit stellen wir die Wirksamkeit des Designs im Hinblick auf die definierten Regeln zum Risikomanagement sicher. Des Weiteren können wir auf diese Weise eine wirksame Umsetzung sowie die kontinuierliche Verbesserung des Systems auf Basis der Ergebnisse und Erfahrungen gewährleisten.

Risikomanagement als Regelkreislauf

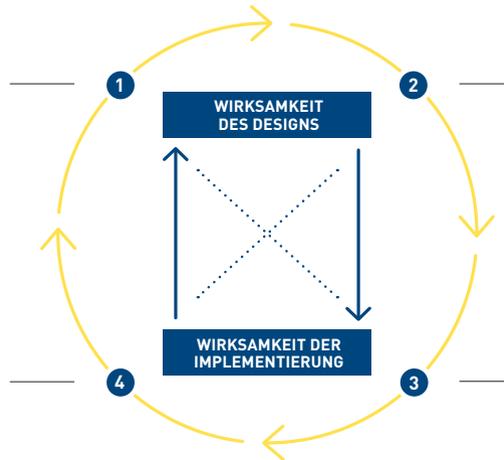
METRO AG

1 Regeln definieren

- Definition Prinzipien und Strategie
- Ableitung Risikofelder aus Ziel- und Steuerungssystem
- Definition Prozesse und Organisation
- Bereitstellung Trainingsmaterialien
- Konzernberichtswesen

4 Überwachung/Kontrolle (zentral)

- Validierung Risikoinventar
- Prüfung Effektivität durch interne Revision
- Interne Kontrollen Risikomanagementsystem



VERTRIEBSLINIEN/SEGMENTE

2 Einführung und Umsetzung

- Einführung Risikomanagementsystem
- Umsetzung Prozesse
- Erstellung Risikoberichte durch Einheiten und Funktionen
- Organisation Trainings und Wissenstransfer

3 Überwachung/Kontrolle (dezentral)

- Selbsteinschätzung Wirksamkeit des Risikomanagements
- Interne Kontrollen Risikomanagement
- Bestätigung durch Management

Chancenmanagement

Die systematische Identifikation und Kommunikation von Chancen ist integraler Bestandteil des Steuerungs- und Controllingssystems der METRO GROUP. Bei Chancen kann es sich um interne oder externe Ereignisse und Entwicklungen handeln, die unsere Geschäftsentwicklung positiv beeinflussen können. Grundsätzlich streben wir ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Chancen und Risiken an.

Wir führen makroökonomische Untersuchungen durch, analysieren die relevante Trendlandschaft und werten Markt-, Wettbewerbs- sowie Standortanalysen aus. Zudem befassen wir uns mit den kritischen Erfolgsfaktoren unserer Geschäftsmodelle und relevanten Kostentreibern unseres Unternehmens. Die daraus abgeleiteten Markt- und Geschäftschancen sowie Effizienzsteigerungspotenziale konkretisiert der Vorstand der METRO AG im Rahmen der strategischen sowie der kurz- und

mittelfristigen Planung. Dazu sucht er den engen Austausch mit dem Management der Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und zentralen Holding-Einheiten. Als Unternehmen verfolgen wir bei diesem Prozess insbesondere markt- und kundengetriebene Geschäftsansätze. Die Elemente unserer Strategie des profitablen Wachstums überprüfen wir laufend.

Berichtswesen

Zentrales Element der internen Risiko- und Chancenkommunikation ist das Konzernberichtswesen. Es wird durch das Berichtswesen zum Risiko- und Chancenmanagement ergänzt. Ziel ist es, die strukturierte und kontinuierliche Auseinandersetzung mit Risiken und Chancen zu ermöglichen und gemäß den gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen zu dokumentieren.

Einmal im Jahr führen wir eine Risikoinventur durch, in deren Rahmen wir unternehmensweit alle wesentlichen Risiken systematisch erfassen, beschreiben und anhand quantitativer und qualitativer Indikatoren in den Dimensionen Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit nach einheitlichen Maßstäben bewerten. Die Ergebnisse der Risikoinventur sowie das Risikoportfolio werden regelmäßig aktualisiert.

Die zentral in fachlicher Hinsicht verantwortlichen Risikokoordinatoren, etwa für Einkauf, Vertrieb oder administrative Funktionen, validieren die von den Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und Zentralbereichen gemeldeten Ergebnisse. In einem zweiten Schritt fassen sie diese in einem funktionalen Risikoprofil mit detaillierter Beschreibung der wesentlichen Einzelrisiken zusammen. Für selektive Kategorien werden die Risikoprofile in direkter Interaktion zwischen den Risikokoordinatoren und dem GRC-Komitee in einem dritten Schritt validiert und konkrete Handlungsmaßnahmen zur verbesserten Risikosteuerung abgeleitet.

Darüber hinaus betrachten wir die im Kontext des strategischen Planungsprozesses erstellten Analysen der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Ergänzend beziehen wir die Analysen der Berichte ein, die wir im Rahmen von Mittelfristplanungen und Hochrechnungen erstellen. Außerdem berücksichtigen wir relevante Ergebnisse aus dem internen Kontroll- und aus dem Compliance-Managementsystem, dem Chancenmanagementsystem sowie der internen Revision.

Das schließlich aus allen Erkenntnissen abgeleitete übergreifende Risiko- und Chancenportfolio für die METRO GROUP ermöglicht uns eine sehr gute Gesamtbetrachtung der Risiko- und Chancensituation unseres Unternehmens. Der sogenannte GRC-Bericht beschreibt den Status quo und enthält Empfehlungen zur Risikosteuerung sowie Verbesserungsmaßnahmen mit Blick auf die Wirksamkeit der GRC-Teilsysteme.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat beziehungsweise den Bilanz- und Prüfungsausschuss fortlaufend zum Risiko- und Chancenmanagement. Einmal im Jahr erhält der Aufsichtsrat einen ausführlichen schriftlichen Bericht über die Organisation und Ausrichtung des Risiko- und Chancenmanagements sowie die aktuelle Risiko- und Chancensituation.

Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Halbjahresfinanzberichts haben wir das im Vorjahr erstellte übergreifende Risiko- und Chancenportfolio für die METRO GROUP überprüft und aktualisiert.

Bei plötzlich auftretenden gravierenden Risiken für unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nutzen wir ferner ein Eilmeldesystem. In diesem Fall erhält der Vorstand der METRO AG direkt und unverzüglich alle notwendigen Informationen.

Strikte Grundsätze für den Umgang mit Risiken

Unternehmerische Risiken gehen wir grundsätzlich nur dann ein, wenn sie beherrschbar sind und aus den verbundenen Chancen eine angemessene Wertsteigerung des Unternehmens zu erwarten ist.

Risiken, die mit den Kernprozessen des Groß- und Einzelhandels einhergehen, tragen wir selbst. Zu den Kernprozessen gehören: die Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsmodellen, Standortentscheidungen sowie der Ein- und Verkauf von Waren und Dienstleistungen. Risiken aus unterstützenden Prozessen werden im Konzern gemindert oder, soweit sinnvoll, auf Dritte übertragen. Risiken, die sich weder auf Kernprozesse noch auf unterstützende Prozesse beziehen, gehen wir grundsätzlich nicht ein.

Details des Risikomanagements klar definiert

Der koordinierte Einsatz von Maßnahmen innerhalb des Risikomanagements ist dadurch gewährleistet, dass alle relevanten Fakten in Regelwerken zusammengestellt sind. Dazu zählen Satzungen und Geschäftsordnungen der Konzerngesellschaften, konzerninterne Richtlinien sowie unsere konzernweit gültige Risikomanagement-Richtlinie. Sie umfasst Definitionen

- zum Rahmenwerk (Begriffe, Grundstruktur, Strategie, Prinzipien),
- zur Aufbauorganisation (Rollen und Verantwortlichkeiten, Risikoeinheiten),
- zu Prozessen (Risikoidentifikation, -bewertung und -steuerung),
- zur Risikoberichterstattung sowie
- zur Überwachung und Kontrolle der Wirksamkeit des Risikomanagements.

Das Rahmenwerk adressiert auf Basis des international anerkannten Standards COSO II die drei Ebenen des Risikomanagements: Unternehmensziele, Prozesse und Aufbauorganisation.

Die erste Ebene des Risikomanagements bezieht sich auf die Bündelung (Cluster) der Unternehmensziele. Die METRO GROUP hat hierfür folgende Gruppierungen definiert:

- Strategische Ziele mit Bezug auf die Sicherung der wirtschaftlichen Grundlagen für die Zukunft (Cluster Strategy)
- Operative Ziele mit Bezug auf die Erreichung festgelegter operativer Kennzahlen (Cluster Operations)
- Ziele für die Unternehmensführung mit Bezug auf die Einhaltung von Gesetzen, Normen, internen Richtlinien und Verfahrensbeschreibungen (Cluster Governance)
- Ziele mit Bezug auf eine adäquate Vorbereitung zur Bewältigung von Ereignisrisiken wie Störfällen, Betriebsunterbrechungen und sonstigen krisenhaften Ereignissen (Cluster Events)

Auf der zweiten Ebene des Risikomanagements – der Prozessebene – ist die Definition der Ziele gleichzeitig Ausgangspunkt der Risikobeschreibung. In diesem Kontext identifizieren, klassifizieren und steuern wir diejenigen Risiken, deren Eintritt die Erreichung unserer Ziele gefährden beziehungsweise verhindern würde. Grundsätzlich betrachten wir alle externen und internen Risiken.

Daneben erfolgt entsprechend der Aufbauorganisation des Konzerns eine Zuordnung zu funktionalen Kategorien wie beispielsweise Einkauf, Vertrieb, Personal oder Immobilien. Grundsätzlich betrachten wir Risiken für einen prospektiven einjährigen Zeitraum, strategische Risiken decken mindestens den Zeithorizont der Mittelfristplanung (drei Jahre) ab. Sofern es wahrscheinlich ist, dass diese Risiken eintreten, haben wir sie in unsere Geschäftspläne und unseren Ausblick aufgenommen.

Risikoklassifizierung

Sämtliche identifizierten Risiken klassifizieren wir nach einheitlichen Maßstäben anhand quantitativer und qualitativer Indikatoren in den Dimensionen Schadensausmaß (negative Auswirkungen bezogen auf unsere Unternehmensziele, wesentliche Kennziffer ist das EBIT) und Eintrittswahrscheinlichkeit (in Prozent). Bei der Bewertung des konzernrelevanten Schadensausmaßes unterscheiden wir nach drei Klassen: ≥ 50 Mio. €, ≥ 100 Mio. €, ≥ 500 Mio. €. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird in fünf Klassen aufgeteilt: gering (< 10 Prozent), unwahrscheinlich (≥ 10 –25 Prozent), möglich (> 25 –50 Prozent), wahrscheinlich (> 50 –90 Prozent), hoch (> 90 Prozent). Alle Risiken werden mit ihrer möglichen Auswirkung zum Zeitpunkt der Risikoanalyse und vor eventuellen risikomindernden Maßnahmen bewertet (Darstellung der Bruttoisiken, das heißt vor Einleitung von Maßnahmen zur Risikobegrenzung).

Risikoeinheiten

Auf der Organisationsebene bestimmen wir die Unternehmenseinheiten, die in einem klar abgegrenzten Bereich dafür verantwortlich sind, die Ziele festzulegen und die Risiken zu identifizieren, zu klassifizieren und zu managen. Das Risikomanagement der METRO GROUP grenzt diese Bereiche kongruent zur Unternehmensorganisation über eigenständige Risikoeinheiten – in der Regel Gesellschaften – sowie funktional über Kategorien ab, die jeweils für eine bestimmte operative Funktion oder Verwaltungsaufgabe zuständig sind. Mit den Risikoeinheiten wird der gesamte Konsolidierungskreis des Konzernabschlusses abgedeckt.

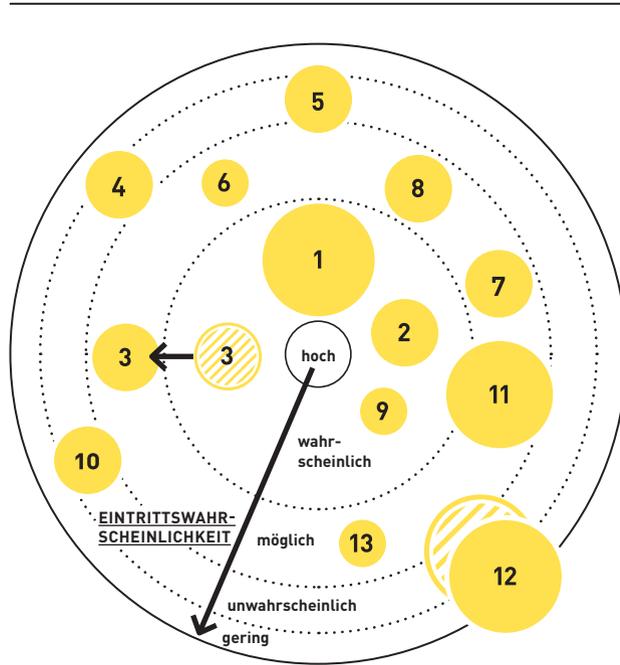
Darstellung der Risikosituation

Das gesamte Risikoportfolio der METRO GROUP haben wir Risikogruppen zugeordnet. Für den Berichtszeitraum hat der Vorstand der METRO AG neben den allgemeinen Risiken die besonders relevanten Risiken (Bruttorisiken) für die

METRO GROUP identifiziert und bewertet, die in folgender Übersicht mit ihrer Veränderung im Vergleich zum Vorjahr dargestellt sind. Das Risiko Nummer 13 (geopolitische Situation in Russland / der Ukraine) wurde im Geschäftsjahr 2013/14 neu bei den besonders relevanten Risiken aufgenommen.

Risikogruppe	Nr.	Besonders relevante Risiken 2013/14	Veränderung zu 2013
Umfeldrisiken			
Gesamtwirtschaftliche und gesellschaftspolitische Risiken	13	Geopolitische Situation in Russland / der Ukraine	Neu
Umweltrisiken			
Branchenrisiken			
Risiken aus dem Handelsgeschäft	1	Herausforderung des Geschäftsmodells / Änderung des Kundenverhaltens	Unverändert
	2	Verlust von Kunden mit geringen Umsätzen (C-Kunden) bei METRO Cash & Carry	Unverändert
	3	Unzureichende kundenorientierte Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittel-Strategie bei METRO Cash & Carry	Eintrittswahrscheinlichkeit von „wahrscheinlich“ auf „möglich“ gesunken; Erweiterung der Risikobetrachtung um Lebensmittel-Strategie
	8	Unzureichende Umsetzung strategischer Projekte	Unverändert
Immobilienrisiken	4	Nicht profitable Nutzung von Verkaufsflächen	Unverändert
Leistungswirtschaftliche Risiken			
Lieferanten- und Produktrisiken			
Supply-Chain-Risiken			
Finanzwirtschaftliche Risiken			
	7	Unerwartete Abweichungen vom Budget oder von der Prognose	Unverändert
	11	Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte und anderer Vermögenswerte	Unverändert
	12	Mehrfache Rückstufungen des Ratings mit negativen Auswirkungen auf Liquidität und Konzernfinanzierung	Eintrittswahrscheinlichkeit von „unwahrscheinlich“ auf „gering“ gesunken
Sonstige Risiken			
Risiken aus Portfolioänderungen			
Informationstechnische Risiken	5	Betriebsunterbrechungen durch Mängel in den IT-Systemen	Unverändert
Personalrisiken	6	Unzureichende Entwicklung und Pflege von Talenten	Unverändert
Rechtliche und steuerliche Risiken	10.1	Verstöße gegen Kartell- und Wettbewerbsrecht	Unverändert
Compliance-Risiken	10.2	Korruption	Unverändert
	9	Unzureichende bzw. ineffektive interne Kontrollen in Markt-, Einkaufs-, Expansions- und Bauprozessen	Unverändert

Diese besonders relevanten Risiken werden anhand des möglichen Schadensausmaßes (vor Risikobegrenzungsmaßnahmen) sowie der Eintrittswahrscheinlichkeit wie folgt eingeordnet:



/// Rumpfgeschäftsjahr 2013

Kreisgröße = potenzielle Auswirkung



Erläuterung

- Gering < 10 %
- Unwahrscheinlich ≥ 10–25 %
- Möglich > 25–50 %
- Wahrscheinlich > 50–90 %
- Hoch > 90 %

Die Breite der Ringe visualisiert die zugrunde liegende Eintrittswahrscheinlichkeit.

Abweichend zum Vorjahr wurden in der Grafik die Kreise für die einzelnen Risiken mittig innerhalb des zugehörigen Eintrittswahrscheinlichkeits-Ringes angeordnet, um deutlich zu machen, dass die Einschätzung der Eintrittswahrscheinlichkeit nur innerhalb der angegebenen Bandbreite erfolgt.

Dabei stellen wir Risiken mit einer geringen Eintrittswahrscheinlichkeit (< 10 Prozent) nur dar, falls sich ein besonders relevantes Risiko des Vorjahres in diesen Bereich verändert hat.

Nachfolgend erläutern wir die einzelnen Risikogruppen und wesentliche Steuerungsmaßnahmen sowie die besonders relevanten Risiken. Grundsätzlich sind alle Segmente des Konzerns betroffen. Bei spezifischen Themen sind die jeweiligen Geschäftsfelder angegeben.

Umfeldrisiken

Gesamtwirtschaftliche und gesellschaftspolitische Risiken

Als international agierendes Unternehmen ist die METRO GROUP abhängig von der politischen und wirtschaftlichen Situation der Länder, in denen sie tätig ist.

Die Weltwirtschaft hat im Geschäftsjahr 2013/14 zwar leicht an Dynamik gewinnen können. Insgesamt fiel die Erholung nach zwei wirtschaftlichen Krisenjahren aber weiter verhalten aus. In vielen Schwellenländern Osteuropas und Asiens schwächte sich die konjunkturelle Dynamik sogar spürbar ab. Gleichzeitig verstärkten sich im Jahresverlauf viele politische Krisen und Konflikte, vor allem im Nahen Osten.

In Europa dominierte wiederum der Ukraine-Konflikt die politische Agenda. In der Ukraine und auch in Russland führte dies zu wirtschaftlichen Beeinträchtigungen.

Für das laufende Geschäftsjahr erwarten wir allenfalls eine leichte Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Gleichzeitig haben die weltwirtschaftlichen Risiken insgesamt zugenommen. Ferner ist die Konsolidierung der Staatsverschuldung in der Eurozone ein langwieriger Prozess, der immer wieder auch mit Rückschlägen verbunden sein wird. Insgesamt ist die Weltwirtschaft daher nach der Finanz- und Staatsschuldenkrise noch nicht wieder auf einem nachhaltig wirtschaftlichen Wachstumspfad angekommen.

Das Risiko-Chancen-Profil für die kurz- und mittelfristige Entwicklung des Handelssektors und damit der METRO GROUP verbessert sich daher insgesamt im Vergleich zum Vorjahr erneut nur leicht. Um mögliche Risiken aus der regional uneinheitlichen wirtschaftlichen Entwicklung zu reduzieren, expandieren wir weiterhin gezielt in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa.

Unsere internationale Aufstellung macht es erforderlich, mögliche volkswirtschaftliche, rechtliche und politische Risiken zu

berücksichtigen. Die Rahmenbedingungen in einzelnen Ländern können sich schnell ändern. Unruhen, Wechsel in der politischen Führung, Terroranschläge oder Naturkatastrophen können die Geschäfte der METRO GROUP in einem Land gefährden. Im Berichtsjahr ist in diesem Kontext insbesondere der Ukraine-Konflikt zu nennen (Risiko Nummer 13, neu). Risiken ergeben sich diesbezüglich für die METRO GROUP in Hinblick auf den Verlust respektive die Zerstörung von Eigentum/Immobilien, Wechselkursänderungen, Beschränkungen im Warenverkehr sowie regulatorische Veränderungen. Soweit möglich und sinnvoll, versichern wir uns umfassend gegen den Verlust von Sachwerten sowie Betriebsausfälle, die beispielsweise infolge politischer Unruhen entstehen können. Ein professionelles Krisenmanagement ermöglicht eine schnelle Reaktion und Krisenbewältigung. So haben wir diesbezüglich in der aktuellen Krise in der Ukraine schnell und effektiv reagiert und den bestehenden Krisenreaktionsplan für die von kriegerischen Auseinandersetzungen betroffenen METRO Cash & Carry Märkte implementiert. Dieser enthält beispielsweise Evakuierungspläne sowie Schulungen und Handlungsanweisungen an die Mitarbeiter vor Ort. Damit konnte bisher Schaden von unseren Mitarbeitern und Kunden abgewendet und der Verlust durch Betriebsausfälle und zerstörtes Eigentum durch bestehende Versicherungen kompensiert werden (Risiko Nummer 13, neu). Unsere internationale Präsenz hat den Vorteil, dass sich volkswirtschaftliche, rechtliche und politische Risiken sowie Nachfrageschwankungen zwischen Ländern ausgleichen können.

Um die Risiken der Expansion so weit wie möglich zu begrenzen, planen wir jede Investition und jeden Markteintritt in einem strukturierten Prozess und mit bewährten Methoden. Die Risiken und Chancen identifizieren wir unter Berücksichtigung des rechtlichen, politischen und wirtschaftlichen Umfelds durch Machbarkeitsstudien. Nur bei einer angemessenen Risiko- und Chancensituation erfolgt die Erschließung. Obwohl wir unsere Expansionsentscheidungen stets auf Grundlage der besten zur Verfügung stehenden Informationen treffen, können wir nicht ausschließen, dass die Wachstumsdynamik in den kommenden Jahren in einzelnen Ländern hinter unseren Erwartungen zurückbleibt. Ein weiteres Risiko stellen Schwierigkeiten mit lokalen Behörden insbesondere in Schwellenländern dar. Der Eintritt dieser Risiken hätte zur Folge, dass sich Umsatz und Ergebnis schlechter als prognostiziert entwickeln würden.

Die METRO GROUP hat im Geschäftsjahr 2013/14 verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die internen Prozesse bezüglich Expansionsentscheidungen sowie deren erfolgreiche Umset-

zung weiter zu optimieren und damit den entsprechenden Risiken (Risiko Nummer 9, unverändert zum Vorjahr) entgegenzuwirken. Gremien der Vertriebslinien sind in den Entscheidungsprozess über den effizienten Einsatz von Investitionsmitteln zur Expansion eingebunden. Die Abstimmungsprozesse werden kontinuierlich verbessert. Darüber hinaus werden bereits umgesetzte Investitionsentscheidungen in einem überarbeiteten Prozess intensiv überwacht.

Details zur Einschätzung der weiteren Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds finden sich in Kapitel 13 Nachtrags- und Prognosebericht.

Umweltrisiken

Die METRO GROUP ist sich ihrer Verantwortung für die Umwelt bewusst und hat das Prinzip des nachhaltigen Wirtschaftens fest in ihrer Unternehmensstrategie verankert. Umweltschädliches Verhalten entlang der Wertschöpfungskette kann unser Ansehen nachhaltig schädigen und unsere Geschäftsgrundlagen gefährden. Wir setzen deshalb zahlreiche Maßnahmen um, mit denen wir eine ökologisch verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit gewährleisten.

Spezifische Umweltrisiken sind in den Abschnitten „Lieferanten- und Produktrisiken“ sowie „Immobilienrisiken“ beschrieben.

Weitere Informationen zum Umweltschutz finden sich in Kapitel 8 Nachhaltigkeitsmanagement.

Branchenrisiken

Risiken aus dem Handelsgeschäft

Gerade in den saturierten Märkten Westeuropas ist der Einzelhandel von einer hohen Veränderungsdynamik und einem intensiven Wettbewerb geprägt. Dadurch entstehen Faktoren, die den Geschäftsverlauf beeinflussen und natürliche Geschäftsrisiken darstellen können. Ein grundsätzliches Geschäftsrisiko ist die schwankende Konsumbereitschaft der Verbraucher.

Der Wandel des Konsumverhaltens und der Kundenerwartungen birgt Risiken – auch vor dem Hintergrund der demografischen Veränderungen, des zunehmenden Wettbewerbs sowie der fortschreitenden Digitalisierung. Gehen wir nur unzureichend auf Kundentrends und Preisentwicklungen ein oder verpassen Trends im Sortiment oder im Hinblick auf geeignete Vertriebsformate beziehungsweise neue Vertriebskanäle, kann dies die Umsatzentwicklung beeinträchtigen und unsere Wachstumsziele gefährden (Risiko Nummer 1, unverändert zum Vorjahr). Um diesen Risiken entgegenzuwirken, erweitern wir unsere Vertriebskanäle, indem wir im Sinne einer vertriebslinienspezifischen Mehrkanalstrategie unsere Online-Aktivitäten

verstärken und das Belieferungsgeschäft ausbauen. Darüber hinaus entwickeln wir für METRO Cash & Carry mit einem Franchise-Konzept neue Standorte und intensivieren parallel dazu die Beobachtung von Wettbewerbern. Mit verschiedenen strategischen Projekten verfolgen wir insbesondere das Ziel, Einkaufs- und Vertriebsprozesse weiter zu optimieren und Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen.

Für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry besteht das Risiko des Verlusts von Kunden mit relativ geringen Umsätzen, sogenannten C-Kunden (Risiko Nummer 2, unverändert zum Vorjahr). Als Gegenmaßnahme implementieren wir gezielte Sortiments-, Preis-, Kommunikations- und Marketingmaßnahmen. Diese umfassen eine Änderung des bisherigen Kommunikationsmodells und konzentrieren sich auf die weitere Digitalisierung und Anpassung von Marketingkampagnen. Mithilfe modernster IT-Technologie ist METRO Cash & Carry in der Lage, in zunehmendem Maße neue Formen der Interaktion mit Kunden zu nutzen – zum Beispiel über soziale Medien oder andere neue digitale Kommunikationskanäle.

Generell besteht bei METRO Cash & Carry das potenzielle Risiko, den Kundenbedürfnissen im Lebensmittel- und Nicht-Lebensmittel-Bereich nicht gerecht zu werden (Risiko Nummer 3). Für eine Gesamtsicht haben wir die Risikobetrachtung im Vergleich zum Vorjahr um die Lebensmittel-Strategie erweitert. Um diesem Risiko Rechnung zu tragen und zielgerichtete Angebote vorzuhalten, optimieren wir unsere Vertriebskonzepte kontinuierlich und passen sie den Bedürfnissen und dem Einkaufsverhalten unserer Kunden an. So erweitern wir beispielsweise in allen Vertriebslinien unser Angebot an regional gehandelten Produkten und gehen mit unseren Sortimenten verstärkt auf die zunehmenden Erwartungen unserer Kunden hinsichtlich ökologischer, sozialer und gesundheitlicher Aspekte ein. Die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos Nummer 3 ist im Vergleich zum Vorjahr von „wahrscheinlich“ auf „möglich“ gesunken, da die implementierten Maßnahmen zu einer verbesserten, kundenorientierten Sortimentsgestaltung greifen.

Wir verfolgen Transformationsprogramme, um Umsatz und Ertrag nachhaltig zu steigern und die Werthaltigkeit von Vermögenswerten sicherzustellen. In diesem Kontext ergeben sich Risiken aus der unzureichenden Implementierung und Umsetzung strategischer Projekte (Risiko Nummer 8, unverändert zum Vorjahr). Zur Begrenzung dieser Risiken haben wir ein umfassendes Monitoring der Projektfortschritte in den Landesgesellschaften sowie Schulungsprogramme zur Unterstützung von Projekteinführungen aufgesetzt.

Damit wir Markttrends und sich verändernde Ansprüche frühzeitig erkennen, werten wir regelmäßig interne und externe Informationen aus. Die konzerneigene Marktforschung bedient sich dabei neben qualitativen Markt- und Trendanalysen auch quantitativer Verfahren wie Zeitreihenanalysen oder Prognosen zur Marktentwicklung, die auf Analysen von Verkaufsdaten und auf Ergebnissen der Panel-Marktforschung beruhen. Zu den Zeitreihenanalysen zählt auch die Beobachtung von Produktsegmenten im Markt über einen bestimmten Zeitraum.

Immobilienrisiken

Die Werthaltigkeit des Standortportfolios der METRO GROUP ist aus verschiedenen Gründen Risiken ausgesetzt. Dazu zählen unter anderem

- nicht profitable Nutzung von Verkaufsflächen; hierzu gehört auch das Leerstandsrisiko durch nicht mehr genutzte Verkaufsflächen, die keiner Nachverwendung zugeführt werden können (Risiko Nummer 4, unverändert zum Vorjahr),
- ein starker Wettbewerb um geeignete Standorte in der Expansion,
- das Risiko von Fehlentscheidungen bei der Standortwahl sowie
- die Verschlechterung der Profitabilität eines Standorts, zum Beispiel aufgrund soziodemografischer Veränderungen im Einzugsgebiet.

Um dem Risiko der Entstehung eines Wartungs- und Reparaturstaus in den Märkten vorzubeugen, erfolgt eine vorausschauende Instandhaltungsplanung. Zudem kann es an einigen Standorten zu Mietausfällen durch Insolvenzen von Drittmietern oder einer möglichen Mietunterdeckung kommen. Mit einer kontinuierlichen Überwachung der Mieteingänge sowie frühzeitigen Nachverhandlungen wirken wir diesen Risiken entgegen. Darüber hinaus engagieren wir uns in der Suche nach bonitätsstarken Nachmietern und in der Entwicklung neuer Nutzungskonzepte für unsere Immobilien. Ferner ist unser Immobilienportfolio in manchen Regionen Naturkatastrophen wie Erdbeben, Überschwemmungen oder Stürmen ausgesetzt, gegen deren mögliche Auswirkungen wir uns durch bauliche Maßnahmen sowie entsprechende Versicherungen schützen.

Wir begegnen diesen Risiken mit strategischem und operativem Immobilienmanagement, einer vorausschauenden Investitionsplanung sowie durch technisches Risikomanagement. Das aktive Immobilienmanagement zielt grundsätzlich auf Wertsteigerung des gesamten Immobilienportfolios ab und baut auf

kontinuierlichen Marktbeobachtungen, transparenten Wirtschaftlichkeitsprüfungen und strategischen Entscheidungen auf. In allen Ländern treffen wir unsere Standortauswahl erst nach intensiver Prüfung. Da wir die Profitabilität unseres Standortnetzes kontinuierlich beobachten, können wir negative Entwicklungen einzelner Märkte oder Filialen frühzeitig erkennen und schnell darauf reagieren. Sollte keine der eingeleiteten Maßnahmen zum Erfolg führen und ist eine nachhaltige Verbesserung der Situation des jeweiligen Markts oder der jeweiligen Filiale nicht wahrscheinlich, trennen wir uns von diesem/dieser und stellen dadurch die permanente Optimierung des Standortnetzes sicher.

Auch im Immobilienbereich wollen wir unserer Verantwortung für die Umwelt gerecht werden und möglichen Risiken entgegenwirken (siehe Abschnitt „Umweltrisiken“). So reduzieren wir beim Betrieb unserer Standorte die Umweltauswirkungen. Bis zum Jahr 2020 werden wir unsere spezifischen Treibhausgasemissionen gegenüber 2011 um 20 Prozent verringern. Um dieses Ziel zu erreichen, investieren wir unter anderem in technische Maßnahmen zur Energieeinsparung und in Programme für Änderungen im Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters. Mithilfe dieser Energiesparmaßnahmen können wir zudem unsere Kosten für Energie reduzieren beziehungsweise angesichts steigender Preise stabil halten.

Leistungswirtschaftliche Risiken

Lieferanten- und Produktrisiken

Als Handelsunternehmen ist die METRO GROUP auf externe Hersteller und Anbieter von Waren und Dienstleistungen angewiesen. Bei der Auswahl der Lieferanten, speziell im Bereich der Eigenmarken, gehen wir mit größter Sorgfalt vor. Wir achten insbesondere auf die Verlässlichkeit unserer Eigenmarkenlieferanten in Bezug auf die Produktqualität sowie die Einhaltung von Sicherheits- und Sozialstandards sowie die eigenen Anstrengungen der Lieferanten in Bezug auf Compliance. Fehlerhafte oder unsichere Produkte, eine Ausbeutung der Umwelt, menschenunwürdige Arbeitsbedingungen sowie die Nichteinhaltung unserer Compliance-Standards könnten dem Ansehen der METRO GROUP großen Schaden zufügen und den Unternehmenserfolg dauerhaft gefährden. Deshalb kontrollieren wir unsere Eigenmarkenlieferanten kontinuierlich dahingehend, ob sie den hohen einkaufspolitischen und Compliance-Standards der METRO GROUP entsprechen. Dazu zählen besonders die von der Global Food Safety Initiative (GFSI) geprüften Qualitätsstandards, wie zum Beispiel der International Food Safety Standard und die GLOBALGAP-Zertifizierung für landwirtschaftliche Erzeugnisse. Sie helfen, die Sicherheit von Lebensmitteln auf

allen Erzeugungs-, Produktions- und Vertriebsstufen zu gewährleisten.

Denn nicht nur für uns, sondern auch für immer mehr Kunden spielen neben Qualität und Sicherheit zunehmend auch die Umwelt- und Sozialverträglichkeit der von uns angebotenen Produkte und des Herstellungsprozesses eine Rolle. Vor diesem Hintergrund hat die METRO GROUP Ende 2013 eine konzernweite, produktübergreifende Einkaufspolitik für ein nachhaltiges Lieferketten- und Beschaffungsmanagement verabschiedet.

Die METRO GROUP engagiert sich bereits seit vielen Jahren für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in ihren Zulieferbetrieben und setzt dafür zahlreiche Maßnahmen um. So verlangen wir von unseren Eigenmarkenlieferanten, dass sie grundlegende Menschenrechte wahren und faire Arbeitsbedingungen gewährleisten. Als Beleg dafür fordern wir in den Lieferverträgen eine Prüfung nach den Anforderungen des BSCI-Standards (Business Social Compliance Initiative) oder äquivalenter Standards. Diese Anforderung gilt für Eigenmarkenlieferanten von Nicht-Lebensmitteln, die in Risikoländern, definiert nach BSCI, Endprodukte fertigen. Mit gezielten Trainingsprogrammen unterstützen wir Lieferanten besonders in Schwellenländern dabei, faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu schaffen. Im Rahmen unserer Unterstützung des internationalen Brandschutzabkommens für mehr Gebäudesicherheit in der Textilindustrie von Bangladesch (Bangladesh Accord on Fire and Building Safety) engagieren wir uns für eine Verbesserung der Gebäudesicherheit in den Fabriken aller unserer Zulieferer, die in Bangladesch fertigen lassen. Unsere Anforderungen an Zulieferer sind vertraglich geregelt. Die Einhaltung überprüfen wir regelmäßig. Verstöße gegen die Auflagen können zum Ausschluss aus unserem Lieferantennetzwerk führen oder bei nicht akzeptablen Produktionsmethoden wie beispielsweise der gesundheitsschädlichen Sandstrahltechnik bei Jeans gar zum Einkaufsverbot für ein Produkt. Dadurch minimieren wir die vorhandenen Risiken auf Lieferantenseite weiter. Sollte es dennoch zu einem Qualitätsvorfall kommen, greifen die in unserem Handbuch für Störungen und Krisen beschriebenen Prozessschritte. Priorität hat für uns dabei, den Vorfall auch im Sinne der Kunden angemessen zu bewältigen. Zusätzlich prüfen wir mögliche Verbesserungen für unsere Qualitätssicherungssysteme.

Um Störungen beim Bezug von Waren oder gar Warengruppen vorzubeugen, kooperieren wir mit einer Vielzahl von Lieferanten und achten darauf, dass keine Abhängigkeit von einzelnen Unternehmen entsteht. So wird sichergestellt, dass wir die

gewünschte Ware in der Regel immer in ausreichender Menge und guter Qualität anbieten können und damit eine hohe Kundenzufriedenheit erzielen.

Unser Erfolg ist außerdem in hohem Maße abhängig von den Einkaufspreisen der angebotenen Produkte. Unsere großen Einkaufsvolumina in zahlreichen Ländern wirken sich vielfach positiv aus. Die Produktpreise orientieren sich an der Verfügbarkeit der Rohstoffe, die sich zeitweise oder kontinuierlich verknappten können. Dies kann dazu führen, dass Einkaufspreise steigen oder eine gewisse Volatilität entsteht. Den Beschaffungsrisiken treten wir durch eine kontinuierliche Optimierung der Einkaufsprozesse entgegen, wie beispielsweise der gemeinsamen Beschaffung und der Konditionsverhandlungen mit unseren Lieferanten. Die zügige Umsetzung von Verbesserungen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Mittelfristig können globale Herausforderungen wie der Klimawandel, die Überfischung der Weltmeere oder der Zugang zu sauberem Wasser zu Einschränkungen bei der Verfügbarkeit von Rohstoffen führen, zum Beispiel durch Bestandsabnahme bei bestimmten Fischarten. Diese Entwicklung kann Preisanstiege zur Folge haben. Aus diesem Grund unterstützt die METRO GROUP beispielsweise seit Jahren Standards einer nachhaltigeren Fischerei beziehungsweise Fischzucht und kooperiert mit entsprechenden Lieferanten.

Ein weiteres Beispiel ist der Beitritt der METRO GROUP zum Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO – Roundtable on Sustainable Palm Oil) im Jahr 2011. Die Organisation setzt sich aus Unternehmen und Nichtregierungsorganisationen zusammen und tritt für nachhaltige Anbaumethoden bei Palmöl ein, einem Rohstoff, der vor allem im Kosmetik- und Süßwarenbereich eingesetzt wird. Die METRO GROUP hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2020 ausschließlich als nachhaltig zertifiziertes Palmöl in den Eigenmarkenprodukten zu verwenden.

Weitere Beispiele für Produktrisiken sind Versorgungspässe nach Naturkatastrophen, längere Lieferzeiten und Preiserhöhungen. Beschaffungs- und Supply-Chain-Management der METRO GROUP schaffen die erforderlichen Strukturen, um die Warenverfügbarkeit jederzeit sicherzustellen.

Über Risiken und Chancen aus dem Klimawandel berichtet die METRO GROUP ausführlich im Rahmen ihrer jährlichen Teilnahme an der Umfrage der unabhängigen Nichtregierungsorganisation CDP (vormals: Carbon Disclosure Project). Die Bewertung des CDP gibt Aufschluss darüber, ob Unternehmen

den Einflüssen des Klimawandels auf ihre Geschäftsabläufe effektiv begegnen und wie transparent sie darüber berichten.

Weitere Informationen zu unserem Engagement für eine nachhaltige Lieferkette finden sich in Kapitel 8 Nachhaltigkeitsmanagement.

Supply-Chain-Risiken

Aufgabe der Funktion Supply Chain („Lieferkette“) ist es, eine maximale Produktverfügbarkeit bei optimierten Kostenstrukturen und gleichzeitiger Berücksichtigung von nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten wie Energie- und Kraftstoffverbrauch zu gewährleisten.

Die steigende Vielfalt von Artikeln im Sortiment und der hohe Warenumschlag sind mit organisatorischen, informationstechnischen und logistischen Risiken sowie Risiken eines adäquaten Lagerbestands verbunden. Diese erhöhen sich einerseits durch die zunehmend internationale Ausrichtung unserer Lieferanten sowie andererseits durch die Konzentration auf regionale und lokale Warensortimente. Ein fehlendes aktives Bestandsmanagement auf Basis adäquater Planungsparameter kann zu erheblichen Mehrkosten für Lagerhaltung wie auch zu überdurchschnittlichen Warenabschritten und in Ausnahmefällen sogar zur Warenvernichtung führen. Störungen in der Wertschöpfungskette, etwa beim Transport der Ware vom Lieferanten zu unseren Märkten oder Kunden (bei Belieferung), können diesen Effekt noch verstärken. Dem wirken wir durch eine Optimierung des Bestands- und des Warengruppenmanagements entgegen.

Eine unzureichende regelmäßige Kommunikation bezüglich der künftig benötigten Produktmengen, zum Beispiel aufgrund fehlender oder fehlerhafter Hochrechnungen, kann zu unzureichender Warenverfügbarkeit und Ineffizienzen in der Logistik führen. Diesem Risiko begegnen wir durch gezielte Neuordnung und Bündelung der Verantwortlichkeiten für die Kundenauftragsbearbeitung, Beschaffungsplanung und Stammdatenverwaltung im Fachbereich Supply-Chain-Planung.

Unvollständige oder schlecht gepflegte Produkt- und Kundendaten können zu einer erheblichen Verzögerung und Störung bei der Ein- und Auslistung von Produkten wie auch der Warenversorgung unserer Kunden führen. Daher verstärken wir unsere Anstrengungen, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Stammdaten zu gewährleisten, beispielsweise durch regelmäßige Überwachung relevanter Leistungskennzahlen.

Mit dem Ausbau unserer Online-Aktivitäten, des Mehrkanalgeschäfts, der Belieferung und der damit einhergehenden stei-

genden Komplexität sowie weiterer innovativer Vertriebsformate ergeben sich zusätzliche Herausforderungen. Den sich daraus ergebenden Risiken begegnen wir durch eine enge Zusammenarbeit der betroffenen Fachbereiche. Durch gemeinsame Supply-Chain-Lösungen erwarten wir darüber hinaus Synergien.

Einer unnötigen Komplexität des Portfolios unserer externen Logistikdienstleister und damit zu hohen Gesamtkosten wirken wir durch eine Harmonisierung der Geschäftspartner entgegen. Dabei achten wir aber auch in diesem Bereich auf die Vermeidung von Abhängigkeiten von einzelnen Dienstleistern.

Ein weiteres logistisches Risiko ergibt sich aus den meist komplexen und gleichzeitig wenig entwickelten Lieferstrukturen vor allem in Schwellen- und Entwicklungsländern. Dies kann mit besonders herausfordernden klimatischen Bedingungen einhergehen, die im Verderb von Nahrungsmitteln auf dem Weg vom Erzeuger bis in die Märkte resultieren können. Die METRO GROUP schafft die erforderlichen Strukturen, um jederzeit eine durchgängig hohe Qualität entlang der Lieferkette sicherzustellen. Mit Qualifizierungsprogrammen bereiten wir unsere Lieferanten und Logistikdienstleister in Schwellenländern auf die logistischen Anforderungen vor. Damit leisten wir zudem einen bleibenden Beitrag zur lokalen Versorgung mit Lebensmitteln und wirken dem Problem der Lebensmittelverschwendung entgegen.

Bei Produktvorfällen müssen unsere logistischen Systeme darauf ausgerichtet sein, den Weg der Ware und deren Herkunft innerhalb kurzer Zeit zurückzuverfolgen. Dies geschieht mithilfe moderner Technologien und Standards für die Identifikation von Produkten. Wir setzen uns in unterschiedlichen internationalen Gremien für die Weiterentwicklung dieser Standards ein und treiben die Einführung innovativer Technologien für eine verbesserte Produktidentifikation voran.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Preisänderungsrisiken (Zinsrisiken, Währungsrisiken, Aktienkursrisiken), Liquiditätsrisiken, Bonitätsrisiken bei Kontrahenten für Finanzgeschäfte sowie Risiken aus Schwankungen der Zahlungsströme können erhebliche negative Auswirkungen auf unser Finanzergebnis haben. Daher werden die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO GROUP zentral gesteuert.

Integraler Bestandteil der Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken ist zudem die Gewährleistung eines uneingeschränkten Kapitalmarktzugangs für die METRO GROUP. Eine mehrfache

Herabstufung unseres Ratings hätte negative Auswirkungen auf unsere Liquidität und die Konzernfinanzierung (Risiko Nummer 12). Um dem entgegenzuwirken, richtet sich unsere Strategie auf einen Abbau der Verschuldung, indem wir unter anderem das Nettobetriebsvermögen weiter optimieren sowie unsere Investitionsmittel auf unternehmenswertsteigernde Maßnahmen konzentrieren. Wir gewinnen dadurch Spielräume zur Finanzierung der Transformation unserer Geschäftsmodelle im Hinblick auf die sich ständig ändernden Bedürfnisse und Anforderungen unserer Kunden und können darüber hinaus unser Rating weiter stabilisieren und mittelfristig wieder verbessern. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos Nummer 12 von „unwahrscheinlich“ auf „gering“ gesunken, da die Verschuldung weiter abgebaut wurde und sich Rating-relevante Kennzahlen leicht verbessert haben.

Ein weiteres identifiziertes Risiko betrifft unerwartete Abweichungen vom Budget oder von der Prognose (Risiko Nummer 7, unverändert zum Vorjahr). Dies könnte dazu führen, dass wir unsere Planzahlen nicht erreichen und dadurch eine Neubewertung von Vermögenswerten, einschließlich Geschäfts- oder Firmenwerten, nötig wird, die unsere Vermögens- und Ertragslage negativ beeinträchtigen würde (Risiko Nummer 11, unverändert zum Vorjahr). Maßnahmen zur Begrenzung dieses Risikos wird daher eine hohe Priorität eingeräumt. So implementieren wir in diesem Zusammenhang für die Vertriebslinien der METRO GROUP konsequent strategische Maßnahmen, die auf die Verbesserung des Ergebnisses ausgerichtet sind. Ein besonderer Fokus liegt diesbezüglich auf den Ländern, die einem Wertminderungsrisiko unterliegen.

Außerdem wirken wir diesem Risiko durch eine enge Überwachung von Risiken und Chancen sowie durch effektive interne Kontrollen für den Budget- und Prognoseprozess entgegen. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems ist regelmäßig Teil des Prüfungsplans der internen Revision. Darüber hinaus haben wir den Planungs- und den damit im Zusammenhang stehenden internen Abstimmungsprozess im letzten Geschäftsjahr weiter intensiviert. Die Geschäftsjahresumstellung führt zu einer höheren frühzeitigen Planungssicherheit, da das sehr ertragreiche Weihnachtsquartal nun nicht mehr am Ende, sondern bereits am Anfang des Geschäftsjahres abgebildet wird. Schließlich vermittelt der Prognosebericht einen tiefen Einblick in die Erwartung des Konzerns an die Geschäftsentwicklung des kommenden Geschäftsjahres.

Weitere Informationen zu finanzwirtschaftlichen Risiken und ihrem Management finden sich im Konzernanhang – Nummer 43 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

Sonstige Risiken

Risiken aus Portfolioänderungen

Ziel der METRO GROUP ist es, ihr Portfolio stetig zu optimieren. Alle Änderungen und damit einhergehenden Entscheidungen zur Strategie sowie zu Investitionen beziehungsweise zu Desinvestitionen orientieren sich grundsätzlich am Beitrag zum Konzernergebnis im Sinne einer wertorientierten Steuerung. Risiken mit Bezug auf die Werthaltigkeit unseres Vermögens – sowohl für einzelne Gruppen von Vermögenswerten als auch für das Gesamtportfolio – können wir durch die wertorientierte Steuerung reduzieren.

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurde die Veräußerung des Osteuropageschäfts der Vertriebslinie Real (ohne die Türkei) mit der Abgabe und daraus resultierenden Entkonsolidierung von Real Polen nach Erfüllung der letzten aufschiebenden Bedingung abgeschlossen. Ebenfalls wurde im Berichtsjahr die Veräußerung des Real-Geschäfts in der Türkei nach Abschluss der Prüfung durch die Wettbewerbsbehörde im Sommer 2014 vollzogen. Aufgrund mangelnder Marktperspektiven wurde darüber hinaus durch den Vorstand der METRO AG beschlossen, sich mit METRO Cash & Carry aus Dänemark zurückzuziehen. Im Rahmen dieser Entscheidung werden zwei Standorte vorbehaltlich der Zustimmung der Wettbewerbsbehörden veräußert. Die verbleibenden drei Standorte werden zum 31. Dezember 2014 geschlossen. Die Schließung des METRO Cash & Carry Geschäfts in Ägypten wurde im ersten Quartal 2013/14 vollzogen. Weiterhin hat die METRO GROUP sich dazu entschlossen, die vietnamesischen Aktivitäten von METRO Cash & Carry zu verkaufen. Der Vollzug der Veräußerung des vietnamesischen METRO Cash & Carry Geschäfts wird für das Geschäftsjahr 2014/15 erwartet und steht noch unter dem Vorbehalt der Erfüllung der üblichen Vollzugsvoraussetzungen und Genehmigungen durch die zuständigen Behörden. Die dargestellten Transaktionen erhöhen die Flexibilität der METRO GROUP und ermöglichen Investitionen in das zukünftige Wachstum. Sofern bilanziell erforderlich, sind die Risiken, die aus den genannten Portfolioänderungen resultieren, in der Finanzberichterstattung berücksichtigt.

Ferner hat die METRO GROUP im Geschäftsjahr 2013/14 75 Prozent der Anteile an dem spanischen Food-Service-Distribution-Unternehmen MIDBAN akquiriert. Ziel der Transaktion ist es, mit METRO Cash & Carry Spanien auch im Food-Service-Distribution-Bereich zu wachsen und die ausgezeichnete Marktposition nachhaltig zu festigen.

Informationstechnische Risiken

Die Anforderungen an unsere Informationstechnik (IT) sind durch neue Formate und Vertriebskanäle und deren steigende Bedeutung für die Geschäfte des Konzerns, beispielsweise Online-Handel und Belieferungsgeschäft, weiter gestiegen. Zu den Aufgaben der Informationstechnik gehören darüber hinaus Echtzeitanalysen von Geschäftsprozessen sowie eine zeitnahe Überwachung und Steuerung von Warenflüssen. Regulierungen, etwa zum Datenschutz bei der Verarbeitung von Kreditkartendaten oder der Verwendung von kundenspezifischen Informationen in „Big Data“-Lösungen, die damit einhergehende starke öffentliche Diskussion bei Fehlverhalten sowie eine hohe Komplexität der IT bergen weitere Risiken für unser Unternehmen.

Aus diesem Grund haben wir die organisatorischen Maßnahmen verstärkt, mit denen wir die Einhaltung interner und externer Regelungen zur Informationstechnik sicherstellen. Wir überprüfen Systeme, die an das Internet angebunden sind, regelmäßig auf Schwachstellen. Der hohen Komplexität der modernen IT-Landschaft begegnen wir mit eindeutigen Regeln für das Management und einer zentralen Unternehmensarchitektur, dem sogenannten Enterprise Architecture Management.

Wichtige Geschäftsabläufe wie Einkauf/Bestellung, Vermarktung und Verkauf beruhen seit Jahren auf IT-Systemen. Neue Systeme für den Online-Handel müssen ständig verfügbar sein, da dieser eine permanente Erreichbarkeit auch abseits von Ladenöffnungszeiten voraussetzt. Ein zentrales Kriterium bei der Entwicklung und Umsetzung unserer IT-Lösungen ist es deshalb, die Betriebsbereitschaft jederzeit zu gewährleisten. Für den Geschäftsbetrieb zwingend erforderliche Systeme in den Märkten, vor allem Kassen, sind weitgehend autark und können auch bei einem Ausfall von Netzwerken oder zentralen Systemen ohne Unterbrechung für einige Zeit weiter eingesetzt werden. Fallen Teile der Netzwerke aus, können sie automatisch auf Umleitungsstrecken oder redundante Wege ausweichen.

Moderne Technologien, wie beispielsweise die Remote-Steuerung von Servern und das Cloud-Computing, erlauben es uns, Hardware effizient zu nutzen. Darüber hinaus lassen sich zentrale IT-Systeme bei Ausfall von einem oder mehreren Servern schnell wiederherstellen. Wir unterhalten mehrere zentrale Rechenzentren und können so auch größere Ausfälle kompensieren beziehungsweise auf ein Minimum verkürzen. Für die Wiederherstellung der Rechenzentren in Deutschland nach einem längerfristigen Ausfall (beispielsweise durch

Brand, Naturkatastrophen oder kriminelle Handlungen) steht ein Krisenplan zur Verfügung (Risiko Nummer 5, unverändert zum Vorjahr).

Informationen stellen für alle Unternehmen der METRO GROUP eine entscheidende Ressource dar. Das bedeutet, dass sie genau wie alle weiteren Werte geschützt werden müssen. Die METRO AG hat daher ein dokumentiertes IT-Sicherheitsmanagementsystem (ISMS) entwickelt, das seit Anfang 2013 in Kraft ist. Das Rahmenwerk soll sicherstellen, dass die Informationen vertraulich (Zugriff nur für befugte Benutzer) und integer (Richtigkeit und Vollständigkeit) sind. Die Management-Prinzipien für IT-Sicherheit beschreiben unter anderem die Aufbau- und Ablauforganisation. Die implementierten IT-Sicherheitskontrollen sind im Einklang mit dem Industriestandard ISO 27000 definiert; so legt beispielsweise die IT-Sicherheitsrichtlinie die Vorgaben für die Passwortvergabe fest. Damit sorgen wir dafür, dass die von uns verarbeiteten Daten korrekt und vollständig sind und nur von zuständigen Mitarbeitern eingesehen werden können. Die benötigten Benutzerkonten und Zugriffsrechte verwalten wir zentral nach fest definierten und teilautomatisierten Prozessen. Wir prüfen regelmäßig, ob bei kritischen Benutzerrechten Konzernvorgaben eingehalten werden, und berichten zentral über die Ergebnisse der Untersuchungen. Die betroffenen Mitarbeiter werden zum Thema IT-Sicherheit über regelmäßige und standardisierte Schulungen nach ISO 27000 sensibilisiert, vorbereitet und aktuell informiert. Darüber hinaus lassen wir wesentliche Prozesse und IT-Systeme unserer zentralen IT-Gesellschaft METRO SYSTEMS von der internen Revision und externen Prüfern nach dem internationalen Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen ISAE 3402 (International Standard on Assurance Engagement) prüfen und zertifizieren.

Das Bewusstsein für die Relevanz des Datenschutzes ist auf allen Ebenen im Konzern weiter gestärkt worden. Die Verpflichtung zur Einhaltung des Datenschutzes gemäß dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ist Bestandteil von Arbeitsverträgen. Insbesondere Mitarbeiter aus Unternehmensbereichen, die Zugang zu sensiblen Daten haben und mit diesen arbeiten, nehmen an Präsenzs Schulungen zum Thema Datensicherheit teil. Mitarbeiter mit privilegierten Zugriffsrechten, beispielsweise Administratoren, müssen eine zusätzliche Verpflichtungserklärung unterzeichnen.

Personalrisiken

Kompetenz, Engagement und Motivation der Beschäftigten bestimmen maßgeblich den Erfolg und die Wettbewerbschan-

cen der METRO GROUP. Eine Voraussetzung für die Realisierung der strategischen Ziele sind qualifizierte Fach- und Führungskräfte. Diese Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, ist eine kontinuierliche Herausforderung, vor allem vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und des intensiven Wettbewerbs um die besten Kräfte. Auch unternehmensinterne Angebote zur weiteren Qualifizierung von Mitarbeitern und zur Stärkung der Unternehmenskultur sind unverzichtbar. Um die Fach- und Führungskompetenz unserer Mitarbeiter sicherzustellen, optimieren wir die Aus- und Weiterbildung auf allen Ebenen. Trainings und Maßnahmen für eine effektive Personalentwicklung fördern die unternehmerische Denk- und Handlungsweise; variable, auf den Unternehmens- und persönlichen Zielen basierende erfolgsabhängige Gehaltsbestandteile wirken unterstützend. Die direkte Beteiligung am Unternehmenserfolg stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit der METRO GROUP und schärft ihren Blick für Risiken und Chancen bei allen unternehmerischen Entscheidungen.

Wir sind überzeugt: Die METRO GROUP kann nur dann wachsen, wenn wir unsere Mitarbeiter fördern. Dem tragen wir Rechnung durch das jährliche Mitarbeitergespräch, in dem die vergangene Leistung bewertet und zukünftige Entwicklungsmaßnahmen mit dem einzelnen Mitarbeiter vereinbart werden. Mit gezielten Ausbildungsprogrammen, die wir in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnern umsetzen, gelingt es uns, junge Menschen für die METRO GROUP zu gewinnen und sie ihren Stärken entsprechend zu fördern. Insbesondere in Deutschland legen daher die Unternehmen der METRO GROUP großen Wert auf die eigene Ausbildung von Mitarbeitern. Mit einer Ausbildungsquote von 7,7 Prozent im Berichtszeitraum gehören wir zu den großen Ausbildern in Deutschland.

Die Nachfolgeplanung innerhalb der METRO GROUP, insbesondere für die oberen Führungsebenen, gewährleisten wir durch maßgeschneiderte Karriere- und Entwicklungspläne. Mit all diesen Maßnahmen begegnen wir den wesentlichen Risiken der unzureichenden Entwicklung und Pflege von Talenten (Risiko Nummer 6, unverändert zum Vorjahr).

Konzepte zur betrieblichen Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit sowie verschiedene lokal abgestimmte Angebote, wie zum Beispiel Rückenschulungen, Fitnesskurse, Betribs-sport, Ernährungstipps, Trainings für die Stressprävention, Ergonomieberatungen, Bildschirmarbeitsbrillen und Mitarbeiterberatungsprogramme, sorgen für ein sicheres, gefahrungsfreies Arbeitsumfeld. Risiken durch Verletzung geltender Arbeitsnormen begegnen wir durch eindeutige Richtlinien und

Compliance-Vorgaben in Verbindung mit dem respektvollen Umgang mit den Mitarbeitern und unterstützt durch Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft. Unsere Richtlinien zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement haben ein Arbeitsumfeld zum Ziel, das von Respekt, Fairness und Partnerschaftlichkeit geprägt ist.

— Weitere Informationen zur Personalpolitik der METRO GROUP finden sich in Kapitel 6 Mitarbeiter.

Rechtliche und steuerliche Risiken

Rechtliche Risiken resultieren vor allem aus arbeits- und zivilrechtlichen Verfahren sowie aus Änderungen von Handelsgesetzen. Daneben können sich Risiken für die METRO GROUP auch aus Ermittlungsverfahren, wie beispielsweise wegen etwaiger Verstöße gegen das Kartell- oder Wettbewerbsrecht (Risiko Nummer 10.1, unverändert zum Vorjahr), ergeben. Kartellrechtsrisiken können im Rahmen der geschäftlichen Beziehungen zu Lieferanten der METRO GROUP etwa bei der Frage der Wiederverkaufspreise von Handelsware auftreten. Für anhängige Kartellverfahren, soweit hinreichend konkretisiert, wurde eine notwendige Risikovorsorge getroffen.

Die Steuerrisiken entstehen vornehmlich im Zusammenhang mit Außenprüfungen, in deren Verlauf Sachverhalte und Transaktionen unterschiedlich gewürdigt werden. Darüber hinaus können sich Risiken aus der Auslegung umsatzsteuerlicher Regelungen ergeben. Um steuerliche Risiken frühzeitig zu erkennen und zu minimieren, hat der Bereich Corporate Group Tax der METRO AG entsprechende Richtlinien erlassen. Die Risiken werden regelmäßig und systematisch geprüft und bewertet. Die daraus resultierenden Maßnahmen zur Risikominderung werden zwischen dem Bereich Corporate Group Tax der METRO AG und den Landesgesellschaften abgestimmt.

Beherrschung der Media-Saturn-Holding GmbH

Auf der Grundlage des am 8. August 2012 ergangenen und mit Beschluss des Oberlandesgerichts (OLG) München vom 18. Dezember 2013 für vollstreckbar erklärten Schiedsspruchs sowie des rechtskräftigen Urteils des OLG München vom 9. August 2012 sieht sich der Vorstand in seiner Auffassung bestätigt, dass die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe nach den einschlägigen IFRS-Regelungen (International Financial Reporting Standards) in der Vergangenheit und auch im Konzernabschluss zum 30. September 2014 zutreffend erfolgt ist.

Die METRO AG hält mittelbar – über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft METRO Kaufhaus und Fachmarkt Hol-

ding GmbH (METRO KFH) – 78,38 Prozent der Anteile an der Media-Saturn-Holding GmbH (MSH). Im März 2011 hat die Gesellschafterversammlung der MSH zur Stärkung der Strukturen der Unternehmensführung mit den Stimmen der METRO KFH die Einrichtung eines Beirats bei der MSH beschlossen. Der Beirat entscheidet über zustimmungsbedürftige operative Maßnahmen der Geschäftsführung der MSH nach Köpfen mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Nach der Satzung der MSH hat die METRO AG beziehungsweise die METRO KFH das Recht, jeweils ein Beiratsmitglied mehr zu entsenden als die Minderheitsgesellschafter in ihrer Gesamtheit, und verfügt somit über die Mehrheit der Köpfe im Beirat. Die von einem Minderheitsgesellschafter angerufene ordentliche Gerichtsbarkeit hat rechtskräftig zugunsten der METRO entschieden, dass der Beirat wirksam eingerichtet und für die Fragen der Zuständigkeit und Mehrheitserfordernisse des Beirats ein Schiedsgericht zuständig ist. Das von der METRO KFH in diesem Zusammenhang angerufene Schiedsgericht hat der METRO mit Schiedsspruch vom 8. August 2012 in wesentlichen Teilen recht gegeben: Der Beirat entscheidet über die zustimmungsbedürftigen operativen Geschäfte der Geschäftsführung der MSH; ausreichend ist eine einfache Mehrheit nach Köpfen. Ein Minderheitsgesellschafter der MSH hat allerdings gegen den Beschluss des OLG München, mit dem der Schiedsspruch für vollstreckbar erklärt wurde, Rechtsbeschwerde zum Bundesgerichtshof (BGH) eingelegt.

Außerdem haben von dem Minderheitsgesellschafter entsandte Beiratsmitglieder mehrere Klagen gegen MSH erhoben und darin Beschlüsse des Beirats der MSH angegriffen. Dies betrifft unter anderem die Budgetbeschlüsse für 2012/13 und 2013/14. Gerügt wird insbesondere, dass im Beirat eine Mehrheit von 80 Prozent erforderlich und diese Mehrheit nicht erreicht worden sei und ein Verstoß gegen die gesellschaftsvertragliche Kompetenzverteilung vorliege. Der überwiegende Teil dieser Klagen – im Zusammenhang mit der Zustimmung zur Aufstellung des Jahresabschlusses der MSH zum 30. September 2012 sowie in Bezug auf die Budgetbeschlüsse für 2012/13 – wurde erstinstanzlich bereits abgewiesen. Gegen diese Urteile hat der jeweilige unterlegene Kläger Berufung zum OLG München eingelegt. Das OLG München hatte in diesen Verfahren zwischenzeitlich beschlossen, dass es beabsichtigt, die Berufungen zurückzuweisen, weil sie nach Auffassung des Senats offensichtlich keine Aussicht auf Erfolg haben. Daraufhin hat der Kläger in dem Verfahren betreffend die Zustimmung zur Aufstellung des Jahresabschlusses seine Berufung zurückgenommen.

Das OLG München hat ferner in Bezug auf die Budgetbeschlüsse für 2012/13 die Berufung entsprechend dem vorausgegangenen Beschluss zurückgewiesen. Der betreffende Kläger hat hiergegen Nichtzulassungsbeschwerde zum BGH eingelegt. Die Erfolgsaussichten der Nichtzulassungsbeschwerde sowie der übrigen Klagen sind nach Ansicht der METRO gering, insbesondere geht die METRO nicht von einer vom Schiedsspruch abweichenden Beurteilung der Frage der Mehrheitserfordernisse im Beirat aus.

Der Minderheitsgesellschafter hat darüber hinaus weitere Klagen gegen MSH – gegen Beschlüsse der Gesellschafterversammlung in Bezug auf einzelne, in der Zwischenzeit bereits umgesetzte Standortmaßnahmen und in Bezug auf die vom Minderheitsgesellschafter angestrebte Abberufung eines von METRO entsandten Geschäftsführers – erhoben. Nachdem MSH und METRO in dem Verfahren in Bezug auf die Standortmaßnahmen erstinstanzlich vor dem Landgericht (LG) Ingolstadt obsiegt hatten, hat das OLG München der Klage in der Berufung teilweise stattgegeben und insoweit unter den konkreten Umständen eine einzelfallbezogene inhaltliche Stimmabgabe durch METRO verlangt. MSH und METRO haben Nichtzulassungsbeschwerde zum BGH eingelegt. Über die Klage des Minderheitsgesellschafters, mit der die Abberufung des von METRO entsandten Geschäftsführers erreicht werden soll, hat das LG Ingolstadt noch nicht entschieden. Einen Antrag des Minderheitsgesellschafters auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den Geschäftsführer zur Untersagung seiner Tätigkeit hat das LG Ingolstadt bereits abgewiesen. Hiergegen hat der Minderheitsgesellschafter Berufung zum OLG München eingelegt.

Die von einem Aktionär der METRO AG erhobene Klage auf Feststellung der Nichtigkeit des festgestellten Jahresabschlusses der METRO AG zum 31. Dezember 2012, gestützt auf einen angeblichen Verstoß insbesondere gegen die Vorschriften über die Gliederung des Jahresabschlusses wegen angeblich fehlerhafter Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe im Konzernabschluss der METRO AG, ist zwischenzeitlich mit rechtskräftigem Urteil des LG Düsseldorf vom 3. April 2014 zugunsten von METRO entschieden worden.

Sollte – entgegen der Erwartung des Vorstands – der BGH der Rechtsbeschwerde des Minderheitsgesellschafters stattgeben, der Schiedsspruch aufgehoben werden und darüber hinaus ein Schiedsgericht in einem weiteren Verfahrensschritt auch noch in der Sache zuungunsten von METRO entscheiden oder sollten

im Rahmen von anderen Gerichtsverfahren, etwa Klagen von Beiratsmitgliedern, von dem Schiedsspruch abweichende Beurteilungen der relevanten Fragen erfolgen, müsste die Auffassung des Vorstands bezüglich der Vollkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe überprüft werden; es könnte sich die Notwendigkeit ergeben, eine Entkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe vorzunehmen, soweit nicht auch dann noch von einer dauerhaften Möglichkeit der Ausübung der Beherrschung ausgegangen werden kann. Eine Entkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe auf Grundlage aktueller Werte würde zu einem einmaligen, nicht cash-wirksamen Entkonsolidierungsertrag führen. Die Beteiligung an der Media-Saturn-Unternehmensgruppe wäre nach der Entkonsolidierung nach der Equity-Methode zu bewerten. Aus dieser geänderten Form der Einbeziehung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe könnten sich Auswirkungen auf die Finanzkennzahlen ergeben.

——— Weitere Informationen zu Rechtsangelegenheiten finden sich im Konzernanhang – Nummer 46 Sonstige Rechtsangelegenheiten.

Compliance-Risiken

Die geschäftlichen Aktivitäten der METRO GROUP unterliegen vielfältigen Rechtsvorschriften und selbst gesetzten Verhaltensstandards. Die gesetzlichen Anforderungen der verschiedenen Rechtsordnungen sowie die Erwartungen unserer Kunden und der Öffentlichkeit zur Sicherstellung von Compliance im Unternehmen sind insgesamt weiter gestiegen und komplexer geworden. Um diesen Rahmenbedingungen gerecht zu werden, hat die METRO GROUP ein konzernweites Compliance-Managementsystem eingerichtet und kontinuierlich weiterentwickelt. Dieses zielt darauf ab, Regelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen. Die METRO GROUP identifiziert regelmäßig verhaltensbedingte Unternehmensrisiken.

Der inhaltliche Fokus unseres Compliance-Managements liegt vor allem darauf, Korruptions- und Kartellrechtsrisiken vorzubeugen. Korruptionsrisiken können zum einen im Verhältnis zu Behörden und Amtspersonen, etwa im Rahmen der internationalen Expansionstätigkeit oder bei Genehmigungsprozessen, bestehen. Zum anderen können sie im geschäftlichen Umgang mit Lieferanten und weiteren Geschäftspartnern entstehen (Risiko Nummer 10.2, unverändert zum Vorjahr). Inhaltlich umfasst das konzernweite Compliance-Managementsystem darüber hinaus andere relevante straf- und ordnungsrechtliche Risiken, Datenschutz und arbeitsrechtliche Risikofelder wie Diskriminierung.

Unter Berücksichtigung der identifizierten und bewerteten Compliance-Risiken werden im Rahmen des Compliance-Managementsystems die erforderlichen organisatorischen Strukturen etabliert. Die Risiken werden in den vorhandenen Strukturen konsistent durch die jeweils verantwortlichen Fachbereiche gesteuert und kontrolliert.

Zur Steuerung der identifizierten Compliance-Risiken hat die METRO AG konzernweit gültige Verhaltensrichtlinien eingeführt, darunter ein Kartellrechtshandbuch, das beispielsweise Arbeitshilfen für Lieferantenverhandlungen bereitstellt. Es beinhaltet außerdem Musterformulierungen, die zur kartellrechtskonformen Kommunikation mit Lieferanten Anwendung finden. Darüber hinaus hat die METRO AG konzernweit Antikorruptionsrichtlinien eingeführt, die Verhaltenspflichten im Umgang mit Behörden und Amtsträgern einerseits und Geschäftspartnern andererseits beinhalten. Die Antikorruptionsrichtlinien setzen darüber hinaus einen Compliance-Check für Geschäftspartner in risikobehafteten Bereichen voraus, bevor Geschäftsbeziehungen eingegangen werden.

Die Compliance-Richtlinien werden fortlaufend aktualisiert und risikobasiert angepasst. Hinzu kommen verpflichtende Compliance-Schulungen, systematische und adressatengerechte Kommunikationsmaßnahmen sowie ein konsistenter und konsequenter Umgang mit Compliance-Vorfällen und deren Aufarbeitung. Zudem steht den Mitarbeitern der METRO GROUP, ihren Geschäftspartnern und Kunden ein professionelles Meldesystem zur Verfügung, über das sie beobachtete oder potenzielle Verstöße – bei Bedarf auch anonym – dem Unternehmen in allen im Konzern genutzten Sprachen mitteilen können. Die Compliance-Funktion gewährleistet, dass diesen Hinweisen in angemessener Form nachgegangen wird.

Durch die Stärkung des internen Kontrollsystems des Unternehmens werden die Compliance- und Governance-Anforderungen zunehmend in die operativen Geschäfts- und Finanzprozesse integriert und überprüft.

In sensiblen Prozessbereichen, insbesondere in Expansions-, Bau-, Einkaufs- und Marktprozessen, werden wir die im letzten Geschäftsjahr begonnenen Verbesserungen weiter fortsetzen (Risiko Nummer 9, unverändert zum Vorjahr). Aus diesem Grund führen wir Risikoanalysen durch und überarbeiten beziehungsweise erweitern unsere operativen Kontrollstrukturen. Zusätzlich prüfen wir verstärkt die Effektivität der gesetzten Kontrollen für spezifische Prozesse.

Darstellung der Chancensituation

Für die METRO GROUP bestehen vielfältige Chancen für eine künftige nachhaltig positive Geschäftsentwicklung. Diese ergeben sich für uns vor allem daraus, dass wir uns konsequent und frühzeitig auf die Bedürfnisse von Verbrauchern und Gewerbetreibenden ausrichten. Unser zentrales Ziel ist es, Kundenmehrwert zu schaffen. Dazu erschließen wir beispielsweise neue Vertriebswege und nutzen die Möglichkeiten, die sich aus der demografischen Entwicklung und der zunehmenden Differenzierung in den reifen Märkten Westeuropas und aus dem Bevölkerungswachstum in den Entwicklungs- und Schwellenländern ergeben. Wir analysieren die relevante globale und nationale Trendlandschaft und treffen die erforderlichen Entscheidungen, um Chancen in der Zukunft gezielt zu nutzen und Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten.

Chancen aus der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Insgesamt erwarten wir im laufenden Geschäftsjahr nur eine leichte Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Handel.

Von der leicht verbesserten Wirtschaftslage könnten wir bei Umsatz und Ergebnis profitieren. Insgesamt steigt die Nachfrage zudem – auch langfristig – in Ländern mit wachsender Bevölkerung. Die METRO GROUP ist in vielen Märkten vertreten, in denen wir von dieser Entwicklung profitieren können. Zusätzlich bauen wir unser Engagement durch die weiterhin gezielte Expansion in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa weiter aus. Dabei konzentrieren wir uns auf jene Geschäftseinheiten und Länder, in denen wir ein klares Profil und eine starke Marktposition aufbauen können. Zu den Märkten, in denen wir unser Engagement ausbauen, gehören daher wie bisher vor allem China, Russland und die Türkei sowie zusätzlich Indien.

Der Abbau bürokratischer Hürden kann der METRO GROUP den Eintritt in neue Märkte erleichtern. Der Güterhandel zwischen den Ländern der Europäischen Union (EU) und Drittstaaten, mit denen die EU Freihandelsabkommen geschlossen hat (zum Beispiel Kanada, Moldawien, Südkorea, Ukraine) oder mit denen die EU zurzeit in Verhandlungen steht (zum Beispiel Indien, Japan, USA, Vietnam), könnte zollfrei oder mit reduzierten Zollsätzen getätigt werden. Vielversprechend sind aus unserer Sicht auch die laufenden Verhandlungen bezüglich eines Abkommens zur Vereinfachung des Handels. Importe und Exporte könnten vereinfacht und die Kosten für den grenz-

überschreitenden Verkehr um bis zu 10 Prozent gesenkt werden. Daher begrüßt die METRO GROUP die Ergebnisse der 9. WTO-Minister-Konferenz (World Trade Organization) in Bali im Dezember 2013 und den Beschluss der 160 WTO-Mitglieder, ein multilaterales Abkommen zur Vereinfachung der Zollabfertigung sowie zur Steigerung der Effizienz in den Zollprozessen der WTO-Mitgliedsstaaten abzuschließen.

Unternehmensstrategische Chancen

Die Vertriebslinien der METRO GROUP besitzen in den Ländern, in denen sie vertreten sind, einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. In vielen Märkten haben wir führende Positionen erreicht. Diese gilt es weiter zu festigen und auszubauen. Insbesondere in den Ländern, die von der anhaltenden Wirtschafts- und Finanzkrise besonders betroffen sind, haben sich schwächere Marktteilnehmer zurückgezogen. Wir versuchen, die entstehenden Lücken zu füllen oder, sofern sinnvoll, einzelne Standorte zu übernehmen. Der Rückzug von Wettbewerbern würde Chancen für weitere Marktanteilsgewinne eröffnen. Zusätzliches Potenzial sehen wir darüber hinaus in der erfolgreichen Repositionierung von Landesgesellschaften, die in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld agieren (zum Beispiel Deutschland, Südeuropa). Bereits laufende Maßnahmen zur Transformation und zur Restrukturierung zielen darauf ab, die Marktposition zu verbessern und die Profitabilität zu steigern.

Durch die Optimierung von Vertriebskonzepten, die weitere Fokussierung auf Kernzielgruppen und die Modernisierung von Standorten ergibt sich die Chance, neue Kundengruppen zu gewinnen beziehungsweise bestehende Kundenbeziehungen weiter auszubauen. Dafür stellt die METRO GROUP kontinuierlich Investitionsmittel bereit. Die Investitionsstrategie ist darauf ausgerichtet, die Wettbewerbsstärke aller Vertriebsmarken zu sichern und auszubauen sowie die Kunden noch besser und gezielter anzusprechen. Beispiele hierfür sind die deutliche Intensivierung unserer Online-Aktivitäten und des Mehrkanalgeschäfts, die Stärkung unserer Eigenmarken, Franchise-Konzepte sowie die Investitionen in innovative Vertriebsformate und kundennahe Services und Lösungen. Bei allen Vertriebslinien sehen wir erhebliche Chancen in der sinnvollen Verzahnung von stationärem und elektronischem Handel. Beim Cash-and-Carry-Geschäft sehen wir zusätzlich großes Potenzial im weiteren Ausbau des Belieferungskanals und in der Erschließung weiterer professioneller Kundengruppen. Für das Real-Geschäft werden Chancen durch eine strategische Neuausrichtung geschaffen, die sich unter anderem auf die Modernisierung der Märkte, die Optimierung des Standortportfolios sowie eine stärkere Kundenorientierung fokussiert.

Der Vertrieb über das Internet ist nach wie vor eine wichtige Chance für den künftigen Erfolg unseres Unternehmens. Im Handel verzeichnet das Online-Geschäft hohe Wachstumsraten. Wir gehen weiterhin davon aus, dass sich diese Entwicklung fortsetzen wird und die Dynamik im Wettbewerbsumfeld sowohl beim stationären Geschäft als auch beim Internethandel mittelfristig bestehen bleibt. Daher ist es für die METRO GROUP unerlässlich, den Vertriebskanal Internet weiter zu stärken. Alle unsere Vertriebslinien sind in Deutschland und in vielen weiteren Ländern mit Online-Shops im Internet präsent. Im zurückliegenden Geschäftsjahr 2013/14 haben wir die Online-Shops von Media Markt, Saturn, Redcoon, Real sowie Galeria Kaufhof kontinuierlich optimiert. Hierdurch haben wir auch weitere Fortschritte beim Wandel vom rein stationären Anbieter hin zu einem verzahnten Mehrkanalvertrieb erzielt. Gegenüber reinen Internetanbietern schaffen wir damit für die Kunden einen echten Mehrwert. Alle Vertriebslinien der METRO GROUP befinden sich auf dem Weg zu Mehrkanalunternehmen mit dem Ziel des sogenannten No-Line-Handels, das heißt der optimalen Vernetzung von Markt-, Online- und Mobilangebot. Aus der dynamischen Entwicklung der Informationstechnologien ergeben sich für uns Chancen, die eigenen Prozesse zu optimieren und unseren Kunden neue Angebote zu machen. Die Adaptierbarkeit von Innovationen für unser Unternehmen testen wir zunächst im Rahmen von Pilotprojekten und durch Beteiligungen an interessanten Start-up-Unternehmen. Risiken der Machbarkeit, Sicherheit und Integration in unsere bestehenden Systeme werden so beherrschbar. Ausgehend von den wesentlichen Stärken – Markenbekanntheit, Kundenfrequenz, Standortnetz und Einkaufsmacht – widmet sich der Konzern auf insgesamt fünf Innovationsfeldern dem Fortschritt des Unternehmens:

- Store: Angebot von bislang rein internetbasierten Diensten in Märkten via mobile Anwendungen;
- Channel: Integration von Vertriebskanälen und Weiterentwicklung neuer Kanäle: E-Commerce, Mobile Commerce, Food E-Commerce;
- Marketing: Individualisierung sowie verbesserte Effektivität und Effizienz von Marketing, Customer Relationship Management und Smart Data;
- Logistics, Supply Chain & Delivery: das richtige Produkt zur richtigen Zeit an den richtigen Ort zu möglichst geringen Kosten liefern;
- New Products & Services: Einführung und Koppelung von neuen Produkten und Dienstleistungen.

Immer weiter verbreitete und leichter nutzbare Informationstechnologien, wie mobile Kommunikation („Mobile Computing“),

soziale Medien und Cloud-Lösungen, sind ein wesentlicher Treiber dieser Innovationsfelder. Die Implementierung von Lösungen zur Verarbeitung großer Datenmengen („Big Data“) verspricht eine Verbesserung von Marketinginstrumenten, eine effizientere Logistik sowie die Möglichkeit zur Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen.

Die demografische Entwicklung bietet eine weitere große Chance für die METRO GROUP. Die alternde Bevölkerung in Westeuropa und die zunehmende Konzentration auf wirtschaftliche und kulturelle Zentren prägen die aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse unserer Kunden. Generell sind die Standorte unserer Vertriebslinien leicht und in der Regel barrierefrei erreichbar. Zudem stellen sich die Filialen mit Beratung und Warensortiment generationenübergreifend auf die Bedürfnisse der Kunden ein. Damit sehen wir gute Chancen, zusätzliche Marktanteile gewinnen zu können.

Leistungswirtschaftliche Chancen

Zusätzlich zur konsequenten Erschließung von Kostensenkungspotenzialen schaffen Produktivitätssteigerungen, insbesondere durch Prozessoptimierungen, die Basis für nachhaltigen Erfolg. Hierzu gehören zahlreiche Vorhaben, die wir bereits initiiert haben und weiterhin konsequent umsetzen werden. Dazu zählen der Ausbau unserer Belieferungsaktivitäten und die Erhöhung des Anteils der margenstarken Eigenmarken am Gesamtumsatz. Sollten wir mit der Umsetzung weiterer Produktivitätsverbesserungen größere Fortschritte machen als derzeit erwartet, könnte sich dies positiv auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken.

Außer der Kostenkomponente sind Qualität und Frische wichtige Unterscheidungsmerkmale, die insbesondere bei Lebensmitteln relevant sind. Durch Mitarbeiter, die kontinuierlich die Qualität überprüfen und sicherstellen, können wir uns hier vom Wettbewerb absetzen und eine Kundenwahrnehmung schaffen, die sich positiv auf Umsatz und Ertrag auswirkt.

Weitere Chancen ergeben sich aus Maßnahmen zur Reduzierung unserer spezifischen Treibhausgasemissionen. Unser Klimaschutzziel erfordert zwar Investitionen, die aber bedingt durch niedrigere Kosten, vor allem für Energie, mittel- und langfristig zu Einsparungen führen, die sowohl finanziell als auch ökologisch Vorteile und Verbesserungen bieten.

Mit dem Ziel, effiziente Prozesse und eine gute Zusammenarbeit im Zuge der derzeitigen Transformation der METRO GROUP zu sichern, haben wir operative Aktivitäten unserer Immobilien-

gesellschaft METRO PROPERTIES seit dem 1. Oktober 2013 in die Vertriebslinien integriert. METRO PROPERTIES konzentriert sich mit ihrer Expertise auf die wichtigsten Werttreiber in Portfolio- und Asset-Management, die Projektentwicklung und Immobilienverkäufe. Durch kontinuierliches Benchmarking gegen die führenden Unternehmen im Immobiliensektor stellt METRO PROPERTIES sicher, dass sie erstklassige Lösungen für den Konzern liefert. Darüber hinaus wird die Entwicklung ausgewählter Projekte gefördert, die die Vertriebslinien dabei unterstützen, attraktiver für ihre Kunden zu werden und gleichzeitig den Wert des Immobilienportfolios der METRO GROUP zu steigern. Diese Werte werden durch ein aktives, ganzheitliches und intelligentes Immobilienmanagement sichergestellt. Gezielte Transaktionen gewährleisten, dass die Risiken und Chancen im Immobilienportfolio sorgfältig ausgeglichen werden. Damit leistet METRO PROPERTIES einen wichtigen Beitrag zur Stärke der METRO GROUP.

Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG werden regelmäßig über die Risiko- und Chancensituation des Unternehmens informiert. Insgesamt hält sich das Risiko-Chancen-Profil der METRO GROUP auch aufgrund der sich im Verlauf des Berichtszeitraums weiter nur langsam erholenden Weltwirtschaft auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr. Für die Beurteilung der gegenwärtigen Situation wurden die Risiken und Chancen nicht nur isoliert betrachtet, sondern es wurden auch Interdependenzen analysiert und entsprechend ihrer Wahrscheinlichkeit und ihrer Auswirkung bewertet. Die Beurteilung hat ergeben, dass die Risiken insgesamt beherrschbar sind und die identifizierten Risiken einzeln und in ihrer Gesamtheit keine den Fortbestand des Konzerns gefährdenden Risiken im Hinblick auf Illiquidität oder Überschuldung im Zeitraum von mindestens einem Jahr darstellen. Wir sind zuversichtlich, dass die Ertragskraft der METRO GROUP eine solide Basis für eine nachhaltige sowie positive Geschäftsentwicklung und die Nutzung vielfältiger Chancen bietet. Diese Einschätzung spiegelt sich in den Bewertungen der von uns beauftragten international führenden und unabhängigen Rating-Agenturen wider: Sowohl Moody's als auch Standard & Poor's vergeben für die METRO GROUP nach wie vor ein Rating im Investment-Grade-Bereich mit jeweils stabilem Ausblick. Grundlegende Änderungen der Risiko- und Chancensituation erwartet der Vorstand der METRO AG derzeit nicht.

13. Nachtrags- und Prognosebericht

Nachtragsbericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2014) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (24. November 2014) sind folgende Sachverhalte eingetreten, die für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung sind:

Im Rahmen des im Berichtsjahr beschlossenen Rückzugs aus dem Großhandelsgeschäft in Dänemark hat die METRO GROUP im Oktober eine Vereinbarung über einen Teilverkauf von METRO Cash & Carry Dänemark an Euro Cater, einen führenden Lebensmittelgroßhändler in Dänemark und Schweden, unterzeichnet. Euro Cater übernimmt vorbehaltlich einer positiven Entscheidung durch die dänischen Kartellbehörden die Großmärkte in Glostrup und Aarhus. Darüber hinaus wird die METRO GROUP die verbleibenden drei Großhandelsmärkte in Dänemark mit Wirkung zum 31. Dezember 2014 aufgeben und sich somit aus dem dänischen Markt zurückziehen. Die voraussichtlichen finanziellen Effekte der Veräußerung beziehungsweise Schließung wurden im Wege der Wertberichtigung der Vermögenswerte beziehungsweise der Bildung von Rückstellungen für erwartete Schließungskosten im Jahresabschluss 2013/14 berücksichtigt. In den folgenden Geschäftsjahren ist daher nur noch mit geringfügigen Ergebnisauswirkungen zu rechnen.

Die METRO GROUP hat am 21. Oktober 2014 erfolgreich eine Benchmark-Anleihe im Eurokapitalmarkt begeben und optimiert damit das Fälligkeitsprofil ihrer Finanzierung. Das Volumen der Anleihe beträgt 500 Mio. €, die Laufzeit sieben Jahre und der Kupon liegt bei 1,375 Prozent. Der Kreditaufschlag gegenüber dem siebenjährigen Swap-Satz belief sich auf 75 Basispunkte.

Im November 2014 wurden 100 Prozent der Anteile an MAKRO Cash & Carry Wholesale S.A., Griechenland, an INO S.A. verkauft, eine 70-prozentige Tochter des griechischen Handelsunternehmens I. & S. Sklavenitis Trade S.A. Der Verkauf umfasst sämtliche Vermögenswerte und Schulden aus dem operativen Geschäft inklusive Immobilien. MAKRO Cash & Carry Griechen-

land erzielte im Geschäftsjahr 2013/14 Umsatzerlöse in Höhe von 289 Mio. €. Der Verkauf erfolgt zu einem Unternehmenswert von 65 Mio. € und wird voraussichtlich zu zahlungswirksamen Erlösen in vergleichbarer Größenordnung führen. Die Transaktion steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung des Aufsichtsrats der METRO AG sowie der zuständigen Wettbewerbsbehörden und wird voraussichtlich in der ersten Kalenderjahreshälfte 2015 abgeschlossen sein.

Prognosebericht

Der Prognosebericht der METRO GROUP berücksichtigt relevante Fakten und Ereignisse, die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses bekannt waren und die zukünftige Geschäftsentwicklung beeinflussen können. Der Prognosebericht zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen basiert auf der Auswertung von Primärdaten zur Früherkennung. Ihm liegt außerdem die Analyse einer Vielzahl von Quellen nationaler und internationaler Wirtschaftsforschungsinstitute und Organisationen zugrunde. Hauptquellen für die Prognosen sind im Wesentlichen Consensus Economics, Feri EuroRating Services sowie die Economist Intelligence Unit (EIU). Die im Folgenden getroffenen Aussagen spiegeln in der Grundrichtung ein mittleres Erwartungsszenario wider.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2014/15

Im Berichtsjahr hat die Weltwirtschaft wieder leicht an Dynamik gewinnen können. Allerdings fiel die Erholung nach zwei wirtschaftlich schwachen Jahren weiter verhalten aus.

Während sich in den USA insgesamt die Frühindikatoren verhältnismäßig robust entwickeln, ist für die Länder der Eurozone erneut eine Abschwächung zu beobachten. Insgesamt bleiben die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sowohl in der Eurozone als auch in den Schwellenländern schwierig. Für 2015 erwarten wir daher lediglich ein Wirtschaftswachstum, das voraussichtlich allenfalls leicht oberhalb des erwarteten Wertes für 2014 von 2,4 Prozent liegen wird. Das Wachstum fällt damit voraussichtlich im langfristigen Vergleich weiter unterdurchschnittlich aus.

Gleichzeitig haben die weltwirtschaftlichen Risiken wieder leicht zugenommen. Der Konflikt zwischen der Ukraine und Russland beeinträchtigt auch außerhalb der beiden Länder das

Wachstum. Zudem vergrößern die politischen Konflikte im Nahen Osten insgesamt die Unsicherheit. Ferner dauert die Konsolidierung der Staatsverschuldung in der Eurozone weiter an, dabei sind erneute Rückschläge nicht auszuschließen. Daher erwarten wir für Westeuropa allenfalls eine leichte Wachstumsverbesserung im neuen Geschäftsjahr. Für Osteuropa rechnen wir wieder mit einem etwas höheren Wachstum, nach der schwachen Wachstumsbasis 2014 mit unter 1 Prozent Wachstum. Starke Wachstumsimpulse gehen von der Region aber auch weiterhin nicht aus. Gleiches gilt für Asien, für das wir bestenfalls ein Wachstum leicht oberhalb dieses Jahres erwarten. Insgesamt ist die Weltwirtschaft daher nach Finanz- und Staatsschuldenkrise noch nicht wieder auf einem nachhaltig wirtschaftlichen Wachstumspfad angekommen.

Deutschland

Die deutsche Wirtschaft hat im abgelaufenen Geschäftsjahr zunächst Fahrt aufgenommen, jedoch im weiteren Jahresverlauf stark an Dynamik eingebüßt. Insgesamt wuchs die deutsche Wirtschaft im westeuropäischen Vergleich mit voraussichtlich 1,3 Prozent aber weiter überdurchschnittlich. Die Vorlaufindikatoren zeigten allerdings zuletzt nach unten – auch aufgrund des sich abschwächenden weltwirtschaftlichen Umfelds. Daher erwarten wir 2015 zwar insgesamt ein solides Wirtschaftswachstum in der Größenordnung von 1 Prozent, das aber voraussichtlich unterhalb des Zuwachses im Jahr 2014 bleiben wird. Das Wachstum wird jedoch voraussichtlich ausreichen, um eine stabile Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt zu gewährleisten. Daher erwarten wir für Konsum und Handel ein solides Wachstum in ähnlicher Größenordnung wie im abgelaufenen Geschäftsjahr. Die deutsche Wirtschaft steht zwar im europäischen Vergleich weiterhin gut da. Allerdings könnte eine anhaltend unterdurchschnittliche Investitionstätigkeit auch die mittelfristigen Wachstumsaussichten beeinträchtigen.

Westeuropa

Die Wirtschaftsdynamik in Westeuropa fiel – trotz einer moderaten Erholung – im Berichtsjahr insgesamt weiter verhalten aus. Anhaltende Konsolidierungsbemühungen der öffentlichen Haushalte wirken nach wie vor dämpfend auf die konjunkturelle Erholung. Auch die Auslandsnachfrage entwickelt sich insgesamt nur schwach. Gleichzeitig zeigen die Vorlaufindikatoren für viele Länder bereits wieder nach unten. Das Risiko einer erneuten Rezession ist dabei durchaus gegeben. Insgesamt rechnen wir aber nach einem Wirtschaftswachstum von knapp 1 Prozent im Jahr 2014 für 2015 mit einem Wachstum in ähnlicher Größenordnung. Gestützt wird das Wachstum dabei auch

durch die Euroabwertung gegenüber dem Dollar, die die Exportaussichten insgesamt verbessert.

Aufgrund der weiter unterdurchschnittlichen Wachstumsaussichten wird die Arbeitslosigkeit weiter nur sehr langsam zurückgehen. Daher ist auch für den Handel nur mit wenigen Impulsen zu rechnen. Nach einem nominalen Wachstum von knapp 0,5 Prozent im abgelaufenen Geschäftsjahr erwarten wir für das laufende Geschäftsjahr allenfalls ein leicht höheres nominales Plus in der Größenordnung von 1 Prozent. Preisbereinigt wäre das gleichbedeutend mit einer Stagnation.

Dabei bleiben die Unterschiede in der wirtschaftlichen Entwicklung zwischen den stark von der Wirtschaftskrise betroffenen Peripherieländern und den deutlich robusteren Kernländern weiterhin sichtbar. Zwischen den vormaligen Krisenländern zeigen sich jedoch bereits deutliche Unterschiede. Insbesondere Spanien entwickelt sich in eine positive Richtung, sowohl die Gesamtwirtschaft als auch der Handel werden voraussichtlich auch im neuen Geschäftsjahr im westeuropäischen Vergleich überdurchschnittlich wachsen. Schwierig bleibt die Entwicklung dagegen in Italien. Hier fehlen nach wie vor durchgreifende Reformen zur Stärkung der Wirtschaftsleistung. Von den Kernländern erwarten wir insbesondere für Frankreich auch im neuen Geschäftsjahr nur eine schwache Wirtschaftsentwicklung. Ein überdurchschnittliches Wirtschaftswachstum und damit auch solide Rahmenbedingungen für den Handel erwarten wir – außer für Deutschland – insbesondere für Österreich und die Schweiz sowie die skandinavischen Länder.

Osteuropa

Die Länder Mittel- und Osteuropas haben sich im abgelaufenen Geschäftsjahr unterschiedlich entwickelt. Insbesondere die Länder Mitteleuropas konnten aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtung ein wenig an der langsamen Erholung Westeuropas partizipieren. In Osteuropa gestalteten sich dagegen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen schwierig, vor allem in Russland und der Ukraine im Zuge des politischen Konflikts, aber auch in der Türkei.

Trotz leicht verbesserter Wirtschaftsentwicklung in Mitteleuropa konnte die Region Osteuropa als Ganzes daher im abgelaufenen Geschäftsjahr nur um knapp 1 Prozent wachsen. Für 2015 rechnen wir insgesamt wieder mit einem etwas höheren Wachstum. Sehr wahrscheinlich wird es aber unterhalb von 2 Prozent liegen und damit ein weiteres Jahr unterhalb des Wachstumspotenzials der Region bleiben. Wesentlich für die

Region werden dabei der andauernde Konflikt in der Ukraine sowie die Entwicklung in der Eurozone sein. Insgesamt gehen wir davon aus, dass die heterogene Entwicklung in der Region auch 2015 Bestand hat, wobei insbesondere die Länder in Mitteleuropa, unter anderem Polen und Ungarn, aber auch Tschechien und die Slowakei, voraussichtlich eine solide Wirtschaftsentwicklung zeigen werden. Während sich die ukrainische Wirtschaft voraussichtlich weiter rückläufig entwickeln wird, erwarten wir für Russland zumindest wieder ein leichtes Wachstum. Mittelfristig erwarten wir für Osteuropa wieder eine höhere Dynamik und die Ausschöpfung des hohen Nachholpotenzials.

Die unterdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung schafft weiter schwierige Rahmenbedingungen für das Handelsgeschäft. Höhere nominale Wachstumsraten im Handel wie in Russland und der Türkei sind überwiegend preisgetrieben. Insbesondere in Russland sind durch den Importstopp für Lebensmittel die Preise zuletzt deutlich gestiegen. Es ist zu erwarten, dass diese Entwicklung weiter andauert. In den mitteleuropäischen Ländern erwarten wir zwar deutlich moderatere Wachstumsraten im Handel in der Größenordnung von 3 Prozent. Aufgrund wesentlich niedrigerer zu erwartender Inflationsraten bedeutet das Wachstum preisbereinigt aber immerhin noch knapp 2 Prozent reales Wachstum.

Asien

Die Schwellenländer in Asien verzeichneten im abgelaufenen Geschäftsjahr erneut das höchste Wirtschaftswachstum. Auch für 2015 erwarten wir für Asien das höchste Wachstum innerhalb der Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist. Das Wachstum wird dabei voraussichtlich in der Größenordnung von rund 4 Prozent liegen (2014: 3,8 Prozent) – inklusive Japan, für das wir ein Wachstum von rund 1 Prozent oder leicht darüber erwarten. Mittelfristig ist das Wachstumspotenzial der asiatischen Schwellenländer weiterhin hoch. Allerdings gibt es dort nach wie vor Bedarf bezüglich struktureller Reformen zur Stärkung der Wirtschaftskraft.

China konnte im Berichtsjahr mit etwas über 7 Prozent erneut das höchste Wirtschaftswachstum aller Länder, in denen die METRO GROUP tätig ist, aufweisen. Für 2015 erwarten wir eine Entwicklung leicht darunter. Insgesamt bleibt die Wirtschaftsentwicklung der zweitgrößten Volkswirtschaft weiter hinter der Wachstumsdynamik der vergangenen Jahre zurück. Der von der Regierung eingeleitete Kurs eines Abbaus von bestehenden Ungleichgewichten und eine weitere wirtschaftliche Liberali-

sierung sind jedoch geeignet, die Wachstumsdynamik mittelfristig zu erhöhen.

Die Bedingungen für den Handel in den asiatischen Schwellenländern sind insgesamt weiter vergleichsweise gut. Für China und Indien erwarten wir für 2015 erneut nominale Wachstumsraten im zweistelligen Bereich. Der Anstieg wird dabei in Indien auch weiter inflationsbedingt sein: Die Zunahme der Verbraucherpreise geht als Folge von Leistungsbilanzdefizit und anschließender Währungsabwertung erst allmählich zurück. Im gesättigten Markt Japans ist nach der Anhebung der Mehrwertsteuer im Berichtsjahr und den damit verbundenen Vorzieheffekten 2015 insgesamt nur mit einer moderaten Handelsdynamik zu rechnen.

Aufbauend auf unserem Ausblick zur Wirtschafts- und Handelsentwicklung gibt der folgende Abschnitt einen Überblick über die Folgen in einzelnen Branchen sowie für unsere Vertriebslinien.

Künftige Branchensituation und Entwicklung der METRO GROUP

METRO Cash & Carry

Die Entwicklung des Selbstbedienungsgroßhandels steht im Zusammenhang mit den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Für das kommende Geschäftsjahr erwarten wir in den Regionen eine weltweit nur langsam und uneinheitlich voranschreitende wirtschaftliche Erholung. Dementsprechend rechnen wir damit, dass sich die unterschiedliche Entwicklung in den Wirtschaftsräumen auch im Cash-and-Carry-Segment niederschlagen wird.

In Deutschland und in Westeuropa erwarten wir vor dem Hintergrund einer insgesamt verhaltenen Wirtschaftsdynamik nur leichte Wachstumsimpulse für den Selbstbedienungsgroßhandel. Bei Lebensmitteln sollte das Nachfragevolumen in etwa das Niveau der Vorjahre erreichen. Da die Inflation bei Lebensmitteln voraussichtlich weiter niedrig ausfallen wird, erwarten wir nur in geringem Ausmaß positive Wachstumsimpulse aus Preissteigerungen. Bei Nicht-Lebensmitteln gehen wir in Ländern mit einer schwachen konjunkturellen Entwicklung von einer leicht negativen Entwicklung aus, wohingegen wir in den übrigen Ländern mit einer leichten Nachfragebelebung rechnen. Insgesamt erwarten wir für Westeuropa leicht steigende Umsätze im Cash-and-Carry-Segment.

In Osteuropa erwarten wir für den Selbstbedienungs Großhandel für das kommende Geschäftsjahr in lokalen Währungen ein Umsatzwachstum. Die Entwicklung steht unter dem Eindruck der politischen Krisen in der Region. Bei einer weiteren Verschärfung des Konflikts in der Ukraine rechnen wir mit negativen Auswirkungen auf die Nachfrage sowohl in der Ukraine als auch in Russland. Für die Türkei gehen wir weiterhin von einem dynamischen Wachstum aus, vorausgesetzt, dass sich der politische Konflikt in Syrien nicht negativ auf die wirtschaftliche Entwicklung in der Türkei auswirkt. Daneben erwarten wir in der Region auch im neuen Geschäftsjahr Wachstumsimpulse aus Preissteigerungen. Insgesamt ist das Wachstumspotenzial für das Cash-and-Carry-Segment in der Region weiterhin vorhanden, wenngleich wir davon ausgehen, dass die Entwicklung im Cash-and-Carry-Segment hinter der des stark expandierenden modernen Lebensmitteleinzelhandels zurückbleibt.

Für das kommende Berichtsjahr erwarten wir in den asiatischen Schwellenländern erneut das höchste Wachstum für das Cash-and-Carry-Segment. Weiterhin bildet die gesamtwirtschaftliche Entwicklung gute Bedingungen für eine dynamische Entwicklung des Handels. Insbesondere in Indien rechnen wir zudem mit positiven Impulsen aus Preissteigerungen auf die Branchenumsätze. Trotz der Lockerung des Verbots direkter Investitionen ausländischer Handelsketten in Indien gehen wir davon aus, dass der Wettbewerb durch moderne Formate des Lebensmitteleinzelhandels in den kommenden Jahren insgesamt nur schwach ausgeprägt bleibt. Entsprechend stellen die traditionellen Händler, die eine Hauptkundengruppe des Selbstbedienungs Großhandels sind, in weiten Teilen der Region weiterhin den wichtigsten Versorgungskanal für Lebensmittel dar. Somit bietet die Region ein unverändert großes Wachstumspotenzial für den Selbstbedienungs Großhandel.

Ungeachtet der beabsichtigten Veräußerung der Aktivitäten in Vietnam bilden sowohl Asien als auch Osteuropa im kommenden Geschäftsjahr unverändert den Schwerpunkt der strategischen Expansion von METRO Cash & Carry.

Media-Saturn

Der Elektrofachhandel in Europa wird sich aufgrund der starken Unterschiede in Bezug auf die konjunkturellen Rahmendaten weiter sehr uneinheitlich entwickeln.

In Deutschland entwickelte sich der Elektrofachhandel im abgelaufenen Geschäftsjahr mit rund 4 Prozent Wachstum äußerst positiv. Aufgrund des damit verbundenen Basiseffekts erwarten wir für 2015 nur noch ein leichtes Plus in der Größenordnung

von 1 Prozent. Während sich die Dynamik bei den Trendwarengruppen Tablets und Smartphones abschwächt, gewinnen Innovationen außerhalb von TV- und Mobilbereich an Bedeutung.

Im Audibereich sind hier besonders die Streaming-fähigen Geräte zu erwähnen, zum Beispiel Multiroom-Systeme, Mini-Speaker oder die Soundbars, die große Umsatzpotenziale aufweisen. Die Produktfamilie der sogenannten Wearables, beispielsweise intelligente Uhren oder Fitnessbänder, steht ebenfalls noch ganz am Anfang ihrer Durchsetzung.

Beide Trends schaffen eine völlig neue Bedarfssituation im Bereich der Connected World, auf die alle modernen Vertriebsformen reagieren werden.

In Westeuropa steht die Branche auch im kommenden Jahr in vielen Ländern vor Herausforderungen. Dies betrifft in besonderem Maße Italien, während die iberischen Märkte nach mageren Jahren Anschluss gefunden haben und nach unserer Einschätzung ein moderates Wachstum entwickeln werden.

Eher stagnieren wird aufgrund der hohen Ausgangsniveaus die Entwicklung in den Benelux-Ländern, in Österreich, der Schweiz und auch in Schweden. In diesen reifen Volkswirtschaften rechnen wir mit einer substantziellen Bedeutungsverschiebung hin zu den Mehrkanalkonzepten.

In Osteuropa muss kurzfristig aufgrund der belasteten geopolitischen und konjunkturellen Lage mit einer Stagnation gerechnet werden, die – ein rasches Ende der Krise vorausgesetzt – ab 2015 in ein moderates Wachstum für die Elektromärkte in Russland und Polen münden dürfte.

Übergreifend in allen Regionen werden die Mehrkanalanbieter zulegen, wenn es ihnen gelingt, noch besser als bislang Online- und stationären Handel miteinander zu verknüpfen.

Real

Für den Lebensmitteleinzelhandel boten die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland bisher ein gutes Fundament für ein robustes Wachstum. Insgesamt wird daher für 2015 mit einem leicht wachsenden Absatz gerechnet – vorausgesetzt, dass die geopolitischen Spannungen sich nicht verstärken und die Konsumneigung nicht weiter nachlässt. Insgesamt werden wieder etwas höhere Preissteigerungen als im abgelaufenen Geschäftsjahr erwartet. Diese werden aber voraussichtlich nach wie vor moderat ausfallen.

Real wird in dem weiterhin starken stationären Verdrängungswettbewerb mit innovativen Konzepten, gezielten Investitionen in das Filialnetz und mit der systematischen Erweiterung der Cross-Channel-Aktivitäten seine Wettbewerbsfähigkeit weiter ausbauen.

Galeria Kaufhof

Auch für das Warenhaussegment sind die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland insgesamt solide. Zwar erwarten wir für 2015, dass sich das Warenhaussegment im Vergleich zum Einzelhandel ein weiteres Jahr unterdurchschnittlich entwickeln wird. Von den robusten Rahmenbedingungen wird aber gerade Galeria Kaufhof als Markt-, Konzept- und Systemführer im Warenhausgeschäft profitieren können. Unterstützt wird das durch unsere Mehrkanaloffensive und die damit verbundene konsequente Verzahnung der stationären und digitalen Warenhauswelt. Als Mehrkanalanbieter wird sich Galeria Kaufhof daher auch in den kommenden Jahren besser entwickeln als der vergleichbare Wettbewerb.

Erwartete Ertragslage: Ausblick für die METRO GROUP und ihre Segmente

Die Prognose basiert auf der aktuellen Konzernstruktur und erfolgt wechsellkursbereinigt. Zudem wird von einer stabilen geopolitischen Lage ausgegangen.

Voraussichtliche Umsatzentwicklung 2014/15 der METRO GROUP

Für das Geschäftsjahr 2014/15 erwartet die METRO GROUP – trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – ein leichtes Gesamtumsatzwachstum.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 0,1 Prozent im Berichtsjahr von einem leichten Anstieg aus.

Voraussichtliche Ergebnisentwicklung 2014/15 der METRO GROUP

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2014/15 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt sein.

Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, aufgrund der bereits erreichten Fortschritte bei der Transformation der Geschäftsmodelle, die auch in Zukunft fortgesetzt werden wird, das Ergebnis weiter leicht steigern zu können. Darüber hinaus legt die METRO GROUP auch 2014/15 wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP daher eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2013/14 von 1.727 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen im üblichen Rahmen.

Bei den Vertriebslinien Media-Saturn und Real soll die im Berichtsjahr 2013/14 noch rückläufige flächenbereinigte Umsatzentwicklung durch die bereits eingeleiteten Maßnahmen umgekehrt werden. Eine entsprechend positive Entwicklung im vierten Quartal 2013/14 stützt dabei diese Einschätzung. Aus diesem Grund erwartet die METRO GROUP, dass auch diese beiden Vertriebslinien im nächsten Geschäftsjahr positiv zum leichten Wachstum des flächenbereinigten Umsatzes sowie des EBIT vor Sonderfaktoren beitragen werden.

Gesamtaussage des Vorstands der METRO AG zur mittelfristigen Entwicklung der METRO GROUP

Auch in den kommenden Geschäftsjahren ist es das erklärte Ziel der METRO GROUP, den positiven Trend bei Umsatz und Ergebnis weiter fortzusetzen. Die Position der METRO GROUP als eines der führenden internationalen Handelsunternehmen soll dabei nachhaltig ausgebaut werden. Insbesondere im Mehrkanal- und Belieferungsgeschäft gibt es noch große Wachstumspotenziale.

Die METRO GROUP hat ein erfolgreiches Vertriebslinien- und Länderportfolio, qualifizierte Mitarbeiter und eine Unternehmenskultur, die Eigenverantwortung und unternehmerisches Handeln in den Vordergrund stellt. Deshalb ist die METRO GROUP für die Zukunft sehr gut aufgestellt.

14. Ergänzende Angaben für die METRO AG (gemäß HGB)

Überblick über das Geschäftsjahr 2013/14 und Prognose der METRO AG

Die METRO AG ist als Management-Holding der METRO GROUP hinsichtlich des Geschäftsverlaufs, der Lage sowie der voraussichtlichen Entwicklung mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken maßgeblich von der Entwicklung der METRO GROUP abhängig.

Angesichts der Holding-Struktur ist – abweichend von der konzernweiten Betrachtung – die wichtigste Steuerungsgröße der METRO AG im Sinne des DRS 20 der handelsrechtliche Jahresüberschuss.

Geschäftsverlauf der METRO AG

Der Geschäftsverlauf der METRO AG ist wesentlich geprägt von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen. Der Abschluss der METRO AG nach handelsrechtlichen Vorschriften dient als Ausschüttungsbemessungsgrundlage. Im Folgenden sind die Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Bilanz der METRO AG nach HGB dargestellt. Den Angaben zum Bilanzstichtag 30. September 2014 werden jeweils die Werte des vorangegangenen Jahresabschlusses für das Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar 2013 bis 30. September 2013 gegenübergestellt.

Ertragslage der METRO AG und Gewinnverwendung

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr
vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014 nach HGB

Mio. €	9M 2013	12M 2013/14
Beteiligungsergebnis	347	811
Finanzergebnis	-101	-95
Sonstige betriebliche Erträge	389	475
Personalaufwand	-89	-148
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-26	-15
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-296	-433
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	224	595
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0	-7
Sonstige Steuern	1	-2
Jahresüberschuss	225	586
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	22	0
Einstellungen in Gewinnrücklagen	-110	-267
Bilanzgewinn	137	319

Die METRO AG weist im Geschäftsjahr 2013/14 ein Beteiligungsergebnis in Höhe von 811 Mio. € gegenüber 347 Mio. € im Vorjahr aus. Hierbei ist zu beachten, dass die Berichtsperiode einen Zeitraum von zwölf Monaten beschreibt, während die Vergleichsperiode des Vorjahres einen Neun-Monats-Zeitraum umfasst.

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 410 Mio. € (9M 2013: 478 Mio. €) setzen sich im Wesentlichen zusammen aus Gewinnen der Vertriebslinien Media-Saturn und Galeria Kaufhof, Verlusten von METRO Cash & Carry Deutschland und Real Deutschland sowie Gewinnen aus der konzerninternen Übertragung von Anteilen an METRO Cash & Carry Russland.

Die Erträge aus Beteiligungen ohne Gewinnabführungsvertrag in Höhe von 485 Mio. € (9M 2013: 147 Mio. €) resultieren weitestgehend aus Ausschüttungen von Immobiliengesellschaften des Konzerns. In ihnen enthalten sind auch Gewinne aus der konzerninternen Übertragung von Anteilen an Immobiliengesellschaften.

Aufgrund des hohen Betrags an Gewinnen aus konzerninternen Transaktionen (764 Mio. €) wurde im Geschäftsjahr 2013/14 auf die mögliche Vereinnahmung von Ergebnissen

aus der operativen Geschäftstätigkeit ausländischer Cash-and-Carry-Gesellschaften verzichtet.

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurden auf Basis von Gewinnabführungsverträgen Verluste in Höhe von 16 Mio. € (9M 2013: 138 Mio. €) übernommen. Diese Verluste resultieren aus dem Bereich der Konzern-Immobilien-servicegesellschaften.

Abschreibungen des Geschäftsjahres auf Anteile an verbundenen Unternehmen resultieren mit 29 Mio. € aus den internationalen Cash-and-Carry-Aktivitäten sowie mit 6 Mio. € aus dem Immobilienbereich.

Aufwendungen aus dem Abgang von Finanzanlagevermögen resultieren mit 33 Mio. € aus dem Verkauf des Türkei-Geschäfts der Vertriebslinie Real.

Das Finanzergebnis beläuft sich auf –95 Mio. € (9M 2013: –101 Mio. €).

Die METRO AG agiert im Rahmen des Verrechnungspreissystems als sogenannter Franchise-Geber für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry. Die Leistungserbringung besteht hauptsächlich in der Überlassung und Weiterentwicklung von Geschäftskonzepten, Softwareanwendungen und Holding-Dienstleistungen. Um diese Leistungen erbringen zu können, werden insbesondere IT-Dienstleistungen und Software von METRO SYSTEMS erworben, die sich innerhalb der sonstigen Aufwendungen und Abschreibungen niederschlagen. Die Leistungsverrechnung erfolgt durch Berechnung einer fremdvergleichskonformen Vergütung. Die METRO AG hat im Geschäftsjahr 2013/14 den nationalen und internationalen operativen Gesellschaften der Vertriebslinie METRO Cash & Carry eine sogenannte Franchise-Gebühr in Höhe von insgesamt 289 Mio. € (9M 2013: 222 Mio. €) in Rechnung gestellt. Die Franchise-Gebühr selbst ist ein in Abhängigkeit von der Nutzung der offerierten Leistungen berechneter Prozentsatz vom Umsatz und Ergebnis der operativen Gesellschaft. Diese an Tochterunternehmen berechneten Franchise-Gebühren erhöhten sich gegenüber dem Vorjahr aufgrund des längeren Abrechnungszeitraums.

Die Erträge aus Verwaltungsleistungen für Tochterunternehmen sind bedingt durch den längeren Abrechnungszeitraum gegenüber dem Vorjahr angestiegen.

Aus der Summe aller sonstigen betrieblichen Erträge, sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie der Abschreibungen

auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der METRO AG ergab sich zum Stichtag insgesamt ein Rückgang auf 27 Mio. € gegenüber 67 Mio. € im Vorjahr.

Im Durchschnitt der vier Quartale des Geschäftsjahres 2013/14 beschäftigte die METRO AG 1.072 (9M 2013: 940) Mitarbeiter. Teilzeitbeschäftigte und Aushilfen wurden auf Vollzeitkräfte umgerechnet. Die Personalaufwendungen betragen 148 Mio. € (9M 2013: 89 Mio. €). Außer den Effekten aus dem längeren Berichtszeitraum gegenüber dem Rumpfgeschäftsjahr der Vergleichsperiode sowie dem Anstieg der durch die Übernahme von Mitarbeitern von Konzernimmobilien-gesellschaften führten höhere erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile zu einem Anstieg der Personalaufwendungen.

Der Jahresüberschuss beläuft sich auf 586 Mio. € (9M 2013: 225 Mio. €) und liegt damit leicht oberhalb der zu Beginn der Berichtsperiode abgegebenen Prognose für das Geschäftsjahr 2013/14.

Nach Einstellung von 267 Mio. € in die Gewinnrücklagen weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn von 319 Mio. € gegenüber 137 Mio. € im Rumpfgeschäftsjahr 2013 aus.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns 2013/14 schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 319 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 0,90 € je Stammaktie und 1,13 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 295 Mio. €, zu beschließen und den Restbetrag als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen. Der Beschlussvorschlag berücksichtigt die für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht gezahlte und nach Maßgabe von § 140 Abs. 2 AktG, § 21 Abs. 2 der Satzung der METRO AG nachzuzahlenden Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie.

Finanzlage der METRO AG

Zahlungsmittelflüsse

Zahlungsmittelflüsse ergaben sich im Berichtsjahr im Wesentlichen aus Finanzierungsvorgängen mit Unternehmen der METRO GROUP. Kurzfristige, zum Ende des Geschäftsjahres aus den Vertriebslinien bereitgestellte Geldanlagen betragen zum Stichtag 381 Mio. € (9M 2013: 739 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr resultiert überwiegend aus der Situation, dass vorhandene Liquidität vermehrt zur Rückführung von Finanzschulden genutzt wurde.

Kapitalstruktur

Passiva		
Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	835	835
Stammaktien	828	828
Vorzugsaktien	7	7
(Bedingtes Kapital)	(128)	(128)
Kapitalrücklage	2.558	2.558
Gewinnrücklagen	2.256	2.660
Bilanzgewinn	137	319
	5.786	6.372
Rückstellungen		
	326	384
Verbindlichkeiten		
	4.948	4.352
Rechnungsabgrenzungsposten		
	6	5
	11.066	11.113

Die Passivseite der Bilanz besteht mit 6.372 Mio. € (9M 2013: 5.786 Mio. €) aus Eigenkapital und mit 4.741 Mio. € (9M 2013: 5.280 Mio. €) aus Rückstellungen, Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Die Eigenkapitalquote beträgt zum Stichtag 57,3 Prozent gegenüber 52,3 Prozent im Vorjahr. Die Rückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 384 Mio. € (9M 2013: 326 Mio. €). Im Bereich der Verbindlichkeiten aus Anleihen ergab sich ein leichter Rückgang um 47 Mio. € auf 2.834 Mio. €, die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erhöhten sich leicht auf 470 Mio. € (9M 2013: 465 Mio. €). Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen reduzierte sich der Bestand auf 956 Mio. € (9M 2013: 1.491 Mio. €). Dieser Rückgang resultiert hauptsächlich aus geringeren, von den Vertriebslinien zum Stichtag kurzfristig bereitgestellten Mitteln. Die sonstigen Verbindlichkeiten liegen zum Stichtag mit 81 Mio. € um 16 Mio. € unter dem Vorjahresbestand von 97 Mio. €.

Vermögenslage der METRO AG

Aktiva		
Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	18	8
Sachanlagen	2	2
Finanzanlagen	8.375	7.886
	8.395	7.896
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	1.919	2.819
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	739	381
	2.658	3.200
Rechnungsabgrenzungsposten		
	13	17
	11.066	11.113

Die Aktiva betragen zum Stichtag insgesamt 11.113 Mio. € und sind überwiegend mit 7.886 Mio. € durch Finanzanlagen, mit 2.552 Mio. € durch Forderungen gegen verbundene Unternehmen sowie mit 381 Mio. € durch Guthaben bei Kreditinstituten geprägt. Die Finanzanlagen verminderten sich gegenüber dem Vorjahr um 489 Mio. € und stellen nun 71,0 Prozent der Bilanzsumme dar. Dieser insgesamt zu verzeichnende Rückgang resultiert mit 976 Mio. € aus der Rückführung bei einer gleichzeitigen Neuvergabe in Höhe von 422 Mio. € im Wesentlichen aus dem Bereich der langfristigen konzerninternen Darlehen. Abschreibungen auf Anteile an verbundenen Unternehmen waren im Geschäftsjahr in Höhe von 35 Mio. € vorzunehmen. Die Forderungen gegen verbundene Unternehmen weisen gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg in Höhe von 975 Mio. € auf – diese Position spiegelt den kurzfristigen Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften zum Stichtag wider und repräsentiert 23,0 Prozent der gesamten Aktiva.

Die Position Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 358 Mio. € auf 381 Mio. €. Dieser Rückgang gegenüber dem Vorjahresstichtag 30. September 2013 ergibt sich überwiegend aus der Situation, dass vorhandene Liquidität vermehrt zur Rückführung von Finanzschulden genutzt wurde.

Risikosituation der METRO AG

Da die METRO AG unter anderem durch Finanzierungs- und Garantiezusagen sowie durch mittel- und unmittelbare Investitionen in die Beteiligungsunternehmen weitgehend mit den Unternehmen der METRO GROUP verbunden ist, ist die Risikosituation der METRO AG wesentlich von der Risikosituation der METRO GROUP abhängig. Insoweit gelten die Aussagen zur Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung auch als Zusammenfassung der Risikosituation der METRO AG.

Prognose der METRO AG

Die Entwicklung der METRO AG ist in ihrer Funktion als Holding wesentlich von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen abhängig. Aus der übernommenen Funktion als Franchise-Geber wird bei positiver Entwicklung der angeschlossenen Vertriebslinien mit einem Anstieg der Franchise-Gebühren gerechnet. Bei einem stabilen Finanzergebnis sowie einer weitgehend unveränderten Kostenstruktur gehen wir für das Geschäftsjahr 2014/15 davon aus, dass der Jahresüberschuss auf dem Niveau des aktuellen Geschäftsjahres liegen wird.

Geplante Investitionen der METRO AG

Im Rahmen der Durchführung von Investitionen der METRO GROUP wird die METRO AG die Konzerngesellschaften bei Bedarf durch Anteilserhöhungen oder Ausleihungen unterstützen. Darüber hinaus können sich im Rahmen von konzerninternen Anteilstransfers Investitionen in Anteile an verbundenen Unternehmen ergeben.

Erklärung zur Unternehmensführung

Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289 a HGB ist auf der Website der Gesellschaft (www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance öffentlich zugänglich.

Erklärung gemäß § 312 AktG

Der Vorstand der METRO AG hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2013/14 erstellt und am Schluss des Berichts folgende Erklärung abgegeben:

„Der Vorstand der METRO AG erklärt, dass die Gesellschaft nach den Umständen, die ihm in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen oder die Maßnahmen getroffen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat und dadurch, dass die Maßnahmen getroffen wurden, nicht benachteiligt wurde. Andere berichtspflichtige Maßnahmen haben im Geschäftsjahr nicht vorgelegen.“

KONZERNABSCHLUSS

S. 174	Gewinn- und Verlustrechnung
S. 175	Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
S. 176	Bilanz
S. 178	Eigenkapitalentwicklung
S. 180	Kapitalflussrechnung
S. 181	ANHANG
S. 182	Segmentberichterstattung
S. 184	Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses
S. 204	Kapitalmanagement
S. 205	Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
S. 213	Erläuterungen zur Bilanz
S. 253	Sonstige Erläuterungen
S. 276	Organe der METRO AG und ihre Mandate
S. 317	Versicherung der gesetzlichen Vertreter
S. 318	Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

KONZERNABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung
 für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014

Mio. €	Anhang Nr.	9M 2013	12M 2012/13 ¹	12M 2013/14
Umsatzerlöse	1	46.321	65.679	63.035
Umsatzkosten		-36.950	-52.053	-49.815
Bruttoergebnis vom Umsatz		9.371	13.626	13.220
Sonstige betriebliche Erträge	2	1.393	1.978	1.372
Vertriebskosten	3	-8.886	-12.181	-11.768
Allgemeine Verwaltungskosten	4	-1.044	-1.489	-1.408
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-131	-246	-143
Betriebliches Ergebnis EBIT		703	1.688	1.273
Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	6	6	6	9
Sonstiges Beteiligungsergebnis	7	7	19	78
Zinsertrag	8	62	89	50
Zinsaufwand	8	-427	-606	-459
Übriges Finanzergebnis	9	-162	-148	-242
Finanzergebnis		-514	-640	-564
Ergebnis vor Steuern EBT		189	1.048	709
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11	-260	-990	-527
Periodenergebnis		-71	58	182
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	12	0	93	55
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis		-71	-35	127
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	13	-0,22	-0,11	0,39

¹Ungeprüft

Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13 ¹	12M 2013/14
Periodenergebnis	-71	58	182
Sonstiges Ergebnis			
Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden	7	-28	-215
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	10	-34	-256
Auf die Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden, entfallende Ertragsteuern	-3	6	41
Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten	-38	-60	-93
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-99	-135	-30
Effektiver Teil der Gewinne / Verluste aus Cashflow Hedges	6	5	21
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	65	68	-70
Auf die Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten, entfallende Ertragsteuern	-10	2	-14
Sonstiges Ergebnis	-31	-88	-308
Gesamtergebnis	-102	-30	-126
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Gesamtergebnis	-8	84	57
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	-94	-114	-183

¹Ungeprüft

Bilanz zum 30. September 2014

Aktiva

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2013	30.9.2014
Langfristige Vermögenswerte		16.646	15.572
Geschäfts- oder Firmenwerte	18	3.763	3.671
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	19	393	380
Sachanlagen	20	10.709	10.025
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	21	156	223
Finanzanlagen	22	319	71
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	22	132	95
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	23	337	272
Latente Steueransprüche	24	837	835
Kurzfristige Vermögenswerte		12.165	12.432
Vorräte	25	5.856	5.946
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	26	547	560
Finanzanlagen		8	1
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	23	2.601	2.836
Ertragsteuererstattungsansprüche		297	223
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	29	2.564	2.406
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	30	292	460
		28.811	28.004

Passiva

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2013	30.9.2014
Eigenkapital	31	5.206	4.999
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.793	1.602
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		27	11
Langfristige Schulden		8.003	6.921
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	32	1.508	1.684
Sonstige Rückstellungen	33	429	478
Finanzschulden	34, 36	5.763	4.453
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	176	176
Latente Steuerschulden	24	127	130
Kurzfristige Schulden		15.602	16.084
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	34, 35	9.805	9.930
Rückstellungen	33	621	615
Finanzschulden	34, 36	2.200	2.615
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	34, 37	2.531	2.528
Ertragsteuerschulden	34	181	198
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	30	264	198
		28.811	28.004

Eigenkapitalentwicklung¹

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014

Mio. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	Bewertungs- effekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Währungs- umrechnungs- differenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche
30.9./1.10.2012²	835	2.544	56	2	-278
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	-1	3	-38
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0
31.12.2012/1.1.2013	835	2.544	55	5	-316
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	6	65	-91
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	7	0	0	0
30.9./1.10.2013	835	2.551	61	70	-407
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	21	-70	-34
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0
30.9.2014	835	2.551	82	0	-441

¹ Die Eigenkapitalentwicklung wird im Anhang unter Nummer 31 Eigenkapital erläutert² Ungeprüft

Neubewertung von leistungs- orientierten Pensionsplänen	Auf Komponenten des „Sonstigen Ergebnisses“ entfallende Ertragsteuer	Übrige Gewinnrücklagen	Gewinnrücklagen gesamt	Eigenkapital vor Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter gesamt	davon auf das „Sonstige Ergebnis“ entfallend	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	davon auf das „Sonstige Ergebnis“ entfallend	Eigenkapital gesamt
-580	166	2.873	2.239	5.618		31		5.649
0	0	0	0	0		-48		-48
-41	21	36	-20	-20	[-56]	92	[-1]	72
0	0	-10	-10	-10		-5		-15
0	0	5	5	5		3		8
-621	187	2.904	2.214	5.593		73		5.666
0	0	-327	-327	-327		-51		-378
10	-13	-71	-94	-94	[-23]	-8	[-8]	-102
0	0	-11	-11	-11		10		-1
0	0	11	11	18		3		21
-611	174	2.506	1.793	5.179		27		5.206
0	0	0	0	0		-86		-86
-254	27	127	-183	-183	[-310]	57	[2]	-126
0	0	-4	-4	-4		8		4
0	0	-4	-4	-4		5		1
-865	201	2.625	1.602	4.988		11		4.999

Kapitalflussrechnung¹

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13 ²	12M 2013/14
EBIT	703	1.688	1.273
Zu-/Abschreibungen auf Anlagevermögen ohne Finanzanlagen	955	1.445	1.271
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	-65	94	24
Veränderung des Nettobetriebsvermögens	-2.395	468	-28
Zahlungen Ertragsteuern	-323	-363	-393
Umgliederung Gewinne [-] / Verluste [+] aus dem Abgang von Anlagevermögen	-184	-345	-101
Sonstiges	-459	-320	-38
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	-1.768	2.667	2.008
Unternehmensakquisitionen	-12	-9	0
Investitionen in Sachanlagen (ohne Finanzierungs-Leasing)	-549	-913	-862
Sonstige Investitionen	-179	-223	-387
Unternehmensveräußerungen	953	953	-89
Anlagenabgänge	350	568	522
Gewinne [+] / Verluste [-] aus dem Abgang von Anlagevermögen	184	345	101
Cashflow aus Investitionstätigkeit	747	721	-715
Gewinnausschüttungen			
an METRO AG Gesellschafter	-327	-327	0
an andere Gesellschafter	-51	-99	-86
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter	-271	-271	-1
Aufnahme von Finanzschulden	1.370	3.735	3.390
Tilgung von Finanzschulden	-1.968	-5.272	-4.255
Gezahlte Zinsen	-425	-593	-450
Erhaltene Zinsen	61	94	49
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanzierungstätigkeit	-79	-81	-95
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.690	-2.814	-1.448
Summe der Cashflows	-2.711	574	-155
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-24	-19	-1
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-2.735	555	-156
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Januar / 1. Oktober gesamt	5.299	2.075	2.564
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September gesamt	2.564	2.630	2.408
Abzüglich zur Veräußerung stehende Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September	0	-66	-2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September	2.564	2.564	2.406

¹ Die Kapitalflussrechnung wird im Anhang unter Nummer 41 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung erläutert

² Ungeprüft

ANHANG

Segmentberichterstattung¹

Geschäftssegmente²

Mio. €	METRO Cash & Carry			Media-Saturn			Real		
	9M 2013 ²	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013 ²	12M 2012/13 ³	12M 2013/14
Außenumsätze (netto)	22.559	31.165	30.513	14.405	21.053	20.981	7.261	10.366	8.432
Innenumsätze (netto)	36	50	47	2	3	2	0	0	0
Umsatzerlöse (netto)	22.595	31.215	30.560	14.407	21.056	20.983	7.261	10.366	8.432
EBITDAR	1.138	1.958	1.654	654	1.178	1.234	524	705	404
EBITDA	1.004	1.797	1.460	152	515	537	303	410	172
Abschreibungen	404	592	557	212	341	295	112	188	153
Zuschreibungen	0	0	1	6	10	1	1	2	0
EBIT	600	1.205	904	-54	184	244	193	224	19
Investitionen	261	504	441	183	276	244	68	117	172
Segmentvermögen	11.556	11.556	11.491	5.086	5.086	5.060	3.139	3.139	3.121
davon langfristig	(8.457)	(8.457)	(7.999)	(1.668)	(1.668)	(1.542)	(2.105)	(2.105)	(2.083)
Segmentsschulden	5.336	5.336	5.590	5.299	5.299	5.532	1.437	1.437	1.042
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	5.554	5.554	5.576	3.022	3.022	3.070	2.758	2.758	2.145
Standorte (Anzahl)	752	752	766	948	948	986	384	384	311

Regionensegmente

Mio. €	Deutschland			Westeuropa (ohne Deutschland)			Osteuropa		
	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14
Außenumsätze (netto)	17.840	25.623	25.478	13.664	19.192	19.081	12.011	17.180	14.755
Innenumsätze (netto)	162	219	194	63	90	131	9	15	15
Umsatzerlöse (netto)	18.002	25.843	25.672	13.727	19.282	19.211	12.021	17.194	14.770
EBITDAR	788	1.482	1.511	721	1.284	1.012	924	1.458	1.048
EBITDA	365	932	965	439	920	610	772	1.253	869
Abschreibungen	442	604	563	204	298	340	246	433	326
Zuschreibungen	0	4	0	5	5	1	2	6	9
EBIT	-76	332	402	240	627	271	528	825	552
Investitionen	328	458	654	146	312	227	129	292	252
Segmentvermögen	10.762	10.762	10.805	6.036	6.036	5.977	6.239	6.239	5.708
davon langfristig	(6.411)	(6.411)	(6.314)	(3.599)	(3.599)	(3.464)	(4.311)	(4.311)	(3.873)
Segmentsschulden	6.926	6.926	6.914	4.223	4.223	4.457	2.941	2.941	2.759
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	5.774	5.774	5.760	2.861	2.861	2.841	3.400	3.400	2.855
Standorte (Anzahl)	944	944	951	613	613	620	541	541	498

¹ Die Segmentberichterstattung wird unter Nummer 42 Segmentberichterstattung erläutert

² Geänderte Darstellung (siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses); die Vergleichsperioden wurden entsprechend angepasst

³ Ungeprüft

Galeria Kaufhof			Sonstige			Konsolidierung			METRO GROUP		
9M 2013 ²	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013 ²	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013 ²	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013 ²	12M 2012/13 ³	12M 2013/14
2.086	3.082	3.099	10	14	10	0	0	0	46.321	65.679	63.035
0	0	0	4.141	5.774	5.808	-4.180	-5.828	-5.857	0	0	0
2.086	3.082	3.099	4.152	5.788	5.818	-4.180	-5.828	-5.857	46.321	65.679	63.035
212	465	441	18	-18	-23	-3	3	-4	2.543	4.291	3.706
114	335	314	87	75	64	-3	0	-2	1.657	3.133	2.545
90	122	121	149	224	164	-4	-6	-6	962	1.460	1.282
0	0	0	0	3	9	0	0	0	7	15	11
24	214	193	-62	-145	-91	2	6	4	703	1.688	1.273
60	97	208	119	181	144	0	0	0	691	1.175	1.209
2.146	2.146	2.267	2.838	2.838	2.329	-542	-542	-447	24.223	24.223	23.821
(1.558)	(1.558)	(1.645)	(1.627)	(1.627)	(1.350)	(-62)	(-62)	(-52)	(15.352)	(15.352)	(14.566)
906	906	941	2.157	2.157	2.125	-490	-490	-391	14.645	14.645	14.839
1.439	1.439	1.446	0	0	0	0	0	0	12.773	12.773	12.236
137	137	137	0	0	0	0	0	0	2.221	2.221	2.200

Asien/Afrika			International			Konsolidierung			METRO GROUP		
9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14	9M 2013	12M 2012/13 ³	12M 2013/14
2.805	3.685	3.722	28.481	40.056	37.557	0	0	0	46.321	65.679	63.035
23	32	34	96	137	179	-258	-356	-373	0	0	0
2.829	3.716	3.755	28.576	40.193	37.737	-258	-356	-373	46.321	65.679	63.035
109	70	138	1.754	2.812	2.198	2	-2	-3	2.543	4.291	3.706
78	30	105	1.290	2.202	1.583	3	-1	-3	1.657	3.133	2.545
70	124	54	520	856	719	0	0	0	962	1.460	1.282
0	0	1	7	11	11	0	0	0	7	15	11
8	-95	52	777	1.357	875	3	-1	-3	703	1.688	1.273
87	113	75	363	717	555	0	0	0	691	1.175	1.209
1.594	1.594	1.719	13.868	13.868	13.404	-407	-407	-388	24.223	24.223	23.821
(1.035)	(1.035)	(919)	(8.944)	(8.944)	(8.256)	(-3)	(-3)	(-3)	(15.352)	(15.352)	(14.566)
922	922	1.047	8.087	8.087	8.262	-367	-367	-338	14.645	14.645	14.839
738	738	780	6.999	6.999	6.476	0	0	0	12.773	12.773	12.236
123	123	131	1.277	1.277	1.249	0	0	0	2.221	2.221	2.200

Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Grundlagen der Rechnungslegung

Die METRO AG als Konzernmutter des METRO AG Konzerns (im Folgenden auch METRO GROUP) hat ihren Sitz in der Metro-Straße 1 in Düsseldorf, Deutschland. Der vorliegende Konzernabschluss der METRO AG zum 30. September 2014 wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) des International Accounting Standards Board (IASB), London, aufgestellt. Er berücksichtigt alle zu diesem Zeitpunkt verabschiedeten und in der Europäischen Union verpflichtend anzuwendenden Bilanzierungsstandards und Interpretationen. Durch Einhaltung der Standards und Interpretationen wird ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO AG vermittelt.

Der Konzernabschluss entspricht in der vorliegenden Fassung der Vorschrift des §315a Handelsgesetzbuch (HGB). Diese bildet die Rechtsgrundlage für die Konzernrechnungslegung nach internationalen Standards in Deutschland zusammen mit der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 19. Juli 2002, betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards.

Das Datum der Unterschrift durch den Vorstand der METRO AG (24. November 2014) ist gleichzeitig das Datum der Freigabe des Konzernabschlusses durch den Vorstand zur Veröffentlichung und Weitergabe an den Aufsichtsrat.

Der vorliegende Konzernabschluss basiert grundsätzlich auf dem historischen Anschaffungskostenprinzip. Wesentliche Ausnahmen hiervon sind zum Fair Value bilanzierte Finanzinstrumente sowie finanzielle Vermögenswerte und Schulden, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair-Value-Hedges mit ihren Fair Values bewertet werden. Ferner sind zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen mit dem Fair Value abzüglich Veräußerungskosten bilanziert, sofern dieser Wert unter dem Buchwert liegt. Verbindlichkeiten aus anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich werden ebenfalls zum Fair Value ausgewiesen. Darüber hinaus sind die finanziellen Verpflichtungen aus nicht beherrschenden Gesellschaftern gewährten Andienungsrechten zum Fair Value bewertet.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt.

Zur Verbesserung der Klarheit und Aussagefähigkeit werden einzelne Posten in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie der Bilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Der Konzernabschluss wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge sind in Millionen Euro (Mio. €) angegeben, sofern nicht auf Abweichungen besonders hingewiesen wird. Beträge unter 0,5 Mio. € werden abgerundet und mit 0 Mio. € berichtet. Seit 2012 werden lediglich in der Gewinn- und Verlustrechnung, der Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, der Bilanz, der Eigenkapitalentwicklung sowie der Kapitalflussrechnung die Zahlen so gerundet, dass sich aus ihnen die jeweilige Summe ergibt. In allen anderen Tabellen wurden die einzelnen Zahlen sowie die Summen getrennt voneinander gerundet. Dementsprechend können Rundungsdifferenzen auftreten.

In den folgenden Kapiteln werden die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden dargestellt, die bei der Erstellung des Konzernabschlusses zur Anwendung kamen.

Geschäftsjahresumstellung

Im Jahr 2013 hat die METRO AG ihr Geschäftsjahr umgestellt. Seitdem enden die Geschäftsjahre der METRO AG am 30. September anstatt am 31. Dezember. Im Rahmen des Übergangs war das Geschäftsjahr 2013 ein neunmonatiges Rumpfgeschäftsjahr, das den Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013 umfasste. Das aktuelle Geschäftsjahr 2013/14 umfasst wieder ein reguläres zwölfmonatiges Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis zum 30. September 2014.

Um eine größtmögliche Vergleichbarkeit zu gewährleisten, werden im vorliegenden Konzernabschluss bei zeitraumbezogenen Angaben die angepasste Vergleichsperiode 12M 2012/13 (1. Oktober 2012 bis 30. September 2013) sowie die berichteten Vorjahreszahlen der Periode 9M 2013 (1. Januar 2013 bis 30. September 2013) des Rumpfgeschäftsjahres 2013 gezeigt. Für die Vergleichszahlen 12M 2012/13 wurden den Werten des Rumpfgeschäftsjahres 2013 die ungeprüften Werte vom 1. Oktober 2012 bis zum 31. Dezember 2012 (viertes Quartal 2012)

hinzuaddiert. Diese Vergleichslogik wird sowohl in tabellarischen Übersichten als auch im Textteil verwendet.

Die in den Spiegeldarstellungen präsentierten Entwicklungen beinhalten grundsätzlich den Drei-Monats-Zeitraum vom 1. Oktober 2012 bis zum 31. Dezember 2012 / 1. Januar 2013, den Neun-Monats-Zeitraum vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013 / 1. Oktober 2013 und den Zwölf-Monats-Zeitraum vom 1. Oktober 2013 bis zum 30. September 2014.

Seit dem 1. Januar 2013 ist der überarbeitete IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) verpflichtend anzuwenden. Die Erstanwendung erfolgte gemäß Übergangsvorschriften bei der METRO GROUP retrospektiv. Die in diesem Konzernzwischenabschluss als Bestandteil von 12M 2012/13 berichteten Werte für das erste Quartal 2012/13 sind entsprechend angepasst. Da das erste Quartal 2012/13 in der Vergangenheit nicht separat als Quartalsbericht mit Werten nach alter Regelung berichtet wurde, wird bei allen Tabellen auf Fußnoten zu dieser Änderung verzichtet.

Anwendung neuer Rechnungslegungsvorschriften

Im Geschäftsjahr 2013/14 keine erstmalige Anwendung von Rechnungslegungsvorschriften

Im Jahr 2013 hat die METRO AG ihr Geschäftsjahr auf den Stichtag 30. September umgestellt. Der vorliegende Konzernabschluss betrifft das Geschäftsjahr 2013/14, welches den Zeitraum 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014 umfasst. Sämtliche neuen Rechnungslegungsvorschriften, anwendbar für Geschäftsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2014 begannen, werden somit erst im nächsten Geschäftsjahr, welches am 1. Oktober 2014 beginnt, berücksichtigt. Somit wurden im Konzernabschluss zum 30. September 2014 keine neuen Rechnungslegungsvorschriften angewandt.

Veröffentlichte, aber im Geschäftsjahr 2013/14 noch nicht angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Vom IASB wurde eine Reihe weiterer Bilanzierungsstandards und Interpretationen neu verabschiedet beziehungsweise überarbeitet, die von der METRO AG im Geschäftsjahr 2013/14 noch nicht umgesetzt wurden, da sie entweder noch nicht zwingend anzuwenden waren oder noch nicht von der Europäischen Kommission zur Anwendung genehmigt wurden.

Standard/ Interpretation	Titel	Anwendungsbeginn gemäß IFRS ¹	Anwendung bei METRO AG ab ²	Genehmigt durch EU ³
IFRS 9	Finanzinstrumente	1.1.2018	1.10.2018 ⁴	Nein
IFRS 10	Konzernabschlüsse	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Übergangleitlinien)	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Investmentgesellschaften)	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Joint Venture) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen (Änderung: Übergangleitlinien)	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen (Änderung: Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an einer gemeinsamen Geschäftstätigkeit) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen (Änderung: Übergangleitlinien)	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen (Änderung: Investmentgesellschaften)	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
IFRS 14	Regulatorische Abgrenzungsposten ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 15	Erlöse aus Verträgen mit Kunden ⁶	1.1.2017	1.10.2017 ⁴	Nein
IAS 16	Sachanlagen (Änderung: Fruchttragende Pflanzen) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 16	Sachanlagen (Änderung: Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 19	Leistungen an Arbeitnehmer (Änderung: Leistungsorientierte Pläne: Arbeitnehmerbeiträge) ⁶	1.7.2014	1.10.2014 ⁴	Nein
IAS 27	Einzelabschlüsse (Überarbeitung sowie Umbenennung im Rahmen der Einführung von IFRS 10)	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IAS 27	Einzelabschlüsse (Änderung: Investmentgesellschaften)	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
IAS 27	Einzelabschlüsse (Änderung: Equity-Methode im separaten Abschluss) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 28	Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Überarbeitung sowie Umbenennung im Rahmen der Einführung von IFRS 11)	1.1.2013	1.10.2014 ⁵	Ja
IAS 28	Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Änderung: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Joint Venture) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 32	Finanzinstrumente: Darstellung (Änderung: Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten)	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
IAS 36	Wertminderung von Vermögenswerten (Änderung: Angaben zum erzielbaren Betrag bei nicht finanziellen Vermögenswerten)	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
IAS 38	Immaterielle Vermögenswerte (Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 39	Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung (Änderung: Novationen von Derivaten und Fortsetzung der Bilanzierung von Sicherungsgeschäften)	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
IAS 41	Landwirtschaft (Änderung: Fruchttragende Pflanzen) ⁶	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRIC 21	Abgaben	1.1.2014	1.10.2014 ⁴	Ja
Diverse	Verbesserungen der IFRS (2010–2012 und 2011–2013)	1.7.2014	1.10.2014 ⁴	Nein
Diverse	Verbesserungen der IFRS (2012–2014)	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein

¹ Ohne vorzeitige Anwendung² Voraussetzung: Genehmigung zur Anwendung (Endorsement) durch die EU ist erfolgt³ Stand: 30. September 2014⁴ Anwendung erst zum 1. Oktober aufgrund der Abweichung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr⁵ Für Unternehmen in der EU erfolgt die Anwendung erst ab dem 1. Januar 2014; Anwendung bei der METRO AG

zum 1. Oktober aufgrund der Abweichung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr

⁶ Offizieller deutscher Titel noch nicht bekannt – daher eigene Übersetzung

IFRS 9 (Finanzinstrumente)

Durch den neuen Standard IFRS 9 (Finanzinstrumente) werden in Zukunft die derzeitigen Regelungen des IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten ersetzt.

Finanzinstrumente sind anzusetzen, wenn das bilanzierende Unternehmen Vertragspartner wird und damit Rechte aus dem Finanzinstrument erwirbt oder vergleichbare Pflichten einget. Die Erstbewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten erfolgt prinzipiell zum beizulegenden Zeitwert, gegebenenfalls angepasst um Transaktionskosten. Lediglich Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ohne bedeutende Finanzierungskomponente werden zum Transaktionspreis angesetzt.

Zum Ansatzzeitpunkt sind Regelungen zur Klassifizierung zu berücksichtigen. Mit der Klassifizierung eines finanziellen Vermögenswerts und einer finanziellen Verbindlichkeit ist wie nach IAS 39 seine Folgebewertung verknüpft. Die Klassifizierung von finanziellen Vermögenswerten erfolgt auf Grundlage der Eigenschaften der vertraglich festgelegten Cashflows des finanziellen Vermögenswerts sowie des Geschäftsmodells, mit dem das Unternehmen den finanziellen Vermögenswert steuert. Die ursprünglich vier Bewertungskategorien für finanzielle Vermögenswerte wurden auf zwei Kategorien reduziert: Finanzielle Vermögenswerte, bilanziert zu fortgeführten Anschaffungskosten (Kategorie 1) und finanzielle Vermögenswerte, bewertet zum beizulegenden Zeitwert (Kategorie 2), wobei letztere Kategorie zwei Unterkategorien kennt (siehe nächster Abschnitt).

Ist das mit dem finanziellen Vermögenswert verfolgte Geschäftsmodell auf die Vereinnahmung von Zahlungen wie Tilgung und Zinsen ausgerichtet und sehen die Vertragsbedingungen bestimmbar Zahlungen ausschließlich für Zinsen und Tilgung vor, handelt es sich um ein Finanzinstrument, welches zu fortgeführten Anschaffungskosten zu bilanzieren ist (Kategorie 1). Zielt das Geschäftsmodell auf die Vereinnahmung von Zahlungen und den Verkauf des finanziellen Vermögenswerts ab und sind die Zahlungszeitpunkte vorgegeben, sind die Wertänderungen seines beizulegenden Zeitwerts erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen (Unterkategorie 2 a). Sind die genannten Bedingungen jeweils nicht kumulativ erfüllt, ist der finanzielle Vermögenswert erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten (Unterkategorie 2 b). Die fortgeführten Anschaffungskosten werden nach der Effektivzinsmethode ermittelt, während für

die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert IFRS 13 (Bewertung zum beizulegenden Zeitwert) heranzuziehen ist.

Aufgrund der obigen Klassifizierungskriterien würden Eigenkapitalinstrumente prinzipiell der Unterkategorie 2 b zugeordnet werden. Für Eigenkapitalinstrumente, welche die Zahlungsstrombedingung nicht erfüllen, besteht bei Erstansatz jedoch ein unwiderrufliches Wahlrecht, diese in Unterkategorie 2 a einzuordnen. Zudem können Finanzinstrumente in die Unterkategorie 2 b klassifiziert werden, entgegen der Ausgestaltung der Fair-Value-Option nach IAS 39 jedoch ausschließlich dann, wenn hierdurch Ansatz- oder Bewertungsinkonsistenzen vermieden werden können.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden im Regelfall zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt (Kategorie 1). In einigen Fällen, wie bei zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Verbindlichkeiten, ist jedoch eine erfolgswirksame Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorgeschrieben (Unterkategorie 2 b). Zudem gilt auch hier die Fair-Value-Option einer erfolgswirksamen Bewertung zum beizulegenden Zeitwert im Falle von Inkonsistenzen. Im Unterschied zu finanziellen Vermögenswerten sind bei finanziellen Verbindlichkeiten eingebettete trennungspflichtige Derivate möglich. Bei Vorliegen einer Trennungspflicht wird der Basisvertrag in der Regel nach den Regeln der Kategorie 1 und das Derivat nach den Regeln der Unterkategorie 2 b bewertet.

Anders als im IAS 39 („Incurred loss model“) stehen nach IFRS 9 die erwarteten Verluste im Fokus. Dieses „Expected loss model“ sieht grundsätzlich eine dreistufige Erfassung von Wertminderungen vor. Auf der 1. Stufe sind Wertminderungen im Umfang der innerhalb der nächsten zwölf Monate nach Abschlussstichtag erwarteten Zahlungsausfälle des Finanzinstruments zu erfassen. Auf der 2. Stufe sind die über die Vertragslaufzeit insgesamt erwarteten Zahlungsausfälle eines Portfolios gleichartiger Instrumente zu berücksichtigen, sofern es sich um Forderungen aus Lieferungen und Leistungen oder bestimmte Leasing-Forderungen handelt oder wenn das Ausfallrisiko seit Zugang signifikant gestiegen ist und ein gewisses Ausfallrisiko übersteigt. Auf der 3. und letzten Stufe sind Wertminderungen aufgrund von zusätzlichen objektiven Hinweisen hinsichtlich des einzelnen Finanzinstruments zu erfassen.

Um die Komplexität zu reduzieren und Sicherungsbeziehungen besser bilanziell nachvollziehbar zu machen, wurden folgende wesentliche Änderungen vorgenommen. Der Kreis möglicher Grundgeschäfte wurde erweitert. So können beispielsweise

mehrere Risikopositionen leichter zu einem Grundgeschäft zusammengefasst und abgesichert werden. Hierbei kann die Nettoposition als Grundgeschäft designiert werden, wenn sich bei zusammengefassten Risikopositionen die Risiken gegenseitig zum Teil ausgleichen. Des Weiteren sind nun auch nicht-derivative Finanzinstrumente, die in die Unterkategorie 2 b fallen, als Sicherungsinstrument designierbar. Zudem werden für die Messung der Effektivität keine Grenzwerte mehr vorgegeben. Stattdessen ist die Effektivität in Referenz zu den wirtschaftlichen Wechselwirkungen zwischen Grund- und Sicherungsgeschäft unter der Berücksichtigung von Sicherungsquote und Ausfallrisiko zu beurteilen.

Da der IFRS 9 in der vorliegenden Fassung nach heutigem Stand in der EU voraussichtlich erst zum 1. Januar 2018 anzuwenden sein wird – was bei der METRO AG zu einer Erstanwendung in dem am 1. Oktober 2018 beginnenden Geschäftsjahr 2018/19 führen würde – kann derzeit noch keine Aussage zu den möglichen Effekten getroffen werden.

IFRS 10 (Konzernabschlüsse), IFRS 11 (Gemeinschaftliche Vereinbarungen) und IFRS 12 (Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen)

Die neuen Standards IFRS 10, 11 und 12 beinhalten geänderte Regeln für die Konzernrechnungslegung. IFRS 10 (Konzernabschlüsse) führt neue Vorgaben für die Abgrenzung des Konsolidierungskreises ein. Durch diesen werden die bisherigen Regelungen zu Konzernabschlüssen des IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse – in Zukunft nur noch Einzelabschlüsse) und des SIC-12 (Konsolidierung – Zweckgesellschaften) ersetzt. Die wesentlichste Änderung durch IFRS 10 besteht in der Einführung eines einheitlichen Begriffs der Beherrschung. Damit in Zukunft Beherrschung vorliegt, müssen drei Kriterien erfüllt sein. Zum einen hat der Investor Bestimmungsmacht über das Beteiligungsunternehmen. Das bedeutet, dass es dem Investor aufgrund bestehender Rechte möglich ist, die maßgeblichen Tätigkeiten, also diejenigen Tätigkeiten, welche die wirtschaftlichen Erfolge des Beteiligungsunternehmens signifikant beeinflussen, zu bestimmen. Zum anderen trägt der Investor das Risiko beziehungsweise hat das Recht an variablen wirtschaftlichen Erfolgen des Beteiligungsunternehmens zu partizipieren und kann des Weiteren seine Bestimmungsmacht nutzen, um die Höhe der variablen Rückflüsse zu beeinflussen.

IFRS 11 (Gemeinschaftliche Vereinbarungen) regelt die Bilanzierung von Sachverhalten neu, bei denen mehrere Parteien die gemeinschaftliche Führung über ein Gemeinschaftsunternehmen (Joint Venture) oder eine gemeinschaftliche

Tätigkeit (Joint Operation) ausüben. Hierdurch werden der IAS 31 (Anteile an Gemeinschaftsunternehmen) und der SIC-13 (Gemeinschaftlich geführte Unternehmen – Nicht monetäre Einlagen durch Partnerunternehmen) ersetzt sowie der IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen – zukünftig: Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen) angepasst. Für Gemeinschaftsunternehmen wird das derzeit durch IAS 31 gewährte Wahlrecht zur Quotenkonsolidierung abgeschafft. In Zukunft sind diese ausschließlich gemäß der Equity-Methode zu bilanzieren, die weiterhin den Vorgaben des IAS 28 folgt. Da die METRO AG die Möglichkeit der Quotenkonsolidierung nicht in Anspruch genommen hat, ergeben sich aus dieser Änderung keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der METRO AG. Bei gemeinschaftlichen Tätigkeiten weist jedes der Partnerunternehmen gemäß IFRS 11 seinen Anteil an den gemeinschaftlich gehaltenen Vermögenswerten sowie den gemeinschaftlich entstandenen Verbindlichkeiten in der eigenen Bilanz aus. Analog weist es den eigenen Anteil an den Umsatzerlösen, Erträgen und Aufwendungen in seiner Gewinn- und Verlustrechnung aus, die mit der gemeinschaftlichen Tätigkeit verbundenen sind.

Mit dem neuen IFRS 12 (Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen) werden die Angabepflichten zu Beteiligungen an anderen Unternehmen stark ausgeweitet. Zukünftig sind detaillierte Informationen für Tochterunternehmen, assoziierte Unternehmen, gemeinschaftliche Tätigkeiten, Gemeinschaftsunternehmen, konsolidierte Zweckgesellschaften (sogenannte strukturierte Unternehmen) und für alle nicht konsolidierten Zweckgesellschaften, zu denen Beziehungen bestehen, erforderlich.

Der Erstanwendungszeitpunkt für die neuen Standards IFRS 10, 11 und 12 sowie die Änderungen der Standards IAS 27 und 28 ist der 1. Januar 2013. Allerdings wurde in der Genehmigung zur Anwendung (Endorsement) der EU der Anwendungsbeginn für börsennotierte Unternehmen innerhalb der EU auf den 1. Januar 2014 verschoben. Daher erfolgt die erstmalige Anwendung durch die METRO AG aufgrund der Geschäftsjahresumstellung ab dem am 1. Oktober 2014 beginnenden Geschäftsjahr 2014/15. Von der Erstanwendung der genannten Standards werden keine bedeutenden Auswirkungen auf den Konzernabschluss der METRO AG erwartet.

IFRS 15 (Erlöse aus Verträgen mit Kunden)

Der neue IFRS 15 wird IAS 18 (Umsatzerlöse) und IAS 11 (Fertigungsaufträge) sowie zugehörige Interpretationen ersetzen

und schreibt ein einheitliches und umfassendes Modell für die Erfassung von Erlösen mit Kunden vor.

Der neue Standard sieht ein Fünf-Schritte-Modell vor, mithilfe dessen die Höhe der Umsätze und der Zeitpunkt der Realisierung bestimmt werden sollen. Im ersten Schritt werden die Verträge mit einem Kunden identifiziert. Ein Vertrag im Sinne des IFRS 15 liegt demnach vor, wenn die Vertragspartner diesem zugestimmt haben, die Rechte des Kunden auf Güter und Dienstleistungen und die Zahlungsbedingungen vom Unternehmen identifiziert werden können und die Vereinbarung wirtschaftliche Substanz hat. Zudem muss es wahrscheinlich sein, dass das Unternehmen die Gegenleistung erhält. Hat ein Unternehmen mehr als einen Vertrag (nahezu) gleichzeitig mit demselben Kunden abgeschlossen und sind bestimmte Kriterien erfüllt, so sind die Verträge zusammenzufassen und wie ein einziger Vertrag zu behandeln.

Ein Vertrag im Sinne von IFRS 15 kann grundsätzlich mehrere Leistungsverpflichtungen enthalten. Im zweiten Schritt sind daher mögliche separate Leistungsverpflichtungen innerhalb eines Vertrags zu identifizieren. Hierfür sind Vertragsbedingungen und übliche Geschäftspraktiken zu überprüfen, um diejenigen Güter und Dienstleistungen zu identifizieren, die als separate Leistungsverpflichtung zu erfassen sind. Eine separate Leistungsverpflichtung liegt vor, wenn das Gut oder die Dienstleistung einzeln abgrenzbar ist. Dies ist der Fall, wenn das Gut oder die Dienstleistung vom Kunden einzeln oder zusammen mit anderen jederzeit verfügbaren Ressourcen genutzt wird und von anderen Zusagen im Vertrag abgegrenzt werden kann. Unter bestimmten Voraussetzungen können homogene Güter oder Dienstleistungen jedoch als eine einzige Leistungsverpflichtung behandelt werden.

Im dritten Schritt ist der Transaktionspreis zu bestimmen, welcher der erwarteten Gegenleistung entspricht. Die Gegenleistung kann fixe und variable Komponenten beinhalten. Bei variabler Vergütung ist der erwartete Betrag zu schätzen, wobei der Ansatz entweder mit dem Erwartungswert oder dem wahrscheinlichsten Betrag erfolgt, je nachdem, welcher Wert die Gegenleistung am besten widerspiegelt. Zudem umfasst die Gegenleistung den Zinseffekt, sofern der Vertrag eine wesentliche Finanzierungskomponente enthält, den beizulegenden Zeitwert von nicht zahlungswirksamen Gegenleistungen und die Auswirkungen von Zahlungen, die an den Kunden geleistet werden, wie zum Beispiel Rabatte und Gutscheine.

Die Aufteilung des Transaktionspreises auf die separaten Leistungsverpflichtungen erfolgt im vierten Schritt. Grundsätzlich ist der Transaktionspreis auf die einzelnen identifizierten Leistungsverpflichtungen im Verhältnis der relativen Einzelveräußerungspreise aufzuteilen. Zur Festlegung der Einzelveräußerungspreise muss auf beobachtbare Daten zurückgegriffen werden. Sofern dies nicht durchführbar ist, sind Schätzungen vorzunehmen. Zu diesem Zweck schlägt IFRS 15 verschiedene Schätzmethode vor, wonach sich die Schätzung an Marktpreisen für ähnliche Leistungen oder an den erwarteten Kosten zuzüglich eines Aufschlags orientieren. In Ausnahmefällen darf die Schätzung auch auf der Residualwertmethode basieren.

Im fünften und letzten Schritt wird im Moment der Erfüllung der Leistungsverpflichtung der Umsatz realisiert. Die Leistungsverpflichtung ist erfüllt, wenn die Verfügungsgewalt über das Gut oder die Dienstleistung auf den Kunden übertragen wurde. Die Erfüllung kann sowohl zeitpunkt- als auch zeitraumbezogen erfolgen. Bei einer zeitraumbezogenen Erfüllung sind die Umsatzerlöse so über den Zeitraum zu erfassen, dass die kontinuierliche Übertragung am besten wiedergespiegelt wird.

Neben dem fünfstufigen Modell behandelt der IFRS 15 diverse Sonderthemen, wie beispielsweise die Behandlung von Kosten zur Erlangung und Erfüllung eines Vertrags, aktiven und passiven Vertragsposten, Rückgaberechten, Kommissionsgeschäften sowie Kundentreue- und Kundenbindungsprogrammen.

Zudem wurden die Angabepflichten im Anhang deutlich erweitert. So sind künftig unter anderem qualitative und quantitative Angaben zu Verträgen mit Kunden, zu den wesentlichen Schätzungen und Ermessensentscheidungen sowie zu Veränderungen im Zeitablauf zu machen.

Da der IFRS 15 nach heutigem Stand in der EU voraussichtlich erst zum 1. Januar 2017 anzuwenden sein wird – was bei der METRO AG zu einer Erstanwendung in dem am 1. Oktober 2017 beginnenden Geschäftsjahr 2017/18 führen würde – kann derzeit noch keine Aussage zu den möglichen Effekten getroffen werden.

IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung)

Gemäß IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung) werden finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten saldiert ausgewiesen, sofern die beiden folgenden Bedingungen erfüllt sind: Zum einen muss das Unternehmen zum Stichtag einen unbedingten Rechtsanspruch auf die Saldierung haben. Zum anderen muss es in seiner Absicht liegen, entweder den

Ausgleich auf einer Nettobasis durchzuführen oder zeitgleich den finanziellen Vermögenswert zu verwerten und die finanzielle Verbindlichkeit zu begleichen. Durch die Änderung „Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten“ des IAS 32 wurde konkretisiert, wann diese Bedingungen als erfüllt gelten. Insbesondere wurden Kriterien für das Vorliegen eines unbedingten Rechtsanspruchs festgelegt.

Die Änderung des IAS 32 ist für Geschäftsjahre ab dem 1. Januar 2014 anzuwenden. Dies bedeutet, dass die Änderung aufgrund der Geschäftsjahresumstellung der METRO AG erstmals in dem am 1. Oktober 2014 beginnenden Geschäftsjahr 2014/15 umgesetzt wird. Derzeit werden hieraus keine wesentlichen Effekte für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO AG erwartet.

Weitere IFRS-Änderungen

Im Rahmen der jährlichen Verbesserungen der IFRS 2010–2012 wurden unter anderem der IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) und der IFRS 8 (Geschäftssegmente) leicht geändert. In IFRS 3 wurde klargestellt, dass die Einstufung einer bedingten Kaufpreiszahlung als Eigenkapital oder finanzielle Verbindlichkeit nur erforderlich ist, wenn ein Finanzinstrument vorliegt. Zudem entfällt das Wahlrecht, Effekte aus der Folgebewertung bedingter Kaufpreiszahlungen erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen; sie sind künftig zwingend erfolgswirksam zu erfassen. Dadurch wird es bei der METRO AG bei zukünftigen Transaktionen mit bedingten Kaufpreiszahlungen zu individuellen Ergebnisauswirkungen kommen.

Des Weiteren ist zum einen nach IFRS 8 bei Zusammenfassung mehrerer Geschäftssegmente zu einem berichtspflichtigen Segment eine Beschreibung der zusammengefassten Geschäftssegmente notwendig. Zudem ist künftig anzugeben, welche Größen bei der Beurteilung, ob vergleichbare wirtschaftliche Merkmale vorliegen, zugrunde gelegt wurden. Zum anderen ist eine Überleitungsrechnung von Segment- zu Konzernvermögen zukünftig nur noch notwendig, wenn das Segmentvermögen Teil der Berichterstattung an die verantwortliche Unternehmensinstanz ist. Die METRO AG wird jedoch vorerst die Überleitungsrechnungen von Segment- auf Konzernvermögen und von Segment- auf Konzernschulden weiter berichten. Vorbehaltlich ihrer Übernahme durch die EU sind diese Änderungen bei der METRO AG in dem am 1. Oktober 2014 beginnenden Geschäftsjahr 2014/15 anzuwenden.

Die erstmalige Anwendung der übrigen in der Tabelle aufgeführten Standards und Interpretationen wird nach derzeitiger Einschätzung zu keinen wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns führen.

Änderungen der Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden und der Berichtsstruktur

Geänderte Darstellung

Segmentumstellung

Als Teil des bei der METRO GROUP eingeleiteten Transformationsprozesses für Kundenmehrwert und Wachstum wurden die operativen Aktivitäten von METRO PROPERTIES zu den Vertriebslinien verlagert, um alle Aktivitäten, die Kunden und Märkte betreffen, unter einer Verantwortung zu bündeln. Vor diesem Hintergrund hat die METRO AG zum 1. Oktober 2013 ihre Segmentstruktur geändert. Die Immobilien werden nicht mehr gesondert als Segment ausgewiesen. Stattdessen werden die entsprechenden Informationen in den Segmenten der Vertriebslinien beziehungsweise im Segment Sonstige gezeigt. Die Vergleichszeiträume wurden entsprechend angepasst. Auf den Ausweis der Segmente nach Regionen hat diese Änderung keine Auswirkung.

Korrektur von Vorjahreswerten

Zukünftige Leasingzahlungen aus Untervermietung

Intensive Leasingvertragsanalysen haben zu dem Ergebnis geführt, dass vereinzelte Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden und im Anhang des Konzernabschlusses zum 30. September 2013 als Untervermietung aus Operating-Leasingverhältnissen gezeigt wurden, retrospektiv umzugliedern sind. Darum wurden Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden und als Operating-Leasingverhältnissen ausgewiesen sind, zum 30. September 2013 um 383 Mio. € auf 538 Mio. € reduziert. Korrespondierend erhöhten sich zum einen die Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen und die als Finanzierungs-Leasingverhältnisse gezeigt werden, zum 30. September 2013 um 34 Mio. € auf 212 Mio. €. Zum anderen erhöhten sich die zukünftigen Leasingzahlungen aus der Vermietung von Immobilien, die sich im juristischen Eigentum befinden, zum 30. September 2013 um 349 Mio. € auf 463 Mio. € (<1 Jahr um 59 Mio. € auf 75 Mio. €; >1 Jahr <5 Jahre um 157 Mio. € auf 204 Mio. €; >5 Jahre um 133 Mio. € auf 184 Mio. €).

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden außer der METRO AG alle Unternehmen einbezogen, bei denen die METRO AG mittel- oder unmittelbar die Beherrschung innehat. Eine Beherrschung liegt vor, wenn die Möglichkeit besteht, durch die Mehrheit der Stimmrechte oder gemäß Satzung, Unternehmensvertrag oder vertraglicher Vereinbarung die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens auszuüben, um aus dessen Tätigkeit Nutzen zu ziehen. Es werden 723 deutsche (30.9.2013: 710) und 613 internationale (30.9.2013: 614) Unternehmen in den Konzernabschluss einbezogen, die von der METRO AG mittel- oder unmittelbar gemäß IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse) in Verbindung mit SIC-12 (Konsolidierung – Zweckgesellschaften) beherrscht werden.

Im Geschäftsjahr 2013/14 hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt geändert:

Stand 1.10.2013	1.325
Veränderungen im Geschäftsjahr 2013/14	
Verschmelzung auf andere Konzerngesellschaften	-10
Verkäufe	-5
Sonstige Abgänge	-11
Neugründungen	23
Erwerbe	15
Stand 30.9.2014	1.337

Die Verkäufe beinhalten im Wesentlichen 2 polnische sowie 1 türkische Gesellschaft im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa. Die Verschmelzungen auf andere Konzerngesellschaften umfassen hauptsächlich 6 Gesellschaften der Vertriebslinie Media-Saturn. Die sonstigen Abgänge beinhalten zum größten Teil Anwachsungen und Liquidationen im Bereich Sonstige (9 Gesellschaften). Die Zugänge aufgrund von Neugründungen (23 Gesellschaften) betreffen hauptsächlich die Vertriebslinien Media-Saturn (7 Gesellschaften) und Galeria Kaufhof (6 Gesellschaften). Die Erwerbe betreffen im Wesentlichen die Vertriebslinie Real (13 Gesellschaften).

Einflüsse aus der Veränderung des Konsolidierungskreises werden, sofern sie von besonderer Bedeutung sind, unter den entsprechenden Abschlussposten gesondert erläutert.

7 assoziierte Unternehmen (30.9.2013: 6) und 7 Gemeinschaftsunternehmen (30.9.2013: 7) werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen. Insgesamt 7 Gesellschaften (30.9.2013: 7), bei denen die METRO AG mittel- oder unmittelbar einen Stimmrechtsanteil zwischen 20 und 50 Prozent innehat, werden zu Anschaffungskosten bilanziert, da entweder die Assoziierungsvermutung widerlegt wurde oder aus Wesentlichkeitsüberlegungen auf die Anwendung der Equity-Methode verzichtet werden konnte.

———— Eine Übersicht aller wesentlichen Konzerngesellschaften findet sich unter Nummer 54 Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften. Darüber hinaus erfolgt eine vollständige Auflistung aller Konzerngesellschaften sowie der assoziierten Unternehmen unter Nummer 56 Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2014 gemäß § 313 HGB.

Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden gemäß IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse) nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Sofern die lokalen Geschäftsjahre einbezogener Tochterunternehmen nicht am Abschlussstichtag der METRO AG am 30. September enden, wurden für Zwecke der IFRS-Konsolidierung Zwischenabschlüsse aufgestellt.

Die Kapitalkonsolidierung wird gemäß IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) nach der Erwerbsmethode vorgenommen. Dabei erfolgt bei Unternehmenszusammenschlüssen die Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt des Erwerbs. Nach Aufdeckung der stillen Reserven und stillen Lasten verbleibende positive Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- oder Firmenwerte aktiviert. Geschäfts- oder Firmenwerte werden einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch unterjährig – auf Wertminderungen hin überprüft. Sofern bei einer Einheit, der ein Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wurde, der Buchwert den erzielbaren Betrag übersteigt, wird der Geschäfts- oder Firmenwert um den Differenzbetrag abgeschrieben.

Darüber hinaus werden bei Unternehmenserwerben auch die auf Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden stillen Reserven und stillen Lasten aufgedeckt und im Eigenkapital unter der Position „Anteile nicht beherrschender Gesellschafter“ gezeigt. Von dem Wahlrecht, die auf die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden Geschäfts-

oder Firmenwerte zu bilanzieren, wird in der METRO GROUP kein Gebrauch gemacht. Negative Unterschiedsbeträge aus einem Unternehmenszusammenschluss werden gemäß IFRS 3 nach Zuordnung stiller Reserven und stiller Lasten sowie nochmaliger Überprüfung in der Periode, in der der Zusammenschluss stattgefunden hat, erfolgswirksam vereinnahmt.

Erwerbe von weiteren Anteilen an Gesellschaften, bei denen die Kontrolle bereits erlangt wurde, werden als Eigenkapitaltransaktionen verbucht. Somit erfolgen weder Anpassungen auf den Fair Value der Vermögenswerte und Schulden noch werden Gewinne oder Verluste vereinnahmt. Ein Unterschiedsbetrag zwischen den Kosten des zusätzlichen Anteils und dem Buchwert des Nettovermögens zum Zugangszeitpunkt wird direkt mit dem auf den Erwerber entfallenden Kapital verrechnet.

Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen werden gemäß den für die Vollkonsolidierung geltenden Grundsätzen behandelt, wobei ein vorhandener Geschäfts- oder Firmenwert im Beteiligungsansatz enthalten ist und eventuell anfallende Wertminderungen hierauf entsprechend im Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen innerhalb des Finanzergebnisses enthalten sind. Gegebenenfalls abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden in den der Equity-Bewertung zugrunde liegenden Abschlüssen werden beibehalten, sofern sie den konzerneinheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der METRO GROUP nicht wesentlich entgegenstehen.

In Einzelabschlüssen konsolidierter Tochterunternehmen getätigte Ab- beziehungsweise Zuschreibungen auf Anteile an konsolidierten Tochterunternehmen werden zurückgenommen.

Konzerninterne Gewinne und Verluste werden eliminiert, Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie zwischen konsolidierten Konzernunternehmen bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten beziehungsweise Rückstellungen werden konsolidiert. Zwischenergebnisse im Anlage- oder Vorratsvermögen aus konzerninternen Lieferungen werden eliminiert, wenn sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind. Auf Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern gemäß IAS 12 (Ertragsteuern) abgegrenzt. Nicht realisierte Gewinne aus Transaktionen mit nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen werden gegen die Beteiligung in Höhe des Anteils des Konzerns an dem Beteiligungsunternehmen ausgebucht.

Eine Verminderung der Anteile an Tochterunternehmen ist als erfolgsneutrale Eigenkapitaltransaktion in den Gewinnrück-

lagen darzustellen, solange die Muttergesellschaft weiterhin über eine Beherrschungsmöglichkeit verfügt. Führt eine Verminderung oder der gesamte Abgang der Anteile zum Verlust der Beherrschungsmöglichkeit, wird die Vollkonsolidierung des Tochterunternehmens zu dem Zeitpunkt beendet, an dem das Mutterunternehmen die Möglichkeit der Beherrschung verliert. Sämtliche zuvor vollkonsolidierten Vermögenswerte, Schulden und Eigenkapitalposten werden zu fortgeführten Konzernbuchwerten ausgebucht. Die Entkonsolidierung der abgehenden Anteile erfolgt gemäß den allgemeinen Regeln zur Entkonsolidierung. Liegt weiterhin eine Restbeteiligung vor, wird diese mit ihrem Fair Value als Finanzinstrument nach IAS 39 oder als Beteiligung, bewertet nach der Equity-Methode gemäß IAS 28, eingebucht.

Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in Fremdwährung

In den Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen werden Geschäftsvorfälle in fremder Währung mit dem Kurs zum Zeitpunkt der Transaktion bewertet. Zum Abschlussstichtag werden monetäre Vermögenswerte und Schulden in fremder Währung zum Stichtagskurs bewertet. Nicht monetäre Vermögenswerte und Schulden, die zum Fair Value in einer Fremdwährung bewertet sind, werden zu dem Kurs umgerechnet, der zum Zeitpunkt der Ermittlung des Fair Values gültig war. Nicht monetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in Fremdwährung bewertet werden, werden zum Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet.

Gewinne und Verluste aus bis zum Bilanzstichtag eingetretenen Wechselkursschwankungen werden grundsätzlich erfolgswirksam berücksichtigt. Währungsumrechnungsdifferenzen aus Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten, die als Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb anzusehen sind, sowie aus zur Veräußerung gehaltenen Eigenkapitalinstrumenten und qualifizierten Absicherungen von Zahlungsströmen werden erfolgsneutral unter den Gewinnrücklagen ausgewiesen.

Ausländische Geschäftsbetriebe

Die Jahresabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen werden gemäß IAS 21 (Auswirkungen von Wechselkursänderungen) nach dem Konzept der funktionalen Währung in Euro umgerechnet. Als funktionale Währung gilt hiernach die Währung des primären Wirtschaftsumfelds, in dem das Tochterunternehmen tätig ist. Die einbezogenen Unternehmen

betreiben ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht grundsätzlich selbstständig, so dass ihre jeweilige Landeswährung in der Regel die funktionale Währung darstellt. Die Umrechnung der Vermögenswerte und Schulden erfolgt daher zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag; die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden mit dem Geschäftsjahresdurchschnittskurs umgerechnet. Differenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen werden erfolgsneutral behandelt und unter den Gewinnrücklagen gesondert ausgewiesen. Soweit das ausländische Tochterunternehmen nicht vollständig im Besitz des Mutterunternehmens ist, wird der entsprechende Teil der Währungsdifferenzen den nicht beherrschenden Anteilen zugewiesen.

Im Jahr des Abgangs eines ausländischen Tochterunternehmens werden die Währungsdifferenzen erfolgswirksam über das Finanzergebnis aufgelöst. Bei teilweisem Abgang ohne Verlust der Beherrschungsmöglichkeit eines ausländischen Tochterunternehmens wird der entsprechende Teil der kumulierten Währungsdifferenzen den nicht beherrschenden Anteilen zugeordnet. Werden ausländische assoziierte oder gemeinschaftlich geführte Unternehmen teilweise veräußert, ohne Verlust des maßgeblichen Einflusses oder der gemeinschaftlichen Führung, wird der entsprechende Teil der kumulierten Währungsdifferenzen erfolgswirksam erfasst.

Im Geschäftsjahr 2013/14 wurde mit dem Durchschnittskurs für den Zeitraum 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014 umgerechnet, im neunmonatigen Rumpfgeschäftsjahr 2013 mit dem Durchschnittskurs für den Zeitraum 1. Januar 2013 bis 30. September 2013. Für die Vergleichszahlen der Periode 12M 2012/13 wurde für die neun Monate des Rumpfgeschäftsjahres der oben definierte Durchschnittskurs angewendet und für die drei Monate des vierten Quartals 2012 der Durchschnittskurs des Geschäftsjahres 2012. Die Stichtagskurse wurden jeweils für die dargestellten Stichtage 30. September 2014 und 30. September 2013 ermittelt.

Im Geschäftsjahr 2013/14 war keine funktionale Währung eines einbezogenen Unternehmens als hochinflationär im Sinne des IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) klassifiziert.

Für die Währungsumrechnung wurden hinsichtlich der für die METRO GROUP wichtigsten Währungen der Länder, die nicht an der Europäischen Währungsunion teilnehmen, folgende Wechselkurse zugrunde gelegt:

		Durchschnittskurs je €		Stichtagskurs je €	
		9M 2013	12M 2013/14	30.9.2013	30.9.2014
Ägyptisches Pfund	EGP	9,02615	9,36833	9,28670	8,98510
Bosnische Mark	BAM	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Britisches Pfund	GBP	0,85175	0,81927	0,83605	0,77730
Bulgarischer Lew	BGN	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Chinesischer Renminbi	CNY	8,12135	8,34171	8,26450	7,72620
Dänische Krone	DKK	7,45742	7,45919	7,45800	7,44310
Hongkong-Dollar	HKD	10,21525	10,52203	10,47220	9,77400
Indische Rupie	INR	75,63341	82,82878	84,84400	77,85640
Indonesische Rupie	IDR	13.235,03000	15.853,76000	15.425,27000	15.366,97000
Japanischer Yen	JPY	127,30227	138,81282	131,78000	138,11000
Kasachischer Tenge	KZT	199,60568	233,71997	207,55000	231,05000
Kroatische Kuna	HRK	7,56235	7,62536	7,61530	7,64250
Marokkanischer Dirham	MAD	11,14603	11,21069	11,20510	11,07545
Moldau-Leu	MDL	16,38863	18,36509	17,48880	18,47930
Norwegische Krone	NOK	7,66175	8,26985	8,11400	8,11900
Pakistanische Rupie	PKR	131,44686	138,88143	143,13720	129,39590
Polnischer Zloty	PLN	4,20115	4,17814	4,22880	4,17760
Rumänischer Leu	RON	4,40879	4,44849	4,46200	4,41020
Russischer Rubel	RUB	41,66034	47,09572	43,82400	49,76530
Schwedische Krone	SEK	8,58111	8,99692	8,65750	9,14650
Schweizer Franken	CHF	1,23124	1,22078	1,22250	1,20630
Serbischer Dinar	RSD	112,67855	115,74586	114,60440	118,85090
Singapur-Dollar	SGD	1,64807	1,70377	1,69610	1,60630
Tschechische Krone	CZK	25,74354	27,29877	25,73000	27,50000
Türkische Lira	TRY	2,45831	2,88971	2,75100	2,87790
Ukrainische Hrywnja	UAH	10,52213	13,95118	10,82012	16,44676
Ungarischer Forint	HUF	296,79520	305,88518	298,15000	310,57000
US-Dollar	USD	1,31679	1,35691	1,35050	1,25830
Vietnamesischer Dong	VND	27.496,42000	28.673,35000	28.474,33000	27.428,59000

Gewinn- und Verlustrechnung

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Die Erfassung von Umsatzerlösen und sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt gemäß IAS 18 (Umsatzerlöse), sobald die Leistungen erbracht beziehungsweise die Waren geliefert worden sind. Maßgeblich hierfür ist bei der Lieferung von Waren der Gefahrenübergang auf den Kunden. Falls dem Kunden Rückgabe- und Widerrufsrechte gewährt werden, erfolgt die Erfassung des Umsatzes nur, sofern die Wahrscheinlichkeit der Rückgabe zuverlässig geschätzt werden kann. Hierzu werden auf Basis historischer Daten Rückgabequoten ermittelt und auf künftige Rücknahmeverpflichtungen projiziert. Für den auf die

erwarteten Rücknahmen entfallenden Anteil wird kein Umsatz ausgewiesen, sondern eine Rückstellung gebildet. Umsatzerlöse werden ohne Umsatzsteuer, Rabatte und Skonti ausgewiesen. Der Ausweis erfolgt brutto, das heißt in Höhe der Kundenzahlung (abzüglich Umsatzsteuer und Erlösschmälerungen), wenn die maßgeblichen Chancen und Risiken, die mit dem Verkauf der Güter oder der Erbringung der Dienstleistungen einhergehen, beim Unternehmen liegen. Liegt aus Sicht des Unternehmens ein Kommissionsgeschäft vor, wird der Umsatz netto, das heißt in Höhe der Marge, ausgewiesen. Umsatzerlöse aus Verträgen, die mehrere Vertragskomponenten beinhalten (zum Beispiel Warenverkauf mit zusätzlicher Dienstleistung), werden realisiert, wenn die jeweilige Vertragskomponente erfüllt wird. Die

Erlösrealisation erfolgt auf Basis der geschätzten relativen Fair Values der einzelnen Vertragskomponenten.

Zuwendungen der öffentlichen Hand, die erfolgsbezogen sind und auf zukünftige Perioden entfallen, sind periodengerecht entsprechend den zugehörigen Aufwendungen zu vereinnahmen. Bereits zugeflossene erfolgsbezogene Zuwendungen für Folgeperioden sind passivisch abzugrenzen und in den Folgeperioden anteilig aufzulösen.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung beziehungsweise zum Zeitpunkt ihrer Verursachung als Aufwand erfasst.

Das **Finanzergebnis** umfasst bei der METRO GROUP primär Dividenden und Zinsen. Dividenden werden grundsätzlich mit der Entstehung des Rechtsanspruchs auf Zahlung vereinnahmt. Zinsen werden periodengerecht, gegebenenfalls unter Anwendung der Effektivzinsmethode, als Aufwand beziehungsweise Ertrag erfasst. Eine Ausnahme von der erfolgswirksamen Erfassung bilden Fremdkapitalzinsen, die direkt dem Erwerb oder der Herstellung eines sogenannten qualifizierten Vermögenswerts zuzurechnen sind und daher gemäß IAS 23 (Fremdkapitalkosten) zwingend als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten dieses Vermögenswerts aktiviert werden.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** betreffen die tatsächlichen und die latenten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag. Sie werden prinzipiell erfolgswirksam erfasst, außer sie stehen im Zusammenhang mit Unternehmenszusammenschlüssen oder mit einem direkt im Eigenkapital oder im Sonstigen Ergebnis erfassten Posten.

Bilanz

Geschäfts- oder Firmenwerte

Geschäfts- oder Firmenwerte werden in Übereinstimmung mit IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) aktiviert. Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- oder Firmenwert wird derjenigen Gruppe sogenannter zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die aus den Synergien des Zusammenschlusses Nutzen zieht. Die zahlungsmittelgenerierende Einheit ist gemäß IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten) definiert als die kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten, die Mittelzuflüsse erzeugt, die weitestgehend unabhängig von den Mittel-

zuflüssen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten sind. Eine zahlungsmittelgenerierende Einheit innerhalb der METRO GROUP ist grundsätzlich ein einzelner Standort. Geschäfts- oder Firmenwerte innerhalb der METRO GROUP werden grundsätzlich auf Ebene der Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land für interne Managementzwecke überwacht. Die Prüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte auf Wertminderung erfolgt daher auf Ebene dieser jeweiligen Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten.

Die aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte werden regelmäßig einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch unterjährig – auf Wertminderungen hin überprüft. Bei Vorliegen einer Wertminderung wird diese erfolgswirksam erfasst. Zur Ermittlung einer möglichen Wertminderung wird der erzielbare Betrag einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten mit der Summe der Buchwerte verglichen. Der erzielbare Betrag ergibt sich aus dem höheren Wert aus Nutzungswert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten. Eine Wertminderung für den einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwert liegt nur dann vor, wenn der erzielbare Betrag kleiner als die Summe der Buchwerte ist. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen Wertminderung nicht.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten angesetzt. **Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte** werden mit den Herstellungskosten für ihre Entwicklung aktiviert, wenn die Aktivierungskriterien gemäß IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) erfüllt sind. Die Kosten der Forschungsphase werden hingegen nicht aktiviert, sondern sofort als Aufwand erfasst. Die Herstellungskosten umfassen alle der Entwicklung direkt zurechenbaren Kosten. Hierzu können folgende Kosten zählen:

Einzelkosten	Materialeinzelkosten
	Fertigungseinzelkosten
	Sondereinzelkosten der Fertigung
Gemeinkosten (direkt zurechenbar)	Materialgemeinkosten
	Fertigungsgemeinkosten
	Werteverzehr des Anlagevermögens
	Entwicklungsbezogene Kosten der Verwaltung

Bei der Ermittlung der Herstellungskosten werden Fremdkapitalkosten nur einbezogen, falls es sich um einen sogenannten

qualifizierten Vermögenswert im Sinne des IAS 23 (Fremdkapitalkosten) handelt. Ein qualifizierter Vermögenswert ist ein nicht finanzieller Vermögenswert, bei dem ein beträchtlicher Zeitraum benötigt wird, um diesen in den beabsichtigten gebrauchsfähigen oder verkaufsfähigen Zustand zu versetzen.

Die Folgebewertung der sonstigen immateriellen Vermögenswerte erfolgt gemäß dem Anschaffungskostenmodell. Das Wahlrecht zur Neubewertung wird nicht ausgeübt. Alle sonstigen immateriellen Vermögenswerte in der METRO GROUP haben eine begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauer und werden daher planmäßig linear abgeschrieben. Aktivierte selbst erstellte und erworbene Software sowie vergleichbare immaterielle Vermögenswerte werden über einen Zeitraum von bis zu zehn Jahren, Lizenzen über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Für diese immateriellen Vermögenswerte wird zu jedem Bilanzstichtag geprüft, ob Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Eine Wertminderung wird erfasst, falls der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten liegt. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen Wertminderung.

Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens sind mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten gemäß IAS 16 (Sachanlagen) bewertet. In den Herstellungskosten der selbst erstellten Anlagen sind neben den Einzelkosten angemessene Teile der zurechenbaren Gemeinkosten enthalten. Finanzierungskosten werden ausschließlich bei qualifizierten Vermögenswerten als Bestandteil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert. Erhaltene **Investitionszuschüsse** werden gemäß IAS 20 (Bilanzierung und Darstellung von Zuwendungen der öffentlichen Hand) berücksichtigt, indem die Anschaffungs- oder Herstellungskosten des entsprechenden Vermögenswerts um den Betrag des Zuschusses gekürzt werden. Eine passive Abgrenzung der Zuschüsse erfolgt nicht. **Rückbauverpflichtungen** werden in Höhe des abgezinsten Erfüllungsbetrags in die Anschaffungs- oder Herstellungskosten einbezogen. Nachträgliche Anschaffungs- oder Herstellungskosten einer Sachanlage werden lediglich hinzuaktiviert, sofern diese zu einem höheren zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen für die METRO GROUP führen.

Die Abschreibung der Sachanlagen erfolgt ausschließlich linear nach der Anschaffungskostenmethode gemäß IAS 16. Die wahlrechtlich mögliche Neubewertungsmethode kommt nicht zur Anwendung. Den planmäßigen Abschreibungen liegen

grundsätzlich konzerneinheitlich folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zugrunde:

Gebäude	10 bis 50 Jahre
Einbauten in gemieteten Gebäuden	8 bis 15 Jahre bzw. kürzere Mietvertragsdauer
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 13 Jahre
Maschinen	3 bis 8 Jahre

Aktivierete Rückbaukosten werden ratiert über die Nutzungsdauer des Vermögenswerts abgeschrieben.

Bestehen Anhaltspunkte für die Wertminderung einer Sachanlage, wird ein Wertminderungstest gemäß IAS 36 durchgeführt. Liegt hierbei der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten, wird eine Wertminderung für die Sachanlage erfasst. Bei Wegfall der Gründe für die Wertminderung wird eine entsprechende Zuschreibung vorgenommen.

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasingobjekten ist in Übereinstimmung mit IAS 17 (Leasingverhältnisse) dem Leasingnehmer zuzurechnen, wenn dieser alle wesentlichen mit dem Leasingobjekt verbundenen Chancen und Risiken trägt (**Finanzierungs-Leasingverhältnis**). Sofern ein Unternehmen der METRO GROUP als Leasingnehmer auftritt und das wirtschaftliche Eigentum ihm zuzurechnen ist, erfolgt die Aktivierung des Leasingobjekts zum Beginn der Laufzeit des Leasingverhältnisses in Höhe des Fair Values beziehungsweise des niedrigeren Barwerts der Mindestleasingzahlungen. Die Abschreibungen erfolgen – entsprechend vergleichbaren erworbenen Gegenständen des Sachanlagevermögens – planmäßig über die Nutzungsdauer beziehungsweise über die Laufzeit des Leasingverhältnisses, sofern diese kürzer ist. Falls es allerdings hinreichend sicher ist, dass das Eigentum am Leasingobjekt zum Ende der Laufzeit auf den Leasingnehmer übertragen wird, erfolgt die Abschreibung über die Nutzungsdauer. Die aus den zukünftigen Leasingraten resultierenden Zahlungsverpflichtungen sind passiviert.

Sofern das wirtschaftliche Eigentum an dem Leasingobjekt nicht auf den Leasingnehmer übertragen wird, liegt aus seiner Sicht ein **Operating-Leasingverhältnis** vor. Hierbei weist der Leasingnehmer keinen Vermögenswert und keine Verbindlichkeit in seiner Bilanz aus, sondern er zeigt lediglich den über die Laufzeit des Leasingverhältnisses linearisierten Mietaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung.

Bei einem Leasingverhältnis über ein Gebäude und ein zugehöriges Grundstück werden diese beiden Elemente grundsätzlich getrennt voneinander betrachtet und als Finanzierungs- oder Operating-Leasingverhältnis klassifiziert.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien umfassen nach IAS 40 (Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien) solche Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zweck der Wertsteigerung gehalten werden. Sie werden analog zu den Sachanlagen gemäß dem Anschaffungskostenmodell mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen und gegebenenfalls notwendiger Wertminderungen bilanziert. Eine erfolgswirksame Bewertung zum Fair Value gemäß dem Modell des beizulegenden Zeitwerts erfolgt nicht. Die planmäßige Abschreibung der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien erfolgt über eine Nutzungsdauer von 15 bis 33 Jahren. Zusätzlich wird der Fair Value dieser Immobilien im Anhang angegeben. Dieser wird entweder mithilfe anerkannter Bewertungsmethoden ermittelt oder basiert auf externen Gutachten.

Finanzanlagen

Sofern es sich hierbei nicht um **assoziierte Unternehmen** im Sinne des IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen) oder **Joint Ventures** gemäß IAS 31 (Anteile an Gemeinschaftsunternehmen) handelt, werden **finanzielle Vermögenswerte (Finanzanlagen)** gemäß IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- „Kredite und Forderungen“
- „Bis zur Endfälligkeit gehalten“
- „Erfolgswirksam zum Fair Value“
- „Zur Veräußerung verfügbar“

Beim erstmaligen Ansatz erfolgt die Bewertung eines finanziellen Vermögenswerts zum Fair Value. Bei allen Kategorien, außer „Erfolgswirksam zum Fair Value“, werden hierbei die angefallenen Transaktionskosten einbezogen. Der Ansatz erfolgt stets zum Handelstag.

Die Folgebewertung von finanziellen Vermögenswerten erfolgt gemäß der Zuordnung zu den zuvor genannten Kategorien entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum Fair Value:

- „**Kredite und Forderungen**“ sind nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbareren Zahlungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind. Sie wer-

den mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bilanziert.

- In die Bewertungskategorie „**Bis zur Endfälligkeit gehalten**“ fallen nicht-derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbareren Zahlungen und einer festgelegten Laufzeit, für die das Unternehmen sowohl die Absicht als auch die Fähigkeit hat, sie bis zum Ende der Laufzeit zu halten. Sie werden ebenfalls mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt.
- Innerhalb der Kategorie „**Erfolgswirksam zum Fair Value**“ sind alle finanziellen Vermögenswerte als „Zu Handelszwecken gehalten“ klassifiziert, da von der Fair-Value-Option des IAS 39 innerhalb der METRO GROUP kein Gebrauch gemacht wird. Um dies deutlich zu machen, wird die gesamte Kategorie im Konzernanhang als „Zu Handelszwecken gehalten“ bezeichnet. „Zu Handelszwecken gehaltene“ Finanzinstrumente sind solche, die entweder mit kurzfristiger Verkaufs- oder Rückkaufabsicht erworben beziehungsweise eingegangen wurden oder die Teil eines Portfolios gemeinsam verwalteter Finanzinstrumente sind, das in der jüngeren Vergangenheit für kurzfristige Gewinnmitnahmen genutzt wurde. Ferner sind derivative Finanzinstrumente, die nicht in einer wirksamen bilanziellen Sicherungsbeziehung stehen, dieser Kategorie zuzuordnen. „Zu Handelszwecken gehaltene“ Finanzinstrumente werden erfolgswirksam zum Fair Value bewertet.
- Die Kategorie „**Zur Veräußerung verfügbar**“ stellt eine Restkategorie für diejenigen originären finanziellen Vermögenswerte dar, die keiner der drei anderen Kategorien zugeordnet werden können. Die wahlrechtliche Designation von finanziellen Vermögenswerten in die Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ erfolgt innerhalb der METRO GROUP nicht. „Zur Veräußerung verfügbare“ finanzielle Vermögenswerte werden erfolgsneutral zum Fair Value bewertet. Die Übernahme der erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfassten Wertschwankungen in das Periodenergebnis erfolgt erst zum Zeitpunkt des Abgangs oder im Fall einer nachhaltigen Wertminderung des Vermögenswerts.

Beteiligungen gehören der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ an. **Wertpapiere** sind den Kategorien „Bis zur Endfälligkeit gehalten“, „Zur Veräußerung verfügbar“ oder „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet. **Ausleihungen** sind als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert.

Finanzielle Vermögenswerte, die als **gesichertes Grundgeschäft** innerhalb eines Fair-Value-Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bilanziert.

Eigenkapitalinstrumente, für die kein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt und deren Fair Value nicht verlässlich ermittelt werden kann, sowie Derivate auf solche Eigenkapitalinstrumente sind zu Anschaffungskosten ausgewiesen. Dies trifft auf einige Beteiligungen der METRO GROUP zu.

Zu jedem Bilanzstichtag werden nicht erfolgswirksam zum Fair Value bewertete finanzielle Vermögenswerte daraufhin untersucht, ob objektive substantielle Hinweise auf eine Wertminderung vorliegen. Zu diesen Hinweisen zählen beispielsweise Verzögerungen oder Ausfälle von Zins- oder Tilgungszahlungen sowie Bonitätsveränderungen des Kreditnehmers. Falls solche Hinweise bestehen, wird die Werthaltigkeit des finanziellen Vermögenswerts überprüft, indem der Buchwert mit dem Barwert verglichen wird. Hierbei entspricht der Barwert der zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerte den erwarteten künftigen Cashflows, diskontiert mit dem bislang verwendeten Effektivzinssatz. Der Barwert der zu Anschaffungskosten bewerteten Eigenkapitalinstrumente der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ entspricht hingegen den mit dem aktuellen Marktzins diskontierten erwarteten zukünftigen Cashflows. Liegt der Barwert unter dem Buchwert, wird eine Wertminderung in Höhe der Differenz erfasst. Sofern Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ bislang erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst wurden, werden diese bis zur Höhe der ermittelten nachhaltigen Wertminderung erfolgswirksam erfasst.

Wenn zu einem späteren Zeitpunkt der Barwert wieder steigt, wird eine Wertaufholung in entsprechender Höhe erfasst. Bei den zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerten ist die Wertaufholung auf die Höhe der fortgeführten Anschaffungskosten, die sich ohne die Wertminderung ergeben hätten, begrenzt. In der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ erfolgt die Wertaufholung bei Eigenkapitalinstrumenten erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis, bei Schuldinstrumenten erfolgswirksam bis zur Höhe der zuvor erfolgswirksam erfassten Wertminderung. Darüber hinausgehende Wertsteigerungen bei Schuldinstrumenten sind erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen.

Die Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte erfolgt, wenn die vertraglichen Rechte auf Cashflows aus dem Posten erloschen

beziehungsweise ausgelaufen sind oder der finanzielle Vermögenswert übertragen wird.

Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

Die in den **sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten** ausgewiesenen finanziellen Vermögenswerte, die gemäß IAS 39 der Kategorie „Kredite und Forderungen“ angehören, sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Unter den **übrigen Vermögenswerten** werden unter anderem derivative Finanzinstrumente ausgewiesen, die gemäß IAS 39 als „Zu Handelszwecken gehalten“ zu klassifizieren sind. Alle anderen Forderungen und Vermögenswerte sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden transitorische Abgrenzungen ausgewiesen.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden

Die Ermittlung **latenter Steueransprüche und latenter Steuerschulden** erfolgt in Übereinstimmung mit IAS 12 (Ertragsteuern) gemäß dem Konzept der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode. Latente Steuern resultieren aus temporären Unterschieden zwischen den im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden. Latente Steueransprüche werden zudem für noch nicht genutzte steuerliche Verlust- und Zinsvorträge berücksichtigt.

Latente Steueransprüche werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass in der Zukunft ausreichend steuerpflichtiges Einkommen zur Realisierung des entsprechenden Nutzens erzielt wird.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden grundsätzlich saldiert, sofern die ertragsteuerlichen Ansprüche und Schulden gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und sich auf dasselbe Steuersubjekt oder eine Gruppe unterschiedlicher Steuersubjekte beziehen, die ertragsteuerlich gemeinsam veranlagt werden. Die latenten Steueransprüche werden zu jedem Bilanzstichtag neu beurteilt und gegebenenfalls angepasst.

Der Ermittlung der latenten Steuern liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen beziehungsweise verabschiedeten gesetzlichen Regelungen.

Die Beurteilung der latenten Steuern spiegelt die steuerlichen Konsequenzen wider, die sich aus der Erwartung der METRO GROUP im Hinblick auf die Art und Weise der Realisierung der Buchwerte ihrer Vermögenswerte beziehungsweise Erfüllung ihrer Schulden zum Abschlussstichtag ergeben.

Vorräte

Die als **Vorräte** bilanzierten Handelswaren werden gemäß IAS 2 (Vorräte) zu Anschaffungskosten angesetzt. Die Anschaffungskosten werden entweder auf Basis einer Einzelbewertung der Zugänge aus Sicht des Beschaffungsmarkts oder unter Verwendung der Durchschnittskostenmethode ermittelt. Vergütungen von Lieferanten, die als Anschaffungskostenminderung zu klassifizieren sind, reduzieren den Buchwert der Vorräte.

Die Bewertung der Handelswaren am Bilanzstichtag erfolgt zum jeweils niedrigeren Betrag aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert. Bei den Handelswaren werden individuelle Bewertungsabschläge vorgenommen, sofern der Nettoveräußerungswert niedriger ist als der Buchwert. Als Nettoveräußerungswert werden die voraussichtlich erzielbaren Verkaufserlöse abzüglich der bis zum Verkauf noch anfallenden, direkt zurechenbaren Verkaufskosten angesetzt.

Wenn die Gründe, die zu einer Abwertung der Handelswaren geführt haben, nicht länger bestehen, wird eine entsprechende Wertaufholung vorgenommen.

Da es sich bei den Vorräten der METRO GROUP nie um sogenannte qualifizierte Vermögenswerte handelt, erfolgt bei den Vorräten keine Aktivierung von zurechenbaren Fremdkapitalzinsen gemäß IAS 23 (Fremdkapitalkosten).

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden gemäß IAS 39 als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert und mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Bestehen an der Einbringbarkeit Zweifel, werden die Kundenforderungen mit dem niedrigeren Barwert der geschätzten zukünftigen Cashflows angesetzt. Neben den erforderlichen Einzelwertberichtigungen wird den erkennbaren Risiken aus dem allgemeinen Kreditrisiko durch Bildung von pauschalisierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Ertragsteuererstattungsansprüche und

Ertragsteuerschulden

Die bilanzierten **Ertragsteuererstattungsansprüche und Ertragsteuerschulden** betreffen in- und ausländische Ertrag-

steuern für das laufende Jahr sowie aus Vorjahren. Sie werden in Übereinstimmung mit den steuerlichen Vorschriften des jeweiligen Landes ermittelt.

Die Ermittlung der Ertragsteuerschulden beinhaltet darüber hinaus die Konsequenzen aus steuerlichen Risiken. Die diesen Risiken zugrunde liegenden Prämissen und Einschätzungen werden regelmäßig überprüft und im Rahmen der Steuermittlung berücksichtigt.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beinhalten Schecks, Kassenbestände sowie Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Laufzeit von bis zu drei Monaten und sind mit den jeweiligen Nennwerten bewertet.

Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte, Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und nicht fortgeführte Aktivitäten

Die Klassifizierung als **zur Veräußerung vorgesehener Vermögenswert** gemäß IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche) erfolgt, sofern der zugehörige Buchwert vornehmlich durch Veräußerung und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden soll. Ein Verkauf muss grundsätzlich innerhalb der nächsten zwölf Monate geplant und durchführbar sein. Unmittelbar vor der erstmaligen Klassifizierung als zur Veräußerung gehalten sind die Buchwerte des Vermögenswerts entsprechend den einschlägigen IFRS zu bewerten. Bei Umklassifizierung wird der Vermögenswert zum niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten angesetzt und in der Bilanz gesondert ausgewiesen. Ebenso werden Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten in der Bilanz separat gezeigt.

Ein aufgegebener Geschäftsbereich wird nach IFRS 5 als **nicht fortgeführte Aktivität** bilanziert, wenn dieser zur Veräußerung vorgesehen ist oder bereits veräußert wurde. Bei einem Geschäftsbereich handelt es sich um einen Unternehmensbestandteil, der einen gesonderten wesentlichen Geschäftszweig oder geografischen Geschäftsbereich darstellt, der Teil eines einzelnen abgestimmten Plans zur Veräußerung eines gesonderten wesentlichen Geschäftszweigs oder geografischen Geschäftsbereichs ist oder der ein Tochterunternehmen darstellt, das ausschließlich mit der Absicht einer Weiterveräußerung erworben wurde. Unmittelbar vor der erstmaligen Klassifizierung als zur Veräußerung gehalten sind die Buchwerte des Unternehmensbestandteils entsprechend den einschlägigen

IFRS zu bewerten. Bei Umklassifizierung wird die nicht fortgeführte Aktivität mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten angesetzt. In Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung sind nicht fortgeführte Aktivitäten jeweils gesondert dargestellt und im Anhang erläutert. Vorjahreszahlen sind hierbei – mit Ausnahme der Bilanz – entsprechend angepasst.

Leistungen an Arbeitnehmer

Zu den Leistungen an Arbeitnehmer gehören:

- Kurzfristig fällige Leistungen an Arbeitnehmer
- Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Pensionsähnliche Verpflichtungen
- Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Anteilsbasierte Vergütungen

Kurzfristig fällige Leistungen an Arbeitnehmer beinhalten beispielsweise Gehälter und Löhne, Sozialversicherungsbeiträge sowie Urlaubs- und Krankengeld und werden als Verbindlichkeiten zum Rückzahlungsbetrag angesetzt, sobald die mit ihnen verbundene Arbeitsleistung erbracht ist.

Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses erfolgen entweder im Rahmen eines beitragsorientierten oder eines leistungsorientierten Plans. Für **beitragsorientierte Pläne** wird die periodische Beitragsverpflichtung an den externen Versorgungsträger zeitkongruent mit der Erbringung der Arbeitsleistung des Begünstigten als Altersvorsorgeaufwand erfasst. Versäumte oder im Voraus geleistete Zahlungen an den Versorgungsträger werden als Verbindlichkeit beziehungsweise als Forderung abgegrenzt. Verbindlichkeiten mit einer Fälligkeit von über zwölf Monaten werden entsprechend abgezinst.

Die versicherungsmathematische Bewertung der Pensionsrückstellungen für die betriebliche Altersversorgung im Rahmen eines **leistungsorientierten Plans** erfolgt nach der in IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) vorgeschriebenen Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method) auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten. Im Rahmen dieses Anwartschaftsbarwertverfahrens werden unter Berücksichtigung biometrischer Daten sowohl die am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften als auch die künftig zu erwartenden Steigerungen der Gehälter und Renten berücksichtigt. Falls die ermittelte Leistungsverpflichtung oder der Fair Value des Planvermögens zwischen dem Beginn und dem Ende eines Geschäftsjahres aufgrund von

erfahrungsbedingten Anpassungen (zum Beispiel bei einer höheren Fluktuationsrate) oder Änderungen der zugrunde liegenden versicherungsmathematischen Annahmen (zum Beispiel beim Diskontierungszinssatz) steigen oder sinken, entstehen hieraus sogenannte versicherungsmathematische Gewinne und Verluste. Diese werden erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst. Effekte aus Planänderungen und Plankürzungen werden erfolgswirksam im Dienstzeitaufwand berücksichtigt. Der in den Pensionsaufwendungen enthaltene Zinsanteil der Rückstellungszuführung wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses ausgewiesen. Sofern Planvermögen vorliegt, ergibt sich die Höhe der Rückstellung grundsätzlich als Differenz zwischen dem Anwartschaftsbarwert und dem Zeitwert des Planvermögens.

Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen (wie zum Beispiel Jubiläums- und Sterbegelder) setzen sich aus dem Barwert der künftig an den Arbeitnehmer zu leistenden Zahlungen abzüglich etwaiger damit verbundener Vermögenswerte, bewertet zum Fair Value, zusammen. Die Höhe der Rückstellungen wird mittels versicherungsmathematischer Gutachten gemäß IAS 19 bestimmt. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden in derjenigen Periode erfolgswirksam erfasst, in der sie entstehen.

Bei den **Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses** handelt es sich um Abfindungszahlungen an Arbeitnehmer. Diese werden erfolgswirksam als Schuld erfasst, wenn aufgrund einer vertraglichen oder faktischen Verpflichtung Zahlungen an Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses zu leisten sind. Eine solche Verpflichtung liegt vor, wenn für die vorzeitige Beendigung des Arbeitsverhältnisses ein formaler Plan existiert und keine Möglichkeit besteht, sich dem zu entziehen. Liegt die Fälligkeit der Leistung mehr als zwölf Monate nach dem Abschlussstichtag, ist sie in Höhe ihres Barwerts anzusetzen.

Die im Rahmen des anteilsbasierten Vergütungssystems gewährten Aktienprämien sind als **„Anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich“** gemäß IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütung) klassifiziert. Für diese werden ratierliche, mit dem Fair Value der eingegangenen Verpflichtungen bewertete Rückstellungen gebildet. Der ratierliche Aufbau der Rückstellungen erfolgt dabei erfolgswirksam als Personalaufwand über die jeweils zugrunde liegende Sperrfrist verteilt. Der Fair Value wird mithilfe eines Optionspreismodells zu jedem Bilanzstichtag während der Sperrfrist bis zur Ausübung neu berechnet. Die Rückstellung wird entsprechend erfolgswirksam angepasst.

Soweit die gewährten anteilsbasierten Vergütungen durch den Abschluss korrespondierender Sicherungsgeschäfte abgesichert wurden, sind die Sicherungsgeschäfte zum Fair Value bewertet und unter den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten ausgewiesen. Hierbei wird der Teil der Wertschwankung der Sicherungsgeschäfte in dem Maße, in dem sie der Wertschwankung der anteilsbasierten Vergütungen entsprechen, erfolgswirksam als Personalaufwand erfasst. Der überschießende Teil der Wertschwankungen wird erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis gezeigt.

(Sonstige) Rückstellungen

(Sonstige) Rückstellungen werden gemäß IAS 37 (Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen) gebildet, soweit rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und wahrscheinlich zu Vermögensabflüssen führen, die zuverlässig ermittelbar sind. Die Rückstellungen werden unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag angesetzt. Bei einer einzelnen Verpflichtung wird hierfür grundsätzlich von dem Erfüllungsbetrag mit der höchsten Eintrittswahrscheinlichkeit ausgegangen. Ergibt sich bei der Ermittlung der Rückstellung für einen einzelnen Sachverhalt eine Bandbreite gleich wahrscheinlicher Erfüllungsbeträge, so ist die Rückstellung in Höhe des Mittelwerts dieser Erfüllungsbeträge anzusetzen. Für eine Vielzahl gleichartiger Sachverhalte wird die Rückstellung zum Erwartungswert angesetzt, welcher sich durch die Gewichtung aller möglichen Ergebnisse mit den damit verbundenen Wahrscheinlichkeiten ergibt.

Langfristige Rückstellungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden auf den Bilanzstichtag mit einem laufzeitadäquaten Zinssatz abgezinst, der die aktuellen Markterwartungen hinsichtlich der Zinseffekte widerspiegelt. Eine entsprechende Abzinsung erfolgt für Rückstellungen mit einer Laufzeit von unter einem Jahr, sofern der Zinseffekt wesentlich ist. Rückgriffsansprüche werden nicht mit dem Rückstellungsbetrag verrechnet, sondern separat als Vermögenswert bilanziert, sofern ihre Realisation so gut wie sicher ist.

Rückstellungen für belastende Verträge werden gebildet, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung einer vertraglichen Verpflichtung höher sind als der erwartete aus dem Vertrag zufließende wirtschaftliche Nutzen. Zur Ermittlung der Rückstellung für Mietunterdeckung werden die angemieteten Objekte einzeln betrachtet. Für alle geschlossenen oder nicht kostendeckend untervermieteten Objekte erfolgt eine Rückstel-

lungsbildung in Höhe des Barwerts der gesamten Deckungslücke. Für standortbezogene Risiken angemieteter weiterbetriebener beziehungsweise noch nicht geschlossener Standorte wird darüber hinaus eine Rückstellung gebildet, sofern sich für den jeweiligen Standort aus der aktuellen Unternehmensplanung über die Grundmietzeit eine Unterdeckung der operativen Kosten beziehungsweise eine Mietunterdeckung trotz Berücksichtigung einer möglichen Untervermietung ergibt.

Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen werden angesetzt, soweit zum Bilanzstichtag die faktische Verpflichtung zur Restrukturierung durch Verabschiedung eines detaillierten Restrukturierungsplans und dessen Kommunikation an die Betroffenen formalisiert wurde. Die Restrukturierungsrückstellungen enthalten ausschließlich solche Ausgaben, die zwangsweise im Zuge der Restrukturierung entstehen und nicht mit den laufenden Aktivitäten des Unternehmens im Zusammenhang stehen.

Rückstellungen für Garantieleistungen werden auf Grundlage der tatsächlich eingetretenen Garantieleistungen der Vergangenheit sowie der Umsätze des Geschäftsjahres gebildet.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Sofern es sich nicht um Verpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen handelt, werden **finanzielle Verbindlichkeiten** gemäß IAS 39 einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- „Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)
- „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“

Die erstmalige Erfassung finanzieller Verbindlichkeiten sowie die Folgebewertung „**Zu Handelszwecken gehaltener**“ finanzieller Verbindlichkeiten erfolgt nach den gleichen Vorgaben wie bei den finanziellen Vermögenswerten.

In die Kategorie „**Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten**“ sind sämtliche finanzielle Verbindlichkeiten eingeordnet, die nicht „Zu Handelszwecken gehalten“ werden. Sie sind zu ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt, da die Fair-Value-Option in der METRO GROUP nicht angewandt wird.

Finanzielle Verbindlichkeiten, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair-Value-Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bewertet. Die im Anhang angegebenen Fair Values der finanziellen Verbindlichkeiten sind auf

Basis der am Bilanzstichtag für die entsprechenden Restlaufzeiten und Tilgungsstrukturen gültigen Zinssätze ermittelt.

Finanzielle Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen sind grundsätzlich mit dem Barwert der zukünftigen Mindestleasingzahlungen zu bewerten.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird nur dann ausgebucht, wenn diese erloschen ist, das heißt, wenn die im Vertrag genannten Verpflichtungen beglichen, aufgehoben oder ausgelaufen sind.

Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

Die **sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten** sind zum Rückzahlungsbetrag angesetzt, sofern es sich nicht um derivative Finanzinstrumente oder um mit Andienungsrechten versehene Gesellschaftsanteile handelt, die gemäß IAS 39 mit dem Fair Value bilanziert sind.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden hier transitorische Abgrenzungen gezeigt.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Sonstiges

Eventualverbindlichkeiten

Eventualverbindlichkeiten sind einerseits mögliche Verpflichtungen, die aus vergangenen Ereignissen resultieren, deren Existenz jedoch erst durch das Eintreten oder Nichteintreten unsicherer künftiger Ereignisse bestätigt wird, die nicht vollständig unter der Kontrolle des Unternehmens stehen. Andererseits stellen Eventualverbindlichkeiten gegenwärtige Verpflichtungen dar, die aus vergangenen Ereignissen resultieren, bei denen ein Ressourcenabfluss jedoch als nicht wahrscheinlich eingeschätzt wird oder deren Höhe nicht ausreichend verlässlich bestimmt werden kann. Solche Verpflichtungen sind nach IAS 37 nicht in der Bilanz zu erfassen, sondern im Anhang anzugeben. Die Ermittlung der Höhe der Eventualverbindlichkeiten orientiert sich an den Grundsätzen der Rückstellungsbewertung.

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting)

Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Risikoreduzierung eingesetzt. Ihr Einsatz erfolgt im Rahmen der Vorgaben der entsprechenden Konzernrichtlinie.

Alle derivativen Finanzinstrumente sind gemäß IAS 39 zum Fair Value bilanziert und unter den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten beziehungsweise unter den sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Zur Bewertung der derivativen Finanzinstrumente werden die Interbankenkonditionen gegebenenfalls inklusive der für die METRO GROUP gültigen Kreditmargen oder Börsenkurse herangezogen; dabei werden die Mittelkurse am Bilanzstichtag verwendet. Falls keine Börsenkurse Anwendung finden, wird der Fair Value mittels anerkannter finanzwirtschaftlicher Modelle berechnet.

Liegt ein wirksames Sicherungsgeschäft (**Hedge Accounting**) nach IAS 39 vor, werden Fair-Value-Änderungen von als Fair-Value-Hedges designierten Derivaten und Fair-Value-Änderungen, die sich auf das abgesicherte Risiko des zugehörigen Grundgeschäfts beziehen, erfolgswirksam erfasst. Bei Cash-flow Hedges wird der effektive Teil der Fair-Value-Änderung des Derivats erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst. Eine erfolgswirksame Umbuchung in die Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt erst bei Realisation des Grundgeschäfts. Der ineffektive Teil der Wertänderung des Sicherungsinstruments wird sofort erfolgswirksam erfasst.

Vergütungen von Lieferanten

Vergütungen von Lieferanten werden je nach zugrunde liegendem Sachverhalt als Anschaffungskostenminderungen, als Kostenerstattung oder als Entgelt für erbrachte Dienstleistungen bilanziert. Die Lieferantenvergütungen werden zum Bilanzstichtag periodengerecht abgegrenzt, sofern sie vertraglich vereinbart sind und die Realisation wahrscheinlich ist. Die Abgrenzungen basieren auf Hochrechnungen, soweit es um Lieferantenvergütungen geht, die an gewisse Kalenderjahresziele gekoppelt sind.

Zusammenfassung ausgewählter Bewertungsmethoden

Position	Bewertungsmethode
Aktiva	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Impairment-Test)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	
Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Herstellungskosten der Entwicklung (Einzelkosten und direkt zurechenbare Gemeinkosten)
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Finanzanlagen	
„Kredite und Forderungen“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Bis zur Endfälligkeit gehalten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)	Erfolgswirksam zum Fair Value
„Zur Veräußerung verfügbar“	Erfolgsneutral zum Fair Value
Vorräte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Nennwert
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	Niedrigerer Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten
Passiva	
Rückstellungen	
Pensionsrückstellungen	Methode der laufenden Einmalprämien (Anwartschaftsbarwertverfahren)
Sonstige Rückstellungen	Abgezinster Erfüllungsbetrag (mit höchster Eintrittswahrscheinlichkeit)
Finanzielle Verbindlichkeiten	
„Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)	Erfolgswirksam zum Fair Value
„Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag oder Fair Value
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten

Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen

Für die Erstellung dieses Konzernabschlusses mussten **Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen** getroffen werden, die sich auf Ausweis und Höhe der bilanzierten Vermögenswerte, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben.

Ermessensentscheidungen

Informationen zu bedeutenden Ermessensentscheidungen, welche die im vorliegenden Konzernabschluss erfassten Beiträge am wesentlichsten beeinflussen, finden sich in den folgenden Anhangangaben:

- Festlegung des Konsolidierungskreises durch Beurteilung der Beherrschungsmöglichkeiten (Kapitel Konsolidierungskreis); hiervon betroffen sind neben Zweckgesellschaften (Special Purpose Entities) insbesondere Beteiligungen, bei denen aufgrund besonderer Satzungsregelungen die Beherrschungsmöglichkeit nicht zwangsläufig mit der einfachen Stimmrechtsmehrheit verbunden ist
- Klassifizierung von Leasingverhältnissen als Finanzierungs-Leasing oder Operating-Leasing – auch bei Sale-and-Leaseback-Transaktionen (Nummer 2 Sonstige betriebliche Erträge und Nummer 20 Sachanlagen)
- Einordnung von Immobilien als Finanzinvestitionen (Nummer 21 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien)
- Zuordnung von Finanzinstrumenten zu der Kategorie Bis zur Endfälligkeit gehalten (Nummer 40 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien)

Schätzungen und Annahmen

Informationen zu Schätzungen und zugrunde liegende Annahmen mit bedeutenden Auswirkungen für den vorliegenden Konzernabschluss sind in den folgenden Anhangangaben enthalten:

- Konzerneinheitliche Festlegung von Nutzungsdauern für abnutzbare Vermögenswerte (Nummer 14 Abschreibungen, Nummer 19 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 20 Sachanlagen)
- Anlassbezogene Überprüfung der Werthaltigkeit von abnutzbaren Vermögenswerten (Nummer 14 Abschreibungen, Nummer 19 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 20 Sachanlagen)
- Jährliche Überprüfung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten (Nummer 18 Geschäfts- oder Firmenwerte – inklusive Sensitivitätsanalyse)
- Einbringbarkeit von Forderungen – insbesondere Forderungen an Lieferanten (Nummer 23 Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte)
- Periodengerechte Erfassung von Lieferantenvergütungen (Nummer 23 Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte)
- Realisierbarkeit künftiger Steueransprüche – insbesondere aus Verlustvorträgen (Nummer 24 Latente Steueransprüche / Latente Steuerschulden)
- Bewertung von Vorräten (Nummer 25 Vorräte)

- Ermittlung von Rückstellungen für Pensionen (Nummer 32 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)
- Ermittlung von sonstigen Rückstellungen – beispielsweise für Mietunterdeckungen, Restrukturierungen, Garantieleistungen und Risiken aus Prozessen und Verfahren (Nummer 33 Sonstige Rückstellungen [langfristig] / Rückstellungen [kurzfristig])

Obwohl die Schätzungen und Annahmen mit großer Sorgfalt getroffen wurden, können die tatsächlichen Werte in Einzelfällen von diesen abweichen. Die für den Konzernabschluss verwendeten Schätzungen und Annahmen werden regelmäßig überprüft. Änderungen werden zum Zeitpunkt der besseren Kenntnis berücksichtigt.

Kapitalmanagement

Ziele der Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP sind die Sicherung des Geschäftsbetriebs, die Steigerung des Unternehmenswerts, die Schaffung einer soliden Kapitalbasis zur Finanzierung des zukünftigen Wachstums sowie die Gewährleistung attraktiver Dividendenzahlungen und des Kapitaldienstes.

Die Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht geändert.

EBIT after Cost of Capital (EBITaC)

Im Rahmen einer wertorientierten Unternehmensführung kommen unter anderem die Kennzahlen EBIT after Cost of Capital (EBITaC) und Return on Capital Employed (RoCE) zum Einsatz. Im Fokus stehen der erfolgreiche Einsatz des Geschäftsvermögens und das Erreichen eines über den Kapitalkosten liegenden Wertbeitrags für die METRO GROUP.

— Weitere Informationen zum EBITaC sowie zum RoCE finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 4 Ertragslage – Wertorientiertes Management.

Rating

Die Ratings der METRO GROUP durch die beiden internationalen Agenturen Moody's und Standard & Poor's dienen aktuellen sowie potenziellen Fremdkapitalinvestoren als Bonitätsnachweis. Mit den aktuellen Ratings stehen der METRO GROUP alle Fremdkapitalmärkte offen.

— Nähere Informationen zum Rating der METRO GROUP finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 5 Finanz- und Vermögenslage – Finanzmanagement.

Eigen- und Fremdkapital sowie bilanzielle Nettoverschuldung im Konzernabschluss

Das Eigenkapital hat eine Höhe von 4.999 Mio. € (30.9.2013: 5.206 Mio. €), während das Fremdkapital 23.005 Mio. € (30.9.2013: 23.605 Mio. €) beträgt. Die bilanzielle Nettoverschuldung beläuft sich auf 4.655 Mio. € gegenüber 5.391 Mio. € am 30.9.2013.

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Eigenkapital	5.206	4.999
Fremdkapital	23.605	23.005
Nettoverschuldung	5.391	4.655
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	7.963	7.068
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gemäß Bilanz	2.564	2.406
Geldanlagen > 3 Monate ≤ 1 Jahr ¹	8	7

¹ In der Bilanz in den Sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten (kurzfristig) enthalten

Lokale Kapitalanforderungen

Die Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP zielt stets darauf ab, dass die Konzerngesellschaften eine den lokalen Anforderungen entsprechende Eigenkapitalausstattung haben. Im aktuellen Geschäftsjahr wurden alle extern auferlegten Kapitalanforderungen erfüllt. Diese beinhalten beispielsweise die Einhaltung eines bestimmten Verschuldungsgrads oder einer festen Eigenkapitalquote.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (netto) setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
METRO Cash & Carry	22.559	31.165	30.513
Media-Saturn	14.405	21.053	20.981
Real	7.261	10.366	8.432
Galeria Kaufhof	2.086	3.082	3.099
Sonstige	10	14	10
	46.321	65.679	63.035

Die im Segment Sonstige ausgewiesenen Umsätze betreffen im Wesentlichen die MGB METRO Group Buying HK Ltd. mit 6 Mio. € (12M 2012/13: 8 Mio. €; 9M 2013: 6 Mio. €) und die Logistikgesellschaften mit 3 Mio. € (12M 2012/13: 4 Mio. €; 9M 2013: 3 Mio. €).

Von den Umsatzerlösen entfallen 37,6 Mrd. € (12M 2012/13: 40,1 Mrd. €; 9M 2013: 28,5 Mrd. €) auf Konzernunternehmen mit internationalem Sitz.

Die Entwicklung der Umsätze nach Geschäfts- und Regionensegmenten ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Mieten einschließlich Erstattungen von Mietnebenkosten	336	458	418
Dienstleistungen/Kostenerstattungen	231	315	321
Serviceleistungen an Lieferanten	234	353	222
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen	215	394	150
Erträge aus Entkonsolidierung	192	219	44
Übrige	184	239	217
	1.393	1.978	1.372

Die Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen beinhalten mit 107 Mio. € hauptsächlich Erträge aus der Veräußerung von Immobilien, die im Anschluss an ihre Veräußerung im Rahmen eines Mietvertrages weiterhin durch die METRO GROUP genutzt werden (12M 2012/13: 304 Mio. €; 9M 2013: 137 Mio. €).

Sie betreffen überwiegend den Verkauf von einzelnen Büroimmobilien der METRO GROUP Unternehmenszentrale am Standort Düsseldorf. Darüber hinaus sind Erträge in Höhe von 21 Mio. € (12M 2012/13: 63 Mio. €; 9M 2013: 62 Mio. €) aus der Veräußerung von Immobilien, die überwiegend oder vollständig von Dritten genutzt werden, erzielt worden. Des Weiteren beinhaltet die Position im Wesentlichen Erträge aus Zuschreibungen in Höhe von 11 Mio. € (12M 2012/13: 15 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €).

Serviceleistungen an Lieferanten entfallen im Wesentlichen auf die Vertriebslinien METRO Cash & Carry mit 174 Mio. € (12M 2012/13: 151 Mio. €; 9M 2013: 121 Mio. €) und Real mit 28 Mio. € (12M 2012/13: 179 Mio. €; 9M 2013 99 Mio. €). Der Rückgang resultiert hauptsächlich aus der Aufgabe des Real-Geschäfts in Osteuropa.

In den Erträgen aus Entkonsolidierung sind im Wesentlichen die Erträge aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa enthalten (12M 2012/13: 194 Mio. € aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa und 26 Mio. € aus der Veräußerung des Großhandelsgeschäfts im Vereinigten Königreich; 9M 2013: 192 Mio. € aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa).

Die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten insbesondere Erträge aus Schadensersatz in Höhe von 23 Mio. € (12M 2012/13: 18 Mio. €; 9M 2013: 11 Mio. €). Darüber hinaus sind unter anderem Erträge aus der Ausbuchung von verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 11 Mio. € (12M 2012/13: 8 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €), Zuschüsse der öffentlichen Hand in Höhe von 10 Mio. € (12M 2012/13: 10 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €), Erträge aus sonstigen Provisionen in Höhe von 6 Mio. € (12M 2012/13: 12 Mio. €; 9M 2013: 10 Mio. €) und Erträge aus Bauleistungen in Höhe von 4 Mio. € (12M 2012/13: 31 Mio. €; 9M 2013: 26 Mio. €) enthalten.

3. Vertriebskosten

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Personalkosten	4.375	5.901	5.793
Sachkosten	4.511	6.280	5.975
	8.886	12.181	11.768

Ursache für den Rückgang der Vertriebskosten gegenüber dem Vorjahresvergleichszeitraum ist im Wesentlichen die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa. Im Bereich der Sach-

kosten betrifft dies insbesondere den Mietaufwand und die Abschreibungen.

Die Sachkosten des Vorjahres waren darüber hinaus vor dem Hintergrund der Entscheidung zum Rückzug der Vertriebsmarke Media Markt aus China von erhöhten Aufwendungen zur Bildung von Wertberichtigungen und Rückstellungen beeinflusst.

4. Allgemeine Verwaltungskosten

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Personalkosten	581	778	765
Sachkosten	463	711	643
	1.044	1.489	1.408

Der Rückgang der allgemeinen Verwaltungskosten resultiert im Wesentlichen aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa.

Vor diesem Hintergrund fielen darüber hinaus im Vorjahr im Bereich der Sachkosten höhere Abschreibungs- und Beratungsaufwendungen an.

5. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	31	101	88
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	58	68	38
Übrige	42	76	16
	131	246	143

Die Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte in Höhe von 88 Mio. € betreffen ausschließlich METRO Cash & Carry Niederlande (12M 2012/13: METRO Cash & Carry Ungarn 65 Mio. €, METRO Cash & Carry Griechenland 20 Mio. €, METRO Cash & Carry Dänemark 16 Mio. €; 9M 2013: METRO Cash & Carry Dänemark 16 Mio. €, METRO Cash & Carry Ungarn 15 Mio. €).

— Nähere Angaben über die Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte finden sich unter Nummer 18 Geschäfts- oder Firmenwerte.

Die Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens beinhalten hauptsächlich Aufwendungen aus dem Abgang von übrigem Sachanlagevermögen in Höhe von 35 Mio. € (12M 2012/13: 30 Mio. €; 9M 2013: 21 Mio. €).

Die übrigen sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalten insbesondere Aufwendungen aus Bauleistungen in Höhe von 3 Mio. € (12M 2012/13: 32 Mio. €; 9M 2013: 28 Mio. €).

6. Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen

Der Anteil des Konzerns am Gewinn aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen beträgt 9 Mio. € (12M 2012/13: 6 Mio. €; 9M 2013: 6 Mio. €).

7. Sonstiges Beteiligungsergebnis

Das sonstige Beteiligungsergebnis in Höhe von 78 Mio. € (12M 2012/13: 19 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €) beinhaltet im Wesentlichen in Höhe von 62 Mio. € den Ertrag aus der Veräußerung des Anteils von 9 Prozent an der Booker Group PLC, der seit dem Geschäftsjahr 2012 als Kaufpreisbestandteil aus der Veräußerung des Großhandelsgeschäfts der METRO GROUP im Vereinigten Königreich gehalten wurde.

8. Zinsertrag/Zinsaufwand

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Zinserträge	62	89	50
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(0)	(1)	(0)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge	(5)	(17)	(7)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(33)	(41)	(30)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(6)	(8)	(5)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(0)	(0)
Zinsaufwendungen	-427	-606	-459
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(-93)	(-126)	(-99)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge	(-40)	(-65)	(-54)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:			
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(-10)	(-13)	(-9)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-256)	(-339)	(-265)
	-365	-517	-409

Die Zinserträge und Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Die Zinsaufwendungen der Bewertungskategorie „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“ beinhalten im Wesentlichen Zinsaufwendungen für ausgegebene Anleihen (einschließlich „Commercial Paper Programme“) in Höhe von 196 Mio. € (12M 2012/13: 243 Mio. €; 9M 2013: 184 Mio. €) und für Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 46 Mio. € (12M 2012/13: 59 Mio. €; 9M 2013: 41 Mio. €).

Der Rückgang der Zinsaufwendungen resultiert sowohl aus einer günstigeren Refinanzierung als auch aus einer geringeren Verschuldung.

9. Übriges Finanzergebnis

Die sonstigen finanziellen Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet. Dabei sind neben Erträgen und Aufwendungen aus der Bewertung von Finanzinstrumenten gemäß IAS 39 auch Bewertungen von Fremdwährungspositionen gemäß IAS 21 berücksichtigt.

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Sonstige finanzielle Erträge	167	206	161
davon aus Wechselkurseffekten	(143)	(137)	(91)
davon aus Sicherungsgeschäften	(20)	(25)	(36)
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-329	-355	-403
davon aus Wechselkurseffekten	(-190)	(-191)	(-166)
davon aus Sicherungsgeschäften	(-24)	(-30)	(-21)
Übriges Finanzergebnis	-162	-148	-242
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(-43)	(-58)	(-32)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten	(-16)	(-14)	(-22)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(1)	(0)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-30)	(-38)	(-65)
davon aus Fair-Value-Hedges:			
Grundgeschäfte	(0)	(0)	(0)
Sicherungsgeschäfte	(0)	(0)	(0)
davon aus Cashflow Hedges:			
Ineffektivitäten	(1)	(-1)	(9)

Das Gesamtergebnis aus Wechselkurseffekten sowie aus Bewertungsergebnissen von Sicherungsgeschäften und Sicherungszusammenhängen beträgt -61 Mio. € (12M 2012/13: -59 Mio. €; 9M 2013: -51 Mio. €). Wie bereits im Vorjahr resultiert dieser Wert überwiegend aus Fremdwährungsfinanzierungen in Osteuropa. Darüber hinaus ist das übrige Finanzergebnis mit -122 Mio. € (12M 2012/13: -66 Mio. €; 9M 2013: -66 Mio. €) aus Währungseffekten belastet, die aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen entstanden sind und im Jahr der Entkonsolidierung beziehungsweise im Jahr der Einstellung der Geschäftstätigkeit des Tochterunternehmens erfolgswirksam aufgelöst werden.

Informationen zu möglichen Auswirkungen von Währungsrisiken finden sich in Nummer 43 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

10. Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien

Die wesentlichen Ergebniseinflüsse aus Finanzinstrumenten stellen sich wie folgt dar:

9M 2013			Fair- Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen		Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €	Beteili- gungen	Zinsen			Abgänge			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	33	0	-30	0	-55	0	-53
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-4	-15	0	0	0	0	-19
Zur Veräußerung verfügbar	7	0	0	0	0	0	0	7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-256	0	-16	7	0	-14	-279
	7	-227	-15	-46	7	-55	-14	-344

12M 2012/13			Fair- Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen		Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €	Beteili- gungen	Zinsen			Abgänge			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	41	0	-36	0	-73	0	-67
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-5	-15	0	0	0	0	-20
Zur Veräußerung verfügbar	20	0	0	0	1	0	0	21
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-339	0	-19	8	0	-20	-370
	20	-303	-15	-54	9	-73	-20	-436

12M 2013/14			Fair- Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen		Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €	Beteili- gungen	Zinsen			Abgänge			
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	30	0	-30	-1	-30	0	-30
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-4	-13	0	0	0	0	-16
Zur Veräußerung verfügbar	78	0	0	0	0	0	0	78
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-265	0	-46	11	0	-19	-318
	78	-238	-13	-76	11	-30	-19	-287

Die Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Die Erträge aus Beteiligungen und die Ergebniseffekte aus dem Abgang von Beteiligungen sind im sonstigen Beteiligungsergebnis berücksichtigt. Die Erträge und Aufwendungen aus Zinsen sind Bestandteil des Zinsergebnisses. Fair-Value-Bewertungen sowie Effekte aus der Währungsumrechnung werden im übrigen Finanzergebnis erfasst. Ergebniseffekte aus dem Abgang sonstiger finanzieller Verbindlichkeiten sind Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses (EBIT). Ergebniseffekte aus dem Abgang von Vermögenswerten, die als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert waren, werden im übrigen Finanzergebnis erfasst, soweit es sich nicht um Beteiligungen handelt. Die Aufwendungen aus Wertberichtigungen sind im Wesentlichen Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses.

———— Eine detaillierte Beschreibung der Wertberichtigungen findet sich unter Nummer 27 Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente.

Bei den verbleibenden finanziellen Erträgen und Aufwendungen, die im übrigen Finanzergebnis erfasst werden, handelt es sich überwiegend um Bankprovisionen und ähnliche Aufwendungen, die im Zusammenhang mit finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten stehen.

11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die für die einzelnen Länder erwarteten tatsächlichen Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Mio. €	9M 2013	12M 2013/14
Tatsächliche Steuern	232	496
davon Deutschland	(67)	(128)
davon international	(165)	(368)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(240)	(473)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(-8)	(23)
Latente Steuern	28	31
davon Deutschland	(-9)	(43)
davon international	(37)	(-12)
	260	527

Da sich die Beträge im Berichtsjahr auf einen Zeitraum von zwölf Monaten beziehen und das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nur neun Monate umfasst, ist eine Vergleichbarkeit der Zahlen nur bedingt möglich. Eine zusätzliche Vergleichsperiode von zwölf Monaten kann im Detail nicht dargestellt werden, da eine entsprechende Steuerberechnung hierfür nicht erstellt worden ist.

Der Ertragsteuersatz der deutschen Gesellschaften der METRO GROUP setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15,00 Prozent zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,50 Prozent sowie dem Gewerbesteuersatz von 14,70 Prozent bei einem durchschnittlichen Hebesatz von 420,00 Prozent. Insgesamt ergibt sich daraus ein Gesamtsteuersatz von 30,53 Prozent. Die Steuersätze stimmen mit den Vorjahreswerten überein. Die angewandten ausländischen Ertragsteuersätze basieren auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen und variieren zwischen 0,00 Prozent (Tax Holidays) und 38,00 Prozent (9M 2013: 36,15 Prozent).

Der latente Steueraufwand des Geschäftsjahres beinhaltet einen Ertrag von 2 Mio. € aus Steuersatzänderungen; die Berichtsperiode 9M 2013 enthielt keinen Effekt aus Steuersatzänderungen.

Mio. €	9M 2013	12M 2013/14
Latente Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung	28	31
davon aus temporären Differenzen	(21)	(89)
davon aus Verlust- und Zinsvorträgen	(7)	(-58)

Der Ertragsteueraufwand von 527 Mio. € (9M 2013: 260 Mio. €), der vollständig auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit entfällt, ist um 311 Mio. € (9M 2013: 202 Mio. €) höher als der erwartete Ertragsteueraufwand von 216 Mio. € (9M 2013: 58 Mio. €), der sich bei Anwendung des deutschen Gesamtsteuersatzes auf das Jahresergebnis des Konzerns vor Ertragsteuern ergäbe.

Vom erwarteten zum ausgewiesenen Ertragsteueraufwand ist wie folgt überzuleiten:

Mio. €	9M 2013	12M 2013/14
Ergebnis vor Steuern	189	709
Erwarteter Ertragsteueraufwand (30,53 %)	58	216
Auswirkungen abweichender nationaler Steuersätze	-47	-18
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	-8	23
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	77	105
Auswirkungen nicht angesetzter bzw. wertberechtigter latenter Steuern	187	218
Hinzurechnungen und Kürzungen für lokale Steuern	16	18
Steuerfreie Erträge / Tax Holidays	-8	-28
Sonstige Abweichungen	-15	-7
Ertragsteueraufwand laut Gewinn- und Verlustrechnung	260	527
Konzernsteuerquote (in %)	137,81	74,32

Die überdurchschnittlich hohe Steuerquote im Rumpfgeschäftsjahr 2013 resultierte im Wesentlichen aus dem – aufgrund des fehlenden Weihnachtsgeschäfts – niedrigen Ergebnis vor Steuern. Diesem stand ein vergleichsweise hoher Steueraufwand gegenüber, da keine Erträge aus der Bewertung der inländischen laufenden Steuerverluste berücksichtigt wurden.

12. Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis

Das den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnende Periodenergebnis betrifft mit 121 Mio. € (12M 2012/13: 152 Mio. €; 9M 2013: 53 Mio. €) Gewinnanteile und mit 66 Mio. € (12M 2012/13: 59 Mio. €; 9M 2013: 53 Mio. €) Verlustanteile. Im Wesentlichen handelt es sich um Gewinn-/Verlustanteile nicht beherrschender Gesellschafter in der Vertriebslinie Media-Saturn.

13. Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Periodenergebnisses durch eine gewichtete Zahl ausgegebener Aktien. Eine Mehrdividende wird dabei grundsätzlich bei der Berechnung des Ergebnisses je Aktie vom Periodenergebnis, das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnen ist, abgezogen. Die Vorzugsaktionäre haben nach Maßgabe von § 140 Abs. 2 AktG und § 21 Abs. 2 der Satzung der METRO AG einen Anspruch auf eine nachzahlbare Vorzugsdividende von 0,17 € für das Rumpfgeschäftsjahr 2013. Ein Verwässerungseffekt, der sich aus sogenannten potenziellen Aktien ergeben könnte, ist weder im Berichtszeitraum noch im Vorjahr eingetreten.

	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	326.787.529	326.787.529	326.787.529
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis (Mio. €)	-71	-35	127
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	-0,22	-0,11	0,39

Das Ergebnis je Vorzugsaktie beträgt im Geschäftsjahr 0,45 € (12M 2012/13: 0,06 €; 9M 2013: -0,05 €) und liegt somit um den Betrag der Mehrdividende von 0,06 € über dem Ergebnis je Aktie. In den Vorjahren 12M 2012/13 und 9M 2013 berücksichtigt das Ergebnis je Vorzugsaktie die gemäß der Satzung der METRO AG nachzahlbare Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie.

14. Abschreibungen

Die Abschreibungen in Höhe von 1.283 Mio. € (12M 2012/13: 1.496 Mio. €; 9M 2013: 997 Mio. €) beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 204 Mio. € (12M 2012/13: 367 Mio. €; 9M 2013: 157 Mio. €). Diese betreffen in Höhe von 88 Mio. € die im zweiten Quartal 2013/14 erfasste Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte von METRO Cash & Carry Niederlande vor dem Hintergrund der negativen Geschäftsentwicklung. Im Rahmen der Portfoliomaßnahmen und Flächenoptimierungen bei METRO Cash & Carry wurden Abwertungen der Sachanlagen in Höhe von 34 Mio. € vorgenommen. Darüber hinaus beinhalten die außerplanmäßigen Abschreibungen Abwertungen der Sachanlagen bei Media-Saturn Russland in Höhe von 30 Mio. €, die unter anderem auf Flächenoptimierungen bestehender Märkte zurückzuführen sind. Zusätzlich tragen Abwertungen im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in der Türkei in Höhe von 14 Mio. € zu den außerplanmäßigen Abschreibungen bei. Die Aufteilung der Abschreibungsbeträge in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie auf die betroffenen Vermögenswertkategorien stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Umsatzkosten	15	20	18
davon planmäßige Abschreibungen	(15)	(20)	(18)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(0)	(0)
Vertriebskosten	804	1.172	1.062
davon planmäßige Abschreibungen	(720)	(961)	(948)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(84)	(210)	(114)
Allgemeine Verwaltungskosten	112	167	114
davon planmäßige Abschreibungen	(105)	(147)	(113)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(7)	(20)	(2)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	66	136	88
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(66)	(136)	(88)
Finanzergebnis	0	1	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(1)	(0)
	997	1.496	1.283

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Geschäfts- oder Firmenwerte ¹	31	101	88
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(31)	(101)	(88)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte ¹	113	168	131
davon planmäßige Abschreibungen	(107)	(150)	(126)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(5)	(19)	(4)
Sachanlagen	802	1.171	1.048
davon planmäßige Abschreibungen	(725)	(968)	(943)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(77)	(203)	(105)
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	16	20	16
davon planmäßige Abschreibungen	(8)	(11)	(10)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(8)	(9)	(6)
Finanzanlagen ²	0	1	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(1)	(0)
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	34	34	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(34)	(34)	(0)
	997	1.496	1.283

¹ Im Vorjahr wurden Geschäfts- oder Firmenwerte und Sonstige immaterielle Vermögenswerte gemeinsam in der Zeile Immaterielle Vermögenswerte ausgewiesen

² Enthalten nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

Von den außerplanmäßigen Abschreibungen entfallen auf METRO Cash & Carry 139 Mio. € (12M 2012/13: 162 Mio. €; 9M 2013: 83 Mio. €, geänderte Darstellung – siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses), auf Media-Saturn 38 Mio. € (12M 2012/13: 78 Mio. €; 9M 2013: 16 Mio. €), auf Real 17 Mio. € (12M 2012/13: 88 Mio. €; 9M 2013: 39 Mio. €) und auf andere Gesellschaften 10 Mio. € (12M 2012/13: 40 Mio. €; 9M 2013: 19 Mio. €, geänderte Darstellung – siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses).

15. Materialaufwand

In den Umsatzkosten sind folgende Materialaufwendungen enthalten:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	36.331	51.219	48.909
Aufwendungen für bezogene Leistungen	14	20	36
	36.345	51.238	48.945

16. Personalaufwand

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Löhne und Gehälter	4.414	5.960	5.838
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	1.023	1.368	1.356
davon für Altersversorgung	(66)	(78)	(88)
	5.437	7.328	7.194

Die im Personalaufwand aufgeführten Löhne und Gehälter enthalten Aufwendungen für Abfindungen in Höhe von 94 Mio. € (12M 2012/13: 95 Mio. €; 9M 2013: 55 Mio. €). Darüber hinaus sind in den Löhnen und Gehältern Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 59 Mio. € (12M 2012/13: 29 Mio. €; 9M 2013: 20 Mio. €) enthalten, die ebenfalls Abfindungskomponenten beinhalten. Ein weiterer Bestandteil der Löhne und Gehälter sind Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 3 Mio. € (12M 2012/13: 6 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €).

Im Jahresdurchschnitt waren im Konzern beschäftigt:

Anzahl der Mitarbeiter (nach Köpfen)	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Arbeiter/Angestellte	269.493	272.867	255.033
Auszubildende	9.101	9.262	9.109
	278.594	282.129	264.142

Hierin sind auf Personenbasis 72.548 (12M 2012/13: 75.861; 9M 2013: 75.144) Teilzeitbeschäftigte berücksichtigt. Der An-

teil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter betrug auf Vollzeitbasis 61,5 Prozent (12M 2012/13: 63,7 Prozent; 9M 2013: 63,5 Prozent).

17. Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern (zum Beispiel Grundsteuer, Kraftfahrzeugsteuer, Verbrauch- und Verkehrssteuer) in Höhe von 134 Mio. € (12M 2012/13: 164 Mio. € ; 9M 2013: 118 Mio. €) sind in den Umsatzkosten, in den Vertriebskosten sowie in den allgemeinen Verwaltungskosten enthalten.

Erläuterungen zur Bilanz

18. Geschäfts- oder Firmenwerte

Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 3.671 Mio. € (30.9.2013: 3.763).

Eine Anzahl von Geschäftsanteilen an der Media-Saturn-Holding GmbH war zugunsten eines nicht beherrschenden Gesellschafters mit einem Andienungsrecht ausgestattet. Im Rahmen der Ausübung dieses Andienungsrechts veräußerte der nicht beherrschende Gesellschafter im Rumpfgeschäftsjahr 2013 seine Anteile an die METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH. Die finale Kaufpreisbestimmung im aktuellen Geschäftsjahr führte zu einem Anstieg der Geschäfts- oder Firmenwerte um 1 Mio. € (30.9.2013: Erhöhung aus Andienung um 10 Mio. €).

2009 erhielten die nicht beherrschenden Gesellschafter von METRO Cash & Carry Rumänien die Möglichkeit zur Andienung ihrer Gesellschaftsanteile gegenüber der METRO GROUP. Im Rahmen der Folgebewertung dieser Andienungsrechte reduzierte sich der Geschäfts- oder Firmenwert um 7 Mio. € (30.9.2013: Erhöhung um 5 Mio. €).

Wesentliche Anteile der Geschäfts- oder Firmenwerte bestanden zum Berichtsstichtag bei folgenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten:

	30.9.2013		30.9.2014	
	Mio. €	WACC %	Mio. €	WACC %
Real Deutschland	1.083	5,8	1.083	5,7
METRO Cash & Carry Frankreich	398	5,8	398	5,7
Media-Saturn Deutschland/Redcoon-Gruppe	300	7,5	300	6,7
METRO Cash & Carry Niederlande	352	5,9	264	5,9
METRO Cash & Carry Polen	257	6,4	257	6,5
METRO Cash & Carry Deutschland	223	5,8	223	5,7
METRO Cash & Carry Ungarn	174	8,1	174	8,0
METRO Cash & Carry Italien	171	6,8	171	6,6
METRO Cash & Carry Belgien	145	5,9	145	5,8
METRO Cash & Carry Spanien/Portugal	142	7,3	142	6,6
Media-Saturn Italien	72	8,7	72	7,7
Galeria Inno Belgien	57	6,7	57	6,2
METRO Cash & Carry Rumänien	61	7,9	54	7,3
Übrige Gesellschaften (jeweils < 50 Mio. € oder Corporate Assets)	328		331	
	3.763		3.671	

Aufgrund der Vorschriften des IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 wird eine jährliche Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte durchgeführt. Diese erfolgt auf der Ebene einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Diese Gruppe ist beim Geschäfts- oder Firmenwert grundsätzlich die Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land. Ausnahme von dieser Regel sind die zahlungsmittelgenerierenden Einheiten METRO Cash & Carry Spanien/Portugal sowie Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe. Nach Übernahme der ausstehenden Anteile an der Redcoon-Gruppe sowie der Zusammenführung der zentralen Verwaltungsfunktionen von Media-Saturn Deutschland und der Redcoon-Gruppe erfolgt die Werthaltigkeitsprüfung für die neue Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Media-Saturn Deutschland / Redcoon. Bei der Prüfung auf Werthaltigkeit wird die Summe der Buchwerte der Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten dem erzielbaren Betrag gegenübergestellt. Als erzielbarer Betrag wird der Fair Value abzüglich Verkaufskosten verwendet, der aus diskontierten zukünftigen Cashflows und mithilfe von Eingangsparametern des Levels 3 der Fair-Value-Hierarchie berechnet wird (die Beschreibung der Hierarchien der Fair Values ist unter Nummer 40 Buchwerte und Fair Values nach

Bewertungskategorien aufgeführt). Die erwarteten Cashflows basieren auf einem qualifizierten Planungsprozess unter Beachtung von unternehmensinternen Erfahrungswerten sowie unternehmensextern erhobenen volkswirtschaftlichen Rahmendaten. Der Detailplanungszeitraum umfasst grundsätzlich drei Jahre, in Ausnahmefällen kann dieser bei Vorliegen einer darüber hinausgehenden Detailplanung fünf Jahre betragen. Im Anschluss an den Detailplanungszeitraum wird wie im Vorjahr in der Regel eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent unterstellt, mit Ausnahme der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Real Deutschland, bei der eine Wachstumsrate von 0,5 Prozent angenommen wird. Als Kapitalisierungszinssatz wird der durchschnittliche gewichtete Kapitalkostensatz (WACC) unter Anwendung des Capital Asset Pricing Model abgeleitet. Hierbei wird für alle im gleichen Geschäftsfeld agierenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eine individuelle Gruppe von Vergleichsunternehmen (Peer Group) unterstellt. Die Kapitalisierungszinssätze bestimmen sich ferner unter Annahme eines Basiszinssatzes von 2,5 Prozent (30.9.2013: 2,5 Prozent) sowie einer Marktrisikoprämie von 6,0 Prozent (30.9.2013: 6,5 Prozent) in Deutschland. Sowohl auf den Eigenkapitalkostensatz als auch auf den Fremdkapitalkostensatz werden jeweils landesspezifische Risikoszuschläge auf Basis des Ratings des jeweiligen Landes erhoben. Die individuell für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten ermittelten Kapitalisierungszinssätze nach Steuern liegen zwischen 5,7 und 8,9 Prozent (30.9.2013: 5,8 bis 9,7 Prozent).

Für die als wesentlich erachteten Geschäfts- oder Firmenwerte wurden bei der vorgeschriebenen jährlichen Werthaltigkeitsprüfung zum 30. September 2014 die folgenden Annahmen zur Entwicklung der Umsätze, des EBIT und der für Bilanzzwecke angestrebten EBIT-Marge während des Detailplanungszeitraums getroffen.

	Umsatz	EBIT	EBIT-Marge	Detailplanungszeitraum (Jahre)
Real Deutschland	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Frankreich	Solides Wachstum	Solides Wachstum	Unverändert	3
METRO Cash & Carry Niederlande	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Polen	Deutliches Wachstum	Starkes Wachstum	Leichtes Wachstum	3
METRO Cash & Carry Deutschland	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
Media-Saturn Deutschland	Solides Wachstum	Solides Wachstum	Unverändert	3
METRO Cash & Carry Ungarn	Solides Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Italien	Solides Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	3

Die vorgeschriebene jährliche Prüfung bestätigte zum 30. September 2014 die Werthaltigkeit aller aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte. Zum 31. März 2014 wurde bereits für METRO Cash & Carry Niederlande aufgrund der Geschäftsentwicklung eine Wertminderung auf den Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 88 Mio. € vorgenommen.

Zusätzlich zum Impairment-Test wurden für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten drei Sensitivitätsanalysen durchgeführt. Bei der ersten Sensitivitätsanalyse wurde eine um 1 Prozentpunkt geringere Wachstumsrate unterstellt. Im Rahmen der zweiten Sensitivitätsanalyse wurde für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten der Kapitalisierungszinssatz um jeweils 10,0 Prozent angehoben. Bei der dritten Sensitivitätsanalyse wurde ein pauschaler Abschlag von 10,0 Prozent auf das in der Perpetuität angenommene EBIT erhoben. Aus diesen Veränderungen der zugrunde liegenden Annahmen würde mit Ausnahme von Real Deutschland, METRO Cash & Carry Niederlande, METRO Cash & Carry Deutschland und METRO Cash & Carry Ungarn für keine der Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eine Wertminderung resultieren.

Bei der Werthaltigkeitsprüfung des Geschäfts- oder Firmenwerts von Real Deutschland überstieg der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten den Buchwert um 9 Mio. €, während es bei METRO Cash & Carry Deutschland 20 Mio. € sowie bei METRO Cash & Carry Ungarn 12 Mio. € waren. Bei einer um 0,04 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 5,71 Prozent anstatt 5,69 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 162 Mio. € anstatt 163 Mio. € würde bei Real Deutschland der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei METRO Cash & Carry Niederlande wurde in der Perpetuität ein EBIT in Höhe von 45 Mio. € unterstellt. Bei METRO Cash & Carry Deutschland würde bei einer um 0,2 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 5,8 Prozent anstatt 5,7 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 84 Mio. € anstatt 86 Mio. € der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei einer um 0,6 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 8,4 Prozent anstatt 8,0 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 24 Mio. € anstatt 25 Mio. € würde bei METRO Cash & Carry Ungarn der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen.

Mio. €	Geschäfts- oder Firmenwerte
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2012	4.022
Währungsumrechnung	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	-9
Abgänge ¹	-2
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-162
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	3.850
Währungsumrechnung	-2
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	17
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2013	3.864
Währungsumrechnung	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	2
Abgänge ¹	-7
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2014	3.860
Abschreibungen	
Stand 1.10.2012	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	70
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	70
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	31
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2013	101
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	88
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2014	189
Buchwert 1.10.2012	4.022
Buchwert 31.12.2012	3.780
Buchwert 30.9.2013	3.763
Buchwert 30.9.2014	3.671

¹ Im Vorjahr wurden Abgänge und Umgliederungen in IFRS 5 gemeinsam in der Zeile Abgänge ausgewiesen

19. Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Mio. €	Immaterielle Vermögenswerte ohne Geschäfts- oder Firmenwerte	(davon selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte)
Anschaffungs- oder Herstellungskosten		
Stand 1.10.2012	1.772	(1.000)
Währungsumrechnung	-1	(0)
Zugänge Konsolidierungskreis	0	(0)
Zugänge	42	(20)
Abgänge ¹	-59	(-47)
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-13	(-2)
Umbuchungen	0	(0)
Stand 31.12.2012/1.1.2013	1.741	(972)
Währungsumrechnung	-6	(-2)
Zugänge Konsolidierungskreis	0	(0)
Zugänge	106	(67)
Abgänge ¹	-55	(-25)
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-1	(0)
Umbuchungen	11	(-1)
Stand 30.9./1.10.2013	1.796	(1.012)
Währungsumrechnung	-5	(-1)
Zugänge Konsolidierungskreis	0	(0)
Zugänge	130	(75)
Abgänge ¹	-70	(-21)
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-5	(-1)
Umbuchungen	-7	(-6)
Stand 30.9.2014	1.840	(1.056)
Abschreibungen		
Stand 1.10.2012	1.354	(787)
Währungsumrechnung	-1	(0)
Zugänge, planmäßig	42	(28)
Zugänge, außerplanmäßig	13	(7)
Abgänge ¹	-59	(-52)
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-12	(-2)
Zuschreibungen	-3	(-3)
Umbuchungen	0	(0)
Stand 31.12.2012/1.1.2013	1.334	(766)
Währungsumrechnung	-5	(-1)
Zugänge, planmäßig	107	(69)
Zugänge, außerplanmäßig	5	(3)
Abgänge ¹	-47	(-19)
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-1	(0)
Zuschreibungen	0	(0)
Umbuchungen	10	(0)
Stand 30.9./1.10.2013	1.403	(817)
Währungsumrechnung	-4	(-1)
Zugänge, planmäßig	126	(76)
Zugänge, außerplanmäßig	4	(1)
Abgänge ¹	-66	(-20)
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-4	(-1)
Zuschreibungen	0	(0)
Umbuchungen	0	(-4)
Stand 30.9.2014	1.460	(868)
Buchwert 1.10.2012	418	(213)
Buchwert 31.12.2012	407	(206)
Buchwert 30.9.2013	393	(194)
Buchwert 30.9.2014	380	(188)

¹Im Vorjahr wurden Abgänge und Umgliederungen in IFRS 5 gemeinsam in der Zeile Abgänge ausgewiesen

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte weisen eine begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauer auf und werden daher planmäßig abgeschrieben. Die außerplanmäßigen Abschreibungen betreffen mit 1 Mio. € (12M 2012/13: 11 Mio. €; 9M: 3 Mio. €) selbst erstellte Software, mit 2 Mio. € (12M 2012/13: 3 Mio. €; 9M 2013: 2 Mio. €) Miet- und Nutzungsrechte sowie mit 1 Mio. € (12M 2012/13: 4 Mio. €; 9M 2013: 0 Mio. €) erworbene Konzessionen, Rechte und Lizenzen.

Die Zugänge zu den Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit 4 Mio. € (12M 2012/13: 4 Mio. €; 9M 2013: 3 Mio. €) in den Umsatzkosten, mit 56 Mio. € (12M 2012/13: 52 Mio. €; 9M 2013: 38 Mio. €) in den Vertriebskosten und mit 71 Mio. € (12M 2012/13: 111 Mio. €; 9M 72 Mio. €) in den allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesen.

Die als Aufwand erfassten Ausgaben für Forschung und Entwicklung betreffen im Wesentlichen selbst erstellte Software und betragen im laufenden Geschäftsjahr 39 Mio. € (12M 2012/13: 46 Mio. €, 9M 2013: 32 Mio. €).

Für immaterielle Vermögenswerte bestehen – wie im Vorjahr – keine Eigentums- oder Verfügungsbeschränkungen. Es wurden Erwerbsverpflichtungen für immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 1 Mio. € (30.9.2013: 3 Mio. €) eingegangen.

20. Sachanlagen

Zum 30. September 2014 wurden Sachanlagen in Höhe von 10.025 Mio. € (30.9.2013: 10.709 Mio. €) bilanziert. Der Rückgang der Sachanlagen resultiert in Höhe von 268 Mio. € (12M 2012/13: 288 Mio. €; 9M 2013: 235 Mio. €) aus negativen Währungseffekten. Diese betreffen im laufenden Geschäftsjahr im Wesentlichen die Länder Russland und Ukraine.

Ebenfalls zu dem Rückgang beigetragen haben Abgänge von Sachanlagevermögen in Höhe von 215 Mio. € (12M 2012/13: 165 Mio. €; 9M 2013: 62 Mio. €). Diese beinhalten Abgänge von Immobilien in Höhe von 145 Mio. € (12M 2012/13: 96 Mio. €; 9M 2013: 9 Mio. €). Sie resultieren im Wesentlichen in Höhe von 113 Mio. € aus der Veräußerung von einzelnen Büroimmobilien der METRO GROUP Unternehmenszentrale am Standort Düsseldorf sowie in Höhe von 19 Mio. € aus dem Verkauf des Objekts Brandenburg.

Darüber hinaus führt die Umklassifizierung von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ zu einer Minderung des Sachanlagevermögens in Höhe von 172 Mio. € (12M 2012/13: 918 Mio. €; 9M 2013: 100 Mio. €). Diese betreffen mit 113 Mio. € das zur Veräußerung vorgesehene Großhandelsgeschäft in Vietnam sowie mit 26 Mio. € Teile des im Eigentum von METRO PROPERTIES befindlichen türkischen Standorts Merter.

Mio. €	Grundstücke und Bauten	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.10.2012	13.112	8.710	359	22.182
Währungsumrechnung	-42	-28	-2	-72
Zugänge Konsolidierungskreis	43	0	0	44
Zugänge	72 ¹	207	132	411
Abgänge ²	-216	-184	-6	-406
Umgliederungen in IFRS 5 ²	-817	-488	-30	-1.335
Umbuchungen	113	120	-234	-1
Stand 31.12.2012/1.1.2013	12.266	8.337	218	20.822
Währungsumrechnung	-204	-128	-9	-341
Zugänge Konsolidierungskreis	3	0	0	3
Zugänge ¹	128	286	221	635
Abgänge ²	-26	-277	-20	-323
Umgliederungen in IFRS 5 ²	-133	0	0	-133
Umbuchungen	124	85	-184	24
Stand 30.9./1.10.2013	12.157	8.304	226	20.687
Währungsumrechnung	-260	-104	-6	-369
Zugänge Konsolidierungskreis	184	0	0	184
Zugänge	130 ¹	441	330 ¹	901
Abgänge ²	-312	-443	-14	-769
Umgliederungen in IFRS 5 ²	-165	-112	-5	-282
Umbuchungen	-20	175	-273	-117
Stand 30.9.2014	11.714	8.261	258	20.233
Abschreibungen				
Stand 1.10.2012	4.364	5.606	9	9.979
Währungsumrechnung	-4	-15	0	-19
Zugänge, planmäßig	86	157	0	243
Zugänge, außerplanmäßig	30	86	9	126
Abgänge ²	-128	-172	-1	-302
Umgliederungen in IFRS 5 ²	-187	-323	-8	-517
Zuschreibungen	-2	-4	0	-6
Umbuchungen	-14	7	0	-6
Stand 31.12.2012/1.1.2013	4.147	5.342	9	9.498
Währungsumrechnung	-41	-64	-1	-106
Zugänge, planmäßig	310 ¹	432 ¹	0	742
Zugänge, außerplanmäßig	84 ¹	32 ¹	1	117
Abgänge ²	-17	-239	-4	-261
Umgliederungen in IFRS 5 ²	-33	-1	0	-33
Zuschreibungen	0	-6	0	-6
Umbuchungen	28	-2	1	27
Stand 30.9./1.10.2013	4.478	5.493	6	9.978
Währungsumrechnung	-45	-56	0	-101
Zugänge, planmäßig	385	557	0	943
Zugänge, außerplanmäßig	54	49	2	105
Abgänge ²	-167	-386	-1	-554
Umgliederungen in IFRS 5 ²	-46	-64	0	-110
Zuschreibungen	-10	-1	0	-11
Umbuchungen	-43	2	0	-41
Stand 30.9.2014	4.607	5.595	7	10.208
Buchwert 1.10.2012	8.748	3.105	350	12.202
Buchwert 31.12.2012	8.119	2.995	210	11.324
Buchwert 30.9.2013	7.679	2.810	220	10.709
Buchwert 30.9.2014	7.108	2.666	251	10.025

¹ Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die Sachanlagen² Im Vorjahr wurden Abgänge und Umgliederungen in IFRS 5 gemeinsam in der Zeile Abgänge ausgewiesen

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens liegen in Höhe von 179 Mio. € (30.9.2013: 272 Mio. €) vor.

Für Gegenstände des Sachanlagevermögens wurden Erwerbsverpflichtungen in Höhe von 128 Mio. € (30.9.2013: 125 Mio. €) eingegangen.

Vermögenswerte, die der METRO GROUP im Rahmen eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses zur Verfügung stehen, sind mit 879 Mio. € (30.9.2013: 976 Mio. €) enthalten; sie betreffen im Wesentlichen angemietete Gebäude.

Finanzierungs-Leasingverhältnisse werden in der Regel über eine Grundmietzeit zwischen 15 und 25 Jahren abgeschlossen und sehen nach Ablauf der Grundmietzeit die Option vor, den Vertrag mindestens einmal für fünf Jahre zu verlängern. Die Zinssätze, die den Verträgen zugrunde liegen, variieren je nach Markt und Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zwischen 4,4 und 6,7 Prozent.

Neben den Finanzierungs-Leasingverhältnissen bestehen in der METRO GROUP Miet- beziehungsweise Leasingverhältnisse, die nach ihrem wirtschaftlichen Gehalt als Operating-Leasingverhältnisse zu qualifizieren sind. Operating-Leasingverhältnisse werden in der Regel über eine Grundmietzeit von bis zu 15 Jahren abgeschlossen. Die Leasingverträge beinhalten Leasingraten, die teilweise auf variablen, teilweise auf fixen Mietzinsen basieren.

Die Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen werden in den Folgeperioden wie folgt fällig:

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2013			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	232	737	1.449
Abzinsungen	-17	-164	-771
Barwert	215	573	678
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2013			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.536	4.789	4.047

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2014			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	210	645	1.178
Abzinsungen	-15	-139	-600
Barwert	195	506	578
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2014			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.422	4.312	3.632

Die zukünftig zu leistenden Leasingzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen enthalten für die Ausübung günstiger Kaufoptionen erforderliche Kaufpreiszahlungen in Höhe von 42 Mio. € (30.9.2013: 42 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Finanzierungs-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 199 Mio. € (30.9.2013: 212 Mio. €), Korrektur von Vorjahreswerten – siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Operating-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 470 Mio. € (30.9.2013: 538 Mio. €), Korrektur von Vorjahreswerten – siehe Kapitel Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses).

Im Periodenergebnis sind geleistete Zahlungen aus Leasingverhältnissen in Höhe von 1.585 Mio. € (12M 2012/13: 1.627 Mio.€; 9M 2013: 1.231 Mio. €) und erhaltene Zahlungen aus Mietverhältnissen in Höhe von 341 Mio. € (12M 2012/13: 381 Mio. €; 9M 2013: 279 Mio. €) enthalten.

Die in der Periode als Aufwand erfassten bedingten Mietzahlungen aus den Finanzierungs-Leasingverhältnissen betragen 10 Mio. € (12M 2012/13: 12 Mio. €; 9M 2013: 10 Mio. €) und die aus den Operating-Leasingverhältnissen 55 Mio. € (12M 2012/13: 55 Mio. €; 9M 2013: 46 Mio. €).

Aus der Vermietung von Immobilien, die sich im juristischen Eigentum der METRO GROUP befinden, bestehen Ansprüche auf den Erhalt von Leasingzahlungen gegenüber Konzernfremden (METRO GROUP als Leasinggeber), die in den Folgeperioden wie folgt fällig werden:

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2013			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	1	3	7
Abzinsungen	0	-1	-4
Barwert	1	2	2
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2013			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal) ¹	75	204	184

¹ Korrektur von Vorjahreswerten (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2014			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	0	0	0
Abzinsungen	0	0	0
Barwert	0	0	0
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2014			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	84	235	192

Wegen Beendigung von Finanzierungs-Leasingverhältnissen aus Sicht des Leasinggebers bestehen in der laufenden Berichtsperiode keine nominalen Mindestleasingzahlungen (30.9.2013: 11 Mio. €). Ein nicht garantierter Restwert besteht in der Berichtsperiode nicht (30.9.2013: 2 Mio. €). Auch der sich daraus ergebende Bruttoinvestitionswert beträgt insofern 0 € (30.9.2013: 13 Mio. €). Folglich ist ein noch nicht realisierter Finanzertrag auch 0 € (12M 2012/13: 6 Mio. €; 9M 2013: 5 Mio. €).

21. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien werden mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet. Zum 30. September 2014 waren insgesamt 223 Mio. € (30.9.2013: 156 Mio. €) bilanziert. Die Erhöhung von 67 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung von im Eigentum der METRO PROPERTIES befindlichen türkischen Standorten von den Sachanlagen in die „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“. Gegenläufige Effekte ergeben sich aus der Überkompensation der Investitionstätigkeit des laufenden Geschäftsjahres durch die planmäßigen und außerplanmäßigen Abschreibungen.

Die Summe der Fair Values dieser Immobilien beträgt 311 Mio. € (30.9.2013: 236 Mio. €). Diese sind nicht anhand von beobachtbaren Marktpreisen ermittelbar. Daher werden die Fair Values nach international anerkannten Bewertungsmethoden, insbesondere mithilfe des Vergleichswertverfahrens und der Discounted-Cashflow-Methode, ermittelt (Level 3 der dreistufigen Bewertungshierarchie des IFRS 13 [Bewertung zum beizulegenden Zeitwert]). Dabei wird ein Detailbetrachtungszeitraum von zehn Jahren zugrunde gelegt. Neben Marktmieten wurden aus dem Markt abgeleitete Diskontierungszinssätze als wesentliche Bewertungsparameter verwendet. Die Ermittlung der Diskontierungszinssätze beruht auf der Analyse der jeweiligen Immobilienmärkte mit Auswertung von Vergleichstransaktionen und Marktpublikationen internationaler Beratungshäuser. Die auf diese Weise bestimmten Diskontierungssätze reflektieren dabei sowohl das jeweilige Länder- und Standortrisiko als auch das spezifische Immobilienrisiko.

Die Mieterträge aus diesen Immobilien betragen 40 Mio. € (12M 2012/13: 33 Mio. €; 9M 2013: 24 Mio. €) und die damit im Zusammenhang stehenden Aufwendungen belaufen sich auf 25 Mio. (12M 2012/13: 18 Mio. €; 9M 2013: 14 Mio. €). Für Objekte ohne Mieteinnahmen sind Aufwendungen in Höhe von 1 Mio. € (12M 2012/13: 1 Mio. €; 9M 2013: 0 Mio. €) entstanden.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen liegen in Höhe von 19 Mio. € (30.9.2013: 25 Mio. €) vor. Für die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien wurden wie im Vorjahr keine Erwerbsverpflichtungen eingegangen.

Mio. €	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2012	505
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	3
Abgänge ¹	-4
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-4
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	500
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	5
Abgänge ¹	-64
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-3
Umbuchungen	-32
Stand 30.9./1.10.2013	407
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge ²	2
Abgänge ¹	-10
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Umbuchungen	125
Stand 30.9.2014	523
Abschreibungen	
Stand 1.10.2012	299
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	3
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge ¹	-4
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	-3
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	6
Stand 31.12.2012/1.1.2013	301
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	8
Zugänge, außerplanmäßig	8
Abgänge ¹	-34
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	-32
Stand 30.9./1.10.2013	250
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	10
Zugänge, außerplanmäßig	6
Abgänge ¹	-7
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	41
Stand 30.9.2014	300
Buchwert 1.10.2012	207
Buchwert 31.12.2012	199
Buchwert 30.9.2013	156
Buchwert 30.9.2014	223

¹ Im Vorjahr wurden Abgänge und Umgliederungen in IFRS 5 gemeinsam in der Zeile Abgänge ausgewiesen

² Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“

22. Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

Mio. €	Ausleihungen	Beteiligungen	Wertpapiere	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.10.2012	71	194	1	266
Währungsumrechnung	0	-4	0	-4
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	8	9	0	17
Abgänge ¹	-1	0	0	-1
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0	0	0	0
Umbuchungen	-18	1	1	-16
Stand 31.12.2012/1.1.2013	60	200	2	261
Währungsumrechnung	-1	-4	0	-5
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	13	71	0	84
Abgänge ¹	-6	0	0	-7
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 30.9./1.10.2013	65	267	2	333
Währungsumrechnung	0	15	0	16
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	6	5	0	11
Abgänge ¹	-19	-269	0	-288
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0	0	0	0
Umbuchungen	-1	1	0	0
Stand 30.9.2014	51	19	2	72
Abschreibungen				
Stand 1.10.2012	13	1	0	14
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	0	0	0
Abgänge ¹	0	0	0	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	13	1	0	14
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	0	0	0
Abgänge ¹	0	0	0	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	-1	0	0	-1
Stand 30.9./1.10.2013	13	1	0	14
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	0	0	0
Abgänge ¹	-13	0	0	-13
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 30.9.2014	0	1	0	1
Buchwert 1.10.2012	58	193	1	252
Buchwert 31.12.2012	47	199	2	247
Buchwert 30.9.2013	52	266	2	319
Buchwert 30.9.2014	51	18	2	71

¹Im Vorjahr wurden Abgänge und Umgliederungen in IFRS 5 gemeinsam in der Zeile Abgänge ausgewiesen

Die Abgänge der Beteiligungen in Höhe von 269 Mio. € betreffen mit 246 Mio. € den Verkauf von 9 Prozent der Anteile an der Booker Group PLC. Diese Anteile waren im Geschäftsjahr 2012 als ein Teil der Gegenleistung für den Verkauf des Großhandelsgeschäfts der METRO GROUP im Vereinigten Königreich zugegangen.

Mio. €	Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen
Anschaftungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2012	57
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	35
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	92
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	44
Abgänge ¹	-4
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2013	132
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	2
Abgänge ¹	-39
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2014	95
Abschreibungen	
Stand 1.10.2012	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	1
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	-1
Umbuchungen	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2013	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge ¹	0
Umgliederungen in IFRS 5 ¹	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2014	0
Buchwert 1.10.2012	57
Buchwert 31.12.2012	92
Buchwert 30.9.2013	132
Buchwert 30.9.2014	95

¹ Im Vorjahr wurden Abgänge und Umgliederungen in IFRS 5 gemeinsam in der Zeile Abgänge ausgewiesen

Zusammenfassende Finanzinformationen zu den nach der Equity-Methode bilanzierten wesentlichen Beteiligungen enthält folgende Tabelle:

	Abschlussstichtag	Anteil in %	Gesamtvermögen Mio. €	Gesamt-schulden Mio. €	Nettovermögen Mio. €	Ergebnis Mio. €	Konzernanteil am Nettovermögen Mio. €	Buchwerte Mio. €	Konzernanteil am Ergebnis Mio. €
Habib METRO Pakistan (Pvt) Ltd (assoziiertes Unternehmen)	30.6.2014	40,00	67	3	64	4	26	45	2
OPCI FRENCH WHOLESale PROPERTIES – FWP (assoziiertes Unternehmen)	30.9.2014	4,99	265	107	158	11	8	8	2
OPCI FRENCH WHOLESale STORES – FWS (assoziiertes Unternehmen)	30.9.2014	25,00	256	105	151	11	38	39	3

Der Anteil der Gesellschaft OPCI FRENCH WHOLESale PROPERTIES – FWP wurde im Geschäftsjahr 2013/14 um 25,74 Prozent auf 4,99 Prozent verringert. Durch eine persönliche Vertretung der METRO GROUP im Aufsichtsrat der OPCI FRENCH WHOLESale PROPERTIES – FWP ist ein maßgeblicher Einfluss gesichert und weiterhin eine Bilanzierung nach der Equity-Methode gegeben.

23. Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

Mio. €	30.9.2013			30.9.2014		
	Gesamt	Restlaufzeit		Gesamt	Restlaufzeit	
		bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Forderungen an Lieferanten	1.389	1.360	29	1.524	1.505	19
Übrige finanzielle Vermögenswerte	672	652	21	669	649	19
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.062	2.012	50	2.193	2.154	39
Sonstige Steuererstattungsansprüche	368	368	0	464	464	0
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	430	154	276	376	150	226
Übrige andere Vermögenswerte	78	66	12	75	68	7
Sonstige andere Vermögenswerte	876	589	288	915	681	234
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	2.938	2.601	337	3.108	2.836	272

Die Forderungen an Lieferanten beinhalten sowohl in Rechnung gestellte als auch Abgrenzungen für nachlaufende Vergütungen von Lieferanten (zum Beispiel Boni und Werbekostenzuschüsse) sowie debitorische Kreditoren. Die Abweichung zum Vorjahr basiert insbesondere auf der Verbesserung von Konditionsvereinbarungen nachlaufender Lieferantenvergütungen.

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Forderungen gegen die METRO Unterstützungskasse e. V. in Höhe von 208 Mio. € (30.9.2013: 168 Mio. €), den Forderungen aus Kreditkartengeschäften in Höhe von 104 Mio. € (30.9.2013: 116 Mio. €), den Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften in Höhe von 59 Mio. € (30.9.2013: 30 Mio. €), den Forderungen und sonstigen Vermögenswerten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 52 Mio. € (30.9.2013: 77 Mio. €), Finanzierungsprovisionen in Höhe von 22 Mio. € (30.9.2013: 19 Mio. €) und den Forderungen aus dem Abgang des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 15 Mio. € (30.9.2013: 48 Mio. €).

Die sonstigen Steuererstattungsansprüche beinhalten Umsatzsteuererstattungsansprüche in Höhe von 263 Mio. € (30.9.2013:

147 Mio. €), noch nicht verrechenbare Vorsteuer in Höhe von 187 Mio. € (30.9.2013: 206 Mio. €) und andere Steuererstattungsansprüche in Höhe von 14 Mio. € (30.9.2013: 16 Mio. €).

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinsvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen.

Die übrigen anderen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffen in Höhe von 28 Mio. € (30.9.2013: 25 Mio. €).

24. Latente Steueransprüche / Latente Steuerschulden

Die aktiven latenten Steueransprüche auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen betragen 835 Mio. € und sind im Vergleich zum 30. September 2013 um 2 Mio. € vermindert. Bei den passiven latenten Steuern erhöhte sich der Bilanzwert des Vorjahres um 3 Mio. € auf 130 Mio. €.

Die bilanzierten latenten Steuern betreffen folgende Bilanzposten:

Mio. €	30.9.2013		30.9.2014	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	177	176	152	170
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	97	68	101	73
Sachanlagen und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	152	616	156	596
Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	5	2	5	2
Vorräte	94	13	70	18
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	120	46	115	60
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	0	0	0	0
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	319	62	368	62
Sonstige Rückstellungen	94	5	96	7
Finanzschulden	404	5	369	6
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	136	57	131	63
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	0	0	0	0
Outside Basis Differences	0	0	0	0
Wertberichtigungen auf temporäre Differenzen	-84	0	-106	0
Verlustvorträge	246	0	304	0
Summe	1.760	1.050	1.762	1.057
Saldierung	-923	-923	-927	-927
Bilanzwert der latenten Steuern	837	127	835	130

Von den ausgewiesenen latenten Steueransprüchen entfallen 492 Mio. € auf den Organkreis der METRO AG. Auf Basis der Unternehmensplanung ist die Realisierung dieses Steueranspruchs als hinreichend wahrscheinlich anzusehen.

Gemäß IAS 12 (Ertragsteuern) sind passive latente Steuern auf den Unterschiedsbetrag zwischen dem in der Konzernbilanz erfassten anteiligen Eigenkapital einer Tochtergesellschaft und dem Beteiligungsbuchwert für diese Tochtergesellschaft in der Steuerbilanz der Muttergesellschaft zu bilden (sogenannte Outside Basis Differences), wenn mit der Realisierung zu rechnen ist. Ursächlich für diese Unterschiedsbeträge sind im Wesentlichen thesaurierte Gewinne in- und ausländischer Tochtergesellschaften. Auf diese thesaurierten Gewinne wurden keine latenten Steuern berechnet, da sie auf unbestimmte Zeit reinvestiert werden oder keiner entsprechenden Besteuerung unterliegen. Im Falle von Ausschüttungen von Tochterkapitalgesellschaften unterlägen diese einer Dividendenbesteuerung von 5 Prozent. Ausschüttungen aus dem Ausland könnten darüber hinaus Quellensteuer auslösen. Zum 30. September 2014 wurden für geplante Dividendenzahlungen 0 Mio. € passive latente Steuern aus Outside Basis Differences

berücksichtigt. Zum Zeitpunkt der Berichtserstellung waren die beschlossenen Dividendenzahlungen in voller Höhe vereinbart. Aus diesem Grund wurden keine passiven latenten Steuern in diesem Zusammenhang ausgewiesen. Aufgrund der Gliederungstiefe der METRO GROUP wäre die Ermittlung der zu versteuernden temporären Differenzen mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden.

Für folgende Verlust- und Zinsvorträge sowie temporäre Differenzen wurden keine latenten Steueransprüche bilanziert, da mit einer kurz- bis mittelfristigen Realisierung der Ansprüche nicht zu rechnen ist:

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Körperschaftsteuerliche Verluste	7.666	7.896
Gewerbesteuerliche Verluste	7.844	7.908
Zinsvorträge	132	19
Temporäre Differenzen	324	415

Die Verluste betreffen im Wesentlichen Deutschland. Sie sind unbegrenzt vortragsfähig.

Steuerliche Auswirkungen auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses

Mio. €	9M 2013			12M 2012/13			12M 2013/14		
	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-99	0	-99	-135	0	-135	-30	-7	-37
davon Währungsumrechnungsdifferenzen aus Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	(5)	(0)	(5)	(4)	(0)	(4)	(-68)	(-7)	(-75)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	6	-1	5	5	0	5	21	-3	18
Gewinne/Verluste aus der Neubewertung von Finanzinstrumenten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	65	0	65	68	0	68	-70	0	-70
Latente Steuern auf die Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	10	-3	7	-34	6	-28	-256	41	-215
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Restliche Ertragsteuer auf das Sonstige Ergebnis	0	-9	-9	0	2	2	0	-4	-4
	-18	-13	-31	-96	8	-88	-335	27	-308

Aufgrund nicht steuerwirksamer Sachverhalte sowie den Nichtansatz beziehungsweise die Wertberichtigung von latenten

Steuern entspricht die ausgewiesene Steuer nicht bei jeder Position der erwarteten Steuer.

25. Vorräte

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Handelswaren Lebensmittel	1.953	2.032
Handelswaren Nicht-Lebensmittel	3.903	3.914
	5.856	5.946

Die Vorräte verteilen sich auf die Vertriebslinien wie folgt:

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
METRO Cash & Carry	2.254	2.319
Media-Saturn	2.148	2.182
Real	622	578
Galeria Kaufhof	515	540
Sonstige	316	327
	5.856	5.946

Im Vergleich zum 30. September 2013 erhöhte sich das Vorratsvermögen um 90 Mio. €. Der Anstieg ist im Wesentlichen bedingt durch diverse Neueröffnungen sowie durch erhöhten Wareneinkauf, unter anderem aufgrund des 50. Geburtstags von METRO Cash & Carry. Gegenläufig wirkte sich die Umklassifizierung der Vorräte von METRO Cash & Carry Vietnam in „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ sowie die Veräußerung des Real-Geschäfts in der Türkei aus.

Im Vorratsvermögen sind Wertberichtigungen in Höhe von 229 Mio. € (30.9.2013: 267 Mio. €) enthalten.

26. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Von den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 560 Mio. € (30.9.2013: 547 Mio. €) weisen 17 Mio. € (30.9.2013: 15 Mio. €) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr auf.

27. Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente

Die Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, lauten wie folgt:

Mio. €	Kategorie „Kredite und Forderungen“	Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“
Stand 1.10.2012	162	0
Währungsumrechnung	0	0
Zugänge	29	0
Auflösung	-11	0
Inanspruchnahme	-13	0
Umbuchungen	-5	0
Stand 31.12.2012/1.1.2013	161	0
Währungsumrechnung	-3	0
Zugänge	87	0
Auflösung	-31	0
Inanspruchnahme	-27	0
Umbuchungen	0	0
Stand 30.9./1.10.2013	189	0
Währungsumrechnung	-2	0
Zugänge	67	0
Auflösung	-36	0
Inanspruchnahme	-52	0
Umbuchungen	-31	0
Stand 30.9.2014	135	0

Für die Kategorie Kredite und Forderungen – hierzu zählen insbesondere Ausleihungen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen und sonstige Vermögenswerte aus dem Immobilienbereich – liegen negative Ergebniseinflüsse aus Wertberichtigungen in Höhe von 30 Mio. € (12M 2012/13: 73 Mio. €; 9M 2013: 55 Mio. €) vor. Hierin enthalten sind auch Erträge aus dem Erhalt von Zahlungsmitteln aus bereits wegen erwarteter Uneinbringlichkeit ausgebuchten Forderungen in Höhe von 2 Mio. € (12M 2012/13: 2 Mio. €; 9M 2013: 1 Mio. €). Im laufenden Geschäftsjahr sind Umklassifizierungen von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 1 Mio. € (12M 2012/13: 5 Mio. €; 9M 2013: 0 Mio. €) enthalten.

Für die Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“ liegen wie im Vorjahr keine Ergebniseinflüsse vor.

Im laufenden Geschäftsjahr liegen keine negativen Ergebniseinflüsse aus Wertberichtigungen von Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17) vor (12M 2012/13: 4 Mio. €; 9M 2013: 4 Mio. €).

Wertminderungen auf aktivierte Finanzinstrumente werden grundsätzlich mit einem Wertberichtigungskonto vorge-

nommen und reduzieren den Buchwert der finanziellen Vermögenswerte.

28. Fälligkeiten und Wertberichtigungen aktivierter Finanzinstrumente

Die aktivierten Finanzinstrumente weisen zum Bilanzstichtag folgende Fälligkeiten und Wertberichtigungen auf:

Mio. €	davon überfällig, nicht einzelwertberichtigt						
	Gesamter Buchwert 30.9.2013	davon nicht überfällig, nicht einzelwertberichtigt	innerhalb der letzten 90 Tage fällig	seit 91 bis 180 Tagen fällig	seit 181 bis 270 Tagen fällig	seit 271 bis 360 Tagen fällig	seit mehr als 360 Tagen fällig
Aktiva							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	2.647	2.241	101	5	1	0	1
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	18	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	267	1	0	0	0	0	0
	2.932	2.243	101	5	1	0	1

Mio. €	davon überfällig, nicht einzelwertberichtigt						
	Gesamter Buchwert 30.9.2014	davon nicht überfällig, nicht einzelwertberichtigt	innerhalb der letzten 90 Tage fällig	seit 91 bis 180 Tagen fällig	seit 181 bis 270 Tagen fällig	seit 271 bis 360 Tagen fällig	seit mehr als 360 Tagen fällig
Aktiva							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	2.757	2.368	87	9	3	0	1
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	26	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	19	1	0	0	0	0	0
	2.803	2.369	87	9	3	0	1

Die innerhalb der letzten 90 Tage fälligen Kredite und Forderungen resultieren im Wesentlichen aus dem geschäftsüblichen Zahlungsverkehr mit sofortigen beziehungsweise mit kurzen Zahlungszielen. Bei den nicht einzelwertberichtigten Krediten und Forderungen, die seit mehr als 90 Tagen überfällig sind, deuten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden. Für die nicht überfälligen und nicht einzelwertberichtigten aktivierten Finanzinstrumente liegen keine Anhaltspunkte aus der Kreditwürdigkeit des Schuldners (Kreditqualität) vor, die zu einer Wertberichtigung führen würden.

29. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Schecks und Kassenbestand	109	110
Guthaben bei Kreditinstituten und unterwegs befindliche Gelder	2.455	2.296
	2.564	2.406

Im Einzelnen wird auf die Kapitalflussrechnung sowie auf Nummer 41 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung verwiesen.

30. Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte / Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten

Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa

Mit Vertrag vom 30. November 2012 trafen die METRO GROUP und das französische Handelsunternehmen Groupe Auchan die Vereinbarung, das Real-Geschäft in Polen, Russland, Rumänien und der Ukraine an Groupe Auchan zu veräußern. Hinsichtlich des Real-Geschäfts in Russland, Rumänien und der Ukraine wurde die Vereinbarung innerhalb des Rumpfgeschäftsjahres 2013 umgesetzt. Für das polnische Real-Geschäft wurden die letzten aufschiebenden Bedingungen schließlich im Januar 2014 erfüllt, sodass im zweiten Quartal 2013/14 auch die Entkonsolidierung der polnischen Real-Organisation abgebildet werden konnte.

Seit Beginn des Geschäftsjahres 2013/14 erhöhten sich die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ des Real-Geschäfts in Polen im Rahmen der Fortführung der operativen Tätigkeit bis zum Zeitpunkt der Entkonsolidierung von 174 Mio. € auf 247 Mio. €. Die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ stiegen vor diesem Hintergrund von 264 Mio. € auf 320 Mio. €. Die im Rahmen der Entkonsolidierung abgegangenen Vermögenswerte und Schulden setzen sich aus folgenden Positionen zusammen:

Mio. €	30.9.2014
Vermögenswerte	
Sachanlagen	32
Vorräte	146
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	5
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	23
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	41
	247
Schulden	
Finanzschulden (langfristig)	69
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (langfristig)	16
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	191
Rückstellungen (kurzfristig)	14
Finanzschulden (kurzfristig)	1
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	29
	320

Das aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa entstandene EBIT-wirksame Ergebnis beträgt 37 Mio. €. Es wird

mit 43 Mio. € in den sonstigen betrieblichen Erträgen und mit 6 Mio. € in den Vertriebskosten ausgewiesen. Segmentarisch wirkt es sich in voller Höhe im Segment Real aus. Die bis zum Entkonsolidierungszeitpunkt erfolgsneutral im Eigenkapital bilanzierten Währungsumrechnungsdifferenzen verursachen anlässlich ihrer erfolgswirksamen Auflösung einen Aufwand von 28 Mio. €, der sich im übrigen Finanzergebnis auswirkt.

Im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa sollen außer an die Groupe Auchan weitere Vermögenswerte an diverse andere Erwerber veräußert werden. Nach der vollständigen Rückgliederung eines russischen Standortes im Wert von 10 Mio. € in das Segment METRO Cash & Carry werden die verbleibenden Vermögenswerte mit 3 Mio. € in den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ ausgewiesen und tragen im Segment Sonstige in selber Höhe zum Segmentvermögen bei. Am Segmentvermögen des Segments Real haben sie keinen Anteil. „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ bestehen hinsichtlich dieser weiteren Vermögenswerte nicht.

Veräußerung des Real-Geschäfts in der Türkei

Vor dem Hintergrund der Fokussierung auf das Real-Geschäft in Deutschland wurde nach der erfolgreichen Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa auch das Real-Geschäft in der Türkei verkauft. Der diesbezügliche Vertrag mit dem Erwerber, Herrn Hacı Duran Beğendik, wurde am 27. Juni 2014 geschlossen. Nach Erfüllung der letzten Vollzugsbedingungen im Juli 2014 wurde das türkische Real-Geschäft im Jahresabschluss per 30. September 2014 entkonsolidiert. Vor diesem Hintergrund erfolgte zum 30. Juni 2014 der Ausweis von Vermögenswerten in Höhe von 73 Mio. € in den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ und in Höhe von 80 Mio. € in den „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“. Der Abgang aus diesen Positionen erfolgte im Rahmen der Entkonsolidierung am 30. September 2014. Vor der Umgliederung in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ beziehungsweise in die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ erfolgte eine Abwertung der Vermögenswerte und Schulden auf den Fair Value abzüglich Veräußerungskosten. In diesem Zusammenhang sind EBIT-wirksame Aufwendungen in Höhe von 14 Mio. € entstanden, die sich in vollem Umfang im Segmentergebnis der Vertriebslinie Real auswirken. Darüber hinaus ist im Rahmen der Entkonsolidierung kein weiteres EBIT-wirksames Ergebnis entstanden. Die erfolgswirksame Auflösung der bis zum Entkonsolidierungszeitpunkt erfolgsneutral im Eigenkapital ausgewiesenen Wäh-

rumsumrechnungsdifferenzen verursacht einen Aufwand von 109 Mio. €, der im übrigen Finanzergebnis ausgewiesen wird.

Verkauf des Großhandelsgeschäfts in Vietnam

Am 7. August 2014 traf METRO Cash & Carry mit der thailändischen Handelsgruppe Berli Jucker Public Company Limited (BJC) die Vereinbarung zur Veräußerung aller 19 vietnamesischen Großmärkte einschließlich des zugehörigen Immobilienportfolios. Die Vereinbarung steht noch unter dem Vorbehalt der Erfüllung der üblichen Vollzugsvoraussetzungen und Genehmigungen durch die zuständigen Behörden. Bis zu diesem Zeitpunkt verbleibt das vietnamesische Großhandelsgeschäft Bestandteil der METRO GROUP und trägt bis dahin zum Konzernergebnis bei. Mit Inkrafttreten der Vereinbarung werden alle von dieser Vereinbarung betroffenen Vermögenswerte und Schulden als eine Veräußerungsgruppe im Sinne des IFRS 5 behandelt. Nach Konsolidierung aller konzerninternen Vermögenswerte und Schulden erfolgt ihr Ausweis demnach in der Konzernbilanz zum 30. September 2014 unter der Position „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ (221 Mio. €) beziehungsweise unter der Position „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ (192 Mio. €). Ihre Zusammensetzung stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	30.9.2014
Vermögenswerte	
Sachanlagen	113
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (langfristig)	48
Vorräte	32
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	22
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	3
	221
Schulden	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1
Finanzschulden (langfristig)	97
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	45
Rückstellungen (kurzfristig)	6
Finanzschulden (kurzfristig)	36
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	7
	192

Die zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte und Schulden des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts tragen im Segment METRO Cash & Carry mit 212 Mio. € zum Segmentvermögen und mit 59 Mio. € zu den Segmentschulden bei.

Im Zusammenhang mit der Veräußerung an BJC sind im Geschäftsjahr 2013/14 Aufwendungen in Höhe von 1 Mio. € angefallen. Sie werden unter den Allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesen und entfallen auf das Segment METRO Cash & Carry. Im Zusammenhang mit der Bewertung der Veräußerungsgruppe zum Fair Value abzüglich Veräußerungskosten sind keine Aufwendungen angefallen.

Die METRO GROUP geht davon aus, dass die noch ausstehenden Bedingungen zur bilanziellen Abbildung der Veräußerung des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts in einem Zeitraum von maximal zwölf Monaten erfüllt werden.

Immobilien

Mit dem Ziel der kurzfristigen Weiterveräußerung erwarb die METRO GROUP mit Vertrag vom 23. April 2014 zehn von der Vertriebslinie Real genutzte Immobilien von der Delek-Gruppe, Netanya, Israel. Der Erwerb erfolgte über den direkten Ankauf von Geschäftsanteilen an zehn Objektgesellschaften sowie den Erwerb von Darlehensforderungen gegen diese Objektgesellschaften. Durch diese Transaktion stieg der Wert der „Zur Veräußerung verfügbaren Vermögenswerte“ um 172 Mio. €. Eine Ergebnisauswirkung verursachte die Transaktion nicht. Für Zwecke der Kapitalflussrechnung wurde der Sachverhalt als sonstige Investition im Bereich des Cashflows aus Investitionstätigkeit dargestellt.

Darüber hinaus reduzierte sich der Wert der zur Veräußerung verfügbaren Einzelimmobilien im Verlauf des Geschäftsjahres 2013/14 durch die Veräußerung von Immobilien um 75 Mio. € sowie durch Währungseffekte um 3 Mio. €. Die Rückgliederung einer Immobilie in die langfristigen Vermögenswerte führte darüber hinaus zu einer Verminderung um 1 Mio. €. Die Absicht, weitere Immobilien im Verlauf eines Jahres zu veräußern, verursachten einen Zugang von 36 Mio. €. Darüber hinaus erhöhten renovierungsbedingte Nachaktivierungen bei bereits in den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ bilanzierten Immobilien die Bilanzposition um weitere 3 Mio. €.

Die METRO GROUP hat die Erwartung, dass die als „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ bilanzierten Immobilien im Verlauf des Geschäftsjahres 2014/15 veräußert werden. Eine außerplanmäßige Abschreibung dieser Immobilien auf einen niedrigeren Fair Value abzüglich Veräußerungskosten war nicht erforderlich. Innerhalb der Segmentberichterstattung werden sie im Segmentvermögen der Segmente METRO Cash & Carry (7 Mio. €), Real (172 Mio. €) und Sonstige (57 Mio. €) ausgewiesen.

31. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital hat sich hinsichtlich Höhe und Zusammensetzung nach Stamm- und Vorzugsaktien gegenüber dem Stand am 30. September 2013 nicht verändert und beträgt 835.419.052,27 €. Es ist wie folgt eingeteilt:

Inhaberstückaktien, anteiliger Wert je Aktie am Grundkapital rund 2,56 €		30.9.2013	30.9.2014
Stammaktien	Stück	324.109.563	324.109.563
	rund €	828.572.941	828.572.941
Vorzugsaktien	Stück	2.677.966	2.677.966
	rund €	6.846.111	6.846.111
Aktien gesamt	Stück	326.787.529	326.787.529
Grundkapital gesamt	rund €	835.419.052	835.419.052

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien berechtigten darüber hinaus insbesondere zum Erhalt von Dividenden. Im Unterschied zu den Stammaktien gewähren Vorzugsaktien grundsätzlich kein Stimmrecht und sind mit einem Gewinnvorzug gemäß § 21 der Satzung der METRO AG ausgestattet. Hierin heißt es:

„(1) Die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine Vorzugsdividende von 0,17 Euro je Vorzugsaktie.

(2) Reicht der verteilbare Bilanzgewinn in einem Geschäftsjahr zur Zahlung der Vorzugsdividende nicht aus, so ist der Rückstand ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn der folgenden Geschäftsjahre in der Weise nachzuzahlen, daß die älteren Rückstände vor den jüngeren zu tilgen und die aus dem Gewinn eines Geschäftsjahres für dieses zu zahlenden Vorzugsbeträge erst nach Tilgung sämtlicher Rückstände zu leisten sind.

(3) Nach Ausschüttung der Vorzugsdividende erhalten die Inhaber von Stammaktien eine Dividende von 0,17 Euro je Stammaktie. Danach wird an die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht eine nicht nachzahlbare Mehrdividende von 0,06 Euro je Vorzugsaktie gezahlt. Die Mehrdividende beträgt 10 vom Hundert der unter Berücksichtigung von Absatz 4 an die Inhaber von Stammaktien gezahlten Dividende, wenn diese 1,02 Euro je Stammaktie erreicht oder übersteigt.

(4) An einer weiteren Gewinnausschüttung nehmen die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und die Inhaber von Stammaktien entsprechend ihren Anteilen am Grundkapital gleichberechtigt teil.“

Genehmigtes Kapital

Die Hauptversammlung vom 23. Mai 2012 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2017 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geld- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 325.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital I). Der Vorstand kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in bestimmten festgelegten Fällen ausschließen. Das genehmigte Kapital I wurde bisher nicht ausgenutzt.

Bedingtes Kapital

Die Hauptversammlung vom 5. Mai 2010 hat eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals um bis zu 127.825.000 €, eingeteilt in bis zu 50.000.000 auf den Inhaber lautende Stammaktien, beschlossen (bedingtes Kapital I). Diese bedingte Kapitalerhöhung steht im Zusammenhang mit der Schaffung einer Ermächtigung des Vorstands, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 4. Mai 2015 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € zu begeben und den Inhabern Optionsbeziehungsweise Wandlungsrechte auf bis zu 50.000.000 Stück neue Stammaktien der Gesellschaft nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren, entsprechende Options- oder Wandelpflichten aufzuerlegen oder das Recht der Gesellschaft vorzusehen, statt einer Rückzahlung der Schuldverschreibungen in bar ganz oder teilweise Stammaktien der Gesellschaft zu liefern. Der Vorstand kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in bestimmten festgelegten Fällen ausschließen. Es wurden bisher keine Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen aufgrund der vorgenannten Ermächtigung begeben.

Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung vom 5. Mai 2010 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 4. Mai 2015 eigene Aktien, gleich welcher Gattung, bis zu insgesamt 10 vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben, das zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung bestand. Von dieser Ermächtigung hat bisher weder die Gesellschaft noch ein abhängiges oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft

stehendes Unternehmen oder ein anderer für Rechnung der Gesellschaft oder eines abhängigen oder eines in Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmens Gebrauch gemacht.

Weitere Angaben zum genehmigten Kapital, zum bedingten Kapital beziehungsweise zur Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen sowie zum Erwerb eigener Aktien finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 10 Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB sowie erläuternder Bericht des Vorstands.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt 2.551 Mio. € (30.9.2013: 2.551 Mio. €).

Gewinnrücklagen

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Effektiver Teil der Gewinne/ Verluste aus Cashflow Hedges	61	82
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	70	0
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-407	-441
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-611	-865
Auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses entfallende Ertragsteuer	174	201
Übrige Gewinnrücklagen	2.506	2.625
	1.793	1.602

Die Veränderungen der in obiger Darstellung enthaltenen Finanzinstrumente und der darauf entfallenden latenten Steuerauswirkung setzen sich aus folgenden Komponenten zusammen:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Erst- bzw. Folgebewertung derivativer Finanzinstrumente	14	2	24
Ausbuchung von Cashflow Hedges	-8	3	-3
davon im Vorratsvermögen	(-11)	(-3)	(-6)
davon im Finanzergebnis	(3)	(6)	(3)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	6	5	21
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	65	68	-70
	71	73	-49
Darauf saldierte latente Steuerauswirkung ¹	-1	0	-3
	70	73	-52

¹Anpassung der Vorjahreswerte zur ausschließlichen Darstellung der steuerlichen Auswirkung auf oben ausgewiesene Komponenten

Daneben haben Währungsumrechnungsdifferenzen mit 34 Mio. € das Eigenkapital gemindert. (12M 2012/13: -129 Mio. €; 9M 2013: -91 Mio. €)

Der ergebnisneutrale Effekt aus der Umrechnung der lokalen Bilanzen in die Konzernwährung verursacht im Eigenkapital eine Minderung von 156 Mio. €. Gegenläufig wirkt die erfolgswirksame Ausbuchung der kumulierten Währungsdifferenzen von Gesellschaften, die innerhalb dieses Geschäftsjahres entkonsolidiert werden beziehungsweise die Geschäftstätigkeit einstellen, in Höhe von 122 Mio. €.

Die übrigen Gewinnrücklagen erhöhen sich von 2.506 Mio. € um 119 Mio. € auf 2.625 Mio. €. Im Wesentlichen wird dieser Anstieg durch das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von 127 Mio. € beeinflusst.

Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

Die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter umfassen die Anteile Dritter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen. Sie betragen zum Geschäftsjahresende 11 Mio. € (30.9.2013: 27 Mio. €). Der Rückgang wird im Wesentlichen verursacht durch gezahlte Dividenden in Höhe von 86 Mio. €. Gegenläufig wirkt der Anteil am Gesamtergebnis, der den nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnen ist (57 Mio. €). Nennenswerte Anteile nicht beherrschender Gesellschafter bestehen lediglich bei der Media-Saturn-Holding GmbH.

Verwendung des Bilanzgewinns, Dividenden

Die Dividendenausschüttung der METRO AG richtet sich nach dem handelsrechtlichen Jahresabschluss der METRO AG.

Der für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgewiesene Bilanzgewinn in Höhe von 137 Mio. € wurde im Geschäftsjahr 2013/14 gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 12. Februar 2014 in voller Höhe in die anderen Gewinnrücklagen eingestellt.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns 2013/14 schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 319 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 0,90 € je Stammaktie und 1,13 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 295 Mio. €, zu beschließen und den Restbetrag als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen. Der Beschlussvorschlag berücksichtigt die für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht gezahlte und nach Maßgabe von § 140 Abs. 2 AktG und § 21 Abs. 2 der Satzung der METRO AG nachzuzahlende Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie.

32. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Rückstellungen für Pensionen (Direktzusagen)	769	853
Rückstellungen für mittelbare Zusagen	547	631
Rückstellungen für betriebliche Höherversorgung	6	6
Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung	112	116
Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen	76	77
	1.508	1.684

Die **Rückstellungen für Pensionen** werden nach den Regelungen des IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) bilanziert.

Die Rückstellungen für Pensionen beinhalten Verpflichtungen, bei denen es sich größtenteils um Leistungen aus Regelungen der betrieblichen Altersversorgung handelt. Es bestehen leistungsorientierte Ansprüche aus unmittelbaren Zusagen (Direktzusagen) und gegenüber externen Versorgungsträgern (Unterstützungskassen in Deutschland und Pensionsfonds oder Versicherungen im Ausland). Das Vermögen der externen Träger dient ausschließlich der Finanzierung der Pensionsansprüche und ist als Planvermögen qualifiziert. Die Versorgungsleistungen sind gemäß den jeweiligen Leistungsplänen einkommens- und dienstzeitbezogen; die dienstzeitbezogenen Versorgungsleistungen werden auf der Grundlage von Festbeträgen gewährt.

Im Folgenden werden die wichtigsten leistungsorientierten Altersversorgungspläne beschrieben.

Deutschland

Die METRO GROUP gewährt einer Vielzahl von Mitarbeitern in Deutschland eine Zusage auf Alters-, Invaliden- und Hinterbliebenenleistungen. Neuzusagen werden in Form von leistungsorientierten Zusagen im Sinne des IAS 19 (beitragsorientierte Leistungszusagen im Sinne des Betriebsrentengesetzes) gewährt, die eine Entgeltumwandlungskomponente und eine Arbeitgeber-Matching-Komponente enthalten. Die Beiträge werden an eine Rückdeckungsversicherung gezahlt, aus der im Versorgungsfall die fälligen Leistungen gewährt werden. Für die nicht durch die Rückdeckungsversicherung gedeckten Ansprüche wird eine Rückstellung gebildet.

Darüber hinaus bestehen verschiedene für den Neuzugang geschlossene Versorgungswerke, die in der Regel lebenslängliche Renten ab dem gesetzlichen Renteneintrittsalter oder ab

anerkannter Invalidität vorsehen. Die Leistungen sind größtenteils als Festbetrag oder über einen jährlichen Steigerungsbetrag definiert. In Sonderfällen berechnet sich die Leistung unter Anrechnung der gesetzlichen Renten. Diese Zusagen sehen Witwenleistungen in unterschiedlicher Höhe in Abhängigkeit der Leistung vor, die der ehemalige Mitarbeiter erhalten hat oder im Falle der Invalidität erhalten hätte. Die Altszusagen werden teilweise durch in Unterstützungskassen gehaltenes Vermögen gedeckt, die nicht durch Vermögen gedeckten Teile durch Rückstellung. Die Gremien (Vorstand und Mitgliederversammlung) der Unterstützungskassen setzen sich sowohl aus Arbeitgeber- als auch Arbeitnehmervertretern zusammen. Der Vorstand hat über die Mittelverwendung und die Kapitalanlage zu entscheiden. Er kann Dritte mit der Verwaltung des Kasernenvermögens beauftragen. Gesetzliche Mindestdotierungsverpflichtungen existieren nicht. Sofern zugesagte Leistungen nicht aus dem Vermögen der Unterstützungskasse erbracht werden können, hat der Arbeitgeber die Leistungen direkt zu erbringen (Subsidiärhaftung).

Niederlande

In den Niederlanden gibt es einen leistungsorientierten Pensionsplan, der zusätzlich zu Altersleistungen auch Leistungen bei Invalidität und Tod vorsieht. Die Höhe der Leistungen bemisst sich am jeweiligen ruhegeldfähigen Einkommen pro Dienstjahr. Die Finanzierung erfolgt über einen Pensionsfonds, in dessen Gremien (Vorstand sowie Administration, Finance und Investment Committee) Arbeitgeber und Arbeitnehmer vertreten sind. Der Vorstand des Fonds ist für die Vermögensanlage verantwortlich. Zu diesem Zweck besteht das Investment Committee innerhalb des Pensionsfonds. Im Rahmen gesetzlich vorgegebener Mindestfinanzierungsvorschriften hat der Vorstand des Pensionsfonds sicherzustellen, dass die Verpflichtungen zu jeder Zeit mit Vermögen gedeckt sind. Im Falle einer bestehenden Unterdeckung können vom Vorstand des Pensionsfonds verschiedene Maßnahmen ergriffen werden, um diese auszugleichen. Dies schließt die Forderung zusätzlicher Beiträge durch den Arbeitgeber oder auch Kürzungen von Leistungen an Arbeitnehmer ein.

Zudem existiert in den Niederlanden ein weiterer leistungsorientierter Plan, der als beitragsorientierter Plan (Multi-Employer-Plan) bilanziert wird.

Vereinigtes Königreich

Im Juli 2012 hat die METRO GROUP das Großhandelsgeschäft im Vereinigten Königreich an die Booker Group PLC veräußert. Die Pensionsverpflichtungen waren nicht Gegenstand des

Verkaufs. Seit dem Zeitpunkt der Veräußerung bestehen nur noch unverfallbare Anwartschaften und laufende Renten aus der bei der METRO GROUP verbrachten Dienstzeit. Die erreichten Anwartschaften sind aufgrund gesetzlicher Vorschriften um Inflationseffekte anzupassen. Die Verpflichtungen werden durch Vermögen gedeckt, welches von einem Corporate Trustee verwaltet und angelegt wird. Der Vorstand dieses Corporate Trustee setzt sich aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern zusammen. In jedem Fall ist durch den Trustee die zukünftige, jederzeitige Erfüllbarkeit der Leistungen sicherzustellen. Dies ist durch gesetzliche Mindestfinanzierungsverpflichtungen geregelt. Im Fall einer Unterdeckung kann der Trustee zusätzliche Beiträge des Arbeitgebers zur Schließung der Finanzierungslücke einfordern.

Belgien

Es gibt sowohl Altersrenten- als auch Kapitalzusagen, deren Höhe sich nach der pensionsfähigen Dienstzeit und dem pensionsfähigen Entgelt bemisst. Darüber hinaus werden Abfertigungsleistungen im Falle der Arbeitslosigkeit nach Vollendung des 58. Lebensjahres gezahlt. Die Finanzierung der Leistungen erfolgt grundsätzlich über Gruppenversicherungsverträge, die belgischem Aufsichtsrecht unterliegen.

Weitere Altersvorsorgepläne sind bei Einzelbetrachtung unwesentlich und werden als Summe unter „Übrige Länder“ ausgewiesen.

Einen Überblick über die prozentuale Aufteilung des Anwartschaftsbarwerts der METRO GROUP Länder mit wesentlichen Verpflichtungen bietet die nachfolgende Tabelle:

%	30.9.2013	30.9.2014
Deutschland	67	66
Niederlande	15	16
Vereinigtes Königreich	7	7
Belgien	3	3
Übrige Länder	8	8
	100	100

Das Planvermögen der METRO GROUP ist prozentual auf folgende Länder aufgeteilt:

%	30.9.2013	30.9.2014
Deutschland	36	32
Niederlande	36	39
Vereinigtes Königreich	15	17
Belgien	5	5
Schweiz	8	7
	100	100

Die genannten Verpflichtungen werden versicherungsmathematisch nach den einschlägigen Prinzipien des IAS 19 bewertet. Grundlage der Bewertungen sind die rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes.

Die folgenden durchschnittlichen Annahmen wurden für die wesentlichen Parameter versicherungsmathematischer Bewertung herangezogen:

%	30.9.2013					30.9.2014				
	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder
Rechnungszins	3,35	3,75	4,50	3,35	3,27	2,60	2,70	4,20	2,60	2,60
Inflationsrate	2,00	2,00	2,60	2,00	2,03	2,00	2,00	2,50	2,00	1,92

Die METRO GROUP hat wie in den Vorjahren zur Bestimmung des Rechnungszinses auf allgemein anerkannte Verfahren zurückgegriffen. Mit diesen wird auf Basis der Rendite von Unternehmensanleihen hoher Bonität am Bilanzierungstichtag unter Berücksichtigung der Währung und der Laufzeit der zugrunde liegenden Verpflichtungen der jeweils anzuwendende Rechnungszins ermittelt. Der Rechnungszins für die Eurozone und das Vereinigte Königreich basiert auf den Ergebnissen einer vom Konzernaktuar einheitlich verwendeten Methode. Die Zinsfestsetzung basiert hierbei auf der Rendite hochwertiger Unternehmensanleihen sowie der Duration der Verpflichtungen. In Ländern, in denen kein liquider Markt an zur Zinsfestsetzung geeigneten Unternehmensanleihen besteht, wurden stattdessen Renditen von Staatsanleihen als Referenz bei der Festsetzung des Rechnungszinses verwandt.

Neben dem Rechnungszins stellt die Inflation einen weiteren wesentlichen versicherungsmathematischen Parameter dar. Die nominale Lohn- und Gehaltssteigerungsrate wurde dabei aus der erwarteten Inflation und einer realen Steigerungsrate ermittelt. Die Rentensteigerungsrate in Deutschland wird, soweit die Rentenanpassungen mit dem Anstieg der Lebenshaltungskosten zu ermitteln sind, direkt von der Inflation abgeleitet. Auch in den ausländischen Gesellschaften wird die Rentenanpassung in der Regel in Abhängigkeit von der Inflation festgesetzt.

Die Höhe der sonstigen nicht wesentlichen bei der Bewertung der Pensionsverpflichtungen verwendeten Parameter entspricht den langfristigen Erwartungen der METRO GROUP. Der Einfluss von Veränderungen bei Fluktuations- und Sterblichkeitsannahmen wurde für die wesentlichen Pläne analysiert. Bei den deutschen Konzernunternehmen basieren die Berechnungen der Sterblichkeitsrate auf den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck. Den versicherungsmathematischen Bewertungen im Ausland liegen länderspezifische Sterbetafeln zugrunde. Die resultierenden Effekte aus Fluktuations- und Sterblichkeitsannahmen wurden als nicht wesentlich eingeschätzt und nicht als gesonderte Komponente aufgeführt.

Nachstehend erfolgt eine Sensitivitätsanalyse für die wesentlichen Parameter der Bewertung im Hinblick auf den Anwartschaftsbarwert. Als wesentliche Einflussparameter auf den Anwartschaftsbarwert wurden der Rechnungszins und die Inflationsrate identifiziert. Im Rahmen der Sensitivitätsanalyse wurde nach den gleichen Methoden vorgegangen wie im Vorjahr. Es wurden diejenigen Parameteränderungen berücksichtigt, die in angemessener Weise für möglich gehalten werden. Stress-Tests oder „Worst Case“-Szenarien sind hingegen nicht Gegenstand der Sensitivitätsanalyse. Die Auswahl der jeweiligen Bandbreite von möglichen Parameteränderungen basiert auf mehrjährigen historischen Beobachtungen. Dieses Anknüpfen an nahezu ausschließliche Vergangenheitswerte zur Ableitung möglicher künftiger Entwicklungen stellt eine Einschränkung der Methodik dar.

Im Folgenden werden die Auswirkungen eines Anstiegs/ Rückgangs des Rechnungszinses um 100 Basispunkte beziehungsweise der Inflationsrate um 25 Basispunkte auf den Anwartschaftsbarwert aufgezeigt:

Mio. €	30.9.2013					30.9.2014					
	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder	
Rechnungszins	Anstieg um 100 Basispunkte	-178,30	-64,80	-27,30	-4,00	-17,90	-202,50	-84,80	-32,60	-4,90	-20,20
	Rückgang um 100 Basispunkte	221,00	87,50	35,90	4,40	20,70	253,30	116,20	42,90	5,60	24,60
Inflationsrate	Anstieg um 25 Basispunkte	41,90	14,60	4,40	-	-	47,40	14,10	5,60	-	-
	Rückgang um 25 Basispunkte	-40,30	-13,70	-4,90	-	-	-45,40	-13,50	-5,10	-	-

Die Zusage von leistungsorientierten Pensionsansprüchen setzt die METRO GROUP verschiedenen Risiken aus. Zu diesen zählen die allgemeinen versicherungsmathematischen Risiken aus der Bewertung der Pensionsverpflichtung (zum Beispiel Zinssatzänderungsrisiko) sowie die Kapital- beziehungsweise Anlagerisiken des Planvermögens.

Im Hinblick auf die Finanzierung der zukünftigen Rentenzahlungen aus mittelbaren Zusagen sowie einen stabilen Bestand an Deckungskapital investiert die METRO GROUP das Planvermögen überwiegend in wenig risikobehaftete Anlageformen. Die Finanzierung der unmittelbaren Pensionszusagen ist über den operativen Cashflow der METRO GROUP gesichert.

Der Fair Value des Planvermögens verteilt sich prozentual wie folgt auf die einzelnen Vermögenswertkategorien:

	30.9.2013		30.9.2014	
	%	Mio. €	%	Mio. €
Festverzinsliche Wertpapiere	47	481	37	407
Aktien, Fonds	27	264	21	231
Immobilien	13	137	16	177
Sonstige Vermögenswerte	13	137	26	290
	100	1.019	100	1.105

Die festverzinslichen Wertpapiere, Aktien und Fonds werden regelmäßig an aktiven Märkten gehandelt. Marktpreise liegen infolgedessen vor. Innerhalb der Vermögenskategorie „Festverzinsliche Wertpapiere“ wird nur in Unternehmensanleihen, Staatsanleihen und Pfandbriefe mit hoher Bonität (Investment-

Grade) investiert. Innerhalb der Kategorie „Aktien und Fonds“ wird das Risiko durch geografische Diversifikation minimiert.

Nicht an einem aktiven Markt gehandelt wird das Immobilienvermögen. Dieses wird im Wesentlichen von der METRO GROUP selbst genutzt.

Der Bestand an sonstigen Vermögenswerten umfasst im Wesentlichen Forderungen gegenüber Versicherungsunternehmen in Deutschland, der Schweiz und Belgien. Es handelt sich dabei um erstklassige Versicherungsunternehmen.

Der tatsächliche Ertrag aus dem Planvermögen beträgt im Berichtsjahr 30 Mio. € (12M 2012/13: 48 Mio. €; 9M 2013: 32 Mio. €).

Im Geschäftsjahr 2013/14 sind im Vereinigten Königreich Rückdeckungsversicherungen zur weitgehenden Absicherung der aus den Pensionsverpflichtungen entstehenden Risiken abgeschlossen worden. Für diese Rückdeckungsversicherungen wurde bisheriges Planvermögen in Form von Aktien und festverzinslichen Wertpapieren mit einem Gegenwert von 147 Mio. € eingetauscht, zudem wurde eine Barzahlung in Höhe von 85 Mio. € geleistet. Aus der Transaktion ergeben sich Bewertungseffekte in Höhe von 75 Mio. €, die im Sonstigen Ergebnis berücksichtigt wurden. Zum Bilanzstichtag werden für das Vereinigte Königreich ferner nicht durch Rückdeckungsversicherungen abgesicherte Pensionsverpflichtungen in Höhe von 40 Mio. € ausgewiesen, denen ein Planvermögen in Form von festverzinslichen Wertpapieren von 31 Mio. € gegenüber steht.

Für das Geschäftsjahr 2014/15 werden Arbeitgeberzahlungen an externe Versorgungsträger in Höhe von ungefähr 21 Mio. € und Arbeitnehmerbeiträge in Höhe von 12 Mio. € in das Planvermögen erwartet, wobei der Großteil dieser Beiträge auf Beitragszahlungen in den Niederlanden entfällt. Die erwarteten Beiträge aus den Entgeltumwandlungszusagen in Deutschland sind in den erwarteten Zahlbeträgen nicht enthalten.

Die Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts ergeben sich wie folgt:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Anwartschaftsbarwert			
Stand Periodenbeginn	2.467	2.427	2.442
Zinsaufwand	62	87	83
Dienstzeitaufwand (inkl. Mitarbeiterbeiträgen)	33	43	42
Nachzurechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen und -änderungen)	-1	-13	7
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-96	-128	-126
Zahlungen für Abgeltungen	-7	-7	-4
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus demografischen Annahmen (-/+)	0	3	3
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus finanziellen Annahmen (-/+)	7	55	274
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus erfahrungsbedingten Anpassungen (-/+)	-16	-14	-28
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0
Währungseffekte	-7	-11	15
Stand Periodenende	2.442	2.442	2.708

Die gewichtete durchschnittliche Laufzeit der leistungsorientierten Verpflichtung für die Länder mit wesentlichen Pensionsverpflichtungen beträgt:

Jahre	30.9.2013	30.9.2014
Deutschland	13	13
Niederlande	21	22
Vereinigtes Königreich	19	19
Belgien	6	6
Übrige Länder	11	11

Der Anwartschaftsbarwert der leistungsorientierten Pensionsverpflichtung verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Gruppen von Versorgungsberechtigten:

%	30.9.2013	30.9.2014
Aktive Anwärter	30	30
Ausgeschiedene Anwärter	15	18
Pensionäre	55	52

Die Entwicklung des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Veränderungen des Planvermögens			
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenbeginn	1029	1.024	1.019
Zinsertrag	26	38	36
Ertrag/Verlust aus Planvermögen unter Ausschluss des im Zinsertrag aufgeführten Betrags (+/-)	6	10	-6
Zahlungen für Abgeltungen	-7	-7	0
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-58	-77	-77
Arbeitgeberbeiträge	19	25	107
Beiträge der Teilnehmer des Plans	8	11	12
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0
Währungseffekte	-4	-5	14
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenende	1.019	1.019	1.105

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Finanzierungsstand		
Anwartschaftsbarwert	2.442	2.708
Fair Value des Planvermögens	-1.019	-1.105
Nach lokalen Kriterien bewertete Verpflichtungen	1	0
Vermögenswertanpassung (Obergrenze für den Vermögenswert)	4	2
Nettoschuld/-vermögenswert	1.428	1.605
Bilanzierte Vermögenswerte nach IAS 19.64	4	2
Rückstellung für betriebliche Altersversorgung zum Periodenende	1.432	1.607

Bei einer Gesellschaft in der Schweiz übersteigt das Planvermögen zum Bilanzstichtag den Wert der Verpflichtung. Da das Unternehmen keinen wirtschaftlichen Nutzen aus der Überdotierung ziehen kann, wurde der Bilanzbetrag unter Anwendung von IAS19.64 (b) auf 0 € reduziert. Die Änderung des Effekts der Vermögensobergrenze in Höhe von rund 2 Mio. €

wurde als Aufwand im Sonstigen Ergebnis erfasst. Des Weiteren besteht in Belgien bei einem leistungsorientierten Plan eine Überdeckung. Eine Vermögenswertanpassung ist hier nicht notwendig.

Die Pensionsaufwendungen aus unmittelbaren und mittelbaren Zusagen der betrieblichen Altersversorgung setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Laufender Dienstzeitaufwand ¹	25	32	30
Nettozinsaufwendungen	36	49	47
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen und -änderungen)	-1	-13	9
Planabgeltungen	0	0	-2
Pensionsaufwendungen	60	68	84

¹ Darin verrechnet: von Mitarbeitern geleistete Beiträge

Zusätzlich zum Aufwand aus leistungsorientierten Pensionszusagen wurden für beitragsorientierte Versorgungszusagen Aufwendungen für Zahlungen an externe Versorgungsträger im Geschäftsjahr in Höhe von 49 Mio. € (12M 2012/13: 54 Mio. €; 9M 2013: 40 Mio. €) berücksichtigt.

Media-Saturn in den Niederlanden beteiligt sich an einem gemeinschaftlichen Versorgungsplan mehrerer Arbeitgeber (Multi-Employer-Plan), der als leistungsorientierter Versorgungsplan einzustufen ist. Er wird jedoch von einem Fonds verwaltet, der keine ausreichenden Informationen liefern kann, um eine Bilanzierung als leistungsorientierter Versorgungsplan zu ermöglichen. Daher wird er gemäß den Vorschriften des IAS 19.34 und IAS 19.148 wie ein beitragsorientierter Plan bilanziert. Es handelt sich um einen landestypischen Plan, der

strikten Reglementierungen unterliegt. Im Fall einer Unterdeckung wäre Media-Saturn Niederlande verpflichtet, diese Unterdeckung durch höhere Beiträge in der Zukunft auszugleichen. Die höheren Beiträge gelten dann für alle teilnehmenden Unternehmen. Media-Saturn kann für die Verpflichtungen von anderen Unternehmen nicht herangezogen werden. Rund 28.000 Unternehmen im Einzelhandel nehmen an dem Plan teil, wobei Beiträge für insgesamt mehr als 238.000 Mitarbeiter von allen Unternehmen erhoben werden. Media-Saturn Niederlande leistet zurzeit für 5.703 Mitarbeiter Beiträge an den Plan. Die Kalkulation der Beiträge erfolgt für fünf Jahre (aktuell von 2012 bis 2016). Diese entsprechen einem festgelegten Prozentsatz vom Gehalt eines Mitarbeiters (derzeit 19,4 Prozent), wobei der Mitarbeiter für Gehälter über 12.561 € einen Teil der Beiträge übernimmt und für Gehälter über 51.414 € keine Beiträge mehr zu leisten sind. Im Geschäftsjahr 2014/15 werden Beiträge in Höhe von rund 7 Mio. € an den „Bedrijfspensioenfonds voor de Detailhandel“ Fonds erwartet. Im September 2014 lag der Deckungsgrad bei 114 Prozent.

Die **Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen** beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Jubiläums- und Sterbegeldern, Gehaltsfortzahlungen im Todesfall sowie Altersteilzeitvereinbarungen. Für diese Verpflichtungen wurden Rückstellungen in Höhe von 77 Mio. € (30.9.2013: 76 Mio. €) gebildet. Die Verpflichtungen werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten bewertet. Die hierfür herangezogenen Bewertungsparameter sind grundsätzlich identisch mit denen der betrieblichen Altersversorgung.

33. Sonstige Rückstellungen (langfristig) / Rückstellungen (kurzfristig)

Die sonstigen Rückstellungen (langfristig) / Rückstellungen (kurzfristig) haben sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Mio. €	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich	Verpflichtungen aus dem Warengeschäft	Restrukturierung	Steuern	Übrige	Gesamt
Stand 1.10.2013	239	149	141	144	377	1.050
Währungsumrechnung	-2	0	-1	1	2	0
Zuführung	142	158	62	49	309	721
Auflösung	-42	-4	-11	-12	-92	-161
Inanspruchnahme	-73	-194	-80	-27	-141	-515
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	1	0	1
Zinsanteil in der Zuführung / Veränderung des Zinssatzes	4	2	1	0	1	8
Umbuchung	-4	-0	6	-1	-13	-11
Stand 30.9.2014	265	111	118	155	443	1.093
Langfristig	153	0	18	125	182	478
Kurzfristig	112	111	100	30	262	615
Stand 30.9.2014	265	111	118	155	443	1.093

Die Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich betreffen standortbezogene Risiken in Höhe von 121 Mio. € (30.9.2013: 123 Mio. €), Mietunterdeckungen in Höhe von 63 Mio. € (30.9.2013: 49 Mio. €), Mietverpflichtungen in Höhe von 35 Mio. € (30.9.2013: 37 Mio. €) sowie Rückbauverpflichtungen in Höhe von 21 Mio. € (30.9.2013: 21 Mio. €).

Sonstige Verpflichtungen des Immobilienbereichs in Höhe von 25 Mio. € (30.9.2013: 10 Mio. €) entfallen im Wesentlichen auf Instandhaltungsverpflichtungen.

Bedeutende Komponenten der Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Warengeschäft sind Rückstellungen für Kundentreueprogramme in Höhe von 52 Mio. € (30.9.2013: 72 Mio. €), Rückstellungen für Garantieleistungen in Höhe von 20 Mio. € (30.9.2013: 42 Mio. €) sowie Rückstellungen für Rückgaberechte in Höhe von 25 Mio. € (30.9.2013: 24 Mio. €).

Die Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von 118 Mio. € (30.9.2013: 141 Mio. €) betreffen im Wesentlichen METRO Cash & Carry mit 55 Mio. € (30.9.2013: 32 Mio. €) und Real mit 29 Mio. € (30.9.2013: 48 Mio. €).

Die übrigen Rückstellungen beinhalten vor allem Verpflichtungen für Prozesskosten/-risiken in Höhe von 144 Mio. €

(30.9.2013: 52 Mio. €) und für Abfindungsverpflichtungen in Höhe von 53 Mio. € (30.9.2013: 48 Mio. €). Darüber hinaus enthalten die übrigen Rückstellungen Zinsen auf sonstige Rückstellungen in Höhe von 47 Mio. € (30.9.2013: 47 Mio. €), Bürgschafts- und Gewährleistungsrisiken in Höhe von 23 Mio. € (30.9.2013: 19 Mio. €), Rückstellungen für die Risikovorsorge im Zusammenhang mit Portfoliomaßnahmen in Höhe von 22 Mio. € (30.9.2013: 71 Mio. €) und Rückstellungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 15 Mio. € (30.9.2013: 12 Mio. €).

— Ergänzende Erläuterungen zu den anteilsbasierten Vergütungen finden sich unter Nummer 49 Long-Term Incentive der Führungskräfte.

Die Umbuchungen betreffen sowohl Umgliederungen innerhalb der sonstigen Rückstellungen als auch Umgliederungen, die im Zusammenhang mit dem zur Veräußerung des vorgesehenen Großhandelsgeschäfts in Vietnam in die Position „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ erfolgt sind.

Die Zinssätze für unverzinsliche langfristige Rückstellungen liegen, je nach Laufzeit und Land, zwischen 0,9 Prozent und 8,0 Prozent.

34. Verbindlichkeiten

Mio. €	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	30.9.2013 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	30.9.2014 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.805	9.805	0	0	9.930	9.930	0	0
davon Wechselverbindlichkeiten (unverzinslich)	(320)	(320)	(0)	(0)	(371)	(371)	(0)	(0)
Anleihen	5.050	1.616	2.637	797	4.463	2.024	2.140	299
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.096	310	445	342	865	260	431	174
Schuldscheindarlehen	414	161	199	54	462	209	200	54
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.403	113	415	875	1.278	122	356	799
Finanzschulden	7.963	2.200	3.696	2.067	7.068	2.615	3.127	1.326
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	338	338	0	0	371	371	0	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	47	47	0	0	46	46	0	0
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	824	824	1	0	853	853	0	0
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften	31	23	8	0	12	7	5	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	573	467	67	39	575	488	55	32
Übrige Verbindlichkeiten	895	833	42	20	847	763	57	27
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.707	2.531	117	59	2.704	2.528	117	58
Ertragsteuerschulden	181	181	0	0	198	198	0	0
	20.656	14.717	3.813	2.126	19.900	15.271	3.244	1.385

35. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Der Anstieg der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 125 Mio. € im Vergleich zum 30. September 2013 (geänderte Darstellung – siehe Kapitel Erläuterungen zu den Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses) ist hauptsächlich auf die Vertriebslinien Media-Saturn (206 Mio. €) sowie METRO Cash & Carry (82 Mio. €) zurückzuführen. Ursächlich hierfür sind bei beiden Vertriebslinien Neueröffnungen sowie erhöhte Wareneinkäufe. Gegenläufig wirkte sich die Umklassifizierung von 45 Mio. € aus der Veräußerung von METRO Cash & Carry Vietnam in „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ aus.

Darüber hinaus sind die Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen bei Real durch vermehrte Regulierungen, angestiegene Saldierungen sowie die Veräußerung des Real-Geschäfts in der Türkei um 147 Mio. € zurückgegangen.

36. Finanzschulden

Der mittel- und langfristigen Finanzierung dient ein Daueremissionsprogramm, in dessen Rahmen im Geschäftsjahr 2013/14 keine Neu-Transaktionen vorgenommen wurden. Die im November 2013 fällige Anleihe über 500 Mio. € sowie die im Juli 2014 fällige Anleihe über 600 Mio. € wurden fristgerecht zurückgezahlt.

Die Deckung des kurzfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt sowohl über das „Euro Commercial Paper Programme“ als auch über ein auf französische Investoren ausgerichtetes weiteres „Commercial Paper Programme“. Beide Programme verfügen über ein maximales Volumen von jeweils 2 Mrd. €. Insgesamt wurden beide Programme im Geschäftsjahr 2013/14 zusammen im Durchschnitt mit 782 Mio. € (2012/13: 1.143 Mio. €) in Anspruch genommen. Zum 30. September 2014 wurden die Programme mit rund 938 Mio. € (30.9.2013: 383 Mio. €) ausgenutzt.

Des Weiteren stehen der METRO GROUP syndizierte Kreditlinien im Gesamtbetrag von 2.525 Mio. € (30.9.2013: 2.500 Mio. €) mit Laufzeitenden zwischen Januar 2017 und April 2019 zur Verfügung. Im Falle der Inanspruchnahme liegen die Zinssätze zwischen EURIBOR +50,0 Basispunkten (BP) und EURIBOR +55,0 BP. Der durchschnittliche im Geschäftsjahr 2013/14 in Anspruch genommene Betrag lag bei 0 Mio. € (2012/13: 0 Mio. €), der Betrag zum Stichtag bei 0 Mio. € (30.9.2013: 0 Mio. €).

Die Vertragsbedingungen für die Konsortialkreditlinien sehen im Falle einer Ratingaufwertung der METRO GROUP um eine Stufe eine Verringerung der Margen von 5 bis 10 BP vor. Im

Fälle einer Ratingabwertung der METRO GROUP erhöhen sich die Margen um 20 bis 25 BP.

Der METRO GROUP standen zum 30. September 2014 zusätzliche bilaterale Bankkreditlinien in Höhe von 1.430 Mio. € (30.9.2013: 1.826 Mio. €) zur Verfügung, wovon 300 Mio. €

(30.9.2013: 405 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr aufweisen. Zum Bilanzstichtag wurden von den bilateralen Kreditlinien insgesamt 865 Mio. € (30.9.2013: 1.096 Mio. €) in Anspruch genommen. Davon weisen 260 Mio. € (30.9.2013: 310 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr auf.

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	30.9.2013			30.9.2014		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.826	405	1.421	1.430	300	1.130
Inanspruchnahme	-1.096	-310	-787	-865	-260	-604
Freie bilaterale Kreditlinien	730	95	634	565	40	526
Syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500	2.525	0	2.525
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.500	0	2.500	2.525	0	2.525
Kreditlinien gesamt	4.326	405	3.921	3.955	300	3.655
Inanspruchnahme gesamt	-1.096	-310	-787	-865	-260	-604
Freie Kreditlinien gesamt	3.230	95	3.134	3.090	40	3.051

Der Ausfall eines Kreditgebers kann durch die bestehenden unausgenutzten Kreditfazilitäten beziehungsweise die verfügbaren Geld- und Kapitalmarktprogramme jederzeit gedeckt werden. Die METRO GROUP trägt somit kein Kreditgeberausfallrisiko.

Sicherheiten für die Finanzschulden werden von der METRO GROUP grundsätzlich nicht gegeben. Eine Ausnahme besteht aufgrund der Erstkonsolidierung der METRO

PROPERTIES GmbH & Co. KG sowie ihrer Tochtergesellschaften im Jahr 2003. Zum 30. September 2014 wurden hieraus für Finanzschulden in Höhe von 221 Mio. € (30.9.2013: 328 Mio. €) dingliche Sicherheiten gestellt.

Die Fälligkeitsstruktur der Finanzschulden ist in den folgenden Tabellen dargestellt. Die angegebenen Buchwerte und Fair Values beinhalten die aufgelaufenen Zinsen, deren Restlaufzeit jeweils unter einem Jahr liegt.

Anleihen

30.9.2013					
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwert	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	1.483	1.483	1.615	1.647
	1 bis 5 Jahre	2.460	2.460	2.453	2.618
	über 5 Jahre	801	801	797	812
CHF	bis 1 Jahr	0	0	1	1
	1 bis 5 Jahre	225	184	184	189
	über 5 Jahre	0	0	0	0
USD	bis 1 Jahr	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0

30.9.2014					
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	1.926	1.926	2.010	2.042
	1 bis 5 Jahre	1.960	1.960	1.954	2.096
	über 5 Jahre	301	301	299	334
CHF	bis 1 Jahr	0	0	1	1
	1 bis 5 Jahre	225	187	186	191
	über 5 Jahre	0	0	0	0
USD	bis 1 Jahr	15	12	12	12
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
(ohne Kontokorrent)

30.9.2013					
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwert	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	105	105	116	124
	1 bis 5 Jahre	252	252	252	257
	über 5 Jahre	322	322	322	327
INR	bis 1 Jahr	1.114	13	14	14
	1 bis 5 Jahre	3.339	39	39	39
	über 5 Jahre	0	0	0	0
JPY	bis 1 Jahr	1.770	13	13	13
	1 bis 5 Jahre	8.575	65	65	66
	über 5 Jahre	0	0	0	0
TRY	bis 1 Jahr	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0
UAH	bis 1 Jahr	209	19	19	19
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0
USD	bis 1 Jahr	17	13	13	16
	1 bis 5 Jahre	119	88	88	88
	über 5 Jahre	26	20	20	20
Sonstige	bis 1 Jahr	k. A.	1	1	1
	1 bis 5 Jahre	k. A.	0	0	0
	über 5 Jahre	k. A.	0	0	0

30.9.2014					
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwert	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	58	58	63	76
	1 bis 5 Jahre	380	380	380	395
	über 5 Jahre	174	174	174	174
INR	bis 1 Jahr	1.990	26	26	26
	1 bis 5 Jahre	3.580	46	46	47
	über 5 Jahre	0	0	0	0
JPY	bis 1 Jahr	8.000	58	58	58
	1 bis 5 Jahre	600	4	4	4
	über 5 Jahre	0	0	0	0
TRY	bis 1 Jahr	15	5	5	5
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0
UAH	bis 1 Jahr	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0
USD	bis 1 Jahr	0	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0
Sonstige	bis 1 Jahr	k. A.	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	k. A.	0	0	0
	über 5 Jahre	k. A.	0	0	0

Schuldscheindarlehen					
30.9.2013					
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwert	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	157	157	161	163
	1 bis 5 Jahre	200	200	199	206
	über 5 Jahre	54	54	54	56

30.9.2014					
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwert	Fair Values
		in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	205	205	209	209
	1 bis 5 Jahre	200	200	200	207
	über 5 Jahre	54	54	54	61

Tilgungsdarlehen, die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesen werden, sind in den Restlaufzeiten entsprechend ihren Tilgungszeitpunkten dargestellt. Die Angaben zum Fair Value dieser Darlehen enthalten bei den Restlaufzeiten über einem Jahr grundsätzlich den Buchwert.

Der Differenzbetrag zwischen Buchwert und Fair Value des gesamten Darlehens ist in der Fälligkeit unter einem Jahr dargestellt.

Die Zinsstruktur der Finanzschulden ist den folgenden Tabellen zu entnehmen:

Anleihen						
30.9.2013						
Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeiten	Gewichteter	Nominalwerte	30.9.2014	
			Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen		Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	5,67	1.483	7,63	1.000
		1 bis 5 Jahre	5,17	2.410	3,41	1.910
		über 5 Jahre	3,62	801	4,02	301
	CHF	bis 1 Jahr	-	0	-	0
		1 bis 5 Jahre	1,88	184	1,88	187
		über 5 Jahre	-	0	-	0
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	-	0	0,54	926
		1 bis 5 Jahre	1,59	50	1,56	50
		über 5 Jahre	-	0	-	0
	USD	bis 1 Jahr	-	0	0,62	12
		1 bis 5 Jahre	-	0	-	0
		über 5 Jahre	-	0	-	0

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

(ohne Kontokorrent)

Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeiten	30.9.2013		30.9.2014	
			Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	3,20	105	4,55	58
		1 bis 5 Jahre	4,56	252	3,52	380
		über 5 Jahre	4,14	322	3,64	174
	INR	bis 1 Jahr	11,40	13	9,92	26
		1 bis 5 Jahre	10,49	39	10,22	46
		über 5 Jahre	-	0	-	0
	TRY	bis 1 Jahr	-	0	12,00	5
		1 bis 5 Jahre	-	0	-	0
		über 5 Jahre	-	0	-	0
	UAH	bis 1 Jahr	8,78	19	-	0
		1 bis 5 Jahre	-	0	-	0
		über 5 Jahre	-	0	-	0
	USD	bis 1 Jahr	3,83	10	-	0
		1 bis 5 Jahre	3,22	80	-	0
		über 5 Jahre	3,74	20	-	0
Sonstige	bis 1 Jahr	k. A.	1	k. A.	0	
	1 bis 5 Jahre	-	0	-	0	
	über 5 Jahre	-	0	-	0	
Variabel verzinslich	JPY	bis 1 Jahr	1,78	13	1,78	58
		1 bis 5 Jahre	1,78	65	1,78	4
		über 5 Jahre	-	0	-	0
	USD	bis 1 Jahr	0,83	3	-	0
		1 bis 5 Jahre	0,83	8	-	0
		über 5 Jahre	-	0	-	0

Schuldscheindarlehen

Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeiten	30.9.2013		30.9.2014	
			Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	5,74	31	0,75	205
		1 bis 5 Jahre	3,03	105	3,03	105
		über 5 Jahre	4,27	54	4,27	54
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	3,29	126	-	0
		1 bis 5 Jahre	1,82	95	1,67	95
		über 5 Jahre	-	0	-	0

Die Zinsbindung der kurz- und mittelfristigen Finanzschulden und die Zinsanpassungstermine aller festverzinslichen Finanzschulden entsprechen im Wesentlichen den dargestellten Restlaufzeiten. Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Die Auswirkungen von Zinsänderungen beim variablen Anteil der Finanzschulden auf das Periodenergebnis und das Eigenkapital der METRO GROUP sind ausführlich beschrieben unter Nummer 43 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

37. Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

Wesentliche Positionen in den übrigen finanziellen Verbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus dem Erwerb übriger Anlagewerte in Höhe von 322 Mio. € (30.9.2013: 299 Mio. €), Verbindlichkeiten gegenüber Kunden in Höhe von 160 Mio. € (30.9.2013: 155 Mio. €), Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern in Höhe von 72 Mio. € (30.9.2013: 78 Mio. €) sowie Verbindlichkeiten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 34 Mio. € (30.9.2013: 31 Mio. €).

Darüber hinaus beinhalten die übrigen Verbindlichkeiten noch eine Vielzahl weiterer Einzelpositionen.

Die sonstigen Steuerverbindlichkeiten beinhalten Umsatzsteuer, Grundsteuer, Lohn- und Kirchensteuer sowie sonstige Steuern.

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinserträge sowie abgegrenzte Umsätze aus Kundentreueprogrammen, dem Verkauf von Gutscheinen und Garantieverträgen sowie übrige Abgrenzungsposten.

Wesentliche Positionen in den übrigen anderen Verbindlichkeiten sind erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen in Höhe von 46 Mio. € (30.9.2013: 47 Mio.€) und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen (keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse) in Höhe von 71 Mio. € (30.9.2013: 47 Mio. €).

Mio. €	30.9.2013			30.9.2014		
	Gesamt	Restlaufzeit		Gesamt	Restlaufzeit	
		bis 1 Jahr	über 1 Jahr		bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	824	824	1	853	853	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	851	821	30	768	737	32
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.675	1.645	30	1.621	1.589	32
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	338	338	0	371	371	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	573	467	106	575	488	87
Übrige andere Verbindlichkeiten	121	82	39	136	79	57
Sonstige andere Verbindlichkeiten	1.032	887	146	1.083	939	144
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.707	2.531	176	2.704	2.528	176

38. Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten, die Verrechnungsvereinbarungen, einklagbaren Globalverrechnungsverträgen und ähnlichen Vereinbarungen unterliegen, bestanden wie folgt:

30.9.2013						
(a)	(b)	(c) = (a) – (b)	(d)	(e) = (c) – (d)		
Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Verbindlichkeiten/ Vermögenswerte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden			
			Finanz- instrumente	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten	Nettobetrag	
Mio. €						
Finanzielle Vermögenswerte						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	64	0	64	0	0	64
Forderungen an Lieferanten	2.028	638	1.389	62	0	1.327
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	630	83	547	2	0	545
Beteiligungen	266	0	266	0	0	266
Übrige finanzielle Vermögenswerte	662	14	648	1	2	645
Derivative Finanzinstrumente	36	18	18	3	0	15
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.564	0	2.564	0	0	2.564
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	4	0	4	0	0	4
	6.253	753	5.500	68	2	5.430
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	6.560	0	6.560	0	0	6.560
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.523	718	9.805	63	0	9.742
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.665	17	1.648	3	0	1.645
Derivative Finanzinstrumente	45	18	27	3	10	14
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.403	0	1.403	0	0	1.403
	20.196	753	19.443	68	10	19.365

30.9.2014						
(a)	(b)	(c) = (a) – (b)	(d)	(e) = (c) – (d)		
Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Verbindlichkeiten/ Vermögenswerte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden			
			Finanz- instrumente	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten	Nettobetrag	
Mio. €						
Finanzielle Vermögenswerte						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	56	0	56	0	0	56
Forderungen an Lieferanten	2.295	771	1.524	56	0	1.468
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	661	101	560	3	0	557
Beteiligungen	18	0	18	0	0	18
Übrige finanzielle Vermögenswerte	628	10	618	2	0	617
Derivative Finanzinstrumente	64	15	49	2	0	47
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.406	0	2.406	0	0	2.406
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	0	0	0	0	0	0
	6.128	897	5.232	63	0	5.169
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzschulden ohne Finanzierungs- Leasingverhältnisse	5.790	0	5.790	0	0	5.790
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.790	860	9.930	56	0	9.874
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.633	21	1.612	4	0	1.608
Derivative Finanzinstrumente	24	15	9	2	5	2
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs- Leasingverhältnissen	1.278	0	1.278	0	0	1.278
	19.516	897	18.619	63	5	18.552

Die zugehörigen Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden, beinhalten sowohl Finanzinstrumente als auch Sicherheiten. Die nicht saldierten Finanzinstrumente wären durch die zugrunde liegenden Rahmenverträge saldierungsfähig, erfüllen jedoch nicht die Saldierungskriterien des IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung). Die Sicherheiten können sowohl

finanzielle Vermögenswerte, die als Sicherheiten für Verbindlichkeiten an eine dritte Partei gestellt wurden, als auch finanzielle Verbindlichkeiten, die die METRO GROUP von einer dritten Partei als Sicherheiten für Vermögenswerte erhalten hat, enthalten.

Nähere Angaben zu den Sicherheiten finden sich unter Nummer 43 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

39. Undiskontierte Cashflows finanzieller Verbindlichkeiten

Die undiskontierten Cashflows der Finanzschulden, der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der passivierten Derivate lauten wie folgt:

Mio. €	Buchwert 30.9.2013	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Anleihen	5.050	239	1.483	355	2.644	69	801
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.096	73	165	172	445	11	342
Schuldscheindarlehen	414	11	157	21	200	9	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.403	119	113	322	415	574	875
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.805	0	9.805	0	0	0	0
Zinsbezogene passivierte Derivate	5	5	0	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	21	0	13	0	8	0	0
Rohstoffbezogene passivierte Derivate	1	0	1	0	0	0	0

Mio. €	Buchwert 30.9.2014	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
		Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Anleihen	4.463	104	1.938	216	2.147	75	301
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	865	28	147	52	431	19	174
Schuldscheindarlehen	462	8	205	17	200	7	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.278	88	122	289	356	378	799
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.930	0	9.930	0	0	0	0
Zinsbezogene passivierte Derivate	0	0	0	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	9	0	5	0	5	0	0
Rohstoffbezogene passivierte Derivate	0	0	0	0	0	0	0

40. Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien

Die Buchwerte und Fair Values der bilanzierten Finanzinstrumente lauten wie folgt:

Mio. €	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
Aktiva	28.811	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Kredite und Forderungen	2.647	2.647	0	0	2.648
Ausleihungen und gewährte Darlehen	64	64	0	0	64
Forderungen an Lieferanten	1.389	1.389	0	0	1.389
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	547	547	0	0	547
Übrige finanzielle Vermögenswerte	646	646	0	0	648
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten	18	0	18	0	18
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	18	0	18	0	18
Zur Veräußerung verfügbar	267	13	0	254	k. A.
Beteiligungen	266	13	0	253	k. A.
Wertpapiere	1	0	0	1	1
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	0	0	0	0
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.564	2.564	0	0	2.564
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	4	k. A.	k. A.	k. A.	9
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Aktiva	23.311	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Passiva	28.811	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Zu Handelszwecken gehalten	7	0	7	0	7
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	7	0	7	0	7
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	18.013	17.935	0	78	18.260
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	6.560	6.560	0	0	6.807
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.805	9.805	0	0	9.805
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.648	1.570	0	78	1.648
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	20	0	0	20	20
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	1.403	k. A.	k. A.	k. A.	1.641
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Passiva	9.368	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Unrealisierter Gewinn (+) / Verlust (-) aus Gesamtdifferenz von Fair Value und Buchwert					-479

Mio. €	30.9.2014				
	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
Aktiva	28.004	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Kredite und Forderungen	2.757	2.757	0	0	2.756
Ausleihungen und gewährte Darlehen	56	56	0	0	54
Forderungen an Lieferanten	1.524	1.524	0	0	1.524
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	560	560	0	0	560
Übrige finanzielle Vermögenswerte	617	617	0	0	618
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten	26	0	26	0	26
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	26	0	26	0	26
Zur Veräußerung verfügbar	19	18	0	1	k. A.
Beteiligungen	18	18	0	0	k. A.
Wertpapiere	1	0	0	1	1
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	23	0	0	23	23
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.406	2.406	0	0	2.406
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	0	k. A.	k. A.	k. A.	0
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Aktiva	22.772	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Passiva	28.004	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Zu Handelszwecken gehalten	5	0	5	0	5
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	5	0	5
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	17.332	17.260	0	72	17.589
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	5.790	5.790	0	0	6.047
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.930	9.930	0	0	9.930
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.612	1.540	0	72	1.612
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	0	5	5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	1.278	k. A.	k. A.	k. A.	1.497
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Passiva	9.385	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Unrealisierter Gewinn (+) / Verlust (-) aus Gesamtdifferenz von Fair Value und Buchwert					-478

Die Klassenbildung ist anhand gleichartiger Risiken für die jeweiligen Finanzinstrumente vorgenommen worden und ist gleichlautend zu den festgelegten Kategorien des IAS 39. Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gemäß IAS 39 und sonstige finanzielle Verbindlichkeiten sind jeweils einer eigenen Klasse zugeordnet.

Die Hierarchie der Fair Values umfasst drei Level und wird durch die Marktnähe der in die Bewertungsverfahren eingehenden Eingangsparameter festgelegt. In den Fällen, in denen verschiedene Eingangsparameter für die Bewertung maßgeblich sind, wird der Fair Value dem Hierarchielevel zugeordnet, das dem Eingangsparameter des niedrigsten Levels entspricht, das für die Bewertung von Bedeutung ist.

Eingangsparameter des Levels 1: Notierte (unverändert übernommene) Preise an aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Schulden, auf die das Unternehmen am Bewertungsstichtag zugreifen kann.

Eingangsparameter des Levels 2: Andere Eingangsparameter als die auf Level 1 enthaltenen notierten Preise, die für den Vermögenswert oder die Schuld entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind.

Eingangsparameter des Levels 3: Für den Vermögenswert oder die Schuld nicht beobachtbare Eingangsparameter.

Vom Gesamtbuchwert der Beteiligungen in Höhe von 18 Mio. € (30.9.2013: 266 Mio. €) werden 18 Mio. € (30.9.2013: 13 Mio. €) zu Anschaffungskosten bewertet, da eine verlässliche Ermittlung des Fair Values nicht möglich ist. Es handelt sich hierbei

um nicht börsennotierte Finanzinstrumente, für die kein aktiver Markt besteht. Eine Veräußerung der zu Anschaffungskosten bewerteten Beteiligungen ist zurzeit nicht vorgesehen. Börsennotierte Beteiligungen in Höhe von 0 Mio. € (30.9.2013: 253 Mio. €) werden erfolgsneutral zum Fair Value bewertet.

Die übrigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter in Höhe von 72 Mio. € (30.9.2013: 78 Mio. €), die erfolgsneutral zum Fair Value folgebewertet werden.

Die nachstehende Tabelle stellt die Finanzinstrumente dar, die in der Bilanz zum Fair Value bewertet werden. Diese sind in eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeordnet, deren Level die Marktnähe der bei der Ermittlung der Fair Values einbezogenen Daten widerspiegeln:

Mio. €	30.9.2013				30.9.2014			
	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3
Aktiva	272	254	18	0	50	1	49	0
Zu Handelszwecken gehalten								
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	18	0	18	0	26	0	26	0
Zur Veräußerung verfügbar								
Beteiligungen	253	253	0	0	0	0	0	0
Wertpapiere	1	1	0	0	1	1	0	0
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	0	0	0	23	0	23	0
Passiva	105	0	27	78	81	0	9	72
Zu Handelszwecken gehalten								
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	7	0	7	0	5	0	5	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten								
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	78	0	0	78	72	0	0	72
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	20	0	20	0	5	0	5	0
	167	254	-9	-78	-31	1	40	-72

Die Bewertung der Wertpapiere (Level 1) erfolgt anhand quotierter Marktpreise auf aktiven Märkten.

Bei Zinsswaps und Devisengeschäften (alle Level 2) erfolgt eine Mark-to-Market-Bewertung auf Basis notierter Devisenkurse und am Markt erhältlicher Zinsstrukturkurven.

Der Fair Value der Rohstoffderivate (Level 2) wird als Durchschnitt des an der Börse festgestellten Preises des abgelaufenen Monats berechnet.

Während der Berichtsperiode wurden keine Transfers zwischen den Leveln 1 und 2 vorgenommen.

Level 3 beinhaltet die Fair Values von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten nicht beherrschender Gesellschafter. Die Fair-Value-Bewertung richtet sich nach der jeweiligen Vertragsgestaltung.

Bei denjenigen Fair Values von Verbindlichkeiten aus Andienungsrechten, die nach dem Discounted-Cashflow-Verfahren ermittelt werden, werden die erwarteten zukünftigen Cashflows über einen Detailplanungszeitraum von drei Jahren (wie zum 30.9.2013) zuzüglich einer ewigen Rente zugrunde gelegt. Für die ewige Rente wird eine Wachstumsrate zwischen 2,5 und 8,7 Prozent (30.9.2013: zwischen 4,1 und 7,7 Prozent) angenommen. Als Diskontierungszins wird der jeweilige lokale WACC verwendet. Die Diskontierungszinssätze lagen im Berichtsjahr zwischen 11,6 und 15,2 Prozent (30.9.2013: zwischen 11,1 und 15,8 Prozent). Würden die einzelnen Zinssätze um je 10 Prozent steigen, würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 6 Mio. € (30.9.2013: 9 Mio. €) sinken. Bei einer Zinssatzreduzierung um je 10 Prozent würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 8 Mio. € (30.9.2013: 13 Mio. €) steigen.

Die Wertänderungen der Andienungsrechte entwickelten sich vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014 wie folgt:

Mio. €	2012/13	2013/14
Stand 1.10.	388	78
Transfer in Level 3	0	0
Transfer aus Level 3	0	0
Gewinne (-) und Verluste (+) der Periode	-42	1
Periodenergebnis	-37	0
Sonstiges Ergebnis	-6	1
Übrige ergebnisneutrale Wertveränderungen	3	-7
Transaktionsbedingte Veränderungen	-270	0
Vergabe neuer Rechte	0	0
Eintösung bestehender Rechte	-270	0
Stand 30.9.	78	72

Von den Wertänderungen der zum 30. September 2014 bestehenden Andienungsrechte reduzierten 7 Mio. € die Geschäfts- oder Firmenwerte und 1 Mio. € das Sonstige Ergebnis.

Die Wertänderung der zum 30. September 2013 bestehenden Andienungsrechte erhöhten im Vorjahr die Geschäfts- oder Firmenwerte um 13 Mio. € und das Sonstige Ergebnis um 2 Mio. €.

Finanzinstrumente, die in der Bilanz zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert sind, für die der Fair Value aber im Anhang angegeben ist, sind ebenfalls in eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeordnet.

Die Fair Values der Forderungen an Lieferanten, der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente entsprechen aufgrund der überwiegend kurzen Laufzeit im Wesentlichen deren Buchwerten.

Die Ermittlung der Fair Values der Anleihen, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Schuldscheindarlehen erfolgt auf der Basis der Marktzinskurve nach der Zero-Coupon-Methode unter Berücksichtigung von Credit Spreads (Level 2). Die auf den Stichtag abgegrenzten Zinsen sind in den Werten enthalten.

Die Fair Values aller anderen übrigen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten, die nicht börsennotiert sind, entsprechen den Barwerten der mit diesen Bilanzpositionen verbundenen Zahlungen. Bei der Berechnung wurden die zum Stichtag gültigen landesspezifischen Zinsstrukturkurven (Level 2) herangezogen.

Sonstige Erläuterungen

41. Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung gemäß IAS 7 (Kapitalflussrechnungen) zeigt, wie sich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben.

Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten umfasst Schecks und Kassenbestände sowie unterwegs befindliche Gelder und die Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit von bis zu drei Monaten.

Die Kapitalflussrechnung unterscheidet zwischen Mittelveränderungen aus der betrieblichen Tätigkeit, aus Investitions- und aus Finanzierungstätigkeit. Cashflows aus nicht fortgeführten Aktivitäten werden separat ausgewiesen, sofern es sich um aufzugebene Geschäftsbereiche handelt.

Aus der betrieblichen Tätigkeit wurden im Berichtsjahr Cashflows in Höhe von 2.008 Mio. € (12M 2012/13: 2.667 Mio. €; 9M 2013: -1.768 Mio. €) generiert. Die Abschreibungen entfallen mit 1.048 Mio. € (12M 2012/13: 1.171 Mio. €; 9M 2013: 802 Mio. €) auf Sachanlagen, mit 88 Mio. € (12M 2012/13: 101 Mio. €; 9M 2013: 31 Mio. €) auf Geschäfts- oder Firmenwerte, mit 130 Mio. € (12M 2012/13: 168 Mio. €; 9M 2013: 113 Mio. €) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und mit 16 Mio. € (12M 2012/13: 20 Mio. €; 9M 2013: 16 Mio. €) auf „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“. Dagegen laufen Zuschreibungen in Höhe von 11 Mio. € (12M 2012/13: 15 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €).

Die Veränderung des Nettobetriebsvermögens beträgt -28 Mio. € (12M 2012/13: 468 Mio. €; 9M 2013: -2.395 Mio. €) und enthält die Veränderungen der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der in der Position „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ enthaltenen Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen aus Kreditkarten und geleisteten Anzahlungen auf Vorräte. Darüber hinaus enthält sie die Veränderungen der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, der Verbindlichkeiten gegenüber Kunden, der abgegrenzten Umsätze aus Gutscheinen und Kundentreueprogrammen, der Rückstellungen für Kundentreueprogramme und Rückgaberechte sowie der erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen.

Aus der sonstigen betrieblichen Tätigkeit resultiert insgesamt ein Mittelabfluss von -38 Mio. € (12M 2012/13: -320 Mio. €;

9M 2013: -459 Mio. €). Die Position beinhaltet Veränderungen der sonstigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Darüber hinaus enthält sie Veränderungen aus zur Veräußerung gehaltenen Aktiva und Passiva, nicht realisierte Währungseffekte sowie die Eliminierung des EBIT aus Entkonsolidierungsergebnissen. Die Veränderung zum Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus im Vorjahr angepassten Entkonsolidierungserfolgen (12M 2012/13: -188 Mio. €; 9M: -162 Mio. €).

Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit resultiert im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 715 Mio. € (12M 2012/13: Mittelzufluss von 721 Mio. €; 9M 2013: Mittelzufluss von 747 Mio. €). Hierin sind Auszahlungen für die Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 89 Mio. € enthalten. Im Vorjahr (12M 2012/13) beinhaltete der Cashflow aus der Investitionstätigkeit Einzahlungen aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 953 Mio. € sowie 341 Mio. € aus dem Verkauf der OPCI-Immobilien in Frankreich.

Der Betrag der als Mittelabfluss dargestellten Investitionen in Sachanlagen unterscheidet sich von dem im Anlagenspiegel dargestellten Zugang in Höhe der nicht zahlungswirksamen Vorgänge. Diese betreffen im Wesentlichen Zugänge aus Finanzierungs-Leasing, Wechselkurseffekte sowie die Veränderungen der Verbindlichkeiten aus Erwerb von übrigen Anlagewerten.

Die sonstigen Investitionen beinhalten Auszahlungen in Höhe von 169 Mio. € für den Erwerb von zehn Ein-Objekt-Gesellschaften, die zur Weiterveräußerung stehen. Darüber hinaus wurde eine Auszahlung an einen britischen Pensionsfonds in Höhe von 85 Mio. € zum Abschluss einer Rückdeckungsversicherung getätigt. Die Investitionen für immaterielle Vermögenswerte beliefen sich auf 131 Mio. € (12M 2012/13: 165 Mio. €; 9M 2013: 123 Mio. €), die Investitionen in Finanzanlagen auf 2 Mio. € (12M 2012/13: 58 Mio. €; 9M 2013: 56 Mio. €).

Die Desinvestitionen umfassen neben den Unternehmensveräußerungen Einzahlungen für den Verkauf von 9 Prozent der Anteile an der Booker Group PLC in Höhe von 244 Mio. € sowie Zahlungsmittelzugänge für die Veräußerung einzelner Büroimmobilien der METRO GROUP Unternehmenszentrale am Standort Düsseldorf in Höhe von 187 Mio. €. Darüber hinaus wurden 25,75 Prozent der Anteile an der OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP für 40 Mio. € veräußert.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist im Berichtsjahr einen Mittelabfluss von 1.448 Mio. € (12M 2012/13: –2.814 Mio. €; 9M 2013: –1.690 Mio. €) aus.

42. Segmentberichterstattung

Die Segmentberichterstattung ist nach IFRS 8 (Geschäftssegmente) aufgestellt. Die Segmentierung folgt der internen Steuerung und Berichterstattung des Konzerns und richtet sich grundsätzlich nach der Einteilung des Geschäfts in einzelne Branchen.

Seit dem Beginn des Geschäftsjahres 2013/14 wird das Segment Immobilien nicht mehr gesondert ausgewiesen. Die segmentrelevanten Informationen werden seitdem in den Segmenten der Vertriebslinien beziehungsweise im Segment Sonstige gezeigt. Auf den Ausweis der Regionensegmente hat diese Änderung keine Auswirkung.

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry ist im Selbstbedienungsgroßhandel mit den Marken METRO und MAKRO in 28 Ländern Europas, Asiens und Afrikas vertreten. In Deutschland ergänzt zudem die Marke C+C Schaper das Portfolio. Mit seinem vielfältigen Produkt- und Serviceangebot richtet sich METRO Cash & Carry speziell an gewerbliche Kunden: Hotel- und Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden.

Media-Saturn

Media-Saturn bietet im Elektrofachhandel ein umfassendes Sortiment mit neuesten Markenprodukten an. Mit den zwei starken Vertriebsmarken Media Markt und Saturn ist die Vertriebslinie in 15 Ländern vertreten. Zudem gehören der Internethändler Redcoon, der russische Online-Shop 003.ru sowie das Unternehmen 24-7 Entertainment zu Media-Saturn.

Real

Real betreibt SB-Warenhäuser in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Online-Handel aktiv. Alle Märkte bieten ein umfassendes Lebensmittelangebot mit einem hohen Anteil an Frischeprodukten, ergänzt um ein Sortiment von Nicht-Lebensmitteln.

Galeria Kaufhof

Galeria Kaufhof betreibt Warenhäuser in Deutschland und Belgien. In Belgien tritt die Vertriebslinie als Galeria Inno auf. Die Warenhäuser von Galeria Kaufhof bieten internationale

Sortimente und hochwertige Eigenmarken mit einem Schwerpunkt auf Bekleidungsartikeln. Das stationäre Geschäft ist dabei eng mit dem Online-Shop verzahnt.

— Weitere Angaben zu den Segmenten enthält der zusammengefasste Lagebericht.

Neben den Informationen zu den oben genannten Geschäftssegmenten werden gleichwertige Informationen zu den METRO GROUP Regionen veröffentlicht. Dabei wird nach den Regionen Deutschland, Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien/Afrika unterschieden.

- Der Außenumsatz repräsentiert den Umsatz der Geschäftssegmente mit Konzernexternen.
- Der Innenumsatz zeigt die Umsätze mit anderen Geschäftssegmenten.
- Das Segment-EBITDAR repräsentiert das EBITDA vor Mietaufwendungen abzüglich Mieterträgen.
- Das Segment-EBITDA umfasst das EBIT vor Abschreibungen und Zuschreibungen auf Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien.
- Die Segmentsteuerungsgröße EBIT beschreibt das betriebliche Ergebnis der Periode vor Finanzergebnis und Ertragsteuern. Konzerninterne Mietverträge werden in den Segmenten als Operating-Leasingverhältnisse dargestellt. Die Vermietung findet dabei zu marktüblichen Konditionen statt. Standortbezogene Risiken sowie Werthaltigkeitsrisiken von langfristigen Vermögenswerten werden in den Segmenten grundsätzlich nur dann abgebildet, wenn es sich um Konzernrisiken handelt. Dies gilt analog für aktive und passive Abgrenzungen, die auf Segmentebene nur dann abgebildet werden, wenn dies auch in der Konzernbilanz erforderlich wäre.
- Die Segmentinvestitionen beinhalten die Zugänge (einschließlich der Zugänge zum Konsolidierungskreis) zu den langfristigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zu den als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien. Ausgenommen hiervon sind Zugänge aufgrund der Reklassifikation von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ als langfristige Vermögenswerte.
- Das Segmentvermögen enthält das lang- und kurzfristige Vermögen. Nicht enthalten sind hauptsächlich Finanzanlagen, nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen, Steuerpositionen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente und Vermögenswerte, die nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind.

Nachfolgend wird die Überleitung des Segmentvermögens auf die Vermögenswerte des Konzerns dargestellt:

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Segmentvermögen	24.223	23.821
Finanzanlagen (lang- und kurzfristig)	327	72
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	132	95
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.564	2.406
Latente Steueransprüche	837	835
Ertragsteuererstattungsansprüche	297	223
Sonstige Steuererstattungsansprüche ¹	368	464
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	12	9
Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften ²	30	59
Sonstiges	20	18
Vermögenswerte des Konzerns	28.811	28.004

¹ Enthalten in der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (kurzfristig)

² Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (lang- und kurzfristig)

— Die Segmentschulden umfassen lang- und kurzfristige Schulden. Nicht zugeordnet sind insbesondere Finanzschulden, Steuerpositionen sowie Schulden, die nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind.

Nachfolgend wird die Überleitung der Segmentschulden auf die Schulden des Konzerns dargestellt:

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Segmentschulden	14.645	14.839
Finanzschulden (lang- und kurzfristig)	7.963	7.068
Latente Steuerschulden	127	130
Ertragsteuerschulden	181	198
Ertragsteuerrückstellungen ¹	107	120
Sonstige Steuerverbindlichkeiten ²	338	371
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften ²	31	12
Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern ²	82	76
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehener Vermögenswerten	77	139
Zinsen auf sonstige Rückstellungen ¹	47	47
Sonstiges	9	4
Schulden des Konzerns	23.605	23.005

¹ Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige Rückstellungen“ (langfristig) und „Rückstellungen“ (kurzfristig)

² Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten“ (lang- und kurzfristig)

— Transfers zwischen den Segmenten finden grundsätzlich auf Basis der aus Konzernsicht entstehenden Kosten statt.

43. Management der finanzwirtschaftlichen Risiken

Die Treasury der METRO AG steuert die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO GROUP. Dies sind speziell

- Preisänderungsrisiken,
- Liquiditätsrisiken,
- Bonitätsrisiken und
- Risiken aus Zahlungsstromschwankungen.

Nähere Angaben zum Risikomanagementsystem finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Kapitel 5 Finanz- und Vermögenstage.

Preisänderungsrisiken

Preisänderungsrisiken resultieren für die METRO GROUP daraus, dass der Wert eines Finanzinstruments durch Änderungen der Marktzinssätze, der Wechselkurse, der Aktienkurse oder aber der Rohstoffpreise beeinflusst wird.

Zinsrisiken entstehen durch Veränderungen des Zinsniveaus. Zur Begrenzung dieser Risiken werden Zinsswaps eingesetzt.

Die Ermittlung des verbleibenden Zinsrisikos der METRO GROUP erfolgt gemäß IFRS 7 mittels einer Sensitivitätsanalyse. Dabei werden folgende Annahmen bei der Betrachtung einer Zinssatzänderung zugrunde gelegt:

- Die durch die Sensitivitätsanalyse ermittelte Gesamtauswirkung bezieht sich auf den Bestand zum Bilanzstichtag und drückt den Effekt für ein Jahr aus.
- Variabel verzinsliche originäre Finanzinstrumente, deren Zinszahlungen nicht als Grundgeschäft im Rahmen von Cashflow Hedges gegen Zinssatzänderungen designiert sind, wirken sich in der Sensitivitätsanalyse ergebniswirksam im Zinsergebnis aus. Aufgrund des derzeitigen niedrigen Zinsniveaus wird die Sensitivität für eine Veränderung von 10 Basispunkten ermittelt.
- Festverzinsliche originäre Finanzinstrumente haben generell keine ergebniswirksamen Auswirkungen im Zinsergebnis. Sie werden nur dann ergebniswirksam im übrigen Finanzergebnis, wenn sie im Rahmen eines Fair-Value-Hedges als Grundgeschäft designiert sind und mit dem Fair Value bewertet werden. Hierbei gleicht sich aber die zinsbedingte Wertänderung des Grundgeschäfts mit der Wertänderung des Sicherungsgeschäfts bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts aus. Die im Rahmen eines Fair-Value-Hedges im Konzern entstehenden variablen Zinsströme werden ergebniswirksam im Zinsergebnis berücksichtigt.

- Finanzinstrumente, die als Sicherungsgeschäft im Rahmen eines Cashflow Hedges zur Absicherung von variablen Zinsströmen designiert sind, wirken sich nur dann im Zinsergebnis aus, wenn die Zahlungsströme ausgelöst werden. Aus der Bewertung des Sicherungsgeschäfts zum Fair Value entstehen jedoch ergebnisneutrale Effekte in den Gewinnrücklagen.
- Zinsderivate, die nicht in einem qualifizierten Sicherungszusammenhang nach IAS 39 stehen, wirken sich durch die Bewertung zum Fair Value ergebniswirksam im übrigen Finanzergebnis und durch eintretende Zinsströme im Zinsergebnis aus.

Das verbleibende Zinsrisiko der METRO GROUP resultiert zum Bilanzstichtag im Wesentlichen aus variabel verzinslichen Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten mit einem Gesamtanlagesaldo nach Berücksichtigung von Sicherungsgeschäften in Höhe von 1.043 Mio. € (30.9.2013: 2.089 Mio. €).

Eine Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten hat bei diesem Gesamtsaldo einen um 1 Mio. € (12M 2012/13: 2 Mio. €) höheren Ertrag im Zinsergebnis pro Jahr zur Folge. Bei einer Zinssatzreduzierung von 10 Basispunkten ergibt sich ein gegenläufiger Effekt in Höhe von –1 Mio. € (12M 2012/13: –2 Mio. €).

Aus der Bewertung von Zinsswaps und Zinswährungsswaps mit einem Nominalvolumen von 187 Mio. € (30.9.2013: 310 Mio. €), die in einem Cashflow Hedge stehen, ergibt sich bei einer Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten eine Erhöhung des Eigenkapitals um 0 Mio. € (12M 2012/13: 0 Mio. €). Bei einer Zinssatzverringerung ergibt sich eine Eigenkapitalverschlechterung um 0 Mio. € (12M 2012/13: 0 Mio. €). Abweichend zum Vorjahresgeschäftsbericht sind die Sensitivitätsangaben für Cashflow Hedges für 10 BP angegeben (Vorjahresgeschäftsbericht: 100 BP). Die Darstellung wurde zur Harmonisierung mit der Sensitivitätsangabe für das Zinsergebnis sowie vor dem Hintergrund des niedrigen Zinsniveaus geändert. Aufgrund der geänderten Systematik wurden die Vorjahreswerte angepasst.

Währungsrisiken entstehen der METRO GROUP im internationalen Einkauf von Waren und aufgrund von Kosten sowie Finanzierungen, die in einer anderen Währung als der jeweiligen Landeswährung anfallen oder an die Entwicklung einer anderen Währung gebunden sind. Für daraus resultierende Fremdwährungspositionen besteht eine Sicherungspflicht gemäß der Konzernrichtlinie „Fremdwährungstransaktionen“. Ausnahmen bestehen dort, wo es wirtschaftlich nicht sinnvoll

ist, sowie bei gesetzlichen und regulatorischen Beschränkungen in den Ländern. Bei der Absicherung kommen Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungsswaps zum Einsatz.

Die Darstellung des durch die Ausnahmen entstehenden Fremdwährungsrisikos erfolgt gemäß IFRS 7 ebenfalls mittels einer Sensitivitätsanalyse. Dabei werden folgende Annahmen bei der Betrachtung einer Ab- beziehungsweise Aufwertung des Euro gegenüber Fremdwährungen getroffen:

Die durch die Sensitivitätsanalyse dargestellte Gesamtauswirkung bezieht sich in ihrer Höhe und ihren Ergebnischarakteristika auf die Fremdwährungsbestände innerhalb der konsolidierten Tochtergesellschaften der METRO GROUP und drückt den Effekt bei Vorliegen der Ab- beziehungsweise Aufwertung des Euro aus.

Bei einer Abwertung des Euro tritt ein positiver Effekt ein, sofern eine Fremdwährungsforderung in einer Tochtergesellschaft besteht, deren funktionale Währung der Euro ist, sowie bei einer Verbindlichkeit in Euro in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung nicht der Euro ist. Ein negativer Effekt tritt bei einer Abwertung des Euro ein, sofern eine Forderung in Euro in einer Tochtergesellschaft besteht, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, sowie bei einer Fremdwährungsverbindlichkeit in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung der Euro ist. Eine Aufwertung hingegen bewirkt jeweils einen gegenläufigen Effekt.

Die Effekte aus der Bewertung von Fremdwährungspositionen, die gemäß IAS 21 mit dem Stichtagskurs umgerechnet werden und die keinen Eigenkapitalcharakter haben, werden in der Sensitivitätsanalyse ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. In den Fällen, in denen die Fremdwährungspositionen Eigenkapitalcharakter haben, sogenannte Net Investments, werden die Effekte der Stichtagskursbewertung erfolgsneutral im Eigenkapital (Sonstiges Ergebnis) berücksichtigt.

Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungsswaps, die nicht in einem qualifizierten Sicherungszusammenhang gemäß IAS 39 stehen, wirken sich durch die Bewertung zum Fair Value ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung aus. Demgegenüber stehen die Effekte aus der Bewertung des in Fremdwährung gehaltenen Grundgeschäfts, sodass sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts beide Effekte ausgleichen.

Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungs-swaps, die als Sicherungsgeschäft im Rahmen eines Cashflow Hedges zur Absicherung von Fremdwährungs-Zahlungsströmen designiert sind, wirken sich nur dann in der Gewinn- und Verlustrechnung aus, wenn die Zahlungsströme ausgelöst werden. Aus der Bewertung der Sicherungsgeschäfte zum Fair Value entstehen jedoch ergebnisneutrale Effekte in den Gewinnrücklagen.

Effekte aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen, deren funktionale Währung nicht die Berichtswährung der METRO GROUP ist, berühren die Cashflows in lokaler Währung nicht und sind deshalb nicht Bestandteil der Sensitivitätsanalyse.

Das verbleibende Währungsrisiko der METRO GROUP zum Bilanzstichtag lautet wie folgt:

Auswirkung bei Ab-/Aufwertung des Euro um 10 %					
Mio. €	Währungspaar	Volumen	30.9.2013	Volumen	30.9.2014
Periodenergebnis					
	CHF / EUR	0	+/-0	16	+/-2
	CNY / EUR	-1	+/-0	16	+/-2
	CZK / EUR	-131	+/-13	-128	+/-13
	EGP / EUR	-52	+/-5	-25	+/-2
	HUF / EUR	2	-/+0	2	+/-0
	JPY / EUR	60	+/-6	0	+/-0
	KZT / EUR	-228	+/-23	-137	+/-14
	MDL / EUR	-38	+/-4	-36	+/-4
	PLN / EUR	-100	+/-10	-13	+/-2
	RON / EUR	-86	+/-9	-46	+/-5
	RSD / EUR	-27	+/-3	-24	+/-2
	RUB / EUR	-121	+/-12	-55	+/-5
	SEK / EUR	-2	+/-0	-3	+/-0
	TRY / EUR	-46	+/-5	-1	+/-0
	UAH / EUR	-10	+/-1	-8	+/-1
	USD / EUR	18	+/-2	12	+/-1
	VND / EUR	-4	+/-0	-2	+/-0
			+/-93		+/-53
Eigenkapital					
	CNY / EUR	54	+/-5	55	+/-6
	GBP / EUR	253	+/-25	-1	+/-0
	KZT / EUR	0	+/-0	-114	+/-11
	PLN / EUR	72	+/-7	73	+/-7
	RUB / EUR	-120	+/-12	0	+/-0
	UAH / EUR	-242	+/-24	-242	+/-24
	USD / EUR	242	+/-24	262	+/-26
			+/-97		+/-74
			+/-190		+/-127

Die darüber hinaus bestehenden Währungsrisiken resultieren im Wesentlichen aus US-Dollar-Fremdwährungspositionen in verschiedenen Tochtergesellschaften, in denen die funktionale Währung nicht US-Dollar ist. Bei einem US-Dollar-Nominalvolumen von -109 Mio. € würde eine Abwertung des US-Dollars zu positiven Effekten im Periodenergebnis von 11 Mio. € führen (12M 2012/13: 18 Mio. €), eine Aufwertung hingegen zu negativen Effekten von 11 Mio. € (12M 2012/13: 18 Mio. €).

Aktienkursrisiken entstehen aus einer anteilsbasierten Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP. Dabei orientiert sich die Vergütung (Geldprämie) im Wesentlichen an der Kursentwicklung der METRO-Stammaktie sowie an der relativen Performance der Stammaktie gegenüber definierten Indizes.

Die Aktienkursrisiken aus dem Performance Share Plan wurden bisher nicht begrenzt.

Preisrisiken für Eigenkapitalinstrumente entstehen aus gehaltenen Anteilen an anderen Unternehmen. Aus der Bewertung dieser Anteile mit einem Buchwert von 0 Mio. € (30.9.2013: 253 Mio. €) ergibt sich bei einer Werterhöhung von 10 Prozent eine Erhöhung des Eigenkapitals um 0 Mio. € (12M 2012/13: 25 Mio. €). Bei einer Wertminderung ergibt sich eine Eigenkapitalverschlechterung in Höhe von 0 Mio. € (12M 2012/13: 25 Mio. €).

Das Portfolio der **Stromderivate** lief zum 31. Dezember 2013 aus. Aufgrund des geringfügigen Werts zum 30. September 2013 wurde bereits im letzten Geschäftsbericht von einer Value-at-Risk-Bewertung abgesehen.

Zins- und Währungsrisiken sind durch die in den METRO GROUP internen Treasury-Richtlinien festgeschriebenen Grundsätze deutlich reduziert und limitiert. Darin ist konzernweit verbindlich geregelt, dass jede Absicherungsmaßnahme im Rahmen vorher definierter Limits erfolgen muss und in keinem Fall zu einer Erhöhung der Risikoposition führen darf. Die METRO GROUP nimmt dabei bewusst in Kauf, dass die Möglichkeiten, aktuelle oder erwartete Zins- beziehungsweise Wechselkursentwicklungen zur Ergebnisoptimierung zu nutzen, stark eingeschränkt sind.

Zur Absicherung dürfen außerdem ausschließlich marktgängige derivative Finanzinstrumente eingesetzt werden, deren korrekte finanzmathematische und buchhalterische Abbildung und Bewertung in den Treasury-Systemen sichergestellt sind.

Am Bilanzstichtag sind folgende derivative Finanzinstrumente zur Risikoreduzierung eingesetzt:

Mio. €	30.9.2013			30.9.2014		
	Fair Values			Fair Values		
	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten
Zinsbezogene Geschäfte						
Zinsswaps	126	0	5	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(126)	(0)	(5)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	-76	17	13	-280	49	5
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(295)	(0)	(7)	(316)	(23)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-371)	(17)	(6)	(-596)	(26)	(4)
Zins-/Währungsswaps	184	0	8	187	0	5
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(184)	(0)	(8)	(187)	(0)	(5)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	108	17	21	-93	49	9
Rohstoffbezogene Geschäfte						
Terminkontrakte	3 Tsd. t 114 GWh	2	1	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	3 Tsd. t 114 GWh	(2)	(1)	(0)	(0)	(0)
	k. A.	18	27	k. A.	49	9

Das Nominalvolumen der Devisentermingeschäfte/-optionen und der Zinsbegrenzungsvereinbarungen bestimmt sich aus der Nettoposition der den einzelnen Geschäften zugrunde liegenden An- und Verkaufsbeträge in Fremdwährung, umgerechnet zum entsprechenden Wechselkurs des Bilanzstichtags. Das Nominalvolumen der Zinsswaps beziehungsweise der Zins-/Währungsswaps und der Zinssicherungskontrakte ist brutto ausgewiesen. Das Nominalvolumen der Rohstoffkontrakte erfolgt für Dieselderivate in metrischen Tonnen (t), dies entspricht etwa 1.183 Litern, für Stromderivate in Gigawattstunden (GWh).

Sämtliche Fair Values stellen den theoretischen Wert bei Auflösung der Geschäfte zum Stichtag dar. Unter der Prämisse des Haltens der Geschäfte bis zur Endlaufzeit handelt es sich hierbei um unrealisierte Gewinne und Verluste, die sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts bis zur Fälligkeit mit Gewinnen und Verlusten der Grundgeschäfte ausgleichen werden.

Um diesen Ausgleich periodengerecht darstellen zu können, werden zwischen Sicherungsgeschäften und Grundgeschäften Beziehungen hergestellt, die wie folgt gebucht werden:

- Innerhalb eines Fair-Value-Hedges wird sowohl das Sicherungsgeschäft als auch das abzusichernde Risiko des Grundgeschäfts mit dem Fair Value bilanziert. Die Wert-

schwankungen beider Geschäfte werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in der sie sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts ausgleichen.

- Innerhalb eines Cashflow Hedges werden die Sicherungsgeschäfte ebenfalls grundsätzlich zum Fair Value bilanziert. Bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts werden die Bewertungsveränderungen so lange im Eigenkapital erfasst, bis die abgesicherten Zahlungsströme beziehungsweise erwarteten Transaktionen das Ergebnis beeinflussen. Erst dann erfolgt die Erfassung in der Gewinn- und Verlustrechnung.
- Sicherungsgeschäfte, die nach IAS 39 nicht in einer Sicherungsbeziehung stehen, werden mit dem Fair Value bilanziert. Wertveränderungen werden direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Auch wenn hier formal kein Sicherungszusammenhang hergestellt wurde, handelt es sich hierbei um Sicherungsgeschäfte, die in einem engen Zusammenhang mit einem Grundgeschäft stehen und die sich in ihrer Ergebnisauswirkung mit denen des Grundgeschäfts ausgleichen (natürlicher Hedge).

Die eingesetzten Währungsderivate beziehen sich vor allem auf den Chinesischen Renminbi, den Japanischen Yen, den Polnischen Złoty, den Rumänischen Leu, den Russischen Rubel, den Schweizer Franken, die Tschechische Krone, die Türkische Lira, den Ungarischen Forint sowie den US-Dollar.

Folgende Fälligkeitstermine liegen bei den derivativen Finanzinstrumenten vor:

Mio. €	30.9.2013 Fair Values			30.9.2014 Fair Values		
	Fälligkeitstermine			Fälligkeitstermine		
	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Zinsbezogene Geschäfte						
Zinsswaps	-5	0	0	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(-5)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	4	0	0	44	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(-7)	(0)	(0)	(22)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(11)	(0)	(0)	(22)	(0)	(0)
Zins-/Währungsswaps	0	-8	0	0	-5	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(-8)	(0)	(0)	(-5)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	4	-8	0	44	-4	0
Rohstoffbezogene Geschäfte						
Terminkontrakte	0	0	0	0	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	-1	-8	0	44	-4	0

Unter den Fälligkeitsterminen sind die Fair Values der in diesen Zeiträumen fälligen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten angegeben.

Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Liquiditätsrisiken

Mit Liquiditätsrisiko wird das Risiko bezeichnet, Zahlungsmittel nicht oder nur zu erhöhten Kosten beschaffen beziehungsweise bereitstellen zu können. Liquiditätsrisiken entstehen beispielsweise durch temporäres Versagen der Kapitalmärkte, Ausfall von Kreditgebern, unzureichende Kreditlinien oder das Fehlen eingeplanter Zahlungseingänge. Die METRO AG fungiert für die Gesellschaften der METRO GROUP als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und betragsmäßig stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die erforderlichen Informationen werden durch eine monatlich aktualisierte Konzernfinanzplanung der einzelnen Konzerngesellschaften bereitgestellt und einer monatlichen Abweichungsanalyse unterzogen. Diese Finanzplanung wird zusätzlich durch eine wöchentlich rollierende 14-Tages-Liquiditätsplanung ergänzt.

Als Instrumente der Finanzierung werden Produkte des Geld- und Kapitalmarkts (Fest- und Tagesgelder, Schuldscheindarlehen, Commercial Papers und börsennotierte Anleihen im Rahmen der Daueremissionsprogramme) sowie bilaterale und syndizierte Kredite eingesetzt. Die METRO GROUP verfügt über eine ausreichende Liquiditätsreserve, sodass Liquiditätsrisiken auch dann nicht entstehen, wenn unerwartet auftretende Ereignisse negative finanzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Liquiditätslage haben. Zu den Instrumenten der Finanzierung und Kreditlinien wird auf die Ausführungen unter den entsprechenden Bilanzpositionen verwiesen.

———— Nähere Angaben finden sich unter Nummer 29 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie unter Nummer 36 Finanzschulden.

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash Pooling) wird eine Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens sowie eine Optimierung der Geld- und Kapitalanlagen der METRO GROUP mit positiven Auswirkungen auf das Zinsergebnis erreicht. Das Cash Pooling ermöglicht die Nutzung der Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur internen Finanzierung des Liquiditätsbedarfs anderer Konzerngesellschaften.

Des Weiteren wird das in der Treasury der METRO AG gebündelte Know-how genutzt, um die Konzerngesellschaften in allen relevanten Finanzfragen zu beraten und zu betreuen. Das reicht von grundsätzlichen Überlegungen zur Finanzierung von Investitionsvorhaben bis hin zur Unterstützung der Finanzverantwortlichen der einzelnen Konzerngesellschaften in Gesprächen mit Banken und Finanzdienstleistern vor Ort. Dadurch wird sichergestellt, dass zum einen die Finanzressourcen der METRO GROUP optimal eingesetzt werden und zum anderen alle Konzerngesellschaften an der Bonität und Stärke der METRO GROUP im Hinblick auf ihre Finanzierungsbedingungen teilhaben.

Bonitätsrisiken

Bonitätsrisiken entstehen durch den vollständigen oder teilweisen Ausfall eines Kontrahenten, beispielsweise durch Insolvenz, im Rahmen von Geldanlagen sowie bei derivativen Finanzinstrumenten mit positiven Marktwerten. Das maximale Ausfallrisiko, dem die METRO GROUP zum Bilanzstichtag ausgesetzt ist, wird durch die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte in einer Gesamthöhe von 5.232 Mio. € (30.9.2013: 5.500 Mio. €) widergespiegelt.

———— Nähere Angaben über die Höhe der jeweiligen Buchwerte finden sich unter Nummer 40 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien.

Die in den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten berücksichtigten Kassenbestände in Höhe von 104 Mio. € (30.9.2013: 105 Mio. €) unterliegen dabei keinem Ausfallrisiko.

Im Zuge des Risikomanagements von Geldanlagen in Gesamthöhe von 2.205 Mio. € (30.9.2013: 2.308 Mio. €) und derivativen Finanzinstrumenten in Gesamthöhe von 49 Mio. € (30.9.2013: 18 Mio. €) sind für alle Geschäftspartner der METRO GROUP Mindestanforderungen an die Bonität und zudem individuelle Höchstgrenzen für das Engagement festgelegt. Bei der Ermittlung der Bonitätsrisiken werden Schecks und unterwegs befindliche Gelder nicht berücksichtigt. Grundlage ist dabei eine in den Treasury-Richtlinien festgeschriebene Limitsystematik, die im Wesentlichen auf den Einstufungen internationaler Rating-Agenturen, der Entwicklung des Credit Default Swap oder auf internen Bonitätsprüfungen basiert. Jedem Kontrahenten der METRO GROUP wird ein individuelles Limit zugewiesen, dessen Einhaltung fortlaufend in Treasury-Systemen überwacht wird.

In der nachfolgenden Tabelle ist eine Einteilung der Geschäftspartner in Rating-Klassen dargestellt:

Rating-Klassen	Volumen in %								
	Geldanlagen								
	Einstufung	Moody's	Standard & Poor's	Deutschland	Westeuropa ohne D.	Osteuropa	Asien und Übrige	Derivate mit positiven Marktwerten	Gesamt
Investment-Grade	Aaa	AAA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	
	Aa1 bis Aa3	AA+ bis AA-	0,3	1,1	0,1	1,3	0,3		
	A1 bis A3	A+ bis A-	20,5	29,2	4,5	10,7	0,9		
	Baa1 bis Baa3	BBB+ bis BBB-	9,1	7,7	5,5	0,5	0,0		91,7
Non-Investment-Grade	Ba1 bis Ba3	BB+ bis BB-	0,3	4,2	0,1	0,0	0,0		
	B1 bis B3	B+ bis B-	0,0	2,0	0,0	0,0	0,0		
	Caa bis C	CCC bis C	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0		6,7
Kein Rating			0,0	1,6	0,0	0,0	0,0		1,6
			30,2	45,8	10,3	12,5	1,2		100,0

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass per Stichtag rund 92 Prozent des Anlagevolumens inklusive der positiven Marktwerte von Derivaten bei Kontrahenten mit einer Investment-Grade-Einstufung, die somit eine gute bis sehr gute Bonität aufweisen, platziert wurden. Bei Kontrahenten, die bisher noch kein international anerkanntes Rating aufweisen, handelt es sich größtenteils um renommierte Finanzinstitute, deren Bonität aufgrund von Analysen als einwandfrei betrachtet werden kann. Die METRO GROUP ist auch in Ländern vertreten, deren Finanzinstitute aufgrund ihrer eigenen Länder-Ratings keine Investment-Grade-Einstufung erreichen. Eine Zusammenarbeit mit diesen Instituten ist aus länderspezifischen Gründen sowie unter Kosten- und Effizienzgesichtspunkten notwendig. Der Anteil am Gesamtvolumen liegt hier bei rund 8 Prozent.

Zur Steuerung des Bonitätsrisikos aus lang laufenden Derivaten schließt die METRO AG Credit Support Annexes (CSA) mit Banken ab. In der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ sind aus diesen Verträgen Forderungen in Höhe von 5 Mio. € (30.9.2013: 10 Mio. €) enthalten. Die Höhe der Sicherungszahlung ist abhängig von den Marktwerten und sichert die Zahlungsverpflichtungen dieser Zins-/Währungsswaps ab.

Die METRO GROUP ist Bonitätsrisiken somit nur in sehr geringem Maße ausgesetzt.

Risiken aus Zahlungsstromschwankungen

Verursacht durch eine Änderung des zukünftigen Zinsniveaus, können sich bei variabel verzinslichen Vermögens- beziehungsweise Schuldposten Schwankungen der Zahlungsströme einstellen. Ein Teilbetrag der variabel verzinslichen Schuldposten wurde durch den Einsatz von derivativen Finanzinstrumenten gesichert. Anhand sogenannter „stress tests“ wird untersucht, welche Auswirkungen die Veränderungen des Zinsniveaus auf die Zahlungsströme haben könnten.

44. Eventualverbindlichkeiten

Mio. €	30.9.2013	30.9.2014
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	16	20
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	52	42
	68	62

Bei den Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen handelt es sich im Wesentlichen um Mietgarantien mit Laufzeiten von bis zu 10 Jahren, soweit eine Inanspruchnahme nicht als gänzlich unwahrscheinlich eingeschätzt werden konnte.

45. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Nominalwert der sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum 30. September 2014 beträgt 675 Mio. € (30.9.2013: 664 Mio. €) und beinhaltet im Wesentlichen Abnahmeverpflichtungen für Dienstleistungsverträge.

Angaben zu den Erwerbsverpflichtungen für Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Gegenstände des Sachanlagevermögens, Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen sowie für als Finanzinvestition gehaltene Immobilien finden sich unter Nummer 19 Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Nummer 20 Sachanlagen und Nummer 21 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien.

46. Sonstige Rechtsangelegenheiten

Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH

Wegen bestimmter Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH wird auf die Informationen im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 12 Risiko- und Chancenbericht verwiesen.

Aktienrechtliche Klagen

Die von einem Aktionär der METRO AG erhobene Klage auf Feststellung der Nichtigkeit des festgestellten Jahresabschlusses der METRO AG zum 31. Dezember 2012, gestützt auf einen angeblichen Verstoß, insbesondere gegen die Vorschriften über die Gliederung des Jahresabschlusses wegen angeblich fehlerhafter Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe im Konzernabschluss der METRO AG, ist zwischenzeitlich mit rechtskräftigem Urteil des Landgerichts (LG) Düsseldorf vom 3. April 2014 zugunsten von METRO entschieden worden. Derselbe Aktionär hat darüber hinaus eine Anfechtungsklage unter anderem gegen die Beschlussfassung der Hauptversammlung vom 8. Mai 2013 über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2012 sowie die Wahl des Abschlussprüfers erhoben. Auch diese Klage stützt er inhaltlich im Wesentlichen auf die angebliche Nichtigkeit des Jahresabschlusses der METRO AG und die angeblich fehlerhafte Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe im Konzernabschluss der METRO AG. Die METRO AG sieht keinen Anlass, an der Rechtswirksamkeit des Jahresabschlusses, der auf dieser Grundlage erfolgten Beschlussfassung der Hauptversammlung über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2012 und der übrigen Beschlussfassungen der Hauptversammlung zu zweifeln; die Argumentation des Klägers geht nach Ansicht der METRO AG insgesamt ins Leere. Der Jahresabschluss der METRO AG wurde gemäß den Bilanzierungsvorschriften des Handelsgesetzbuches erstellt. Der METRO AG steht mittelbar über ihre Tochtergesellschaft

METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH die Mehrheit der Stimmrechte der Gesellschafter der Media-Saturn-Holding GmbH (MSH) zu. Sie übt damit unwiderleglich nach § 290 Abs. 2 Nr. 1 HGB beherrschenden Einfluss auf die MSH aus und diese ist damit unzweifelhaft ein verbundenes Unternehmen im Sinne der für den Jahresabschluss maßgeblichen handelsrechtlichen Vorschriften. Im Übrigen ist die METRO AG nach wie vor der Auffassung, dass die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe in der Vergangenheit im nach internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind) aufgestellten Konzernabschluss zum 31. Dezember 2012 und auch danach zutreffend erfolgt ist. Selbst wenn die Einbeziehung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe in den Konzernabschluss der METRO AG aber fehlerhaft erfolgt wäre, würde dies die Rechtswirksamkeit des Jahresabschlusses der METRO AG nicht berühren, da für den Jahresabschluss ausschließlich die handelsrechtlichen Vorschriften und nicht die internationalen Rechnungslegungsvorschriften maßgeblich sind.

Untersuchung des Bundeskartellamts

Am 14. Januar 2010 durchsuchte das Bundeskartellamt ehemalige Geschäftsräume der MGB METRO Group Buying GmbH. Am 19. Dezember 2011 hat das Bundeskartellamt die Untersuchung auf die METRO AG, die METRO Cash & Carry International GmbH und die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH ausgeweitet sowie sachlich erweitert. Diese Ausweitung resultiert aus der Tatsache, dass die MGB METRO Group Buying GmbH im Rahmen der Dezentralisierung des Zentraleinkaufs in Deutschland auf die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH verschmolzen wurde. Dies nimmt das Bundeskartellamt zum Anlass, die Untersuchung auf die Mutter- beziehungsweise Konzernobergesellschaft auszuweiten, um der Gefahr zu begegnen, dass der Verfahrensgegner infolge gesellschaftsrechtlicher Umstrukturierung wegfällt. Die Untersuchung des Bundeskartellamts dauert an; die Behörde hat Mitte Oktober in einem Teilkomplex umfangreiche Anhörungsschreiben an die METRO AG und die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH versandt. Darin werden diesen Gesellschaften Verhaltensweisen der ehemaligen MGB METRO Group Buying GmbH in Form von Vereinbarungen der vertikalen Preisbindungen mit einem Lieferanten vorgeworfen. Eine umfassende Verteidigung gegen die Vorwürfe läuft.

Kartellverfahren in der Ukraine

Die ukrainische Kartellbehörde führt aktuell ein Kartellverfahren gegen METRO Cash & Carry Ukraine und einen Großteil des modernen Einzelhandels in der Ukraine. In Beschwerde-

punkten wurden die Vorwürfe dahingehend präzisiert, dass METRO Cash & Carry Ukraine mit einer Vielzahl von Einzelhändlern ein Einkaufspreiskartell und ein Verkaufspreiskartell durch Parallelverhalten und Zusammenarbeit mit einem Marktforschungsunternehmen gebildet hätte und für eine mögliche Sanktion auf den gesetzlichen – wie international üblichen – Bußgeldrahmen von bis zu 10 Prozent des Jahresumsatzes verwiesen. Die Vorwürfe sind nach Auffassung der METRO AG und ihrer Rechtsberater juristisch wie wettbewerbsökonomisch nicht haltbar. Eine umfassende Verteidigung gegen die Vorwürfe läuft.

Betriebsprüfung im Ausland

Im Jahr 2011 kam es bei einer ausländischen Konzerngesellschaft in Zusammenhang mit einer Betriebsprüfung aus dem Jahr 2006 zu einer Ertragsteuernachzahlung im zweistelligen Millionenbereich. Derzeit befindet sich die Gesellschaft in einem Rechtsstreit über die Rechtmäßigkeit des Steuerbescheids. Parallel macht die Gesellschaft Regressansprüche geltend.

Schadenersatzansprüche wegen kartellrechtswidriger Interbankenentgelte

Gesellschaften der METRO GROUP haben bei einem Londoner Gericht eine Klage gegen Gesellschaften von MasterCard eingereicht. Mit der Klage werden Schadenersatzansprüche auf der Basis der Entscheidung der EU-Kommission geltend gemacht, die festgestellt hat, dass im Zeitraum zwischen 1992 und 2007 die von MasterCard als Teil ihres Zahlkartensystems festgelegten grenzüberschreitenden Interbankenentgelte, die auch bei der Festlegung von nationalen Interbankenentgelten eine Rolle spielten, gegen europäisches Kartellrecht verstoßen haben. Traditionell werden Interbankenentgelte als Teil der Händlergebühren von der Händlerbank an den Händler weiterbelastet.

Übrige Rechtsangelegenheiten

Darüber hinaus sind Gesellschaften der METRO GROUP Partei beziehungsweise Beteiligte in weiteren gerichtlichen und schiedsgerichtlichen Klageverfahren sowie Kartellverfahren in diversen europäischen Ländern. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt erwartet die METRO GROUP jedoch aus den in diesem Abschnitt nicht separat dargestellten Rechtsangelegenheiten keine wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO GROUP.

Des Weiteren sieht sich die METRO GROUP in einigen Ländern zunehmend regulatorischen Strömungen im Zusammenhang mit dem Beschaffungswesen sowie der geänderten Auslegung umsatzsteuerlicher Regelungen ausgesetzt.

47. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2014) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (24. November 2014) sind folgende Sachverhalte eingetreten, die für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung sind:

Im Rahmen des im Berichtsjahr beschlossenen Rückzugs aus dem Großhandelsgeschäft in Dänemark hat die METRO GROUP im Oktober eine Vereinbarung über einen Teilverkauf von METRO Cash & Carry Dänemark an Euro Cater, einen führenden Lebensmittelgroßhändler in Dänemark und Schweden, unterzeichnet. Euro Cater übernimmt vorbehaltlich einer positiven Entscheidung durch die dänischen Kartellbehörden die Großmärkte in Glostrup und Aarhus. Darüber hinaus wird die METRO GROUP die verbleibenden drei Großhandelsmärkte in Dänemark mit Wirkung zum 31. Dezember 2014 aufgeben und sich somit aus dem dänischen Markt zurückziehen. Die voraussichtlichen finanziellen Effekte der Veräußerung beziehungsweise Schließung wurden im Wege der Wertberichtigung der Vermögenswerte beziehungsweise der Bildung von Rückstellungen für erwartete Schließungskosten im Jahresabschluss 2013/14 berücksichtigt. In den folgenden Geschäftsjahren ist daher nur noch mit geringfügigen Ergebnisauswirkungen zu rechnen.

Die METRO GROUP hat am 21. Oktober 2014 erfolgreich eine Benchmark-Anleihe im Euro-Kapitalmarkt begeben und optimiert damit das Fälligkeitsprofil ihrer Finanzierung. Das Volumen der Anleihe beträgt 500 Mio. €, die Laufzeit sieben Jahre und der Kupon liegt bei 1,375 Prozent. Der Kreditaufschlag gegenüber dem siebenjährigen Swap-Satz belief sich auf 75 Basispunkte.

Im November 2014 wurden 100 Prozent der Anteile an MAKRO Cash & Carry Wholesale S.A., Griechenland, an INO S.A. verkauft, eine 70-prozentige Tochter des griechischen Handelsunternehmens I. & S. Sklavenitis Trade S.A. Der Verkauf umfasst sämtliche Vermögenswerte und Schulden aus dem operativen Geschäft inklusive Immobilien. MAKRO Cash & Carry Griechenland erzielte im Geschäftsjahr 2013/14 Umsatzerlöse in Höhe von 289 Mio. €. Der Verkauf erfolgt zu einem Unternehmenswert von 65 Mio. € und wird voraussichtlich zu zahlungswirksamen Erlösen in vergleichbarer Größenordnung führen. Die Transaktion steht noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung des Aufsichtsrats der METRO AG sowie der zuständigen Wettbewerbsbehörden und wird voraussichtlich in der ersten Kalenderjahreshälfte 2015 abgeschlossen sein.

**48. Angaben über Beziehungen zu
nahestehenden Unternehmen und Personen**

Die METRO GROUP hatte im Geschäftsjahr 2013/14 zu nahestehenden Unternehmen folgende Geschäftsbeziehungen:

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Erbrachte Leistungen	1	2	1
davon assoziierte Unternehmen	(0)	(0)	(0)
Erhaltene Leistungen	13	17	16
davon assoziierte Unternehmen	(2)	(3)	(3)
Forderungen aus erbrachten Leistungen	0	0	0
Verbindlichkeiten aus erhaltenen Leistungen	2	2	2

Unternehmen der METRO GROUP erbrachten im Geschäftsjahr 2013/14 Leistungen in Höhe von 1 Mio. € an Unternehmen, die dem Kreis der nahestehenden Unternehmen zuzurechnen sind. Hierbei handelte es sich im Wesentlichen um Energie- und Vermietungsleistungen.

Die Leistungen in Höhe von 16 Mio. €, die Unternehmen der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2013/14 von nahestehenden Unternehmen erhalten haben, bestanden in Höhe von 10 Mio. € aus der Erbringung von Dienstleistungen und in Höhe von 6 Mio. € aus der Vermietung von Immobilien.

Die Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Unternehmen sind vertraglich vereinbart und entsprechen Marktkonditionen. Im Geschäftsjahr 2013/14 bestanden wie im Rumpfgeschäftsjahr 2013 keine Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden natürlichen Personen.

Die Grundzüge des Vergütungssystems und die Höhe der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sind unter Nummer 50 Vorstand und Aufsichtsrat aufgeführt.

49. Long-Term-Incentive der Führungskräfte

Die METRO AG unterhält seit 1999 Long-Term-Incentive-Programme, um die oberen Führungskräfte an der Wertentwicklung des Unternehmens zu beteiligen und ihren Beitrag zum nachhaltigen Erfolg der METRO GROUP im Vergleich zum Wettbewerb zu honorieren. Der bezugsberechtigte Personenkreis umfasst die Mitglieder des Vorstands und die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie Geschäftsführungsglieder und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP.

Sustainable Performance Plan 2013/14–2015/16

Nachdem im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die letzte Tranche des Performance Share Plan begeben wurde, wurde im Geschäftsjahr 2013/14 die erste Tranche des zunächst auf drei Tranchen begrenzten Sustainable Performance Plan ausgegeben.

Für die Bezugsberechtigten wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgesetzt. Dieser ist zu 75 Prozent abhängig von der sogenannten TSR-Komponente (Total Shareholder Return), die daran gemessen wird, wie sich die Aktienrendite der METRO-Stammaktie im Performance-Zeitraum relativ zu einem definierten Vergleichsindex entwickelt. Die verbleibenden 25 Prozent sind abhängig von der sogenannten Nachhaltigkeitskomponente, die berücksichtigt, welchen durchschnittlichen Rang die METRO AG während des Performance-Zeitraums im Corporate Sustainability Assessment, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird, belegt. Für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind gesonderte Regelungen zur Auszahlung von Tranchen vereinbart.

Für die Berechnung der **TSR-Komponente** werden über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung der METRO AG die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt und daraus wird der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Anfangskurs. Am 41. Börsenhandelstag nach der ordentlichen Hauptversammlung beginnt die Performance-Periode für die jeweilige Tranche. Wiederum über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung drei Jahre nach Ermittlung des Anfangskurses und Begebung der jeweiligen Tranche werden die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt und daraus wird erneut der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Endkurs. Dabei berechnet sich der TSR aus der Veränderung des METRO-Aktienkurses und der Summe der reinvestierten Dividenden über die Performance-Periode in Relation von Anfangskurs und Endkurs als Prozentsatz.

Der so errechnete METRO-TSR wird mit dem TSR des Dow Jones STOXX Europe 600 Retail Index (Index-TSR) in der Performance-Periode verglichen und der Faktor für die Berechnung der TSR-Komponente wie folgt ermittelt:

- Ist der METRO-TSR identisch mit dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente eins,
- liegt der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte oder mehr unter dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente null,

- ist der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte größer als der Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente zwei und
- liegt der METRO-TSR 60 Prozentpunkte oder mehr über dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente maximal drei (Cap).
- Zwischen diesen Werten berechnet sich der TSR-Faktor für den Sustainable Performance Plan mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Beträgt der TSR-Faktor null, erfolgt keine Auszahlung und die TSR-Komponente wird geschlossen. Ist der TSR-Faktor positiv, gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 75 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem TSR-Faktor erfolgt nur dann, wenn der ermittelte Endkurs der METRO-Aktie nicht kleiner ist als der Anfangskurs. Ist diese Bedingung nicht erfüllt, wird der errechnete Betrag zunächst nicht ausbezahlt. Ein Anspruch auf Auszahlung besteht in diesem Fall erst dann, wenn innerhalb von drei Jahren nach Ablauf der Performance-Periode, der sogenannten Oxer-Periode, der Xetra-Schlusskurs der METRO-Stammaktie über 40 aufeinanderfolgende Börsenhandelstage größer oder gleich dem Anfangskurs ist. Wird diese Bedingung nicht innerhalb der drei Jahre nach Ablauf der Performance-Periode erfüllt, erfolgt keine Auszahlung der TSR-Komponente der Tranche.

Für die Ermittlung des Faktors der **Nachhaltigkeitskomponente** nimmt die METRO AG in jedem Jahr der dreijährigen Performance-Periode des Sustainable Performance Plan am Corporate Sustainability Assessment, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird, teil. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food and Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Dieser Rang dient S&P Dow Jones Indices als Entscheidungsgrundlage für die Aufnahme in seine Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). Jedes Jahr wird die METRO AG von der RobecoSAM AG über ihren entsprechenden Rang informiert. Aus den drei während der Performance-Periode von der RobecoSAM AG mitgeteilten Rängen wird der Durchschnitt – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen – ermittelt. Abhängig vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente. Dabei gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 25 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem Nachhaltigkeitsfaktor erfolgt nur unter der Bedingung, dass der Rang der METRO AG in keinem Jahr der Performance-Periode mehr als zwei Ränge geringer ist als der

letzte veröffentlichte Rang vor Begebung der Tranche, sonst beträgt der Faktor aus der Nachhaltigkeitskomponente null. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) für die Nachhaltigkeitskomponente liegt beim Dreifachen des Zielbetrags.

Der Wert der im Geschäftsjahr 2013/14 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 6 Mio. € (Vorjahr Performance Share Plan 9M 2013: 23 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan (Tranchen 2013/14–2015/16)

Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag zum 30.9.2014
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	8.315.000 €

Performance Share Plan und Share Ownership Guidelines (2009–2013)

Im Jahr 2009 hat die METRO AG einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt, dessen letzte Tranche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgegeben wurde.

Die Bezugsberechtigten erhielten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag für den Performance Share Plan (Zielwert). Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wurde der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich war dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung in Euro in Höhe des Kurses der METRO-Aktie zum Auszahlungszeitpunkt. Auch hier ist der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Auszahlungszeitpunkt maßgeblich.

In Abhängigkeit von der relativen Performance der METRO-Aktie im Vergleich zum Mittelwert aus den Aktienindizes DAX 30 und Dow Jones Euro STOXX Retail – Total Return – wird nach Ablauf eines Performance-Zeitraums von mindestens drei und maximal 4,25 Jahren die endgültige Anzahl der auszuzahlenden Performance Shares bestimmt. Diese entspricht der Zielanzahl, wenn eine Gleich-Performance zu den genannten Aktienindizes erreicht wird. Bis zu einer Outperformance von 60 Prozent erhöht sich die Anzahl linear auf den Maximalwert von 200 Prozent der Zielanzahl. Bis zu einer Underperformance

von 30 Prozent reduziert sich die Anzahl entsprechend bis auf 50 Prozent. Bei einer höheren Underperformance fällt die Anzahl auf null.

Die Auszahlung kann zu sechs möglichen und vorab fest definierten Zeitpunkten erfolgen. Der früheste Auszahlungstermin ist drei Jahre nach Zuteilung der Performance Shares. Ab diesem Zeitpunkt ist eine Auszahlung alle drei Monate möglich. Die Berechtigten haben die Wahl, zu welchem dieser Zeitpunkte sie ihre Performance Shares ausüben möchten. Eine Aufteilung auf mehrere Auszahlungszeitpunkte ist nicht möglich. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) liegt beim Fünffachen des Zielwerts.

Mit dem Performance Share Plan wurden zugleich sogenannte Share Ownership Guidelines eingeführt: Als Voraussetzung für die Auszahlung der Performance Shares sind die Berechtigten verpflichtet, bis zum Ablauf der dreijährigen Sperrfrist ein eigenfinanziertes Investment in METRO-Aktien aufzubauen und zu halten. Dadurch partizipieren sie als Aktionäre unmittelbar an Kursanstiegen, aber gegebenenfalls auch an Kursverlusten der METRO-Aktie. Das zu haltende Volumen beträgt in der Regel circa 50 Prozent des individuellen Zielwerts.

Performance Share Plan (Tranchen 2009–2013)

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares zum 30.9.2014
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	263.777
2011	August 2014	41,73 €	301.975
2012	April 2015	29,18 €	553.165
2013	April 2016	22,84 €	801.652

Aus den Tranchen 2010 sowie 2011, deren Sperrfristen im August 2013 beziehungsweise im August 2014 endeten, erfolgten im Geschäftsjahr 2013/14 keine Auszahlungen.

Aus den laufenden Tranchen anteilsbasierter Vergütungsprogramme ist ein Aufwand in Höhe von 3 Mio. € (12M 2012/13: 6 Mio. €; 9M 2013: 7 Mio. €) angefallen.

Die damit im Zusammenhang stehenden Rückstellungen zum 30. September 2014 betragen 15 Mio. € (30.9.2013: 12 Mio. €). Davon betreffen 0 Mio. € (30.9. 2013: 0 Mio. €) die Tranche 2010, 0 Mio. € die Tranche 2011 Mio. € (30.9.2013: 2 Mio.), 3 Mio. € die Tranche 2012 (30.09.2013: 5 Mio. €), 11 Mio. € (30.9.2013: 5 Mio. €) die Tranche 2013, 1 Mio. € die Tranche 2014.

50. Vorstand und Aufsichtsrat

Vergütung der Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2013/14

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands setzt sich im Wesentlichen zusammen aus der Grundvergütung, der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung (Short-Term Incentive) sowie der im Geschäftsjahr 2013/14 gewährten erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive).

Die kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung der Mitglieder des Vorstands wird im Wesentlichen durch die Entwicklung der Net Earnings (NE) und des Return on Capital Employed (RoCE) bestimmt und berücksichtigt darüber hinaus die Erreichung individuell gesetzter Ziele. Durch die Verwendung der Kennziffer NE in Kombination mit dem RoCE wird eine positive Ergebnisentwicklung der METRO GROUP honoriert.

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2013/14 beträgt 10,8 Mio. € (9M 2013: 8,6 Mio. €). Davon entfallen 3,7 Mio. € (9M 2013: 2,6 Mio. €) auf die Grundvergütung, 3,4 Mio. € (9M 2013: 0,2 Mio. €) auf die kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung, 3,4 Mio. € (9M 2013: 5,6 Mio. €) auf die erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung und 0,3 Mio. € (9M 2013: 0,2 Mio. €) auf sonstige Vergütungen.

Die im Geschäftsjahr 2013/14 gewährte erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Sustainable Performance Plan) ist mit dem Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung angegeben. Im Geschäftsjahr 2013/14 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen erfolgsabhängiger Vergütungsprogramme mit langfristiger Anreizwirkung ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 0,54 Mio. €, betreffend Herrn Haas 0,4 Mio. € und betreffend Herrn Hutmacher 0,36 Mio. €. Betreffend Herrn Frese ist ein Ertrag von 0,4 Mio. € angefallen.

Der Zielbetrag der Tranche 2013/14 für die Mitglieder des Vorstands beträgt 4,96 Mio. €.

Die sonstigen Vergütungen entfallen auf geldwerte Vorteile aus Sachbezügen.

Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands

Für frühere Mitglieder des Vorstands der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie ihre

Hinterbliebenen wurden Leistungen in Höhe von 3,5 Mio. € (9M 2013: 7,0 Mio. €) erbracht. Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen für diese Personengruppe beträgt 54,3 Mio. € (30.9.2013: 54,1 Mio. €).

— Die Angaben gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 a Satz 5 bis 9 HGB finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 9 Vergütungsbericht.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Die Gesamtvergütung sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2013/14 beträgt 1,7 Mio. € (9M 2013: 1,4 Mio. €).

— Weitere Angaben zur Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Kapitel 9 Vergütungsbericht.

51. Honorare des Konzernabschlussprüfers

Für die erbrachten Dienstleistungen des Abschlussprüfers KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist das unten stehende Gesamthonorar berechnet worden.

Mio. €	9M 2013	12M 2012/13	12M 2013/14
Abschlussprüfung	7	12	7
Sonstige Bestätigungs- oder Prüfungsleistungen	2	3	2
Steuerberatungsleistungen	1	1	0
Sonstige Leistungen	2	2	2
	12	18	12

Es wurden ausschließlich Leistungen erbracht, die mit der Tätigkeit als Abschlussprüfer des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses der METRO AG vereinbar sind.

52. Entsprechenserklärung zum Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat haben im September 2014 eine Erklärung gemäß § 161 AktG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex abgegeben und auf der Homepage der METRO AG (www.metrogroup.de) dauerhaft zugänglich gemacht.

53. Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3 beziehungsweise 264 b HGB

Nachfolgende inländische Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft beziehungsweise Personenhandels-gesellschaft werden die Befreiungsvorschriften gemäß § 264 Abs. 3 und § 264 b HGB nutzen und deshalb auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen 2014 verzichten sowie überwiegend auch auf die Erstellung des (HGB-)Anhangs und Lageberichts.

a) Operative Gesellschaften und Serviceeinheiten	
„Buch und Zeit“ Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln
CH-Vermögensverwaltung GmbH	Düsseldorf
DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf
Dinea Gastronomie GmbH	Köln
emotions GmbH	Köln
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf
GALERIA Holding GmbH	Köln
GALERIA Kaufhof GmbH	Köln
GALERIA Logistik GmbH	Köln
GALERIA Personalservice GmbH	Köln
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf
Kaufhof Trading GmbH	Köln
Liqueur & Wine Trade GmbH	Düsseldorf
MCC Trading Deutschland GmbH	Düsseldorf
MCC Trading International GmbH	Düsseldorf
Media-Saturn China-Holding GmbH	Ingolstadt
Meister feines Fleisch – feine Wurst GmbH	Gäufelden
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Brunenthal GmbH & Co. KG	Brunenthal
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf
METRO Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf
METRO Cash & Carry International Management GmbH	Düsseldorf
METRO Dienstleistungs-Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Finanzdienstleistungs Pensionen GmbH	Düsseldorf
METRO Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Großhandels-gesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Group Accounting Center GmbH	Alzey
METRO Innovations Holding GmbH	Düsseldorf
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Services GmbH	Düsseldorf
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Linden
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Esslingen am Neckar
METRO Siebte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Siebzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf
METRO Vierzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
MGA METRO Group Advertising GmbH	Düsseldorf
MGC METRO Group Clearing GmbH	Düsseldorf
MGE Warenhandels-gesellschaft mbH	Düsseldorf

MGL METRO Group Logistics GmbH	Düsseldorf
MGL METRO Group Logistics Warehousing Beteiligungs GmbH	Düsseldorf
MGP METRO Group Account Processing GmbH	Kehl
MGT METRO Group Travel Services GmbH	Düsseldorf
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf
MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH	Düsseldorf
MTT METRO Group Textiles Transport GmbH	Düsseldorf
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf
Nedema GmbH	Köln
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf
real,- Handels GmbH	Düsseldorf
real,- Holding GmbH	Alzey
real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey
SPORTARENA GmbH	Köln
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf
Zweite real,- Multi-Markt Verwaltungsgesellschaft mbH	Alzey
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey
b) Immobiliengesellschaften	
1. Schaper Objekt GmbH & Co. Wächtersbach KG	Düsseldorf
2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf
ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz-KG	Düsseldorf
AIB Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Düsseldorf
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Düsseldorf
ASSET City Finanzierungs GmbH	Düsseldorf
ASSET Grundbesitz GmbH	Düsseldorf
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf
ASSET Objekt Leipzig GmbH	Düsseldorf
ASSET Objekt Mainz-Schusterstraße GmbH	Düsseldorf
ASSET Objekte Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ASSET Verwaltung-GmbH & Co. Objekt Leipzig II KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen II KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen, Adalbertstraße 20–30 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aschaffenburg KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn Münsterplatz KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn, Acherstraße KG	Düsseldorf

ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Dortmund KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düsseldorf, Königsallee 1 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Frankfurt Hauptwache KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Freiburg im Breisgau KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hanau KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel, Obere Königstraße KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Krefeld II KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Leipzig KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mainz KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt München Rotkreuzplatz KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Nürnberg, Königstraße 42–52 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Offenbach KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Saarbrücken, Bahnhofstraße 82–92, 98–100 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Siegburg KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart Königstraße 6 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Bad Cannstatt Badstraße, Marktstraße 3 KG	Düsseldorf
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Würzburg KG	Düsseldorf
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
BAUGRU Immobilien-Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
BLK Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs-Kommanditgesellschaft	Düsseldorf
GALERIA Immobilienservice GmbH	Köln
GALERIA Real Estate GmbH & Co. KG	Düsseldorf
GALERIA Real Estate Holding GmbH	Düsseldorf
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf
GKF 6. Objekt Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Donaueschingen KG	Düsseldorf
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Köln-Porz KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Norden KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habenhäuser KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Düsseldorf

GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Arrondierungsgrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Entwicklungsgrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Espelkamp KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Göttingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover / Davenstedter Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Heinsberg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senking KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hörselgau KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach ZV II KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach-Rheydt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Münster-Kinderhaus KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn „Südring Center“ KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rinteln KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rüsselsheim KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Saar-Grund KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wülfrath KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Amberg und Landshut KG	Düsseldorf
Horten GmbH	Düsseldorf
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Düsseldorf Carschhaus KG	Düsseldorf

Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Erlangen KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Heidelberg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Heilbronn KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Hildesheim KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ingolstadt KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Kempten KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Münster KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Pforzheim KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Reutlingen KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Schweinfurt KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Stuttgart KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Trier KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Ulm KG	Düsseldorf
Horten Verwaltungs- GmbH & Co. Objekt Wiesbaden KG	Düsseldorf
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Altlandsberg KG	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin Prerower Platz KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Halle KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Krefeld KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mannheim KG	Düsseldorf
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wuppertal-Elberfeld KG	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus am Alex GmbH	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus Rostock GmbH	Düsseldorf
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin-Friedrichshain KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Altona KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt München-Pasing KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Porta-Westfalica KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schwelm KG	Düsseldorf
MDH Secundus GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Group Asset Management Services GmbH	Düsseldorf
METRO Group Retail Real Estate GmbH	Düsseldorf
METRO Group Wholesale Real Estate GmbH	Düsseldorf
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf
METRO Leasing GmbH	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Energy Management GmbH	Düsseldorf
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf
MFM METRO Group Facility Management GmbH	Düsseldorf

MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Detmold KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Eschweiler KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Germersheim KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Langendreer KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Moers KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Neunkirchen KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Oberhausen oHG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Rendsburg KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Salzgitter KG	Pullach im Isartal
PIL Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
Pro. FS GmbH	Düsseldorf
Renate Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
RUDU Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
RUTIL Verwaltung GmbH & Co. SB-Warenhaus Bielefeld KG	Pullach im Isartal
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Secundus Grundstücksverwertungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Königstraße KG	Düsseldorf
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
TIMUG Verwaltung GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Voerde und Kamen KG	Düsseldorf
Wolfgang Wirichs GmbH	Düsseldorf
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Dritte Vermietungs-oHG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Braunschweig Berliner Straße KG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Mutterstadt KG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekte Niedersachsen KG	Pullach im Isartal
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Düsseldorf

54. Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften

Name	Sitz	Konzernanteile in %	Umsatzerlöse ¹ Mio. €
Holding-Gesellschaften			
METRO AG	Düsseldorf, Deutschland		0
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
Cash & Carry			
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	4.821
METRO Cash & Carry 000	Moskau, Russland	100,00	4.273
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre, Frankreich	100,00	4.147
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	90,00	2.244
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese, Italien	100,00	1.718
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau, Polen	100,00	1.583
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid, Spanien	100,00	1.234
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul, Türkei	100,00	1.123
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Antwerpen, Belgien	100,00	1.093
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag, Tschechien	100,00	1.019
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam, Niederlande	100,00	1.004
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	85,00	909
SB-Warenhäuser			
real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey, Deutschland	100,00	7.939
Elektrofachmärkte			
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	78,38	9.514
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	78,38	2.118
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	78,38	1.554
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	78,38	1.343
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	78,38	1.087
000 Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	78,38	930
Media Saturn Holding Polska Sp.z.o.o	Warschau, Polen	78,38	902
Warenhäuser			
Galeria Kaufhof GmbH	Köln, Deutschland	100,00	2.768
INNO SA/NV	Brüssel, Belgien	100,00	178
Sonstige Gesellschaften			
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	5.729
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong, China	100,00	40
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	99,51	0
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
MIAG Commanditaire Vennootschap	Amsterdam, Niederlande	100,00	0

¹ Inklusive einbezogener nationaler Tochtergesellschaften

55. Organe der METRO AG und ihre Mandate

Mitglieder des Aufsichtsrats¹

Franz M. Haniel (Vorsitzender)

Vorsitzender des Aufsichtsrats der Franz Haniel & Cie. GmbH

- a) BMW AG
 - Delton AG (stellv. Vorsitzender)
 - Franz Haniel & Cie. GmbH (Vorsitzender)
 - Heraeus Holding GmbH
 - secunet Security Networks AG, bis 14. Mai 2014
- b) TBG Limited, St. Julian's, Malta – Board of Directors

Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)

Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der

real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) real,- SB-Warenhaus GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner

Inhaberin der Professur für Entrepreneurial Finance (unterstützt durch die KfW-Bankengruppe) und wissenschaftliche Co-Direktorin des Center for Entrepreneurial and Financial Studies (CEFS) an der Technischen Universität München

- a) Linde Aktiengesellschaft
 - Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft Aktiengesellschaft
- b) GDF SUEZ S.A., Paris, Frankreich – Verwaltungsrat

Dr. Wulf H. Bernotat

Ehemaliger Vorsitzender des Vorstands der E.ON AG

Geschäftsführer der Bernotat & Cie. GmbH

- a) Allianz SE (stellv. Vorsitzender)
 - Bertelsmann SE & Co. KGaA
 - Bertelsmann Management SE
 - Deutsche Annington Immobilien SE (Vorsitzender)
 - Deutsche Telekom AG
- b) Keine

Ulrich Dalibor

Bundesfachgruppenleiter Einzelhandel der Gewerkschaft ver.di

- a) Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH (stellv. Vorsitzender), bis 25. April 2014
 - Maxingvest AG, seit 14. Mai 2014
- b) Keine

Jürgen Fitschen

Co-Vorsitzender des Vorstands der Deutsche Bank AG

- a) Keine
- b) Deutsche Bank S.p.A., Mailand, Italien – Aufsichtsrat (Vorsitzender), bis 26. Juni 2014
 - Deutsche Securities Saudi Arabia LLC, Riad, Königreich Saudi-Arabien – Board of Directors (Vorsitzender), bis 25. Juni 2014
 - Kühne + Nagel International AG, Schindellegi, Schweiz – Verwaltungsrat

¹Stand der Mandate: 24. November 2014 beziehungsweise das Datum des Ausscheidens aus dem Organ der METRO AG

a) Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 1. Alt. AktG

b) Mitgliedschaften in vergleichbaren deutschen und internationalen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 2. Alt. AktG

Hubert Frieling

Hauptabteilungsleiter Entgeltabrechnung der
real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) Keine
- b) Keine

Dr. Florian Funck

Mitglied des Vorstands der Franz Haniel & Cie. GmbH

- a) Celesio AG, bis 13. März 2014
TAKKT AG
Deutsche Annington Immobilien SE, seit 21. August 2014
- b) Keine

Andreas Herwarth

Vorsitzender des Betriebsrats der METRO AG

- a) Keine
- b) Grundstücksgesellschaft der Stadt Willich mbH –
Aufsichtsrat (Vorsitzender), bis 18. Juni 2014

Uwe Hoepfel

Stellv. Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG
Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der
GALERIA Kaufhof GmbH

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Peter Küpfer

Selbstständiger Unternehmensberater

- a) Keine
- b) Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG – Beirat
ARH Resort Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat
bmpi AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat,
bis 7. August 2014
Breda Consulting AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat
Peter Steiner Holding AG, Zürich, Schweiz –
Verwaltungsrat, bis 30. April 2014
Supra Holding AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat
Travel Charme Hotels & Resorts Holding AG, Zürich,
Schweiz – Verwaltungsrat

Rainer Kuschewski

Gewerkschaftssekretär ver.di Bundesverwaltung

- a) GALERIA Kaufhof GmbH
real,- SB-Warenhaus GmbH
- b) Keine

Susanne Meister

Mitglied des Gesamtbetriebsrats der

- real,- SB-Warenhaus GmbH
- a) Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH, bis 28. Februar 2014
- b) Keine

Baroness Lucy Neville-Rolfe DBE CMG

Bis 18. August 2014

Parliamentary Under-Secretary of State for Intellectual
Property at the British Department for Business,
Innovation and Skills

- a) Keine
- b) ITV plc, London, England – Board of Directors,
bis 18. Juli 2014
Boparan Holdings Limited, Wakefield, England –
Board of Directors, bis 18. Juli 2014
Hermes Equity Ownership Services Limited, London,
England – Board of Directors, bis 18. Juli 2014

Mattheus P. M. (Theo) de Raad

Mitglied des Aufsichtsrats der HAL Holding N.V.

- a) Keine
- b) Corbion N.V. (ehemals CSM N.V.), Diemen, Niederlande – Aufsichtsrat, bis 12. Mai 2014
HAL Holding N.V., Willemstad, Curaçao, Niederländische Antillen – Aufsichtsrat
Vion N.V., Eindhoven, Niederlande – Aufsichtsrat, bis 24. April 2014
Vollenhoven Olie Groep B.V., Tilburg, Niederlande – Aufsichtsrat
METRO Cash & Carry Russia N.V., Amsterdam, Niederlande – Aufsichtsrat, seit 22. April 2014

Dr. Fredy Raas

Geschäftsführer der Otto Beisheim Holding GmbH, Baar, Schweiz, und der Otto Beisheim Group GmbH & Co. KG

- a) Keine
- b) ARISCO Holding AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat
Montana Capital Partners AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat
SSZ Equipment AG, Zug, Schweiz – Verwaltungsrat, bis 3. Juli 2014

Gabriele Schendel

Stellv. Vorsitzende des Gesamtbetriebsrats der GALERIA Kaufhof GmbH

- a) GALERIA Kaufhof GmbH
- b) Keine

Xaver Schiller

Gesamtbetriebsratsvorsitzender

METRO Cash & Carry Deutschland GmbH

Vorsitzender des Betriebsrats des METRO Cash & Carry Großmarkts München-Brunnthal

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats der Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft Aktiengesellschaft

- a) Keine
- b) Keine

Angelika Will

Vorsitzende des Betriebsrats des METRO Cash & Carry Großmarkts Düsseldorf

- a) Keine
- b) Keine

Ausschüsse des Aufsichtsrats und deren Besetzung

Aufsichtsratspräsidium

Franz M. Haniel (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Dr. Wulf H. Bernotat
Uwe Hoepfel

Personalausschuss

Franz M. Haniel (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Dr. Wulf H. Bernotat
Uwe Hoepfel

Bilanz- und Prüfungsausschuss

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Dr. Florian Funck
Rainer Kuschewski
Dr. Fredy Raas
Xaver Schiller

Nominierungsausschuss

Franz M. Haniel (Vorsitzender)
Jürgen Fitschen
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Vermittlungsausschuss gem. § 27 Abs. 3 MitbestG

Franz M. Haniel (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Uwe Hoepfel
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Mitglieder des Vorstands¹

Olaf Koch (Vorsitzender)

Corporate Communications, Corporate Group Strategy / M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Business Innovation, New Ventures, METRO Cash & Carry, Real

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH (Vorsitzender)
real,- SB-Warenhaus GmbH (Vorsitzender)
- b) Media-Saturn-Holding GmbH – Beirat
(Vorsitzender)
MediaMarkt (China) International Retail Holding Limited,
Hongkong, China – Board of Directors (Vorsitzender),
bis 15. Oktober 2013
METRO Cash & Carry Russia N.V., Amsterdam,
Niederlande – Aufsichtsrat (Vorsitzender),
seit 22. April 2014

Mark Frese (Finanzvorstand)

Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services), Corporate Accounting, Global Business Services, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance, Galeria Kaufhof, METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP Insurance Broker, METRO LOGISTICS

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (Vorsitzender),
bis 1. Oktober 2014
METRO Großhandelsgesellschaft mbH
- b) METRO Cash & Carry International Holding GmbH,
Vösendorf, Österreich – Aufsichtsrat
METRO Distributie Nederland B.V., Diemen,
Niederlande – Aufsichtsrat
METRO Finance B.V., Venlo, Niederlande – Aufsichtsrat
METRO Reinsurance N.V., Amsterdam, Niederlande –
Aufsichtsrat

Pieter Haas (Mitglied des Vorstands)

Media Markt und Saturn

Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH, seit 6. Mai 2014

- a) METRO SYSTEMS GmbH (Vorsitzender), bis 30. April 2014
- b) Keine

Heiko Hutmacher (Arbeitsdirektor)

Human Resources (Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards, Executive Resources, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations, HR Processes, Analytics & Projects, Corporate Talent Management, Leadership & Change), Corporate IT Management, Group Internal Audit, Sustainability & Regulatory Affairs, METRO SYSTEMS, MGT METRO GROUP Travel Services

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH
real,- SB-Warenhaus GmbH
METRO Systems GmbH, seit 12. Mai 2014
(Vorsitzender, seit 10. Juni 2014)
- b) Keine

¹Stand der Mandate: 24. November 2014

a) Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 1. Alt. AktG

b) Mitgliedschaften in vergleichbaren deutschen und internationalen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 2. Alt. AktG

56. Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2014 gemäß § 313 HGB

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Konsolidierte Tochterunternehmen			
„Buch und Zeit“ Verlagsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
24-7 ENTERTAINMENT ApS	Kopenhagen	Dänemark	100,00
24-7 Entertainment GmbH	Berlin	Deutschland	100,00
ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
AIB Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET City Finanzierungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Grundbesitz GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Objekt Leipzig GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Objekt Mainz-Schusterstraße GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Objekte Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltung-GmbH & Co. Objekt Leipzig II KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen II KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aachen, Adalbertstraße 20-30 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Aschaffenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn Münsterplatz KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Bonn, Acherstraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Dortmund KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düsseldorf, Königsallee 1 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Frankfurt Hauptwache KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Freiburg im Breisgau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hanau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Kassel, Obere Königstraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Krefeld II KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Leipzig KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mainz KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt München Rotkreuzplatz KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Nürnberg, Königstraße 42-52 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Offenbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Saarbrücken, Bahnhofstraße 82-92, 98-100 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Siegburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart Königstraße 6 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Bad Cannstatt Badstraße, Marktstraße 3 KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Würzburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Assevermag AG	Baar	Schweiz	79,20
Avilo Marketing Gesellschaft m. b. H.	Vösendorf	Österreich	100,00
BAUGRU Immobilien-Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	94,00
BLK Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
CH-Vermögensverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
CJSC METRO Management Ukraine	Kiew	Ukraine	100,00
COM.TVmarkt Verwaltungs-GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Concarneau Trading Office SAS	Concarneau	Frankreich	100,00
Dalian Metro Warehouse Management Co., Ltd.	Dalian	China	100,00
DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Deelnemingsmaatschappij Arodema B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
DINEA Gastronomie GmbH	Köln	Deutschland	100,00
Doxa Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Mainz	Deutschland	0,00 ¹
Elbrus Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankfurt-Zeil KG	Mainz	Deutschland	94,00 ¹
Electronics Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
emotions GmbH	Köln	Deutschland	100,00
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	50,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs-Kommanditgesellschaft	Düsseldorf	Deutschland	50,00
GALERIA Holding GmbH	Köln	Deutschland	100,00
GALERIA Immobilienservice GmbH	Köln	Deutschland	100,00
GALERIA Kaufhof GmbH	Köln	Deutschland	100,00
GALERIA Logistik GmbH	Köln	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
GALERIA Personalservice GmbH	Köln	Deutschland	100,00
GALERIA Real Estate GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GALERIA Real Estate Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GALERIA Real Estate Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF 6. Objekt Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Donaueschingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Köln-Porz KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Norden KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habenhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Arrondierungsgrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Entwicklungsgrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Espelkamp KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gelsenkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	99,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Göttingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover / Davenstedter Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Heinsberg KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senking KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hörselgau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach ZV II KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach-Rheydt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Münster-Kinderhaus KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn „Südring Center“ KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rinteln KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rüsselsheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Saar-Grund KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wülfrath KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Amberg und Landshut KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Gourmedis (China) Trading Co., Ltd.	Guangzhou	China	100,00
GrandPari Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Hansa Foto-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
Horten GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Düsseldorf Carschhaus KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Erlangen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hannover KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Heidelberg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Heilbronn KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Hildesheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Ingolstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Kempten KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Münster KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Pforzheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Reutlingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs GmbH & Co. Objekt Schweinfurt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Trier KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Ulm KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Horten Verwaltungs-GmbH & Co. Objekt Wiesbaden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ICS METRO Cash & Carry Moldova S.R.L.	Chişinău	Moldawien	100,00
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Altlandsberg KG	Düsseldorf	Deutschland	90,24
Imtron Asia Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
IMTRON ELECTRONICA ESPAÑA S.L.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Imtron GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Imtron Helvetia AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Imtron Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
Imtron Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00
INKOS Verwaltung GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach im Isartal	Deutschland	6,00 ¹
INNO SA/NV	Brüssel	Belgien	100,00
Innolux S.A.	Luxemburg	Luxemburg	100,00
Inpakcentrale ICN B.V.	Duiven	Niederlande	100,00
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Juke Entertainment GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Kato S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin Prerower Platz KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Halle KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Krefeld KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mannheim KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Kaufhof plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wuppertal-Elberfeld KG	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Kaufhof Trading GmbH	Köln	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus am Alex GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus Rostock GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
Liqueur & Wine Trade GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
LLC Ukrainian Wholesale Trade Company	Kiew	Ukraine	100,00
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid	Spanien	100,00
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Antwerpen	Belgien	100,00
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag	Tschechien	100,00
Makro Cash & Carry Egypt LLC	Kairo	Ägypten	100,00
Makro Cash & Carry Portugal S.A.	Lissabon	Portugal	100,00
Makro Cash & Carry UK Holding Limited	Manchester	Großbritannien	100,00
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau	Polen	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Makro Cash and Carry Wholesale S. A.	Athen	Griechenland	100,00
Makro Ltd.	Manchester	Großbritannien	100,00
Makro Pension Trustees Ltd.	Manchester	Großbritannien	100,00
MCC Boston Trading Office Inc.	Boston	USA	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin-Friedrichshain KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Altona KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt München-Pasing KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Porta-Westfalica KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schwelm KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Trading Deutschland GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Trading International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCCI Asia Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
MDH Secundus GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Media – Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf	Österreich	100,00
MEDIA MARKT – BUDAÖRS Video TV Hifi Elektro Fotó Computer Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT 3 DE MAYO SANTA CRUZ DE TENERIFE S.A.	Santa Cruz de Tenerife	Spanien	99,90
MEDIA MARKT A CORUÑA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	A Coruña	Spanien	99,90
Media Markt Aigle SA	Aigle	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT ALACANT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alicante	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALBACETE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Albacete	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCALA DE GUADAIRA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Alcalá de Guadaíra	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCALÁ DE HENARES VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcalá de Henares	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCORCON VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcorcón	Spanien	99,90
Media Markt Alexandrium B.V.	Rotterdam	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT ALFAFAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alfafar	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALFRAGIDE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Alkmaar B.V.	Alkmaar	Niederlande	100,00
Media Markt Almere B.V.	Almere	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT ALMERIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Alphen aan den Rijn B.V.	Alphen aan den Rijn	Niederlande	90,10
Media Markt Amersfoort B.V.	Amersfoort	Niederlande	90,10
Media Markt Amsterdam Centrum B.V.	Amsterdam	Niederlande	90,10
Media Markt Amsterdam Noord B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Media Markt Amsterdam West B.V.	Amsterdam	Niederlande	90,10
Media Markt Amstetten TV-Hifi-Elektro GmbH	Amstetten	Österreich	90,00
Media Markt Apeldoorn B.V.	Apeldoorn	Niederlande	90,10
Media Markt Arena B.V.	Amsterdam	Niederlande	97,00
MEDIA MARKT ARENA Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
MEDIA MARKT ÁRKÁD Video TV Hifi Elektro Foto Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Arnhem B.V.	Arnhem	Niederlande	90,10
Media Markt Assen B.V.	Assen	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT AVEIRO – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT BADAJOZ S.A.	Badajoz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT BARAKALDO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Barakaldo	Spanien	99,90
MEDIA MARKT BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
Media Markt Basel AG	Basel	Schweiz	97,00
MEDIA MARKT Basilix NV	Sint-Agatha-Berchem	Belgien	90,00
Media Markt Békéscsaba Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Békéscsaba	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT BENFICA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Bergen op Zoom B.V.	Bergen op Zoom	Niederlande	90,10
Media Markt Bern AG	Bern	Schweiz	90,00
Media Markt Biel-Brügg AG	Brügg bei Biel	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT Bilbondo Video-TV-Hifi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Bilbao	Spanien	99,90
Media Markt Borås TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Borlänge TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT BRAGA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
MEDIA MARKT Braine-l'Alleud SA	Braine-l'Alleud	Belgien	90,00
Media Markt Breda B.V.	Breda	Niederlande	97,00
Media Markt Brugge NV	Brügge	Belgien	90,00
Media Markt Brussel Docks NV	Brüssel	Belgien	100,00
Media Markt Bruxelles Rue Neuve Media Markt Brussel Nieuwstraat SA	Brüssel	Belgien	90,00
Media Markt Bürs TV-Hifi-Elektro GmbH	Bürs	Österreich	90,00
MEDIA MARKT CARTAGENA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.U.	Cartagena	Spanien	100,00
MEDIA MARKT CASTELLÒ DE LA Plana VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Castellón de la Plana	Spanien	99,90
Media Markt CCCI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt CCCXXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCLIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCLXIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXVII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXLIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXLIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXLIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT Century Center NV	Antwerpen	Belgien	90,00
Media Markt Chur AG	Chur	Schweiz	90,00
Media Markt CLXXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT COLLADO VILLALBA, S.A.	Collado Villalba	Spanien	99,90
Media Markt Conthey SA	Conthey	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT CORDOBA VIDEO-TV-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cordoba	Spanien	99,90
MEDIA MARKT CORDOVILLA-PAMPLONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Pamplona	Spanien	99,90
Media Markt Crissier SA	Crissier	Schweiz	90,00
Media Markt Cruquius B.V.	Cruquius	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT Debrecen Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Debrecen	Ungarn	90,00
Media Markt Den Haag B.V.	Den Haag	Niederlande	90,10
Media Markt Deventer B.V.	Deventer	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT DIAGONAL MAR-BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
MEDIA MARKT DONOSTI VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Donostia	Spanien	99,90
Media Markt Dordrecht B.V.	Dordrecht	Niederlande	100,00
Media Markt Drachten B.V.	Drachten	Niederlande	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT DUNA Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT E-289 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT E-290 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT E-293 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt E-Business GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt E-Commerce AG	Dietikon	Schweiz	90,00
Media Markt Ede B.V.	Ede	Niederlande	90,10
Media Markt Eindhoven B.V.	Eindhoven	Niederlande	90,10
Media Markt Eindhoven Ekkersrijt B.V.	Son en Breugel	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT EL PRAT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	El Prat de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ELCHE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Elche	Spanien	99,90
Media Markt Emmen B.V.	Emmen	Niederlande	90,10
Media Markt Enschede B.V.	Enschede	Niederlande	100,00
Media Markt Eskilstuna TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Feldkirch TV-Hifi-Elektro GmbH	Feldkirch	Österreich	90,00
MEDIA MARKT FERROL, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT FINESTRAT S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT GAIA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT GANDIA S.A.	Valencia-Gandia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GAVÁ VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Gavà	Spanien	99,90
Media Markt Gävle TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Genève SA	Genf	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT GETAFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Getafe	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GIRONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Girona	Spanien	99,90
Media Markt GmbH TV-Hifi-Elektro	München	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT Gosselies/Charleroi SA	Charleroi	Belgien	90,00
Media Markt Göteborg-Bäckebo TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Göteborg-Högsbo TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Göteborg-Torpavallen TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT GRANADA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Pulianas-Granada	Spanien	99,90
Media Markt Grancia SA	Grancia	Schweiz	90,00
Media Markt Granges-Paccot AG	Granges-Paccot	Schweiz	100,00
Media Markt Graz-Liebenau TV-Hifi-Elektro GmbH	Graz	Österreich	90,00
Media Markt Groningen B.V.	Groningen	Niederlande	90,10
Media Markt Groningen Sontplein B.V.	Groningen	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT Győr Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Győr	Ungarn	100,00
Media Markt Heerhugowaard B.V.	Heerhugowaard	Niederlande	90,10
Media Markt Heerten B.V.	Heerten	Niederlande	90,10
Media Markt Helsingborg TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Hengelo B.V.	Hengelo	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT Herstal SA	Herstal	Belgien	90,00
Media Markt Hoofddorp B.V.	Hoofddorp	Niederlande	90,10
Media Markt Hoorn B.V.	Hoorn	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT HUELVA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Huelva	Spanien	99,90
Media Markt Imst TV-Hifi-Elektro GmbH	Imst	Österreich	90,00
Media Markt IP Holding Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
MEDIA MARKT ISLAZUL MADRID S.A.U.	Madrid	Spanien	100,00
MEDIA MARKT Jemappes/Mons SA	Mons	Belgien	90,00
MEDIA MARKT JEREZ DE LA FRONTERA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Jerez de la Frontera	Spanien	99,90
Media Markt Jönköping TV-Hifi- Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Kalmar TV-Hifi-Elektro AB	Kalmar	Schweden	90,01
Media Markt Kecskemét Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Kecskemét	Ungarn	100,00
MEDIA MARKT KISPEST Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
Media Markt Kortrijk NV	Kortrijk	Belgien	90,00
Media Markt Kriens AG	Kriens	Schweiz	100,00
Media Markt Kristianstad TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT L'HOSPITALET VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	L'Hospitalet de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LAS ARENAS S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LAS PALMAS DE GRAN CANARIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Spanien	99,90
Media Markt Leeuwarden B.V.	Leeuwarden	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT LEGANES VIDEO-TV- HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Leganés	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LEIRIA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Leoben TV-Hifi-Elektro GmbH	Leoben	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LEÓN VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	León	Spanien	99,90
Media Markt Liège Médiacité SA	Liège	Belgien	100,00
MEDIA MARKT Liège Place Saint-Lambert SA	Liège	Belgien	100,00
Media Markt Linköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Linz TV-Hifi-Elektro GmbH	Linz	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LLEIDA, S.A.	Lleida	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOGRONO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Logrono	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LORCA S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOS BARRIOS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Los Barrios	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LUGO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Lugo	Spanien	99,90
Media Markt Luleå TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Lund TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Maastricht B.V.	Maastricht	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT MADRID CASTELLANA S.A.U.	Madrid	Spanien	100,00
MEDIA MARKT MADRID PLENILUNIO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT MADRID-VILLVERDE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Majadahonda Video-TV-HiFi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Majadahonda	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MALAGA-CENTRO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Malaga	Spanien	99,90
Media Markt Malmö-Bernstorp TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Malmö-Svågertorp TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
MEDIA MARKT MAMMUT Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Management AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Media Markt Marin SA	La Tène	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT MASSALFASSAR S.A.	Valencia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MATARO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Mataró	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Mechelen NV	Mechelen	Belgien	100,00
MEDIA MARKT Megapark Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Meyrin SA	Meyrin	Schweiz	90,00
Media Markt Middelburg B.V.	Middelburg	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT Miskolc Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft	Miskolc	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Mons SA	Mons	Belgien	100,00
MEDIA MARKT MURCIA NUEVA CONDOMINA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MURCIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT NASCENTE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
Media Markt Nieuwegein B.V.	Nieuwegein	Niederlande	90,10
Media Markt Norrköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Nyíregyháza Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Nyíregyháza	Ungarn	90,00
Media Markt Oberwart TV-Hifi-Elektro GmbH	Oberwart	Österreich	90,00
Media Markt Oftringen AG	Oftringen	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT Oostakker NV	Oostakker	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Oostende NV	Ostende	Belgien	90,00
Media Markt Örebro TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT ORIHUELA S.A.	Orihuela	Spanien	99,90
MEDIA MARKT PALMA DE MALLORCA S.A.	Palma de Mallorca	Spanien	99,90
MEDIA MARKT PARETS DEL VALLES S.A.U.	Parets del Vallès	Spanien	100,00
MEDIA MARKT Pécs Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Pécs	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT PLAZA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 19 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 21 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 22 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 25 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 26 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 27 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Polska Sp. z o.o. 9 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Białystok Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Bydgoszcz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Chorzów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdańsk II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Głogów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gorzów Wielkopolski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kalisz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Konin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Koszalin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kraków II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Legnica Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Nowy Sącz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Piotrków Trybunalski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Płock Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Poznań II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Przemyśl Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Radom Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Rybnik Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Stupsk Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Tarnów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Toruń Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wałbrzych Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zamość Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zielona Góra Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Bielsko-Biała Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Czeladź Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Częstochowa Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdańsk I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Katowice I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kielce Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Łódź I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Łódź II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Lublin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Olsztyn Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Opole Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Poznań I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Polska Sp. z o.o. Rzeszów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Szczecin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa 1 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa III Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa IV Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wrocław I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wrocław II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zabrze Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
MEDIA MARKT Pólus Center Video TV Hifi Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Power Service AG	Dietikon	Schweiz	100,00
MEDIA MARKT PUERTO REAL VIDEO-TV-HIFI-ELECTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cádiz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT QUART DE POBLET, S.A.	Quart de Poblet	Spanien	99,90
Media Markt Rijswijk B.V.	Rijswijk (Den Haag)	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT RIVAS-VACIAMADRID VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90
Media Markt Roermond B.V.	Roermond	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT Roeselare NV	Roeselare	Belgien	90,00
Media Markt Rotterdam Beijerlandse laan B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT SALAMANCA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Santa Marta de Tormes	Spanien	99,90
MEDIA MARKT San Juan de Aznalfarache VIDEO-TV-HIFI-ELECTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sevilla	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SAN SEBASTIAN DE LOS REYES VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	San Sebastian de los Reyes	Spanien	99,99
MEDIA MARKT SANT CUGAT DEL VALLÈS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sant Cugat del Vallès	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Santander Video-TV-Hifi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Santander	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SATURN ADMINISTRACION ESPAÑA, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
Media Markt Saturn Holding Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT Schoten NV	Schoten	Belgien	90,00
Media Markt Setúbal – Produtos Informáticos e Electrónicos, LDA.	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT SEVILLA-SANTA JUSTA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sevilla	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SIERO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Lugones-Siero	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Sint-Lambrechts-Woluwe NV	Sint-Lambrechts-Woluwe	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Sint-Pieters-Leeuw NV	Sint-Pieters-Leeuw	Belgien	90,00
MEDIA MARKT SINTRA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
Media Markt Skövde TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Södertälje TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Spittal TV-Hifi-Elektro GmbH	Spittal an der Drau	Österreich	90,00
Media Markt St. Gallen AG	St. Gallen	Schweiz	90,00
Media Markt St. Lorenzen TV-Hifi-Elektro GmbH	St. Lorenzen im Mürtal	Österreich	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Steyr TV-Hifi-Elektro GmbH	Steyr	Österreich	90,00
Media Markt Stockholm-Barkarby TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Gallerian TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Heron City TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Länna TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Stockholm-Nacka TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT Stop Shop Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Sundsvall TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
MEDIA MARKT Szeged Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Szeged	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Székesfehérvár Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Székesfehérvár	Ungarn	90,00
Media Markt Szolnok Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Szolnok	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Szombathely Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Szombathely	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT TARRAGONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Tarragona	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TELDE VÍDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Telde	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TENERIFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-COMPUTER, S.A.	Santa Cruz de Tenerife	Spanien	99,90
Media Markt The Corner B.V.	Rotterdam	Niederlande	90,10
Media Markt Tilburg B.V.	Tilburg	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT TOLEDO S.A.	Toledo	Spanien	99,90
Media Markt Turnhout NV	Turnhout	Belgien	100,00
Media Markt TV-Hifi-Elektro Athens II Commercial Anonymi Eteria	Athen	Griechenland	100,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Seiersberg	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Pasching	Österreich	90,00
MEDIA Markt TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Salzburg	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Villach	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Vösendorf	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	Wiener Neustadt	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	St. Pölten	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	Bad Dürkheim	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Hallstadt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Herzogenrath	Deutschland	90,00
Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Schwentinental	Deutschland	90,00
Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Lüneburg	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Belm	Deutschland	90,05
Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Peißen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Porta Westfalica	Deutschland	90,05
Media Markt TV-Hifi-Elektro GmbH	Schiffdorf-Spaden	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	Dornbirn	Österreich	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Krems an der Donau	Österreich	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH & Co. KG Bruchsal	Bruchsal	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Albstadt	Albstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Alzey	Alzey	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Amberg	Amberg	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Ansbach	Ansbach	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aschaffenburg	Aschaffenburg	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Augsburg	Augsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Augsburg-Göggingen	Augsburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Bad Kreuznach	Bad Kreuznach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bad Neustadt an der Saale	Bad Neustadt an der Saale	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Baden-Baden	Baden-Baden	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bayreuth	Bayreuth	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Biesdorf	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Charlottenburg	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Gropiusstadt	Berlin	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Hohenschönhausen	Berlin	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Mitte	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Neukölln	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Prenzlauer Berg	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Schöneeweide	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Spandau	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Steglitz	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Tegel	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Tempelhof	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Wedding	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bielefeld	Bielefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bischofsheim	Bischofsheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bochum	Bochum	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bochum-Ruhrpark	Bochum	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bonn	Bonn	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Brandenburg an der Havel	Brandenburg an der Havel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Braunschweig	Braunschweig	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bremen	Bremen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bremen-Waterfront	Bremen	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Buchholz in der Nordheide	Buchholz in der Nordheide	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Buxtehude	Buxtehude	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Castrop-Rauxel	Castrop-Rauxel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Chemnitz	Chemnitz	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Chemnitz-Röhrsdorf	Chemnitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Cottbus/Groß Gaglow	Cottbus	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Deggendorf	Deggendorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dessau	Dessau-Roßlau	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Dietzenbach	Dietzenbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Donauwörth	Donauwörth	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dorsten	Dorsten	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dortmund-Oespel	Dortmund	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden Centrum	Dresden	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden-Mickten	Dresden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Duisburg	Duisburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Duisburg-Großenbaum	Duisburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Düsseldorf	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Düsseldorf-Bilk	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Egelsbach	Egelsbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eiche	Ahrensfelde-Eiche	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eisenach	Eisenach	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Elmshorn	Elmshorn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Emden	Emden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erding	Erding	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erfurt Thüringen-Park	Erfurt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erfurt-Daberstedt	Erfurt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erlangen	Erlangen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eschweiler	Eschweiler	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Essen	Essen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Esslingen	Esslingen am Neckar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Fellbach	Fellbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Flensburg	Flensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Frankfurt	Frankfurt am Main	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Frankfurt-Borsigallee	Frankfurt am Main	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Freiburg	Freiburg im Breisgau	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Friedrichshafen	Friedrichshafen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Fulda	Fulda	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Gießen	Gießen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Gifhorn	Gifhorn	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Goslar	Goslar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Göttingen	Göttingen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Greifswald	Greifswald	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Gründau-Lieblös	Gründau-Lieblös	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Günthersdorf	Günthersdorf	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Gütersloh	Gütersloh	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Halberstadt	Halberstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Halstenbek	Halstenbek	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg- Wandsbek	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Altona	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Billstedt	Hamburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Harburg	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Hummelsbüttel	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Nedderfeld	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hameln	Hameln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hannover-Vahrenheide	Hannover	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Hannover-Wülfel	Hannover	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heide	Heide	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heidelberg	Heidelberg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Heidelberg-Rohrbach	Heidelberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Henstedt-Ulzburg	Henstedt-Ulzburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heppenheim	Heppenheim (Bergstraße)	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hildesheim	Hildesheim	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hof	Hof	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Holzminden	Holzminden	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Homburg/Saar	Homburg	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hückelhoven	Hückelhoven	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Idar-Oberstein	Idar-Oberstein	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Itzehoe	Itzehoe	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Jena	Jena	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kaiserslautern	Kaiserslautern	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsfeld	Karlsfeld	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsruhe	Karlsruhe	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsruhe-Ettlinger Tor	Karlsruhe	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kassel	Kassel	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kempten	Kempten (Allgäu)	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kiel	Kiel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Koblenz	Koblenz	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln Hohe Straße	Köln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Chorweiler	Köln	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Kalk	Köln	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Marsdorf	Köln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Konstanz	Konstanz	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Krefeld	Krefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kulmbach	Kulmbach	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Lahr	Lahr	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landau/Pfalz	Landau in der Pfalz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landsberg/Lech	Landsberg am Lech	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landshut	Landshut	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig Höfe am Brühl	Leipzig	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig-Paunsdorf	Leipzig	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lichtenfels	Lichtenfels	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Limburg	Limburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lingen	Lingen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lippstadt	Lippstadt	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lübeck	Lübeck	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ludwigsburg	Ludwigsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ludwigshafen	Ludwigshafen	Deutschland	95,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Magdeburg	Magdeburg	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Magdeburg-Bördepark	Magdeburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Main-Taunus-Zentrum	Sulzbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mainz	Mainz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mannheim	Mannheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mannheim-Sandhofen	Mannheim	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Marburg	Marburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Marktredwitz	Marktredwitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Meerane	Meerane	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Memmingen	Memmingen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Meppen	Meppen	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mönchengladbach	Mönchengladbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mühlendorf/Inn	Mühlendorf am Inn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mülheim	Mülheim an der Ruhr	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Haidhausen	München	Deutschland	95,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Pasing	München	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Solln	München	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Münster	Münster	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nagold	Nagold	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neubrandenburg	Neubrandenburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuburg an der Donau	Neuburg an der Donau	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neumünster	Neumünster	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neunkirchen	Neunkirchen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuss	Neuss	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neustadt an der Weinstraße	Neustadt an der Weinstraße	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neutraubling	Neutraubling	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neu-Ulm	Neu-Ulm	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuwied	Neuwied	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Nienburg	Nienburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nordhausen	Nordhausen	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nordhorn	Nordhorn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nördlingen	Nördlingen	Deutschland	100,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nürnberg-Kleinreuth	Nürnberg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Nürnberg-Langwasser	Nürnberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nürnberg-Schoppershof	Nürnberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Offenburg	Offenburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Oldenburg	Oldenburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Oststeinbek	Oststeinbek	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Paderborn	Paderborn	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Papenburg	Papenburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Passau	Passau	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Peine	Peine	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Pforzheim	Pforzheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Pirmasens	Pirmasens	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Plauen	Plauen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Potsdam	Potsdam	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ravensburg	Ravensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Recklinghausen	Recklinghausen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rendsburg	Rendsburg	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Reutlingen	Reutlingen	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rheine	Rheine	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Riesa	Riesa	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rödingen	Rödingen	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rosenheim	Rosenheim	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rostock	Sievershagen	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rostock-Brinckmansdorf	Rostock	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Saarbrücken	Saarbrücken	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Saarbrücken-Saarterrassen	Saarbrücken	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Saarlouis	Saarlouis	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schleswig	Schleswig	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwabach	Schwabach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwedt	Schwedt/Oder	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schweinfurt	Schweinfurt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwerin	Schwerin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Siegen	Siegen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Sindelfingen	Sindelfingen	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Singen	Singen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Speyer	Speyer	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stade	Stade	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stadthagen	Stadthagen	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stralsund	Stralsund	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Straubing	Straubing	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Stuhr	Stuhr	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-Feuerbach	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-Vaihingen	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Traunreut	Traunreut	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Traunstein	Traunstein	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Trier	Trier	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Ulm	Ulm	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Velbert	Velbert	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Viernheim	Viernheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Waltersdorf bei Berlin	Schönefeld bei Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weiden	Weiden in der Oberpfalz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weilheim	Weilheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weiterstadt	Weiterstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wetzlar	Wetzlar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wiesbaden	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wiesbaden-Äppelallee	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wilhelmshaven	Wilhelmshaven	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Worms	Worms	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Würzburg	Würzburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Würzburg – Alfred-Nobel-Straße	Würzburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Zella-Mehlis	Zella-Mehlis	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Zwickau	Zwickau	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro Licht GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XI Gesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XIII GmbH	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XXI Gesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT Twee Torens Hasselt NV	Hasselt	Belgien	99,65

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Umeå TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Uppsala TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Utrecht Hoog Catharijne B.V.	Utrecht	Niederlande	90,10
Media Markt Utrecht The Wall B.V.	Utrecht	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT VALÈNCIA-CAMPANAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Valencia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VALLADOLID VÍDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Valladolid	Spanien	99,90
Media Markt Västerås TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Vaxjö TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Venlo B.V.	Venlo	Niederlande	90,10
Media Markt Verbund Heilbronn-Franken GmbH	Heilbronn	Deutschland	92,00
MEDIA MARKT VIGO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Vigo	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VITORIA-GASTEIZ VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Vitoria	Spanien	99,90
Media Markt Vöcklabruck TV-Hifi-Elektro GmbH	Vöcklabruck	Österreich	90,00
Media Markt Wels TV-Hifi-Elektro GmbH	Wels	Österreich	90,00
MEDIA MARKT- West End Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Wien III TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wien XV TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	100,00
Media Markt Wien XXII TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wilrijk NV	Wilrijk	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Wörgl TV-Hifi-Elektro GmbH	Wörgl	Österreich	90,00
MEDIA MARKT XCV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT ZARAGOZA PUERTO VENECIA VÍDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Zaragoza	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ZARAGOZA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Zaragoza	Spanien	99,90
Media Markt Zell am See TV-Hifi-Elektro GmbH	Zell am See	Österreich	90,00
Media Markt Zoetermeer B.V.	Zoetermeer	Niederlande	90,10
Media Markt Zürich AG	Zürich	Schweiz	92,00
Media Markt zwei TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden-Prohlis	Dresden	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT Zwijnaarde NV	Zwijnaarde	Belgien	90,00
Media Markt Zwolle B.V.	Zwolle	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT-SATURN BELGIUM NV	Asse-Zellik	Belgien	100,00
Media Saturn – Servicos de Apoio Administrativo, Lda.	Lissabon	Portugal	100,00
Media Saturn Electronics Hellas Commercial and Holding Anonymi Eteria	Athen	Griechenland	100,00
Media Saturn Holding Polska Sp.z.o.o.	Warschau	Polen	100,00
MEDIA SATURN MULTICHANNEL S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Saturn Online Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
Mediamarket S.p.A. con Socio Unico	Curno	Italien	100,00
MediaMarkt (China) International Retail Holding Limited	Hongkong	China	100,00
MediaMarkt (Shanghai) Commercial & Trading Company Limited	Shanghai	China	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MediaMarkt (Shanghai) Consulting Service Company Limited	Shanghai	China	100,00
MEDIA-Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aachen	Aachen	Deutschland	90,00
MediaOnline GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA-SATURN (PORTUGAL), SGPS, UNIPessoal LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media-Saturn Beteiligungen Polska GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn China-Holding GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn China-Holding Limited	Hongkong	China	100,00
Media-Saturn Deutschland Beteiligungsgesellschaft mbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Deutschland GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn e-handel Norge AS	Oslo	Norwegen	100,00
Media-Saturn e-handel Sverige AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media-Saturn Helvetia Holding GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Holding Norway AS	Oslo	Norwegen	100,00
Media-Saturn Holding Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media-Saturn Internationale Beteiligungen GmbH	München	Deutschland	100,00
Media-Saturn IT Services GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
Media-Saturn Nordic Shared Services AB	Stockholm	Schweden	100,00
media-saturn-e-business GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt	Deutschland	78,38
Meister feines Fleisch – feine Wurst GmbH	Gäufelden	Deutschland	100,00
MEM METRO Group Energy Production & Management Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
METRO (Changchun) Property Service Co. Ltd.	Changchun	China	100,00
Metro Accounting Center of Excellence Private Limited	Pune	Indien	100,00
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Asia Pacific Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
Metro Cash & Carry Brunthal GmbH & Co. KG	Brunthal	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Bulgaria EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO Cash & Carry Central Asia Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry d.o.o.	Zagreb	Kroatien	100,00
METRO Cash & Carry d.o.o.	Belgrad	Serbien	100,00
Metro Cash & Carry Danmark ApS	Glostrup	Dänemark	100,00
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre	Frankreich	100,00
Metro Cash & Carry Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Import Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
METRO Cash & Carry India Private Limited	Bangalore	Indien	100,00
METRO Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
METRO Cash & Carry International Holding B. V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry International Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry International Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Japan KK	Tokio	Japan	100,00
Metro Cash & Carry Nederland B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry OOO	Moskau	Russland	100,00
METRO Cash & Carry Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	73,00
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest	Rumänien	85,00
METRO Cash & Carry Russia N.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00
METRO Cash & Carry TOO	Almaty	Kasachstan	100,00
METRO Cash & Carry Ukraine Ltd.	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Cash & Carry Vietnam Ltd.	Ho-Chi-Minh-Stadt	Vietnam	100,00
Metro Cash & Carry Wines	Hyderabad	Indien	99,99
METRO Central East Europe GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Danmark Holding ApS	Glostrup	Dänemark	100,00
METRO Dienstleistungs-Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO DOLOMITI SpA	San Donato Milanese	Italien	100,00
METRO FIM S.p.A.	Cinisello Balsamo	Italien	100,00
METRO Finance B. V.	Venlo	Niederlande	100,00
Metro Finanzdienstleistungs Pensionen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro France Immobiliere S. a. r. l.	Nanterre	Frankreich	100,00
METRO Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO GROUP Accounting Center GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
METRO Group Asset Management B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Group Asset Management Ingatlan Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
METRO Group Asset Management Property Ukraine Limited Liability Company	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Group Asset Management Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Group Asset Management Ukraine, Limited Liability Company	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Group Buying Ukraine Ltd.	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Group Properties SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00
METRO GROUP REAL ESTATE ESPANA S.L.	Madrid	Spanien	100,00
Metro Group Real Estate Private Limited Company	Karachi	Pakistan	99,75
METRO Group Retail Real Estate GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Group Retail Real Estate Romania S.R.L.	Voluntari	Rumänien	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
METRO Group Wholesale Real Estate Bulgaria EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO Group Wholesale Real Estate GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Habib Cash & Carry Pakistan (Private) Limited	Lahore	Pakistan	75,00
Metro Holding France S. A.	Vitry-sur-Seine	Frankreich	100,00
METRO Innovations Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO International AG	Chur	Schweiz	100,00
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese	Italien	100,00
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai	China	90,00
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
METRO Leasing GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO LOGISTICS Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Management EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO North Warehouse Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Properties B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Properties CR s.r.o.	Prag	Tschechien	100,00
Metro Properties Danmark ApS	Glostrup	Dänemark	100,00
METRO PROPERTIES Energy Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Properties Enterprise Management Consulting (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
METRO PROPERTIES France SAS	Nanterre	Frankreich	100,00
Metro Properties Gayrimenkul Yatirim A.Ş.	Istanbul	Türkei	99,93
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	99,51
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO PROPERTIES Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
METRO PROPERTIES Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	66,67
METRO Properties Real Estate Management Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
METRO PROPERTIES Services Sp. z o. o.	Warschau	Polen	100,00
METRO PROPERTIES Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
METRO Property Management (Beijing) Co. Ltd.	Peking	China	100,00
Metro Property Management (Changsha) Co., Ltd.	Changsha	China	100,00
METRO Property Management (Changshu) Co. Ltd.	Changshu	China	100,00
Metro Property Management (Changzhou) Co. Ltd.	Changzhou	China	100,00
Metro Property Management (Chengdu Qingyang) Co., Ltd.	Chengdu	China	100,00
METRO Property Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Property Management (Cixi) Co., Limited	Cixi	China	100,00
Metro Property Management (Dongguan) Co. Ltd.	Dongguan	China	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Metro Property Management (Hangzhou) Company Limited	Hangzhou	China	100,00
METRO Property Management (Harbin) Co. Ltd.	Harbin	China	100,00
Metro Property Management (Hefei) Co. Ltd.	Hefei	China	100,00
METRO Property Management (Huai'an) Co., Ltd.	Huai'an	China	100,00
Metro Property Management (Jiangyin) Company Limited	Jiangyin	China	100,00
Metro Property Management (Jiaxing) Co. Ltd.	Jiaxing	China	100,00
Metro Property Management (Kunshan) Co. Ltd.	Suzhou	China	100,00
METRO Property Management (Nanchang Qingshanhu) Co. Ltd.	Nanchang	China	100,00
Metro Property Management (Nantong) Co. Ltd.	Nantong	China	100,00
Metro Property Management (Qingdao) Company Limited	Qingdao	China	100,00
METRO Property Management (Shenyang) Co. Ltd.	Shenyang	China	100,00
METRO Property Management (Shenzhen) Co. Ltd.	Shenzhen	China	100,00
Metro Property Management (Suzhou) Co., Ltd.	Suzhou	China	100,00
METRO Property Management (Tianjin Hongqiao) Co., Ltd.	Tianjin	China	100,00
METRO Property Management (Weifang) Co. Ltd.	Weifang	China	100,00
Metro Property Management (Wuhan) Co., Ltd.	Wuhan	China	100,00
METRO Property Management (Wuhu) Co. Ltd.	Wuhu	China	100,00
METRO Property Management (Xiamen) Co., Ltd.	Xiamen	China	100,00
METRO Property Management (Xian) Co., Ltd.	Xi'an	China	100,00
METRO Property Management (Xiangyang) Co. Ltd.	Xiangyang	China	100,00
METRO Property Management (Zhangjiagang) Co. Ltd.	Zhangjiagang	China	100,00
Metro Property Management (Zhengzhou) Co., Ltd.	Zhengzhou	China	100,00
METRO Property Management (Zhongshan) Co. Limited	Zhongshan	China	100,00
METRO Property Management Wuxi Co. Ltd.	Wuxi	China	100,00
METRO Real Estate Ltd.	Zagreb	Kroatien	100,00
Metro Reinsurance N.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Esslingen am Neckar	Deutschland	100,00
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Linden	Deutschland	100,00
METRO Service GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
METRO Services PL spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Szczecin	Polen	100,00
METRO Siebte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Siebzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO South East Asia Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro Systems Romania S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00
METRO SYSTEMS RU Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
METRO Systems Ukraine LLC	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Vierzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Warehouse Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Metro Warehouse Management (Hangzhou) Co. Ltd.	Hangzhou	China	100,00
METRO Warehouse Management (Suzhou) Co. Ltd.	Suzhou	China	100,00
Metro Warehouse Management (Taizhou) Co. Ltd.	Taizhou	China	100,00
Metro Warehouse Management (Wuhan) Co. Ltd.	Wuhan	China	100,00
Metro Warehouse Management (Yantai) Co., Limited	Yantai	China	100,00
METRO Warehouse Management (Zibo) Co., Ltd.	Zibo	China	100,00
Metro Warehouse Noginsk Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
MFM METRO Group Facility Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGA METRO Group Advertising GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGA METRO Group Advertising Polska Sp. z o.o. i Spółka Sp.k.	Warschau	Polen	100,00
MGA METRO Group Advertising Polska Spolka z ograniczona odpowiedzialoscia	Warschau	Polen	100,00
MGA METRO Group Advertising Rus OOO	Moskau	Russland	100,00
MGB METRO Group Buying (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong	China	100,00
MGB Metro Group Buying Romania SRL	Bukarest	Rumänien	100,00
MGB METRO Group Buying RUS OOO	Moskau	Russland	100,00
MGB METRO Group Buying TR Satinalma Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGC METRO Group Clearing GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGE Warenhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGI Metro Group İletisim ve Enformasyon Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGL LOGISTICS SERVICES GREECE Eteria Periorismenis Efthinis	Agios Ioannis Rentis	Griechenland	100,00
MGL METRO Group Logistics Bulgaria LTD	Sofia	Bulgarien	100,00
MGL METRO Group Logistics GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGL METRO Group Logistics Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o. i Spółka Sp.k.	Warschau	Polen	100,00
MGL METRO GROUP LOGISTICS UKRAINE LLC	Kiew	Ukraine	100,00
MGL METRO Group Logistics Warehousing Beteiligungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGP METRO Group Account Processing GmbH	Kehl	Deutschland	100,00
MGP METRO Group Account Processing International AG	Baar	Schweiz	100,00
MGT METRO Group Travel Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIAG Asia Co. Ltd.	Hongkong	China	100,00
MIAG B.V.	Venlo	Niederlande	100,00
MIAG Commanditaire Vennootschap	Amsterdam	Niederlande	100,00
MIAG RUS Limited Liability Company	Kotelniki	Russland	100,00
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIDBAN ESOLUTIONS SL	Barcelona	Spanien	75,00
MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MMS Connect B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MMS Coolsingel B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MMS ONLINE BELGIË	Zellik	Belgien	100,00
MMS Online Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
Morocco Fish Trading Company SARL AU	Casablanca	Marokko	100,00
MP Gayrimenkul Yönetim Hizmetleri Anonim Şirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MRE Sp. z o.o. Wholesale Real Estate Poland S.K.A.	Warschau	Polen	100,00
MRE Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MS Digital Download S.a.r.l.	Esch-sur-Alzette	Luxemburg	100,00
MS E-Business Concepts & Service GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MS E-Commerce GmbH	Wiener Neustadt	Österreich	100,00
MS E-Commerce Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság	Budaörs	Ungarn	100,00
MS ISTANBUL IC VE DIS TICARET LIMITED SIRKETI	Istanbul	Türkei	100,00
MS Multichannel Retailing Ges.m.b.H.	Vösendorf	Österreich	100,00
MS New CO Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MS Powerservice GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
MTT METRO Group Textiles Transport GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
multi media Kommunikationstechnik Zwei GmbH	Heilbronn	Deutschland	100,00
multi media Service GmbH	Heilbronn	Deutschland	90,00
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
my-xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	76,74
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Napier S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
Nedema GmbH	Köln	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Detmold KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Eschweiler KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Germersheim KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Langendreer KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Ludwigshafen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	49,00 ¹
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Moers KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Neunkirchen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Oberhausen oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Rendsburg KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Salzgitter KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
000 „CE trading solutions“	Moskau	Russland	100,00
000 Media-Markt-Saturn	Moskau	Russland	100,00
000 Media-Saturn-Russland	Moskau	Russland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
000 Saturn	Moskau	Russland	100,00
000 xplace	Moskau	Russland	100,00
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Aachen SB-Warenhaus KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Krefeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Nettetal KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Bitterfeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Hürth KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Stralsund KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach im Isartal	Deutschland	1,00 ¹
PayRed Card Services AG	Dietikon	Schweiz	100,00
PIL Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Power Service GmbH	Köln	Deutschland	100,00
PowerService Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
Pro. FS GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
PT Paserda Indonesia	Jakarta	Indonesien	100,00
Qingdao Metro Warehouse Management Co. Ltd.	Qingdao	China	100,00
Quadrant S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
RaW Real Estate Asia Pte.Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Real Estate Management Misr Limited Liability Company	Kairo	Ägypten	100,00
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Handels GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Holding GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
red blue Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
Redcoon Benelux B. V.	Tilburg	Niederlande	100,00
REDCOON DANMARK ApS	Kopenhagen	Dänemark	100,00
REDCOON ELECTRONIC TRADE, S.L.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Redcoon GmbH	Aschaffenburg	Deutschland	100,00
redcoon GmbH	Wien	Österreich	100,00
REDCOON ITALIA S.R.L.	Turin	Italien	100,00
redcoon Logistics GmbH	Erfurt	Deutschland	100,00
REDCOON POLSKA Sp. z o.o.	Bydgoszcz	Polen	100,00
Remo Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
Renate Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Retail Property 1 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 2 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 3 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 4 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 5 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
ROSARIA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gerlingen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00 ¹
Rotterdam Trading Office B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
RUDU Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
RUTIL Verwaltung GmbH & Co. SB-Warenhaus Bielefeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
S.C. real Hyper Magazine s.r.l.	Bukarest	Rumänien	100,00
Sabra S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
SAS REDCOON FRANCE	Villepinte	Frankreich	100,00
Saturn Athens III Commercial Anonymi Eteria	Athen	Griechenland	100,00
SATURN E502 ELECTRO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN E-515 Electro, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN E-516 ELECTRO S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN E-517 ELECTRO S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Salzburg	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Graz	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft m.b.H.	Vösendorf	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft m.b.H.	Linz	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH	Karlsruhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ansbach	Ansbach	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Augsburg	Augsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bad Homburg	Bad Homburg v. d. Höhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bad Oeynhausen	Bad Oeynhausen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Baunatal	Baunatal	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin I	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Charlottenburg	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Gesundbrunnen	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Köpenick	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Leipziger Platz	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Märkische Zeile	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Marzahn	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Reinickendorf	Berlin	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Schloßstraße	Berlin	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Spandau	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Treptow	Berlin	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Zehlendorf	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bielefeld	Bielefeld	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bocholt	Bocholt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bochum	Bochum	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Braunschweig	Braunschweig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremen	Bremen	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremen-Habenhausen	Bremen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremerhaven	Bremerhaven	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Celle	Celle	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Chemnitz	Chemnitz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Chemnitz-Zentrum	Chemnitz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Darmstadt	Darmstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Delmenhorst	Delmenhorst	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dessau	Dessau-Roßlau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund	Dortmund	Deutschland	90,01
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund-Eving	Dortmund	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dresden	Dresden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Duisburg	Duisburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Erfurt	Erfurt	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Erlangen	Erlangen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Essen City	Essen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Essen-Steele	Essen	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Esslingen	Esslingen am Neckar	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Euskirchen	Euskirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Flensburg	Flensburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Frankfurt/Main	Frankfurt am Main	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Freiburg	Freiburg im Breisgau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Freising	Freising	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Fürth	Fürth	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gelsenkirchen	Gelsenkirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gelsenkirchen-Buer	Gelsenkirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gießen	Gießen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Göttingen	Göttingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gummersbach	Gummersbach	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hagen	Hagen	Deutschland	95,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hamburg-Altstadt	Hamburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hamm	Hamm	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hanau	Hanau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hannover	Hannover	Deutschland	95,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hattingen	Hattingen	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Heidelberg	Heidelberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Herford	Herford	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hilden	Hilden	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hildesheim	Hildesheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Isernhagen	Isernhagen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Jena	Jena	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kaiserslautern	Kaiserslautern	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Karlsruhe-Durlach	Karlsruhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kassel	Kassel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kempten	Kempten (Allgäu)	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kerpen	Kerpen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kiel	Kiel	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kleve	Kleve	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Koblenz	Koblenz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Krefeld	Krefeld	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Landshut	Landshut	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leipzig	Leipzig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leipzig-Hauptbahnhof	Leipzig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leonberg	Leonberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lübeck	Lübeck	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lüdenscheid	Lüdenscheid	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ludwigsburg	Ludwigsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ludwigshafen	Ludwigshafen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lünen	Lünen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Magdeburg	Magdeburg	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mainz	Mainz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mannheim	Mannheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Marl	Marl	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Moers	Moers	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mülheim	Mülheim an der Ruhr	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH München	München	Deutschland	92,06
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH München-Riem	München	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Münster	Münster	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Neckarsulm	Neckarsulm	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Neu-Isenburg	Neu-Isenburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Norderstedt	Norderstedt	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Nürnberg	Nürnberg	Deutschland	90,01
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Oberhausen	Oberhausen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Oldenburg	Oldenburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Osnabrück	Osnabrück	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Paderborn	Paderborn	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Passau	Passau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Pforzheim	Pforzheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Potsdam	Potsdam	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Remscheid	Remscheid	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Reutlingen	Reutlingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Rostock	Rostock	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Saarbrücken	Saarbrücken	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Schweinfurt	Schweinfurt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Senden	Senden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Soest	Soest	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Solingen	Solingen	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Stuttgart	Stuttgart	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Troisdorf	Troisdorf	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Tübingen	Tübingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Weimar	Weimar	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Weiterstadt	Weiterstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wesel	Wesel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wiesbaden	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Witten	Witten	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Zwickau	Zwickau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Gerasdorf Electro-Handelsges.m.b.H.	Gerasdorf bei Wien	Österreich	90,00
Saturn Graz V VertriebsgmbH	Graz	Österreich	90,00
Saturn Haid Electro-Handelsges.m.b.H.	Haid	Österreich	90,00
Saturn Innsbruck Electro-Handelsges.m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
Saturn Klagenfurt Electro-Handelsges.m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
Saturn Luxembourg S.A.	Luxemburg	Luxemburg	100,00
SATURN MADRID-PLENILUNIO ELEKTRO, S.A.U.	Madrid	Spanien	100,00
Saturn Mega Markt GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,05
SATURN MURCIA THADER ELECTRO, S.A.	Murcia	Spanien	99,90
Saturn online GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
SATURN OVIEDO ELECTRO, S.A.U.	Oviedo	Spanien	100,00
SATURN PLANET Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 11 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 16 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 19 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Bydgoszcz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Planet Sp. z o.o. Gdańsk I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gliwice Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Katowice I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Kraków II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Łódź I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Łódź II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Lubin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Lublin I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Poznań I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Poznań II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Szczecin I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Tychy Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa III Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa IV Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa V Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Wrocław I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Wrocław II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Rotterdam Zuidplein BV	Rotterdam	Niederlande	100,00
SATURN SAN JUAN DE AZNALFARACHE ELECTRO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN SAN SEBASTIAN DE LOS REYES ELECTRO, S.A.	Madrid	Spanien	99,90
Saturn Spijkenisse B.V.	Spijkenisse	Niederlande	100,00
Saturn Techno-Electro-Handelsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Hürth	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Neuss	Deutschland	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Leverkusen	Deutschland	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Aachen	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Mönchengladbach	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Siegen	Deutschland	90,01
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Sankt Augustin	Deutschland	95,14
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Düren	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Bergisch Gladbach	Deutschland	90,20
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH Düsseldorf-Flingern	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH Düsseldorf – Königsallee	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Saturn Thessaloniki II Comercial Anonymi Eteria	Athen	Griechenland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Wien X VertriebsgmbH	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XIV Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XX VertriebsgmbH	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XXII Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XXIII Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	100,00
Saturn-Mega Markt GmbH Halle	Halle (Saale)	Deutschland	90,05
Saturn-Mega Markt GmbH Trier	Trier	Deutschland	90,05
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Secundus Grundstücksverwertungs-GmbH & Co. Objekt Stuttgart-Königstraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Sezam XVI Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych	Warschau	Polen	100,00
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf	Deutschland	92,00
Sinco Großhandelsgesellschaft m. b. H.	Vösendorf	Österreich	73,00
Singapore Trading Office (MAG) Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Sociedad Ibérica Restaurantes de Tecnología Avanzada S. A. U.	Madrid	Spanien	100,00
SPORTARENA GmbH	Köln	Deutschland	100,00
Star Farm (Shanghai) Agriculture Information Consulting Company Limited	Shanghai	China	100,00
Star Farm Pakistan Pvt. Ltd.	Lahore	Pakistan	100,00
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Tatra S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	60,00
TIMUG GmbH & Co. Objekt Homburg KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
TIMUG Verwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Trading Office Gıda Ticaret Ltd. Şti	Antalya	Türkei	100,00
Upton S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
VALENCIA TRADING OFFICE, S.L.	Madrid	Spanien	100,00
VR-LEASING METRO GmbH & Co. Objekte Rhein-Neckar KG	Eschborn	Deutschland	0,00 ¹
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Wholesale Real Estate Belgium N.V.	Wommelgem	Belgien	100,00
Wilcox S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf	Deutschland	81,82
Wirichs Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Voerde und Kamen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Wolfgang Wirichs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
World Import N. V.	Puurs	Belgien	100,00
WRE Real Estate Limited Liability Partnership	Almaty	Kasachstan	100,00
X Place Spain SL	Barcelona	Spanien	100,00
Xiali S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
Xi'an METRO Commercial and Trading Company Limited	Xi'an	China	100,00
XPLACE DIJITAL COZÜM TICARET LIMITED SIRKETI	Istanbul	Türkei	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	50,01
XPLACE UK LIMITED	London	Großbritannien	100,00
Yugengaisha MIAG Japan	Tokio	Japan	100,00
Zagato S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Dritte Vermietungs-oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Braunschweig Berliner Straße KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Mutterstadt KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekte Niedersachsen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
Zender S.à.r.l.	Luxemburg	Luxemburg	94,90
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Zweite real,- Multi-Markt Verwaltungsgesellschaft mbH	Alzey	Deutschland	100,00
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
Gemeinschaftsunternehmen			
Intercompra LDA	Lissabon	Portugal	50,00
MAXXAM B.V.	Ede	Niederlande	16,67
MAXXAM C.V.	Ede	Niederlande	16,67
MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	50,00
MEC METRO-ECE Centermanagement Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	50,00
METSPA Beszerzési és Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	33,33
METSPA d.o.o. za trgovinu	Zagreb	Kroatien	50,00
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen			
Bahçelievler Gayrimenkul Geliştirme Anonim Şirketi	Istanbul	Türkei	6,25
European EPC Competence Center GmbH	Köln	Deutschland	30,00
Habib METRO Pakistan (Pvt) Ltd	Karachi	Pakistan	40,00
Iniziativa Methab s.r.l.	Bozen	Italien	50,00
OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP	Paris	Frankreich	5,00
OPCI FRENCH WHOLESALE STORES – FWS	Paris	Frankreich	25,00
Peoplefone Polska Spółka Akcyjna	Warschau	Polen	49,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Nicht nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen			
EZW Kauf- und Freizeitpark GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Bremen	Deutschland	49,00 ²
EZW Kauf- und Freizeitpark Verwaltungs-GmbH	Bremen	Deutschland	49,04 ²
IFH Institut für Handelsforschung GmbH	Köln	Deutschland	16,67 ²
Metro plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	20,00 ²
Beteiligungen			
EKS Handelsgesellschaft mbH	Salzburg	Österreich	25,00
EKS Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Salzburg	Österreich	25,00
Erschließungsgesellschaft Schwerin-Krebsförden mbH & Co. Kommanditgesellschaft	Lüneburg	Deutschland	18,18
eVentures Growth, L.P.	Wilmington	USA	5,00
Fachmarktzentrum Essen GmbH & Co. KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,00
Fiege Mega Center Erfurt GmbH & Co. KG	Nesse-Apfelstädt	Deutschland	49,00
Fiege Mega Center Erfurt Verwaltungs GmbH	Nesse-Apfelstädt	Deutschland	49,00
Flip4 GmbH	Friedrichsdorf	Deutschland	16,00
GSSI Consortium GbR	Düsseldorf	Deutschland	7,69
MobiLab Solutions GmbH	Köln	Deutschland	13,68
QUANTIS Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Schönefeld	Deutschland	6,00
QUANTIS Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Junior Augsburg KG	Schönefeld	Deutschland	6,00
Silver Ocean B.V.	Amsterdam	Niederlande	15,00
Stadtmarketinggesellschaft Hamm mbH	Hamm	Deutschland	6,25
Verwaltungsgesellschaft Lebensmittelgesellschaft „GLAWA“ mbH & Co. KG	Hamburg	Deutschland	18,75
VR-LEASING MUSCARI GmbH & Co. Immobilien KG	Eschborn	Deutschland	94,00

¹ Einzubeziehen nach SIC-12

² Keine Bilanzierung nach der Equity-Methode wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

24. November 2014

Der Vorstand



OLAF KOCH



MARK FRESE



PIETER HAAS



HEIKO HUTMACHER

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

24. November 2014

Der Vorstand



OLAF KOCH



MARK FRESE



PIETER HAAS



HEIKO HUTMACHER

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der METRO AG aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, Eigenkapitalentwicklung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2013 bis 30. September 2014 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie

die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, den 24. November 2014

KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

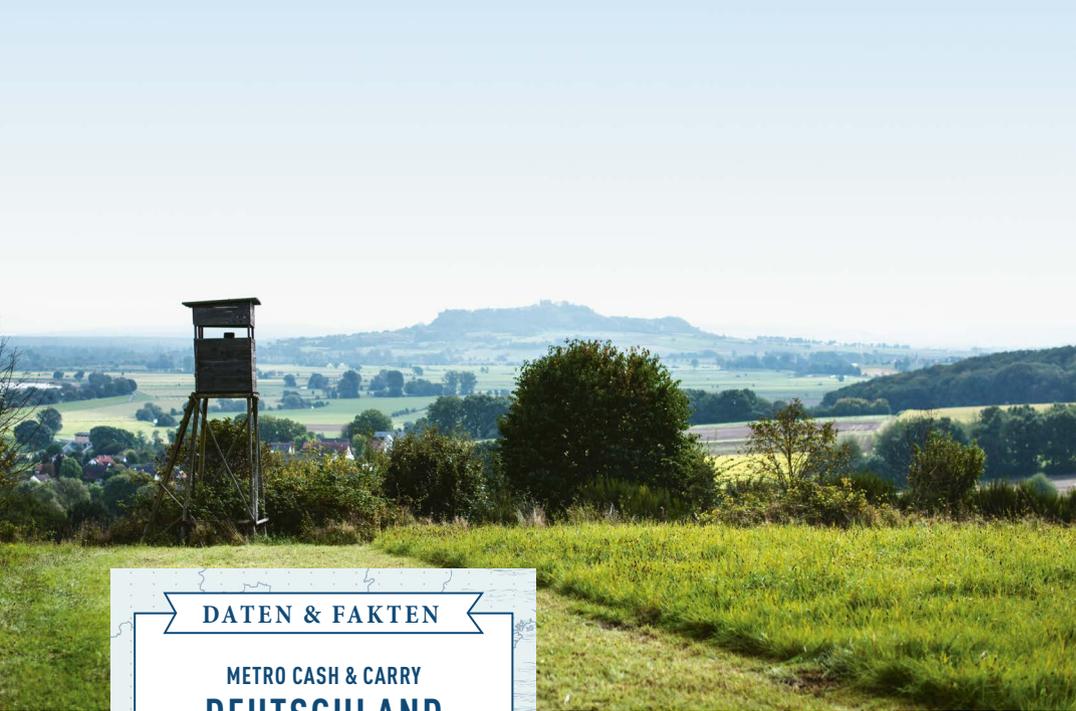
LURWEG
Wirtschaftsprüfer

MÜNSTERMANN
Wirtschaftsprüfer

DER SERVICE

4

S. 321	GLOSSAR
S. 327	STICHWORTVERZEICHNIS
S. 330	MEHRJAHRESÜBERSICHT
S. 331	DIE STANDORTE DER METRO GROUP
S. 334	FINANZKALENDER 2014/15
S. 335	INFORMATION



FOKUSMARKT

DEUTSCHLAND



FLÄCHE

357.050 km²

EINWOHNER

81,0 Mio.

WÄHRUNG

Euro [EUR]



DATEN & FAKTEN

**METRO CASH & CARRY
DEUTSCHLAND**

Markteintritt
1964

Zentrale
Düsseldorf

Anzahl Großmärkte	Anzahl Mitarbeiter
107	14.788



Kirchhain, Deutschland

Martin Treibert auf dem Feld bei seinen Honigbienen

← **MARTIN TREIBERT** schwärmt für Honigbienen. Die Liebe zur Natur und die Begeisterung für den Aufenthalt im Freien bringt Martin Treibert auch seinen Kunden nahe – als Fachmann für Saisonware im METRO Cash & Carry Markt Linden.



GUTEN TAG!

[,gutŋ ˈta:k]

.....→ HALLO! <

Deutschland gehört mit 226 Einwohnern pro Quadratkilometer zu den am dichtesten besiedelten Ländern der Europäischen Union. Rund 81 Millionen Menschen leben auf 357.050 Quadratkilometern Fläche. Die deutsche Volkswirtschaft belegt mit einem Bruttoinlandsprodukt von 2,8 Mrd. € im Jahr 2013 weltweit Platz vier. Hinter China ist Deutschland die zweitgrößte Exportnation der Welt. Automobil-, Maschinen- und Chemieindustrie sind die bedeutendsten Branchen des Landes, zu den wichtigsten Handelspartnern gehören Frankreich, die USA und Großbritannien.

AUF WIEDERSEHEN!

[aʊf ˈwi:ðɐˌzɛ:ən]

.....→ TSCHÜSS! <



Mehr über Martin Treibert und sein Hobby erfahren Sie in der Publikation „Die Welt von METRO Cash & Carry“ ab Seite 18 oder unter berichte.metrogroup.de/2013-14/metro-welt

GLOSSAR

A

Anti-Fraud-Management

Die Gesamtheit der Maßnahmen zur Vorbeugung, Aufdeckung und Reaktion im Zusammenhang mit wirtschaftskriminellen Handlungen.

Aquaculture Stewardship Council (ASC)

Der ASC ist eine internationale, gemeinnützige Organisation, die sich weltweit für verantwortungsbewusste Aquakultur einsetzt. Dazu kooperiert sie mit Aquakultur- und Verarbeitungsbetrieben, Handels- und Nahrungsmittelkonzernen sowie Wissenschaftlern. Das ASC-Siegel zeichnet Produkte aus, die aus nachhaltig arbeitenden Aquakulturbetrieben stammen. Der Aquaculture Stewardship Council wurde 2010 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und der niederländischen Sustainable Trade Initiative (IDH) gegründet.

Asset-Management

Erwerb, Entwicklung, Bewirtschaftung und Verkauf von Immobilien. Bei der METRO GROUP ist dafür METRO PROPERTIES zuständig.

Auditierung

Auch Audit. Verfahren zur Bewertung von Prozessen und Strukturen in einer Organisation mit Blick auf im Vorfeld formulierte Standards und Richtlinien. Eine Auditierung gibt Aufschluss über die Wirksamkeit von Maßnahmen zur Prozessoptimierung. Wird das Verfahren durch externe Prüfer durchgeführt, kann eine Zertifizierung als Nachweis über die Einhaltung der Standards erlangt werden.

B

Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)

Das deutsche Aktiengesetz zur Modernisierung des Bilanzrechts wurde im Mai 2009 verabschiedet. Mit seiner Einführung erfolgte die umfangreichste Bilanzrechtsreform seit 1985. Ziel des BilMoG ist es, das deutsche Bilanzrecht den international üblichen Methoden der Rechnungslegung anzunähern und zugleich für größere Transparenz und niedrigere Kosten in Unternehmen zu sorgen.

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

Ein seit 2003 existierender Zusammenschluss europäischer Einzelhändler mit dem Ziel, die Einhaltung sozialer Mindeststandards bei der Herstellung von Produkten in allen Zuliefererländern sicherzustellen. Die Initiative orientiert sich an der allgemeinen Deklaration der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Die METRO GROUP ist Gründungsmitglied der BSCI.

C

Carbon Disclosure Project (CDP)

Die unabhängige Organisation wurde 2000 in London von Unternehmen gegründet. Ihr Ziel ist es, CO₂-Emissionen sowie Klima- und Reduktionsrisiken von Unternehmen offenzulegen und so zur Transparenz in der Unternehmensberichterstattung zu klimarelevanten Daten beizutragen. Das CDP führt jährlich standardisierte Unternehmensbefragungen auf freiwilliger Basis durch.

Commercial Paper Programme

Geldmarktübliches Daueremissionsprogramm zur Deckung des kurzfristigen Finanzmittelbedarfs. Es ermöglicht die Emission von Commercial Papers (CP) als abgezinste, unbesicherte Inhaberschuldverschreibungen, die keine standardisierten Laufzeiten besitzen.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)

Privatwirtschaftliche Organisation in den USA, die 1992 einen auch von der US-Börsenaufsicht anerkannten Standard für interne Kontrollen entwickelte und publizierte. 2004 wurde dieser Standard ergänzt und das COSO ERM (Enterprise Risk Management – Integrated Framework) veröffentlicht, kurz COSO II genannt.

Compliance

Gesamtheit aller Maßnahmen, die das Verhalten eines Unternehmens und seiner Mitarbeiter im Hinblick auf alle gesetzlichen Vorgaben sowie gesellschaftliche Richtlinien und Wertvorstellungen beinhalten.

Core-Immobilie

Hochwertig vermietete Immobilie in attraktiver Lage.

D**Debt Issuance Programme (DIP)**

Kapitalmarktübliches Daueremissionsprogramm zur Deckung des mittel- und langfristigen Finanzmittelbedarfs. Es ermöglicht die Emission von Anleihen in unterschiedlichen Währungen sowie mit unterschiedlichen Volumina und Laufzeiten.

Discounter

Vertriebsformat, das durch ein begrenztes Sortiment und eine aggressive Niedrigpreispolitik gekennzeichnet ist.

Distanzhandel

Kauf und Verkauf über eine gewisse Entfernung hinweg. Kunden nehmen die Ware nicht beim Händler vor Ort in Augenschein, sondern bestellen über Internet, Katalog, Telefon oder anhand von Produktmustern.

Diversity-Management

Zentrales Element der Personalpolitik, das die Vielfalt der Mitarbeiter im Hinblick auf Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft, Glaubensrichtung, sexuelle Identität oder mögliche Behinderungen für den Unternehmenserfolg nutzbar macht.

Due Diligence

Sorgfältige Prüfung eines Unternehmens durch einen potenziellen Käufer. Die Due Diligence erfolgt insbesondere im Hinblick auf die wirtschaftlichen, steuerlichen und finanziellen Verhältnisse des Unternehmens. Sie soll sicherstellen, dass die Voraussetzungen zutreffen, auf die sich ein Angebot für den Kauf eines Unternehmens bezieht. Die Due Diligence zielt darüber hinaus darauf ab, alle relevanten Risiken zu identifizieren.

E**EBIT (Earnings Before Interest and Taxes)**

Gewinn vor Abzug von Zinsaufwendungen und Steuern. Diese Kennzahl dient dem internationalen Vergleich von Unternehmen.

EBITaC (Earnings Before Interest and Taxes after Cost of Capital)

EBIT nach Abzug der Kapitalkosten. Diese Kennziffer zeigt, ob ein Unternehmen sein Geschäftsvermögen erfolgreich einsetzt und einen über den Kapitalkosten liegenden Wertbeitrag erreicht.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation)

Gewinn vor Abzug von Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Zuschreibungen auf Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien. Diese Kennzahl dient dem Vergleich von Unternehmen, die unter verschiedenen Standards bilanzieren.

EBITDAR (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, Amortisation and Rent)

EBITDAR repräsentiert das EBITDA vor Mietaufwendungen abzüglich Mieterträgen.

EBT (Earnings Before Taxes)

Gewinn vor Steuern. Diese Kennziffer dient dem Vergleich von Unternehmen, obwohl unterschiedliche Besteuerungssysteme vorliegen können.

E-Commerce

Kurzform für Electronic Commerce, die elektronische Vermarktung und den Handel von Waren und Dienstleistungen über das Internet.

Eigenmarken

Auch als Exklusivmarken bezeichnet. Von einem Handelsunternehmen entwickelte und markenrechtlich geschützte Markenartikel mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis.

Elektrofachmarkt

Großes Einzelhandelsgeschäft, das auf die Sortimente Unterhaltungselektronik, Haushaltsgeräte, Neue Medien, Telekommunikation, Computer und Foto spezialisiert ist. Media Markt und Saturn sind die Elektrofachmärkte der METRO GROUP.

Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert)

Als Ergebnis je Aktie (unverwässert) wird die Kennziffer bezeichnet, die das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis ins Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl an Stammaktien stellt. Beim Ergebnis je Aktie (verwässert) wird zusätzlich der Effekt von sogenannten potenziellen Stammaktien (beispielsweise ausgegebenen Aktienoptionen) berücksichtigt.

F**Facility-Management**

Verwaltung und Bewirtschaftung von Gebäuden und Anlagen sowie gebäudespezifische Dienstleistungen mit dem Ziel, Kosten zu senken, die technische Verfügbarkeit zu sichern und den Wert langfristig zu erhalten.

Fair Value

Beizulegender Zeitwert. Gemeint ist der Preis, den man im Rahmen einer gewöhnlichen Transaktion zwischen Marktteilnehmern am Bewertungsstichtag beim Verkauf eines Vermögenswerts erhalten würde oder bei der Übertragung einer Schuld zu zahlen hätte.

Flächenbereinigtes Wachstum

Das flächenbereinigte Umsatzwachstum bezeichnet das Umsatzwachstum in Lokalwährung auf vergleichbarer Fläche beziehungsweise bezogen auf ein vergleichbares Panel an Standorten. Es gehen nur Umsätze von Standorten ein, die weder im Berichts- und im Vorjahr eröffnet noch im Berichts-

jahr geschlossen oder durch Umbau in der Fläche wesentlich verändert wurden.

Flagship-Store

Wörtlich übersetzt: Flaggschiffgeschäft. Flagship-Stores sind prestigeträchtige Vorzeigestandorte, die das Image eines Händlers besonders stark widerspiegeln und sich durch ihre Größe, Lage, Ausstattung und Mitarbeiterzahl von weiteren Märkten des Unternehmens abheben. Flagship-Stores dienen auch dazu, neue Technologien und Konzepte in der Praxis zu erproben.

Franchising

Auch Lizenzvertrieb oder Franchising-System. Vertraglich geregelte Organisationsform: Der Franchise-Geber räumt selbstständigen Franchise-Nehmern das Recht ein, bestimmte Waren oder Dienstleistungen unter Verwendung eines Namens beziehungsweise Warenzeichens des Franchise-Gebers anzubieten.

G**Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG)**

Das KonTraG trat im Mai 1998 in Kraft. Ziel ist es, in Unternehmen angemessene organisatorische Strukturen zu schaffen, um hinreichende Kontrollen und Transparenz zu ermöglichen. Zugleich soll das Gesetz die Voraussetzung dafür schaffen, dass bestands- und existenzgefährdende Entwicklungen frühzeitig erkannt werden. Durch das KonTraG ist der Vorstand verpflichtet, ein angemessenes Risikomanagement und eine interne Revision entsprechend der Unternehmensgröße und -struktur zu implementieren.

Global Food Safety Initiative (GFSI)

Die Initiative wurde im Jahr 2000 von der METRO GROUP gemeinsam mit anderen Handelskonzernen gegründet. Sie ist die weltweit größte Organisation zur Verbesserung der Lebensmittelsicherheit. Die Initiative setzt sich für die Schaffung internationaler Audits ein, die Risiken in Bezug auf Lebensmittel reduzieren und unter diesem Aspekt die Lebensmittellieferanten bewerten.

GLOBALGAP

Privatwirtschaftliche Organisation zur Zertifizierung von Agrarprodukten und Aquakulturen. Der weltweit gültige Standard für „gute Agrarpraxis“ (GAP) geht auf die Initiative europäischer Handelsunternehmen zurück.

Governance

Vorgaben zum Führen und Kontrollieren von Akteuren, die Einfluss auf ein Unternehmen haben.

Großhandel

Handelsform, bei der Waren an gewerbliche Wiederverkäufer, weiterverarbeitende Unternehmen oder gewerbliche Verwender veräußert werden. METRO Cash & Carry ist die Großhandelspartie der METRO GROUP.

H**HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)**

Gefährdungsanalyse und kritische Kontrollpunkte. Ein System zur Überprüfung der Lebensmittelsicherheit, das dem Verbraucherschutz dient. Es sieht vor, dass Unternehmen kritische Punkte und Gefahren im Produktionsprozess kontrollieren. Die Anwendung von HACCP ist in Deutschland für alle Unternehmen, die Lebensmittel herstellen, verpflichtend. In der Europäischen Union sind außerdem die Einfuhr von und der Handel mit Waren verboten, die nicht dem HACCP-System entsprechen.

I**IASB (International Accounting Standards Board)**

Internationales und unabhängiges Gremium, das die International Financial Reporting Standards (IFRS) entwickelt hat und kontinuierlich weiterentwickelt.

IFRIC (International Financial Reporting Interpretations Committee)

Für die Interpretation strittiger Bilanzierungsfragen zuständige Gruppe der Stiftung International Accounting Standards Committee Foundation (IASCF).

IFRS (International Financial Reporting Standards)

Internationale Vorschriften für die Rechnungslegung. Im Unterschied zum handelsrechtlichen Jahresabschluss steht bei den IFRS die anlegerorientierte Informationsfunktion im Vordergrund.

ISAE 3402**(International Standard on Assurance Engagements)**

Internationaler Audit-Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen, der den Prüfaufwand reduziert und die Revisionsstelle der Kunden unterstützt.

K**Kapitalkostensatz**

Siehe Weighted Average Cost of Capital (WACC)

Kapitalrendite

Siehe Return on Capital Employed (RoCE)

Kommissionierung

Zusammenstellung von Waren in einer vorgegebenen Menge und ihre Bereitstellung für die Auslieferung.

Kommissionsgeschäft

Ein Handelsgeschäft, das ein Unternehmer im eigenen Namen, aber auf fremde Rechnung eines Auftraggebers abschließt. Bei einem sogenannten echten Kommissionsgeschäft liefert der Hersteller die Ware an den Händler und ermächtigt diesen zum Verkauf, ohne dafür eine Gegenleistung zu erhalten. Erst bei einer Veräußerung an einen Kunden wird der vereinbarte Preis an den Hersteller gezahlt. Er trägt somit das volle Risiko.

M**Marine Stewardship Council (MSC)**

Der MSC wurde 1997 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und dem Lebensmittelkonzern Unilever gegründet. Die gemeinnützige und unabhängige Organisation setzt sich weltweit für nachhaltige Fischerei ein und vergibt ihr Umweltsiegel an nachhaltig arbeitende Fischereibetriebe. Grundlage hierfür sind spezielle Zertifizierungsprogramme.

Mark-to-Market-Bewertung

Ermittlung des Fair Value von Finanzinstrumenten auf Basis der zum konkreten Zeitpunkt jeweils gültigen Marktpreise.

Mehrkanalvertrieb

Strategie des Handels, Kunden über mehrere miteinander verzahnte Vertriebswege gleichzeitig zu erreichen, zum Beispiel über Filialen und Internetshops.

METRO GROUP Future Store Initiative

Zusammenschluss von Unternehmen aus Handel, Konsumgüterindustrie, Informationstechnologie, Dienstleistungsbranche sowie Forschung und Wissenschaft. Gemeinsam treiben die Partner den Modernisierungsprozess im Handel voran.

Mobile Commerce

Sonderform des E-Commerce. Die elektronische Vermarktung und der Handel mit Waren und Dienstleistungen erfolgen hierbei über mobile Endgeräte, beispielsweise Smartphones.

N

Net Earnings

Jahresüberschuss eines Unternehmens. Über die Verwendung beschließt die Hauptversammlung.

Nicht-Lebensmittel

Andere Bezeichnung für Bedarfsgegenstände im Sortiment des Handels.

No-Line-Handel

Bezeichnung für eine Entwicklungsstufe des Mehrkanalvertriebs, bei der alle Absatzkanäle – online wie offline – maximal vernetzt und integriert sind.

P

Performance Share

Erfolgsabhängige Beteiligung. Ein Performance Share berechtigt den Besitzer zu einer Barauszahlung in Höhe des Aktienkurses.

Prozesskette

Unterschiedliche Prozesse, die zur Wertschöpfung eines Unternehmens beitragen. Bei der METRO GROUP sind das beispielsweise Logistik, Marketing und Vertrieb.

Q

QR-Code

Zweidimensionaler Code in einem quadratischen Format, der aus schwarzen und weißen Punkten besteht und der Daten speichert. Der QR-Code lässt sich mit Smartphones, Tablet-PCs oder Notebooks mit einer Kamera und der entsprechenden Software einlesen und führt zu ergänzenden Informationen. Die Abkürzung QR steht für Quick Response, zu Deutsch: schnelle Reaktion.

R

Radiofrequenz-Identifikation (RFID)

Technologie zur berührungslosen Datenübertragung und zur automatischen Identifikation von Warenbewegungen.

Rating

Rating bezeichnet im Finanzwesen die systematische, qualitative Bewertung von Emittenten hinsichtlich ihrer Bonität. Es wird durch unterschiedliche Bonitätsstufen ausgedrückt. Bekannte Agenturen, die Ratings durchführen, sind Standard & Poor's, Moody's und Fitch.

Return on Capital Employed (RoCE)

Kapitalrendite. Diese Kennziffer beschreibt, ob ein Unternehmen das ihm zur Verfügung stehende Kapital, abzüglich der liquiden Mittel und des kurzfristigen Fremdkapitals, profitabel einsetzt.

Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Der RSPO mit Sitz in der Schweiz wurde 2004 durch eine Initiative des World Wide Fund For Nature (WWF) gegründet. Zu den Mitgliedern zählen Nichtregierungsorganisationen sowie Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken. Ziel der Partner ist es, die Produktion und Verwendung von nachhaltigem Palmöl zu fördern.

Rumpfgeschäftsjahr

Geschäftsjahr eines Unternehmens, das weniger als zwölf Monate umfasst, weil beispielsweise der Termin für den Jahresabschluss verlegt wurde.

S**Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus)**

Großes Einzelhandelsgeschäft mit verschiedenen Artikeln, die überwiegend in Selbstbedienung angeboten werden. Das Sortiment umfasst außer Lebensmitteln auch Ge- und Verbrauchsgüter. Real ist der SB-Warenhaus-Betreiber der METRO GROUP.

Share Unit

Einheit für Performance Shares.

Social Compliance

Einhaltung beziehungsweise Befolgung von Gesetzen, Richtlinien, Standards, Kodizes und/oder gesellschaftlichen Konventionen, durch die eine Organisation sozial verantwortliches Handeln innerhalb ihrer Wertschöpfungs- und Lieferkette gewährleistet. Ziel ist es, auf diese Weise die Sicherheit und Gesundheit sowie grundlegende Rechte von Mitarbeitern im eigenen Unternehmen sowie in Zulieferbetrieben zu schützen.

T**Trading-up-Strategie**

Qualitative Anhebung des Leistungsprogramms eines Handelsbetriebs, zum Beispiel durch eine größere Produktauswahl, ein höheres Qualitätsniveau, umfangreichere Dienstleistungen und eine anspruchsvollere Geschäftsausstattung.

V**Vertriebslinie**

Gesellschaft eines Handelsunternehmens, die Filialen oder Märkte mit einem bestimmten Vertriebskonzept betreibt.

Vertriebsmarke

Unternehmen mit durchgängig eigenständigem Marktauftritt. Innerhalb einer Vertriebslinie lassen sich zwei Vertriebsmarken mit identischem Vertriebskonzept positionieren. Das ist bei Media Markt und Saturn der Fall.

Vorjahr

Zeitraum von zwölf Monaten, der üblicherweise als Bezugsangabe für Aussagen im Geschäftsbericht angeführt wird.

Vorjahresvergleichszeitraum

Angaben in einem Rumpfgeschäftsjahr beziehen sich auf einen Vergleich mit einem entsprechenden Zeitraum im vorausgegangenen Jahr. Bei einem Rumpfgeschäftsjahr vom 1. Januar 2013 bis zum 30. September 2013 wäre dies der Neun-Monats-Zeitraum von Januar bis September 2012.

W**Warenhaus**

Großes Einzelhandelsgeschäft, das sich in der Regel in innerstädtischer Lage befindet und Waren jeglicher Art anbietet, darunter Textilien, Haushaltswaren und Lebensmittel. Der Warenhausbetreiber der METRO GROUP ist Galeria Kaufhof.

Weighted Average Cost of Capital (WACC)

Gewichteter Kapitalkostensatz. Beschreibt die durchschnittlich gewichteten Kosten, die ein Unternehmen für Kapital aufwenden muss. Sie setzen sich zusammen aus den durchschnittlichen Kosten für Fremdkapital und den durchschnittlichen Kosten für Eigenkapital. Der WACC erleichtert die Bewertung von Unternehmen.

STICHWORTVERZEICHNIS

A

Adressen — 335
Aktie — 47 ff.
Aktionärsstruktur — 49
Aufsichtsrat — 55 ff., 64 ff., 125 ff., 276 ff.
Ausschüsse des Aufsichtsrats — 59 ff., 279
Ausschüttung — 48, 50, 135, 168 ff., 232, 330
Aus- und Weiterbildung — 102 ff., 157

B

Bericht des Aufsichtsrats — 55 ff.
Bestätigungsvermerk — 318
Beteiligungen — 191 f., 275, 281 ff.
Bilanz — 168 ff., 176 f., 213 ff.
Bilanzgewinn — 168 ff.
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden — 184 ff.
Brief an die Aktionäre — 5 ff.

C

Cashflow — 70, 98, 180, 248, 253 f.
Chancen — 66 f., 145 ff., 160 ff.
Compliance — 66 f., 145, 159 f.
Corporate Governance — 61 f., 64 ff., 145

D

DAX — 47 ff.
Desinvestitionen — 96 f., 156, 180, 253 f.
Diversity (Vielfalt) — 65 f., 108 ff.
Dividende — 135, 195, 210, 231 f., 330

E

EBIT — 70, 82 ff., 174, 182 f., 330
EBITaC — 76, 90 f., 204
EBITDA — 92 f., 182 f., 254, 330
EBITDAR — 182 f., 254
Eigenkapitalentwicklung — 178 f., 231 f.
Eigenkapitalquote — 70, 99, 170, 330
Entsprechenserklärung — 60 ff., 64 f., 171, 268
Ergebnis je Aktie — 70, 89, 174, 210, 330
Ertragslage — 82 ff.

F

Finanzergebnis — 88, 174, 195, 207
Finanzierungsmaßnahmen — 95 f., 240 ff.
Finanzkalender — 334
Finanzlage — 94 ff.
Finanzmanagement — 94 ff.

G

Galeria Kaufhof — 7, 22, 43 f., 73 f., 81, 87 f., 167, 182 f.
Genehmigtes Kapital — 137, 231
Geschäftsmodell — 72 ff.
Geschäftsstrategie — 30 ff.
Geschäftsverlauf — 82, 168
Gewinn- und Verlustrechnung — 174
Gewinnverwendung — 168 f., 232
Glossar — 321 ff.
Grundkapital — 135 ff., 231 f.
Grundlagen der Rechnungslegung — 184 ff.

H

Hauptversammlung — 57 ff., 67 f.

I

Immaterielle Vermögenswerte — 195 f., 216

Immobilien — 72, 88, 230

Indexzugehörigkeit — 49 f.

Innovationsmanagement — 114 ff.

Investitionen — 96 f., 156, 180, 182 f., 253

Investor Relations — 50 f.

K

Kapitalflussrechnung — 97 f., 180, 253 f.

Kapitalkostensatz — 90 f.

Kapitalstruktur — 99 f.

Konsolidierung — 182 f., 191 f.

Konsolidierungsgrundsätze — 191 f.

Konzernabschluss — 173 ff.

Konzernanhang — 181 ff.

Konzernstruktur — 72 ff.

Konzernumsatz — 82 ff.

Kreditlinien — 95 f., 240 ff.

Kursentwicklung — 47 f.

Kurzfristige Vermögenswerte — 100 f., 170, 176

L

Langfristige Vermögenswerte — 100 f., 176

Liquidität — 94 ff., 97 f., 261

M

Mandate — 276 ff.

Marktkapitalisierung — 49 f.

MDAX — 50

Media-Saturn — 7, 18 ff., 36 ff., 73 f., 80 f., 85 f., 166, 182 f.

Mehrjahresübersicht — 330

Mehrkanalstrategie/-vertrieb — 8, 15 f., 22, 30 ff.,
161, 166 f.

METRO Cash & Carry — 6 f., 17, 31 ff., 73 f., 80, 84 f.,
165 f., 182 f., 230

Mitarbeiter — 102 ff.

Mobiles Einkaufen — 37

N

Nachhaltigkeit — 31, 50, 117 ff., 151, 153 f.

Nachtragsbericht — 163

O

Organe — 276 ff.

Organisationsstruktur — 72 ff.

P

Personalaufwand — 111, 168, 211 f.

Prognosebericht — 163 ff.

Q

Qualitätssicherung — 122 f., 153 f.

R

Rating — 95, 261 f.
Real — 7, 21, 39 ff., 73 f., 81, 86 f., 166 f., 182 f., 229 f.
Risiko- und Chancenbericht — 145 ff.
Risikomanagement — 66 f., 145 ff.

S

Sachanlagen — 176, 196 f., 217 ff.
Segmentberichterstattung — 182 f., 254 f.
Sonderfaktoren — 92 f.
Standorte — 74
Steuern — 88 f., 209 f.
Strategie — 30 ff.

U

Umlaufvermögen — 100 f., 170
Umsatz — 82
Umsatzentwicklung — 82 ff.
Umsatzentwicklung nach Vertriebslinien — 84 ff.
Umsatzerlöse — 174, 182 f., 205
Unternehmensführung — 61 f., 64 ff., 276 ff.

V

Vergütung des Aufsichtsrats — 132 ff., 268
Vergütung des Vorstands — 125 ff., 267 f.
Versicherung der gesetzlichen Vertreter — 317
Vielfalt (Diversity) — 65 f., 108 ff.
Vorstand — 10 ff., 280

W

WACC (Gewichteter Kapitalkostensatz) — 90 f.
Währungsumrechnung — 192 ff.
Weltwirtschaft — 77 ff., 163 ff.

Z

Zinsergebnis — 88, 206 f.
Zusammengefasster Lagebericht — 70 ff.

MEHRJAHRESÜBERSICHT¹

		2008 ²	2009 ³	2010	2011	2012	2012/13 ⁴	2013/14
Finanzkennzahlen								
Umsatz (netto)	Mio. €	67.955	65.529	67.258	65.926 ⁵	66.739	65.679	63.035
EBITDA	Mio. €	3.540 ⁶	3.319 ^{6,7}	3.726 ⁶	3.651 ⁶	3.296 ^{6,8}	3.230 ⁶	2.836⁶
EBIT	Mio. €	2.222 ⁶	2.024 ⁶	2.415 ⁶	2.372 ⁶	1.979 ^{6,8}	2.000 ⁶	1.727⁶
EBIT-Marge	%	3,3 ⁶	3,1 ⁶	3,6 ⁶	3,6 ⁶	3,0 ⁶	3,0 ⁶	2,7⁶
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	1.648 ⁶	1.393 ⁶	1.834 ⁶	1.732 ⁶	1.436 ^{6,8}	1.429 ⁶	1.233⁶
Periodenergebnis ⁹	Mio. €	722 ⁶	824 ⁶	1.139 ⁶	979 ⁶	730 ^{6,8}	580 ⁶	673⁶
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	1.151 ⁶	824 ⁶	1.139 ⁶	979 ⁶	730 ^{6,8}	580 ⁶	673⁶
davon den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis ⁹	Mio. €	401	383	850	631	17	-35	127
Investitionen	Mio. €	2.423	1.517	1.683	2.095	1.437	1.175	1.209
Bilanzsumme ⁹	Mio. €	33.516	33.282	35.067	33.987	34.802 ⁹	28.811	28.004
Eigenkapital	Mio. €	6.061	5.992	6.460	6.437	5.666 ⁸	5.206	4.999
Eigenkapitalquote	%	18,1	18,0	18,4	18,9	16,3 ⁸	18,1	17,9
Eigenkapitalrendite nach Steuern	%	11,9 ⁶	13,8 ⁶	17,6 ⁶	15,2 ⁶	12,9 ^{6,8}	11,1 ⁶	13,5⁶
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ^{9,10}	€	1,23	1,17	2,60	1,93	0,05 ⁸	-0,11	0,39
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€	2,54	1,17	2,60	1,93	0,05 ⁸	-0,11	0,39
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€	-1,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ausschüttung								
Dividende je Stammaktie	€	1,18	1,18	1,35	1,35	1,00	-	0,90¹¹
Dividende je Vorzugsaktie	€	1,298	1,298	1,485	1,485	1,06	-	1,13^{11,12}
Operative Daten								
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		290.940	286.329	283.280	280.856	278.811	272.867	255.033
Standorte		2.111 ¹³	2.127	2.131	2.187 ¹⁴	2.243	2.221	2.200
Verkaufsfläche (1.000 m ²)		12.302 ¹³	12.629	12.771	12.954	13.003	12.773	12.236

¹ Nur fortgeführte Aktivitäten (nicht fortgeführte Aktivitäten: 2008 Extra und Adler, 2009 Adler)

² Adjustierung aufgrund der Erstanwendung neuer und geänderter IFRS im Geschäftsjahr 2009

³ Adjustierung aufgrund geänderter Ausweise im Geschäftsjahr 2010

⁴ Ungeprüft

⁵ Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2012

⁶ Vor Sonderfaktoren; die Sonderfaktoren werden für 2012/13 und 2013/14 auf den Seiten 92 und 93 dargestellt

⁷ Adjustierung aufgrund der saldierten Darstellung von außerplanmäßigen Abschreibungen und Zuschreibungen im EBITDA in Höhe von 9 Mio. € (Real), 6 Mio. € (Immobilien) und -6 Mio. € (Konsolidierung) im Geschäftsjahr 2010

⁸ Adjustierung aufgrund eines geänderten IFRS im Rumpfgeschäftsjahr 2013

⁹ Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

¹⁰ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

¹¹ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

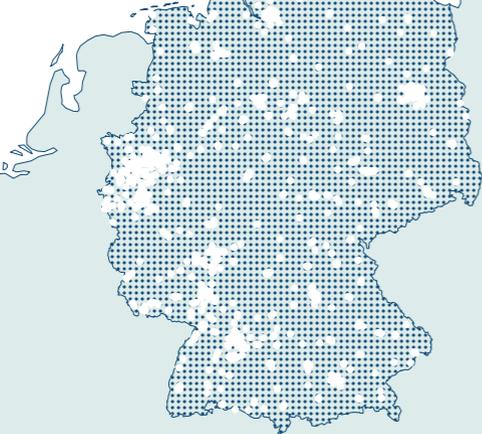
¹² Der Dividendenvorschlag berücksichtigt die für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 nicht gezahlte und nach Maßgabe der Satzung der METRO AG nachzuzahlende Vorzugsdividende in Höhe von 0,17 € je Vorzugsaktie

¹³ Die 84 Standorte von Dinea wurden aus dem Segment Sonstige in das Segment Galeria Kaufhof umgliedert. Im Segment Galeria Kaufhof werden sie nicht mehr als eigenständige Standorte gezählt, sondern dem jeweiligen Standort von Galeria Kaufhof zugerechnet. Daher werden die Standorte sowie die Verkaufsflächen nicht mehr gesondert ausgewiesen.

¹⁴ Inklusive der Einbeziehung der 2009/2010 eröffneten METRO Cash & Carry Satellitenstandorte (insgesamt 14)

DIE STANDORTE DER METRO GROUP

40,4%
ANTEIL AM KONZERNUMSATZ

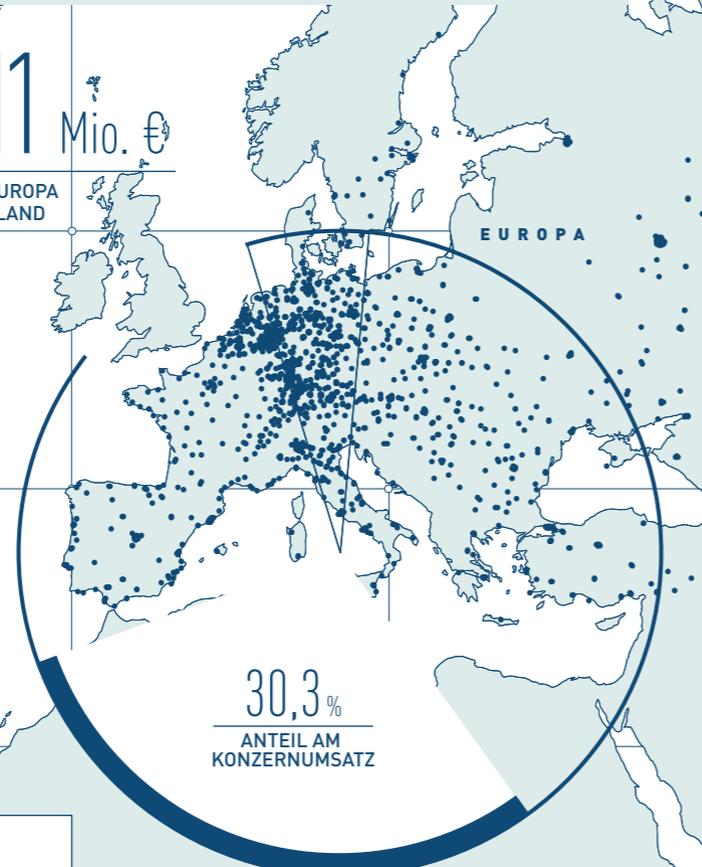


Deutschland	
MITARBEITER ¹	104.148
STANDORTE	951
VERKAUFSFLÄCHE (Mio. m ²)	5,76

25.672 Mio. €
UMSATZ DEUTSCHLAND (2013/14)

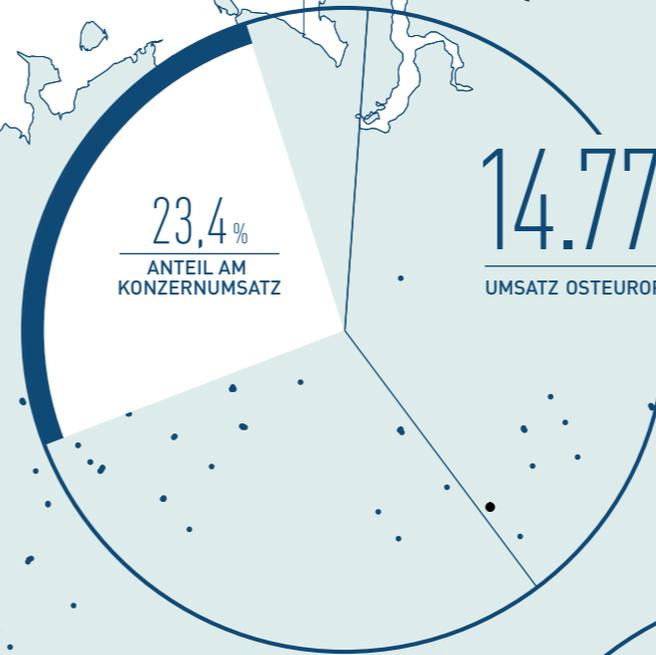
19.211 Mio. €
UMSATZ WESTEUROPA OHNE DEUTSCHLAND (2013/14)

EUROPA



30,3%
ANTEIL AM KONZERNUMSATZ

23,4%
ANTEIL AM KONZERNUMSATZ



14.770 Mio. €
UMSATZ OSTEUROPA (2013/14)

5,9%
ANTEIL AM KONZERNUMSATZ

3.755 Mio. €
UMSATZ ASIEN/AFRIKA (2013/14)

ASIEN

AFRIKA

Westeuropa (ohne D)

MITARBEITER ¹	53.830
STANDORTE	620
VERKAUFSFLÄCHE (Mio. m ²)	2,84

Osteuropa

MITARBEITER ¹	68.134
STANDORTE	498
VERKAUFSFLÄCHE (Mio. m ²)	2,86

Asien/Afrika

MITARBEITER ¹	23.033
STANDORTE	131
VERKAUFSFLÄCHE (Mio. m ²)	0,78

¹ Alle Angaben zu Mitarbeitern beziehen sich auf Mitarbeiterzahlen 2013/14 nach Köpfen zum Stichtag. In der Gesamtzahl für die METRO GROUP sind fünf Mitarbeiter des Boston Trading Office in den USA enthalten, das für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig ist.

METRO GROUP

2.200

STANDORTE

31
LÄNDER

249.150
MITARBEITER¹

1.273 Mio. €
EBIT

63,035 Mrd. €
UMSATZ (netto)

METRO/MAKRO CASH & CARRY

766

STANDORTE

28
LÄNDER

117.255
MITARBEITER¹

MEDIA-SATURN

986

STANDORTE

15
LÄNDER

64.483
MITARBEITER¹

REAL

311

STANDORTE

2
LÄNDER

37.193
MITARBEITER¹

GALERIA KAUFHOF

137

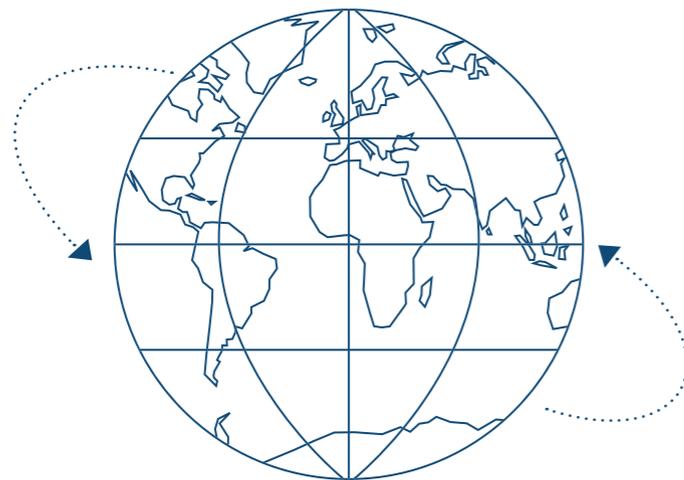
STANDORTE

2
LÄNDER

21.115
MITARBEITER¹

2013 / 2014

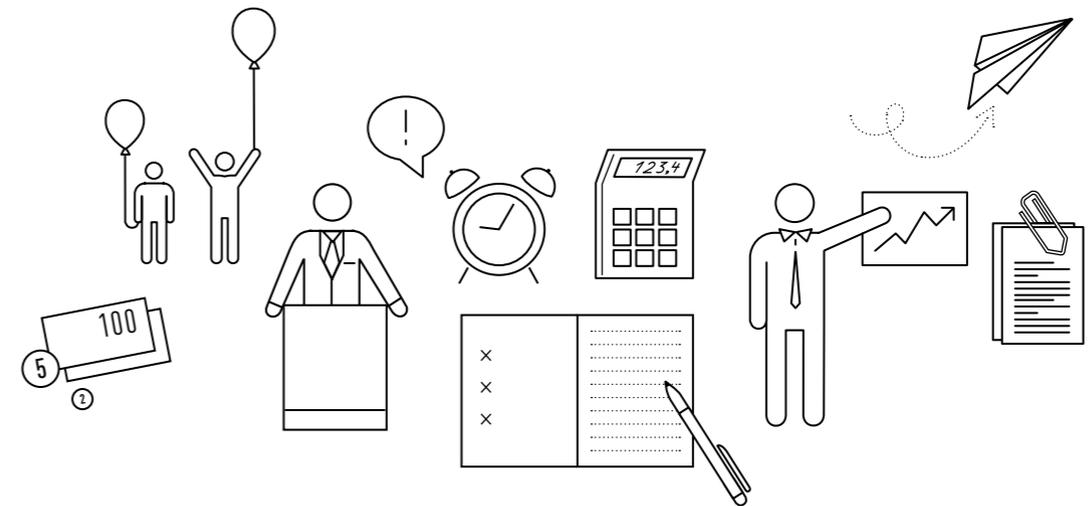
• DIE
STANDORTE
DER
METRO GROUP •



WELTWEIT

Karte bitte aufklappen

– FINANZ –
KALENDER
2014 / 15



13. JANUAR 2015

UMSATZMELDUNG
WEIHNACHTSQUARTAL 2014

10. FEBRUAR 2015

QUARTALSBERICHT Q1 2014/15

20. FEBRUAR 2015

HAUPTVERSAMMLUNG 2015

5. MAI 2015

HALBJAHRESFINANZBERICHT
H1/Q2 2014/15

6. AUGUST 2015

QUARTALSBERICHT 9M/Q3 2014/15

19. OKTOBER 2015

UMSATZMELDUNG
GESCHÄFTSJAHR 2014/15

METROGROUP.DE/FINANZKALENDER

INFORMATION

METRO AG

Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Tel.: +49 (211) 6886-0
www.metrogroup.de
www.metro-cc.com

Media-Saturn-Holding GmbH

Wankelstraße 5
85046 Ingolstadt
Tel.: +49 (841) 634-0
www.mediamarkt.de
www.saturn.de
www.redcoon.de
www.media-saturn.com

Real SB-Warenhaus GmbH

Verwaltungssitz:
Reyerhütte 51
41065 Mönchengladbach
Tel.: +49 (2161) 403-0
www.real.de

Galeria Kaufhof GmbH

Leonhard-Tietz-Straße 1
50676 Köln
Tel.: +49 (221) 223-0
www.galeria-kaufhof.de

Zusammengefasster Lagebericht,
Konzernabschluss und Anhang inhouse
produziert mit FIRE.sys

Veröffentlicht am 16. Dezember 2014

Herausgeber

METRO AG
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 23 03 61
40089 Düsseldorf

METRO GROUP im Internet

www.metrogroup.de

Investor Relations

Tel.: +49 (211) 6886-1936/-1051
Fax: +49 (211) 6886-3759
investorrelations@metro.de

Konzernkommunikation

Peter Wübben
Tel.: +49 (211) 6886-4252
Fax: +49 (211) 6886-2001
presse@metro.de

Projektverantwortung, Konzept und Redaktion

Katharina Meisel

Projektmanagement

Melanie Speichinger
Claudia Martin
Viktoria Wedel
Inga Reske

Kreative Umsetzung

Strichpunkt GmbH, Stuttgart/Berlin

Redaktionelle Unterstützung und Realisation

Ketchum Pleon GmbH, Düsseldorf

Druck

Druckstudio GmbH, Düsseldorf

Bildnachweis

METRO AG

Fotografie

Urban Zintel, Berlin:
Titel, S. 2, 24, 46, 54, 320
Boris Zorn, Düsseldorf:
Vorstandsfotografie
Andreas Pohlmann, München:
Porträt Franz M. Haniel

Zertifizierungen

Dieser Geschäftsbericht besteht aus Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Mit dem Kauf von solchen Produkten fördern wir verantwortungsvolle Waldwirtschaft, die nach strengen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Kriterien überprüft wird. Wir verwenden in dieser Publikation ausschließlich 100-prozentiges Recyclingpapier, das mit dem EU-Umweltzeichen versehen ist. Zusätzlich trägt dieser Geschäftsbericht das Saphira-Eco-Siegel der Heidelberger Druckmaschinen AG. Das bedeutet, dass die bei der Herstellung der Publikation verwendeten Verbrauchsmaterialien, beispielsweise Farben, Lacke, Chemikalien und Druckplatten, die Anforderungen der wichtigsten internationalen Umweltzertifikate erfüllen. Weitere Informationen unter www.heidelberg.com.



Gedruckt auf Circle
Offset Premium White,
zertifiziert mit dem
EU-Umweltzeichen der
Kategorie Nr. FR/11/003.



MEMBER OF
Dow Jones
Sustainability Indices
In Collaboration with RobecoSAM



Disclaimer

Dieser Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse werden erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen können. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der METRO GROUP unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen 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.

”

IN DER

WARENANNAHME

I S T A L L E S

PERFEKT

» **GETAKTET.** «



B E I M

MUSIZIEREN

LASSE ICH MICH

TREIBEN.

“

— EINER VON UNS —

LING JIAXING

Manager in der Warenannahme,
METRO Cash & Carry China