

4

METRO GROUP 2013

Der
Service

Der Service

- S. 341 Glossar
- S. 347 Stichwortverzeichnis
- S. 350 Mehrjahresübersicht
- S. 351 Information
- S. 353 Finanzkalender 2013/14

Von: Projektkoordinatorin „Kooperation Wolfgang Joop“ <Giordana.Weis@kaufhof.de>
An: Category_Managerin Damenkonfektion <Uta.Gaepel@kaufhof.de>
Betreff: Trachtenoutfit „Alpine Couture“
Gesendet: 16. September 2013, 9:47 Uhr MEZ+1

Liebe Frau Gäpel,

anbei sende ich Ihnen die Skizzen von Wolfgang Joop zum Trachtenoutfit „Alpine Couture“. Wir finden sie großartig! Vor allem der Hut hat es meinem Team angetan, zumindest den weiblichen Teammitgliedern :)

Auch in diesem Jahr hat Herr Joop gemeinsam mit unserem Kreativteam wieder ein ganz besonderes Outfit für die Oktoberfestsaison realisiert. Begeistert hat uns vor allem die moderne Interpretation: Die „Alpine Couture“-Entwürfe zeigen eine elegante und überzeugende Alternative zum klassischen Dirndl aus dem vergangenen Jahr.

Ich bin gespannt, wie Ihnen die Entwürfe gefallen!

Liebe Grüße

Giordana Weis

Giordana Weis
Galeria Kaufhof GmbH
Projektkoordination Marketing



Leonhard-Tietz-Straße 1
50676 Köln
Tel.: +49 221 223-7518
Fax: +49 221 223-5912
E-Mail: Giordana.Weis@kaufhof.de

Sitz der Ges.: Köln · Eingetr.: Amtsgericht Köln HRB Nr. 64081 · UST-ID DE811142395 · WEEE-Reg.-Nr. DE80848593
www.galeria-kaufhof.de · Member of METRO GROUP · Vorsitzender des Aufsichtsrats: Mark Frese
Geschäftsführung: Lovro Mandac (Vorsitzender), Rolf Boje, Thomas Fett, Ullrich Köster, Thomas Storck



SAVE PAPER – THINK BEFORE YOU PRINT



GLOSSAR

A

Anti-Fraud-Maßnahmen

Vorbeugung gegen, Entdeckung von sowie Reaktion auf interne betrügerische Handlungen.

Aquaculture Stewardship Council (ASC)

Das 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 Dutch 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.

C

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

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.

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 Berichtsjahr 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“ (G.A.P.) 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 Großhandelsparte 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

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 Internet-Shops.

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.

RoCE (Return on Capital Employed)

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

Selbstbedienungswarenhause (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 — 351
Aktie — 55 ff.
Aktionärsstruktur — 55 ff.
Aufsichtsrat — 65 ff., 78 ff., 151 ff., 295
Ausschüsse des Aufsichtsrats — 70 ff., 298
Ausschüttung — 154, 249, 350
Aus- und Weiterbildung — 124 f., 174

B

Bericht des Aufsichtsrats — 65 ff.
Bestätigungsvermerk — 74, 162 f., 336
Beteiligungen — 208, 294, 300 ff.
Bilanz — 187, 194, 230 ff.
Bilanzgewinn — 185 f.
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden — 202 ff.
Brief an die Aktionäre — 3 ff.

C

Cashflow — 84, 112, 198, 267, 273 f.
Chancen — 80, 164, 176
Compliance — 80, 175 f.
Corporate Governance — 73, 78 ff., 146

D

DAX — 56
Desinvestitionen — 110 f., 173, 198, 273 f.
Diversity (Vielfalt) — 79, 125 f., 174
Dividende — 154, 249, 350

E

EBIT — 84, 96 ff., 192, 200 f., 350
EBITaC — 90, 103 ff., 220
EBITDA — 97 ff., 200 f., 350
Eigenkapitalentwicklung — 84, 113, 196, 221
Eigenkapitalquote — 84, 113
Entsprechenserklärung — 73, 78, 288
Ergebnis je Aktie — 103, 192, 227
Ertragslage — 96 ff.

F

Finanzergebnis — 102, 192, 224
Finanzierungsmaßnahmen — 109 f., 256 ff.
Finanzkalender — 353
Finanzlage — 108 ff.
Finanzmanagement — 108 ff.

G

Galeria Kaufhof — 46 ff., 87, 94, 101, 182 ff., 200
Genehmigtes Kapital — 156 ff., 247
Geschäftsmodell — 86 ff.
Geschäftsstrategie — 36 ff.
Geschäftsverlauf — 96
Gewinn- und Verlustrechnung — 192
Gewinnverwendung — 185 f., 249
Glossar — 341 f.
Grundkapital — 154, 247 f.
Grundlagen der Rechnungslegung — 202 ff.

H

Hauptversammlung — 68, 81, 353

I

Immaterielle Vermögenswerte — 212 f.

Immobilien — 9, 48 f., 87, 95, 101 f.

Indexzugehörigkeit — 57

Innovationsmanagement — 130 ff.

Investitionen — 110 f., 173, 200 f.

Investor Relations — 58 f.

K

Kapitalflussrechnung — 112, 198, 267, 273 f.

Kapitalkostensatz — 103 f.

Kapitalstruktur — 113 f.

Konsolidierung — 200 f., 208 f.

Konsolidierungsgrundsätze — 208 f.

Konzernabschluss — 191 ff.

Konzernanhang — 199 ff.

Konzernstruktur — 86 ff.

Konzernumsatz — 96 ff.

Kreditlinien — 109 f., 256 ff.

Kursentwicklung — 56

Kurzfristige Vermögenswerte — 115, 240 f., 243, 245 ff.

L

Langfristige Vermögenswerte — 115, 230 ff.

Liquidität — 109 f., 112, 282

M

Mandate — 295 ff.

Marktkapitalisierung — 57

MDAX — 57 ff.

Media-Saturn — 7, 40 ff., 87, 94, 99 f., 181 f., 200

Mehrjahresübersicht — 350

Mehrkanalstrategie/-vertrieb — 7, 21 f., 24, 36 ff., 177, 184

METRO Cash & Carry — 5 f., 37 ff., 87, 93 f., 97 ff., 181, 200

METRO PROPERTIES — 48 f., 87, 95, 101 f.

Mitarbeiter — 117 ff.

Mobiles Einkaufen — 41 f.

N

Nachhaltigkeit — 37, 46, 127, 133 ff., 169 f.

Nachtragsbericht — 179

O

Organe — 295 ff.

Organisationsstruktur — 86 ff.

P

Personalaufwand — 117, 228

Prognosebericht — 179 ff.

Q

Qualitätssicherung — 39, 136 ff., 171 f.

R

Radiofrequenz-Identifikation (RFID) — 130 f.
Rating — 109, 282 f.
Real — 7, 42 ff., 87, 94, 100, 182, 200, 245
Risiko- und Chancenbericht — 164 ff.
Risikomanagement — 80, 164 ff.

S

Sachanlagen — 213, 234 ff.
Segmentberichterstattung — 200 f., 274 f.
Sonderfaktoren — 106 f.
Standorte — 88
Steuern — 102 f., 226 f.
Strategie — 36 ff.

U

Umlaufvermögen — 115, 187
Umsatz — 96
Umsatzentwicklung — 96 ff.
Umsatzentwicklung nach Segmenten — 97 ff.
Umsatzerlöse — 222
Unternehmensführung — 78 ff., 295 ff.

V

Vergütung des Aufsichtsrats — 153 ff.
Vergütung des Vorstands — 146 ff.
Versicherung der gesetzlichen Vertreter — 335
Vielfalt (Diversity) — 79, 125 f., 174
Vorstand — 14 f., 299

W

WACC (Gewichteter Kapitalkostensatz) — 103 f.
Währungsumrechnung — 209 ff.
Weltwirtschaft — 91 ff., 179 ff.

Z

Zinsergebnis — 102, 223
Zusammengefasster Lagebericht — 84 ff.

MEHRJAHRESÜBERSICHT¹

		31.12.2007	31.12.2008 ²	31.12.2009 ³	31.12.2010	31.12.2011	31.12.2012	30.9.2012 ⁴	30.9.2013
Finanzkennzahlen									
Umsatz (netto)	Mio. €	64.210	67.955	65.529	67.258	65.926 ⁵	66.739	47.380	46.321
EBITDA	Mio. €	3.343	3.540 ⁶	3.319 ^{6,7}	3.726 ⁶	3.651 ⁶	3.296 ^{6,8}	1.669 ^{6,8}	1.603⁶
EBIT	Mio. €	2.078	2.222 ⁶	2.024 ⁶	2.415 ⁶	2.372 ⁶	1.979 ^{6,8}	706 ^{6,8}	728⁶
EBIT-Marge	%	3,2	3,3 ⁶	3,1 ⁶	3,6 ⁶	3,6 ⁶	3,0 ⁶	1,5 ⁶	1,6⁶
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	1.561	1.648 ⁶	1.393 ⁶	1.834 ⁶	1.732 ⁶	1.436 ^{6,8}	289 ^{6,8}	282⁶
Periodenergebnis ⁹	Mio. €	1.051	722 ⁶	824 ⁶	1.139 ⁶	979 ⁶	730 ^{6,8}	165 ^{6,8}	16⁶
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	1.065	1.151 ⁶	824 ⁶	1.139 ⁶	979 ⁶	730 ^{6,8}	165 ^{6,8}	16⁶
davon den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis ⁹	Mio. €	825	401	383	850	631	17	-19	-71
Investitionen	Mio. €	2.154	2.423	1.517	1.683	2.095	1.437	954	691
Bilanzsumme ⁹	Mio. €	33.862	33.516	33.282	35.067	33.987	34.802 ⁸	31.608 ⁸	28.811
Eigenkapital	Mio. €	6.498	6.061	5.992	6.460	6.437	5.666 ⁸	5.649 ⁸	5.206
Eigenkapitalquote	%	19,2	18,1	18,0	18,4	18,9	16,3 ⁸	17,9 ⁸	18,1
Eigenkapitalrendite nach Steuern	%	16,2	11,9 ⁶	13,8 ⁶	17,6 ⁶	15,2 ⁶	12,9 ^{6,8}	2,9 ^{6,8}	0,3⁶
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ^{9,10}	€	2,52	1,23	1,17	2,60	1,93	0,05 ⁸	-0,06 ⁸	-0,22
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€	2,58	2,54	1,17	2,60	1,93	0,05 ⁸	-0,06 ⁸	-0,22
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€	-0,06	-1,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ausschüttung									
Dividende je Stammaktie	€	1,18	1,18	1,18	1,35	1,35	1,00	-	0,00¹¹
Dividende je Vorzugsaktie	€	1,298	1,298	1,298	1,485	1,485	1,06	-	0,00¹¹
Operative Daten									
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		275.520	290.940	286.329	283.280	280.856	278.811	277.418	269.493
Standorte		2.097	2.111 ¹²	2.127	2.131	2.187 ¹³	2.243	2.187	2.221
Verkaufsfläche (1.000 m²)		11.779	12.302 ¹²	12.629	12.771	12.954	13.003	12.784	12.773

¹ Nur fortgeführte Aktivitäten (nicht fortgeführte Aktivitäten: 2007 und 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 und 2013 auf den Seiten 106 und 107 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 Vorjahresanpassung (siehe Kapitel „Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses“)

⁹ Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

¹⁰ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

¹¹ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

¹² Die 84 Standorte von Dinea wurden aus dem Segment Sonstige in das Segment Galeria Kaufhof umgegliedert. 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.

¹³ Inklusive der Einbeziehung der 2009/2010 eröffneten METRO Cash & Carry Satelliten-Standorte (insgesamt 14)

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

METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG

Am Albertussee 1
40549 Düsseldorf
Tel.: +49 (211) 6886-4250
www.metro-properties.de

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

Konzept und Redaktion

Katharina Meisel
Melanie Speichinger

Projektmanagement

Claudia Martin
Viktoria Wedel

Kreative Umsetzung

Strichpunkt GmbH, Stuttgart/Berlin

Redaktionelle Unterstützung und Realisation

Ketchum Pleon GmbH, Düsseldorf

Druck

Druckstudio GmbH, Düsseldorf

Bildnachweis

METRO AG

Fotografie

Boris Zorn, Düsseldorf
(Vorstandsfotografie)
Andreas Pohlmann, München
(Porträt Franz M. Haniel)

Zusammengefasster Lagebericht,
Konzernabschluss und Anhang
inhouse produziert mit FIRE.sys

Zertifizierungen

Dieser Geschäftsbericht besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. Mit dem Kauf von FSC®-Produkten fördern wir verantwortungsvolle Waldwirtschaft, die nach strengen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Kriterien des Forest Stewardship Council 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.



Global Compact

Die METRO GROUP engagiert sich seit 2011 für den UN Global Compact, den weltweiten Pakt zur Förderung universeller Sozial- und Umweltprinzipien unter dem Dach der Vereinten Nationen. Wir verpflichten uns damit dazu, uns auf den Gebieten Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung kontinuierlich zu verbessern.



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 eingetreten sind.

FINANZKALENDER 2013/14

13. JANUAR 2014

Umsatzmeldung Q1 2013/14

11. FEBRUAR 2014

Quartalsfinanzbericht Q1 2013/14

12. FEBRUAR 2014

Hauptversammlung 2014

8. MAI 2014

Halbjahresfinanzbericht H1/Q2 2013/14

31. JULI 2014

Quartalsfinanzbericht 9M/Q3 2013/14

20. OKTOBER 2014

Umsatzmeldung Geschäftsjahr 2013/14

www.metrogroup.de/finanzkalender