

METRO GROUP IN ZAHLEN¹

Mio. €		Rumpf- geschäftsjahr 9M 2013	2012/13 ^{2,3}	2013/14	Veränderung in %
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

¹ Rundungsdifferenzen möglich

² Der 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

³ Ungeprüft

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

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

⁶ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

⁷ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

⁸ 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

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

× × ×

D A N K 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 Profiathleten 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 Internet-auftritt 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



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**

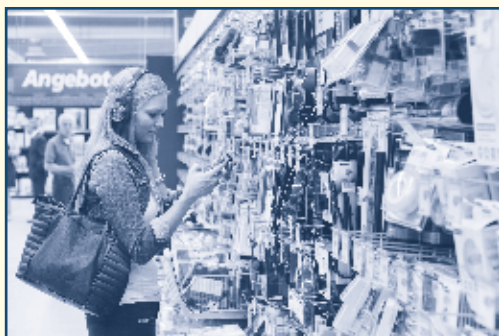


ERSTKLASSIGES EINKAUFSERLEBNIS — Seit Juni 2014 ist Redcoon mit dem Gütesiegel „Google Zertifizierter Händler“ ausgezeichnet. Das Qualitätslogo von Google erhalten nur Online-Shops, die einen hervorragenden Service und einen zuverlässigen Bestellprozess bieten. Dank des Gütesiegels profitieren die Redcoon-Kunden 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.