

AN UNSERE AKTIONÄRE



- 7 BRIEF AN DIE AKTIONÄRE
- 10 DER VORSTAND
- 16 RÜCKBLICK
- 21 METRO-AKTIE

BRIEF AN DIE AKTIONÄRE

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Geschäftsjahr 2014/15 war ein sehr wichtiges für die METRO GROUP. In einem Umfeld, das in einigen Ländern weiterhin herausfordernd war, haben wir die Neuausrichtung nicht nur fortgeführt, sondern sogar beschleunigt. Sowohl bei METRO Cash & Carry als auch bei Media-Saturn ist uns eine nachhaltig positive flächenbereinigte Umsatzentwicklung gelungen, die sich auch in der Ertragslage in lokaler Währung widerspiegelt. Bei Real haben wir wichtige Fortschritte bei der Gestaltung des zukünftigen Konzepts gemacht.

Ein bedeutsames Ereignis war die Veräußerung von Galeria Kaufhof an das kanadische Unternehmen Hudson's Bay Company (HBC). Ein möglicher Verkauf stand in den vergangenen Jahren immer wieder zur Diskussion. Aber wir haben hier gezielt und ohne Eile die für alle Beteiligten beste Lösung gesucht. Diese haben wir nun gefunden und mit 2.825 Mio. € zudem einen attraktiven Transaktionswert erzielt.

METRO Cash & Carry ist nicht nur der Namensgeber für die METRO GROUP, sondern auch unser größtes und internationalstes Geschäft. Im Berichtsjahr haben wir uns noch stärker auf die Bedürfnisse unserer professionellen Kunden eingestellt und unter anderem das Belieferungsgeschäft erfolgreich weiter ausgebaut. Mit dem New Operating Model legt METRO Cash & Carry den Fokus künftig auf die Wertschöpfung in den Landesgesellschaften. Das neue Führungsmodell soll den Unternehmergeist in der Organisation fördern, indem den Landesgesellschaften sowohl mehr Gestaltungsfreiheit als auch mehr

operative Verantwortung übertragen wird, gleichzeitig aber kundengruppenspezifische Maßnahmen länderübergreifend koordiniert werden. Damit einher geht eine neue, flexiblere Form der strategischen Unternehmensplanung. Jedes Land arbeitet einen individuellen Wertschöpfungsplan aus, mit dem es seine Strategie- und Finanzplanung für die folgenden drei bis fünf Jahre festlegt. Ein Team aus zehn Operating Partners unterstützt dabei das lokale Management.

Ein weiterer Meilenstein bei METRO Cash & Carry war die Übernahme der Classic Fine Foods Group (CFF), einem der führenden asiatischen Anbieter im wachstumsstarken Lebensmittelzustellgroßhandel. Die Classic Fine Foods Group mit Sitz in Singapur beliefert Unternehmen aus den Bereichen Hotel, Restaurant und Catering (Horeca) direkt mit Lebensmitteln. Zu den Kunden zählen Premiumhotels und -restaurants in asiatischen Metropolen und im Mittleren Osten.

Auch im Bereich Digitalisierung konnten wir wichtige Fortschritte machen. Hier verfolgen wir insbesondere das Ziel, unsere Kunden mit neuen digitalen Lösungen noch attraktiver, effizienter und erfolgreicher zu machen. Damit wollen wir unseren Wertbeitrag und die Relevanz für unsere Kunden weiter steigern und unsere Lösungskompetenz ausbauen. Die Investition in Culinary Agents sowie der Start des Techstars METRO Accelerator waren relevante Meilensteine bei der Umsetzung dieser Strategie.

Operativ lassen sich die Erfolge unserer Neuausrichtung inzwischen klar ablesen: Neun Quartale in Folge legte der flächen-



bereinigten Umsatz von METRO Cash & Carry zu. Das zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Aber wir haben noch eine Menge vor mit METRO Cash & Carry. Immer mit dem Ziel vor Augen, für unsere Kunden – die unabhängigen Unternehmer – Mehrwert zu schaffen und für sie der beste Partner zu sein.

Media-Saturn ist die Transformation vom rein stationären Anbieter von Unterhaltungselektronik zum erfolgreichen Mehrkanalhändler gelungen und ist auf dem Weg, ein Digital-Commerce-Unternehmen zu werden. Im Geschäftsjahr 2014/15 haben wir mit einem Anteil des internetgenerierten Umsatzes von mehr als 8 Prozent einen neuen Höchstwert realisiert und stehen kurz davor, unser erstes Etappenziel zu erreichen. Mittelfristig soll dieser Anteil auf 20 Prozent wachsen. Fünf Quartale in Folge mit steigendem flächenbereinigtem Umsatz zeigen den Erfolg unserer Mehrkanalstrategie und bestätigen uns in unserem Kurs. Mit inzwischen mehr als 1.000 Standorten von Media Markt und Saturn sind wir stationär sehr gut aufgestellt und haben mit neuen kleineren Formaten auf Trends im traditionellen Handel reagiert.

Weiter ausbauen werden wir den Service bei Media-Saturn. Dazu haben wir im August 2015 einen Vertrag zur Übernahme der Mehrheit am Kundenservice- und Reparaturdienstleister RTS unterzeichnet. Sein Leistungsspektrum umfasst die Planung, Installation, Inspektion, Wartung und Reparatur verschiedenster elektronischer Produkte bis hin zur Einrichtung komplett vernetzter Haushalte.

Media-Saturn konnte auch die Marge gegenüber dem Vorjahreswert steigern, was durch einen besseren Umsatzmix und stärkere Dienstleistungsanteile, aber auch durch ein weiterhin effizientes Kostenmanagement erzielt wurde.

Real betreibt in Deutschland fast 300 SB-Warenhäuser. Wir konzentrieren uns darauf, diese wettbewerbsfähiger zu

gestalten und fit für die Zukunft zu machen. Ein wesentlicher Treiber sind die nach dem erfolgreichen Essener Marktmodell umgebauten Standorte, die eine wesentlich höhere Modernität sowie stärkere Serviceorientierung und Produktdifferenzierung ausstrahlen. Alles in allem führt das zu einem deutlich emotionaleren und angenehmeren Einkaufserlebnis und somit zu einer höheren Kundenfrequenz und besserer Umsatzentwicklung gegenüber den anderen SB-Warenhäusern. Daher haben wir im Geschäftsjahr 2014/15 weitere 57 Real-Märkte auf das erfolgreiche Konzept umgestellt. Inzwischen betreiben wir 107 dieser modernen und zukunftsfähigen Standorte. Weitere Umbauten sind in der Planung.

Damit ist eine wichtige Grundlage für zukünftiges Wachstum gelegt. Notwendig hierfür sind aber auch wettbewerbsfähige Kosten. Hierbei haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr in vielen Bereichen Fortschritte erzielt, wie etwa in der Logistik oder bei der Warenverrechnung, die jetzt über die schweizerische Markant AG erfolgt. Unsere Bemühungen um faire Bedingungen bei den Personalkosten haben uns keine andere Wahl gelassen, als im Juni 2015 die Tarifbindung zu beenden, da wir faktisch erheblichen Kostennachteilen gegenüber dem Wettbewerb ausgesetzt sind. Der Gewerkschaft haben wir Verhandlungen über einen Haustarifvertrag angeboten, der die Zukunft der Arbeitsplätze und dieses Unternehmensteils sichern soll.

Galeria Kaufhof weisen wir in diesem Geschäftsbericht als nicht fortgeführte Aktivität aus. Somit ist der Ende September 2015 abgeschlossene Verkauf im Zahlenwerk dieses Geschäftsberichts schon entsprechend abgebildet. Der im Berichtsjahr erwirtschaftete Gewinn wird aber noch vollumfänglich im Konzernergebnis berücksichtigt.

Für uns war es entscheidend, dass wir mit der Hudson's Bay Company einen Käufer gefunden haben, der einen sehr guten Preis bezahlt, eine klare Finanzierung vorgelegt sowie weitreichende und verbindliche Zusagen für die Übernahme der rund 21.000 Beschäftigten in Deutschland und Belgien gemacht hat. Somit sind die Voraussetzungen für die Fortschreibung der Erfolgsgeschichte des Unternehmens gegeben. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Galeria Kaufhof wünschen wir für die Zukunft alles erdenklich Gute.

Insgesamt ist die Konsolidierung der METRO GROUP auch im Geschäftsjahr 2014/15 weiter vorangeschritten. Das Osteuropageschäft von Real haben wir nunmehr vollständig abgegeben. In Griechenland haben wir das Großhandelsgeschäft verkauft und in Vietnam wurden alle Dokumente für die Freigabe des Verkaufs eingereicht. Den Vollzug des Verkaufs erwarten wir im Geschäftsjahr 2015/16.

Damit haben wir die großen Maßnahmen im Rahmen unserer Portfoliooptimierung beendet – auch wenn wir das Standort- und Länderportfolio weiterhin permanent überprüfen. Mit den Akquisitionen von CFF und RTS haben wir den Schalter nun wieder auf Wachstum gestellt und halten nach attraktiven Expansionsmöglichkeiten Ausschau.

„Danken möchte ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit ...“

Während sich die Wirtschaft in Südeuropa verbessert hat, ist die Lage in Griechenland, Russland und der Ukraine nach wie vor angespannt. Die mit dem Russland/Ukraine-Konflikt einhergehenden Sanktionen und Wechselkursentwicklungen beeinflussen auch unser Geschäft. Allerdings haben wir frühzeitig die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um auch in diesem schwierigen Umfeld weiter erfolgreich agieren zu können, und sind hier für die zukünftige Entwicklung verhalten optimistisch.

Wie sehen nun die Zahlen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2014/15 aus? Die Entwicklung war insgesamt positiv und wir haben unsere Prognosen für die METRO GROUP erfüllt. Der Umsatz erreichte 59,2 Mrd. € und ging damit um 1,2 Prozent zurück. Flächenbereinigt stieg der Umsatz jedoch um 1,5 Prozent. Das EBIT vor Sonderfaktoren betrug 1.511 Mio. € und stieg bereinigt um negative Wechselkurseffekte an. Die Nettoverschuldung haben wir gegenüber dem Vorjahresstichtag deutlich um 2,2 Mrd. € auf 2,5 Mrd. € reduziert.

Die insgesamt gute Entwicklung der METRO GROUP spiegelte sich im Geschäftsjahr 2014/15 zunächst auch positiv im Aktienkurs wider. Allerdings gingen die Turbulenzen an den Aktienmärkten – nicht zuletzt geprägt durch die Situation in China und Griechenland – auch an Ihrem Unternehmen nicht spurlos vorüber. Der Kurs der METRO-Stammaktie schloss Ende September bei 24,69 € und sank damit im Geschäftsjahr 2014/15 um 5,3 Prozent.

Auf Basis des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren in Höhe von 1,91 € schlagen Vorstand und Aufsichtsrat Ihnen, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,00 € je Stammaktie vor. Dieser Vorschlag beruht auf der verbesserten wirtschaftlichen Gesamtsituation der METRO GROUP und entspricht unserer neuen Dividendenpolitik, rund 45 bis 55 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren auszuschütten (bisher: rund 40 bis 50 Prozent). Basierend auf unserem Vorschlag würde sich eine Ausschüttungsquote von 52,4 Prozent ergeben. Hierüber können Sie auf unserer kommenden Hauptversammlung in Düsseldorf abstimmen, zu der ich Sie schon jetzt sehr herzlich einlade. Ich hoffe auf Ihr zahlreiches Erscheinen.

Wie geht es nun im aktuellen Geschäftsjahr weiter? Wir werden auch im Geschäftsjahr 2015/16 unsere Neuausrichtung fortsetzen, um auch für Sie, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, Mehrwert zu schaffen. Viele Projekte, die wir teilweise schon umgesetzt oder bei denen wir die Grundsteine gelegt haben, können sich positiv auf den Umsatz und das Ergebnis auswirken. Vor uns liegt noch viel Arbeit. Aber es gehört zum Selbstverständnis eines Handelsunternehmens, sich fortlaufend an die Marktgegebenheiten anzupassen und sich mit Leidenschaft den Anforderungen seiner Kunden zu stellen. Abseits der politischen Risiken und Turbulenzen haben wir mit vielen Ideen, Innovationen und großer Begeisterung für unsere Kunden die Grundlagen dafür geschaffen, dass die METRO GROUP den eingeschlagenen Wachstumskurs fortsetzen wird. Die Phase der Konsolidierung ist weitgehend abgeschlossen. Nun wird es darum gehen, uns noch stärker auf die Bedürfnisse unserer Kunden zu fokussieren. Dazu werden wir aussichtsreiche Akquisitionen nutzen und in neue Länder expandieren. Mit dem Techstars METRO Accelerator in Berlin fördern und entwickeln wir zusätzlich neue Ideen. Mit Programmen wie diesem suchen wir gezielt nach Innovationen, die an unsere Stärken anknüpfen und die wir daher besser als andere weiterentwickeln können. Somit sind wir für die Zukunft sehr gut gerüstet.

Was bedeutet das konkret für das Geschäftsjahr 2015/16? Wir erwarten beim flächenbereinigten Umsatz und beim EBIT vor Sonderfaktoren wechselkursbereinigt eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr. Auch durch die niedrigere Nettoverschuldung legen wir so eine solide Basis für die zukünftige Entwicklung und haben mehr Raum für Investitionen, die in den kommenden Jahren den Umsatz und das Ergebnis positiv beeinflussen werden.

Danken möchte ich unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern weltweit, die sich mit viel Tatkraft und großer Leidenschaft tagtäglich für unsere Kunden einsetzen. Es ist letztendlich auch ihr Verdienst, dass die METRO GROUP eine so positive Entwicklung nehmen konnte. Das Engagement der Mitarbeiter, ihre Ideen und ihre vielfältigen Persönlichkeiten geben uns im Wettbewerb den entscheidenden Vorteil. Sie tragen damit wesentlich zum Gesamterfolg der METRO GROUP bei. Gemeinsam gehen wir in eine erfolgreiche Zukunft.

Zum Schluss danke ich Ihnen für das in uns gesetzte Vertrauen und verbleibe mit herzlichen Grüßen

Ihr



OLAF KOCH
VORSTANDSVORSITZENDER DER METRO AG

DER VORSTAND

Wir bei der METRO GROUP lassen uns immer wieder inspirieren: Wir sind neugierig auf Neues, geben kreativen Ideen den entscheidenden Dreh und setzen schon heute auf Technologien von morgen, um unser Unternehmen stetig weiterzuentwickeln.

Das gilt auch für den Vorstand der METRO AG: Er wechselte beim diesjährigen Shooting für den Geschäftsbericht souverän in die dritte Dimension. Mit großer Begeisterung für das zukunftsweisende 3-D-Druckverfahren ließen Olaf Koch, Pieter C. Boone, Mark Frese, Pieter Haas und Heiko Hutmacher dreidimensionale Modelle von sich anfertigen. Dazu wurden zunächst Scans der Vorstandsmitglieder erstellt. Aus den digitalen Datensätzen produzierte der 3-D-Drucker anschließend Schicht für Schicht rund 25 Zentimeter große Figuren aus Hartkunststoff. Entstanden ist ein Vorstandsfoto, das verkörpert, was uns wichtig ist: Veränderungsbereitschaft, Innovationsgeist und Vertrauen in neue Technologien.



↑
HEIKO HUTMACHER
ARBEITSDIREKTOR

↑
MARK FRESE
FINANZVORSTAND



↑ OLAF KOCH
VORSTANDSVORSITZENDER



↑ PIETER C. BOONE
MITGLIED DES VORSTANDS



PIETER HAAS
MITGLIED DES VORSTANDS ↗

→ CORPORATE
GOVERNANCE

→ ZIELE UND
STRATEGIE

→ ZUSAMMENGEFASSTER
LAGEBERICHT

→ KONZERNABSCHLUSS

→ SERVICE

Perspektiven eines Geschäfts- jahres_



„Echte Kunden-
orientierung kann
nur dann gelingen, ...

... wenn wir eine große Nähe aufbauen
und permanent nach Möglichkeiten su-
chen, die besten Lösungen anzustreben.
Um dies noch besser zu schaffen, haben
wir unser Geschäft im Berichtsjahr noch
stärker lokalisiert und fokussiert und
unser Engagement im Bereich Inno-
vation erheblich ausgebaut.“_

OLAF KOCH
VORSTANDSVORSITZENDER

Olaf Koch

Vorstandsvorsitzender

Zuständigkeitsbereiche: Corporate Communications, Group
Strategy, Corporate M&A, Corporate Legal Affairs & Com-
pliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Digi-
tal Horeca, Business Innovation/New Ventures, METRO
Cash & Carry (bis 30. September 2015), Real

Kurzprofil: Olaf Koch ist seit dem 1. Januar 2012 Vorstands-
vorsitzender der METRO AG und bis zum 13. September 2018
bestellt. Zudem war er bis zum 30. September 2015 CEO
von METRO Cash & Carry, seit dem 1. Juli 2015 gemein-
sam mit Pieter C. Boone. Im September 2009 trat der
45-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 Ge-
schäftsleitung der Mercedes Car Group.



„Wir von METRO Cash & Carry wollen ...

... ein ‚Champion for Independent Business‘ sein. Dafür muss jeder Einzelne von uns wie ein Unternehmer denken und handeln. Im Geschäftsjahr 2014/15 haben wir ein neues Organisations- und Führungsmodell eingeführt, das unseren Landesgesellschaften mehr Handlungsspielraum gibt. Wertschöpfung entsteht vor Ort, und darum steht eine gute Beziehung zu unseren Kunden und Geschäftspartnern für uns im Mittelpunkt. Das ermöglicht uns größere Gestaltungsfreiheit, höhere Flexibilität und eine schnellere Umsetzung vor Ort.“

PIETER C. BOONE
MITGLIED DES VORSTANDS



Pieter C. Boone

Mitglied des Vorstands

Zuständigkeitsbereich: METRO Cash & Carry (im Zeitraum vom 1. Juli bis 30. September 2015 wurde das Ressort METRO Cash & Carry zum Zwecke der Überleitung durch die Herren Koch und Boone gemeinschaftlich verantwortet)

Kurzprofil: Pieter C. Boone ist seit dem 1. Juli 2015 Mitglied des Vorstands der METRO AG und bis zum 30. Juni 2018 bestellt. Der 48-Jährige arbeitet seit 2011 für die METRO GROUP. Im März 2012 übernahm er die Position des Managing Director von METRO Cash & Carry Russland. Zuvor war er für das niederländische Handelsunternehmen SHV Holdings in führenden Positionen in Peru, auf den Philippinen, in Malaysia, Thailand und Indonesien tätig.

„Die Bilanz der METRO GROUP weiter zu stärken ...

... und die Verschuldung zu reduzieren, hatten wir uns vorgenommen. Beides haben wir in diesem Geschäftsjahr erneut erreicht. Mit dem Ergebnis, dass unser unternehmerischer Spielraum wächst und wir beispielsweise attraktive Zukäufe tätigen konnten. Fast noch wichtiger ist, dass wir unsere Ressourcen – finanzielle und personelle – wieder gezielt auf solche Aktivitäten konzentrieren können, von denen wir uns die größte Wertsteigerung versprechen.“

MARK FRESE
FINANZVORSTAND



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 (bis 30. September 2015), METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP Insurance Broker, METRO LOGISTICS

Kurzprofil: Mark Frese wurde zum 1. Januar 2012 zum Finanzvorstand der METRO AG berufen. Der 51-Jährige ist bis zum 31. Dezember 2017 bestellt. Von April 2012 bis Juli 2015 war 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 ehemaligen 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.

„Ich messe unseren Fortschritt vor allem daran, ...

... dass wir wesentlich vorangekommen sind auf dem Weg, ein Digital-Commerce-Unternehmen zu werden. Dabei geht es darum, die Digitalisierung in ihrer vollen Breite und nicht nur im Zusammenhang mit einem Webshop oder Mobile-Shop aufzufassen. Konkret bedeutet das, digitale Technologien in unseren Märkten einzusetzen, wo wir immer mehr digitale Produkte verkaufen und noch intensiver über digitale Medien mit unseren Kunden kommunizieren. Außerdem suchen wir gezielt nach neuen digitalen Geschäftsmodellen.“

PIETER HAAS
MITGLIED DES VORSTANDS



„Die Weiterentwicklung der METRO GROUP ...

... wäre nicht denkbar ohne den umfassenden Wandel unserer Unternehmenskultur. Von Beginn an war klar: Ein solcher Prozess benötigt Engagement von Führungskräften und Mitarbeitern zugleich. Umso mehr freut es mich, dass wir bereits ein erhebliches Stück auf unserem Weg vorangekommen sind und der Kulturwandel von der Belegschaft getragen wird. Wir sind ein offeneres, mutigeres Unternehmen geworden. Und wir sind in der Lage, schneller auf Veränderungen zu reagieren.“ _

HEIKO HUTMACHER
ARBEITS DIREKTOR



Heiko Hutmacher

Arbeitsdirektor

Zuständigkeitsbereiche: Human Resources (HR Campus, Corporate House of Learning, Corporate Performance & Rewards, Executive Resources, Group Labour Relations & Labour Law, HR Operations, HR Processes, Analytics & Projects, 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. Von April 2012 bis Juni 2015 verantwortete der 58-Jährige zusätzlich das Personalressort von METRO Cash & Carry. Der Diplom-Kaufmann verfügt über mehr als 30 Jahre Erfahrung im Personalmanagement, unter anderem bei IBM und Akzo Nobel. Heiko Hutmacher ist bis zum 30. September 2017 bestellt.

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 2019 bestellt. Seit dem 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 des Geschäftsführers 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 52-jährige Betriebswirt zehn Jahre lang in Führungspositionen mehrerer Unternehmen.



RÜCKBLICK

Ausgewählte Ereignisse aus dem Geschäftsjahr 2014/15

Q1 2014/15

Real führt neue Eigenmarke ein

05.10.2014 – Mehr als 150 Artikel der neuen Kosmetik-eigenmarke Sôl sind künftig in allen SB-Warenhäusern erhältlich. Zum Sortiment zählen unter anderem Shampoo, Gesichtscrème, Aftershave und Duschgel. Besonders exklusive Pflegeprodukte bietet Real in der Reihe Sôl Suprême an.

Deutsche Tafeln: METRO GROUP bleibt Hauptsponsor

16.10.2014 – Die METRO GROUP verlängert ihren Sponsoring-Vertrag mit dem Bundesverband der Deutschen Tafeln e. V. bis Ende 2017. Das Unternehmen fördert die deutsche Tafelbewegung, die sozial und wirtschaftlich benachteiligte Menschen mit Lebensmittelspenden unterstützt, bereits seit 2006.

Internationale Einkaufspartnerschaft vereinbart

23.10.2014 – Die METRO GROUP und der französische Einzelhandelskonzern Auchan verhandeln künftig auf globaler Ebene gemeinsam mit den wichtigsten Lieferanten von Markenartikeln über Konditionen und Leistungen. Die internationale Einkaufspartnerschaft regelt darüber hinaus die gemeinsame weltweite Beschaffung von Nichtlebensmitteln, die beide Unternehmen als Eigenmarkenprodukte vertreiben.

Die Vereinbarung, von der sich die Partner weiteres Wachstum und Vorteile für die Kunden versprechen, tritt im November 2014 in Kraft.

Verkauf des Großhandelsgeschäfts in Griechenland

25.11.2014 – Der Einzelhändler Sklavenitis erwirbt das operative Geschäft von MAKRO Cash & Carry in Griechenland, das neun Großmärkte und das zugehörige Immobilienportfolio umfasst. Der Gesamtwert der Transaktion, die im Januar 2015 abgeschlossen wird, beläuft sich auf 65 Mio. €.

Expresszustellung ausgeweitet

25.11.2014 – Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft erweitert Media-Saturn sein Angebot für die sogenannte Same-Day-Delivery. In 22 deutschen Städten haben Kunden zu diesem Zeitpunkt bereits die Möglichkeit, ihre Onlinebestellungen noch am gleichen Tag zustellen zu lassen. Das Angebot ist bei rund 80 Media Märkten beziehungsweise Saturn-Häusern verfügbar.

Beteiligung an Emmas Enkel

12.12.2014 – Neuer Anteilseigner für Emmas Enkel: Die METRO GROUP erwirbt eine 15-Prozent-Beteiligung an dem Düsseldorfer Start-up, das traditionelle Nahversorgung und Onlinelebensmittelhandel miteinander verknüpft. Emmas Enkel startet mit zwei Standorten in Düsseldorf beziehungsweise Essen.

Produkte aus Permakultur

15.12.2014 – Als erstes deutsches Handelsunternehmen bietet Real spanische Avocados aus Permakultur an. Permakultur ist eine Weiterentwicklung des biologischen Landbaus. Sie schafft Anbauflächen, ohne Ressourcen zu verschwenden oder Lebensräume zu verdrängen. Zudem wird auf Zusatzstoffe, künstliche Düngemittel und jede Form der industriellen Produktionsoptimierung verzichtet.

Rückzug aus Dänemark

31.12.2014 – METRO Cash & Carry schließt Ende 2014 wie angekündigt seine fünf Großmärkte in Dänemark und zieht sich somit aus dem dänischen Markt zurück.

Q2 2014/15

Onlineshops bei Ebay

09.01.2015 – In den Ebay-Webshops von Media Markt und Saturn finden Mitglieder des Onlinemarktplatzes ab sofort eine umfassende Auswahl an mehr als 50.000 Elektronikartikeln. Media-Saturn erschließt durch die Kooperation mit Ebay einen neuen Vertriebskanal, über den sich Millionen potenzielle Kunden erreichen lassen.

Veränderungen im Aufsichtsrat I

20.02.2015 – Gwyn Burr wird neues Mitglied im Aufsichtsrat der METRO AG. Die ehemalige Managerin der britischen Verbrauchermarktkette Sainsbury's folgt auf Baroness Lucy Neville-Rolfe, die im Sommer 2014 ins britische Ministerium für Wirtschaft, Innovation und berufliche Bildung gewechselt ist.

Ausgezeichnete Rückverfolgung

25.02.2015 – Seit Sommer 2014 bietet METRO Cash & Carry seinen gewerblichen Kunden die Möglichkeit, Tierart, Herkunft und Fangmethode von Fisch- beziehungsweise Fleischprodukten über eine Smartphone-Anwendung abzufragen. Grundlage ist eine Technologie, die METRO SYSTEMS gemeinsam mit der

Standardisierungsorganisation GS1 Germany entwickelt hat. Das EHI Retail Institute hat die Lösung mit dem „Retail Technology Award Europe“ (reta) ausgezeichnet und damit als besonders innovative Anwendung von Informationstechnologien im Handel gewürdigt.

50 Jahre Real

23.03.2015 – Die Vertriebslinie Real feiert ihr 50-jähriges Bestehen. Nach Auftaktveranstaltungen in den Märkten und Zentralstandorten bieten die SB-Warenhäuser ihren Kunden das ganze Jahr über Rabattaktionen und Spezialwochen zu den Themen Frische, Vielfalt und Innovation.

Q3 2014/15

Kontaktloses Bezahlen bei Real

13.04.2015 – Gemeinsam mit weiteren Handelsunternehmen sowie allen deutschen Mobilfunkanbietern startet Real die Initiative „NFC City Berlin“. Die Abkürzung NFC steht für die Kurzstreckenfunktechnik (Near Field Communication), über die das Bezahlen mit Smartphones kontaktlos abgewickelt wird. Im Rahmen dieses Projekts stattet Real die Kassen in den sieben Berliner Märkten mit 140 NFC-fähigen Terminals aus. Kunden können hier nun mit ihrem entsprechend ausgerüsteten Smartphone kontaktlos bezahlen.

Verrechnung des Warengeschäfts

23.04.2015 – Die beiden Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real bauen ihre Kooperation mit der MARKANT Handels- und Industriewaren-Vermittlungs AG weiter aus. Künftig wird die gesamte Verrechnung des deutschen Warengeschäfts über MARKANT abgewickelt.

Startschuss für Gründerprogramm

27.04.2015 – METRO Cash & Carry und das internationale Start-up-Netzwerk Techstars starten die Bewerbungsphase für den Techstars METRO Accelerator. Für ihr Förderprogramm suchen die beiden Partner Start-ups, die digitale und technologi-

sche Innovationen für die Gastronomie entwickeln. Erfahrene Mentoren helfen elf ausgewählten Gründern dabei, ihre Ideen weiterzuentwickeln und zur Marktreife zu bringen. Das dreimonatige Programm startet am 12. Oktober 2015, Ende Januar 2016 werden die Start-ups ihre Lösungen potenziellen Investoren vorstellen.

Online-Jobnetzwerk für Gastronomen

27.04.2015 – Die METRO GROUP beteiligt sich an dem US-amerikanischen Online-Jobnetzwerk Culinary Agents, das sich auf die Vermittlung von Fachkräften für die Gastronomie und Hotellerie spezialisiert hat. Im Rahmen der Kooperation mit METRO Cash & Carry bietet das Unternehmen 2015 diesen Service erstmals in Italien und Frankreich an.

METRO verschmilzt Marken

04.05.2015 – METRO Cash & Carry Deutschland vereinheitlicht seinen Markenauftritt. Die Marke C+C Schaper, die seit 1996 zum Unternehmen gehört, wird in der Marke METRO GASTRO aufgehen. Der neue Name unterstreicht den Fokus auf Kunden aus der Gastronomie, die weiterhin von kurzen Anfahrtswegen, schnellen Kassenprozessen und optimalen Sortimenten profitieren. Die ersten METRO GASTRO Märkte eröffnen nach umfangreichen Umbauten im August 2015.

New Operating Model

07.05.2015 – METRO Cash & Carry verändert seine Organisationsstruktur und führt zum 1. Juli 2015 ein neues Führungsmodell ein, das den Unternehmergeist in der Organisation fördern soll, indem den Landesgesellschaften sowohl mehr operative Verantwortung als auch mehr Gestaltungsfreiheit übertragen wird, gleichzeitig aber kundengruppenspezifische Maßnahmen (z. B. für Hotels, Restaurants und Caterer) länderübergreifend koordiniert werden.

Vertragsverlängerung im Vorstand

12.05.2015 – Pieter Haas bleibt für weitere drei Jahre Mitglied des Vorstands der METRO AG. Dies hat der Aufsichtsrat der METRO AG beschlossen. Die neue Amtsperiode läuft vom 1. April 2016 bis zum 31. März 2019.

Real tritt Textilbündnis bei

02.06.2015 – Real tritt gemeinsam mit weiteren Unternehmen und den Spitzenverbänden von Handel und Textilindustrie dem Bündnis für nachhaltige Textilien bei, das die Bundesregierung 2014 ins Leben gerufen hatte. Ziel der Kooperationspartner ist es, die Sozial- und Umweltstandards in der textilen Produktions- und Lieferkette zu verbessern.

Verkauf von Galeria Kaufhof

15.06.2015 – Die kanadische Hudson's Bay Company (HBC) und die METRO GROUP treffen eine Vereinbarung zum Verkauf von Galeria Kaufhof. Danach erwirbt HBC das deutsche und belgische Warenhausgeschäft zu einem Transaktionswert von 2.825 Mio. €, inklusive der Übernahme verschiedener Verbindlichkeiten. Ausschlaggebend für das Zustandekommen des Geschäfts waren außer dem Verkaufspreis und der soliden Finanzierung auch die verbindliche Zusage der HBC, die rund 21.000 Beschäftigten von Galeria Kaufhof zu übernehmen. Die Transaktion wurde im September 2015 abgeschlossen.

Veränderungen im Vorstand

15.06.2015 – Pieter C. Boone wird zum 1. Juli 2015 neues Mitglied im Vorstand der METRO AG. Seine Bestellung läuft bis zum 30. Juni 2018. Er wird gleichzeitig Vorsitzender der Geschäftsführung von METRO Cash & Carry. Bis zum Ende des Geschäftsjahres am 30. September 2015 teilt er sich diese Aufgabe mit Olaf Koch, um einen reibungslosen Übergang zu gewährleisten. Olaf Koch wird sich danach wieder verstärkt auf seine Rolle als Vorstandsvorsitzender der METRO AG konzentrieren.

Auszeichnung für Tierschutzengagement

16.06.2015 – Die britische Tierschutzorganisation „Compassion in World Farming“ honoriert das Engagement von Real mit zwei Auszeichnungen: Die Vertriebslinie erhält die „Good Rabbit Commendation“ für die Umsetzung einer Lieferantenzusatzvereinbarung für die Kaninchenhaltung. Mit dem „Good Egg Award“ wird Real geehrt, weil mehr als 80 Prozent der Eigenmarkenprodukte mit relevantem Eigehalt mit Eiern aus alternativen Haltungsformen hergestellt werden.

Q4 2014/15

Immobilientransaktion abgeschlossen

22.07.2015 – Das Gemeinschaftsunternehmen Carlton Investment erwirbt 60 Prozent an einem Immobilienportfolio von METRO PROPERTIES, das zehn Real SB-Warenhäuser umfasst. Die Immobilientochter der METRO GROUP bleibt mit 40 Prozent beteiligt. Gemeinsam wollen die Partner den Wert der Standorte durch Um- und Ausbaumaßnahmen sukzessive steigern.

Media-Saturn bündelt Digitalangebot

03.08.2015 – Unter der Marke JUKE, die bisher nur den 2011 gestarteten Musikstreamingdienst umfasste, bündelt Media-Saturn künftig sein umfassendes Angebot an Musik, Filmen und Serien, E-Books, PC-Spielen und Software. Die Vertriebslinie bietet ihren Kunden in Deutschland hiermit ein neues digitales Entertainmentportal. Kunden haben die Möglichkeit, ein Streamingabonnement für Musik abzuschließen oder einzelne Medien zu kaufen beziehungsweise auszuleihen. JUKE ist auf gängigen Endgeräten verfügbar, etwa Smartphones mit dem Android- oder iOS-Betriebssystem.

Übernahme der Classic Fine Foods Group

06.08.2015 – Die METRO GROUP erwirbt die Classic Fine Foods Group (CFF) mit Hauptsitz in Singapur. Das Unternehmen beliefert Premiumhotels, -restaurants und -cateringunternehmen mit hochwertigen Lebensmitteln. Mit dem Zukauf stärkt die METRO GROUP die Kompetenz und das Know-how von METRO Cash & Carry auf dem Gebiet der Lebensmittel-direktbelieferung. CFF ist in insgesamt 25 überwiegend asiatischen Großstädten in 14 Ländern vertreten. Ziel ist es, das Belieferungsgeschäft von CFF auf ausgewählte europäische Märkte auszuweiten, in denen METRO Cash & Carry bereits vertreten ist.

Media-Saturn erweitert Serviceportfolio

14.08.2015 – Media-Saturn übernimmt einen 90-Prozent-Anteil am Reparatur- und Servicedienstleister RTS. Das Leistungsangebot des Unternehmens umfasst unter anderem die Installation, Inspektion, Wartung und Reparatur von Elektronikprodukten wie Haushaltsgeräten, Smartphones oder Fernsehern. Mit der Übernahme kann Media-Saturn sein Angebot an Dienstleistungen für Verbraucher ausweiten. Das Closing erfolgt im Oktober 2015.

Veränderung im Aufsichtsrat II

05.09.2015 – Jürgen B. Steinemann wird als Nachfolger von Dr. Wulf H. Bernotat gerichtlich als Mitglied des Aufsichtsrats bestellt. Im Rahmen einer Nachfolgeplanung hat sich der Aufsichtsratsvorsitzende Franz Markus Haniel entschieden, sein Amt nach der Hauptversammlung im Februar 2016 abzugeben. Als sein Nachfolger soll Jürgen B. Steinemann vorgeschlagen werden.

Strategische Partnerschaft mit Alibaba

08.09.2015 – Chinesische Verbraucher haben künftig die Möglichkeit, deutsche Markenprodukte und Eigenmarkenartikel von Vertriebslinien der METRO GROUP online über die Plattform Tmall zu kaufen. Das Handelsunternehmen hat dazu eine strategische Kooperation mit der Alibaba Group getroffen, dem führenden Online- und Mobile-Commerce-Unternehmen in China. Die Partner arbeiten darüber hinaus in der länderübergreifenden Logistik zusammen, um ein ausreichendes Angebot deutscher Produkte in China sicherzustellen.

Branchenprimus in den Nachhaltigkeitsindizes

16.09.2015 – Die METRO GROUP hat sich 2015 erneut für die weltweite Spitzengruppe der nachhaltig wirtschaftenden Handelsunternehmen qualifiziert und ist sowohl im weltweiten Nachhaltigkeitsindex Dow Jones Sustainability World (DJSI World) als auch im europäischen Index (DJSI Europe) gelistet. Zudem ist die METRO GROUP erstmals in ihrer Geschichte das beste Unternehmen im Handelssektor und wurde als Industry Leader in der Kategorie Food & Staples Retailing ernannt.

METRO GROUP modernisiert Logistiknetzwerk

18.09.2015 – Der Handelskonzern investiert einen hohen zweistelligen Millionen-Euro-Betrag in ein neues deutschlandweites Logistiknetzwerk. Künftig sollen die Logistikleistungen von einem erweiterten und drei neuen Logistikcentern anstatt wie bisher von sieben Standorten erbracht werden. Ziel ist, durch die stärkere Zentralisierung der Warenströme die Produktverfügbarkeit und -qualität für die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real zu erhöhen und insgesamt ein größeres Volumen abzuwickeln. Die neuen Standorte sollen bis Mitte 2018 in das Netzwerk integriert werden.

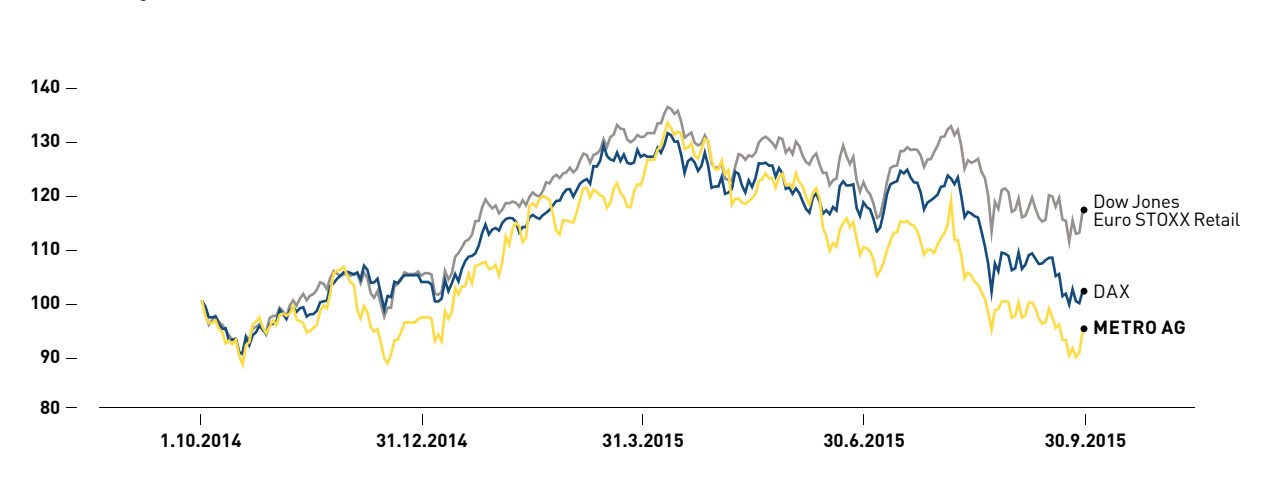
METRO-AKTIE

Nach einer im Jahresverlauf sehr positiven Entwicklung schloss die METRO-Aktie das Geschäftsjahr 2014/15 mit einem Kursrückgang ab. Der Kurs der Stammaktie fiel um 5,3 Prozent auf 24,69 €. Der Branchenindex Dow Jones Euro STOXX Retail entwickelte sich dagegen sehr positiv und gewann 16,7 Prozent. Dies ist insbesondere auf die Kursentwicklung der Unternehmen mit Schwerpunkt Nichtlebensmittel zurückzuführen. Der Deutsche Aktienindex (DAX), der im Berichtsjahr neue historische Höchststände erklimmen konnte, legte um 2,0 Prozent zu.

Zu Beginn des Geschäftsjahres 2014/15 entwickelte sich die METRO-Stammaktie zunächst rückläufig, parallel zum DAX sowie zum Branchenindex Dow Jones Euro STOXX Retail. Die METRO-Aktie erreichte dabei am 16. Oktober 2014 mit 23,06 € den tiefsten Kurs im Geschäftsjahr 2014/15. Anschließend kam es Anfang November 2014 zu einer Erholung, analog zu den Indizes stieg der Kurs der METRO-Aktie wieder an. Die geopolitische Situation in Russland und der Ukraine, verbunden mit sich abschwächenden Währungen in diesen Ländern, resultierte Ende November 2014 in einer deutlichen Belastung der METRO-Aktie. Die positive Berichterstattung über das Geschäftsjahr 2013/14 und die Ankündigung einer attraktiven Dividende führten dann ab Mitte Dezember 2014 zu steigenden Kursen. Von Januar 2015 an entwickelte sich der Aktienkurs parallel zum DAX und zum Dow Jones Euro STOXX Retail kontinuierlich nach

oben. Die freundliche Entwicklung an den Börsen war insbesondere einem sich belebenden Wirtschaftswachstum in Europa sowie der Europäischen Zentralbank zu verdanken. Diese startete Anfang März 2015 ein sehr umfangreiches Anleihekaufprogramm in Höhe von 60 Mrd. € monatlich. Zudem profitierten viele exportorientierte europäische Unternehmen von einem stärker werdenden US-Dollar. In diesem positiven Umfeld erreichte die METRO-Aktie am 10. April 2015 mit 34,56 € ihren höchsten Kurs im Geschäftsjahr 2014/15. Im weiteren Verlauf des Aprils beeinflusste die Diskussion über den Grexit – einen möglichen Austritt Griechenlands aus dem Euro – die Entwicklung an den europäischen Börsen zumeist negativ. Dies führte zu einem deutlichen Rückgang der Indizes und niedrigeren Aktienkursen. Davon konnte sich auch die METRO-Aktie nicht lösen. Am 24. August 2015 kam es zu einem weltweiten Crash. Auslöser dieses „schwarzen Montags“ war der Wachstumsrückgang in China. Die folgenden Wochen waren von einer sehr hohen Volatilität geprägt. Im September 2015 führten Vorkommnisse bei einem großen deutschen Automobilhersteller zu einem starken Druck auf deutsche Aktien und zu Kursrückgängen auch außerhalb der betroffenen Branchen. Die Kursentwicklung der METRO-Stammaktie führte dabei in die Region des Jahrestiefstkurses, konnte sich dann aber zum Ende des Geschäftsjahres 2014/15 hin, als der Verkauf von Galeria Kaufhof vollzogen wurde, wieder erholen und erreichte einen Schlusskurs von 24,69 €.

Kursentwicklung der METRO-Aktie [%]



Performance-Vergleich der METRO-Stammaktie 2014/15 vs. DAX vs. Dow Jones Euro STOXX Retail

METRO GROUP	DAX	Dow Jones Euro STOXX Retail
-5,3 %	2,0 %	16,7 %

Quelle: Bloomberg

METRO-Aktie

				2013/14	2014/15
Schlusskurs	Stammaktie	€		26,08	24,69
	Vorzugsaktie	€		20,25	20,20
Höchstkurs	Stammaktie	€		37,28	34,56
	Vorzugsaktie	€		29,20	24,44
Tiefstkurs	Stammaktie	€		25,00	23,06
	Vorzugsaktie	€		20,09	19,31
Ausschüttung	Stammaktie	€		0,90	1,00 ¹
	Vorzugsaktie	€		1,13	1,06 ¹
Dividendenrendite auf Schlusskursbasis	Stammaktie	%		3,5	4,1 ¹
	Vorzugsaktie	%		5,6	5,2 ¹
Marktkapitalisierung (Mrd.)		€		8,5	8,1

¹ Vorbehaltlich 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	ME03 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. Am 30. September 2015 hielten sie nach den der METRO AG vorliegenden Informationen insgesamt 49,868 Prozent der Stimmrechte. Zum Ablauf des 31. Oktober 2014 wurde die zwischen den Gesellschafterstämmen Haniel und Schmidt-Ruthenbeck bestehende Stimmrechtsbündelung (Pooling) beendet.

Aufgrund der vorliegenden Informationen, insbesondere der Stimmrechtsmitteilungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG), ergibt sich bei den Stimmrechtsanteilen der drei Großaktionäre folgendes Bild: Größter Anteilseigner ist der Gesellschafterstamm Haniel. Dieser teilte der METRO AG am 12. Mai 2015 mit einer am 13. Mai 2015 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung mit, dass der Stimmrechtsanteil von zuvor 30,01 Prozent auf nunmehr 24,996 Prozent reduziert wurde. Zweitgrößter Anteilseigner ist der Gesellschafterstamm Schmidt-Ruthenbeck mit 15,772 Prozent und drittgrößter Anteilseigner der Gesellschafterstamm Beisheim, dem 9,100 Prozent der Stimmrechte zuzuordnen sind.

Zudem hat der Gesellschafterstamm Haniel mitgeteilt, dass dieser eine Umtauschanleihe mit einer Laufzeit bis Mai 2020 begeben hat. Ihr liegen rund 12 Millionen METRO-Aktien und damit rund 4 Prozent des Grundkapitals zugrunde. Bei voller Ausübung würde die Haniel-Beteiligung an der METRO AG in Zukunft weiter sinken.

Der Streubesitz der METRO AG in Höhe von 50,132 Prozent verteilt sich auf eine Vielzahl nationaler und internationaler Investoren. Aus den Stimmrechtsmitteilungen 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 Frankreich und Deutschland. Größter institutioneller Aktionär ist gemäß einer am

20. November 2012 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung weiterhin die Fondsgesellschaft Franklin Mutual Advisers, LLC mit einem Stimmrechtsanteil 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. Zudem hat Franklin Mutual Series Funds mit einer am 16. Juli 2015 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung einen Stimmrechtsanteil von 3,001 Prozent gemeldet. Die demnach unmittelbar von Franklin Mutual Series Funds gehaltenen 3,001 Prozent der Stimmrechte sind nach den der METRO AG vorliegenden Informationen in den gemäß der am 20. November 2012 veröffentlichten Stimmrechtsmitteilung von Franklin Mutual Advisers mittelbar gehalten 3,06 Prozent der Stimmrechte enthalten.

Insgesamt halten die zehn größten institutionellen Anleger rund 43 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 2015 betrug sie 8,1 Mrd. € gegenüber 8,5 Mrd. € im September 2014. Das Handelsvolumen der METRO-Aktie an der Frankfurter Börse lag im Berichtsjahr börsentäglich bei durchschnittlich rund 1,0 Millionen Aktien (2013/14: 1,1 Millionen). Ursache für den Rückgang ist, dass der Umsatz an der Börse Frankfurt generell gesunken ist und alternative Handelsplattformen weiterhin an Bedeutung gewinnen. Von der weniger liquiden Vorzugsaktie wurden börsentäglich rund 7.000 Aktien gehandelt (2013/14: 20.000 Aktien).

Die METRO AG gehört trotz einer Marktkapitalisierung von 8,1 Mrd. € nicht mehr zum Aktienindex DAX 30. Dies ist insbe-

sondere 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 2015 rund 4,1 Mrd. € (September 2014: 3,8 Mrd. €).

In der Indexrangliste der Deutschen Börse liegt die Aktie der METRO AG per Ende September 2015 bei der Marktkapitalisierung auf Rang 43 und beim Börsenumsatz auf Rang 32.

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

Nachdem der METRO AG im September 2014 nach mehrjähriger Pause der Wiederaufstieg in die Indizes Dow Jones Sustainability World und Dow Jones Sustainability Europe gelang, wurde die Zugehörigkeit im September 2015 bestätigt. Dabei konnte sich die METRO AG nochmals verbessern. Für 2015 wurde die METRO GROUP als bestes Unternehmen im Handelssektor in der Kategorie Food & Staples Retailing ausgezeichnet und zum Industry Group Leader ernannt. Zudem ist die METRO AG derzeit das einzige deutsche Unternehmen, das bei der Bewertung Branchensieger wurde.

Nach dem Aufstieg der METRO AG in den Nachhaltigkeitsindex FTSE4Good im Geschäftsjahr 2013/14 wurde die Mitgliedschaft im FTSE4Good Global und im FTSE4Good Europe im Geschäftsjahr 2014/15 bestätigt. Die beiden britischen Indizes umfassen Unternehmen, die sich durch gute Corporate Social Responsibility und Corporate Governance auszeichnen.

Die Zugehörigkeit zu den 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 und dies auch vom Kapitalmarkt honoriert wird.

Dividende und Dividendenpolitik

Die METRO GROUP beabsichtigt die Ausschüttung einer attraktiven Dividende. Aufgrund der verbesserten wirtschaftlichen Gesamtsituation der METRO GROUP wurde die Dividendenpolitik dahingehend geändert, dass die Bandbreite für die Ausschüttungsquote von bisher rund 40 bis 50 Prozent auf

rund 45 bis 55 Prozent des Ergebnisses je Aktie vor Sonderfaktoren angehoben wurde.

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG schlagen der Hauptversammlung der METRO AG am 19. Februar 2016 daher die Ausschüttung einer Dividende von 1,00 € je Stammaktie und von 1,06 € je Vorzugsaktie vor. Bezogen auf das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren in Höhe von 1,91 € je Stammaktie ergibt sich eine Ausschüttungsquote von 52,4 Prozent.

Auf Basis der Schlusskurse am 30. September 2015 errechnen sich folgende Dividendenrenditen: 4,1 Prozent für die Stammaktie und 5,2 Prozent für die Vorzugsaktie.

Analystenempfehlungen

Rund 35 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 ihrer Unternehmenswebsite. Zum Ende des Geschäftsjahres 2014/15 empfahlen 46 Prozent (30. September 2014: 45 Prozent) der Analysten den Kauf der METRO-Aktie; 42 Prozent (30. September 2014: 49 Prozent) stuften sie auf Halten und 12 Prozent (30. September 2014: 6 Prozent) sprachen eine Verkaufsempfehlung aus. Der Median der Kursziele ist gestiegen und lag Ende September 2015 bei 32,30 € im Vergleich zu 31,00 € am 30. September 2014.

Investor Relations

Während des gesamten Geschäftsjahres steht der Bereich Investor Relations allen Kapitalmarktteilnehmern für umfassende Informationen zur Verfügung. Er orientiert sich dabei an den Grundsätzen einer kundenorientierten 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 2014 erfolgte. Den Geschäftsbe-

richt mit der Gesamtentwicklung des Geschäftsjahres 2013/14 hat die METRO AG am 16. Dezember 2014 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz und einer Telefonkonferenz für Analysten und Investoren vorgestellt. Jeweils etwa einen Monat nach Quartalsende informierte die METRO AG den Kapitalmarkt in einer Telefonkonferenz über den vergangenen Berichtszeitraum. Die Konferenzen können online live verfolgt werden und stehen zusammen mit einer Präsentation auf den Investor-Relations-Seiten der METRO GROUP Website zur Verfügung. Die zugehörigen Berichte sind dort ebenfalls zugänglich. Über weitere relevante Ereignisse informiert der Bereich Investor Relations in der Rubrik Investor News.

Am 6. Mai 2015 fand in Berlin eine Veranstaltung für den Kapitalmarkt statt. Hier hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, sowohl im Rahmen von Präsentationen als auch bei Besuchen in den jeweiligen Unternehmensstandorten aller Vertriebslinien umfassende Informationen vom Management zu erhalten.

Für den direkten Dialog mit Aktionären, potenziellen Investoren und Analysten war der Bereich Investor Relations im Geschäftsjahr 2014/15 auf allen wichtigen Finanzmärkten in Europa und den USA präsent. 10 Konferenzen in New York, London, München, Berlin und Paris sowie 16 Roadshow-Tage in 7 Ländern unterstützten 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. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird immer stärker nachgefragt und so präsentierte sich die METRO GROUP Ende September 2015 vor einer Gruppe von nachhaltig orientierten Investoren. Die hohe Nachfrage nach Gesprächen und Besuchen belegt das große Interesse an der METRO GROUP.

Eine weitere bedeutende Aktionärsgruppe sind die 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 wurde im Geschäftsjahr 2014/15 umfassend modernisiert und aktualisiert und bietet unter anderem Erläuterungen zur Strategie und zur Geschäftsentwicklung, alle aktuellen Publikationen sowie ein Geschäftsberichtsarchiv, das bis zur Gründung der METRO AG im Jahr 1996 zurückreicht. Darüber hinaus besteht die Option, direkten Kontakt mit dem Bereich Investor Relations 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 den Anlegern vor Ort 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 – unter den führenden SB-Warenhaus-Betreibern in Deutschland,
- einer Präsenz in 30 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,
- einer deutlich verbesserten Nettoverschuldung,
- hoher Selbstfinanzierungskraft,
- einer im Sektorvergleich überdurchschnittlichen Kapitalrendite und
- einer attraktiven Dividendenausschüttung.

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

METRO GROUP IN ZAHLEN¹

Mio. €		2012/13 ^{2,3}	2013/14 ⁴	2014/15	Veränderung in %
Finanzkennzahlen					
Umsatzentwicklung flächenbereinigt	%	–1,3	0,1	1,5	–
Umsatzentwicklung portfolio- und währungsbereinigt	%	–1,4	1,3	2,0	–
Umsatz (netto)		65.679	59.937	59.219	–1,2
davon METRO Cash & Carry		31.165	30.513	29.690	–2,7
davon Media–Saturn		21.053	20.981	21.737	3,6
davon Real		10.366	8.432	7.735	–8,3
davon Galeria Kaufhof		3.082	0	0	–
EBITDA		3.133	2.228	2.177	–2,3
EBITDA vor Sonderfaktoren ⁵		3.230	2.509	2.458	–2,0
EBIT		1.688	1.077	711	–34,0
EBIT vor Sonderfaktoren ⁵		2.000	1.531	1.511	–1,3
davon METRO Cash & Carry ⁵		1.379 ⁶	1.125	1.050	–6,6
davon Media–Saturn ⁵		299	335	442	32,2
davon Real ⁵		145 ⁶	81	88	8,3
davon Galeria Kaufhof ⁵		229 ⁶	0	0	–
Ergebnis vor Steuern		1.048	536	259	–51,7
Ergebnis vor Steuern und vor Sonderfaktoren		1.429	1.060	1.067	0,7
Periodenergebnis ⁷		58	182	714	–
davon aus fortgeführten Aktivitäten		58	–3	–221	–
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		0	185	935	–
Periodenergebnis vor Sonderfaktoren ^{5, 7, 8}		481	600	625	4,1
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ^{7, 8}	€	–0,11	0,39	2,06	–
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren ^{5, 7, 8}	€	1,47	1,84	1,91	4,1
Dividende je Stammaktie	€	–	0,90	1,00⁹	11,1
Dividende je Vorzugsaktie	€	–	1,13 ¹⁰	1,06⁹	–6,2
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit ⁷		2.667	2.008	1.846	–8,1
Investitionen		1.175	1.001	1.411	41,0
Eigenkapitalquote ⁷	%	18,1	17,8 ¹¹	18,7	–
Nettoverschuldung ⁷		5.391	4.655	2.527	–45,7
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		272.867	233.584	226.895	–2,9
Standorte		2.221	2.063	2.068	0,2
Verkaufsfläche (1.000 m ²)		12.773	10.790	10.563	–2,1

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 Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

⁵ Die Sonderfaktoren werden für 2013/14 und 2014/15 auf den Seiten 114 und 115 dargestellt

⁶ Adjustierung aufgrund einer geänderten Darstellung im Geschäftsjahr 2013/14

⁷ Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

⁸ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

⁹ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

¹⁰ Die Dividende 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

¹¹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

MEHRJAHRESÜBERSICHT¹

		2009 ²	2010	2011	2012	2012/13 ³	2013/14	2014/15
Finanzkennzahlen								
Umsatz (netto)	Mio. €	65.529	67.258	65.926 ⁴	66.739	65.679	59.937	59.219
EBITDA	Mio. €	3.319 ^{5, 6}	3.726 ⁵	3.651 ⁵	3.296 ^{5, 7}	3.230 ⁵	2.509 ⁵	2.458⁵
EBIT	Mio. €	2.024 ⁵	2.415 ⁵	2.372 ⁵	1.979 ^{5, 7}	2.000 ⁵	1.531 ⁵	1.511⁵
EBIT-Marge	%	3,1 ⁵	3,6 ⁵	3,6 ⁵	3,0 ⁵	3,0 ⁵	2,6 ⁵	2,6⁵
Ergebnis vor Steuern	Mio. €	1.393 ⁵	1.834 ⁵	1.732 ⁵	1.436 ^{5, 7}	1.429 ⁵	1.060 ⁵	1.067⁵
Periodenergebnis ⁸	Mio. €	824 ⁵	1.139 ⁵	979 ⁵	730 ^{5, 7}	580 ⁵	673 ⁵	688⁵
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. €	824 ⁵	1.139 ⁵	979 ⁵	730 ^{5, 7}	580 ⁵	488 ⁵	549⁵
davon den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis ⁸	Mio. €	383	850	631	17	-35	127	672
Investitionen	Mio. €	1.517	1.683	2.095	1.437	1.175	1.001	1.411
Bilanzsumme ⁸	Mio. €	33.282	35.067	33.987	34.802 ⁷	28.811	28.156	27.656
Eigenkapital ⁸	Mio. €	5.992	6.460	6.437	5.666 ⁷	5.206	4.999	5.172
Eigenkapitalquote ⁸	%	18,0	18,4	18,9	16,3 ⁷	18,1	17,8 ⁷	18,7
Eigenkapitalrendite nach Steuern ⁸	%	13,8 ⁵	17,6 ⁵	15,2 ⁵	12,9 ^{5, 7}	11,1 ⁵	13,5 ⁵	13,3⁵
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ^{8, 10}	€	1,17	2,60	1,93	0,05 ⁷	-0,11	0,39	2,06
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€	1,17	2,60	1,93	0,05 ⁷	-0,11	-0,18	-0,80
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,57	2,86
Ausschüttung								
Dividende je Stammaktie	€	1,18	1,35	1,35	1,00	-	0,90	1,00¹¹
Dividende je Vorzugsaktie	€	1,298	1,485	1,485	1,06	-	1,13 ¹²	1,06¹¹
Operative Daten								
Mitarbeiter (Jahresdurchschnitt nach Köpfen)		286.329	283.280	280.856	278.811	272.867	233.584	226.895
Standorte		2.127	2.131	2.187 ¹³	2.243	2.221	2.063	2.068
Verkaufsfläche (1.000 m ²)		12.629	12.771	12.954	13.003	12.773	10.790	10.563

¹ Nur fortgeführte Aktivitäten (nicht fortgeführte Aktivitäten: 2009 Adler, 2013/14 und 2014/15 Galeria Kaufhof Gruppe)

² Adjustierung aufgrund geänderter Ausweise im Geschäftsjahr 2010

³ Ungeprüft

⁴ Adjustierung aufgrund eines geänderten Ausweises im Geschäftsjahr 2012

⁵ Vor Sonderfaktoren; die Sonderfaktoren werden für 2013/14 und 2014/15 auf den Seiten 114 und 115 dargestellt

⁶ 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

⁷ Adjustierung aufgrund eines geänderten IFRS im Rumpfgeschäftsjahr 2013

⁸ Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

⁹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

¹⁰ Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

¹¹ Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

¹² Die Dividende 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 Inklusive der Einbeziehung der 2009 und 2010 eröffneten METRO Cash & Carry Satellitenstandorte (insgesamt 14)