



WWW.METRO
GROUP.DE/
OPEN—
MINDED

○ ○ ○

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

¹Rundungsdifferenzen möglich

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

³Ungeprüft

⁴Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

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

⁶Adjustierung aufgrund einer geänderten Darstellung im Geschäftsjahr 2013/14

⁷Einschließlich nicht fortgeführter Aktivitäten

⁸Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

⁹Vorbehaltlich des Hauptversammlungsbeschlusses

¹⁰Die 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

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

INHALT

5

→ AN UNSERE AKTIONÄRE

- 7 Brief an die Aktionäre
- 10 Der Vorstand
- 16 Rückblick
- 21 METRO-Aktie

27

→ CORPORATE GOVERNANCE

- 29 Bericht des Aufsichtsrats
- 39 Corporate-Governance-Bericht

45

→ ZIELE UND STRATEGIE

53

→ ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT

- 55 Überblick über das Geschäfts-
jahr 2014/15 und Prognose
- 56 Grundlagen des Konzerns
- 91 Wirtschaftsbericht
- 116 Nachtrags- und Prognosebericht
- 121 Risiko- und Chancenbericht
- 139 Vergütungsbericht
- 153 Angaben gemäß § 315 Abs. 4
und § 289 Abs. 4 HGB
sowie erläuternder Bericht
des Vorstands
- 160 Ergänzende Angaben für die
METRO AG (gemäß HGB)

165

→ KONZERN- ABSCHLUSS

- 168 Gewinn- und Verlustrechnung
- 169 Überleitung vom Perioden-
ergebnis zum Gesamtergebnis
- 170 Bilanz
- 172 Eigenkapitalentwicklung
- 174 Kapitalflussrechnung

175 ANHANG

- 309 Versicherung der gesetzlichen
Vertreter
- 310 Bestätigungsvermerk des
Abschlussprüfers

311

→ SERVICE

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.

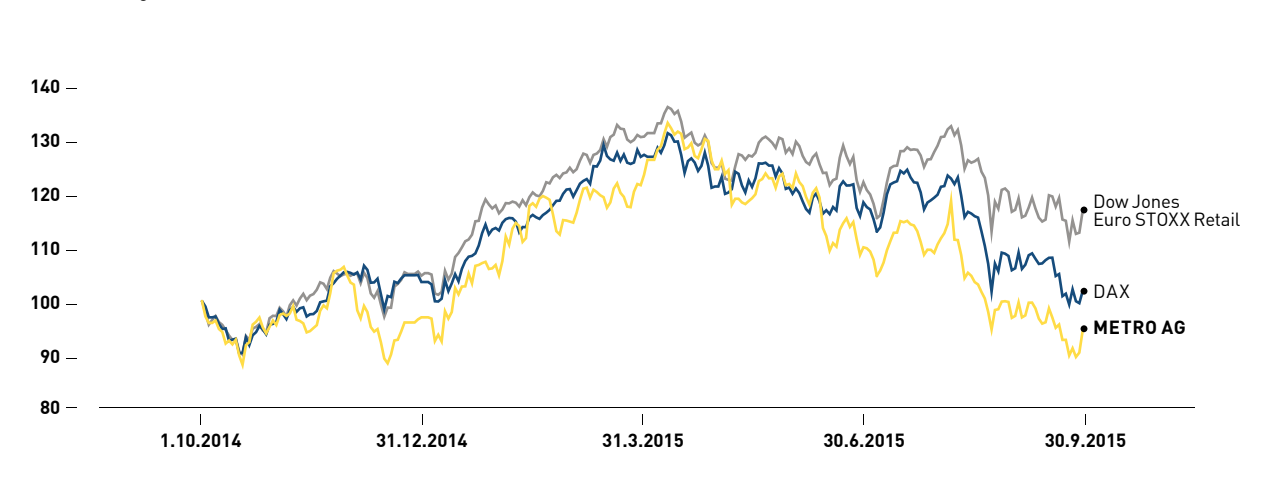
METRO-AKTIE

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

CORPORATE GOVERNANCE



BERICHT DES AUFSICHTSRATS

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

.....
Düsseldorf,
9. Dezember 2015

die METRO GROUP hat im Geschäftsjahr 2014/15 ihre Ziele erreicht. Der flächenbereinigte Umsatz wurde im Vergleich zum Vorjahr um 1,5 Prozent gesteigert. Das Kerngeschäft des Konzerns entwickelte sich – trotz eines weiterhin herausfordernden geopolitischen und konjunkturellen Umfelds – wieder positiver und die Bilanz wurde weiter gestärkt. Das EBIT vor Sonderfaktoren zeigte wechselkursbereinigt eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr in Höhe von 4,7 Prozent und entspricht damit vollständig der kommunizierten Erwartung. Der erfolgreiche Verkauf von Galeria Kaufhof hat dem Konzern finanzielle Mittel für ergänzende und stärkende Akquisitionen wie auch für die Fortsetzung der Entschuldung verschafft. Das Geschäft in den strategischen Wachstumsfeldern Onlinehandel und Belieferung konnte deutlich ausgebaut werden. Dadurch wurden die Marktposition sowie die Kundenrelevanz in vielen Ländern gestärkt.

Die erzielten Erfolge sind die Früchte der Strategie, die vom Vorstand konsequent umgesetzt wurde und die wir – der Aufsichtsrat der METRO AG – aktiv unterstützen. Wir haben insbesondere die Portfolioveränderungen im Berichtszeitraum intensiv begleitet und den Vorschlägen des Vorstands hierzu zugestimmt.

Den Mitgliedern des Vorstands sowie den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Konzerns sagen wir Dank für ihre unternehmerische Entschlossenheit und ihren großartigen Einsatz. Ihre Tatkraft ist der Motor der METRO GROUP.

Beratung und Überwachung der Geschäftsführung

Auch im Geschäftsjahr 2014/15 nahm der Aufsichtsrat die Aufgaben wahr, die ihm nach Gesetz und Satzung obliegen. Wir haben den Vorstand bei der Leitung der METRO AG und des Konzerns ausführlich beraten und die Geschäftsführung kontinuierlich überwacht. Der Vorstand ist seinen Informationspflichten nachgekommen und hat uns regelmäßig, zeitnah und umfassend in schriftlicher und mündlicher Form über alle wesentlichen Entwicklungen der METRO GROUP unterrichtet. Die Berichterstattung des Vorstands beinhaltete insbesondere grundsätzliche Fragen der Unternehmensplanung, die Rentabilität des Unternehmens, die laufende Geschäftsentwicklung sowie Geschäfte von erheblicher Bedeutung. Der Aufsichtsrat hat alle ihm unterbreiteten Berichte und Unterlagen im gebotenen Maß erörtert und geprüft. Es gab keine Zweifel an der Recht-, Zweck- und Ordnungsmäßigkeit der Vorstandstätigkeit. Zu einzelnen Geschäftsvorfällen haben wir unsere Zustimmung erteilt, soweit dies nach Gesetz, Satzung oder selbst getroffenen Regelungen notwendig war. Vom Einsichts- und Prüfungsrecht des Aufsichtsrats nach § 111 Abs. 2 Satz 1 und 2 Aktiengesetz (AktG) haben wir nicht Gebrauch gemacht, da es keine klärungsbedürftigen Sachverhalte gab.

**FRANZ M. HANIEL**

Vorsitzender des Aufsichtsrats

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

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

Im Geschäftsjahr 2014/15 fanden elf Aufsichtsratssitzungen statt, wovon fünf außerordentlich einberufen worden waren. Drei Beschlussfassungen des Aufsichtsrats erfolgten außerhalb einer Sitzung. In meiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender stand ich fortwährend in engem Kontakt mit dem Vorsitzenden des Vorstands und habe mit ihm bedeutende Geschäftsvorfälle und anstehende Entscheidungen in regelmäßigen Einzelgesprächen erörtert.

Der Deutsche Corporate Governance Kodex empfiehlt einen Vermerk in diesem Bericht, falls ein Mitglied des Aufsichtsrats in einem Geschäftsjahr nur an der Hälfte der Sitzungen des Aufsichtsrats und der Ausschüsse, denen er angehört, oder weniger teilgenommen hat. Herr Jürgen B. Steinemann trat erst im September 2015 durch gerichtliche Bestellung in den Aufsichtsrat der METRO AG ein. Aus diesem Grund war es ihm unmöglich, als Aufsichtsratsmitglied im Berichtszeitraum an mehr als einer Sitzung teilzunehmen. Aufgrund der kurzfristigen Anberaumung eines Sitzungstermins konnte zudem Herr Jürgen Fitschen nur an einer von zwei Sitzungen des Nominierungsausschusses teilnehmen.

Im Geschäftsjahr 2014/15 haben drei Mitglieder des Aufsichtsrats das Gremium über mögliche beziehungsweise bestehende Interessenkonflikte informiert. Herr Andreas Herwarth kann als Mitarbeiter der METRO AG im Einzelfall mittelbar von Vergütungsentscheidungen des Aufsichtsrats betroffen sein, die der Vorstand für seine Mitarbeiter nachführt. Um einem Interessenkonflikt vorzubeugen, enthielt sich Herr Herwarth aus diesem Grund bei der Abstimmung des Aufsichtsrats über die einjährige erfolgsabhängige Vorstandsvergütung (nachfolgend: Short-Term Incentive) für das Geschäftsjahr 2013/14 der Stimme. Die Herren Theo de Raad und Peter Küpfer informierten den Aufsichtsrat darüber, dass sie Beziehungen zu einem Gesellschafter der RTS-Unternehmensgruppe unterhalten, die durch die METRO GROUP im Geschäftsjahr 2014/15 übernommen wurde. Die Akquisition bedurfte der Zustimmung des Aufsichtsrats. Herr de Raad und Herr Küpfer entschieden, an der Beratung des Gremiums über die Akquisition nicht teilzunehmen.

Im Weiteren enthielt sich Herr de Raad im Rahmen der Abstimmung des Aufsichtsrats der Stimme; Herr Küpfer nahm an der Abstimmung nicht teil.

Wesentliche Inhalte der Aufsichtsratssitzungen und -beschlüsse im Jahresüberblick

November 2014 – In der ersten Sitzung des Geschäftsjahres 2014/15 erörterten wir das Short-Term Incentive für das Geschäftsjahr 2013/14 und fassten Beschlüsse zur Bestimmung seiner Höhe. Hierzu zählte auch die Festlegung der persönlichen Leistungsfaktoren für jedes Vorstandsmitglied, die nach Ermessen des Aufsichtsrats erfolgte. Durch die Leistungsfaktoren kann der Aufsichtsrat die Auszahlungssumme des anhand finanzieller Erfolgsziele ermittelten Short-Term Incentive für jedes Vorstandsmitglied individuell um bis zu 30 Prozent reduzieren oder erhöhen. Weitere Themen der Aufsichtsratssitzung waren kartellrechtliche Verfahren, die Beauftragung eines unabhängigen Beraters mit der Überprüfung und Weiterentwicklung des Vorstandsvergütungssystems sowie die Nachfolgeplanung für den Aufsichtsrat. Ferner erhielt der Aufsichtsrat Informationen über die zum damaligen Zeitpunkt geplante Veräußerung des METRO Cash & Carry Geschäfts in Griechenland. Er befasste sich mit dieser Transaktion zusätzlich in einem schriftlichen Verfahren sowie in einer weiteren, telefonischen Gremiensitzung. Die abschließende Entscheidungszuständigkeit übertrug der Aufsichtsrat an das Aufsichtsratspräsidium.

Dezember 2014 – Routinemäßige Schwerpunkte unserer Bilanzsitzung am 10. Dezember 2014 waren der Jahres- und Konzernabschluss des Geschäftsjahres 2013/14, der zusammengefasste Lagebericht der METRO AG und des Konzerns 2013/14, der Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2015 für die Verwendung des Bilanzgewinns sowie der Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen 2013/14. An der Erörterung nahm der Abschlussprüfer teil, er berichtete über die wesentlichen Ergebnisse der durchgeführten Prüfungen. Ein zusätzlicher Schwerpunkt der Sitzung war die Beschlussfassung über eine Änderung des Systems zur Vergütung der Vorstandsmitglieder. In diesem Zusammenhang war auch eine neue Entsprechenserklärung zu den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex gemäß § 161 AktG abzugeben. Das angepasste Vergütungssystem wurde im Februar 2015 der Hauptversammlung vorgestellt und von dieser mit sehr großer Mehrheit gebilligt (99,60 Prozent). Weitere wesentliche Themen der Aufsichtsratssitzung im Dezember 2014 waren der Bericht des Aufsichtsrats und der Corporate-Governance-Bericht für das Geschäftsjahr 2013/14, die Vorbereitung der Hauptversammlung 2015, die aktuelle Entwicklung des Geschäfts, die Arbeit des Nachhaltigkeitsrats der METRO GROUP und rechtliche Themen. Wir stimmten einem Immobilienprojekt zu und erhielten Informationen über die politische und wirtschaftliche Entwicklung in Russland. Vorbehaltlich der Prüferwahl durch die Hauptversammlung 2015 beschlossen wir die Prüfungsaufträge für den Jahres- und Konzernabschluss, den zusammengefassten Lagebericht sowie den Abhängigkeitsbericht für das am 30. September 2015 endende Geschäftsjahr. Ebenfalls vorbehaltlich der Prüferwahl verabschiedeten wir schließlich auch bereits den Auftrag für die prüferische Durchsicht des verkürzten Konzernzwischenabschlusses zum 31. März 2015 und des Konzernzwischenlageberichts für den Zeitraum vom 1. Oktober 2014 bis zum 31. März 2015.

Januar 2015 – Außerhalb einer Sitzung fasste der Aufsichtsrat Beschlüsse zur Vorbereitung der Aufsichtsratswahlen durch die Hauptversammlung 2016.

Februar 2015 – In einer Sitzung unmittelbar vor Beginn der Hauptversammlung am 20. Februar 2015 informierte der Vorstand über die aktuelle Geschäftsentwicklung, den Status eines internationalen Projekts sowie die erfolgte Prüfung von OTC-Derivatekontrakten gemäß § 20 des Wertpapierhandelsgesetzes. Vorsorglich fasste der Aufsichtsrat einen Beschluss über die Bevollmächtigung einer Rechtsanwaltssozietät, insbesondere im Zusammenhang mit etwaigen Anfechtungs- und/oder Nichtigkeitsklagen gegen Beschlüsse der Hauptversammlung 2015.

Mai 2015 – Im Fokus der Beratungen einer ersten Sitzung im Mai 2015 stand zunächst ein neues Führungsmodell (New Operating Model) für METRO Cash & Carry, das den Unternehmergeist in der Organisation fördern soll. Hierzu wird den Landesgesellschaften mehr operative Verantwortung sowie mehr Gestaltungsfreiheit eingeräumt. Kundengruppenspezifische Maßnahmen (zum Beispiel für die Gruppe Hotels, Restaurants and Caterer oder Trader) werden im Rahmen des Modells länderübergreifend koordiniert. Ein weiteres Schwerpunktthema waren Personalangelegenheiten des Vorstands. Wir beschlossen die erneute Bestellung von Herrn Pieter Haas und die erstmalige Bestellung von Herrn Pieter C. Boone zu Mitgliedern des Vorstands der METRO AG sowie den Abschluss ihrer Dienstverträge. Zudem bestätigten wir die Entsendung von Herrn Haas in die Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH und seine vorübergehende Entbindung von über Media-Saturn hinausgehenden Zuständigkeiten im Vorstand der METRO AG. Vor dem Hintergrund der Erweiterung des Vorstands passten wir auch den Geschäftsverteilungsplan für den Vorstand an. Zudem informierte der Vorstand in der Sitzung über die aktuelle Geschäftsentwicklung, Veränderungen in der Aktionärsstruktur und laufende Projekte. Ferner befassten wir uns mit kartellrechtlichen Themen.

Unter Beteiligung von Führungskräften der Vertriebslinien des Konzerns diskutierten der Vorstand und der Aufsichtsrat in einer zweiten Sitzung im Mai 2015 die Konzernstrategie. Im Einzelnen wurden das strategische Zielbild, der Status quo und die weiteren Herausforderungen für METRO Cash & Carry, Media-Saturn, Real und Galeria Kaufhof erörtert. Darüber hinaus befassten wir uns auch mit makroökonomischen Rahmenbedingungen, der Personalstrategie sowie den Implikationen der Konzernstrategie für den Budgetrahmen nachfolgender Geschäftsjahre. Schließlich fasste der Aufsichtsrat Beschluss über eine personelle Angelegenheit des Vorstands.

Juni 2015 – Im Berichtsjahr fanden zwei außerplanmäßige Sitzungen im Juni statt. In der ersten Sitzung informierte uns der Vorstand ausführlich über den Stand sich verdichtender Chancen für eine Veräußerung von Galeria Kaufhof. Eingehend befassten wir uns mit den vorliegenden, zu diesem Zeitpunkt noch nicht finalen Angeboten und den möglichen Auswirkungen eines Verkaufs, prüften jeweils die voraussichtliche Transaktionssicherheit und erörterten das Zukunftskonzept der Interessenten für die Fortführung des Warenhauses. Vertieft diskutierten wir gemeinsam mit dem Vorstand die durch die METRO AG zu stellenden Anforderungen an ein hinreichend attraktives Verkaufsangebot. In einer zweiten, telefonischen Sitzung im Juni bewerteten wir sodann den fortgeschrittenen Verhandlungsstatus. Die Angebote der Interessenten wurden hinsichtlich ihrer Chancen und Risiken abschließend intensiv geprüft, unter anderem darauf, ob die Interessenten eine verbindliche Finanzierung für ihr Angebot nachweisen konnten. Im Ergebnis beschlossen wir, dem vom Vorstand vorgeschlagenen Verkauf von Galeria Kaufhof an die Hudson's Bay Company zuzustimmen. Die Transaktion entsprach den strategischen und finanziellen Prioritäten der METRO AG und ermöglicht eine Fokussierung der finanziellen Ressourcen und des Managements der METRO GROUP auf das Kerngeschäft. Das Angebot der Hudson's Bay Company war nach der Bewertung des Aufsichtsrats hinreichend attraktiv. Ferner hatte der Erwerber eine überzeugende Strategie für die weitere Entwicklung von Galeria Kaufhof vorgelegt.

Juli 2015 – In einer telefonischen Sitzung befassten wir uns mit der bereits 2014 beschlossenen Veräußerung der Geschäftsaktivitäten von METRO Cash & Carry in Vietnam und stimmten zur Beschleunigung des Vollzugs der Transaktion dem Abschluss eines Vertrags zu. Mittels einer Beschlussfassung außerhalb einer Sitzung stimmten wir im Juli überdies dem Verkauf eines Immobilienportfolios zu.

August 2015 – Die Schwerpunkte unserer Sitzung im August bildeten zwei Akquisitionen. Wir stimmten zunächst dem Erwerb der RTS-Unternehmensgruppe zu, die Media-Saturn eine Ausweitung ihrer Serviceleistungen ermöglicht. Ferner stimmten wir der Übernahme eines führenden asiatischen Premiumlebensmittel-Lieferanten (Classic Fine Foods Group) zu. Diese zweite Akquisition stärkt die Großhandelssparte der METRO GROUP mit speziellen Kompetenzen und Expertise im strategisch bedeutenden Belieferungsgeschäft. Weitere Themen der Aufsichtsratssitzung waren die Geschäftsentwicklung, der Status quo laufender Projekte sowie eine Information über die D&O-Versicherung der Gesellschaft. Der Aufsichtsrat verabschiedete eine Aktualisierung der von ihm gesetzten Dienstwagenrichtlinie für die Mitglieder des Vorstands und erörterte verschiedene Corporate-Governance-Themen. Hierzu zählten neue und kommende regulative Anforderungen mit Bezug zur Arbeit des Aufsichtsrats, die Nachfolgeplanung für den Aufsichtsrat und die Umsetzung neuer Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. In diesem Zusammenhang wurde auch eine Bestimmung in der Geschäftsordnung des Vorstands angepasst.

September 2015 – In der letzten Sitzung des Geschäftsjahres 2014/15 stimmten wir der durch den Vorstand vorgelegten Budgetplanung zu. Weitere Beschlüsse betrafen Erfolgsziele für die Short-Term Incentives 2015/16 der Mitglieder des Vorstands, die Umsetzung von Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, die Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sowie die Zielsetzung des Aufsichtsrats für die Besetzung des Vorstands nach Maßgabe der neuen gesetzlichen Regelungen für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen. Die Vertreter der Anteilseigner und der Arbeitnehmer beschlossen jeweils, die nach dem Gesetz ab 2016 für den Aufsichtsrat der METRO AG geltende Geschlechterquote in Höhe von 30 Prozent jeweils getrennt erfüllen zu wollen. Der Aufsichtsrat befasste sich ferner detailliert mit den Governance-Funktionen im Konzern (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance). Herrn Jürgen Fitschen, Mitglied des Aufsichtsrats seit 2008, wählten wir zum Mitglied des Aufsichtsratspräsidiums und des Personalausschusses des Aufsichtsrats. Der Vorstand berichtete über die aktuelle Geschäftsentwicklung, den Stand des Verkaufsvollzugs betreffend Galeria Kaufhof sowie die Initiativen der METRO GROUP im Bereich Nachhaltigkeit. Weitere Themen betrafen die Vorbereitung der Hauptversammlung 2016. Unter anderem regte ich in meiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender eine Diskussion über die Frage an, ob der Hauptversammlung 2016 eine Erhöhung der Aufsichtsratsvergütung vorgeschlagen werden soll.

Die Arbeit der Ausschüsse

Zur effizienten Wahrnehmung seiner Aufgaben hat der Aufsichtsrat fünf Ausschüsse gebildet: Aufsichtsratspräsidium, Personalausschuss, Bilanz- und Prüfungsausschuss, Nominierungsausschuss sowie Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG. Die Ausschüsse bereiten Beschlüsse und Erörterungen des Aufsichtsrats vor. Darüber hinaus wurden innerhalb des gesetzlichen Rahmens Entscheidungszuständigkeiten auf einzelne Ausschüsse übertragen. Eine detaillierte Beschreibung der Arbeitsweise der Ausschüsse ist in der jährlichen Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB enthalten. Sie ist auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance abrufbar. Den Vorsitz in allen

Ausschüssen mit Ausnahme des Bilanz- und Prüfungsausschusses führe ich als Aufsichtsratsvorsitzender. Über die Inhalte und Ergebnisse der Ausschusssitzungen wird im Aufsichtsrat jeweils zeitnah berichtet. Derzeit setzen sich die Ausschüsse des Aufsichtsrats wie folgt zusammen:

- **Aufsichtsratspräsidium:**
Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender), Jürgen Fitschen, Xaver Schiller
- **Personalausschuss:**
Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender), Jürgen Fitschen, Xaver Schiller
- **Bilanz- und Prüfungsausschuss:**
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),
Dr. Florian Funck, Andreas Herwarth, Rainer Kuschewski, Dr. Fredy Raas
- **Nominierungsausschuss:**
Franz M. Haniel (Vorsitzender), Jürgen Fitschen, Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler
- **Vermittlungsausschuss gemäß § 27 Abs. 3 MitbestG:**
Franz M. Haniel (Vorsitzender), Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender),
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler, Xaver Schiller

Stand: 9. Dezember 2015

Bilanz- und Prüfungsausschuss – Die Aufgaben des Bilanz- und Prüfungsausschusses umfassen vor allem Fragen der Rechnungslegung und Abschlussprüfung sowie die Überwachung der Governance-Funktionen (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance). Im Geschäftsjahr 2014/15 fanden fünf Sitzungen statt. Der Vorsitzende des Vorstands und der Finanzvorstand nahmen an allen Sitzungen teil. Zu ausgewählten Tagesordnungspunkten wurden der Arbeitsdirektor, der Abschlussprüfer sowie Führungskräfte der zuständigen Fachbereiche der METRO AG hinzugezogen.

Der Bilanz- und Prüfungsausschuss bereitete die Bilanzsitzung des Aufsichtsrats im Dezember 2014 vor und prüfte den Jahres- und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013/14, den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns 2013/14 sowie den Bericht des Vorstands über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen. In Anwesenheit des Abschlussprüfers erörterte das Gremium ferner die Ergebnisse der Abschlussprüfungen. Auf dieser Grundlage sprach der Bilanz- und Prüfungsausschuss nach eingehender Erörterung konkrete Beschlussempfehlungen an den Aufsichtsrat aus; dazu zählte insbesondere, den Jahres- und Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013/14 zu billigen und sich dem Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2015 für die Verwendung des Bilanzgewinns anzuschließen.

Ein weiterer Schwerpunkt der Ausschussarbeit war es, die Wahl des Abschlussprüfers für das Geschäftsjahr 2014/15 durch die Hauptversammlung und die zur Umsetzung des Wahlbeschlusses durch den Aufsichtsrat zu erteilenden Prüfungsaufträge vorzubereiten.

Jeweils vor der Veröffentlichung erörterten die Mitglieder des Bilanz- und Prüfungsausschusses die Quartalsfinanzberichte sowie den Halbjahresfinanzbericht des Geschäftsjahres 2014/15. Weitere Themen der Ausschussarbeit waren die Prüfungsplanung des gewählten Abschlussprüfers, die Governance-Funktionen im

Konzern (internes Kontrollsystem, Risikomanagementsystem, interne Revision und Compliance) und die Budgetplanung des Vorstands. Aufbauend auf der Budgetplanung unterstützte der Bilanz- und Prüfungsausschuss den Personalausschuss des Aufsichtsrats bei der Entwicklung eines Vorschlags für die Festlegung von kennzahlenbasierten Erfolgszielen für die variable Vorstandsvergütung 2015/16. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss informierte sich ferner über die Weiterentwicklung internationaler Rechnungslegungsstandards, eine erfolgte Prüfung von OTC-Derivatekontrakten gemäß § 20 des Wertpapierhandelsgesetzes sowie den Verlauf einer Stichprobenprüfung der Deutschen Prüfstelle für Rechnungslegung, die im Ergebnis ohne Fehlerfeststellung blieb. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss befasste sich darüber hinaus mit der Sicht des Kapitalmarkts auf die METRO AG, der Konzernsteuerplanung, der Verrechnung von konzern-internen Leistungen sowie der Vergabe von Spenden und ließ sich über wesentliche Projekte und rechtliche Themen berichten. Zu den rechtlichen Themen zählten beispielsweise die Umsetzung der EU-Abschlussprüferreform in Deutschland sowie die Steuerung und der Sachstand von Kartellverfahren in der METRO GROUP.

Personalausschuss – Der Personalausschuss befasst sich im Wesentlichen mit den Personalangelegenheiten des Vorstands. Im Geschäftsjahr 2014/15 fanden neun Ausschusssitzungen statt. Davon waren vier außerordentlich einberufen worden; drei Sitzungen fanden gemeinsam mit dem Aufsichtsratspräsidium statt. Im Berichtszeitraum befasste sich der Personalausschuss intensiv mit der Ausarbeitung von Änderungsvorschlägen für das Vergütungssystem des Vorstands. Zu den weiteren personellen Erörterungen und Entscheidungen des Aufsichtsrats, die der Ausschuss vorbereitete, zählten insbesondere die Beschlussfassungen zur Höhe der Short-Term Incentives 2013/14 unter Berücksichtigung der individuellen Leistungen, die Bestellung der Herren Pieter Haas und Pieter C. Boone zu Mitgliedern des Vorstands sowie die Beschlussfassungen über ihre Dienstverträge. Weiterhin sprach der Ausschuss eine Empfehlung für die Erfolgsziele des Short-Term Incentive 2015/16 aus und diskutierte die Nachfolgeplanung für Vorstand und Aufsichtsrat sowie die jeweils zugrunde zu legenden Zielsetzungen. Turnusgemäß befasste sich der Ausschuss auch mit der Prüfung von Aufwendungen auf Basis der für den Vorstand geltenden Reisekostengrundsätze sowie den Nebentätigkeiten der Mitglieder des Vorstands. Der Ausschuss formulierte Leitlinien für die Genehmigung von Nebentätigkeiten außerhalb des privaten Lebensbereichs und beschloss auch Genehmigungen im Einzelfall.

Aufsichtsratspräsidium – Das Aufsichtsratspräsidium befasst sich mit der Überwachung der Einhaltung von Rechtsvorschriften und der Anwendung des Deutschen Corporate Governance Kodex. Unter Beachtung von § 107 Abs. 3 Satz 3 AktG beschließt das Präsidium über eilige Angelegenheiten und solche, die ihm der Aufsichtsrat zur Beschlussfassung übertragen hat. Im Geschäftsjahr 2014/15 tagte das Aufsichtsratspräsidium dreimal, jeweils gemeinsam mit dem Personalausschuss. Ein Beschluss wurde außerhalb einer Sitzung gefasst. Wesentliche Themen des Präsidiums waren die Corporate Governance der METRO GROUP einschließlich des Corporate-Governance-Berichts für das Geschäftsjahr 2013/14, die Umsetzung von Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex, die Vorbereitung der jüngsten Entsprechenserklärung gemäß § 161 AktG sowie die Zielsetzungen für die Besetzung des Aufsichtsrats und des Vorstands. Außerhalb einer Sitzung stimmte das Aufsichtsratspräsidium – nach Delegation der Entscheidungszuständigkeit durch den Aufsichtsrat – der Veräußerung des griechischen METRO Cash & Carry Geschäfts inklusive des damit verbundenen Immobilienportfolios zu.

Nominierungsausschuss – Aufgabe des Nominierungsausschusses ist es, dem Aufsichtsrat geeignete Kandidaten für dessen Wahlvorschläge an die Hauptversammlung zu nennen. Im Geschäftsjahr 2014/15 fanden zwei Ausschusssitzungen statt. Ferner wurde ein Beschluss außerhalb einer Sitzung gefasst. Mit seinen Ent-

.....

scheidungen bereitete der Ausschuss die Wahl von Frau Gwyn Burr zum Mitglied des Aufsichtsrats durch die Hauptversammlung 2015 vor. Außerdem empfahl der Ausschuss dem Aufsichtsrat die Nominierung von Frau Karin Brigitte Dohm und Herrn Jürgen B. Steinemann für die Aufsichtsratswahlen der Hauptversammlung am 19. Februar 2016. Den Empfehlungen des Ausschusses folgend, beantragte der Vorstand der METRO AG im Vorfeld der jeweiligen Hauptversammlung die befristete gerichtliche Bestellung von Frau Gwyn Burr und Herrn Jürgen B. Steinemann zu Mitgliedern des Aufsichtsrats.

Vermittlungsausschuss – Der Vermittlungsausschuss erarbeitet Vorschläge für die Bestellung oder Abberufung von Mitgliedern des Vorstands in den nach § 31 MitbestG vorgesehenen Fällen. Eine Sitzung des Vermittlungsausschusses war im Geschäftsjahr 2014/15 nicht erforderlich.

Corporate Governance

Über die Corporate Governance der METRO GROUP berichten Vorstand und Aufsichtsrat im Corporate-Governance-Bericht für das Geschäftsjahr 2014/15. Der Bericht wird zusammen mit der Erklärung zur Unternehmensführung gemäß § 289 a HGB auch auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance veröffentlicht.

Im Berichtszeitraum haben Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG zwei Erklärungen gemäß § 161 AktG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex abgegeben; zuletzt im September 2015. Die Erklärungen wurden den Aktionären auf der Website www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht.

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

Den vom Vorstand nach den Regeln des HGB aufgestellten Jahresabschluss der METRO AG für das Geschäftsjahr 2014/15 unter Einbeziehung der Buchführung, den von der METRO AG nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) – wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind – aufgestellten Konzernabschluss und den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2014/15 hat die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft und jeweils mit einem uneingeschränkten Bestätigungsvermerk versehen. Der Abschlussprüfer berichtete schriftlich über das Ergebnis der Prüfung.

Wir, der Aufsichtsrat, haben den Jahresabschluss der METRO AG und den Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2014/15, den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns für das Geschäftsjahr 2014/15 sowie den Vorschlag des Vorstands an die Hauptversammlung 2016 für die Verwendung des Bilanzgewinns geprüft. Diese Unterlagen sowie die Prüfungsberichte des Abschlussprüfers wurden uns hierfür rechtzeitig vorgelegt und in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 9. Dezember 2015 eingehend erörtert und geprüft. Der an der Sitzung teilnehmende Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und stand uns auch in Abwesenheit des Vorstands für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Wesentliche Schwächen des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems, bezogen auf den Rechnungslegungsprozess, lagen nach Einschätzung des Prüfers nicht vor. Der Prüfer

.....

informierte auch über Leistungen, die er zusätzlich zu den Abschlussprüfungsleistungen erbracht hat. Umstände, nach denen die Besorgnis der Befangenheit bestehen könnte, lagen nach Information des Abschlussprüfers nicht vor. Wir haben uns dem Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers angeschlossen und auf der Grundlage unserer eigenen Prüfung festgestellt, dass Einwendungen nicht zu erheben sind. Wir teilen insbesondere die im zusammengefassten Lagebericht der METRO AG und des Konzerns enthaltenen Beurteilungen des Vorstands und haben die vom Vorstand aufgestellten Abschlüsse gebilligt, womit der Jahresabschluss der METRO AG festgestellt worden ist. Dem Vorschlag des Vorstands zur Verwendung des Bilanzgewinns haben wir uns nach sorgfältiger Abwägung der zu berücksichtigenden Interessen angeschlossen.

Gemäß § 312 AktG hat der Vorstand der METRO AG einen Bericht über die Beziehungen der Gesellschaft zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2014/15 (kurz „Abhängigkeitsbericht“) erstellt. Der Abschlussprüfer hat diesen Bericht geprüft, über das Ergebnis der Prüfung schriftlich berichtet und folgenden Bestätigungsvermerk erteilt:

„Nach unserer pflichtmäßigen Prüfung und Beurteilung bestätigen wir, dass

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

Der Abhängigkeitsbericht lag uns zusammen mit dem Prüfungsbericht des Abschlussprüfers rechtzeitig vor und wurde in der Bilanzsitzung des Aufsichtsrats am 9. Dezember 2015 eingehend erörtert sowie insbesondere auf Vollständigkeit und Richtigkeit überprüft. Der an der Bilanzsitzung teilnehmende Abschlussprüfer berichtete über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung des Abhängigkeitsberichts und stand uns auch in Abwesenheit des Vorstands für Fragen und ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Wir haben uns dem Ergebnis der Prüfung des Abschlussprüfers angeschlossen und als Ergebnis unserer eigenen Prüfung abschließend festgestellt, dass keine Einwendungen gegen die Erklärung des Vorstands am Schluss des Abhängigkeitsberichts zu erheben sind.

Die vorstehend beschriebenen Prüfungen der Abschlussunterlagen durch den Aufsichtsrat sind durch seinen Bilanz- und Prüfungsausschuss in dessen Sitzung am 7. Dezember 2015 intensiv vorbereitet worden. Der Abschlussprüfer nahm auch an dieser Ausschusssitzung teil, erläuterte seine wesentlichen Prüfungsergebnisse und stand für Fragen zur Verfügung. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss empfahl dem Aufsichtsrat, die durch den Vorstand aufgestellten Abschlüsse zu billigen und sich dem Gewinnverwendungsvorschlag anzuschließen.

Personalia

Durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf trat am 9. Dezember 2014 Frau Gwyn Burr als Nachfolgerin für Baroness Lucy Neville-Rolfe in den Aufsichtsrat ein. Wie beantragt endete die gerichtliche Bestellung von Frau Burr mit Beendigung der Hauptversammlung der METRO AG am 20. Februar 2015. Am gleichen Tag wurde Frau Burr durch die Hauptversammlung als Mitglied der Anteilseigner in den Aufsichtsrat gewählt.

Herr Dr. Wulf H. Bernotat legte sein Aufsichtsratsmandat mit Wirkung zum 4. September 2015 nieder. Der Aufsichtsrat dankt ihm für sein langjähriges Engagement. Er hat während seiner Amtszeit wesentliche Veränderungen der METRO GROUP begleitet und mitgestaltet. Er war stets ein vertrauensvoller Ratgeber des Vorstands. Aufsichtsrat und Vorstand der METRO AG haben von seiner herausragenden Managementexpertise sehr profitiert.

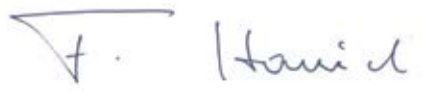
Als Nachfolger trat durch Beschluss des Amtsgerichts Düsseldorf vom 5. September 2015 Herr Jürgen B. Steinemann in den Aufsichtsrat ein. Seine gerichtliche Bestellung endet mit Beendigung der Hauptversammlung der METRO AG am 19. Februar 2016. Über die weitere Mitgliedschaft von Herrn Steinemann im Aufsichtsrat der METRO AG wird die Hauptversammlung entscheiden.

Im Zuge des Verkaufs von Galeria Kaufhof endeten am 30. September 2015 die Mandate von Frau Gabriele Schendel und Herrn Uwe Hoepfel als Vertreter der Arbeitnehmer im Aufsichtsrat. In Abstimmung mit dem Konzernbetriebsrat hat der Vorstand die gerichtliche Bestellung zweier Nachfolger beantragt.

Ich selbst habe mein Mandat im Aufsichtsrat mit Wirkung zur Beendigung der kommenden Hauptversammlung niedergelegt. Grund hierfür ist die Auflösung des sogenannten Pool-Vertrags der Aktionärsstämme Haniel und Schmidt-Ruthenbeck im Oktober 2014 und die Anteilsreduzierung des Großaktionärs Haniel. Im Rahmen dieser Vereinbarung hatten die beiden Aktionärsstämme ursprünglich ihre Stimmrechte zusammengelegt, diese Regelung jedoch zur Vereinfachung und Entflechtung der Anteilsstrukturen wieder aufgelöst. Nach der Anteilsabstockung und der Auflösung des Pool-Vertrags möchte ich persönlich die Möglichkeit eröffnen, dass der Aufsichtsratsvorsitz in die Hände eines unabhängigen, externen Aktionärsvertreters übergeht. Als neuer Aufsichtsratsvorsitzender vorgeschlagen ist Herr Jürgen B. Steinemann; seine Nominierung wird durch alle Mitglieder des Aufsichtsrats unterstützt. Die Wahl des neuen Vorsitzenden durch den Aufsichtsrat soll unmittelbar nach der Hauptversammlung am 19. Februar 2016 erfolgen.

Düsseldorf, 9. Dezember 2015

Der Aufsichtsrat



FRANZ M. HANIEL

Vorsitzender

CORPORATE-GOVERNANCE-BERICHT

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

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

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

Umsetzung des Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG haben sich im Geschäftsjahr 2014/15 eingehend mit der Erfüllung der Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex befasst und im September 2015 gemeinsam die nachfolgende Erklärung gemäß § 161 AktG abgegeben:

„Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG erklären, dass den vom Bundesministerium der Justiz im amtlichen Teil des Bundesanzeigers bekannt gemachten Empfehlungen der ‚Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex‘ in den Fassungen vom 13. Mai 2013 und 24. Juni 2014 während der letzten 12 Monate und insbesondere seit Abgabe

der letzten Entsprechenserklärung im Dezember 2014 mit einer Ausnahme entsprochen wurde:

Wie bereits in der letzten Entsprechenserklärung erläutert, hat der Aufsichtsrat der METRO AG am 10. Dezember 2014 die variablen Komponenten im bisherigen Vergütungssystem für den Vorstand geprüft und im Ergebnis eine Anpassung beschlossen. Die Anpassung trat mit Wirkung zum Beginn des Geschäftsjahres 2014/15 (1. Oktober 2014 bis 30. September 2015) in Kraft und die laufenden Dienstverträge der Mitglieder des Vorstands der METRO AG wurden entsprechend angepasst.

Durch die unterjährige Einführung eines neuen Vergütungssystems wurde einmalig von der Empfehlung in Ziffer 4.2.3 Abs. 2, Satz 8 des Deutschen Corporate Governance Kodex abgewichen. Nach dieser Empfehlung soll hinsichtlich der variablen Teile der Vorstandsvergütung eine nachträgliche Änderung der Erfolgsziele oder der Vergleichsparameter ausgeschlossen sein. Durch die Umstellung der Dienstverträge der Mitglieder des Vorstands auf das neue, am 10. Dezember 2014 beschlossene Vergütungssystem galten die Erfolgsziele und Vergleichsparameter nach Maßgabe des alten Systems für das Geschäftsjahr 2014/15 nicht mehr fort.

Vorstand und Aufsichtsrat beabsichtigen, den Empfehlungen der Regierungskommission in ihrer Fassung vom 5. Mai 2015 zukünftig ohne Ausnahme zu entsprechen.“

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

Der Deutsche Corporate Governance Kodex enthält zusätzlich zu den Empfehlungen auch Anregungen, zu deren Umsetzung börsennotierte Gesellschaften Stellung nehmen sollten, aber nicht müssen. Die METRO AG folgt der ganz überwiegenden Anzahl von

Kodexanregungen. Im Geschäftsjahr 2014/15 hat das Unternehmen lediglich eine Anregung nicht vollständig umgesetzt:

Ziffer 2.3.3 des Deutschen Corporate Governance Kodex regt an, den Aktionären die Verfolgung der Hauptversammlung über moderne Kommunikationsmedien wie das Internet zu ermöglichen. Die METRO AG hat sich im Geschäftsjahr 2014/15 – wie in den Vorjahren – darauf beschränkt, die Rede des Vorstandsvorsitzenden zu übertragen. Diese Praxis soll fortgesetzt werden.

Aufgaben- und Verantwortungsteilung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat

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

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

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

Nähere Informationen zu den Mitgliedern des Vorstands und des Aufsichtsrats finden sich im Konzernanhang der METRO AG – Nummer 56 Organe der METRO AG und ihre Mandate.

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

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

Ziele für die Zusammensetzung des Vorstands und des Aufsichtsrats

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

Anforderungen an die Besetzung des Vorstands

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

Vielfalt im Vorstand

Bei der Bestellung von Vorstandsmitgliedern berücksichtigt der Aufsichtsrat auch die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex. Insbesondere achtet der Aufsichtsrat im Sinne des Kodex auf Vielfalt und strebt eine angemessene Berücksichtigung von Frauen an. Im Geschäftsjahr 2014/15 gehörte dem Vorstand der METRO AG noch keine Frau an.

Gemäß dem Gesetz zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen hat der Aufsichtsrat im Kalenderjahr 2015 Zielgrößen und Fristen für die Erhöhung des Frauenanteils im Vorstand beschlossen. Nach Maßgabe des Gesetzes durfte die erste Frist dabei nicht länger als bis zum 30. Juni 2017 reichen. Bis zu diesem Datum wird dem Vorstand der METRO AG voraussichtlich weiterhin keine Frau angehören können. Eine so kurzfristige Veränderung des Status quo ist nicht absehbar, da die Bestellungen und die Dienstverträge aller derzeitigen Mitglieder des Vorstands über den 30. Juni 2017 hinausreichen und auch keine Erweiterung des Vorstands geplant ist. Langfristig, das heißt bis zum 30. Juni 2022, soll dem Vorstand nach der Planung des Aufsichtsrats mindestens eine Frau angehören. Dies entspricht bei der aktuellen Besetzung des Vorstands mit fünf Personen einer Quote von 20 Prozent. Um diese Zielsetzung zu erreichen, wird der Aufsichtsrat bei Neubesetzungen in den kommenden

Jahren einen Schwerpunkt auf die Suche nach qualifizierten Kandidatinnen legen.

Anforderungen an die Besetzung des Aufsichtsrats

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

Vielfalt im Aufsichtsrat

Vor dem Hintergrund der internationalen Expansion der METRO GROUP sollen dem Aufsichtsrat neben Handelsfachleuten für die Märkte in Westeuropa auch Persönlichkeiten mit fundierter Erfahrung in den Wachstumsregionen Osteuropa und Asien angehören. Diese Zielsetzung wird durch den Aufsichtsrat in seiner aktuellen Besetzung erfüllt. Die Vertreter der Arbeitnehmer bringen Erfahrungen aus dem deutschen Geschäft des Konzerns in den Aufsichtsrat ein. Auf Anteilseignerseite sind mehrere Mitglieder mit nationaler und internationaler Handelsexpertise vertreten. Ferner verfügen einige Mitglieder über weitreichende Erfahrungen in Osteuropa und Asien. Zwei Vertreter der Anteilseigner bringen als ehemalige METRO-Führungskräfte unternehmensspezifische Expertise in das Gremium ein.

Die Vertretung von Frauen und Männern im Aufsichtsrat der METRO AG folgt den Vorgaben des 2015 in Kraft getretenen Gesetzes zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst. Die Vertreter der Arbeitnehmer und der Anteilseigner streben an, die für den Aufsichtsrat der METRO AG geltende Geschlechterquote in Höhe von 30 Prozent gesondert zu erfüllen. Dies bedeutet, dass dem Aufsichtsrat künftig drei weibliche Mitglieder auf jeder Seite angehören sollen (Stand Dezember 2015: Jeweils zwei weibliche Mitglieder auf der Seite der Arbeitnehmer und der Anteilseigner).

Unabhängigkeit des Aufsichtsrats

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

Bilanz- und Prüfungsausschuss, Unabhängigkeit des Ausschussvorsitzenden

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

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

Potenzielle Interessenkonflikte im Aufsichtsrat / Dauer der Zugehörigkeit und Altersgrenze

Um potenziellen Interessenkonflikten vorzubeugen, sind die Wahrnehmung von Organfunktionen und Beratungsaufgaben sowie Mitgliedschaften in Kontrollgremien in- und ausländischer direkter, wesentlicher Konkurrenzunternehmen unvereinbar mit einer Mitgliedschaft im Aufsichtsrat der METRO AG. Diese auch in der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats niedergelegte Vorgabe ist bei der Ermittlung von Kandidaten für den Aufsichtsrat zu berücksichtigen.

Die nach einer Empfehlung des Deutschen Corporate Governance Kodex festzulegende Regelgrenze für die Dauer der Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat beträgt 16 Jahre. Ferner sollen die Mitglieder des Aufsichtsrats im Regelfall nicht länger amtieren als bis zum Ende der Hauptversammlung, die auf die Vollendung ihres 75. Lebensjahres folgt. Die Feststellung begründeter Ausnahmen, sowohl hinsichtlich der Dauer der Zugehörigkeit als auch hinsichtlich der Regelaltersgrenze, erfolgt jeweils nach eigenem pflichtgemäßem Ermessen durch den Aufsichtsrat.

Auch die letztgenannten Zielsetzungen werden durch den Aufsichtsrat der METRO AG aktuell erfüllt. Kein Mitglied übt ein Aufsichtsmandat bei direkten, wesentlichen Konkurrenzunternehmen aus. Die selbstgesetzten Regeln für die Dauer der

Zugehörigkeit zum Aufsichtsrat der METRO AG wurden im Geschäftsjahr 2014/15 ohne Feststellung eines Ausnahmefalls eingehalten. Ein Mitglied des Aufsichtsrats hat 2015 das 75. Lebensjahr vollendet und soll dem Gremium weiter bis zur Beendigung der Hauptversammlung angehören, die über die Entlastung für das Geschäftsjahr 2016/17 beschließt. Der Aufsichtsrat der METRO AG hat insoweit bereits im Rumpfgeschäftsjahr 2013 einen begründeten Ausnahmefall festgestellt. Die fundierten individuellen Kenntnisse und Erfahrungen des betroffenen Mitglieds wurden als besonders wertvoll für die künftige Aufsichtsratsarbeit bewertet.

Compliance und Risikomanagement

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

Das Compliance-Managementsystem zielt darauf ab, Regelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen, diese aufzudecken und zu sanktionieren. Dazu identifiziert die METRO GROUP regelmäßig verhaltensbedingte Compliance-Risiken, etabliert die erforderlichen organisatorischen Strukturen und lässt die Risiken konsistent durch die jeweils verantwortlichen Fachbereiche steuern und kontrollieren. Im Rahmen des systematischen Berichtswesens werden die wesentlichen Compliance-Risiken und -Maßnahmen transparent dargestellt und dokumentiert. Durch Mitarbeiterbefragungen, interne Kontrollen und Prüfungshandlungen wird fortlaufend ermittelt, welche Weiterentwicklungen des Compliance-Managementsystems sinnvoll sind.

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

Die Steuerung erfolgt darüber hinaus über die internen Kontrollsysteme (kurz IKS) und die interne Revision. Letztere überprüft als unabhängige Funktion die wesentlichen Geschäftsprozesse, führt anlassbezogene Prüfungen durch und prüft das Compliance- und Risikomanagementsystem sowie die internen Kontrollmechanismen.

Im Geschäftsjahr 2014/15 hat die METRO AG ihre Steuerungssysteme weiterentwickelt. Zudem wurden ausgewählte Teilbereiche auf ihre Wirksamkeit hin überprüft. Die Ergebnisse der Analysen haben bestätigt, dass die METRO GROUP über angemessene Steuerungssysteme verfügt. Die Prüfungen bilden zudem eine wichtige Grundlage für die weitere Optimierung und fortlaufende Anpassung der Systeme an die sich ändernden Geschäftsabläufe in der METRO GROUP.

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

Transparente Unternehmensführung

Transparenz ist ein elementarer Bestandteil guter Corporate Governance. Ein wichtiges Medium zur Information der Aktionäre der METRO AG, des Kapitalmarkts und der Öffentlichkeit ist die Website www.metrogroup.de. Außer vielfältigen Informationen über die Geschäftsfelder und Vertriebslinien der METRO GROUP finden sich dort unter anderem die Finanzberichte der METRO AG sowie Ad-hoc-Mitteilungen, Investor-News und weitere Veröffentlichungen nach dem Wertpapierhandelsgesetz. Die Termine der wesentlichen wiederkehrenden Veröffentlichungen und Veranstaltungen (Umsatzmeldungen nach Ablauf eines Geschäftsjahres, Geschäftsberichte sowie Quartals- und Halbjahresfinanzberichte, Bilanzpressekonferenz und Hauptversammlung) publiziert die METRO GROUP mit angemessenem Zeitvorlauf in einem Finanzkalender auf der Website. Dort stehen außerdem Informationen zur Verfügung, die im Rahmen der Bilanzpressekonferenz, bei Roadshows, Investorenkonferenzen und Informationsveranstaltungen für Privatanleger gezeigt wurden.

Die Hauptversammlung

Die jährliche Hauptversammlung der METRO AG gibt den Aktionären die Möglichkeit, ihre gesetzlichen Rechte wahrzunehmen; das heißt vor allem, ihr Stimmrecht – soweit vorhanden – auszuüben und Fragen an den Vorstand der Gesellschaft zu richten. Um den Aktionären die persönliche Wahrnehmung

ihrer Rechte in der Hauptversammlung zu erleichtern, stellt die METRO AG Dokumente und Informationen im Vorfeld jeder Hauptversammlung auf ihrer Website zur Verfügung.

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

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

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

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

Directors' Dealings, Aktienbesitz von Vorstand und Aufsichtsrat

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

——— Mitteilungen über Directors' Dealings im Geschäftsjahr 2014/15 wurden auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Investor Relations – Rechtliche Mitteilungen veröffentlicht.

Die Gesamtanzahl aller durch Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder gehaltenen Aktien der METRO AG betrug zum 30. September 2015 weniger als 1 Prozent der von der Gesellschaft ausgegebenen Aktien.

Abschlussprüfung

Abschlussprüfungen 2014/15

Die Hauptversammlung der METRO AG hat am 20. Februar 2015 die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (KPMG) zum Abschlussprüfer für das Geschäftsjahr 2014/15 gewählt. Der Auftrag des Aufsichtsrats zur Durchführung der Abschlussprüfung berücksichtigte die Empfehlungen in Ziffer 7.2 des Deutschen Corporate Governance Kodex.

Die KPMG hat dem Aufsichtsrat bis zum Abschluss der Prüfung im Dezember 2015 keine Ausschluss- oder Befangenheitsgründe mitgeteilt. Auch bestanden keine Anhaltspunkte dafür, dass solche Gründe vorlagen. Ferner gab es keine unerwarteten und für die Aufgaben des Aufsichtsrats wesentlichen Feststellungen oder Vorkommnisse während der Durchführung der Prüfung, sodass eine außerordentliche Berichterstattung des Abschlussprüfers an den Aufsichtsrat nicht erforderlich war.

Abweichungen der Entsprechenserklärung des Vorstands und des Aufsichtsrats zum Deutschen Corporate Governance Kodex konnte der Abschlussprüfer nicht feststellen.

Unabhängigkeit des Abschlussprüfers

Der Abschlussprüfer erfüllt zwei wichtige Funktionen. Er unterstützt den Aufsichtsrat bei der Ausübung der Unternehmenskontrolle. Zugleich ist seine Prüfungstätigkeit ein Grundstein des Vertrauens der Öffentlichkeit und insbesondere der

Kapitalmarktteilnehmer in die Richtigkeit der Jahresabschlüsse und Lageberichte. Um beide Funktionen des Abschlussprüfers zu gewährleisten, ist die Unabhängigkeit des Prüfers von besonderer Bedeutung. Der Bilanz- und Prüfungsausschuss der METRO AG befasst sich deshalb mindestens einmal jährlich in einer Sitzung mit der Prüfung der Unabhängigkeit des Abschlussprüfers.

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

ZIELE UND STRATEGIE



- 47 METRO GROUP
- 48 METRO CASH & CARRY
- 49 MEDIA-SATURN
- 50 REAL

ZIELE UND STRATEGIE

METRO GROUP

Die METRO GROUP mit Hauptsitz in Düsseldorf ist eines der international führenden Handelsunternehmen. Weltweit setzen sich über 220.000 Mitarbeiter dafür ein, die Erwartungen unserer Kunden optimal zu erfüllen. Unser operatives Geschäft konzentriert sich auf den Groß- und Einzelhandel einschließlich des Onlinehandels. In diesen Bereichen nehmen unsere drei eigenständigen Vertriebslinien führende Positionen ein:

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

Mit ihren Produkten und Dienstleistungen richten sich unsere Vertriebslinien an gewerbliche beziehungsweise private Kunden in 30 Ländern Europas und Asiens. Um neue Zielgruppen zu gewinnen und Kunden langfristig zu binden, erschließen die Vertriebslinien neue Absatzkanäle und verzahnen ihr stationäres Geschäft zunehmend mit dem Onlinehandel. Zudem ist Media-Saturn über eigene Tochtergesellschaften im reinen Internethandel vertreten.

Kundenmehrwert im Mittelpunkt

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

fünf Schwerpunkten leiten: Transformieren, Wachsen, Optimieren, Expandieren, Innovationen treiben. Sie bilden den strategischen Rahmen für unser Geschäft und geben unserem Unternehmen über alle Vertriebslinien und Gesellschaften hinweg eine gemeinsame Richtung.

Transformieren

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

Wachsen

Unser zweiter Schwerpunkt ist das Wachstum in allen Geschäftsbereichen. In bestehenden Märkten wollen wir dies vor allem durch Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche erreichen. Absoluter Kundenfokus sowie verantwortungsbewusstes Handeln gegenüber Gesellschaft und Umwelt bilden hierfür die Grundvoraussetzungen. Darüber hinaus haben wir uns das Ziel gesetzt, die Zufriedenheit unserer Kunden signifikant zu steigern. Um noch attraktiver für Verbraucher und Gewerbetreibende zu werden, investieren wir gezielt in neue Leistungen. Zusätzlich passen wir selektiv das Preisniveau der Vertriebslinien an, um die eigene Wettbewerbsposition weiter zu stärken. Nicht zuletzt richten wir die Anreizsysteme für unsere Mitarbeiter so aus, dass zusätzliche Impulse für Produktivitätssteigerungen gesetzt werden.

Optimieren

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

Expandieren

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

Innovationen treiben

Mehrwert für die Kunden schafft, wer sich frühzeitig auf veränderte Bedürfnisse einstellen kann oder den Wandel sogar mitgestaltet. Dazu gilt es, technologische und gesellschaftliche Trends sowie Konsumententrends zu erkennen, eine mögliche Relevanz für das eigene Geschäft zu identifizieren und konkrete Lösungen abzuleiten – zum Beispiel neue Prozesse oder Vertriebskonzepte. Basis hierfür ist eine stärkere Verankerung von unternehmerischen Innovationen in der Organisation sowie die Definition von Innovationsschwerpunkten, die relevant für unsere Kunden sind und Wachstumspotenziale aufweisen. Entscheidend ist zudem die strukturierte Vernetzung mit internen und externen Experten, die die Basis unseres Innovationsmanagements ist.

——— Weitere Informationen zum Innovationsmanagement der METRO GROUP finden sich im Kapitel Grundlagen des Konzerns – Innovationsmanagement.

Rahmen für nachhaltiges Wachstum

Unsere ökonomischen Ziele stehen in Einklang mit ökologischen und sozialen Anforderungen. Daher haben wir das Prinzip der Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmensstrategie verankert. Als konzernweit gültige Grundlage für die langfristige Weiterentwicklung der METRO GROUP dient unsere Nach-

haltigkeitsvision: „METRO GROUP. Wir bieten Lebensqualität. Für unsere Kunden, für unsere Mitarbeiter, für alle Menschen, die für uns arbeiten, für die Umwelt und für die Gesellschaft.“

——— Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsmanagement der METRO GROUP finden sich im Kapitel Grundlagen des Konzerns – Nachhaltigkeitsmanagement.

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry hat sich zum Ziel gesetzt, der „Champion for Independent Business“ zu werden. Das Unternehmen will zum präferierten Partner für ausgewählte Kundengruppen aus den Bereichen Gastronomie, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister werden, was in einem signifikanten Marktanteil bei diesen Kundengruppen resultiert. Dafür ist es notwendig, dass sich METRO Cash & Carry von einem transaktional getriebenen Lieferanten, der sich primär auf den Verkauf von Produkten fokussiert, zu einem systemrelevanten Partner für seine Kunden entwickelt und somit nicht nur Produkte anbietet, sondern die Kunden gesamthaft bei ihren Anforderungen unterstützt.

Um diese Ziele schneller zu erreichen, hat die Vertriebslinie zwei zentrale Handlungsbereiche identifiziert: die Etablierung des New Operating Model sowie die gleichzeitige stringente Umsetzung der bereits eingeschlagenen strategischen Neuausrichtung.

New Operating Model

Die explizite Ausrichtung an den Kunden- und Marktbedürfnissen ist Garant für zukünftiges profitables Wachstum und die Steigerung des Unternehmenswerts von METRO Cash & Carry.

METRO Cash & Carry hat im Geschäftsjahr 2014/15 das New Operating Model eingeführt. Die einzelnen METRO Cash & Carry Länder sind im Rahmen dieser Einführung in die drei Cluster Horeca (Fokus auf Hotels, Restaurants, Caterer), Trader (Fokus auf unabhängige Wiederverkäufer wie zum Beispiel Kioskbetreiber, Bäcker, Metzger) sowie Multispecialists (Fokus auf Horeca, Trader und Service Companies and Offices) aufgeteilt worden. Die Aufteilung erfolgte dabei auf Grundlage der strategischen Fokussierung auf Kundengruppen und des erwarteten Marktpotenzials. Die Segmentleitung METRO Cash & Carry ist gemeinsam mit dem zuständigen Vorstandsmitglied für die drei Cluster verantwortlich, drei operative Partner haben das Mandat für die einzelnen Cluster und unterstützen die Länder mit übergreifenden kundengruppenspezifischen Maßnahmen. Das New Operating Model sieht vor, dass die Strategie- und Finanzplanungen (Value Creation Plans) beim Kunden und bei den verschiedenen Marktsegmenten

starten, und zielt darauf ab, das zusätzliche Potenzial für METRO Cash & Carry in den Ländern zu identifizieren und zu heben. Hierbei sollen speziell die Bedürfnisse ausgewählter Fokuskundengruppen besser verstanden werden, um die Transformation vom transaktionalen zum systemrelevanten Partner zu unterstützen. Das neue Modell ist angelehnt an das Vorgehen von Private-Equity-Unternehmen und das damit verbundene Konzept der Active Ownership. Es stellt einen weiteren Schritt zur Förderung des Unternehmergeists in der Organisation dar, indem den METRO Cash & Carry Landesgesellschaften sowohl mehr Verantwortung als auch mehr Gestaltungsfreiheit übertragen wird, gleichzeitig aber kundengruppenspezifische Maßnahmen länderübergreifend koordiniert werden. Das New Operating Model soll bis Oktober 2016 vollständig umgesetzt sein.

Umsetzung der eingeschlagenen strategischen Neuausrichtung

Kundenmehrwert erhöhen: Die explizite Ausrichtung auf den Kunden mit dem Ziel, einen Mehrwert zu schaffen, mit dem das Unternehmen sich deutlich von anderen abhebt, ist fester Bestandteil des Leitbilds von METRO Cash & Carry und darüber fest in der Strategie verankert. Alle Maßnahmen – inklusive derjenigen zur strategischen Weiterentwicklung von METRO Cash & Carry – starten aus der Kundenperspektive und werden verbunden mit der Fragestellung, inwieweit hierdurch aktuell und in Zukunft der Kundenmehrwert erhöht werden kann.

Die Perspektive ist dabei nicht auf die Produkttransaktion beschränkt. Um für den Kunden einen einzigartigen Mehrwert generieren zu können, ist es erforderlich, das Geschäftsmodell und die Bedürfnisse der Kunden ganzheitlich zu verstehen. Darauf aufbauend wird METRO Cash & Carry Lösungen anbieten, die geeignet sind, die Kundensegmente mit Blick auf die Zukunft weiter zu gestalten. Die Kundenbeziehung wird hierdurch zu einer strategischen Partnerschaft entwickelt.

Transformieren und Wachsen

METRO Cash & Carry ist in 26 Ländern in Europa und Asien vertreten. Die Märkte in den Ländern haben unterschiedliche Reifegrade, die zur Folge haben, dass die Schwerpunkte bei den Zielkundengruppen in den verschiedenen Ländern unterschiedlich ausgeprägt sind. Da sich die Entwicklungsstadien der Länder kontinuierlich ändern, ist es notwendig, relevante Veränderungen frühzeitig zu antizipieren und lokale Geschäftsmodelle jeweils basierend auf den sich wandelnden Bedürfnissen und Kundensegmenten zu transformieren. METRO Cash & Carry

greift hierbei auch auf die Erfahrungen aus den Ländern im aktuellen Portfolio und der Unternehmensgeschichte zurück.

Wachstum ist ein wesentlicher Bestandteil der Strategie. Die wichtigste Wachstumsplattform sind die Großmärkte, die bereits neun Quartale in Folge durch ein flächenbereinigtes Umsatzplus zum Wachstum von METRO Cash & Carry beigetragen haben. Die Erweiterung des bestehenden Geschäftsmodells durch den Ausbau der Belieferungsservices vornehmlich für Kunden aus der Gastronomie wird ein wesentlicher Wachstumstreiber bleiben.

Optimieren und Expandieren

Die Eröffnung neuer Großmärkte mit Fokus auf Russland, China, Indien oder Türkei wird bedeutend zur Expansion von METRO Cash & Carry beitragen. Darüber hinaus wird die Vertriebslinie verstärkt durch Unternehmensübernahmen wachsen. Die Akquisition der Classic Fine Foods Group, eines Belieferungsdienstleisters für Premiumhotels, -restaurants und -cateringunternehmen mit Schwerpunkt auf Asien, im Geschäftsjahr 2014/15 ist hierfür ein Beispiel. Vor dem Hintergrund sich ändernder Kundenbedürfnisse und Marktgegebenheiten wird METRO Cash & Carry sein Portfolio weiterhin kontinuierlich daraufhin überprüfen, ob strategische Ziele im Hinblick auf profitables Wachstum, Marktanteile oder Unternehmenswertsteigerung realisiert werden können.

Innovationen treiben

Innovation sowohl im Kerngeschäft Großhandel und in der Belieferung als auch im Zielkundengruppenmanagement ist ein elementarer Teil der Strategie. So unterstützt METRO Cash & Carry unter anderem mit dem Programm Techstars METRO Accelerator seine Kunden durch die Entwicklung innovativer und digitaler Lösungen, beispielsweise für Gastronomen.

Media-Saturn

Media-Saturn ist der führende Anbieter von Consumer Electronics und den dazugehörigen Services und Dienstleistungen in Europa mit nachhaltigen und profitablen Marktpositionen in ausgewählten Ländern. Die Unternehmensgruppe sieht sich als Partner, täglicher Begleiter und Navigator für Konsumenten in der faszinierenden, aber immer komplexeren digitalen Welt.

Kundenmehrwert erhöhen

Die Anforderungen der Kunden haben sich durch die zunehmende Vernetzung radikal weiterentwickelt. Noch vor weni-

gen Jahren fungierte der stationäre Markt als Start- und Endpunkt des Kaufprozesses. Heute hingegen kann die Entscheidungsfindung an jedem beliebigen Ort begonnen und abgeschlossen werden.

Media-Saturn hat daraus Konsequenzen gezogen und die Grundformate Media Markt und Saturn zu 360-Grad-Händlern weiterentwickelt. Im Mittelpunkt steht dabei der Kunde. Alles wird auf seine Bedürfnisse zugeschnitten: von der Lieferkette über die Gestaltung der Märkte bis hin zu Customer Relationship Management und nachgelagerten Dienstleistungen. Der Markt bekommt in dieser Konstellation eine deutlich vielfältigere Rolle als bisher. Er wird vom Einkaufsort zum digital vernetzten Marktplatz, Showroom und Servicecenter.

Transformieren und Wachsen

Wachstumstreiber für Media-Saturn ist vor allem das Internetgeschäft. Dies wiederum wird angetrieben durch die Verzahnung von Online- und stationärem Handel zu einem 360-Grad-Handel.

Eine zusätzliche wichtige Rolle spielt die Bündelung der reinen Onlineaktivitäten (Pure Play) in der Electronics Online Group (EOG). Die EOG hat drei Aufgaben: Erstens entwickelt sie Unternehmensbeteiligungen weiter – neben Redcoon zählen zur EOG attraktive Geschäftsmodelle zur Abdeckung unterschiedlicher Kundensegmente und Kundenerwartungen. Dazu gehört beispielsweise die Liveshopping-Plattform iBOOD, die im Geschäftsjahr 2014/15 übernommen wurde. Zweitens wird die EOG selbst als Gründerin von Start-up-Unternehmen aktiv (Inkubation). Drittens bindet sie im Rahmen des Accelerators Spacelab Start-up-Unternehmen aus der gesamten Wertschöpfungskette des Consumer-Electronics-Handels an Media-Saturn.

Optimieren

Rückgrat des zukünftigen Erfolgs wird eine verbesserte Basisinfrastruktur. Beispiel: Logistik. Hier ging es bislang vor allem um die Belieferung der Märkte. Heute hingegen bestimmt der Kunde mehr denn je Zeitpunkt und Ort der Lieferung. Wer passgenaue Warenströme organisieren kann, verschafft sich Wettbewerbsvorteile in Einkauf, Disposition und Vertrieb.

Stetig optimiert werden das Portfolio an Ländern und die dort angebotenen Formate. Den Ausgangspunkt dafür bildet ein gruppenweiter Format- und Konzeptbaukasten, der es möglich

macht, Formate dezentral in Ländern und Märkten an individuelle Gegebenheiten vor Ort anzupassen.

Innovationen treiben

Weil der Handel in Sachen Digitalisierung erst am Anfang steht, wird stetige Weiterentwicklung zu einem Teil der Media-Saturn-Strategie. So kann das Unternehmen Innovationen erkennen und integrieren sowie zum Impulsgeber für Marktumfeld, Kunden und Mitarbeiter werden. Diese Innovationen betreffen außer den Aktivitäten der EOG die Bereiche „Digital Innovation“ sowie „Product & Service Innovation“.

„Digital Innovation“ beinhaltet die Digitalisierung des Geschäftsmodells, insbesondere auch der Märkte. Hier erprobt die Unternehmensgruppe neue Konzepte und führt sie bei Erfolg international ein: Dies beginnt bei Navigationshilfen für Kunden im Markt und reicht bis zu digitalen Preisschildern, die der Kunde zukünftig mit seinem Smartphone koppeln kann, um zusätzliche Informationen wie Produktvergleiche oder Bewertungen abzurufen.

„Product & Service Innovation“ umfasst neue zusätzliche Angebote für Kunden. So kann Media-Saturn durch die Übernahme des Kundenservice- und Reparaturdienstleisters RTS zukünftig beispielsweise deutlich mehr Dienstleistungen anbieten. Das Spektrum umfasst dann die Planung, Installation, Inspektion, Wartung und Reparatur verschiedenster Produkte – von Haushaltsgeräten über Smartphones und Fernseher bis zu kompletten Smart Homes. Perspektivisch sollen alle diese Dienstleistungen sowohl im Markt als auch direkt beim Kunden zu Hause angeboten werden.

Real

Real verfolgt das Ziel, für alle potenziellen Kunden mit ihren vielfältigen Bedürfnissen zur Einkaufsstätte Nummer eins zu werden. Die Steigerung der Relevanz und Attraktivität beim Kunden sind hierbei von entscheidender Bedeutung, um Marktanteile in Deutschland zu gewinnen. Das Thema Nachhaltigkeit wird dabei auch weiterhin ein fester Bestandteil in allen Bereichen des Unternehmens sein. Die Orientierung an zugleich ökonomischen, ökologischen und sozialen Kriterien bestimmt die strategischen Entscheidungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – angefangen bei der Sortimentsgestaltung bis hin zur Profitabilität von Maßnahmen und Prozessen.

Die nächste Generation des Real-Vertriebskonzepts wird auf einem Fundament aus profitabilem und nachhaltigem Wachstum entstehen. Dafür ist es essenziell, die Umsetzung des Effizienzprogramms für wettbewerbsfähige Kostenstrukturen fortzuführen. Dies beinhaltet Optimierungen im Lieferkettenmanagement und des Standortportfolios, die Etablierung effizienter Einkaufskooperationen sowie die Anpassung der Tarifstruktur an die Herausforderungen in Handel und Wettbewerb. Für die folgenden Geschäftsjahre gilt insbesondere, sich mit dem demografischen Wandel und der Digitalisierung weiterzuentwickeln und die zukünftigen Markttrends im Unternehmen sowie das erfolgreiche neue Marktkonzept zu integrieren.

Die Ausrichtung von Real zielt auf eine hohe Kundenzufriedenheit und mehr Kontaktpunkte der Kunden mit dem Unternehmen (Customer Touchpoints). Der Kunde wird noch deutlicher in das Zentrum einer übergreifenden und umfassenden Strategie gerückt. Das Real-Vertriebskonzept der Zukunft soll Kunden noch mehr begeistern und inspirieren. Eine starke Serviceorientierung, Komfort und Wertschöpfung für den Kunden stehen daher klar im Vordergrund der Ausrichtung. Real soll in einem dichten Wettbewerbsumfeld mit einem einzigartigen Profil im deutschen Lebensmittelhandel hervorstechen. Im Zuge der Digitalisierung sind für den Kunden künftig nicht ausschließlich stationäre oder reine Onlineangebote relevant. Entscheidend ist vielmehr die bestmögliche Kombination aus einem sich bietenden Omnichannel-Portfolio.

Der Ausbau des Onlinegeschäfts mit Nichtlebensmitteln ist für Real daher fester Bestandteil der Strategie, und die Implementierung eines funktionierenden und wirtschaftlich tragbaren Onlinevermarktungskonzepts für Lebensmittel wird angestrebt.

Diese strategischen Zielsetzungen bestimmen auch die Anforderungen an zukünftige interne Unternehmensprozesse und die Gestaltung der IT-Landschaft nach außen und innen. Real muss in der Lage sein, potenzielle Kunden vom Beginn ihres Kaufentscheidungsprozesses bis zum Aftersales-Management zu begleiten. Hierbei kommt es nicht darauf an, welchen Kanal sie wählen. Sowohl stationär als auch vernetzt soll Kunden vielmehr eine Rundumlösung geboten werden.

Im Standortportfolio beabsichtigt Real in den kommenden Jahren weitere Modernisierungen nach dem erfolgreichen Essener Modell auf Basis von sich wandelnden Kundenansprüchen und -bedürfnissen durchzuführen. Voraussetzung dafür sind allerdings wettbewerbsfähige Kostenstrukturen. Die immer engere Vernetzung zwischen online und offline spielt hierbei eine tragende Rolle, zentral sind zudem Themen wie Ultrafrische, Regionalität, Sortimente, Service oder Bestandsoptimierung.

ZUSAMMEN- GEFASSTER LAGEBERICHT



55 ÜBERBLICK ÜBER DAS GESCHÄFTS- JAHR 2014/15 UND PROGNOSE

56 GRUNDLAGEN DES KONZERNS

- 56 Geschäftsmodell des Konzerns
- 59 Steuerungssystem
- 61 Innovationsmanagement
- 66 Nachhaltigkeitsmanagement
- 75 Mitarbeiter
- 87 Merkmale des rechnungslegungsbezogenen
internen Kontroll- und Risikomanagementsystems
sowie erläuternder Bericht des Vorstands

91 WIRTSCHAFTSBERICHT

- 91 Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene
Rahmenbedingungen
- 96 Vermögens-, Finanz- und Ertragslage
- 96 Finanz- und Vermögenslage
- 103 Ertragslage

116 NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

121 RISIKO- UND CHANCENBERICHT

139 VERGÜTUNGSBERICHT

153 ANGABEN GEMÄSS § 315 ABS. 4 UND § 289 ABS. 4 HGB SOWIE ERLÄUTERNDER BERICHT DES VORSTANDS

160 ERGÄNZENDE ANGABEN FÜR DIE METRO AG (GEMÄSS HGB)

ZUSAMMENGEFASSTER LAGEBERICHT

Überblick über das Geschäftsjahr 2014/15 und Prognose

Ertragslage

- Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 1,5 Prozent
- Berichteter Umsatz sank im Geschäftsjahr 2014/15 aufgrund negativer Wechselkurs- und Portfolioeffekte um 1,2 Prozent auf 59,2 Mrd. € (in lokaler Währung: +0,5 Prozent)
- EBIT aus fortgeführten Aktivitäten vor Sonderfaktoren: 1.511 Mio. € (2013/14: 1.531 Mio. €)
- Periodenergebnis vor Sonderfaktoren: 688 Mio. € (2013/14: 673 Mio. €)
- Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren verbesserte sich auf 1,91 € (2013/14: 1,84 €)

Finanz- und Vermögenslage

- Nettoverschuldung sank um 2,2 Mrd. € auf 2,5 Mrd. € (30.9.2014: 4,7 Mrd. €)
- Investitionen lagen bei 1,4 Mrd. € (2013/14: 1,0 Mrd. €)
- Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit erreicht 1,8 Mrd. € (2013/14: 2,0 Mrd. €)
- Bilanzsumme beträgt 27,7 Mrd. € (30.9.2014: 28,2 Mrd. €)
- Eigenkapital: 5,2 Mrd. € (30.9.2014: 5,0 Mrd. €); Eigenkapitalquote: 18,7 Prozent (30.9.2014: 17,8 Prozent)
- Langfristiges Rating: BBB– (Standard & Poor's)

Prognose der METRO GROUP

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

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2015/16 erwartet die METRO GROUP – trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 1,5 Prozent im Berichtsjahr wieder von einem leichten Anstieg aus. Sowohl zum Gesamt- als auch zum flächenbereinigten Umsatzwachstum sollen insbesondere die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen; für die Vertriebslinie Real gehen wir von einer Verbesserung gegenüber dem abgelaufenen Geschäftsjahr aus.

Ergebnis

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2015/16 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt sein.

Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, aufgrund der bereits erfolgreich vorangeschrittenen Transformation der Geschäftsmodelle, die auch in Zukunft fortgesetzt werden wird, das Ergebnis weiter zu steigern. In diesem Zusammenhang legt die METRO GROUP außer auf operative Verbesserungen auch im Geschäftsjahr 2015/16 wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP daher eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2014/15 in Höhe von 1.511 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen. Hierzu sollen insbesondere METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen, wobei die Entwicklung der Vertriebslinie Real von der erfolgreichen Umsetzung der eingeleiteten Maßnahmen abhängen wird.

— GRUNDLAGEN DES KONZERNS

Geschäftsmodell des Konzerns

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

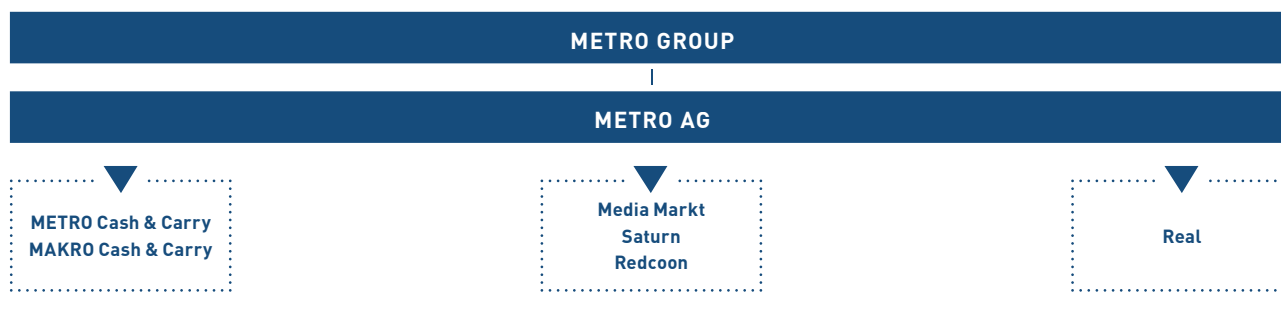
Das operative Geschäft verantworten unsere drei Vertriebslinien. Sie agieren teilweise mit unterschiedlichen Marken oder über Tochtergesellschaften am Markt, abhängig von der jeweiligen Strategie, dem Segment und dem spezifischen Wettbewerbsumfeld.

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

Galeria Kaufhof haben wir im Geschäftsjahr 2014/15 an die Hudson's Bay Company (HBC) verkauft. Die Transaktion wurde Ende September 2015 erfolgreich abgeschlossen. Aufgrund des Verkaufs wird Galeria Kaufhof nicht mehr als separates Segment, sondern als nicht fortgeführte Aktivität dargestellt.

Servicegesellschaften unterstützen die Vertriebslinien der METRO GROUP übergreifend mit Dienstleistungen, unter anderem in den Bereichen Immobilien, Logistik, Informationstechnologie und Werbung. Sie werden zusammen mit der Managementholding METRO AG als „Sonstige“ ausgewiesen.

METRO GROUP im Überblick



Die METRO GROUP im Überblick

METRO

makro

METRO Cash & Carry ist international führend im Selbstbedienungsgroßhandel. Mit den Marken METRO und MAKRO ist die Vertriebslinie in 26 Ländern Europas und Asiens vertreten. Das Produkt- und Lösungsangebot der Großmärkte ist speziell auf die Anforderungen gewerblicher Kunden zugeschnitten. Dazu zählen vor allem Hotels, Restaurants, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden. Im August 2015 hat die METRO GROUP die Classic Fine Foods Group (CFF) erworben. CFF ist in 25 überwiegend asiatischen Großstädten in 14 Ländern vertreten und beliefert Premiumhotels, -restaurants und -cateringunternehmen. Zum Jahresende 2014 wurden die Standorte von METRO Cash & Carry in Dänemark geschlossen. Die Veräußerung des Großhandelsgeschäfts in Griechenland wurde im Januar 2015 vollzogen. Der Verkauf der Großhandelsaktivitäten in Vietnam wird voraussichtlich im Geschäftsjahr 2015/16 abgeschlossen sein.

MediaMarkt

SATURN

redcoon.de

Media-Saturn ist die Nummer eins im europäischen Elektrofachhandel. Zu den Erfolgsmerkmalen der Vertriebslinie gehören die starken Marken Media Markt und Saturn, die dezentrale Organisationsstruktur mit Geschäftsführern vor Ort, die eine Minderheitsbeteiligung halten, und die mittlerweile enge Verzahnung aller Vertriebskanäle und Dienstleistungen zu einem nahtlosen Angebot für die Kunden. Im Pure-Play-Segment ist Media-Saturn mit dem Internethändler Redcoon, dessen Anteile Media-Saturn zu 100 Prozent hält, in acht Ländern vertreten sowie in Russland unter der Marke 003.ru. Darüber hinaus hat Media-Saturn im April 2015 die Mehrheit am Liveshopping-Portal iBOOD übernommen sowie im August 2015 am Reparatur- und Servicedienstleister RTS und damit sein Serviceangebot für Verbraucher ausgeweitet. Das Closing von RTS erfolgte im Oktober 2015.

real

Real zählt zu den führenden SB-Warenhaus-Betreibern in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Onlinevertrieb aktiv. Die SB-Warenhäuser zeichnen sich durch einen großen Anteil an hochwertigen Frischeprodukten, ein vielfältiges Sortiment an Nichtlebensmitteln und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis aus.

Standortportfolio nach Ländern und Segmenten

	METRO Cash & Carry ¹		Media-Saturn		Real		METRO GROUP		Nicht fortgeführte Aktivitäten	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Deutschland	107	107	415	417	307	293	829	817	122	118
Belgien	15	15	23	23			38	38	15	16
Dänemark	5	0					5	0		
Frankreich	93	93					93	93		
Italien	49	48	117	110			166	158		
Luxemburg			2	2			2	2		
Niederlande	17	17	45	49			62	66		
Österreich	12	12	47	48			59	60		
Portugal	10	10	9	9			19	19		
Schweden			27	27			27	27		
Schweiz			25	27			25	27		
Spanien	37	37	72	77			109	114		
Westeuropa (ohne Deutschland)	238	232	367	372			605	604	15	16
Bulgarien	14	11					14	11		
Griechenland	9	0	10	10			19	10		
Kasachstan	8	7					8	7		
Kroatien	7	8					7	8		
Moldawien	3	3					3	3		
Polen	41	41	71	79			112	120		
Rumänien	32	31			4	0 ²	36	31		
Russland	73	84	63	67			136	151		
Serbien	10	10					10	10		
Slowakei	6	6					6	6		
Tschechien	13	13					13	13		
Türkei	28	29	39	41			67	70		
Ukraine	33	32					33	32		
Ungarn	13	13	21	21			34	34		
Osteuropa	290	288	204	218			498	506		
China	78	82					78	82		
Indien	16	18					16	18		
Japan	9	9					9	9		
Pakistan	9	9					9	9		
Vietnam	19	19					19	19		
Asien/Afrika	131	137					131	137		
International	659	657	571	590	4	0	1.234	1.247	15	16
METRO GROUP	766	764	986	1.007	311	293	2.063	2.068³	137	134

¹ Das Segment METRO Cash & Carry enthält auch das Geschäft der Classic Fine Foods Group in China (inklusive Hongkong), Frankreich, Indonesien, Japan, Korea, Macau, Malaysia, den Philippinen, Singapur, Thailand, den Vereinigten Arabischen Emiraten, dem Vereinigten Königreich und Vietnam. Die Standorte und Länder der Classic Fine Foods Group wurden in der Tabelle nicht dargestellt, da es sich um Depots sowie Lager handelt und hier nur Verkaufsstandorte gezählt werden.

² Die vier Standorte in Rumänien werden ab dem Geschäftsjahr 2014/15 im Segment Sonstige aufgeführt

³ Inklusive vier Standorte bei Sonstige

Steuerungssystem

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

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

Steuerungskennzahlen der Ertragslage

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

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

——— Erläuterungen der Sonderfaktoren finden sich im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Ertragslage.

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

——— Detaillierte Informationen zu diesen Kennzahlen finden sich im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Ertragslage.

Steuerungskennzahlen der Finanz- und Vermögenslage

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

——— Eine umfassende Darstellung der Finanz- und Vermögenslage findet sich im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Finanz- und Vermögenslage.

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

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

——— Die Zusammensetzung des Nettobetriebsvermögens findet sich im Anhang – Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

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

———— Eine detaillierte Beschreibung dieser Kennzahlen findet sich im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Finanz- und Vermögenslage.

Wertorientierte Kennzahlen

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

———— Eine ausführliche Analyse dieser Kennzahlen findet sich im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Ertragslage.

Innovationsmanagement

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

Sowohl unsere Branche als auch unsere Kunden befinden sich in einem tief greifenden Veränderungsprozess, der insbesondere durch Megatrends wie Digitalisierung und gesellschaftlichen Wandel vorangetrieben wird. Diese Trends beeinflussen maßgeblich die Art und Weise, wie unsere Kunden leben, arbeiten und konsumieren. Unser Ziel ist es, unsere Kunden bei diesem Wandel zu unterstützen und zu einem relevanten Partner für sie zu werden. Dabei stehen wir vor der Aufgabe, uns selbst wandeln zu müssen. Denn als Händler wollen wir unseren Kunden nicht mehr lediglich Zugang zu Produkten gewähren – ob online oder offline. Um den Handel der Zukunft erfolgreich gestalten zu können, müssen wir den Kunden Mehrwert bieten und sie involvieren. Dafür sind neue Geschäftsmodelle notwendig, mit denen wir Inhalte generieren und sie unseren Kunden anbieten können. Die Organisationseinheit Business Innovation der METRO GROUP setzt dabei zusammen mit den Vertriebslinien auf einen kundenzentrierten Prozess, der alle Beteiligten optimal unterstützt und jeweils mit Blick auf die Kundengruppen der verschiedenen Vertriebslinien angepasst wird (siehe Grafik).

Im Rahmen des Prozesses wurden Digitalisierung, gesellschaftlicher Wandel, Urbanisierung und Nachhaltigkeit als wichtigste Trends identifiziert, die das Wertesystem, das Leben, das Arbeiten und das Konsumieren der Menschen am stärksten beeinflussen und verändern werden. Auf Basis dieser Analysen stellen wir uns die Fragen: Wie können wir unsere Kunden in Zukunft besser mit einbeziehen? Wie werden wir zum bestimmenden Akteur im Handel? Welche Rolle spielt der stationäre Handel in digitalen Geschäftsmodellen? Dabei wollen wir den Kundennutzen bestmöglich steigern und somit dafür sorgen, dass der Preis nicht mehr das einzig ausschlaggebende Argument ist. Statt lediglich Zugang zu Produkten zu ermöglichen, möchten wir den Kunden mit einbeziehen, unser Angebot stärker personalisieren, uns mit dem Kunden vernetzen und im besten Fall mit ihm zusammenarbeiten. Erst wenn Rahmenbedingungen und Nutzen festgelegt sind, werden detaillierte Geschäftsmodelle definiert und Pilotprojekte umgesetzt. Dabei konzentriert

Planungsprozess: Innovationsstrategie

1

Relevante Makro- und Mikrotrends identifizieren



2

Wie wird sich das in Zukunft auf den Alltag unserer Kunden auswirken?

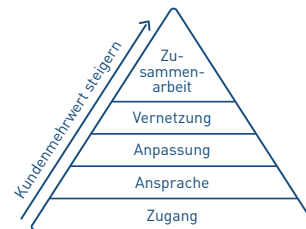


3

Zukunftsvision und Geschäftsmodelle definieren

Wie kann man „die Pyramide hinaufklettern“, um bei Angebot und Kommunikationsstrategie Mehrwert zu schaffen?

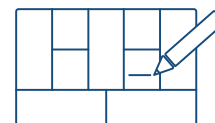
- Wie spricht man in Zukunft Kunden an?
- Wie wird man zum „Gatekeeper“, der über die nötige digitale Reichweite verfügt und die Marktregeln festlegt?
- Welche Rolle spielt der stationäre Handel in den einzelnen digitalen Geschäftsmodellen?



Quelle: David L. Rogers, The network is your customer, Yale University Press, 2010

4

Mithilfe des „Business Model Canvas“ detaillierte Geschäftsmodelle erarbeiten



5

Erprobung der Strategie

Pilotphase und Prototyp, um frühzeitig Kundenfeedback zu erhalten



sich das Innovationsmanagement auf klar definierte Schwerpunkte (siehe Grafik). Im Geschäftsjahr 2014/15 wurden die bestehenden Innovationsfelder um den neuen Arbeitsschwerpunkt „Horeca-Services“ erweitert. Das neue Innovationsfeld steht für die Einführung digitaler Dienstleistungen und Lösungen für Hotel- und Restaurantbesitzer sowie Cateringunternehmen. Von zwei Millionen Firmen, die allein in Westeuropa im Gastgewerbe tätig sind, zählen 1,4 Millionen zu den Horeca-Kunden von METRO Cash & Carry. Der Markt der digitalen Dienstleistungen für diese Kundengruppe ist jedoch noch nicht besetzt. Gleichzeitig gibt es viele junge Gründer, die digitale Lösungen anbieten, diese ohne Unterstützung jedoch nicht in eigenen Geschäftsmodellen und größerem Maßstab umsetzen können. Dieses Potenzial sehen wir als so groß an, dass wir am Ende des Geschäftsjahres 2014/15 einen eigenen Bereich Digital Horeca gegründet haben. Ziel der METRO GROUP ist es, Horeca-Kunden digitale Hilfsmittel zur Verfügung zu stellen, damit sie schneller wachsen und ihre Prozesse vereinfacht bewältigen können.

Die METRO GROUP sucht in Europa, den USA, Asien und Afrika aktiv nach Firmen, die zu ihrer Innovationsstrategie passen. Bei Beteiligungen richtet die METRO GROUP ihren Fokus darauf, Start-up-Unternehmen signifikant beim Wachstum zu unterstützen. Im Dezember 2014 haben wir 15 Prozent an dem Unternehmen Emmas Enkel erworben, das traditionelle Nahversorgung mit modernem Onlinehandel verbindet. Seit April 2015 ist die METRO GROUP darüber hinaus an dem US-amerikanischen Online-Jobnetzwerk Culinary Agents mit 18,33 Prozent beteiligt, das sich auf die Vermittlung von Fachkräften für die Gastronomie und Hotellerie spezialisiert hat.

Teil unseres Innovationsmanagements ist es außerdem, die METRO GROUP als interessanten und zuverlässigen Partner für Start-up-Unternehmen zu etablieren und dafür ihre Stärken aktiv einzusetzen. Unser Ziel ist es, die Zusammenarbeit mit Gründern und Jungunternehmern zu verstärken sowie generell Start-up-Strukturen zu festigen und zu unterstützen. Mit Blick auf diese Zielsetzung hat die METRO GROUP im Jahr 2015 mehrere Veranstaltungen zu diesem Thema finanziell und inhaltlich gefördert. Beispielhaft hierfür ist die Veranstaltungs-

reihe „Innovation in Retail Meetup“, mit der wir eine Plattform für den Austausch zwischen innovativen Start-up-Unternehmen aus Handel und Gastronomie mit der METRO GROUP und ihren Vertriebslinien geschaffen haben. Bei den Veranstaltungen in Düsseldorf stellen Gründer ihre Ideen und Geschäftsmodelle vor, um sich im Anschluss mit anderen Gründern, Experten und Vertretern der METRO GROUP zu vernetzen. Dabei werden wertvolle Kontakte geknüpft, die bereits dazu geführt haben, dass Start-up-Unternehmen Pilotprojekte in den Vertriebslinien der METRO GROUP realisieren konnten. Beispielhaft hierfür sind etwa die Listung von Craft Beer des Berliner Unternehmens BRLO bei Emmas Enkel sowie erste Testaktionen mit Instagram-Druckstationen und -Terminals bei METRO Cash & Carry. Der Service des Unternehmens Dinnery wird in einem sogenannten Pop-up-Store vom 24. September bis 23. Dezember 2015 im Bremer Weserpark angeboten: Das Start-up liefert Gourmetboxen mit frisch vorgekochten Komponenten, aus denen sich Kunden ein Menü in gehobener Gastronomiequalität zubereiten können. POSpulse, ein Start-up-Unternehmen, das für Handelsanalysen am Point of Sale Privatpersonen als Scouts einsetzt, bekam die Gelegenheit zu einem Pilotprojekt mit Media-Saturn. Die Lösung wird inzwischen als Marktforschungsinstrument in der Vertriebslinie genutzt.

Das Innovationsmanagement wirkt aber auch beim Kulturwandel innerhalb des Unternehmens mit. Im Vordergrund steht dabei, das Verständnis dafür zu stärken, dass sich das Unternehmen für das digitale Zeitalter kontinuierlich und immer schneller neu erfinden muss. Die Angst vor dem Wandel soll genommen und die Einsicht geschaffen werden, dass Wandel von allen mitgestaltet werden kann und muss. Dafür wurde im ersten Schritt eine Workshopreihe ins Leben gerufen, die den Mitarbeitern innovative Themen verständlich näherbringt. Mit dem internen sozialen Netzwerk UNITED hat die METRO GROUP im Berichtsjahr darüber hinaus eine neue Kommunikations- und Interaktionsplattform geschaffen, mit deren Hilfe sich Mitarbeiter effizient vernetzen und über Landesgrenzen hinweg an der Entwicklung von Ideen arbeiten können. Auch damit unterstützt die METRO GROUP den Wandlungsprozess im Arbeitsalltag aktiv.

Die sechs Innovationsfelder der METRO GROUP



In enger Zusammenarbeit testen die Vertriebslinien in den genannten sechs Innovationsfeldern bereits zahlreiche Neuerungen beziehungsweise setzen diese gemeinsam erfolgreich um. Ausgewählte Beispiele hierfür sind im Folgenden dargestellt.

METRO Cash & Carry arbeitet intensiv daran, den Kunden ein idealer Partner im Arbeitsalltag zu sein. Ein Ziel ist es, Horeca-Kunden verstärkt bei Digitalisierungsprozessen zu unterstützen. Die METRO GROUP ist dazu im Geschäftsjahr 2014/15 eine strategische Partnerschaft mit dem Online-Jobnetzwerk Culinary Agents eingegangen. Das US-amerikanische Start-up-Unternehmen arbeitet mit einer selbst entwickelten, dynamischen Technologie, die Talente und Unternehmen direkt miteinander vernetzt. Das Netzwerk bietet außerdem Tools für Bewerberauswahl, -management und -kommunikation. Mit der Beteiligung an Culinary Agents bietet METRO Cash & Carry seinen wichtigen Kundengruppen aus Gastronomie, Hotellerie und Catering einen weiteren Service für den täglichen Erfolg im Geschäft. Das Unternehmen Culinary Agents, das bereits in mehr als 30 Städten der Vereinigten Staaten aktiv ist, startete im Oktober 2015 zunächst in Italien und Frankreich, weitere Länder sollen 2016 folgen.

Um den Kunden von METRO Cash & Carry in Zukunft neue Dienstleistungen und Technologien anbieten zu können, hat die METRO GROUP im Geschäftsjahr 2014/15 den Techstars

METRO Accelerator ins Leben gerufen. Das neu aufgelegte Förderprogramm wird gemeinsam mit dem US-Unternehmen Techstars, einem der international renommiertesten Start-up-Netzwerke, sowie der Digitalagentur R/GA durchgeführt. Der Techstars METRO Accelerator richtet sich an Gründer mit innovativen technologischen Anwendungen für Gastronomie, Hotellerie und Catering. Im Rahmen des Programms unterstützen erfahrene Mentoren und Experten ausgewählte Start-up-Unternehmen dabei, innerhalb von drei Monaten das eigene Geschäft erfolgreich weiterzuentwickeln. Während der Programmphase arbeiten die Gründer außerdem eng mit Vertretern der METRO Cash & Carry Landesgesellschaften für ein erstes Pilotprojekt zusammen. Am sogenannten Demo Day im Januar 2016 präsentieren die Teams ihre Geschäftskonzepte vor internationalen Investoren, führenden Branchenvertretern und der Öffentlichkeit. Der Techstars METRO Accelerator ist weltweit das erste Förderprogramm, das sich auf Technologieanwendungen für die Gastronomie fokussiert.

Um den Kunden ein einzigartiges Einkaufs- und Frischeerlebnis zu ermöglichen, arbeitet METRO Cash & Carry darüber hinaus mit dem Berliner Start-up Infarm an einem Pilotprojekt. Indoor Farming soll somit in die METRO Cash & Carry Großmärkte gebracht werden. Infarm hat sich darauf spezialisiert, Sprossen, Keimlinge und Kräuter bis hin zu Salaten nachhaltig in geschlossenen Räumen anzubauen. Die Pflanzen werden

mithilfe von technischen Installationen im Großmarkt angebaut und direkt an den Kunden verkauft.

Bei Media-Saturn haben sich Neuerungen bei der Warenauslieferung bewährt. Expresslieferungen und Lieferungen zu einem vereinbarten Wunschtermin sind mittlerweile fester Bestandteil des Serviceangebots für Kunden. Um deren Ansprüche und Wünsche optimal erfüllen zu können, arbeitet Media-Saturn gemeinsam mit dem Bereich Business Innovation zudem an neuen Marktformaten.

Darüber hinaus hat Media-Saturn im Herbst 2014 ein Projekt mit dem Mobile-Shopping-Dienstleister Shopkick gestartet. Kunden stoßen mithilfe der Shopkick-App auf Produkte und Angebote in Geschäften in ihrer Nähe. Beim Betreten eines Geschäfts wird der Kunde dann mit „Kicks“ belohnt, die über Shopkick gegen Gutscheine eingelöst werden können. Um diese und weitere Dienstleistungen möglich zu machen, verwendet Shopkick Beacons. Dabei handelt es sich um winzige Sender, die als Signalgeber fungieren und von entsprechend konfigurierten Smartphones empfangen werden können. Media-Saturn wollte die neue Technologie testen und ist daher die Partnerschaft mit Shopkick eingegangen. Zudem nutzt Media-Saturn Shopkick, um zielgerichtetes und individuelles Marketing über die App zu betreiben. So hat sich im Zeitraum von Januar bis August 2015 mehr als eine halbe Million Kunden „Kicks“ in einem Elektrofachmarkt von Media Markt oder Saturn abgeholt. Dabei haben diese Kunden mehr als zehn Millionen Produktansichten über die App abgerufen. Das Projekt mit Shopkick ist zunächst bis Frühjahr 2016 angesetzt.

Real hat mit dem Relaunch der Real-App für iOS- und Android-Betriebssysteme im April 2015 den Mehrwert für die Kunden deutlich erhöht. Mehr als 870.000 Kunden haben die Applikation seit dem Start im Jahr 2010 auf einem iOS- oder Android-Gerät installiert. Im Hinblick auf zukünftig geplante kundenindividuelle Marketingaktivitäten ist die Real-App zudem stärker personalisiert worden und kann nun vom Benutzer seinen Präferenzen entsprechend angepasst werden. Nach dem Einloggen werden dem Kunden direkt auf der Startseite individualisierte Dienstleistungen und Informationen angeboten. Auch ein neuer Rezeptbereich wurde in die App integriert. Als Erleichterung im Rahmen der neuen technischen Funktionen steht Nutzern der Real-App nun in bereits mehr als 100 Real SB-Warenhäusern kostenloses WLAN zur Verfügung – ohne Zugriffs- oder Datenvolumenbeschränkung.

Im Rahmen ihrer 15-prozentigen Beteiligung an Emmas Enkel erprobt die METRO GROUP neue Multichannel-Konzepte im kleinformatischen Lebensmittelhandel in Deutschland. Real agiert dabei als operativer Partner und beliefert Emmas Enkel mit hochwertigen Lebensmitteln, regionalen Frischwaren, Haushalts- und Drogerieartikeln sowie Eigenmarkenartikeln. Die Vertriebslinie erreicht über die innerstädtischen Emmas-Enkel-Läden und den Onlineshop neue Kundengruppen und schafft sich so einen neuen Absatzkanal.

Auch darüber hinaus halten neue Technologien Einzug in die Märkte unserer Vertriebslinie. Real bietet Kunden beispielsweise neue Zahlungssysteme. Dazu gehören Selbstzahlerkassen sowie Kassen, die mit der drahtlosen Übertragungstechnik NFC (Near Field Communication) ausgestattet sind. Damit lassen sich Einkäufe mit kompatiblen Karten oder Mobiltelefonen kontaktlos bezahlen. Im Rahmen der Einführung dieser Technik nimmt Real an der Mobile-Payment-Initiative „NFC City Berlin“ teil. Das bundesweit größte Projekt dieser Art, für das die Firma GS1 Germany die Plattform geschaffen hat, startete im April 2015 und wird über ein Jahr laufen. „NFC City Berlin“ ist eine Kooperation aller deutschen Mobilfunknetzbetreiber sowie führender Handelsunternehmen. Ziel ist es, Kunden mit dem Thema des mobilen Zahlens vertraut zu machen und sie dafür zu gewinnen.

Gemeinsam mit Ebay und Paypal testete die METRO GROUP in einem vertriebslinienübergreifenden dreimonatigen Projekt ein neues Omnichannel-Konzept. Von Oktober 2014 bis Januar 2015 konnten Kunden und Händler im sogenannten „The Inspiration Store“ diese Form des Handels selbst testen und erleben. Auf rund 200 Quadratmetern Verkaufsfläche kamen im Bremer Einkaufszentrum Weserpark verschiedene Technologien zahlreicher Hersteller und Dienstleister zum Thema Online- und Offlineeinkaufen in neuer Kombination zum Einsatz. Im Fokus standen dabei unter anderem das QR-Code-Shopping und Bezahlmethoden wie das Bezahlen per Paypal-App. Die Ware konnte vor Ort im Geschäft mitgenommen, nach Hause geliefert oder direkt online bestellt werden. Ziel des Projekts war es, Erfahrungen im Bereich des über alle Kanäle vernetzten Handels zu sammeln. So besuchten mehr als 40.000 Kunden den „Inspiration Store“. Vor allem die angebotenen Omnichannel-Funktionen wie „Ship from Store“ und die Bezahlung via Smartphone stießen bei ihnen auf großes Interesse. Zehn Prozent der Umsätze wurden über Paypal getätigt.

Nach den bisherigen Projekten mit Kooperationspartnern ist die METRO GROUP einen Schritt weiter gegangen und testet zurzeit das Konzept „Cross-Border E-Commerce“. Dabei arbeitet der Bereich Business Innovation eng mit METRO Cash & Carry China zusammen, um auf der asiatischen E-Commerce-Plattform Tmall deutsche Produkte anbieten zu können. Tmall

ist eine Tochtergesellschaft der Alibaba Group und Chinas drittgrößte E-Commerce-Plattform für Marken und Händler. Im Rahmen dieses Testprojekts liefert die Vertriebslinie Real unter anderem Eigenmarkenprodukte nach China. Der riesige Markt und die hohe Nachfrage nach deutschen Produkten in China bieten ein großes Potenzial, das die METRO GROUP nutzen will.

Nachhaltigkeitsmanagement

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

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

Wir bieten Lebensqualität ...

Und werden nachhaltig in allem, was wir tun ...

... für unsere Kunden, ...



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

... deshalb arbeiten wir an einer verantwortungsvollen Produkt- und Sortimentsgestaltung.

... für unsere Mitarbeiter, ...



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

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

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



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

... deshalb setzen wir uns für menschenwürdige Arbeitsbedingungen ein.

... für die Umwelt, ...



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

... deshalb zielen wir darauf ab, unsere Prozesse zu optimieren und Ressourcen effizient einzusetzen.

... für die Gesellschaft, ...



... indem wir im vertrauensvollen Dialog mit unseren Stakeholdern an der Lösung globaler Herausforderungen arbeiten. So leisten wir einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung.

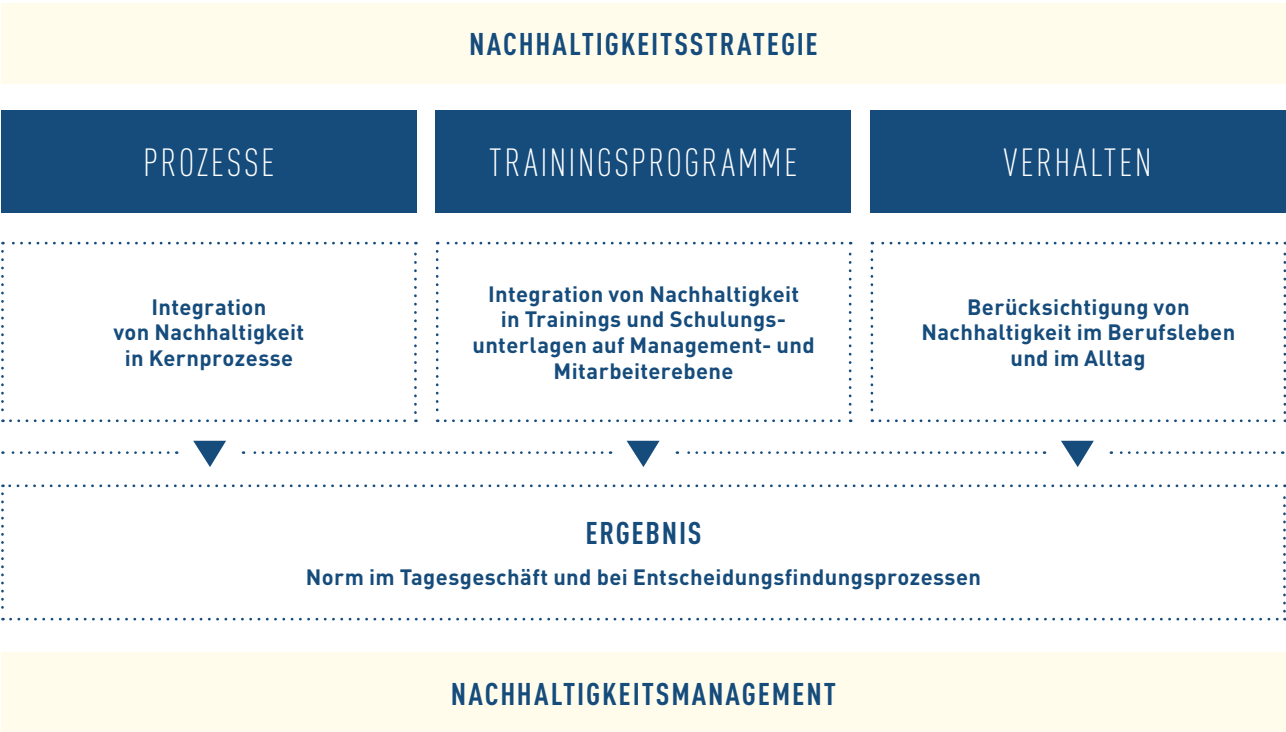
... deshalb bringen wir unser Geschäft mit den gesellschaftlichen Bedürfnissen zusammen und engagieren uns dort, wo wir tätig sind, für die Gemeinschaft.

Verankerung von Nachhaltigkeit

Die strategische Verankerung der Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft ist eine wichtige Voraussetzung, um unserem Anspruch in Bezug auf Nachhaltigkeit gerecht werden zu können. Dies gewährleisten wir einerseits durch unseren Nachhaltigkeitsrat und seine Gremien, andererseits durch Anpassung

relevanter Geschäftsprozesse und Entscheidungsabläufe sowie die Veränderung unseres individuellen Verhaltens. Ziel ist es, dass jeder Einzelne die Bedeutung von Nachhaltigkeit für sich und sein berufliches Umfeld erkennt und sein Verhalten entsprechend daran ausrichtet. Denn das Thema kann von oben getrieben, muss aber von allen getragen werden.

VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT



Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
VERANKERUNG VON NACHHALTIGKEIT IM UNTERNEHMEN	Die METRO GROUP macht Nachhaltigkeit systematisch zum Bestandteil ihrer Arbeit.		Integration von Nachhaltigkeit in alle (wesentlichen) Geschäftsprozesse bis 2016. Erster Schritt: Identifikation wesentlicher Prozesse und ihrer Verbindung mit dem Thema.	
			Bis 2016 Schärfung des Bewusstseins der Mitarbeiter in Bezug auf nachhaltiges Verhalten. Erster Schritt: Erstellung einer Gesamtkonzeption zur Durchführung einer Nachhaltigkeitskampagne inklusive eines Nachhaltigkeitstags.	
			Integration von Nachhaltigkeit in Trainingsprogramme. Bis 2016 werden Trainingsmaßnahmen zur unternehmerischen Verantwortung entwickelt und allen Mitarbeitern angeboten. Erster Schritt: Ausarbeitung eines allgemeinen Trainingsformats.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 74

Unser Nachhaltigkeitsmanagement

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

Weitere Informationen zum Risiko- und Chancenmanagement finden sich im Risiko- und Chancenbericht.

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

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

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

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

Im Geschäftsjahr 2014/15 hat sich die METRO GROUP erneut für die weltweite Spitzengruppe der nachhaltig wirtschaftenden Handelsunternehmen qualifiziert und ist sowohl im international bedeutenden Nachhaltigkeitsindex Dow Jones Sustainability World als auch im Dow Jones Sustainability Europe gelistet. Zudem wurde die METRO GROUP erstmals in ihrer Geschichte zum Industry Group Leader in der Kategorie Food & Staples Retailing ernannt. Die Gesamtpunktzahl konnte von 71 Punkten im Geschäftsjahr 2013/14 auf nunmehr 77 Punkte gesteigert werden. Damit hat sich die METRO GROUP deutlich verbessert.

Bewertung in relevanten Nachhaltigkeitsindizes und -rankings

Index/Ranking	Rating/Punkte	Skala	Jahr
Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World/Europe	77 Industry Group Leader Food & Staples Retailing	0 bis 100	2015
Oekom Corporate Rating	C+ Prime Status	D– bis A+	2014
CDP Climate Disclosure & Performance Scoring	99 A– Sector Leader Consumer Staples Region DACH Index Leader MDAX	0 bis 100 / E bis A	2015
FTSE4Good Global/Europe Index	3,8	0 bis 5	2015

NACHHALTIGKEITSRAT



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

bestimmt die Nachhaltigkeitsstrategie der METRO GROUP.

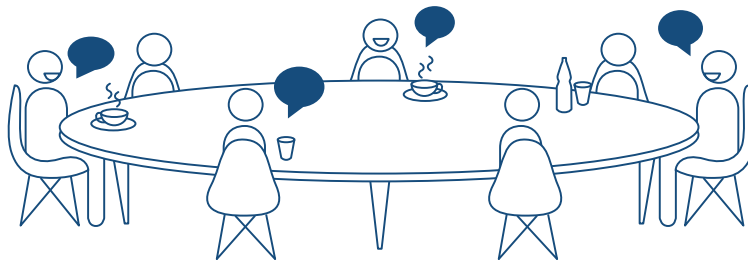


RUNDER TISCH ZUR UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG



NACHHALTIGKEITSMANAGER DER VERTRIEBSLINIEN UND DER METRO AG

bündelt Nachhaltigkeitsexpertise, unterstützt Nachhaltigkeitsrat und Vertriebslinien auf operativer Ebene.



VERTRIEBSLINIEN

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

METRO

makro

MediaMarkt®

 **SATURN**

redcoon.de

real-

Handeln entlang der Wertschöpfungskette

Durch die Integration des Themas Nachhaltigkeit in den Strategieprozess unserer Vertriebslinien ergeben sich spezifische Schwerpunkte auf operativer Ebene. Entsprechend fokussieren wir unser Engagement für Nachhaltigkeit auf die Teile der Wertschöpfungskette und unsere Berührungspunkte mit der Gesellschaft, auf die unser Einfluss auf nachhaltigkeitsrelevante Prozesse am größten ist. Hier zeigen unsere Maßnahmen entsprechende Wirkung. Die exemplarische Wertschöpfungskette umfasst dabei folgende Stufen:

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

Zu den einzelnen Stufen geben wir nachfolgend einen Überblick über unsere Ansätze, mit denen wir den spezifischen Herausforderungen begegnen.

— Vertiefende Informationen und Kennzahlen zum Thema Nachhaltigkeit finden sich auf unserer Website unter der Rubrik Verantwortung.

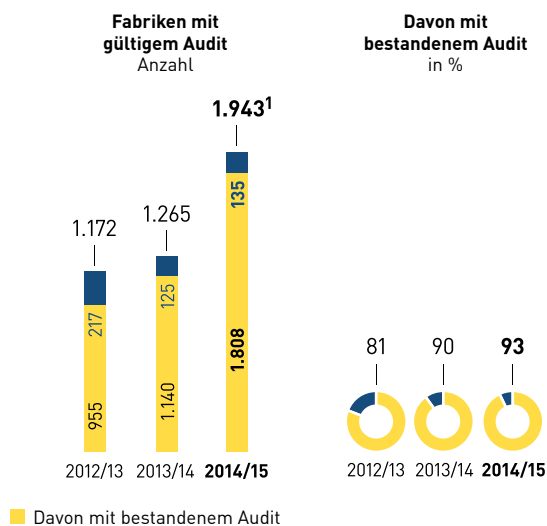
Beschaffung, Produktion und Verarbeitung

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

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

Lieferanten. Unser Ziel ist es, dass alle Produzenten in definierten Risikoländern (basierend auf der Bewertung der Business Social Compliance Initiative, BSCI), in denen MGB Hong Kong Importware herstellen lässt, und Produzenten, die für die Vertriebslinien der METRO GROUP Eigenmarken oder Eigenimporte aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Spielwaren und Hartwaren produzieren, nach dem BSCI- oder äquivalenten Standards auditiert werden. Zum 30. September 2015 waren dies 1.943 Produzenten. Davon haben 93 Prozent (1.808 Produzenten) das Audit bestanden. Produzenten mit einem nicht bestandenen Audit haben innerhalb von 18 Monaten nach dem Tag des Audits die Möglichkeit, eine Verbesserung nachzuweisen. Gelingt dies nicht, wird die Produktionsstätte für weitere Aufträge gesperrt, bis sie vorweisen kann, dass sie ihre Organisationsprozesse nachhaltig verbessert hat.

Sozialaudits bezogen auf Eigenimporte durch MGB Hongkong und Nichtlebensmittel-Eigenmarken der Vertriebslinien der METRO GROUP zum Stichtag 30.9.



Fabriken mit bestandenem Audit können die erfolgreiche Umsetzung des BSCI- oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen.

¹Anpassung der Vorjahreswerte auf Sozialaudits bei Fabriken bezogen auf Eigenimporte durch MGB Hongkong; 2014/15 zusätzlich Fabriken bezogen auf Nichtlebensmittel-Eigenmarken der Vertriebslinien der METRO GROUP

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

¹ Erfasst sind hiervon Fabriken für Handelsware (Nichtlebensmittel-Eigenmarken sowie -Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt betreiben
Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 74

Transport, Lagerung und Markt

Als Handelsunternehmen übernehmen wir Verantwortung für den Klima- und Ressourcenschutz in den Bereichen innerhalb der Wertschöpfungskette, auf die wir unmittelbar Einfluss nehmen können: angefangen bei der Lagerung und Kühlung von Produkten über den Transport bis hin zum Betrieb unserer Märkte und Verwaltungsstandorte. Dabei verfolgen wir zwei zentrale Ziele: Erstens wollen wir die klimarelevanten Emissionen in Verbindung mit unserem Geschäftsbetrieb verringern. Zweitens wollen wir unseren Ressourcenverbrauch reduzieren. Auf diese Weise tragen wir auch dazu bei, unsere Betriebskosten zu senken.

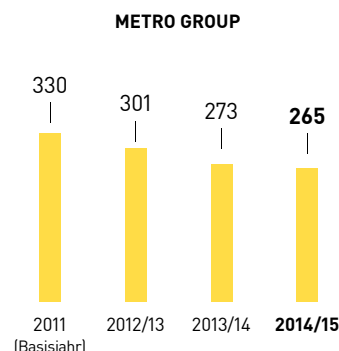
Status Klimaschutzziel

Von Oktober 2014 bis September 2015 verursachte die METRO GROUP pro Quadratmeter Verkaufsfläche 265 Kilogramm CO₂-Äquivalente. Im Vorjahreszeitraum waren es noch 273 Kilogramm. Somit haben wir unser Ziel von 264 Kilogramm CO₂ pro Quadratmeter bis zum Jahr 2020 fast erreicht. Der deutliche Rückgang der Emissionen gegenüber 2013/14 lässt sich im Wesentlichen auf zwei Gründe zurückführen: erstens auf Maßnahmen zur Senkung der Energieverbräuche und die Reduktion der Kältemittelverluste sowie zweitens auf die allgemeine technische und wissenschaftliche Entwicklung, die sich in den Emissionsfaktoren für die Berechnung des CO₂-Äquivalents der Verbräuche niederschlägt. Auch in absoluten

Mengen gesehen, haben wir unsere Treibhausgasemissionen gesenkt. Dies geht neben den erwähnten Maßnahmen unter anderem auf den Verkauf von Galeria Kaufhof zurück. Unser Engagement für den Klimaschutz werden wir weiter fortführen und unsere Treibhausgasemissionen auch in den kommenden Jahren senken. Mit Blick auf die Klimaverhandlungen in Paris wird die METRO GROUP ein neues Klimaschutzziel vorbereiten und auch über 2020 hinaus ihren Beitrag zur Begrenzung des Klimawandels leisten.

Status Klimaschutzziel

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



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

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 74

Kunde

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

Im Sortiment unserer Vertriebslinien finden sich beispielsweise Artikel aus fairem Handel sowie Lebensmittel, die mit dem europäischen Biosiegel gekennzeichnet sind. Im Geschäftsjahr 2014/15 betrug der Umsatz von METRO Cash & Carry und Real in Deutschland mit fair gehandelten Produkten knapp 9 Mio. €. In dieser Angabe sind Artikel berücksichtigt, die mit dem Fairtrade- oder GEPA-Label gekennzeichnet sind. Mit Produkten, die nach EU-Bioverordnung zertifiziert sind, setzten unsere Vertriebslinien

deutschlandweit im gleichen Zeitraum insgesamt 107 Mio. € um. Ebenso bietet unser Sortiment Erzeugnisse aus bestandserhaltender und umweltverträglicher Fischerei. Dies erkennt der Kunde am Siegel des Marine Stewardship Council (MSC). Im Geschäftsjahr 2014/15 umfasste das nachhaltige Fischsortiment unserer Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Real in Deutschland zusammen 108 MSC-zertifizierte Eigenmarkenartikel und 773 Markenartikel. Zusätzlich vertreiben beide Vertriebslinien Fischprodukte mit den Siegeln für nachhaltige Aquakultur (ASC) und delfinschützenden Fang (Dolphin Safe). Insgesamt wurde mit dem nachhaltigen Fischsortiment in Deutschland ein Umsatz von rund 90 Mio. € erwirtschaftet. Verstärkt bietet Real seinen Kunden Produkte aus nachhaltiger Forstwirtschaft an. Mit regionalen Produkten erwirtschaftete die Vertriebslinie fast 302 Mio. € im abgelaufenen Geschäftsjahr. Der Umsatz mit Produkten, die das Label des Forest Stewardship Council (FSC) oder des „Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“ (Programm für die Anerkennung von Forstzertifizierungssystemen, PEFC) tragen, lag bei knapp 22 Mio. €. Media-Saturn erwirtschaftete mit energieeffizienten Elektrogeräten mehr als 3 Mrd. €. Wir arbeiten weiter daran, die Anteile nachhaltiger Produkte an unserem Umsatz zu erhöhen und diese zu berichten. Dafür hat die METRO GROUP bereits im Jahr 2013 Grundsätze für eine nachhaltige Beschaffung verabschiedet.

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

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
RESSOURCENSCHUTZ/ NAHRUNGSSICHERUNG/ NACHHALTIGE BESCHAFFUNG	Die METRO GROUP initiiert und fördert die Entwicklung einer internationalen, branchenübergreifenden und produktumfassenden technischen Lösung zur Rückverfolgbarkeit.		Nach erfolgreicher Erprobung und Implementierung der Rückverfolgbarkeitslösung in den Produktkategorien Fisch und Fleisch bei METRO Cash & Carry Deutschland startete Anfang 2015 die Einführung in weiteren Ländern. 2016 sollen weitere interessierte Lieferanten aus ausgewählten Sortimentsbereichen in das Projekt einbezogen werden. METRO Cash & Carry Deutschland startete 2015 zudem ein Pilotprojekt in der Kategorie Obst und Gemüse.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 74

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
NACHHALTIGE BESCHAFFUNG	Bis 2015 werden wir Prozesse definiert haben, um die Nachhaltigkeitswirkung der Eigenmarkenprodukte der METRO GROUP Vertriebslinien zu bewerten. Über die kontinuierliche Umsetzung unserer allgemeinen METRO GROUP Einkaufspolitik „Nachhaltigkeit“ werden wir in Zukunft alle unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten relevanten Produktkategorien bearbeiten.		METRO Cash & Carry beurteilt derzeit die gesellschaftlichen und umweltrelevanten Auswirkungen des Eigenmarkenportfolios entlang der Lieferkette. Die Bewertung erfolgt auf den Ebenen der Rohstoffe, Produkte und Produktgruppen sowie unter Berücksichtigung international gebräuchlicher Bewertungskriterien in Bezug auf soziale und ökologische Auswirkungen. Ziel dieses Prozesses ist es, im Geschäftsjahr 2015/16 Basisanforderungen festzulegen und das Lieferketten- und Beschaffungsmanagement für relevante Kategorien nachhaltiger zu gestalten. Durch die Bewertung des Produktportfolios, das Definieren von Minimumstandards und das Festlegen spezifischer Leistungskennzahlen (KPIs) wird METRO Cash & Carry in der Lage sein, den Anforderungen an ein nachhaltigeres Sortiment gerecht zu werden.	

Die Erläuterungen zu den Symbolen finden sich auf Seite 74

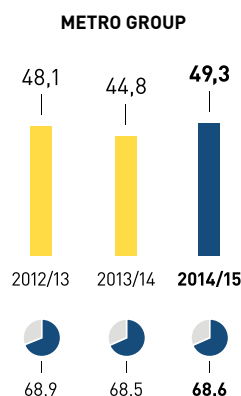
Entsorgung

Als Handelsunternehmen ist die METRO GROUP darauf angewiesen, dass Ressourcen langfristig verfügbar sind. Denn diese Rohstoffe werden sowohl für die Herstellung der von uns angebotenen Produkte als auch für deren Verpackung benötigt. Daher setzen wir uns damit auseinander, wo die Rohstoffe für Produkte und Verpackung herkommen. Ebenso stellen wir uns am Ende der Nutzungsphase die Frage, ob und wie die enthaltenen Rohstoffe wiedergewonnen beziehungsweise möglichst umweltschonend beseitigt werden können. Den ersten Ansatzpunkt bildet die sogenannte Vermeidungsstrategie. Sie zielt darauf ab, dass Abfall gar nicht erst entsteht. Beispielsweise, indem Produkte und Verpackungen mit optimiertem Ressourceneinsatz gefertigt werden. Ein weiterer Ansatz bezieht sich auf die Verwertung von Ressourcen. Anstatt Produkte und Verpackungen, die nicht mehr gebraucht werden, in den Abfall gelangen zu lassen, führen wir sie einer neuen Nutzung zu und verwenden sie weiter. Auch in der Rückgewinnung durch Recycling – unserem dritten Ansatzpunkt – steckt wirtschaftliches Potenzial. Uns ist es daher wichtig, innovative Fertigungs- und Rückgewinnungstechnologien zu fördern und dabei in Kreisläufen zu denken. Da sich die Produkte und Verpackungen zum Ende ihrer Nutzungsphase bei unseren Kunden befinden, zählen wir es auch zu unserer Aufgabe, sie bei der Frage der Entsorgung zu beraten: Wir sensibilisieren unsere Kunden an ausgewählten Standorten für das Ressourcenthema, informieren in Sachen Abfallvermeidung und schaffen Anreize und Mög-

lichkeiten für die fachgerechte Entsorgung. So tragen wir dazu bei, dass Reststoffe wieder zu Rohstoffen werden. Das Abfallaufkommen ist gegenüber dem Vorjahr um fast 5 Kilogramm pro Quadratmeter Verkaufsfläche angestiegen. Dies erklärt sich unter anderem aus dem steigenden Belieferungs- und Onlinegeschäft bei METRO Cash & Carry und Media-Saturn. Der Zunahme bei diesen Geschäften steht eine gleichbleibende beziehungsweise sogar sich verringernde Verkaufsfläche gegenüber, was die Kennzahl ansteigen lässt.

Abfall

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



Gesellschaftliches Engagement

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

Investitionen in das Gemeinwesen

in Tsd. €	2013/14 ¹	2014/15
Spenden für wohltätige Zwecke	2.555	2.450
Gesellschaftliche Investitionen	1.743	1.949
Kommerzielle Initiativen	3.227	3.574
Gesamt	7.525	7.973

¹ Die Zuordnung zu den Kategorien wurde verändert

Thema	Ziele	Status Ziel- erreichung	Maßnahmen	Status Maßnahmen
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT	Die METRO GROUP baut das Engagement bei Lebensmittel-spenden für internationale Food-Bank-Initiativen von aktuell 17 METRO Cash & Carry Ländern auf mindestens 18 Länder aus.		METRO Cash & Carry kooperiert in 17 von 26 Ländern mit Tafel- und Food-Bank-Initiativen. In den Ländern, in denen dies nicht geschieht, erschweren äußere Umstände eine Zusammenarbeit. Dies sind zum Beispiel politische oder steuerliche Gründe. METRO Cash & Carry führt aktuell Gespräche mit lokalen Hilfsorganisa-tionen und Vertretern der Politik, um die Kooperation auch in den Ländern voranzutreiben, in denen äußere Umstände eine Zusammen-arbeit erschweren.	
	Zu Beginn des Geschäftsjahres 2015/16 wurde das Community-Involvement-Programm der METRO GROUP ins Leben gerufen. Hiermit möchte das Unternehmen unbürokratische Hilfe leisten, akute Not lindern und zur Integration von Flüchtlingen beitragen. Der Vorstand der METRO AG hat dafür eine Summe von 1 Mio. € zur Verfügung gestellt. Mitarbeiter des Konzerns können hiervon jeweils einmalig bis zu 10.000 € für Projekte beantragen, für die sie sich einsetzen wollen. Engagierte Beschäftigte erhalten so die Möglichkeit, in ihrem direkten Umfeld tätig zu werden. Eine persönliche Beteili-gung ist dabei gewünscht. Am Ende des Geschäftsjahres 2015/16 soll die Summe von 1 Mio. € in Projekte zur Flüchtlingshilfe in Europa geflossen sein. Das Budget für das Feld „Gesellschaftliche Investi-tionen“ Corporate Citizenship) wird somit um 1 Mio. € erhöht.		Das Programm wird im Konzern ausgerollt und beworben. Online und offline werden wir möglichst viele Kollegen animieren, sich zu engagieren.	
	Der METRO GROUP Marathon findet seit 2005 jedes Jahr in Düssel-dorf statt. Ziel des Sponsorings ist unter anderem die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen. Das Engagement stärkt das Wir-gefüh und fördert die Gesundheit der Teilnehmer. Im Schnitt gehen knapp 700 Kollegen an den Start. 2016 soll die Zahl auf 800 steigen.		Verstärkte Bewerbung des METRO GROUP Marathons über das soziale Intranet des Konzerns im In- und Ausland.	

Zielerreichungsgrad

							
Maßnahme noch nicht gestartet	Maßnahme gestartet	Maßnahme fortlaufend	Maßnahme beendet	Ziel neu implementiert	In Bearbeitung	Ziel erreicht	Ziel nicht erreicht

Mitarbeiter

Nachhaltige Personalstrategie

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

Anwerbung von Mitarbeitern

Im Wettbewerb um die besten Fach- und Führungskräfte setzen wir auf Maßnahmen, die unsere Außenwahrnehmung bei potenziellen Bewerbern verbessern. Dazu zählt für uns auch die Ausbildung von Nachwuchskräften für den Handel, über die wir Mitarbeiter aus den eigenen Reihen rekrutieren können.

Ausbildung bei der METRO GROUP

	2013/14	2014/15
Anzahl der Auszubildenden in Deutschland	5.629	5.370
Anzahl der Auszubildenden international	7.992	7.067
Neu eingestellte Auszubildende in Deutschland	1.760	1.829
Ausbildungsquote (einschließlich Praktikanten und Studenten) in Deutschland	7,9 %	7,6 %
Anteil Prüflinge mit erfolgreichem Ausbildungsabschluss	94,8 %	95,8 %
Anteil der Ausbildungsabsolventen mit Anschlussvertrag	59,1 %	63,8 %

Wir achten auf eine bedarfsgerechte Ausbildung, um einem Großteil der Absolventen eine Übernahme anbieten zu können. In einer entsprechenden Vereinbarung haben sich die Unternehmensleitung und der Konzernbetriebsrat darauf verständigt,

die ihre Ausbildung mit einer positiven Eignungsbeurteilung abschließen, grundsätzlich in Vollzeit und unbefristet zu übernehmen. Die konkreten Anforderungen und etwaige Ausnahmen haben die einzelnen Gesellschaften der METRO GROUP individuell für sich festgelegt.

Die hohe Qualität der Ausbildung in unseren Vertriebslinien wurde im Berichtszeitraum erneut von unabhängiger Stelle bestätigt. So belegten beispielsweise beim Wettbewerb „Ausbilder des Jahres 2015“ der Fachzeitschrift „Lebensmittel Praxis“ unsere Vertriebslinien Real in der Kategorie „Handelszentralen“ und METRO Cash & Carry Deutschland mit dem Markt in St. Augustin in der Kategorie „Cash & Carry, SB-Warenhäuser“ jeweils den ersten Platz. Der Real-Markt in Potsdam wurde zudem mit dem dritten Platz in der Kategorie „Cash & Carry, SB-Warenhäuser“ ausgezeichnet. Fünf ehemaligen Auszubildenden von Media-Saturn wurde der Bayerische Staatspreis für hervorragende Leistung verliehen. Um Nachwuchskräfte für erstklassige Leistungen zu belohnen, hat Saturn im Oktober 2014 ein Motivationsevent für alle Mitarbeiter veranstaltet, die 2014 ihre Berufsausbildung beendet haben.

Über die klassischen Ausbildungsinhalte hinaus schulen wir unsere Nachwuchskräfte auch darin, frühzeitig Verantwortung zu übernehmen und sich gesellschaftlich zu engagieren. Ein Beispiel ist der „Gute Taten Tag“ im Juni 2015: Im Rahmen dieses Projekts sammelten rund 380 Auszubildende unserer Vertriebslinien und Servicegesellschaften gemeinsam mit dem Jugendrotkreuz Nordrhein Spenden für die Aufforstung von Mangrovenwäldern in Malaysia. Mit den Spendengeldern von rund 15.000 € können etwa 5.000 Mangrovenbäume gepflanzt werden. Damit leisteten die Auszubildenden aktiv einen Beitrag zum Klimaschutz.

Zusätzlich zur dualen Berufsausbildung bieten wir jungen Menschen auch die Möglichkeit, ein duales Studium mit Praxisanteilen aufzunehmen. Im Berichtsjahr 2014/15 waren in Deutschland 221 Studierende in neun Studiengängen eingeschrieben.

METRO Potentials

Im Oktober 2014 startete METRO Cash & Carry das Programm METRO Potentials in allen 26 Ländern, in denen die Vertriebslinie vertreten ist. Es richtet sich an die weltweit besten Absolventen von Universitäten und an junge Berufstätige mit zwei bis drei Jahren Berufserfahrung. Ziel ist es, künftige Manager und Geschäftsführer in ausreichender Zahl aufzubauen. Im Rahmen

des zweijährigen Traineeprogramms erweitern die Teilnehmer ihr Wissen in verschiedenen Praxisprojekten. Außerdem erhalten sie Coachings von ihrem lokalen Mentor, einem Mitglied der zuständigen Landesgeschäftsführung. Die Trainees durchlaufen verschiedene Stationen im In- und Ausland sowie in der Zentrale in Düsseldorf. Nach Beendigung des Programms können sie eine Managementposition übernehmen, zum Beispiel als Marktleiter. Der Entwicklungspfad reicht aber weit darüber hinaus bis zu einer Position in der Geschäftsführung des jeweiligen Lands.

Arbeitgebermarke und Personalmarketing

Um unser Profil am Bewerbermarkt zu schärfen, kooperieren wir auf zentraler Ebene mit Hochschulen und Organisationen wie der internationalen Studentenvereinigung Enactus. Den Austausch mit Studenten und Absolventen fördert die METRO GROUP über das Karrierenetzwerk Careerloft. Wir vermitteln Mitgliedern Praktika und bieten exklusive Veranstaltungen mit unseren Vertriebslinien an.

Unsere Vertriebslinien führen darüber hinaus eigene Maßnahmen im Rahmen des Personalmarketings durch. Ein Beispiel sind die Informationsveranstaltungen zur Berufswahl, die Real an Schulen anbietet. Die SB-Warenhäuser beteiligen sich außerdem an nationalen Aktionstagen wie dem „Girls' Day“ und dem „Boys' Day“: Im Berichtsjahr 2014/15 blickten rund 400 Jugendliche einen Tag lang hinter die Kulissen des Unternehmens und machten sich ein Bild von den Ausbildungsmöglichkeiten. Zur Nachwuchsgewinnung setzt Real auf weitere Formate, darunter Ausbildungsinformationen auf den Eigenmarkenprodukten, Beiträge auf der Facebook-Seite der Vertriebslinie sowie Onlinebanner und Erfahrungsberichte von Auszubildenden auf Onlineplattformen zur Berufs-wahlorientierung.

Auch Media-Saturn nahm im Berichtsjahr erneut am „Girls' Day“ teil. Die Unternehmensgruppe informierte insbesondere über die technischen Berufe im Bereich der Informationstechnologie (IT) sowie im E-Commerce. Die Eventreihe „Media-Saturn meets Students“ bietet Studenten zudem einen Einblick in einzelne Geschäftsfelder und ermöglicht den persönlichen Austausch mit Mitarbeitern. Im Jahr 2015 fanden zwei Events statt.

Im Berichtsjahr hat METRO Cash & Carry die internationale Karriereseite überarbeitet und entsprechend der Arbeitgebermarkenpositionierung aktualisiert. Darüber hinaus wurde eine internationale LinkedIn-Präsenz geschaffen, die über Ein-

stiegsmöglichkeiten und den Arbeitgeber METRO Cash & Carry informiert. Der Auftritt hat bereits mehr als 50.000 Follower.

In Deutschland richtete METRO Cash & Carry den Fokus im Personalmarketing und in der Rekrutierung ebenfalls auf soziale Netzwerke wie Facebook sowie auf Job- und Karriereportale wie Xing und Indeed. Durch eine erhöhte Präsenz auf diesen Kanälen kann die Vertriebslinie ihre Arbeitgebermarke im Netz stärken und gezielt neue Talente ansprechen.

Beliebter Arbeitgeber

Unabhängige Rankings bestätigen die Attraktivität der METRO GROUP als Arbeitgeber im In- und Ausland. Die METRO/MAKRO Cash & Carry Landesgesellschaften Belgien, Spanien, Frankreich, Italien und Portugal wurden 2015 erstmalig als Top Employer Europe ausgezeichnet. MAKRO Cash & Carry Spanien wurde zudem erneut mit dem „Great Place to Work“-Siegel ausgezeichnet, METRO Cash & Carry Indien belegte hierbei den zweiten Platz. METRO Cash & Carry Russland gehört laut Hay-Group-Ranking zu den „Best Companies for Leadership“.

Die belgische Landesgesellschaft von Media-Saturn hat 2015 erstmals bei „Great Place to Work“ den zehnten Platz erreicht und ist somit bestes Handelsunternehmen 2015 in Belgien. Media-Saturn wurde am Standort Ingolstadt zudem vom Portal Karriere.de als „Fair Company“ ausgezeichnet.

Vergütungsmodelle und Nachfolgeplanung

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

Leistungsorientierte Vergütung für Führungskräfte

Unser Vergütungssystem PERFORM & REWARD beinhaltet eine feste monatliche Grundvergütung sowie einjährige und mehrjährige variable Gehaltsbestandteile, deren Höhe im Wesentlichen von der wirtschaftlichen Entwicklung unseres Unternehmens abhängt. Bei der einjährigen variablen Vergütung werden zudem die individuelle Leistung, die Generierung von Kundenmehrwert sowie die Umsetzung unserer Führungsgrundsätze im Arbeitsalltag berücksichtigt. Die mehrjäh-

rige variable Vergütung bezieht unter anderem eine Nachhaltigkeitskomponente mit ein.

Vergütungsprinzipien

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

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

Im Berichtsjahr hat die METRO GROUP ihr Vergütungssystem weiterentwickelt, um den Anspruch an Nachhaltigkeit zu unterstreichen. Für die einjährige variable Vergütung haben wir die Grundprinzipien beibehalten und innerhalb dieses bestehenden Rahmens erstmals die Kundenzufriedenheit als Kennzahl für die Top-Führungskräfte von METRO Cash & Carry zugrunde gelegt. Für die mehrjährige variable Vergütung gilt: Diese wurde analog zur Vergütung des Vorstands im Rahmen des Sustainable Performance Plans Version 2014 für die Top-Führungskräfte des Konzerns weiterentwickelt und begeben. Gemäß der im Geschäftsjahr 2013/14 eingeführten Green Car Policy wurde der CO₂-Ausstoß der Dienstwagenflotte auch international begrenzt. Weiterhin besteht die Möglichkeit, ungenutztes Leasingbudget für Autos in Altersversorgung umzuwandeln. Darüber hinaus bieten wir eine betriebliche Altersversorgung für Top-Führungskräfte mit einer beitrags- und einer leistungsorientierten Komponente.

Im Berichtsjahr haben wir die Vergütungsprinzipien auf weitere Führungskräfte ausgedehnt. Außerdem wurde für die Managementholding METRO AG ein Fachkarrieremodell eingeführt, auf das die Prinzipien ebenfalls angewendet werden. Dieses Modell wird international adaptiert und bereits in einigen Länderorganisationen praktiziert. Außer der Vergütung beinhaltet es unter anderem Mitarbeiterentwicklungsprogramme.

— Weitere Informationen zum Vergütungssystem finden sich im Vergütungsbericht.

Leistungsbeurteilung und Nachfolgeplanung

Innerhalb der METRO GROUP ist die systematische Führungskräfteentwicklung eine zentrale Aufgabe der Geschäftsführungen der Gesellschaften sowie der strategischen Managementholding METRO AG. Auf diese Weise stellen wir sicher, dass die Fähigkeiten und Kompetenzen unserer Manager

konsequent an den Bedürfnissen und strategischen Zielen unseres Unternehmens ausgerichtet sind. Zudem können wir unseren Führungskräften gezielt internationale Karrierewege eröffnen – unabhängig davon, bei welcher Vertriebslinie oder in welcher Gesellschaft sie beschäftigt sind. Unsere Prozesse für die Karriereplanung ermöglichen es uns darüber hinaus, geeignete Kandidaten für Schlüsselpositionen im Unternehmen zu identifizieren und zu fördern. So stellen wir sicher, dass frei werdende Positionen aus den eigenen Reihen besetzt werden können. Im Berichtszeitraum lag die interne Nachbesetzungsquote für Top-Führungskräfte – also insbesondere Geschäftsführer von Konzerngesellschaften sowie Bereichsleiter der METRO AG – bei 88,3 Prozent.

Individuelle Leistungsbeurteilung

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

Media-Saturn hat im Geschäftsjahr 2014/15 das neue Kompetenzmodell „Passion for the Customer“ eingeführt und erfolgreich in allen Ländern etabliert, in denen die Vertriebslinie präsent ist. Das Modell soll vor allem die Fokussierung auf die Kundenorientierung und die individuelle Leistungsbeurteilung unterstützen.

Systematische Nachfolgeplanung

Im Rahmen des LTR-Prozesses (Leadership Talent Review) werden einmal im Jahr die Nachfolgeplanungen für unsere Schlüsselpositionen besprochen. Dabei berücksichtigen wir die Kompetenzen, Fähigkeiten und Erfahrungen jedes potenziellen Nachfolgekandidaten und stellen sie den Anforderungsprofilen der entsprechenden Position gegenüber. Das Verfahren unterstützt unseren Führungskreis dabei, geeignete interne Kandidaten für Schlüsselpositionen frühzeitig zu identifizieren und zu fördern. Anschließend besprechen Mitarbeiter und Vorgesetzte gemeinsam die weiteren Entwicklungsschritte sowie zielgerich-

tete Maßnahmen. Das Leadership Talent Review ist somit ein langfristig orientierter Entwicklungsprozess unserer Kandidaten im Hinblick auf die Top-Positionen in unserem Unternehmen. Dieser Prozess wird unterstützt durch weitere Methoden wie Development-Center und 360-Grad-Feedbackrunden.

Media-Saturn hat seine jährlichen Feedbackgespräche mit Führungskräften um das Thema Nachfolgeplanung erweitert. Auf Basis der Resultate aus den Gesprächen erhalten Mitarbeiter beispielsweise die Möglichkeit, an Weiterbildungsmaßnahmen sowie an globalen Entwicklungsprogrammen teilzunehmen.

Führungskräfteentwicklung

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

Entsprechend den Entscheidungen aus dem systematischen Nachfolgeplanungsprozess wählen wir die Kandidaten für die Programme „Excellence“, „Impact“ und „Connect“ zur Führungskräfteentwicklung aus. Jedes dieser Programme ist ausgerichtet auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Teilnehmergruppen. Die Moderatoren kommen teilweise aus unserem eigenen Top-Management. Zusätzlich integrieren wir renommierte internationale Trainer, um sicherzustellen, dass wir auf Basis der neuesten Entwicklungen und Fallbeispiele lehren und diskutieren. Zu den externen Partnern gehören beispielsweise die Business School for the World (INSEAD) in Frankreich und die Ashridge Business School in England. Im Berichtszeitraum haben rund 200 angehende und bestehende Führungskräfte an diesen Programmen teilgenommen.

Um das Thema Nachhaltigkeit in der METRO GROUP intensiv voranzutreiben, wurde im Geschäftsjahr 2014/15 zum ersten Mal das „METRO Sustainable Leadership Programme“ für junge Führungskräfte durchgeführt. Im Rahmen dieses Programms haben 24 internationale Teilnehmer einen Zyklus durchlaufen, der im Ergebnis die Entwicklung von METRO-internen, nachhaltigen Projekten hervorgebracht hat.

Im Berichtsjahr wurde zum zweiten Mal die Initiative „Crossing Borders“ (Grenzen überschreiten) durchgeführt, die sich speziell an den Führungskräftenachwuchs richtete. Hierbei tauschen 50 Teilnehmer für 50 Tage ihren Job. Mitarbeiter aus der Lan-

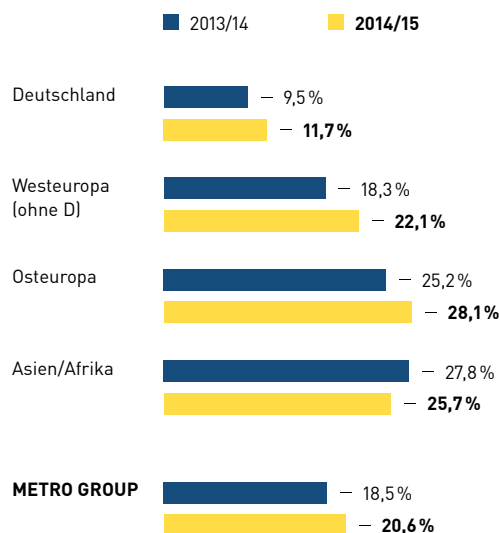
deszentrale waren beispielsweise in einem Markt eines anderen Lands tätig, um dort das operative Geschäft kennenzulernen. Umgekehrt erhielten Marktmitarbeiter Einblicke in die Arbeit der Verwaltung. Der praxisbezogene Perspektivwechsel in einem Gastland gab den Teilnehmern die Möglichkeit, sich persönlich und beruflich weiterzuentwickeln.

Fluktuationsrate der Mitarbeiter

Im Berichtszeitraum stieg die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit auf 8,9 Jahre (2013/14: 8,7 Jahre). Die Fluktuationsraten unterscheiden sich stark je nach Region. In der Grafik sind zum Vergleich die Entwicklungen der Fluktuationsraten nach Regionen dargestellt.

Fluktuation METRO GROUP

nach Regionen



Weiterentwicklung von Mitarbeitern

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, das kontinuierliche Lernen unserer Mitarbeiter zu fördern, um den aktuellen und künftigen Herausforderungen im Handel zu begegnen.

Für die Managementholding METRO AG sowie die Vertriebslinie METRO Cash & Carry bietet der Bereich „House of Learning“ maßgeschneiderte Personalentwicklungsmaßnahmen, Lernlösungen und Dienstleistungen an. Im Fokus stehen dabei Mitarbeiter und Führungskräfte aus den Bereichen Vertrieb, Außendienst, Belieferung, Einkauf, Marketing und Finanzen. Die

Trainingsinhalte zielen ab auf die Umsetzung der Unternehmensstrategie und der Führungsgrundsätze sowie auf die Förderung der persönlichen Entwicklung und Handlungskompetenz. Durch einen ausgereiften Kaskadierungsprozess können sämtliche Trainingsprogramme übersetzt, an lokale Gegebenheiten angepasst und – im Falle von Seminaren und On-the-Job-Trainings – von internen Voll- und Teilzeitrainern vermittelt werden.

Trainings bei METRO Cash & Carry und der METRO AG

	E-Learning- Module	Seminare und On-the-Job- Trainings	Gesamt
Anzahl	439.384	24.091	463.475
Teilnehmer	401.753	246.929	648.682
Teilnehmerstunden	518.278	1.728.375	2.246.653
Trainingskosten (€/Teilnehmer)	4,69	77,43	32,38

Bei Real wurden im Berichtszeitraum insgesamt 23.901 Teilnehmer während 12.114 Teilnehmerstunden mit E-Learning-Modulen geschult; darüber hinaus wurden insgesamt 4.182 Teilnehmer während 53.949 Teilnehmerstunden mit Seminaren und On-the-Job-Trainings qualifiziert.

Um die Verzahnung von Unternehmensstrategie und Personalentwicklung zu evaluieren, hat der Bereich „House of Learning“ die European Foundation for Management Development (EFMD) beauftragt. Bei der Analyse wurden sechs verschiedene Kriterien berücksichtigt: Mission, Positionierung, Governance-Modell, Mandat, Architektur und Dienstleistungsspektrum.

Zudem untersuchte die EFMD, inwieweit der Bereich „House of Learning“ für das informelle und soziale Lernen ausgestattet ist. Sie hat festgestellt, dass der organisationale Aufbau, die Prozesse und die Arbeitsmethodik sehr gut ausgestaltet und somit hocheffizient sind. Den Empfehlungen, ein IT-gestütztes Lernmanagementsystem zu nutzen sowie die formalen Lehrmethoden mit informellen und sozialen Lernarrangements zu ergänzen, kam „House of Learning“ bereits im Berichtszeitraum nach. Der Bereich etablierte eine Lernplattform im sozialen Intranet, auf die alle Mitarbeiter der METRO GROUP zugreifen können. Dort finden sich formale Trainingsangebote ebenso wie informelle Lernquellen, unter anderem in Form von Onlineartikeln, Videos und Onlinekursen, die für eine große Zahl an Teilnehmern zugänglich sind. Die Kurse kombinieren traditionelle Formen der Wissensvermittlung mit Foren, in denen Lehrende und Lernende miteinander kommunizieren können. Zudem fördert der Bereich das soziale Lernen innerhalb ver-

schiedener moderierter Expertengruppen. Darüber hinaus werden bestehende Programme kontinuierlich verbessert, um die Effizienz zu steigern und Erwartungen der Teilnehmer besser zu berücksichtigen.

Mit dem Ziel, die Effizienz bei administrativen Prozessen in der internationalen Personalentwicklungsarbeit zu steigern, führen wir nach und nach das Lernmanagementsystem SAP Learning Solution in der Zentrale der METRO GROUP in Düsseldorf sowie in den METRO Cash & Carry Ländern ein. Zum Ende des Berichtszeitraums wurde das System bereits in 23 Landesgesellschaften genutzt.

Auch die übrigen Vertriebslinien investieren in die Weiterbildung ihrer Belegschaft. Um der Herausforderung der digitalen Transformation im Handel zu begegnen, initiierte Media-Saturn im Geschäftsjahr die Veranstaltung „Digital@Campus“: Die Vertriebslinie lud im November 2014 die Mitarbeiter des Standorts Ingolstadt ein, die neuesten digitalen Produkte auszuprobieren und an mehr als 30 Vorträgen über die Zukunft des digitalen Handels teilzunehmen. Darüber hinaus hat Media-Saturn die Seminarreihe „Digital Fit“ ins Leben gerufen. Monatlich werden Themen wie Search Engine Marketing oder Internet of Things für einen internationalen Teilnehmerkreis angeboten.

Im Rahmen der Frischeoffensive führte Real erfolgreich 22 Qualifizierungsveranstaltungen für Führungskräfte und Mitarbeiter des Backshops durch. Dabei standen Themen wie das neue Snackkonzept und die Backqualität im Vordergrund. Insgesamt nahmen rund 600 Mitarbeiter von Real an dieser Qualifizierungsmaßnahme teil.

Einbettung von Führungsgrundsätzen und Wandel der Unternehmenskultur

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

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

Diese Führungsgrundsätze wurden im Berichtsjahr weiter in Personalprogramme und -prozesse im Rahmen der Mitarbeiterentwicklung integriert. Damit unterstützen wir die Neuaus-

richtung des Unternehmens. Ziel ist es, eine Unternehmenskultur zu etablieren, die geprägt ist von mehr Vielfalt, von stärkerer Vernetzung, von gegenseitiger Einbindung und Unterstützung, von einem Miteinander auf Augenhöhe und von der Verantwortung jedes Einzelnen.

Bei METRO Cash & Carry haben sich im Rahmen der Workshopserie „Leadership for Growth“ rund 112.000 Teilnehmer aus 26 Ländern mit dem Kulturwandel auf persönlicher Ebene befasst. In allen Landesgesellschaften haben inzwischen sämtliche Mitarbeiter den Workshop durchlaufen – von den Führungskräften bis hin zu den Mitarbeitern in den Märkten. Dies ist der erste Schritt im Veränderungsprozess. Ziel von „Leadership for Growth“ ist es, die Fähigkeit jedes Mitarbeiters zur Selbstführung zu erhöhen, um damit die Voraussetzung für den Kulturwandel zu schaffen. Im Berichtsjahr haben 24 Landesgesellschaften von METRO Cash & Carry mit den Folgewerkshops „Leadership for Growth 2“ für Führungskräfte in Verwaltung und Märkten begonnen. Dabei geht es um eine Vertiefung von Führungskompetenzen, die die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit nachhaltig verbessern. Eine weitere Landesgesellschaft plant, mit der Durchführung der Workshops noch im Jahr 2015 zu starten.

Mitarbeiterengagement

Ein wichtiges Instrument, um das Engagement der Belegschaft und die Bindung an unser Unternehmen zu ermitteln, ist unsere globale Mitarbeiterbefragung. Wir führen sie in den Ländern, in denen METRO Cash & Carry vertreten ist, in den Servicegesellschaften sowie in der METRO AG regelmäßig durch. Im Berichtszeitraum hat die Erhebung zum achten Mal stattgefunden, diesmal unter dem Motto: „Eure Meinung. Unser Dialog.“ Rund 98.500 Mitarbeiter der befragten Unternehmenseinheiten beteiligten sich; das entspricht einer Quote von 88 Prozent. Seit der letzten Befragung stieg der Engagement-Wert – der den Grad der Verbundenheit, den Stolz auf das Unternehmen, die Loyalität und die Leistungsbereitschaft angibt – um 3 Prozentpunkte auf 75 Prozent. Der Wert liegt damit deutlich (17 Prozentpunkte) über der Global Retail Benchmark von Aon Hewitt. Die positive Entwicklung lässt sich zum einen auf einen intensiven Nachfolgeprozess zurückführen: Führungskräfte erhalten einen detaillierten Einblick in die Befragungsergebnisse und besprechen diese gemeinsam mit ihren Teams, um entsprechende Maßnahmen zur Steigerung des Engagement-Werts zu entwickeln. Zum anderen haben wir konzernweit Initiativen etabliert, mit denen wir verstärkt den Umgang mit innovativen Ideen sowie die Wertschätzung und Anerkennung unserer Mitarbeiter fördern. Eine Vergleichsstudie, die zusammen mit Aon Hewitt

erstellt wurde, zeigt auf, dass sich Mitarbeiterengagement positiv auf die Kundenzufriedenheit auswirkt, und weist somit erstmals die Geschäftsrelevanz des Engagement-Werts nach.

Um die Erfahrungen, das Wissen und die Kreativität der Mitarbeiter einzubinden, hat Media-Saturn im Juli 2014 das Ideenmanagement „Ideas4Us“ ins Leben gerufen. Seither sind mehr als 400 Ideen eingereicht worden. Im August 2015 richtete unsere Vertriebslinie eine neue Plattform ein, über die sich Ideen digital einreichen und Prozesse effizienter steuern lassen.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement

Die METRO GROUP legt großen Wert darauf, faire Arbeitsbedingungen für die gesamte Belegschaft sicherzustellen. Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement sind dafür elementar. In einer personalintensiven Branche wie dem Handel sind Prävention, Sicherheit und Gesundheit essenziell – und wir handeln entsprechend, indem wir klare und effiziente Strukturen entwickeln. Eine definierte Organisation für den Bereich Occupational Health & Safety (OHS) haben wir allen METRO Cash & Carry Ländern vorgegeben, zum Beispiel durch die Benennung eines OHS-Officers. Von Seiten der METRO AG werden OHS-Projekte von gesellschafts- oder länderübergreifendem Interesse angestoßen. Dabei steht die Erfassung von Unfallschwerpunkten nach wie vor im Zentrum. Die Entwicklung der vergangenen Jahre, die schließlich in ein umfassendes internationales Berichtswesen münden soll, hat bereits zu ersten Folgemaßnahmen geführt. So wurden beispielsweise Mindeststandards im Umgang mit Gabelstaplern bei METRO Cash & Carry etabliert, eine von MAKRO Cash & Carry Spanien entwickelte Trainingsunterlage wurde für alle METRO Cash & Carry Länder angepasst und ein Quiz, mit dem der individuelle Wissensstand zu diesem Thema festgestellt wird, eingeführt. Die Definition solcher Standards erhöht die Arbeitssicherheit für die Mitarbeiter insbesondere in den Ländern, in denen die gesetzlichen Vorschriften weniger streng sind.

Für die deutschen Gesellschaften der METRO GROUP wurde bei den Unfällen im Berichtsjahr gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum ein Rückgang verzeichnet. Die 1.000-Mann-Quote liegt für das Geschäftsjahr 2014/15 bei 21,9 (2013/14: 23,8). Der Wert gibt die relative Unfallhäufigkeit pro 1.000 Vollzeitmitarbeiter an und entspricht 1.655 gemeldeten Unfällen (2013/14: 1.792). Bei einer angenommenen Mindestabwesenheit von lediglich drei Tagen pro meldepflichtigem

Unfall haben wir somit den durchschnittlichen Produktivitätsverlust von rund 975.700 € auf rund 934.200 € reduziert.

Entsprechend unserem Grundsatz „So lokal wie möglich und so global wie nötig“ verfolgen alle Gesellschaften auch eigene Projekte im Bereich Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement: METRO Cash & Carry Deutschland hat die Gefährdungsbeurteilung zu psychischen Belastungen mit dem „Kurzverfahren Psychische Belastung“ erfolgreich in mehreren Märkten getestet. Das Verfahren wird nach der Qualifizierung der örtlichen Fachkräfte für Arbeitssicherheit in allen Märkten sowie in der Zentrale eingesetzt. Die Ergebnisse werden mit Unterstützung des betriebsärztlichen Diensts zusammengeführt, um Handlungsfelder zu identifizieren und konkrete Lösungen zu erarbeiten. Darüber hinaus führte METRO Cash & Carry Deutschland mit der Deutschen Sporthochschule Köln das Projekt „Gestaltung von alter(n)s-gerechten Arbeitsplätzen“ durch. Das Ergebnis ist ein Empfehlungskatalog zur Gestaltung aller Arbeitsplätze, um beispielsweise Umgebungsbedingungen wie Lärm, Beleuchtung, Luftfeuchtigkeit und Temperatur zu optimieren sowie physische Belastungen zu verringern.

Ein weiteres Beispiel ist die Initiative von METRO Cash & Carry Russland: Hier wurde das Training „Leadership in Safety“ implementiert. Mit dem Ziel, die Wahrnehmung für OHS bei den eigenen Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten zu verbessern, hat die Vertriebslinie in Russland eine Kommunikationskampagne gestartet und entwickelt zudem ein Fahr-sicherheitstraining.

Real und die Berufsgenossenschaft Handel und Warenlogistik haben im Geschäftsjahr 2014/15 das gemeinsame Projekt „Gesunde Arbeit im Handel“ abgeschlossen. Ziel war es, praktikable Lösungsansätze bei psychischen Belastungen in der Arbeitswelt zu definieren. Im Verlauf des Kalenderjahres 2015 erfolgt die Umsetzung der im Projekt erarbeiteten Maßnahmen in den Märkten. Zweiter Schwerpunkt in der Arbeitssicherheit bei Real ist die konsequente Analyse und Reduzierung der Arbeitsunfälle. Ziel ist, wie im Jahr 2014, 25 Prozent unter dem Branchendurchschnitt zu bleiben.

Die METRO AG sowie einige Gesellschaften der METRO GROUP – darunter METRO Cash & Carry Deutschland und METRO PROPERTIES – bieten Mitarbeiterunterstützungsprogramme an. Insgesamt haben allein in Deutschland rund 3.500 Beschäftigte die Möglichkeit, psychologischen Rat einzuholen. Bei betrieblichen Konfliktsituationen, aber auch bei privaten Sorgen

stehen externe Experten zur Verfügung und bieten Unterstützung bei der Suche nach Lösungen.

Diversity-Management

Im Berichtsjahr waren Beschäftigte aus 171 Nationen für die METRO GROUP tätig.

	2013/14	2014/15
Durchschnittsalter Belegschaft (Jahre)	38,1	38,5
Neueinstellungen von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus in Deutschland	544	678
Neueinstellungen von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus, international	973	996
Anteil von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus an der Gesamtbelegschaft in Deutschland	32,6 %	33,6 %
Anteil von Mitarbeitern der Altersgruppe 50 plus an der Gesamtbelegschaft, international	9,9 %	10,3 %
Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte in Deutschland	4.723	4.885
Beschäftigte mit anerkannter Schwerbehinderung oder ihnen Gleichgestellte, international	k. A.	1.906

Die Quote der Schwerbehinderten oder der ihnen Gleichgestellten in der METRO GROUP liegt über der gesetzlichen Mindestanforderung von 5 Prozent. Unser Unternehmen setzt sich außerdem für den dauerhaften Erhalt von Ausbildungsplätzen für behinderte Menschen ein: So beteiligen sich unsere Vertriebslinien bereits seit 2007 am Projekt „Verzahnte Ausbildung mit Berufsbildungswerken“ (VAmB) der Bundesarbeitsgemeinschaft der Berufsbildungswerke. Es ermöglicht benachteiligten Jugendlichen eine praktische Ausbildung.

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

Im Berichtsjahr hat die METRO GROUP ihre Strategie zur Förderung von Inklusion und Vielfalt konkretisiert und erste Maßnahmen implementiert. Sie startete ein „Inclusion & Diversity“-Programm, das einen generellen Kulturwandel im Unternehmen vorantreiben soll. Mithilfe von Workshops und einem E-Learning-Modul sollen Mitarbeiter aller Länder und Hierarchieebenen für das Thema „Inclusion & Diversity“ sensibilisiert werden. Mit der Umsetzung des Programms wird derzeit in der METRO AG sowie bei METRO Cash & Carry begonnen. Alle Diversity-Maßnahmen bündeln wir zudem künftig unter dem Leitmotiv „Inclusion starts with a smile“.

Bereits seit 2013 ist die METRO GROUP im Vorstand der Charta der Vielfalt e. V. vertreten. Anlässlich des 3. Deutschen Diversity-Tags haben wir im Juni 2015 eine Diversity-Woche in Düsseldorf organisiert. Zu den Angeboten für Mitarbeiter zählten ein Informationsstand sowie tägliche Workshops und Events zu unterschiedlichen Diversity-Dimensionen.

Das Mitarbeiternetzwerk Women in Trade (WiT) umfasst mittlerweile rund 130 Mitglieder. WiT möchte dazu beitragen, den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu steigern, den internen und externen Dialog zu fördern und bessere Rahmenbedingungen für Frauen im Konzern zu schaffen. Das Netzwerk ist international ausgerichtet.

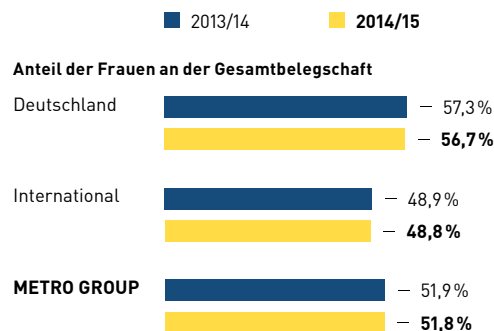
Darüber hinaus hat sich im Berichtsjahr das Mitarbeiternetzwerk METRO PRIDE für Lesben, Schwule, Bisexuelle, Trans- und Intersexuelle gegründet. Das Netzwerk hat es sich zum Ziel gesetzt, stärker auf die Themen sexuelle Orientierung und Identität aufmerksam zu machen.

Chancengleichheit im Beruf

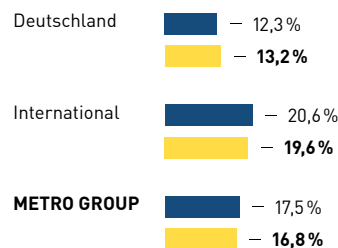
Im Rahmen unseres Diversity-Managements fördern wir die berufliche Chancengleichheit von Männern und Frauen. Gemeinsam mit weiteren börsennotierten deutschen Unternehmen hat sich die METRO GROUP bereits 2011 freiwillig dazu verpflichtet, den Anteil von Frauen auf den Führungsebenen eins bis drei weiter auszubauen. Im Geschäftsjahr 2013/14 hat die METRO GROUP ihre freiwillige Selbstverpflichtung zur Steigerung des Anteils von Frauen in Führungspositionen aktualisiert. Im Kalenderjahr 2017 soll der Anteil von Frauen in Führungspositionen (Ebenen eins bis drei) konzernweit 25 Prozent betragen. In der METRO AG soll der Anteil von Frauen in den ersten beiden Managementebenen unter dem Vorstand im Kalenderjahr 2017 ebenfalls 25 Prozent erreichen. Diese Zielsetzungen werden im Rah-

men unserer Rekrutierung und Nachfolgeplanung berücksichtigt und korrespondieren mit der Zielsetzung des Aufsichtsrats für den Vorstand.

Frauenanteil METRO GROUP



Anteil der Frauen in Führungspositionen



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

Lebensphasenorientierte Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Unsere Konzernzentrale in Düsseldorf stellt in drei Kindergärten 242 Vollzeitplätze für Kinder ab vier Monaten zur Verfügung. Die Kinder werden in deutscher und englischer Sprache bilingual betreut.

Media-Saturn ist am Unternehmenshauptsitz in Ingolstadt von der Hertie-Stiftung seit 2010 als familienfreundliches Unternehmen zertifiziert. Im Rahmen zahlreicher Maßnahmen, die die Vereinbarkeit von Beruf und Familie erleichtern, werden in Ingolstadt Ferienbetreuungen sowie Krippenplätze für Kinder der Mitarbeiter angeboten. In Notfallsituationen können die Dienstleistungen des Mobile Familie e. V. bei Fragen zu Kinderbetreuung oder für die Pflege in Anspruch genommen werden.

Die Teilzeitquote der METRO GROUP ist gegenüber dem Vorjahreszeitraum leicht auf 26,6 Prozent gestiegen (2013/14: 26,4 Prozent). In Deutschland arbeiteten 43,7 Prozent unserer Mitarbeiter in Teilzeit (2013/14: 43,7 Prozent), international 16,5 Prozent (2013/14: 16,6 Prozent).

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

Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen

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

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

Die METRO GROUP spielt eine wichtige Rolle bei dem jährlichen UNI-Global-METRO-Alliance-Treffen. Im Oktober 2014 trafen sich in Istanbul Arbeitnehmervertreter mit Vertretern des Managements, um ihre Ansichten über die Entwicklungen in der METRO GROUP in den verschiedenen Ländern auszutauschen.

Auf europäischer Ebene erfüllt das METRO GROUP Euro-Forum die Funktion des europäischen Betriebsrats.

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

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen

Im Berichtszeitraum beschäftigte die METRO GROUP durchschnittlich 203.773 (2013/14: 209.398) Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das sind 2,7 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum. Der größte Teil unserer Mitarbeiter ist außerhalb unseres Heimatmarkts Deutschland beschäftigt. In Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien/Afrika hatten wir mit 132.958 Mitarbeitern auf Vollzeitbasis 4,0 Prozent weniger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Die Verringerung ist vor allem auf die Veräußerung von Real Osteuropa sowie den Rückzug von METRO Cash & Carry aus Dänemark, Griechenland und Vietnam zurückzuführen. In Deutschland hat sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis leicht um 0,2 Prozent auf 70.815 verringert.

Mitarbeiterentwicklung der METRO GROUP

Durchschnitt

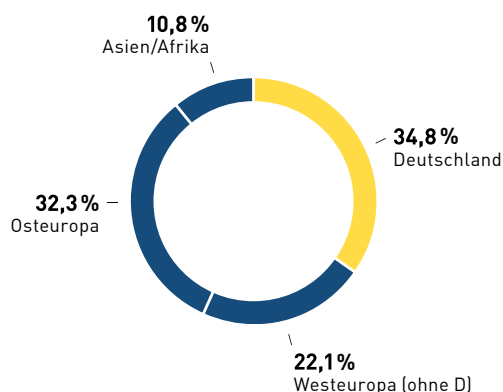
Mitarbeiterzahl nach Köpfen

	Deutschland	International	Gesamt
2013/14	84.451	149.133	233.584
2014/15	84.398	142.497	226.895 (–2,9%)

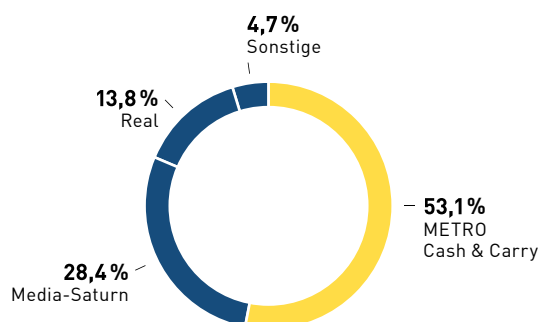
Mitarbeiterzahl auf Vollzeitbasis

	Deutschland	International	Gesamt
2013/14	70.918	138.480	209.398
2014/15	70.815	132.958	203.773 (–2,7%)

Mitarbeiter nach Regionen
auf Vollzeitbasis



Mitarbeiter nach Segmenten
auf Vollzeitbasis



Unsere Vertriebslinie METRO Cash & Carry beschäftigte im Berichtszeitraum im Durchschnitt 108.234 Mitarbeiter auf Vollzeitbasis. Das entspricht einer Reduktion um 2,0 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Für Media-Saturn waren im Berichtszeitraum durchschnittlich 57.952 Vollzeitkräfte tätig, das sind 0,7 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Bei Real verringerte sich die Zahl der Mitarbeiter auf Vollzeitbasis um 13,2 Prozent auf 28.069; der Rückgang resultiert insbesondere aus der Veräußerung von Real Osteuropa sowie aus Standortschließungen in Deutschland. Die Zahl der Vollzeitkräfte im Segment Sonstige stieg um 5,3 Prozent auf 9.518 Beschäftigte.

Entwicklung des Personalaufwands

Unsere Personalaufwendungen stiegen gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 0,9 Prozent auf 6,5 Mrd. € (2013/14: 6,4 Mrd. €). Davon entfielen 5,3 Mrd. € (2013/14: 5,2 Mrd. €) auf Löhne und Gehälter, einschließlich Lohnsteuer und Arbeitnehmeranteil an der Sozialversicherung. Der Rest entfiel auf soziale Abgaben sowie auf Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung.

Wir fördern den Aufbau der privaten Altersvorsorge unserer Mitarbeiter. Unser konzernweites Zukunftspaket bietet ihnen freiwillige Leistungen, die über branchenübliche tarifliche Standards hinausgehen. Im Berichtsjahr haben 38.160 Mitarbeiter in Deutschland dieses Angebot in Anspruch genommen (2013/14: 38.067 Mitarbeiter). Das entspricht einer Quote von 47,6 Prozent (2013/14: 46,4 Prozent).

— Weitere Informationen zum Personalaufwand finden sich im Anhang –
 Nummer 17 Personalaufwand.

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten

auf Vollzeitbasis zum Stichtag 30.9.¹

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Sonstige		METRO GROUP		Nicht fortgeführte Aktivitäten	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Deutschland	12.748	12.640	24.081	24.317	28.158	27.849	5.955	5.831	70.942	70.637	16.313	15.971
Belgien	2.796	2.581	1.514	1.535					4.309	4.116	1.017	1.025
Dänemark	461	0	35	33					495	33		
Frankreich	8.238	8.229	12	0					8.250	8.229		
Italien	3.862	3.832	5.823	5.237					9.685	9.069		
Luxemburg			122	139					122	139		
Niederlande	2.471	2.533	3.421	3.636			11	11	5.902	6.180		
Österreich	1.910	1.920	2.353	2.410					4.263	4.330		
Portugal	1.130	899	459	486					1.589	1.385		
Schweden			1.053	1.014					1.053	1.014		
Schweiz			1.051	1.103			82	77	1.133	1.180		
Spanien	3.515	3.396	4.589	5.401					8.104	8.796		
Westeuropa (ohne D)	24.383	23.389	20.431	20.993			93	88	44.906	44.470	1.017	1.025
Bulgarien	2.261	2.203							2.261	2.203		
Griechenland	902	0	713	746					1.615	746		
Kasachstan	1.007	881							1.007	881		
Kroatien	1.122	1.125							1.122	1.125		
Moldawien	617	598							617	598		
Polen	5.883	5.770	4.864	4.986			507	293	11.254	11.049		
Rumänien	4.908	4.300			652	0	702	1.451	6.262	5.751		
Russland	17.512	17.693	4.283	3.454			558	582	22.353	21.730		
Serbien	1.309	1.241							1.309	1.241		
Slowakei	1.269	1.184							1.269	1.184		
Tschechien	3.281	3.235							3.281	3.235		
Türkei	4.420	4.398	2.224	1.981			115	104	6.759	6.483		
Ukraine	4.249	3.382					1	0	4.250	3.382		
Ungarn	2.586	2.508	1.078	1.167			6	6	3.670	3.681		
Osteuropa	51.326	48.520	13.162	12.333	652	0	1.888	2.437	67.028	63.289		
Ägypten	54	0							54	0		
China ²	11.910	11.899	15	14			506	497	12.431	12.410		
Indien	3.335	3.585					528	649	3.863	4.234		
Japan	777	777							777	777		
Pakistan	1.843	1.703							1.843	1.703		
Vietnam	3.634	3.304							3.634	3.304		
Asien/Afrika	21.552	21.267	15	14			1.034	1.146	22.601	22.427		
USA³	5	5							5	5		
International	97.266	93.181	33.607	33.341	652	0	3.015	3.670	134.540	130.192	1.017	1.025
METRO GROUP	110.014	105.822	57.689	57.658	28.810	27.849	8.970	9.501	205.482	200.830	17.330	16.996

¹ Rundungsdifferenzen möglich² Die gesamten Mitarbeiter der Classic Fine Foods Group sind der Region Asien/Afrika [China] zugeordnet³ Beschäftigte in den USA sind Mitarbeiter des Boston Trading Office (BTO). Das Einkaufsbüro ist für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig.

Mitarbeiterentwicklung nach Ländern und Segmenten

nach Köpfen zum Stichtag 30.9.

	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real		Sonstige		METRO GROUP		Nicht fortgeführte Aktivitäten	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Deutschland	14.788	14.647	26.906	27.304	36.538	36.063	6.065	5.935	84.297	83.949	19.851	19.436
Belgien	3.312	3.026	1.603	1.623					4.915	4.649	1.264	1.292
Dänemark	667	0	35	33					702	33		
Frankreich	8.559	8.539	12	0					8.571	8.539		
Italien	4.429	4.375	6.499	5.826					10.928	10.201		
Luxemburg			127	122					127	122		
Niederlande	4.080	4.414	4.513	4.796			11	11	8.604	9.221		
Österreich	2.113	2.116	2.737	2.861					4.850	4.977		
Portugal	1.188	944	504	546					1.692	1.490		
Schweden			1.491	1.511					1.491	1.511		
Schweiz			1.224	1.295			87	82	1.311	1.377		
Spanien	3.881	3.744	5.494	6.508					9.375	10.252		
Westeuropa (ohne D)	28.229	27.158	24.239	25.121			98	93	52.566	52.372	1.264	1.292
Bulgarien	2.268	2.208							2.268	2.208		
Griechenland	1.010	0	783	813					1.793	813		
Kasachstan	1.012	887							1.012	887		
Kroatien	1.140	1.142							1.140	1.142		
Moldawien	617	598							617	598		
Polen	6.147	5.981	4.915	5.035			511	294	11.573	11.310		
Rumänien	4.931	4.349			655	0	703	1.459	6.289	5.808		
Russland	17.669	17.800	4.305	3.481			561	586	22.535	21.867		
Serbien	1.309	1.241							1.309	1.241		
Slowakei	1.275	1.188							1.275	1.188		
Tschechien	3.440	3.466							3.440	3.466		
Türkei	4.565	4.555	2.224	1.982			115	104	6.904	6.641		
Ukraine	4.250	3.426					1	0	4.251	3.426		
Ungarn	2.626	2.547	1.096	1.185			6	6	3.728	3.738		
Osteuropa	52.259	49.388	13.323	12.496	655	0	1.897	2.449	68.134	64.333		
Ägypten	55	0							55	0		
China ¹	11.935	11.899	15	14			515	501	12.465	12.414		
Indien	3.349	3.598					529	650	3.878	4.248		
Japan	1.080	1.063							1.080	1.063		
Pakistan	1.852	1.715							1.852	1.715		
Vietnam	3.703	3.363							3.703	3.363		
Asien/Afrika	21.974	21.638	15	14			1.044	1.151	23.033	22.803		
USA²	5	5							5	5		
International	102.467	98.189	37.577	37.631	655	0	3.039	3.693	143.738	139.513	1.264	1.292
METRO GROUP	117.255	112.836	64.483	64.935	37.193	36.063	9.104	9.628	228.035	223.462	21.115	20.728

¹ Die gesamten Mitarbeiter der Classic Fine Foods Group sind der Region Asien/Afrika (China) zugeordnet² Beschäftigte in den USA sind Mitarbeiter des Boston Trading Office (BTO). Das Einkaufsbüro ist für die Beschaffung von Meeresfrüchten zuständig.

Merkmale des rechnungslegungsbezogenen internen Kontroll- und Risikomanagementsystems sowie erläuternder Bericht des Vorstands

Das rechnungslegungsbezogene interne Kontroll- und Risikomanagementsystem der METRO GROUP besteht aus Instrumenten und Maßnahmen, mit denen wir Risiken koordinieren, verhindern beziehungsweise rechtzeitig erkennen, bewerten und steuern. Der Bereich Corporate Accounting der METRO AG ist dafür verantwortlich, die Instrumente und Maßnahmen im Konzern umzusetzen.

Die Gesamtverantwortung für alle Prozesse zur Erstellung des Konzern- beziehungsweise Jahresabschlusses sowie des zusammengefassten Lageberichts der METRO AG liegt im Ressort des Finanzvorstands der METRO AG, Mark Frese. Die eigentliche Aufstellung der Abschlüsse sowie des zusammengefassten Lageberichts im rechtlichen Sinn obliegt jedoch dem Gesamtvorstand der METRO AG. Nach der Erstellung prüft der Abschlussprüfer die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung und erteilt für den Konzern- beziehungsweise Jahresabschluss sowie den zusammengefassten Lagebericht einen Bestätigungsvermerk. Anschließend findet eine Erörterung und Prüfung durch den Aufsichtsrat der METRO AG statt. Bei dieser Aufsichtsratssitzung ist der Abschlussprüfer anwesend. Er berichtet über die wesentlichen Ergebnisse seiner Prüfung und steht für ergänzende Auskünfte zur Verfügung. Sofern der Aufsichtsrat keine Einwendungen zu erheben hat, billigt er die Abschlüsse sowie den zusammengefassten Lagebericht. Der Jahresabschluss der METRO AG ist mit dieser Billigung festgestellt.

Konzernweites Rahmenwerk

Aufbauend auf dem Konzept „Internal Control – Integrated Framework“ des Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) hat der Bereich Corporate Accounting der METRO AG konzernweite Mindestvorgaben zur Ausgestaltung des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems für die METRO AG, die Vertriebslinien und die wesentlichen Servicegesellschaften definiert. Durch diese Vorgaben soll insbesondere sichergestellt werden, dass die

relevanten Rechnungslegungsvorschriften sowie die entsprechenden internen Richtlinien, zum Beispiel die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie, eingehalten werden.

Diese Vorgaben umfassen unter anderem das Kontrolldesign, die Kontrollausführung, die Überprüfung der Wirksamkeit der Kontrollen und die Berichterstattung über die Wirksamkeitsanalysen.

- Kontrolldesign: Für elf Finanz- und Rechnungslegungsprozesse wurden im Rahmen eines Top-down-Ansatzes Risiken für wesentliche Fehler im Hinblick auf die Finanzberichterstattung aufgezeigt. Zudem hat der Bereich Corporate Accounting konzernweit verbindliche Kontrollziele vorgegeben, die die wesentlichen Konzerngesellschaften durch gesellschaftsspezifische Kontrollaktivitäten abdecken müssen.
- Kontrollausführung: Die Ausführung dieser Kontrollen ist durch die Konzerngesellschaften zu dokumentieren. Dies schafft die Voraussetzung für eine unabhängige Überprüfung der Effektivität der Kontrollen durch den Bereich Group Internal Audit und den Abschlussprüfer.
- Wirksamkeit der Kontrollen: Die wesentlichen Konzerngesellschaften sind verpflichtet, die Effektivität der Kontrollen jeweils zum Ende eines Geschäftsjahres zu evaluieren (Selbsteinschätzung). Hierzu wird eine konzernweit einheitliche Methodik durch den Bereich Corporate Accounting vorgegeben. Außerdem ist die Wirksamkeit der Kontrollen Gegenstand der risikoorientierten, unabhängigen Prüfungen des Bereichs Group Internal Audit.
- Berichterstattung: Die Ergebnisse der Selbsteinschätzungen sind in einem standardisierten Berichtsformat an den Bereich Corporate Accounting zu melden. Dabei sind die Konzerngesellschaften verpflichtet zu bestätigen, dass die Selbsteinschätzungen gemäß der vorgegebenen Methodik erfolgt sind. Neben den Kontrollaktivitäten umfasst die Berichterstattung auch Aussagen zu den übrigen vier Komponenten des COSO-Rahmenwerks: Kontrollumfeld, Risikobeurteilung, Information und Kommunikation sowie Überwachung. Die Einzelberichte der Gesellschaften werden von dem Bereich Corporate Accounting validiert und zu einem Gesamtbericht über das rechnungslegungsbezogene interne Kontrollsystem der METRO GROUP zusammengefasst. Dieser wird an das Governance, Risk, and Compliance Committee (GRCC) sowie den Vorstand der METRO AG berichtet.

Seit dem Geschäftsjahr 2014/15 werden diese vier Phasen des internen Kontrollzyklus in der RSA-Archer-GRC-Software

abgebildet. Diese ist gegenwärtig in allen METRO Cash & Carry Ländern sowie den Dienstleistungszentren in Pune, Indien, und Stettin, Polen, ausgerollt. Die Migration weiterer Vertriebslinien und Servicegesellschaften ist für das Geschäftsjahr 2015/16 vorgesehen.

Im Folgenden werden die zentralen Vorgaben (zum Beispiel die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie), die Rechnungslegungsprozesse, einzelne Kontrollen sowie die unabhängige Überprüfung durch den Bereich Group Internal Audit und den Abschlussprüfer näher erläutert.

IFRS-Bilanzierungsrichtlinie

Die unterjährigen Konzernzwischenabschlüsse und der Konzernabschluss der METRO AG werden gemäß den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt, wie sie in der Europäischen Union anzuwenden sind. Mit einer konzernweit gültigen und von allen in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften verpflichtend anzuwendenden IFRS-Bilanzierungsrichtlinie stellen wir für die gesamte METRO GROUP die einheitliche Bilanzierung im Einklang mit den IFRS sicher. Die Richtlinie erläutert den Konzerngesellschaften die Regelungen der IFRS und macht Vorgaben für die Bilanzierung. Die Geschäftsführung jedes Konzernunternehmens ist dazu verpflichtet, zu jeder Berichterstattung in einer entsprechenden Erklärung (Letter of Representation) zu bestätigen, dass die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie eingehalten wurde. Die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie deckt alle für die METRO AG relevanten IFRS ab und bezieht sich nicht nur auf bestimmte Bilanzierungssachverhalte. Für den Richtlinieninhalt ist der Bereich Corporate Accounting der METRO AG zuständig. Änderungen der IFRS fließen kontinuierlich in die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie ein und werden allen in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften mitgeteilt.

Rechnungslegungsprozesse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen

Die Einzelabschlusserstellung der einbezogenen Unternehmen nach den IFRS für Konsolidierungszwecke erfolgt grundsätzlich in SAP-basierten Rechnungslegungssystemen (SAP-FI). Durch die organisatorische Trennung von Haupt- und Nebenbuchhaltungen, zum Beispiel Anlagenbuchhal-

tung, stellen wir zum einen die klare Zuständigkeit für die einzelnen Abschlusserstellungstätigkeiten sicher. Zum anderen ist eine Funktionstrennung gegeben, durch die Kontrollprozesse wie beispielsweise ein Vier-Augen-Prinzip gewährleistet sind. In diesen Systemen werden die Einzelabschlüsse eines Großteils der Konzernunternehmen unter Zugrundelegung eines zentral gepflegten Kontenplans nach einheitlichen Buchungsvorgaben erstellt.

Die Zusammenführung der rechnungslegungsbezogenen Geschäftsdaten im Rahmen der Konzernberichterstattung erfolgt durch ein zentrales, SAP-basiertes Konsolidierungssystem (SAP EC-CS), in das ausnahmslos alle konsolidierten Konzernunternehmen der METRO GROUP eingebunden sind. In diesem System ist ein einheitlicher Kontenplan hinterlegt, der von allen einbezogenen Unternehmen unter Berücksichtigung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie anzuwenden ist. Die Kontenpläne für die IFRS-Einzelabschlüsse und den Konzernabschluss sind miteinander verknüpft.

Außer aus der Nichteinhaltung von Bilanzierungsregeln können Risiken auch aus der Missachtung formaler Fristen und Termine entstehen. Zur Vermeidung dieser Risiken wie auch zur Dokumentation der im Rahmen der Einzel- und Konzernabschlusserstellung nach den IFRS zwingend durchzuführenden Arbeitsabläufe, deren zeitlicher Abfolge und der hierfür verantwortlichen Personen wurde ein onlinebasiertes Planungswerkzeug eingeführt. Mit diesem werden die Arbeitsabläufe zur Einzel- und Konzernabschlusserstellung nach den IFRS inhaltlich und zeitlich überwacht. Somit ist für übergeordnete Konzerneinheiten die Statusverfolgung sichergestellt, um Risiken frühzeitig zu erkennen und zu beseitigen.

Das Planungswerkzeug gliedert den Erstellungsprozess des Einzelabschlusses in wesentliche Meilensteine, die wiederum in einzelne Aktivitäten unterteilt sind. Inhaltlich orientieren sich diese Meilensteine und Aktivitäten an der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie der METRO GROUP und spiegeln somit ihre Umsetzung wider. Die darüber hinaus für Zwecke der Strukturierung und Koordination der Konzernabschlusserstellung im Planungswerkzeug zentral vorgegebenen Termine und Meilensteine überwacht der Bereich Corporate Accounting der METRO AG hinsichtlich ihrer Einhaltung. Die Terminierung und Kontrolle der notwendigen Meilensteine und Aktivitäten im Rahmen der Einzelabschlusserstellung liegen in der Verantwortung der Geschäftsführung der jeweiligen Einzelgesellschaft.

Im Anschluss an die Übertragung der Einzelabschlussdaten nach den IFRS in das SAP-basierte Konsolidierungssystem werden die Daten dort einer automatisierten Plausibilitätsprüfung vor dem Hintergrund rechnungswesenspezifischer Zusammenhänge und Abhängigkeiten unterzogen. Sollte das System im Rahmen dieser Validierungen Fehler- oder Warnmeldungen erzeugen, sind diese vom Einzelabschlussverantwortlichen vor Weitergabe der Daten an die Konsolidierungsstelle entsprechend zu bearbeiten.

Ein weiteres Kontrollinstrument stellt der von allen wesentlichen Konzernunternehmen anlässlich der Einzelabschlusserstellung an die METRO AG weiterzuleitende Report dar, in dem die wesentlichen Positionen der Bilanz und der Gewinn- und Verlustrechnung den Werten der Vorperiode gegenübergestellt und kommentiert werden.

Um die Sicherheit der Informationstechnik (IT) zu gewährleisten, sind Zugriffsregelungen in den rechnungslegungsbezogenen EDV-Systemen (SAP-FI) definiert. Jedes in den Konzernabschluss einbezogene Unternehmen unterliegt den Regeln der IT-Sicherheit, die in einer entsprechenden Richtlinie zusammengefasst sind und deren Einhaltung der Bereich Group Internal Audit der METRO AG konzernweit überwacht. Dadurch wird sichergestellt, dass die Nutzer der Systeme nur auf die Informationen und Systeme Zugriff haben, die sie zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigen.

Rechnungslegungsprozesse im Rahmen der Konsolidierung

Das Planungswerkzeug gliedert den Prozess der Konzernabschlusserstellung ebenfalls in wesentliche Meilensteine, Aktivitäten und Termine. Hierbei stellen unter anderem auch die abzuarbeitenden typischen Konsolidierungsschritte – darunter zum Beispiel die Umsatzeliminierung, die Aufwands- und Ertrags- sowie die Schulden- und Kapitalkonsolidierung – spezifische Meilensteine zur Erstellung des Konzernabschlusses dar. Die personellen Verantwortlichkeiten für die oben genannten Konsolidierungsschritte sind unter Berücksichtigung einer Vertretungsregelung dokumentiert.

Unterstützende Tätigkeiten im Umfeld des Erstellungsprozesses für den Konzernabschluss werden auch von externen Dienstleistungsunternehmen ausgeführt. Diese Dienstleistungen beziehen sich im Wesentlichen auf die Bewertung von Immobilien, Pensionsverpflichtungen sowie aktienorientierten Vergütungen.

Die zur Erstellung des Konzernabschlusses durchzuführen den Konsolidierungsschritte werden diversen systemtechnischen wie auch manuellen Kontrollen unterzogen. Für die Konsolidierungsmaßnahmen gelten die gleichen automatisierten Plausibilitätsprüfungen (Validierungen) wie für die Einzelabschlussdaten. Weitere Kontrollmechanismen auf Konzernebene sind Soll-Ist-Vergleiche sowie Analysen der inhaltlichen Zusammensetzung und von Veränderungen der einzelnen Positionen in der Bilanz und in der Gewinn- und Verlustrechnung. Der Bereich Group Internal Audit der METRO AG prüft regelmäßig, ob interne Kontrollen über den Erstellungs- und Buchungsprozess im Rahmen der Konzernabschlusserstellung eingehalten werden.

Zur Gewährleistung der Einhaltung von Regeln der IT-Sicherheit sind Zugriffsregelungen im Konsolidierungssystem SAP EC-CS in Kraft gesetzt (Schreib- und Leseberechtigungen). Die Berechtigungen zur Nutzung des Konsolidierungssystems werden zentral bei der METRO AG verwaltet. Die Freigabe erfolgt nur durch die Bereiche Corporate Accounting und Corporate Planning & Controlling und stellt sicher, dass der Nutzer nur Zugriff auf die Daten hat, die er zur Erfüllung seiner Aufgaben benötigt.

Unabhängige Prüfung/Kontrolle

Group Internal Audit (Konzernrevision)

Der Bereich Group Internal Audit der METRO AG erbringt unabhängige und objektive Prüfungs- und Beratungsleistungen in der METRO GROUP und unterstützt den Vorstand der METRO AG und die Geschäftsführungen der Konzerngesellschaften durch die potenzialorientierte Bewertung der wesentlichen Führungs- und Geschäftsprozesse dabei, ihre Ziele zu erreichen. In Abstimmung mit dem Vorstand und den Konzerngesellschaften entwickelt der Bereich Group Internal Audit einen risikoorientierten jährlichen Prüfungs- und Projektplan.

Auf Basis der beschriebenen Grundsätze nimmt der Bereich Group Internal Audit unabhängige Prüfungen der Kontrollen der Abschlusserstellungsprozesse, der Anwendung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie und der Konzernrechnungslegungsprozesse innerhalb der METRO GROUP vor. Hierbei werden im Rahmen der risikoorientierten Jahresrevisionsplanung Schwerpunktthemen definiert.

Externe Prüfung

Der Abschlussprüfer des Konzernabschlusses prüft die IFRS-Bilanzierungsrichtlinie und stellt sie den Abschlussprüfern der in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften, soweit die jeweiligen Gesellschaften einer Prüfung für Konzernzwecke unterliegen, zur Verfügung. Diese wiederum bestätigen die vollständige Anwendung der IFRS-Bilanzierungsrichtlinie durch die in den Konzernabschluss einbezogenen Gesellschaften.

Darüber hinaus prüfen und kontrollieren die jeweiligen Wirtschaftsprüfer sowohl die von den wesentlichen Konzerngesellschaften für Konsolidierungszwecke erstellten Einzelabschlüsse nach den IFRS als auch den Konzernabschluss sowie den zusammengefassten Lagebericht der METRO AG daraufhin, ob die anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften sowie weitere relevante Vorschriften eingehalten wurden. Dabei unterziehen sie den Konzernzwischenabschluss zum Halbjahr einer prüferischen Durchsicht und prüfen den Konzernabschluss zum Jahresende. Die abschließende prüferische Beurteilung des Konzernabschlusses wird in Form eines Bestätigungsvermerks im Geschäftsbericht veröffentlicht.

— WIRTSCHAFTSBERICHT

Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen¹

Die Weltwirtschaft hat sich im vergangenen Jahr uneinheitlich entwickelt. In den USA verlief das Wachstum nach enttäuschendem Jahresbeginn positiv und auch in den Ländern Westeuropas setzte sich die Erholung insgesamt fort. Dabei wurden die Volkswirtschaften der Eurozone durch den niedrigen Ölpreis, den niedrigen Eurokurs gegenüber dem US-Dollar sowie die niedrigen Zinsen gestützt. Die Entwicklung in Osteuropa war dagegen zweigeteilt: auf der einen Seite die zentral-europäischen Länder mit insgesamt stabiler Entwicklung, auf der anderen Seite die Länder Osteuropas, in denen die wirtschaftliche Situation nach wie vor vom Russland/Ukraine-Konflikt überlagert wurde. In Asien schwächte sich das Wachstum insbesondere in China ab, die Region insgesamt wies aber nach wie vor das stärkste Wachstum aller Regionen auf, in denen die METRO GROUP vertreten ist. Alles in allem lag das Weltwirtschaftswachstum 2015 mit rund 2,4 Prozent in derselben Größenordnung wie im Jahr zuvor (2,4 Prozent).

Gleichzeitig verstärkten sich im Jahresverlauf viele politische Krisen und Konflikte, vor allem im Nahen Osten. Allerdings gab es auch Entspannung durch die Unterzeichnung des Atomabkommens mit dem Iran Mitte 2015. In Europa dominierten der Russland/Ukraine-Konflikt und der drohende Staatsbankrott Griechenlands die politische Agenda. Ersterer führte in der Ukraine zu erheblichen wirtschaftlichen Beeinträchtigungen, in Russland wurde die ohnehin schwache Konjunktur durch den Konflikt weiter gedämpft. Das nachlassende Investorenvertrauen sowie die Sanktionsmaßnahmen der Europäischen Union und der USA, verbunden mit dem sinkenden Ölpreis, hatten einen erheblichen Rückgang der russischen Wirtschaftsleistung zur Folge. Die griechische Schuldenkrise nahm zwar in der politischen Diskussion einen hohen Stellenwert ein, die wirtschaftlichen Auswirkungen auf Westeuropa blieben aber insgesamt gering.

Im Geschäftsjahr 2014/15 wertete der Euro gegenüber dem US-Dollar erheblich ab. Ein Grund dafür war die insgesamt expansiv ausgerichtete Geldpolitik der Europäischen Zentralbank mit dem Programm zum Ankauf von Staatsanleihen. Gleichzeitig konnten die für die METRO GROUP relevanten

asiatischen Währungen gegenüber dem Euro an Wert gewinnen. Erheblich verloren gegenüber dem Euro haben dagegen insbesondere die ukrainische Hrywnja, der russische Rubel und die kasachische Tenge aufgrund der schwachen wirtschaftlichen Lage sowie des weiteren Rückgangs des Ölpreises. Als Konsequenz der Währungsabwertungen stiegen die Verbraucherpreise in diesen Ländern zweistellig an. Die Teuerung bei Lebensmitteln lag aufgrund des russischen Importverbots westlicher Lebensmittel noch über der durchschnittlichen Inflationsrate. In der Türkei und Indien zeigte sich nach hohen Preissteigerungsraten in den Vorjahren ein leichter Rückgang der Inflation, der vor allem auf den niedrigen Ölpreis zurückzuführen ist. Die rückläufigen Energiepreise sind auch der Hauptgrund für die niedrigen Inflationsraten mit zeitweise sogar deflationären Tendenzen in den meisten anderen europäischen Ländern. Im Durchschnitt der Euroländer stagnierten die Verbraucherpreise 2015. Gleichzeitig stiegen die Lebensmittelpreise mit rund 0,5 Prozent nur unterdurchschnittlich an.

Bezogen auf die Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, konnte sich die Wirtschaft in Westeuropa im Geschäftsjahr 2014/15 weiter erholen und wuchs stärker als im Jahr zuvor. Dabei zeigte Deutschland im westeuropäischen Vergleich erneut eine überdurchschnittliche Entwicklung. Die Länder Mitteleuropas konnten aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtung mit Westeuropa insgesamt von der Erholung profitieren und wuchsen ebenfalls etwas stärker als 2014. Dagegen war die wirtschaftliche Lage in den osteuropäischen Schwellenländern – auch vor dem Hintergrund der politischen Krisen –, insbesondere in Russland und der Ukraine, deutlich angespannter. Insgesamt ging daher die Wirtschaftsleistung in Ost- und Mitteleuropa im Geschäftsjahr 2014/15 zurück. Die asiatischen Schwellenländer wiesen zwar wiederholt die höchsten Wachstumsraten auf, allerdings schwächte sich die Wirtschaft in China ab. Dadurch, dass Japan sich nach der Rezession 2014 wieder etwas besser entwickelte, lag das Wachstum 2015 in Asien insgesamt mit rund 3,8 Prozent leicht oberhalb des Vorjahres.

¹ Die im Kapitel Gesamtwirtschaftliche und branchenbezogene Rahmenbedingungen genannten Zahlen zur BIP-Entwicklung beziehen sich jeweils auf die Gesamtjahre 2014 und 2015. Dementsprechend handelt es sich bei den 2015er-Werten um Prognosen. Die qualitativen Aussagen im Text beziehen sich hingegen, soweit nicht anders angegeben, auf den Berichtszeitraum.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts wichtiger Weltregionen und Deutschlands

Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2014 ¹	2015 ²
Welt	2,4	2,4
Deutschland	1,6	1,6
Westeuropa (ohne Deutschland)	1,3	1,5
Osteuropa	1,4	-0,4
Asien	3,6	3,8

Quelle: Feri

¹ Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2013/14 abweichen, falls bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

² Prognose

Konsumgüterhandel mit gemischter Entwicklung

Aufgrund der unterschiedlichen wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen, in denen die METRO GROUP tätig ist, entwickelte sich auch der Handel gemischt. In Westeuropa spiegelte sich die wirtschaftliche Erholung in steigenden Handelsumsätzen – allerdings ausgehend von niedrigem Niveau wider. Mit etwas mehr als 1 Prozent war das Wachstum insgesamt moderat. In Ost- und Mitteleuropa fielen die Handelszahlen unterschiedlich aus. Während die mitteleuropäischen Länder ein robustes Wachstum oberhalb von 3 Prozent aufwiesen, gingen die Handelsumsätze in Russland und der Ukraine preisbereinigt stark zurück. Die Schwellenländer Asiens wiesen trotz leichter Abschwächung wiederholt die höchsten Wachstumsraten auf.

Deutschland

Deutschland entwickelte sich im Berichtsjahr im westeuropäischen Vergleich erneut überdurchschnittlich. Die rückläufige Arbeitslosigkeit und die Zunahme der verfügbaren Einkommen stärkten dabei privaten Konsum und Einzelhandel, die sich dadurch zu den Eckpfeilern des Wirtschaftswachstums entwickeln konnten. Insgesamt legte der Handel mit Nichtlebensmitteln nominal stärker zu als der Handel mit Lebensmitteln. Wesentliche Ausnahme bei Nichtlebensmitteln war der Bekleidungsbereich, der einen Rückgang verkraften musste. Gleichzeitig wuchs der Onlinehandel weiter und konnte seinen Marktanteil steigern.

Westeuropa

In Westeuropa wirkten der niedrige Ölpreis, der niedrige Eurokurs gegenüber dem US-Dollar sowie die niedrigen Zinsen durch das Anleihekaufprogramm der Europäischen Zentralbank wie ein kurzfristiges Konjunkturprogramm. Dagegen beschäftigte die Unsicherheit bezüglich eines möglichen Austritts Griechenlands aus der Währungsunion wiederholt die Länder der Eurozone. Insgesamt wiesen die Länder der Eurozone aber im Geschäftsjahr 2014/15 mit 1,5 Prozent eine verbesserte Wachstumsentwicklung auf. Aufgrund der wirtschaftlichen Belebung ging die Arbeitslosigkeit langsam, aber kontinuierlich zurück. Dadurch erholte sich auch das Handelsgeschäft. Nominal konnte der Handel nach drei schwachen Jahren um mehr als 1 Prozent zulegen. Gleichzeitig stagnierten die Verbraucherpreise nahezu, sodass sich das preisbereinigte Plus in ähnlicher Größenordnung bewegte.

Insgesamt war die Heterogenität der Länder etwas weniger ausgeprägt als in den Vorjahren. Besonders erfreulich verlief die Entwicklung in Spanien. Das Land konnte sowohl eine der höchsten BIP-Wachstumsraten als auch das höchste Handelswachstum verzeichnen. In Italien fiel die Erholung dagegen im westeuropäischen Vergleich unterdurchschnittlich aus.

Osteuropa

In Osteuropa wurde die Entwicklung trotz einer kurzfristigen Stabilisierung nach dem zweiten Minsker Abkommen weiter vom Russland/Ukraine-Konflikt überlagert, der insbesondere für Russland und die Ukraine negative wirtschaftliche Folgen hatte. Russlands Wirtschaft wurde zusätzlich durch den niedrigen Ölpreis belastet. Gleichzeitig stieg in beiden Ländern die Inflation aufgrund der Währungsabwertungen im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stark an. Dabei erhöhten sich die Lebensmittelpreise in Russland aufgrund des selbst auferlegten Importstopps überdurchschnittlich. Die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wirkten sich auch negativ auf das Handelsgeschäft aus. Während die Handelsumsätze aufgrund der überdurchschnittlichen Preisteigerungen nominal noch anstiegen, waren sie preisbereinigt stark rückläufig. In den Ländern Zentraleuropas – in Polen, Tschechien und der Slowakei – zeigte sich dagegen insgesamt eine robuste wirtschaftliche Entwicklung. Davon konnte auch das Handelsgeschäft profitieren, das sich mit einem nominalen Wachstum oberhalb von 3 Prozent solide entwickelte. In der Türkei zeigten die Handelsumsätze bei einer Stabilisierung des Wirtschaftswachstums ein knapp zweistelliges nominales Wachstum, das auch preisbereinigt

mit rund 4 Prozent noch ordentlich ausfiel. In den Balkanländern wies insbesondere Rumänien eine gute nominale Handelsentwicklung oberhalb von 5 Prozent auf, wohingegen die Handelsumsätze in Bulgarien, Kroatien und Serbien schwächer ausfielen.

Asien/Afrika

Die Schwellenländer in Asien wiesen im Geschäftsjahr 2014/15 erneut das höchste Wirtschaftswachstum auf. Allerdings hat sich das Wachstum der chinesischen Wirtschaft insgesamt abgeschwächt. Eine positive Tendenz zeigte dagegen Indien, das zuletzt wieder wirtschaftliche Wachstumsraten oberhalb von 7 Prozent vorweisen konnte. In beiden Ländern legte der Handel im Berichtszeitraum nominal zweifellos zu. In Indien ist diese Entwicklung allerdings zur Hälfte auf den Preisanstieg zurückzuführen. Japans Wirtschaft fand, gestützt durch eine expansive Geld- und Fiskalpolitik, langsam den Weg aus der Rezession. Das Handelsgeschäft stagnierte im Geschäftsjahr 2014/15 zwar noch, wies aber zuletzt eine positive Tendenz auf.

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts der METRO GROUP Länder

Veränderungen zum Vorjahr in Prozent

	2014 ¹	2015 ²
Indien	7,1	7,3
China	7,3	6,8
Vietnam	6,0	5,9
Pakistan	3,4	4,1
Tschechien	2,0	4,0
Luxemburg	5,6	4,0
Rumänien	2,8	3,6
Polen	3,3	3,5
Spanien	1,4	3,2
Schweden	2,3	3,2
Türkei	2,9	3,1
Slowakei	2,4	2,9
Ungarn	3,6	2,7
Bulgarien	1,7	2,1
Kasachstan	4,3	2,0
Niederlande	1,0	2,0
Serbien	-1,8	1,7
Deutschland	1,6	1,6
Portugal	0,9	1,6
Belgien	1,1	1,2
Frankreich	0,2	1,1
Kroatien	-0,4	1,1
Schweiz	1,9	1,0
Italien	-0,4	0,8
Österreich	0,4	0,7
Japan	-0,1	0,6
Moldawien	4,6	-1,0
Griechenland	0,8	-1,9
Russland	0,6	-4,1
Ukraine	-6,8	-14,6

¹Vorjahreswerte können gegenüber dem Geschäftsbericht 2013/14 abweichen, da bei dessen Fertigstellung finale Zahlen noch nicht vorlagen

²Prognose

METRO Cash & Carry: Branchenentwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel

In Deutschland lagen die Umsätze im Selbstbedienungsgroßhandel im Geschäftsjahr 2014/15 leicht unter dem Niveau des Vorjahres. Dabei blieb das Cash-and-Carry-Segment wie im Vorjahr hinter der Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel, der leichte Umsatzzuwächse verzeichnete, zurück. Die Lebensmittelpreise sind auch im Jahr 2015 nur leicht angestiegen. Unterstützt wurde diese Entwicklung durch die weitere Zunahme von Werbeaktivitäten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel und die steigende Zahl von Markenartikeln bei Discountern, die sich auf den Selbstbedienungsgroßhandel auswirkten. Entsprechend blieben bei einer insgesamt stabilen Mengennachfrage positive Wachstumsimpulse für die Branchenentwicklung aus. METRO Cash & Carry hat seine Marktführerschaft im Berichtsjahr behauptet.

Vor dem Hintergrund einer sich insbesondere in den Euro-Krisenländern aufhellenden gesamtwirtschaftlichen Lage entwickelte sich der Selbstbedienungsgroßhandel in Westeuropa erstmals seit Jahren wieder insgesamt positiv. Die Branche verzeichnete im Geschäftsjahr 2014/15 ein leichtes Erlöswachstum. In Italien, Spanien und Portugal lagen die Umsätze auf dem Vorjahresniveau oder darüber. Dagegen fiel die Entwicklung in Belgien und den Niederlanden schwächer aus. Auch in Westeuropa waren überwiegend nur moderate Preissteigerungen zu beobachten, wodurch positive Umsatzeffekte durch Inflation vielfach ausblieben.

In Osteuropa setzte sich die uneinheitliche Entwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel im Geschäftsjahr 2014/15 unverändert fort. Der Russland/Ukraine-Konflikt und das russische Importverbot für westliche Lebensmittel führten in Russland und in der Ukraine zu überdurchschnittlichen Preissteigerungen bei Lebensmitteln. Darüber hinaus verstärkte die Abwertung der lokalen Währungen die inflationäre Dynamik in beiden Ländern. Um Preis- und Währungseffekte bereinigt, war die Nachfrage sowohl in Russland als auch in der Ukraine rückläufig. In den übrigen osteuropäischen Ländern setzten sich dagegen deflationäre Tendenzen fort. In Rumänien ist dies insbesondere auf die Senkung der Mehrwertsteuer für Lebensmittel zurückzuführen. Hier wie auch in Polen und der Türkei entwickelten sich die Erlöse im Selbstbedienungsgroßhandel positiv.

Im Geschäftsjahr 2014/15 wuchsen die Erlöse im Selbstbedienungsgroßhandel in Asien verglichen mit den anderen Regionen erneut am stärksten. Mit der Eröffnung neuer Großmärkte in China und Indien hat METRO Cash & Carry seinen Marktanteil in der Region behauptet. Beide Länder bilden auch weiterhin den Schwerpunkt der strategischen Expansion mit Selbstbedienungsgroßhandelsmärkten. Trotz einer Zunahme des internationalen Wettbewerbs, insbesondere in Indien, ist die Marktkonzentration in Asien weiterhin insgesamt gering. Die traditionellen Einzelhändler sind nach wie vor ein wichtiger Bestandteil für die Versorgung der Bevölkerung und beinhalten ein unverändert großes Wachstumspotenzial für den Selbstbedienungsgroßhandel. Stark an Bedeutung gewinnt die Gastronomie in Asien, die hohe Wachstumsraten verzeichnet. METRO Cash & Carry hat sich den Zugang zu diesem Segment durch die Übernahme der Classic Fine Foods Group im Berichtsjahr erschlossen.

Media-Saturn: Branchenentwicklung im Elektrofachhandel

Der deutsche Elektrofachhandel gewann auch ohne wichtige saisonale Events wie Olympische Spiele oder Fußballweltmeisterschaft auf hohem Niveau knapp 1 Prozent hinzu. Auch die Normalisierung im IT-Geschäft – 2014 hatte es eine Sonderkonjunktur durch den Austausch von Microsoft-Betriebssystemen gegeben – konnte dem Marktwachstum nichts anhaben. Rückgänge im Portfolio bei TV und IT wurden durch die Einführung des iPhone 6, aber auch durch zusätzliche Impulse bei Weißer Ware, Küchengeräten und im Beauty- und Wellness-Bereich überkompensiert. Media-Saturn wuchs dabei noch einmal stärker als der Elektrofachhandel insgesamt und konnte seine marktführende Stellung weiter ausbauen.

Die makroökonomische Aufwärtsbewegung in der Konjunkturentwicklung Europas erreichte im Geschäftsjahr 2014/15 auch den Elektrofachhandel in Südeuropa. Infolgedessen legten die iberischen Länder überproportional beim Marktwachstum zu, und auch Italien verzeichnete erstmals wieder positive Wachstumszahlen.

Der Elektrofachhandel in Osteuropa wies gegenläufige Tendenzen auf: Polen und Ungarn konnten nach wie vor stabile Zuwächse im hohen einstelligen Bereich vermelden. Russland profitierte zwar vor allem von vorgezogenen Einkäufen der Verbraucher zum Jahreswechsel aufgrund des Rubel-Verfalls. Im weiteren Jahresverlauf schwächte sich aber das Wachstum

vor dem Hintergrund der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ab. Media-Saturn konnte sich diesem Trend zumindest teilweise entziehen und wuchs deutlich stärker als der Elektrofachhandel insgesamt.

Ungewöhnlich robust präsentiert sich der Elektrofachhandel in der Türkei, der deutlich zweistellig wuchs.

Sorgenkind bleibt unverändert Griechenland, auch wenn die Wachstumsraten, vor allem gestützt durch Sondereffekte im zweiten Quartal des Geschäftsjahres – Subventionen im Telekommunikations- und IT-Markt –, einen deutlichen Marktzuwachs generierten.

Die übrigen, stärker saturierten Märkte Belgien, Niederlande und Österreich vermeldeten leichte Zuwachsraten. Die Schweiz hatte dagegen mit der Aufwertung des Franken Anfang 2015 zu kämpfen und wies daher als einziges Land neben Luxemburg eine rückläufige Entwicklung des Elektrofachhandels auf.

Die Media-Saturn-Unternehmensgruppe konnte im Geschäftsjahr 2014/15 ihre führende Stellung im europäischen Elektrofachhandel weiter ausbauen und dabei in einem erheblichen

Umfang Marktanteile dazugewinnen. Ausgehend von der starken Marktposition im Geschäftsjahr 2013/14 mit 12,6 Prozent Marktanteil konnte Media-Saturn seinen Gesamtmarktanteil über alle Länder hinweg um 0,7 Prozentpunkte auf 13,3 Prozent steigern.

Real: Branchenentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland entwickelte sich im Geschäftsjahr 2014/15 deutlich schwächer als der Handel mit Nichtlebensmitteln. Insbesondere in der ersten Hälfte des Berichtszeitraums wies er nur ein geringes nominales Wachstum auf. Grund dafür waren auch die zeitweise stagnierenden Preise. Real konnte dabei in diesem Zeitraum flächenbereinigt etwas stärker wachsen als der Gesamtmarkt.

Auch in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres 2014/15 entwickelte sich der Lebensmitteleinzelhandel bei wieder etwas höheren Preissteigerungen für Lebensmittel insgesamt schwach. Dabei intensivierte sich der Preiswettbewerb bei Lebensmitteln weiter.

Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

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

Das Geschäftsjahr 2014/15 war für die METRO GROUP vor allem durch die geopolitischen Ereignisse erneut eine besondere Herausforderung. Dennoch blickt der Vorstand auf ein insgesamt erfolgreiches Jahr zurück. Die Transformation der METRO GROUP wurde weiter erfolgreich fortgeführt und bei der Fokussierung des Portfolios wurden weitere Fortschritte erzielt. Ein Meilenstein war der Verkauf von Galeria Kaufhof zum 30. September 2015. Dadurch stehen liquide Mittel für die weitere Expansion zur Verfügung. Zudem konnte die Verschuldung weiter deutlich verringert werden.

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

Finanz- und Vermögenslage

Finanzmanagement

Grundsätze und Ziele der Finanzaktivitäten

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

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash-Pooling) können wir das Fremdfinanzierungsvolumen reduzieren sowie

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

Das derzeitige Rating durch Standard & Poor's im Investment-Grade-Bereich von langfristig BBB- beziehungsweise kurzfristig A-3 unterstützt den Zugang zu den Kapitalmärkten.

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

Bei sämtlichen Finanzaktivitäten gelten konzernweit die folgenden Grundsätze:

Finanzielle Einheit

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

Finanzieller Handlungsspielraum

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

Zentrales Risikomanagement

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

Zentrale Risikoüberwachung

Veränderte finanzwirtschaftliche Rahmenbedingungen, darunter beispielsweise Zinssatz- oder Devisenkursänderungen, können sich auf die Finanzierung der METRO GROUP auswirken. Die damit verbundenen Risiken quantifiziert die METRO AG

regelmäßig in Szenarioanalysen. Offene Risikopositionen – wie etwa der Abschluss von Finanztransaktionen ohne korrespondierendes Grundgeschäft – dürfen nur nach entsprechender Freigabe durch den Vorstand der METRO AG gehalten werden.

Ausschließlich zugelassene Vertragspartner

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

Freigabepflicht

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

Revisionssicherheit

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

Informationen zu den Risiken aus Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen finden sich im Anhang – Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

Ratings

Ratings bewerten die Fähigkeit eines Unternehmens, seinen finanziellen Verpflichtungen nachzukommen. Sie dienen dem Nachweis der Kreditwürdigkeit eines Unternehmens gegenüber potenziellen Fremdkapitalgebern. Ein Rating erleichtert zudem den Zugang zu den internationalen Kapitalmärkten. Die METRO AG hat Standard & Poor's, eine der international führenden Ratingagenturen, beauftragt, die Kreditwürdigkeit der METRO GROUP kontinuierlich zu analysieren. Der von der METRO AG erteilte Auftrag für einen Ratingservice durch Moody's Investors Service wurde im Februar 2015 zurückgezogen.

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

Entwicklung von Rating und Ausblick

langfristig

BBB+

BBB

BBB–

kurzfristig

A-2

A-3

2011

2012

2013

2014

2015

Standard & Poor's

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

Kategorie	2015
Langfristig	BBB–
Kurzfristig	A-3
Ausblick	stabil

Mit diesen Ratings stehen der METRO GROUP alle Finanzmärkte offen.

Finanzierungsmaßnahmen

Die Deckung des mittel- bis langfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt über ein kapitalmarktfähiges Daueremissionsprogramm, das über ein maximales Volumen von 6 Mrd. € verfügt. Zur vorzeitigen Teilrefinanzierung der im März 2015 fälligen Anleihe über 1 Mrd. € hat die METRO GROUP bereits im Oktober 2014 erfolgreich eine Benchmark-Anleihe mit einem Volumen von 500 Mio. €, einer Laufzeit von sieben Jahren und einem Kupon von 1,375 Prozent im Eurokapitalmarkt begeben. Des Weiteren wurde im März 2015 eine Anleihe über 600 Mio. € mit einer Laufzeit von zehn Jahren und einem Kupon von 1,5 Prozent platziert.

Das Daueremissionsprogramm wurde zum 30. September 2015 mit insgesamt 3,6 Mrd. € in Anspruch genommen.

Die Deckung des kurzfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt sowohl über das „Euro Commercial Paper Programme“ als auch über ein auf französische Investoren ausgerichtetes

weiteres „Commercial Paper Programme“. Beide Programme verfügen über ein maximales Volumen von jeweils 2 Mrd. €. Insgesamt wurden beide Programme zusammen im Berichtszeitraum im Durchschnitt mit 1.107 Mio. € in Anspruch genommen. Zum 30. September 2015 wurden die Programme mit rund 941 Mio. € ausgenutzt.

Ferner wurden zum 30. September 2015 bilaterale Kreditlinien von insgesamt 1.189 Mio. € genutzt. Darüber hinaus bestehen syndizierte Kreditlinien in Höhe von 2.525 Mio. €, die nicht in Anspruch genommen wurden.

Weitere Informationen zu Finanzierungsprogrammen und Kreditlinien finden sich im Anhang – Nummer 37 Finanzschulden.

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

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	30.9.2014			30.9.2015		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.430	300	1.130	1.719	962	757
Inanspruchnahme	-865	-260	-604	-1.189	-932	-257
Freie bilaterale Kreditlinien	565	40	526	530	30	500
Syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Kreditlinien gesamt	3.955	300	3.655	4.244	962	3.282
Inanspruchnahme gesamt	-865	-260	-604	-1.189	-932	-257
Freie Kreditlinien gesamt	3.090	40	3.051	3.055	30	3.025

Investitionen/Desinvestitionen

Im Geschäftsjahr 2014/15 hat die METRO GROUP 1.411 Mio. € investiert und liegt damit 410 Mio. € über den Investitionen im Vorjahreszeitraum. Die Investitionen nahmen trotz reduzierter Expansionstätigkeit insbesondere aufgrund der Akquisitionen der Classic Fine Foods Group und von iBOOD, Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen sowie Mietvertragsverlängerungen insgesamt zu. Unter anderem wurden im Rahmen des Projekts „Big Bang“ bei Real 57 Märkte nach dem Essener Marktmodell umgebaut, um die Kundenbedürfnisse noch besser zu erfüllen. Die reduzierte Expansionstätigkeit zeigt sich in der geringeren Anzahl von 58 Neueröffnungen inklusive Zugängen gegenüber 68 Neueröffnungen im Vorjahreszeitraum.

Investitionen der METRO GROUP

Mio. € ¹	2013/14 ¹	2014/15	Veränderung	
			absolut	%
METRO				
Cash & Carry	441	750	309	69,9
Media-Saturn	244	256	12	5,0
Real	172	241	68	39,7
Sonstige	144	165	21	14,6
METRO GROUP	1.001	1.411	410	41,0

¹ Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

METRO Cash & Carry hat im Geschäftsjahr 2014/15 750 Mio. € investiert. Die Investitionen liegen damit um 309 Mio. € über dem Wert des Vorjahreszeitraums. Der deutliche Investitionsanstieg resultiert insbesondere aus der Akquisition der Classic Fine Foods Group, aus Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen sowie aus Nachhaltigkeitsprojekten. Der Expansions-schwerpunkt lag weiterhin bei den Fokusböden Russland und China, in denen das bestehende Filialnetz um 11 beziehungsweise 6 neue METRO Cash & Carry Märkte erweitert wurde. In Indien wurden 2 neue Märkte, in der Türkei, in Kroatien und in Serbien wurde jeweils 1 neuer METRO Cash & Carry Standort eröffnet. In Bulgarien wurden 3 Standorte, in China 2 und in Italien, Kasachstan, Rumänien, Serbien und der Ukraine wurde je 1 Standort geschlossen. Die 5 Standorte in Dänemark wurden wie angekündigt geschlossen und die 9 Märkte in Griechenland wie geplant veräußert.

Die Investitionen von **Media-Saturn** lagen im Geschäftsjahr 2014/15 mit 256 Mio. € um 12 Mio. € über den Investitionen im Vorjahreszeitraum. Der Anstieg resultiert insbesondere aus dem Erwerb von iBOOD. Gleichzeitig ist die Expansionsgeschwindigkeit zurückgegangen, während die Investitionen in Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen gestiegen sind. Im Berichtszeitraum wurden 36 (im Vorjahr 50) Märkte eröffnet und somit wurde eine selektive Expansion (inklusive neuer Kleinformaten) in ganz Europa vorangetrieben. In Osteuropa wurden 18 Elektrofachmärkte eröffnet: 8 in Polen, 7 in Russland und 3 in der Türkei. In Westeuropa (ohne Deutschland) kamen 15 neue Standorte hinzu, davon 6 in den Niederlanden, 5 in Spanien und 2 in der Schweiz, jeweils 1 neuer Markt kam in Österreich und Belgien dazu. Zusätzlich wurden in Deutschland 3 Märkte eröffnet. Außerdem wurden im Geschäftsjahr 15 Standorte im Rahmen der Portfoliooptimierung geschlossen: 7 Standorte in Italien, 3 Standorte in Russland, 2 Standorte in den Niederlanden und je 1 Standort in Deutschland, Belgien und der Türkei.

Real investierte im Geschäftsjahr 2014/15 241 Mio. € und somit 68 Mio. € mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Investitionszunahme resultiert im Wesentlichen aus Mietvertragsverlängerungen und Modernisierungsinvestitionen. Die Investitionsmittel wurden genutzt, um durch Konzeptumstellungen das Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Nach erfolgreichem Umbau von 50 Märkten im Rahmen des Projekts „Big Bang“ im Vorjahr wurden nun deutschlandweit 57 weitere Märkte nach dem Essener Marktmodell modernisiert. Wie geplant hat Real im Geschäftsjahr 2014/15 in Deutschland insgesamt 14 Märkte geschlossen. Nach der Veräußerung des Osteuropageschäfts werden die verbliebenen 4 rumänischen Standorte nun im Segment Sonstige ausgewiesen.

Die Investitionen im Segment **Sonstige** beliefen sich im Geschäftsjahr 2014/15 auf 165 Mio. € (2013/14: 144 Mio. €). Die Investitionen entfielen primär auf Konzept- und Modernisierungsmaßnahmen sowie immaterielle Vermögenswerte. Darüber hinaus wurde durch die Ausübung von Ankaufsrechten in Immobilien investiert.

Die bereits eingegangenen Verpflichtungen zum Erwerb von Sachanlagevermögen und immateriellen Vermögenswerten belaufen sich auf 157 Mio. €.

Weitere Informationen hierzu finden sich im Anhang – Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 21 Sachanlagen.

Aus Desinvestitionen (einschließlich Unternehmensveräußerungen sowie nicht fortgeführter Aktivitäten) sind der METRO GROUP Zahlungsmittel in Höhe von 2.679 Mio. € zugeflossen, die im Wesentlichen aus dem Verkauf der Anteile der Galeria Kaufhof Gruppe resultieren.

Weitere Informationen zu Desinvestitionen finden sich im Konzernabschluss – Kapitalflussrechnung sowie im Anhang – Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

Liquidität (Kapitalflussrechnung)

Die Liquidität der METRO GROUP wird anhand der Kapitalflussrechnung ermittelt. In dieser wird der Zahlungsmittelfluss berechnet und dargestellt, den die METRO GROUP im Geschäftsjahr aus der betrieblichen Tätigkeit sowie der Investi-

tions- und Finanzierungstätigkeit erwirtschaftet oder verwendet hat. Außerdem beschreibt sie die Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zwischen dem Beginn und dem Ende des Geschäftsjahres.

Aus der betrieblichen Tätigkeit wurde im Geschäftsjahr 2014/15 ein Mittelzufluss von 1.846 Mio. € (2013/14: +2.008 Mio. €) generiert. Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit ist ein Mittelzufluss von 785 Mio. € (2013/14: –715 Mio. €) zu verzeichnen. Daraus ergibt sich gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Steigerung des Cashflows vor Finanzierungstätigkeit um 1.338 Mio. € auf 2.631 Mio. €. Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist einen Mittelabfluss von 597 Mio. € (2013/14: –1.448 Mio. €) aus.

Erläuterungen finden sich im Konzernabschluss – Kapitalflussrechnung sowie im Anhang – Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung.

Kapitalflussrechnung¹

Mio. €	2013/14 ²	2014/15
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	1.754	1.595
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	254	251
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	2.008	1.846
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	–593	–1.187
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	–122	1.972
Cashflow aus Investitionstätigkeit	–715	785
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	1.161	408
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	132	2.223
Cashflow vor Finanzierungstätigkeit	1.293	2.631
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	–1.352	–718
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	–96	121
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	–1.448	–597
Summe der Cashflows	–155	2.034
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	–1	–25
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	–156	2.009

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

²Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Kapitalstruktur

Kapitalstruktur der METRO GROUP

Mio. €

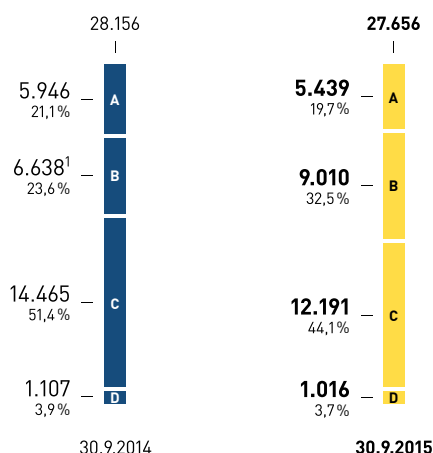
AKTIVA

A Vorräte (kurzfristig)

B Übrige kurzfristige Vermögenswerte

C Anlagevermögen

D Übrige langfristige Vermögenswerte



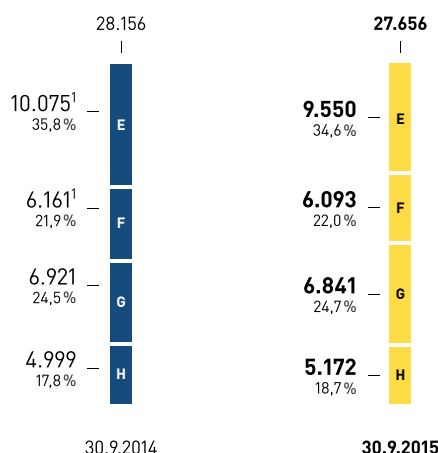
PASSIVA

E Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen (kurzfristig)

F Übriges Fremdkapital (kurzfristig)

G Fremdkapital (langfristig)

H Eigenkapital



¹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Die Konzernbilanz der METRO GROUP weist zum 30. September 2015 ein Eigenkapital in Höhe von 5,2 Mrd. € aus (30.9.2014: 5,0 Mrd. €). Die Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus der Veränderung der Gewinnrücklagen. Diese sind seit dem 30. September 2014 um 191 Mio. € gestiegen. Positiv wirkte sich hier die Erhöhung der sonstigen Gewinnrücklagen aus, die im Wesentlichen aus dem den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Periodenergebnis resultiert. Währungsumrechnungsdifferenzen und die Gewinnausschüttung haben hingegen die Gewinnrücklagen gemindert.

Die Eigenkapitalquote beträgt 18,7 Prozent (30.9.2014: 17,8 Prozent). Der Anteil der Gewinnrücklagen am Eigenkapital liegt bei 34,7 Prozent gegenüber 32,0 Prozent zum 30. September 2014.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2014	30.9.2015
Eigenkapital	32	4.999	5.172
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.602	1.793
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	11		-7

Die bilanzielle Nettoverschuldung wurde deutlich um 2,2 Mrd. € verringert und beträgt zum 30. September 2015 nur noch 2,5 Mrd. € (30.9.2014: 4,7 Mrd. €). Sie wird ermittelt durch Saldierung der Finanzschulden inklusive Finanzierungs-Leasingverhältnissen in Höhe von 7,4 Mrd. € (30.9.2014: 7,1 Mrd. €) mit den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten gemäß Bilanz in Höhe von 4,4 Mrd. € (30.9.2014: 2,4 Mrd. €) sowie den Geldanlagen in Höhe von 424 Mio. € (30.9.2014: 7 Mio. €). Die Erhöhung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente resultiert im Wesentlichen aus der

Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe in Deutschland und Belgien einschließlich der zugehörigen Immobilien. Bei dem Zugang in den Geldanlagen handelt es sich in Höhe von 415 Mio. € um die Anlage in einen börsennotierten, hochliquiden Geldmarktfonds.

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gemäß Bilanz	2.406	4.415
Kurzfristige Geldanlagen ¹	7	424
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	7.068	7.366
Nettoverschuldung	4.655	2.527

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

Die langfristigen Schulden betragen zum 30. September 2015 6,8 Mrd. € (30.9.2014: 6,9 Mrd. €) und wurden aufgrund von gegenläufigen Effekten somit nicht erhöht. Diese bestehen zum einen aus dem Anstieg der langfristigen Finanzschulden um 278 Mio. € (30.9.2015: 4,7 Mrd. €; 30.9.2014: 4,5 Mrd. €) aus der Begebung zweier Anleihen, vermindert um die Abgänge aufgrund der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe. Gegenläufig wirkte sich zum anderen die Reduzierung der Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen um 414 Mio. € auf 1,3 Mrd. € (30.9.2014: 1,7 Mrd. €) aus. Der Grund hierfür ist im Wesentlichen ebenfalls die Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe.

Zum 30. September 2015 hatte die METRO GROUP kurzfristige Schulden in Höhe von 15,6 Mrd. € (30.9.2014: 16,2 Mrd. €). Die Reduzierung lässt sich im Wesentlichen mit dem Rückgang der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 525 Mio. € begründen (30.9.2015: 9,6 Mrd. €; 30.9.2014: 10,1 Mrd. €). Dieser Rückgang hängt auch hier im Wesentlichen mit dem Abgang der Galeria Kaufhof Gruppe und darüber hinaus insbesondere mit Effekten aus der Währungsumrechnung in Russland zusammen.

Gegenüber dem 30. September 2014 ist die Fremdkapitalquote um 0,9 Prozentpunkte auf 81,3 Prozent gesunken. Die kurzfristigen Schulden haben einen Anteil von 69,6 Prozent am gesamten Fremdkapital nach 70,1 Prozent zum 30. September 2014.

Angaben zur Fälligkeits-, Währungs- und Zinsstruktur der finanziellen Schulden sowie zu Kreditlinien finden sich im Anhang – Nummer 37 Finanzschulden.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2014	30.9.2015
Langfristige Schulden		6.921	6.841
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	33	1.684	1.270
Sonstige Rückstellungen	34	478	492
Finanzschulden	35, 37	4.453	4.731
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	176	206
Latente Steuerschulden	25	130	142
Kurzfristige Schulden		16.236	15.643
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	35, 36	10.075 ¹	9.550
Rückstellungen	34	615	628
Finanzschulden	35, 37	2.615	2.635
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	2.528	2.488
Ertragsteuerschulden	35	198	148
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten ¹	31	205 ¹	194

¹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Weitere Informationen zur Entwicklung der Schulden finden sich im Anhang unter den in der Tabelle angegebenen Nummern. Angaben zu Eventualverbindlichkeiten sowie sonstigen finanziellen Verpflichtungen finden sich im Anhang – Nummer 45 Eventualverbindlichkeiten und Nummer 46 Sonstige finanzielle Verpflichtungen.

Vermögenslage

Im Geschäftsjahr 2014/15 verringerte sich die Bilanzsumme um 500 Mio. € auf 27,7 Mrd. € (30.9.2014: 28,2 Mrd. €).

Bei den langfristigen Vermögenswerten war im Geschäftsjahr 2014/15 ein Rückgang von 2,4 Mrd. € auf 13,2 Mrd. € zu verzeichnen, der im Wesentlichen aus einer Reduzierung der Sachanlagen um 2 Mrd. € auf 8,0 Mrd. € (30.9.2014: 10,0 Mrd. €) resultierte. Diese wurde verursacht durch negative Währungseffekte vor allem in Russland sowie durch den Abgang von Sachanlagen aufgrund der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe. Darüber hinaus sind Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte von Real Deutschland in Höhe von 446 Mio. € und der Abgang der Geschäfts- oder Firmenwerte der Galeria Kaufhof Gruppe in Höhe von 71 Mio. € zu nennen. Gegenläufig erhöhen sich die Geschäfts- oder Firmenwerte im Wesentlichen durch den Erwerb der Klassisk Investment Limited inklusive sämtlicher Tochtergesellschaften der Classic Fine Foods Group in Höhe von 143 Mio. € (30.9.2015: 3,3 Mrd. €; 30.9.2014: 3,7 Mrd. €). Die Erhöhung der sonstigen immateriellen Vermögenswerte ist auf den im Rahmen der Unternehmensakquisition der Classic Fine Foods

Group erworbenen Kundenstamm mit 62 Mio. € sowie mit 48 Mio. € die Marke „Classic Fine Foods“ zurückzuführen. Die nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen sind vor allem um den 40-Prozent-Anteil von METRO PROPERTIES an dem Joint Venture mit Carlton Investment, Berlin, (10 Real SB-Warenhäuser) in Höhe von 83 Mio. € gestiegen.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2014	30.9.2015
Langfristige Vermögenswerte		15.572	13.207
Geschäfts- oder Firmenwerte	19	3.671	3.301
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	20	380	464
Sachanlagen	21	10.025	7.955
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	22	223	170
Finanzanlagen	23	71	117
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	23	95	184
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	272	292
Latente Steueransprüche	25	835	724

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

Die kurzfristigen Vermögenswerte stiegen um 1,8 Mrd. € auf 14,4 Mrd. €. Diese Erhöhung resultiert im Wesentlichen aus den um 2,0 Mrd. € gestiegenen Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente (30.9.2015: 4,4 Mrd. €; 30.9.2014: 2,4 Mrd. €), überwiegend aufgrund der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe. Die sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerte erhöhten sich ebenfalls um 454 Mio. € auf 3,4 Mrd. € (30.9.2014: 3,0 Mrd. €). Dies war im Wesentlichen die Folge des Ausweises einer Anlage in einen börsennotierten, hochliquiden Geldmarktfonds in Höhe von 415 Mio. € auf der Position kurzfristige Wertpapiere. Der Rückgang in den Vorräten ist ebenfalls mit der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe zu begründen.

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2014	30.9.2015
Kurzfristige Vermögenswerte		12.584	14.449
Vorräte	26	5.946	5.439
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27	560	702
Finanzanlagen	1		6
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	2.981 ¹	3.435
Ertragsteuererstattungsansprüche		223	202
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	30	2.406	4.415
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	31	467 ¹	250

¹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

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

Ertragslage

Mit der Unterzeichnung der Vereinbarung über den Verkauf der Galeria Kaufhof Gruppe wird diese seit dem dritten Quartal 2014/15 in der Berichterstattung nicht mehr als separates Segment und als Teil der fortgeführten Aktivitäten der METRO GROUP ausgewiesen, sondern als nicht fortgeführte Aktivität. Die Angaben für das Geschäftsjahr 2014/15 der METRO GROUP wurden um die Zahlen von Galeria Kaufhof bereinigt und die Vorjahreszahlen (mit Ausnahme der Bilanz und der ihr zugehörigen Anhangangaben) adjustiert.

Geschäftsverlauf des Konzerns im Überblick

Der Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt aufgrund der guten Entwicklung bei METRO Cash & Carry und Media-Saturn um 1,5 Prozent. Der berichtete Umsatz von 59,2 Mrd. € lag, bedingt durch negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte, um 1,2 Prozent unter dem Vorjahreswert. In lokaler Währung stieg der Umsatz jedoch um 0,5 Prozent.

Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte 1.511 Mio. € (2013/14: 1.531 Mio. €). Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 117 Mio. € lag das EBIT vor Sonderfaktoren deutlich über dem Vorjahreswert. Das berichtete Konzern-EBIT lag im

Geschäftsjahr 2014/15 insgesamt bei 711 Mio. € und damit unter dem Vorjahreswert von 1.077 Mio. €. Dies ist insbesondere auf die nicht zahlungswirksamen Geschäfts- oder Firmenwertabschreibungen bei Real zurückzuführen.

Vergleich der Prognose mit der tatsächlichen Geschäftsentwicklung

Umsatz

Für das Geschäftsjahr 2014/15 hatte die METRO GROUP wechselkursbereinigt ein leichtes Gesamtumsatzwachstum prognostiziert. Mit einem Anstieg um 0,5 Prozent in lokaler Währung aus fortgeführten Aktivitäten hat die METRO GROUP dieses Ziel erreicht.

Für das flächenbereinigte Umsatzwachstum (in lokaler Währung) war die METRO GROUP von einem leichten Anstieg ausgegangen. Mit einer Steigerung des flächenbereinigten Umsatzes aus fortgeführten Aktivitäten um 1,5 Prozent wurde auch dieses Ziel erfüllt.

Auch unter Berücksichtigung der nicht fortgeführten Aktivitäten hat die METRO GROUP ihre Umsatzziele erreicht.

EBIT

Beim EBIT vor Sonderfaktoren hatte die METRO GROUP ursprünglich wechselkursbereinigt eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2013/14 von 1.727 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen im üblichen Rahmen erwartet. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 117 Mio. € hat die METRO GROUP die Prognose erfüllt.

Durch den Verkauf von Galeria Kaufhof und die notwendige Darstellung als nicht fortgeführte Aktivität wurde die Ausgangsbasis 2013/14 für die Prognose mit der Veröffentlichung des Quartalsberichts 9M/Q3 2014/15 am 6. August 2015 um den auf Galeria Kaufhof entfallenden Ergebnisanteil angepasst. Die ursprüngliche Prognose, wechselkursbereinigt eine leichte Steigerung zu erreichen, blieb – bezogen auf den neuen Basiswert von 1.531 Mio. € – unverändert bestehen. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte in Höhe von 117 Mio. € hat die METRO GROUP diese Prognose übertroffen. Das Immobilienergebnis war aufgrund eines sehr freundlichen Immobilienmarkts höher als erwartet. Das anvisierte Ziel wäre jedoch auch bei Immobilienverkäufen im üblichen Rahmen erreicht worden.

Vertriebslinien

Bei den Vertriebslinien sollten außer METRO Cash & Carry sowohl Media-Saturn als auch Real positiv zum leichten Wachstum des flächenbereinigten Umsatzes sowie des EBIT vor Sonderfaktoren beitragen. Während METRO Cash & Carry sowie Media-Saturn dieses Ziel mit einem flächenbereinigten Umsatzwachstum von 0,9 Prozent sowie 3,1 Prozent deutlich erfüllten, gelang dies Real mit einem leichten Rückgang des flächenbereinigten Umsatzes in Höhe von 0,8 Prozent nicht.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren konnte METRO Cash & Carry 1.050 Mio. € erreichen. Unter Berücksichtigung von negativen Wechselkurseffekten lag das Ergebnis wie prognostiziert über dem Vorjahreswert. Auch Media-Saturn hat mit einem EBIT vor Sonderfaktoren in Höhe von 442 Mio. € deutlich den Vorjahreswert übertroffen und damit die Prognose erfüllt. Real hat mit einem EBIT vor Sonderfaktoren in Höhe von 88 Mio. € ebenfalls den Vorjahreswert (2013/14: 81 Mio. €) übertroffen. Das Vorjahresergebnis enthielt negative Ergebnisbeiträge (6 Mio. €) von Real Osteuropa.

Umsatz- und Ergebnisentwicklung

Der Umsatz der METRO GROUP stieg im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 1,5 Prozent. In lokaler Währung wuchs der Umsatz um 0,5 Prozent. Der berichtete Umsatz von 59,2 Mrd. € lag, bedingt durch negative Wechselkurs- und Portfolioeffekte, jedoch um 1,2 Prozent unter dem Vorjahreswert.

In **Deutschland** erreichte der flächenbereinigte Umsatz das Niveau des Vorjahres. Insgesamt lag der Umsatz mit 22,5 Mrd. € leicht um 0,3 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Dies ist durch Umsatzrückgänge bei METRO Cash & Carry und Real bedingt. Bei Real wirkten sich Standortschließungen negativ auf den berichteten Umsatz aus. Dagegen legte bei Media-Saturn der Umsatz zu.

Im **internationalen Geschäft** wuchs der flächenbereinigte Umsatz um 2,4 Prozent. In lokaler Währung stieg der internationale Umsatz um 1,0 Prozent. Der berichtete Umsatz sank um 1,7 Prozent auf 36,7 Mrd. €. Dies ist insbesondere auf Wechselkurseffekte sowie Standortabgaben und -schließungen zurückzuführen.

Der internationale Anteil am Gesamtumsatz lag bei 62,0 Prozent (2013/14: 62,4 Prozent).

In **Westeuropa (ohne Deutschland)** stieg der Umsatz flächenbereinigt um 1,1 Prozent. In lokaler Währung wuchs der Umsatz um 0,7 Prozent. Der berichtete Umsatz verbesserte sich um 1,0 Prozent auf 19,1 Mrd. €. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung in Italien, Spanien und den Niederlanden zurückzuführen.

Der Umsatz in **Osteuropa** stieg flächenbereinigt deutlich um 5,3 Prozent. Bereinigt um Wechselkurseffekte verbesserte sich der Umsatz um 1,7 Prozent. Insbesondere das Geschäft in Russland und Ungarn trug dazu bei. Bedingt durch die negative Wechselkursentwicklung sowie aktive Portfoliomaßnahmen (Real Osteuropa und METRO Cash & Carry Griechenland) sank der berichtete Umsatz jedoch um 9,7 Prozent auf 13,3 Mrd. €.

In der Region **Asien/Afrika** sank der flächenbereinigte Umsatz leicht um 0,4 Prozent. Indien zeigte jedoch eine sehr positive Entwicklung. In lokaler Währung verbesserte sich der Umsatz um 0,5 Prozent. Der berichtete Umsatz stieg aufgrund einer positiven Wechselkursentwicklung um 16,1 Prozent auf 4,3 Mrd. €.

Das EBIT der METRO GROUP lag im Geschäftsjahr 2014/15 mit 711 Mio. € um 366 Mio. € unter dem Wert des Vorjahreszeitraums (2013/14: 1.077 Mio. €). Darin enthalten sind jedoch Sonderfaktoren in Höhe von 800 Mio. € (2013/14: 454 Mio. €). Diese Sonderfaktoren lassen sich unterteilen in Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte (betrifft insbesondere Real Deutschland mit 446 Mio. €), Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen in Höhe von 285 Mio. € (im Wesentlichen geplante Schließungen) sowie übrige Sonderfaktoren von 66 Mio. €. Außerdem ergab sich insgesamt saldiert ein positiver Sonderfaktor aus Portfoliomaßnahmen in Höhe von 23 Mio. €.

Darüber hinaus resultierte im nicht fortgeführten Bereich aus dem Veräußerungserlös von Galeria Kaufhof ein positiver Sonderfaktor in Höhe von 841 Mio. €.

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

Eine Übersicht mit der Überleitung der Sonderfaktoren findet sich auf den Seiten 114 und 115.

Vor Sonderfaktoren ging das EBIT der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2014/15 von 1.531 Mio. € auf 1.511 Mio. € zurück. Hier ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Ergebnis mit negativen Wechselkurseffekten in Höhe von 117 Mio. € belastet wurde. In lokaler Währung ist das EBIT vor Sonderfaktoren somit angestiegen.

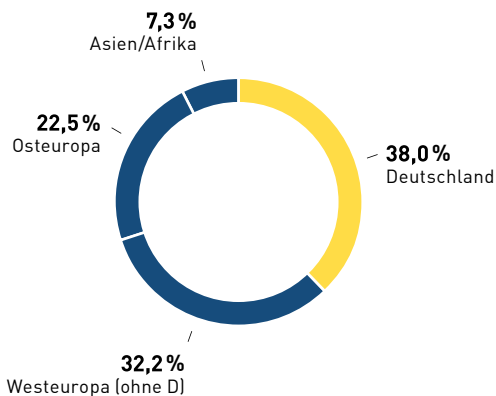
Umsatzentwicklung im Konzern

nach Vertriebslinien und nach Regionen

		Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
	2013/14 ¹ Mio. €	2014/15 Mio. €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten in €	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
METRO					
Cash & Carry	30.513	29.690	-2,7	-2,7	0,0
Media-Saturn	20.981	21.737	3,6	-1,0	4,6
Real	8.432	7.735	-8,3	0,0	-8,3
Sonstige	10	56	-	-	-
METRO GROUP	59.937	59.219	-1,2	-1,7	0,5
davon					
Deutschland	22.558	22.490	-0,3	0,0	-0,3
davon					
international	37.379	36.728	-1,7	-2,8	1,0
Westeuropa (ohne Deutschland)	18.902	19.090	1,0	0,3	0,7
Osteuropa	14.755	13.318	-9,7	-11,4	1,7
Asien/Afrika	3.722	4.319	16,1	15,5	0,5

¹ Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Konzernumsatz METRO GROUP 2014/15
nach Regionen



Entwicklung des Konzern-EBIT und
des EBIT der Vertriebslinien

Mio. €	EBIT ¹	
	2013/14 ²	2014/15
METRO Cash & Carry	1.125	1.050
Media-Saturn	335	442
Real	81	88
Sonstige	-10	-63
Konsolidierung	0	-5
METRO GROUP	1.531	1.511

¹Vor Sonderfaktoren

²Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Umsatz- und Ergebnisentwicklung der Vertriebslinien

METRO Cash & Carry

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

Der Umsatz aus dem Belieferungsgeschäft entwickelte sich weiterhin sehr dynamisch und wuchs in lokaler Währung um

11,6 Prozent. Der berichtete Umsatz stieg sogar um 13,7 Prozent auf 3,1 Mrd. € (2013/14: 2,8 Mrd. €). Der Anteil am Gesamtumsatz verbesserte sich auf 10,6 Prozent.

In **Deutschland** ging der Umsatz im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 1,7 Prozent zurück. Beim berichteten Umsatz betrug der Rückgang ebenfalls 1,7 Prozent und sank auf 4,7 Mrd. €. Im Verlauf des Geschäftsjahres zeigte sich dabei aber eine Trendverbesserung.

Der Umsatz in **Westeuropa (ohne Deutschland)** verminderte sich flächenbereinigt um 0,7 Prozent. Während der Umsatz in Belgien und den Niederlanden rückläufig war, stieg er in Italien, Portugal und Spanien. In lokaler Währung ging der Umsatz ebenfalls um 0,7 Prozent zurück. Der berichtete Umsatz sank um 2,8 Prozent auf 10,2 Mrd. € (2013/14: 10,5 Mrd. €). Dies ist auch auf den Rückzug aus Dänemark Ende 2014 zurückzuführen.

In **Osteuropa** stieg der flächenbereinigte Umsatz um 4,5 Prozent. In Russland wuchs er trotz der schwierigen politischen Lage inflationsgetrieben. Alle osteuropäischen Länder bis auf Polen und Rumänien legten beim flächenbereinigten Umsatz ebenfalls zu. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 3,5 Prozent. Der berichtete Umsatz sank, bedingt durch die deutlich negativen Wechselkurseffekte sowie den Verkauf des Geschäfts in Griechenland, um 9,1 Prozent auf 10,4 Mrd. €.

Der Umsatz in **Asien/Afrika** ging flächenbereinigt leicht um 0,4 Prozent zurück. Dabei konnten Indien und Japan zulegen. In lokaler Währung stieg der Umsatz jedoch um 0,5 Prozent. Der berichtete Umsatz verbesserte sich währungsbedingt um 16,1 Prozent auf 4,3 Mrd. €.

Der **Anteil des internationalen Geschäfts** am gesamten Umsatz von METRO Cash & Carry ging, bedingt durch Wechselkurseffekte, im Geschäftsjahr 2014/15 leicht von 84,2 Prozent auf 84,0 Prozent zurück.

Das EBIT von METRO Cash & Carry erreichte im Geschäftsjahr 2014/15 975 Mio. € (2013/14: 904 Mio. €). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 75 Mio. € (2013/14: 221 Mio. €). Hierbei handelt es sich insbesondere um Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen, unter anderem bei METRO Cash & Carry Deutschland.

Vor Sonderfaktoren betrug das EBIT 1.050 Mio. € (2013/14: 1.125 Mio. €). Der Rückgang ist insbesondere auf negative Wech-

selkurseffekte in Russland zurückzuführen. Bereinigt um diese Effekte hat sich das Ergebnis vor Sonderfaktoren verbessert.

METRO Cash & Carry war am 30. September 2015 in 26 Ländern mit 764 Standorten vertreten, davon 107 in Deutschland, 232 in Westeuropa (ohne Deutschland), 288 in Osteuropa und 137 in Asien.

Kennzahlen METRO Cash & Carry 2014/15

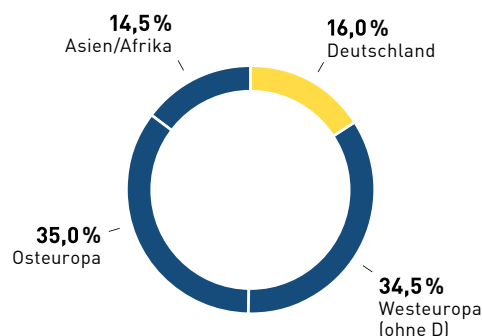
im Vorjahresvergleich

		Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
	2013/14 Mio. €	2014/15 Mio. €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten in €	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)
Umsatz	30.513	29.690	-2,7	-2,7	0,0
Deutschland	4.819	4.739	-1,7	0,0	-1,7
Westeuropa (ohne Deutschland)	10.547	10.247	-2,8	0,0	-2,8
Osteuropa	11.431	10.392	-9,1	-12,6	3,5
Asien/Afrika	3.716	4.312	16,1	15,5	0,5
EBIT ¹	1.125	1.050	-6,6	-	-
EBIT-Marge (%) ¹	3,7	3,5	-	-	-
Standorte (Anzahl)	766	764	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m²)	5.576	5.468	-	-	-

¹ Vor Sonderfaktoren

Umsatz METRO Cash & Carry 2014/15

nach Regionen



Media-Saturn

Der Umsatz von Media-Saturn erhöhte sich im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 3,1 Prozent. Dabei konnte der Umsatz in allen Quartalen des Geschäftsjahres gesteigert werden. In lokaler Währung stieg der Umsatz um 4,6 Prozent und der berichtete Umsatz wuchs um 3,6 Prozent auf 21,7 Mrd. €.

Der Onlinehandel entwickelte sich weiterhin sehr dynamisch. Der über das Internet generierte Umsatz stieg um mehr als 20 Prozent auf 1,8 Mrd. €. Damit beträgt der Internetanteil am Gesamtumsatz mehr als 8 Prozent.

In **Deutschland** stieg der flächenbereinigte Umsatz um 1,6 Prozent. Der berichtete Umsatz wuchs um 2,3 Prozent auf 10,0 Mrd. €. Der Trend im Jahresverlauf war sehr positiv und wurde nur im Sommer aufgrund einer hohen Vorjahresbasis, die durch die Fußballweltmeisterschaft bedingt war, unterbrochen.

Die weitere Verzahnung der Vertriebskanäle wurde von den Kunden sehr positiv aufgenommen: So lag die Abholquote online gekaufter Waren bei rund 40 Prozent. Das Produktangebot im Internet wurde weiter erhöht und umfasste Ende September 2015 über 150.000 Produkte bei mediamarkt.de und rund 130.000 Produkte bei saturn.de. Damit übersteigt die Auswahl im Internet das Angebot der meisten Standorte von Media-Saturn deutlich.

In **Westeuropa (ohne Deutschland)** stieg der Umsatz flächenbereinigt um 3,4 Prozent. Vor allem Spanien zeichnete sich hier durch einen zweistelligen Zuwachs aus. Aber auch in Schweden, den Niederlanden und Österreich wurden sehr erfreuliche flächenbereinigte Umsatzsteigerungen erzielt. Die Schweiz verzeichnete in Folge des starken Franken eine verhaltene Inlandsnachfrage, die auch zu rückläufigen Umsätzen bei Media-Saturn führte. Der Umsatz in lokaler Währung in Westeuropa verbesserte sich deutlich um 5,1 Prozent. Der berichtete Umsatz wuchs um 5,8 Prozent auf 8,8 Mrd. €. In fast allen Ländern konnten weitere Marktanteile gewonnen werden.

In **Osteuropa** stieg der Umsatz flächenbereinigt merklich um 8,4 Prozent. Hier überzeugten insbesondere Ungarn und die Türkei erneut mit zweistelligen Wachstumsraten. In lokaler Währung wuchs der Umsatz deutlich um 12,3 Prozent. Der berichtete Umsatz stieg um 1,7 Prozent auf 2,9 Mrd. €. Er wurde durch negative Wechselkurseffekte sehr deutlich gedämpft.

Der **internationale Umsatzanteil** stieg im Geschäftsjahr 2014/15 von 53,3 Prozent auf 53,9 Prozent.

Das EBIT von Media-Saturn verbesserte sich deutlich auf 336 Mio. € (2013/14: 244 Mio. €). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 107 Mio. € (2013/14: 91 Mio. €). Hierbei handelt es sich um zahlreiche Restrukturierungs- und Effizienzsteigerungsmaßnahmen.

Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT merklich von 335 Mio. € auf 442 Mio. €. Hier machten sich ein besserer Umsatzmix und stärkere Dienstleistungsanteile, aber auch ein weiterhin effizientes Kostenmanagement positiv bemerkbar. Außerdem wirkte sich die Sonderkonjunktur in Russland aufgrund von Vorzieheffekten angesichts der Erwartung einer weiteren Abwertung des russischen Rubels im Weihnachtsquartal positiv aus.

Am 30. September 2015 umfasste das Standortnetz von Media-Saturn 1.007 Elektrofachmärkte in 15 Ländern, davon 417 in Deutschland, 372 in Westeuropa (ohne Deutschland) und 218 in Osteuropa.

Kennzahlen Media-Saturn 2014/15

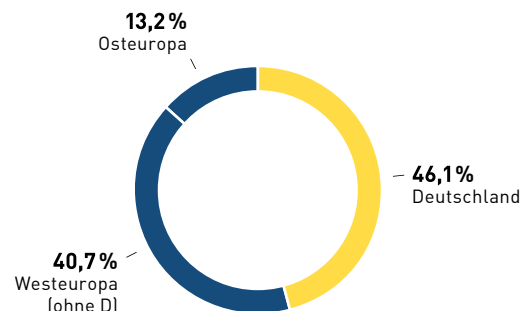
im Vorjahresvergleich

	2013/14 Mio. €	2014/15 Mio. €	Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %			
			Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)	
Umsatz	20.981	21.737	3,6	-1,0	4,6	3,1
Deutschland	9.795	10.016	2,3	0,0	2,3	1,6
Westeuropa (ohne Deutschland)	8.356	8.843	5,8	0,7	5,1	3,4
Osteuropa	2.831	2.878	1,7	-10,6	12,3	8,4
EBIT ¹	335	442	32,2	-	-	-
EBIT-Marge (%) ¹	1,6	2,0	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	986	1.007	-	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m ²)	3.070	3.034	-	-	-	-

¹ Vor Sonderfaktoren

Umsatz Media-Saturn 2014/15

nach Regionen



Real

Der Umsatz von Real ging im Geschäftsjahr 2014/15 um 8,3 Prozent auf 7,7 Mrd. € zurück, da Teile des veräußerten Osteuropageschäfts im Geschäftsjahr 2013/14 noch zum Umsatz beigetragen hatten.

Der Umsatz von Real in **Deutschland** ging im Geschäftsjahr 2014/15 flächenbereinigt um 0,8 Prozent zurück. Der berichtete Umsatz sank vor allem infolge von Standortschließungen um 2,6 Prozent auf 7,7 Mrd. €. Die Entwicklung war insbesondere beeinträchtigt durch ein nach wie vor sehr angespanntes Wettbewerbsumfeld im Lebensmittelbereich. Positiv zur Entwicklung des Umsatzes und der Kundenfrequenz beigetragen haben die mittlerweile 107 nach dem erfolgreichen Vorbild des Essener Marktmodells modernisierten Standorte.

Das EBIT von Real erreichte im Geschäftsjahr 2014/15 -441 Mio. € (2013/14: 19 Mio. €). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 529 Mio. €, die sich vor allem auf nicht zahlungswirksame Geschäfts- oder Firmenwertabschreibungen sowie Standortschließungen beziehen.

Vor Sonderfaktoren stieg das EBIT von 81 Mio. € im Vorjahr auf 88 Mio. €. Im Vorjahresergebnis waren noch negative Ergebnisbeiträge von Real Osteuropa in Höhe von 6 Mio. € enthalten.

Im Geschäftsjahr 2014/15 verringerte sich das Standortnetz von Real in Deutschland um 14 auf nunmehr 293 Standorte.

Kennzahlen Real 2014/15

im Vorjahresvergleich

		Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %				
	2013/14 Mio. €	2014/15 Mio. €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten in €	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)	
Umsatz	8.432	7.735	-8,3	0,0	-8,3	-0,8
Deutschland	7.939	7.735	-2,6	0,0	-2,6	-0,8
EBIT ¹	81	88	8,3	-	-	-
EBIT-Marge (%) ¹	1,0	1,1	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	311	293	-	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m²)	2.145	2.031	-	-	-	-

¹ Vor Sonderfaktoren**Sonstige**

Das Segment Sonstige enthält außer der METRO AG als strategischer Managementholding der METRO GROUP unter anderem die Einkaufsorganisation in Hongkong, die auch für fremde Dritte tätig ist, die Logistikdienstleistungen sowie die Immobilienaktivitäten von METRO PROPERTIES, die nicht den Vertriebslinien zugeordnet sind. Dazu zählen beispielsweise Fachmarktzentren, Lager und Hauptverwaltungen.

Der Umsatz im Segment Sonstige erreichte im Geschäftsjahr 2014/15 insgesamt 56 Mio. € (2013/14: 10 Mio. €). Der Umsatz enthält unter anderem Provisionen für das Geschäft mit Dritten über die Einkaufsorganisation der METRO GROUP in Hongkong sowie seit dem 1. Oktober 2014 die 4 Real-Standorte in Rumänien.

Das EBIT lag im Geschäftsjahr 2014/15 bei -152 Mio. € (2013/14: -95 Mio. €). Die Sonderfaktoren betrugen 89 Mio. € und betreffen insbesondere Einmalaufwendungen im Zusammenhang mit der Neuorganisation der Logistikstrukturen in Deutschland. Das EBIT vor Sonderfaktoren erreichte -63 Mio. € (2013/14: -10 Mio. €). In diesem Ergebnis sind höhere Immobilienerträge, insbesondere aus dem Verkauf von zwei Center-Standorten in Ostdeutschland, enthalten. Der ErgebnISRückgang ist vor allem auf höhere Projektkosten, zusätzliche Mietaufwendungen sowie geringere Mieterträge zurückzuführen.

Nicht fortgeführte Aktivitäten

Bei den nicht fortgeführten Aktivitäten handelt es sich um Galeria Kaufhof sowie zugehörige Konsolidierungseffekte.

Der Umsatz sank im Geschäftsjahr 2014/15 um 2,5 Prozent auf 3,0 Mrd. €. Flächenbereinigt ging der Umsatz um 1,9 Prozent zurück. Ursächlich für diese Entwicklung war insbesondere der rückläufige Textilmarkt.

Das EBIT in Höhe von 1.015 Mio. € beinhaltet den Gewinn aus dem Verkauf von Galeria Kaufhof in Höhe von 841 Mio. € und ist damit nicht mit dem Vorjahr vergleichbar. Somit betrug das EBIT vor Sonderfaktoren aus nicht fortgeführten Aktivitäten 175 Mio. € (2013/14: 196 Mio. €).

Das Standortnetz der nicht fortgeführten Aktivitäten umfasste vor der Abgabe am 30. September 2015 insgesamt 134 Warenhäuser, davon 118 in Deutschland und 16 in Belgien.

Kennzahlen nicht fortgeführte Aktivitäten (Galeria Kaufhof) 2014/15

im Vorjahresvergleich

		Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %				
	2013/14 Mio. €	2014/15 Mio. €	Wechsel- kurs- effekte in Prozent- punkten in €	in lokaler Währung	flächen- bereinigt (lokale Währung)	
Umsatz	3.099	3.021	-2,5	0,0	0,0	-1,9
EBIT	196	1.015	-	-	-	-
Standorte (Anzahl)	137	134	-	-	-	-
Verkaufsfläche (1.000 m²)	1.446	1.418	-	-	-	-

Finanzergebnis und Steuern

Mio. €	2013/14 ¹	2014/15
Betriebliches Ergebnis EBIT	1.077	711
Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	9	2
Sonstiges Beteiligungsergebnis	78	0
Zinsertrag/-aufwand (Zinsergebnis)	-386	-282
Übriges Finanzergebnis	-242	-172
Finanzergebnis	-541	-452
Ergebnis vor Steuern EBT	536	259
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-539	-480
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	-3	-221
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	185	935
Periodenergebnis	182	714

¹ Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten
(siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Finanzergebnis

Das Finanzergebnis setzt sich im Wesentlichen aus dem Zinsergebnis in Höhe von -282 Mio. € (2013/14: -386 Mio. €) und dem übrigen Finanzergebnis in Höhe von -172 Mio. € (2013/14: -242 Mio. €) zusammen. Das Zinsergebnis verbesserte sich insbesondere durch das geringere Zinsniveau sowie die rückläufige Verschuldung. Die Veränderung des übrigen Finanzergebnisses um 70 Mio. € resultierte im Wesentlichen aus negativen Währungseffekten vornehmlich in Russland und Kasachstan und dem gegenläufigen Wegfall der im Vorjahr erfolgswirksam aufgelösten Währungseffekte in Höhe von rund -122 Mio. € aus dem Abgang von Tochterunternehmen (Real Polen und Türkei). Im sonstigen Beteiligungsergebnis wirkte sich im Vorjahr der erfasste Ertrag in Höhe von 62 Mio. € aus der Veräußerung der Anteile von 9 Prozent an der Booker Group PLC aus.

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

Steuern

Der ausgewiesene Ertragsteueraufwand von 480 Mio. € (2013/14: 539 Mio. €) liegt um 59 Mio. € unter dem Vorjahresniveau. Dies ist auf eine Vielzahl von Einzeleffekten in diversen Einzelgesellschaften sowie auf Wechselkursschwankungen zurückzuführen.

Mio. €	2013/14 ¹	2014/15
Tatsächliche Steuern	489	444
davon Deutschland	(129)	(118)
davon international	(360)	(326)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(466)	(454)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(23)	(-10)
Latente Steuern	50	36
davon Deutschland	(62)	(34)
davon international	(-12)	(2)
	539	480

¹ Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten
(siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Im Berichtszeitraum beträgt die Konzernsteuerquote aus fortgeführten Aktivitäten 185,5 Prozent (2013/14: 100,6 Prozent). Bereinigt um Sonderfaktoren liegt die Quote bei 48,6 Prozent (2013/14: 54,0 Prozent). Die Konzernsteuerquote bildet das Verhältnis zwischen dem ausgewiesenen Ertragsteueraufwand und dem Vorsteuerergebnis ab. Die große Abweichung zwischen der berichteten und der um Sonderfaktoren bereinigten Steuerquote liegt im Wesentlichen daran, dass die im Zusammenhang mit den Sonderfaktoren stehenden Aufwendungen zum größten Teil keinen korrespondierenden Steuereffekt aufweisen (insbesondere der Aufwand aus der Wertminderung auf den Geschäfts- oder Firmenwert bei Real Deutschland). Unter Einbeziehung der nicht fortgeführten Aktivitäten ergibt sich aus Gesamtkonzernsicht eine Steuerquote von 42,0 Prozent (2013/14: 74,3 Prozent). Ohne Sonderfaktoren beträgt die Steuerquote unter Einbeziehung der nicht fortgeführten Aktivitäten aus Gesamtkonzernsicht 43,7 Prozent (2013/14: 45,4 Prozent). Ursächlich hierfür ist insbesondere der Ertrag aus der Entkonsolidierung des Warenhausgeschäfts der Galeria Kaufhof Gruppe sowie der Aufwand aus der Geschäfts- oder Firmenwertabschreibung bei Real Deutschland.

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

Periodenergebnis und Ergebnis je Aktie

Das Periodenergebnis erreichte im Geschäftsjahr 2014/15 714 Mio. € und lag damit um 532 Mio. € höher als im Vorjahreszeitraum (2013/14: 182 Mio. €). Das Periodenergebnis enthält Sonderfaktoren in Höhe von –26 Mio. € (2013/14: 491 Mio. €). Das um diese Sonderfaktoren bereinigte Periodenergebnis beträgt somit 688 Mio. € (2013/14: 673 Mio. €).

Nach Abzug der Anteile nicht beherrschender Gesellschafter verbleibt ein auf die Aktionäre der METRO AG entfallendes Periodenergebnis von 672 Mio. € (2013/14: 127 Mio. €). Dies entspricht einer deutlichen Verbesserung um 545 Mio. €.

Die METRO GROUP erzielte im Geschäftsjahr 2014/15 ein verbessertes Ergebnis je Aktie von 2,06 € (2013/14: 0,39 €). Der Berechnung war im Berichtszeitraum unverändert eine gewichtete Anzahl von 326.787.529 Aktien zugrunde zu legen. Auf diese Aktienanzahl wurde das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von 672 Mio. € verteilt. Ein Verwässerungseffekt aus sogenannten potenziellen Aktien war weder im Geschäftsjahr 2014/15 noch im Vorjahr gegeben.

Das Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren lag bei 1,91 € (2013/14: 1,84 €). Dieses Ergebnis bildet die Basis für den Dividendenvorschlag.

		Veränderung	
	2013/14 ¹	2014/15	
			absolut %
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. € –3	–221	218 –
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	Mio. € 185	935	–750 –
Periodenergebnis	Mio. € 182	714	532 –
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. € 55	42	–13 –23,8
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. € 54	42	–12 –23,0
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	Mio. € 1	0	–1 –
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	Mio. € 127	672	545 –
davon aus fortgeführten Aktivitäten	Mio. € –57	–263	–206 –
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	Mio. € 184	935	751 –
Ergebnis je Aktie (unverwässert = verwässert) ²	€ 0,39	2,06	1,67 –
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€ –0,18	–0,80	–0,62 –
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€ 0,57	2,86	2,29 –
Ergebnis je Aktie vor Sonderfaktoren ²	€ 1,84	1,91	0,07 4,1
davon aus fortgeführten Aktivitäten	€ 1,27	1,48	0,21 16,9
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	€ 0,57	0,43	–0,14 –24,6

¹Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten

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

²Nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

Wertorientiertes Management

Die Leistungsstärke der METRO GROUP zeigt sich unter anderem in ihrer Fähigkeit, den Unternehmenswert durch Wachstum und operative Effizienz kontinuierlich zu steigern und dabei das Geschäftsvermögen optimal einzusetzen. Um eine nachhaltige Wertsteigerung sicherzustellen, setzt die METRO GROUP daher seit dem Jahr 2000 wertorientierte Kennzahlen ein, die auf operativen Steuerungsgrößen aufbauen. Die METRO GROUP konzentriert sich dabei auf Ergebniskennzahlen unter Berücksichtigung von Kapitalkosten, wie zum Beispiel das EBITaC. Ein positiver Wertbeitrag ist entsprechend der Konzeption des EBITaC dann erreicht, wenn das Ergebnis vor Zinsen und Steuern über den Kapitalkosten, die für die Finanzierung des durchschnittlich gebundenen Geschäftsvermögens erforderlich sind, liegt.

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

¹Sonderfaktoren grundsätzlich über vier Jahre periodisiert

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

Da im Rahmen der Entscheidungsfindung auch steuerliche Aspekte relevant sind, wird insbesondere zur Beurteilung von Investitionsprojekten neben dem Discounted-Cashflow-Verfahren die Kennzahl EVA eingesetzt. Ferner finden auch liquiditätsorientierte Kennzahlen wie die Amortisationsdauer für Investitionsentscheidungen Anwendung.

Die Verwendung wertorientierter Kennzahlen ermöglicht generell, sich auf die wesentlichen und vom Management beeinflussbaren Treiber des operativen Geschäfts zu konzentrieren: wertsteigerndes Wachstum, Steigerung der operativen Effizienz und Optimierung der Kapitalbindung. Wertsteigerndes Wachstum erreichen wir durch unsere Strategie, uns in den bestehenden Märkten auf Umsatzsteigerungen auf vergleichbarer Fläche zu konzentrieren, das stationäre Geschäft durch neue Absatzkanäle wie Onlinehandel und Belieferungsservice gezielt zu ergänzen sowie die Expansion in ausgewählten Ländern zu beschleunigen. Im Bereich der Elektronikmärkte liegt der Fokus auch auf der Expansion mit an lokalen Kundenbedürfnissen ausgerichteten Formaten. In allen Fällen steht der Kunde dabei jeweils im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Ergänzend verfolgen wir weiterhin Maßnahmen zur Sicherung der Effizienz im operativen und administrativen Bereich und treiben die Optimierung des Kapitaleinsatzes voran. Letzteres erreichen wir beispielsweise durch das Angebot maßgeschneiderter Lösungen für einzelne Zielkundengruppen. In diesem Kontext spielt

unter anderem ein kundenorientiertes Warengruppenmanagement, das sich an den konkreten Bedürfnissen hinsichtlich Sortiment, Preisgruppen, Verpackung und Vermarktung orientiert, eine wichtige Rolle.

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

Der Kapitalkostensatz wird auf Basis von Kapitalmarktmodellen abgeleitet. Er stellt eine Maßgröße für die von den Kapitalgebern geforderte Mindestrendite auf das eingesetzte Kapital dar. Dabei spiegelt er die gesamten Kosten des eingesetzten Kapitals wider und setzt sich demnach aus dem Eigen- und dem Fremdkapitalkostensatz zusammen. Im Geschäftsjahr 2014/15 lag der Kapitalkostensatz der METRO GROUP vor Steuern bei 8,5 Prozent. Dieser ergibt sich grundsätzlich aus einer Aggregation der segmentspezifischen Kapitalkostensätze.

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

Mio. €	2013/14 ¹	2014/15	Delta
EBIT vor Sonderfaktoren	1.531	1.511	-20
EBIT nach Periodisierung von Sonderfaktoren ²	1.190	1.125	-65
Geschäftsvermögen	11.758	11.220	-539
Vorsteuer-WACC	8,5 %	8,5 %	
Kapitalkosten	-1.004	-958	46
EBITaC	186	167	-19

¹Vorjahr vergleichbar gerechnet

²Wirkung der Sonderfaktoren über vier Jahre verteilt

Im fortgeführten Geschäft lag das EBIT 2014/15 nach Periodisierung der Sonderfaktoren aus den Vorjahren (2011/12: 451 Mio. €; 2012/13: 297 Mio. €; 2013/14: 454 Mio. €) sowie nach Berücksichtigung der periodisierten Einmalaufwendungen aus dem Jahr 2014/15 in Höhe von 343 Mio. € bei

1.125 Mio. €. Hierbei wurden im aktuellen Jahr die Sonderfaktoren aus dem Verkauf von Galeria Kaufhof und Firmenwertabschreibungen bereinigt. Bei einem durchschnittlichen Geschäftsvermögen in Höhe von 11.220 Mio. € betrugen die Kapitalkosten 958 Mio. €. Trotz einer unterdurchschnittlichen Wirtschaftsdynamik setzte die METRO GROUP im Jahr 2014/15 ihr Geschäftsvermögen erfolgreich ein und erzielte einen positiven Wertbeitrag in Höhe von 167 Mio. €. Dieser ist durch einen negativen Währungseffekt in Höhe von 94 Mio. € gegenüber dem Vorjahr belastet.

Als zusätzliche Kennzahl wird zur besseren Vergleichbarkeit der einzelnen Segmente die Renditekennzahl Return on Capital Employed (RoCE) herangezogen. Der RoCE misst die in der betrachteten Periode erzielte Rendite auf das eingesetzte Geschäftsvermögen. Für diesen Vergleich der Segmente beinhaltet das Geschäftsvermögen über die oben dargestellten Positionen hinaus Mietbarwerte, um den unterschiedlichen Eigentumsverhältnissen am Immobilienvermögen Rechnung zu tragen. Bei der Berechnung des RoCE stellt die

METRO GROUP auf das EBIT vor Sonderfaktoren ab, da dieses die operative Ertragskraft der Einheiten losgelöst von Einflüssen der Sonderfaktoren angemessen widerspiegelt.

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

¹ EBIT vor Sonderfaktoren

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

Im Rahmen der weiteren Ausrichtung des Konzerns auf wertsteigerndes Wachstum werden zukünftig sogenannte Wertschöpfungspläne als Schlüsselinstrument eingesetzt. Sie stellen einen langfristig verbindlichen Bezugspunkt für das Management im Hinblick auf die Strategie, wesentliche Werttreiber und daraus abgeleitete Finanzziele auf Einzelländerebene dar.

Sonderfaktoren¹

Sonderfaktoren

nach Vertriebslinien

Mio. €	2013/14 wie berichtet ²	2014/15 wie berichtet	2013/14 Sonder- faktoren ²	2014/15 Sonder- faktoren	2013/14 vor Sonder- faktoren ²	2014/15 vor Sonder- faktoren
EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten	2.228	2.177	282	281	2.509	2.458
davon METRO Cash & Carry	1.460	1.424	86	33	1.546	1.457
Media-Saturn	537	595	77	90	615	685
Real	172	142	43	80	215	222
Sonstige	60	25	79	77	139	103
Konsolidierung	-2	-10	-4	1	-6	-9
EBITDA aus nicht fortgeführten Aktivitäten	317	1.103	0	-840	317	263
davon Veräußerungsergebnis Galeria Kaufhof	0	841	0	-841	0	0
EBIT aus fortgeführten Aktivitäten	1.077	711	454	800	1.531	1.511
davon METRO Cash & Carry	904	975	221	75	1.125	1.050
Media-Saturn	244	336	91	107	335	442
Real	19	-441	62	529	81	88
Sonstige	-95	-152	85	89	-10	-63
Konsolidierung	4	-6	-4	1	0	-5
EBIT aus nicht fortgeführten Aktivitäten	196	1.015	0	-840	196	175
davon Veräußerungsergebnis Galeria Kaufhof	0	841	0	-841	0	0
Finanzergebnis ³	-541	-452	70	8	-471	-444
EBT³	536	259	524	808	1.060	1.067
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ³	-539	-480	-33	-38	-572	-518
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	-3	-221	491	770	488	549
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	185	935	0	-796	185	139
Periodenergebnis	182	714	491	-26	673	688
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	55	42	19	21	73	63
davon aus fortgeführten Aktivitäten	54	42	19	21	72	63
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	1	0	0	0	1	0
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	127	672	472	-47	600	625
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-57	-263	472	749	416	486
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	184	935	0	-796	184	139
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	0,39	2,06	1,45	-0,15	1,84	1,91
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-0,18	-0,80	1,45	2,28	1,27	1,48
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0,57	2,86	0,00	-2,43	0,57	0,43

¹ Als Sonderfaktoren werden Geschäftsvorfälle klassifiziert, die nicht regelmäßig wiederkehrend sind, darunter zum Beispiel Restrukturierungen oder Änderungen im Konzernportfolio

² Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

³ Aus fortgeführten Aktivitäten

Sonderfaktoren

nach Regionen

Mio. €	2013/14 wie berichtet ¹	2014/15 wie berichtet	2013/14 Sonder- faktoren ¹	2014/15 Sonder- faktoren	2013/14 vor Sonder- faktoren ¹	2014/15 vor Sonder- faktoren
EBITDA aus fortgeführten Aktivitäten	2.228	2.177	282	281	2.509	2.458
davon Deutschland	679	491	145	204	824	695
Westeuropa (ohne Deutschland)	578	699	107	42	685	741
Osteuropa	869	831	21	36	890	867
Asien/Afrika	105	163	7	-1	112	163
Konsolidierung	-2	-7	0	0	-2	-7
EBITDA aus nicht fortgeführten Aktivitäten	317	1.103	0	-840	317	263
davon Veräußerungsergebnis Galeria Kaufhof	0	841	0	-841	0	0
EBIT aus fortgeführten Aktivitäten	1.077	711	454	800	1.531	1.511
davon Deutschland	227	-424	155	664	381	240
Westeuropa (ohne Deutschland)	249	466	217	53	466	519
Osteuropa	552	578	75	72	627	650
Asien/Afrika	52	98	7	11	59	110
Konsolidierung	-2	-7	0	0	-2	-7
EBIT aus nicht fortgeführten Aktivitäten	196	1.015	0	-840	196	175
davon Veräußerungsergebnis Galeria Kaufhof	0	841	0	-841	0	0
Finanzergebnis ²	-541	-452	70	8	-471	-444
EBT²	536	259	524	808	1.060	1.067
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag ²	-539	-480	-33	-38	-572	-518
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	-3	-221	491	770	488	549
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	185	935	0	-796	185	139
Periodenergebnis	182	714	491	-26	673	688
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	55	42	19	21	73	63
davon aus fortgeführten Aktivitäten	54	42	19	21	72	63
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	1	0	0	0	1	0
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis	127	672	472	-47	600	625
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-57	-263	472	749	416	486
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	184	935	0	-796	184	139
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	0,39	2,06	1,45	-0,15	1,84	1,91
davon aus fortgeführten Aktivitäten	-0,18	-0,80	1,45	2,28	1,27	1,48
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0,57	2,86	0,00	-2,43	0,57	0,43

¹ Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)² Aus fortgeführten Aktivitäten

– NACHTRAGS- UND PROGNOSEBERICHT

Nachtragsbericht

Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2015) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (3. Dezember 2015) sind die folgenden Sachverhalte eingetreten, die für die Beurteilung der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung sind:

Die Media-Saturn Holding hatte im August 2015 die Vereinbarung zum Kauf einer Mehrheitsbeteiligung (90 Prozent der Anteile) an dem Kundenservice- und Reparaturdienstleister RTS unterzeichnet. Das Closing für diesen Erwerb erfolgte am 1. Oktober 2015, weshalb die Voraussetzungen für die Begründung eines Mutter-Tochter-Verhältnisses durch Erlangung von Kontrolle bis zum Bilanzstichtag nicht gegeben waren. Die Einbeziehung der RTS-Gruppe in den Konsolidierungskreis erfolgt somit erst im Geschäftsjahr 2015/16. Die RTS-Gruppe erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 136 Mio. € und beschäftigte rund 1.200 Mitarbeiter.

Am 16. November 2015 wurde der Minderheitenanteil in Höhe von 15 Prozent an METRO Cash & Carry Rumänien von der Gesellschafterin Zareba Holdings Limited erworben. Die aus dieser Transaktion resultierende Kaufpreisverbindlichkeit ist im Rahmen der Bilanzierung einer Verkaufsoption bereits zum 30. September 2015 passiviert worden, sodass die Zahlung lediglich zu einer Bilanzkürzung führt.

Prognosebericht

Der Prognosebericht der METRO GROUP berücksichtigt relevante Fakten und Ereignisse, die zum Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses bekannt waren und die zukünftige Geschäftsentwicklung beeinflussen können. Der Prognosebericht zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen basiert auf der Auswertung von Primärdaten zur Früherkennung. Ihm liegt außerdem die Analyse einer Vielzahl von Quellen nationaler und internationaler Wirtschaftsforschungsinstitute und Organisationen zugrunde. Hauptquellen

für die Prognosen sind im Wesentlichen Consensus Economics, Feri EuroRating Series sowie die Economist Intelligence Unit (EIU). Die im Folgenden getroffenen Aussagen spiegeln ein mittleres Erwartungsszenario wider.

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen 2015/16

Die Weltwirtschaft hat sich im Geschäftsjahr 2014/15 uneinheitlich entwickelt. Während die USA, West- und Zentraleuropa insgesamt ein robustes Wachstum aufwiesen, fiel die Entwicklung in den osteuropäischen und asiatischen Schwellenländern insgesamt verhalten aus. Alles in allem lag das Weltwirtschaftswachstum 2015 mit rund 2,4 Prozent in derselben Größenordnung wie im Jahr zuvor.

Trotz der Belebung insbesondere in den reiferen Märkten bleibt die weltwirtschaftliche Entwicklung weiter fragil. Vor allem in den Schwellenländern hat sich in den vergangenen Monaten die wirtschaftliche Lage eingetrübt. Viele rohstoffexportierende Schwellenländer werden durch die niedrigen Rohstoffpreise belastet. Gleichzeitig besteht Unsicherheit über die erwartete Zinswende in den USA, die einen weiteren Abzug von Kapital aus den Schwellenländern zur Folge haben könnte. Die größte Unsicherheit besteht gegenwärtig bezüglich des Wirtschaftswachstums in China, das sich bereits im Geschäftsjahr 2014/15 abgeschwächt hat. Der Strukturwandel hin zu einer Stärkung der Inlandsnachfrage belastet Industriebereiche und Außenhandel. Eine schwächere Importnachfrage Chinas hat dabei negative Folgen auf den Welthandel. Je nach Grad der weiteren Abschwächung fallen auch die Folgen für die Weltwirtschaft unterschiedlich aus. Auch in Russland sind die Rahmenbedingungen nach wie vor schwierig, der niedrige Ölpreis belastet die Wirtschaft weiterhin. Allerdings rechnen wir nach dem Rückgang 2014/15 damit, dass sich die konjunkturelle Entwicklung in Russland im Geschäftsjahr 2015/16 stabilisiert.

In Westeuropa setzen sich der Aufschwung beziehungsweise die Erholung fort. Die Frühindikatoren bewegen sich weiter im positiven Bereich, der Wachstum signalisiert. Unter der Voraussetzung, dass China eine kontrollierte Verlangsamung des Wachstums ohne stärkeren Einbruch gelingt, weist die Eurozone kurzfristig weiter gute Wachstumsperspektiven auf, hauptsächlich aufgrund nach wie vor unterdurchschnittlicher

Energiepreise, des niedrigen Stands des Euro gegenüber dem US-Dollar sowie anhaltend niedriger Zinsen. Daher deuten die Frühindikatoren auch weiterhin auf Wachstum. Mittelfristig begrenzen aber strukturelle Schwächen die Dynamik. Zudem wirkt sich die Staatsverschuldung – nicht nur in Griechenland – weiter auf die mittelfristigen Wachstumsperspektiven aus.

Nach zwei Jahren mit niedrigen Inflationsraten und zeitweise deflationären Tendenzen insbesondere in West- und Zentral-europa erwarten wir für das Geschäftsjahr 2015/16 wieder eine leicht ansteigende Inflation, die aber vermutlich weiter unterdurchschnittlich ausfallen wird. Für den Ölpreis gehen wir nach dem starken Rückgang 2014/15 grundsätzlich von einem allmählichen Anstieg aus; dieser wird aber voraussichtlich wie auch für andere Rohstoffe moderat bleiben. Da die weltwirtschaftliche Nachfrage voraussichtlich auch im laufenden Geschäftsjahr im langfristigen Vergleich unterdurchschnittlich ausfallen wird, ist auch von dieser Seite nicht mit einem stärkeren Inflationsdruck zu rechnen.

Vor diesem Hintergrund ist für das Geschäftsjahr 2015/16 ein Wachstum zu erwarten, das vermutlich nur leicht über dem des Berichtsjahres liegen wird. Insgesamt ist die Weltwirtschaft nach Finanz- und Staatsschuldenkrise noch nicht wieder auf einem nachhaltigen Wachstumspfad angekommen. Dabei stellt kurzfristig vor allem die Entwicklung in den Schwellenländern einen wesentlichen Unsicherheitsfaktor für die Weltwirtschaft dar.

Deutschland

Die deutsche Wirtschaft entwickelte sich im Berichtsjahr 2014/15 im westeuropäischen Vergleich erneut überdurchschnittlich. Insgesamt sind die Rahmenbedingungen für ein weiteres Jahr mit solidem Wachstum gegeben. Frühindikatoren wie der ifo Geschäftsklimaindex deuten weiterhin auf Wachstum. Für die Gesamtwirtschaft erwarten wir nach rund 1,6 Prozent im Jahr 2015 auch für 2016 ein Wachstum in ähnlicher Größenordnung. Die weiter rückläufige Arbeitslosigkeit begünstigt privaten Konsum und Handel, die auch im Geschäftsjahr 2015/16 zentrale Pfeiler des Wirtschaftswachstums bleiben werden. Das Handelswachstum wird daher nach nominal rund 2,5 Prozent im Geschäftsjahr 2014/15 ein weiteres Mal im westeuropäischen Vergleich überdurchschnittlich ausfallen. Darüber hinaus bietet auch die gegenwärtig in hohem Maße stattfindende fluchtbedingte Migration nach Deutschland – neben den damit verbundenen logistischen Herausforderungen – Chancen, sofern die Integration in den Arbeitsmarkt gelingt.

Westeuropa

Für Westeuropa bleiben die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vor dem Hintergrund des unterdurchschnittlichen Ölpreises, der niedrigen Eurobewertung gegenüber dem US-Dollar und dem Niedrigzinsumfeld insgesamt vorteilhaft. Daher rechnen wir kurzfristig mit der Fortsetzung eines vergleichsweise soliden Wirtschaftswachstums. Für die meisten Länder Westeuropas erwarten wir ein Wachstum in ähnlicher Größenordnung wie im abgelaufenen Geschäftsjahr von 1,5 Prozent. Dabei fällt die Heterogenität der Entwicklungen zwischen den Ländern nicht mehr so stark aus wie in den vergangenen Jahren. Weiter überdurchschnittlich wird dabei voraussichtlich die spanische Wirtschaft wachsen. Insgesamt unterdurchschnittlich fällt das Wachstum voraussichtlich ein weiteres Jahr in Italien aus. Trotz kurzfristig günstiger Rahmenbedingungen sind die mittelfristigen Wachstumsperspektiven aufgrund der nach wie vor hohen Staatsverschuldung sowie weiterhin notwendiger Strukturreformen beeinträchtigt.

Aufgrund der positiveren Wirtschaftsentwicklung im Geschäftsjahr 2014/15 hat sich auch die Situation auf den Arbeitsmärkten in vielen Ländern verbessert. Dies kommt auch dem Konsum sowie dem Handel zugute. Nach einem im Vergleich zu den Vorjahren insgesamt soliden Handelswachstum von nominal etwas über 1 Prozent 2014/15 rechnen wir für das Geschäftsjahr 2015/16 mit einem Wachstum leicht darüber. Auch hier erwarten wir insbesondere für Spanien ein überdurchschnittliches Wachstum.

Osteuropa

In Osteuropa verläuft die Entwicklung nach wie vor zweigeteilt: In den mitteleuropäischen Ländern erwarten wir weiter eine vergleichsweise robuste Entwicklung mit Wachstumsraten in der Größenordnung des vergangenen Geschäftsjahres bei knapp 3 Prozent. Für Russland und die Ukraine bleibt das wirtschaftliche Umfeld dagegen schwierig. Wir rechnen allerdings damit, dass sich die russische Wirtschaft im Geschäftsjahr 2015/16 nach dem starken Rückgang 2014/15 allmählich stabilisieren wird. Das Wachstum in der Türkei hat sich in den vergangenen Quartalen verlangsamt. Für das Geschäftsjahr 2015/16 erwarten wir vor dem Hintergrund nach wie vor herausfordernder politischer und wirtschaftlicher Rahmenbedingungen nur ein vergleichsweise moderates Wirtschaftswachstum unterhalb von 3 Prozent.

Die zweigeteilte Entwicklung Osteuropas kommt auch in den Erwartungen für den Handel zum Ausdruck: Für die Länder Mitteleuropas rechnen wir im Geschäftsjahr 2015/16 mit einer

Fortsetzung robust wachsender Handelsumsätze. In Russland und der Türkei wird der Handel vor allem durch weiter ansteigende Preise wachsen, wobei die Entwicklung insbesondere in Russland voraussichtlich niedriger ausfällt als im Geschäftsjahr 2014/15. Preisbereinigt wird der Handel in der Türkei dagegen voraussichtlich unterhalb von 3 Prozent bleiben und in Russland – nach rückläufigen Handelsumsätzen im Geschäftsjahr 2014/15 – stagnieren.

Für die Region insgesamt rechnen wir nach der im Wesentlichen durch Russland bedingten rückläufigen Wirtschaftsleistung im Geschäftsjahr 2014/15 mit einem leichten Wachstum im laufenden Geschäftsjahr. Mittelfristig erwarten wir für Osteuropa wieder eine höhere Dynamik und die Ausschöpfung des nach wie vor hohen Nachholpotenzials.

Asien

Die Schwellenländer Asiens waren trotz Abschwächung Chinas auch im Geschäftsjahr 2014/15 die wachstumsstärkste Region, in der die METRO GROUP tätig ist. Wir gehen davon aus, dass dies auch im Geschäftsjahr 2015/16 so sein wird. Allerdings bleibt die Unsicherheit über das Ausmaß des wirtschaftlichen Abschwungs in China bestehen. Dagegen wächst die indische Wirtschaft im Unterschied zu vielen anderen Schwellenländern trotz bestehender struktureller Probleme voraussichtlich weiter in der Größenordnung von 7 Prozent. Japans Wirtschaft bleibt kurzfristig auf die expansive Geld- und Finanzpolitik angewiesen, was die langfristigen Probleme infolge der hohen Staatsverschuldung verstärkt. Für 2015/16 erwarten wir aber ein solides Wachstum oberhalb von 1 Prozent.

Für den Handel erwarten wir in China und Indien weiter nominale Wachstumsraten im zweistelligen Bereich. Auch preisbereinigt wird das Wachstum voraussichtlich in Indien im mittleren und in China im höheren einstelligen Bereich liegen. Im gesättigten japanischen Markt ist dagegen nur mit einer moderaten Handelsdynamik zu rechnen.

Aufbauend auf unserem Ausblick zur Wirtschafts- und Handelsentwicklung gibt der folgende Abschnitt einen Überblick über die Folgen in einzelnen Branchen sowie für unsere Vertriebslinien.

Künftige Branchensituation und Entwicklung der METRO GROUP

METRO Cash & Carry

Die Entwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel steht im Zusammenhang mit den gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Für das Geschäftsjahr 2015/16 gehen wir weiterhin von einer uneinheitlichen wirtschaftlichen Entwicklung der einzelnen Regionen aus. Wir rechnen damit, dass sich diese uneinheitliche Entwicklung auch in der Entwicklung des Selbstbedienungsgroßhandels in den verschiedenen Wirtschaftsräumen des METRO Cash & Carry Portfolios widerspiegeln wird.

In Deutschland und in Westeuropa erwarten wir angesichts eines anhaltend guten beziehungsweise zunehmend positiven gesamtwirtschaftlichen Umfelds ebenfalls eine solide Entwicklung im Selbstbedienungsgroßhandel. Dabei werden die Wachstumsraten voraussichtlich nur moderat ausfallen. Aufgrund der hohen Marktsättigung in den sehr weit entwickelten Volkswirtschaften Deutschlands und Westeuropas ist beim Nachfragevolumen kein merkliches Wachstum zu erwarten. Zudem wird die Inflation wegen der anhaltend niedrigen Rohstoffpreise und des starken Wettbewerbs im Lebensmitteleinzelhandel voraussichtlich auf moderatem Niveau bleiben. Positiv auf die Umsatzentwicklung wird sich nach unserer Einschätzung eine Verschiebung der Nachfrage zu höherwertigen Produkten aufgrund der besseren konjunkturellen Rahmenbedingungen auswirken. Aus dem gleichen Grund rechnen wir ebenfalls mit einer positiven Entwicklung bei Nichtlebensmitteln.

Für den Selbstbedienungsgroßhandel in Osteuropa erwarten wir in lokalen Währungen eine Fortsetzung des flächenbereinigten Umsatzwachstums. Obwohl die Entwicklung in der Region weiterhin unter dem Eindruck des Russland/Ukraine-Konflikts stehen wird, rechnen wir damit, dass sich die negative konjunkturelle Entwicklung Russlands im Geschäftsjahr 2015/16 abschwächen wird. Eine in diesem Zusammenhang nachlassende Inflation sollte sich positiv auf die Nachfrage nach Lebensmitteln, aber auch nach langlebigen Konsumgütern auswirken. Für die Türkei gehen wir von einem weiterhin positiven Wachstum aus. Voraussetzung dafür ist aber, dass der politische Konflikt in Syrien keine negativen Konsequenzen für die wirtschaftliche Entwicklung der Türkei hat. Für die meisten übrigen Länder Osteuropas rechnen wir damit, dass positive Preisimpulse weiterhin nur schwach ausfallen. Aufgrund der weiter zunehmenden Verbreitung moderner Einzelhandelsformate in vielen Ländern der Region

ist davon auszugehen, dass das Wachstum des Selbstbedienungs-großhandels hinter den Steigerungsraten des modernen filialisierten Lebensmitteleinzelhandels zurückbleibt.

In der Region Asien erwarten wir für den Selbstbedienungs-großhandel im kommenden Geschäftsjahr erneut die größten Zuwachsraten. Trotz einer sich abschwächenden Wachstumsdynamik in China wächst die Wirtschaft hier weiterhin stärker als in den Ländern West- und Osteuropas. Auch in den übrigen Ländern der Region bilden die gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen gute Voraussetzungen für eine positive Entwicklung des Handels. Moderne Handelsstrukturen sind zum Beispiel in Indien immer noch nicht voll entwickelt. Der Wettbewerb durch moderne Formate nimmt zwar zu, dennoch stellen die traditionellen Händler auch künftig den wichtigsten Versorgungskanal für Lebensmittel dar. Die selbstständigen Einzelhändler bleiben somit nicht nur eine wesentliche Kundengruppe für METRO Cash & Carry, sondern bergen nach wie vor ein großes Wachstumspotenzial für den Selbstbedienungs-großhandel. Entsprechend bilden insbesondere Indien und China Schwerpunkte für die Expansion mit Cash-and-Carry-Märkten in Asien. Neben dem traditionellen Handel entwickelt sich der Außer-Haus-Konsum in dieser Region mit hoher Dynamik. Hierzu trägt nicht nur der wachsende Wohlstand der Bevölkerung in der Region, sondern auch der internationale Tourismus erheblich bei. Im Hinblick auf unser dezidiert auf die Gastronomie und Hotellerie zugeschnittenes Belieferungsgeschäft (Classic Fine Foods Group) erwarten wir, dass sich die positive Entwicklung der Nachfrage von Hotels, Restaurants und Cateringunternehmen im Geschäftsjahr 2015/16 weiter fortsetzen wird.

Media-Saturn

Die stabile Entwicklung im Elektrofachhandel in Europa wird sich im Geschäftsjahr 2015/16 aufgrund der anhaltend soliden konjunkturellen Rahmenbedingungen fortsetzen.

In Deutschland rechnen wir für das Geschäftsjahr 2015/16 angesichts des erreichten hohen Ausgangsniveaus sowie des derzeitigen Innovationstempos mit Zuwachsraten von rund 1 Prozent.

Trendwarengruppen wie Health, Sports & Beauty, Home Comfort, Connected Home und App-gesteuerte Tools, die noch am Anfang ihrer Marktdiffusion stehen, verzeichnen teilweise hohe Wachstumsraten, ausgehend allerdings von einem noch niedrigen Umsatzniveau. Sie können künftig stärker zum Wachstum beitragen. Ebenso versprechen Virtual-Reality-Produkte wie beispielsweise Brillen, mit denen bei Computer- und Videospielen realistische Umgebungsszenarien simuliert

werden, dynamische Impulse, auch wenn diese Produkte nicht direkt den Massenmarkt erobern werden.

Die gesättigten westeuropäischen Elektromärkte werden sich auch im nächsten Jahr auf einem relativ niedrigen Wachstumsniveau um die 1-Prozent-Marke positiv entwickeln. Für die Iberische Halbinsel stehen die Zeichen nach dem Durchschreiten der wirtschaftlichen Talsohle weiterhin auf Erholung mit Wachstumsraten im niedrigen einstelligen Bereich.

In Osteuropa entwickeln sich die lokalen Märkte heterogen. Die abseits des Russland/Ukraine-Konflikts gelegenen Länder Polen und Ungarn werden ihr Wachstum auch im kommenden Jahr mit Zuwachsraten um die 3 Prozent fortführen können. Russlands Elektromarkt wird sich vor dem Hintergrund des Russland/Ukraine-Konflikts und des damit verbundenen russischen Importverbots für westliche Produkte sowie wirtschaftlicher Probleme auf niedrigerem Niveau nur langsam stabilisieren.

Der griechische Markt wird aufgrund der umfassenden Reformen und Sparmaßnahmen ein negatives Wachstum im niedrigen bis mittleren einstelligen Bereich verzeichnen. Auch die im Frühjahr 2015 subventionierten Käufe in den Bereichen Telekommunikation und IT werden zu diesem Rückgang im Jahr 2016 beitragen.

Real

Insgesamt bleiben die Rahmenbedingungen in Deutschland für den Handel weiter positiv. Davon kann der Lebensmitteleinzelhandel aber nur unterdurchschnittlich profitieren.

Für den Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland erwarten wir auch angesichts der weiter steigenden Verkaufsflächen bei stagnierender mengenmäßiger Nachfrage eine weitere Intensivierung des Verdrängungswettbewerbs. Die Zuwanderung in Deutschland wird tendenziell zwar eine leicht erhöhte Mengennachfrage fördern. Der hohe Preiswettbewerb für schnell-drehende Produkte (FMCG) wird die Spielräume für Preissteigerungen jedoch auch im Geschäftsjahr 2015/16 begrenzen, auch aufgrund zunehmender Listung von Markenprodukten durch Discounter sowie insgesamt sinkender Rohmaterialpreise.

Real wird in dem weiterhin starken stationären Verdrängungswettbewerb mit innovativen Ladenbau- und Sortimentskonzepten, der Senkung der Kosten in der Lieferkette, gezielten Investitionen in das Filialnetz und der systematischen Erweiterung der Multichannel-Aktivitäten seine Wettbewerbsfähigkeit weiter stärken.

Erwartete Ertragslage: Ausblick für die METRO GROUP und ihre Segmente

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

Voraussichtliche Umsatzentwicklung 2015/16 der METRO GROUP

Für das Geschäftsjahr 2015/16 erwartet die METRO GROUP – trotz des weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfelds – ein leichtes Wachstum des Gesamtumsatzes.

Beim flächenbereinigten Umsatzwachstum geht die METRO GROUP nach einem Zuwachs von 1,5 Prozent im Berichtsjahr wieder von einem leichten Anstieg aus. Sowohl zum Gesamt- als auch zum flächenbereinigten Umsatzwachstum sollen insbesondere die Vertriebslinien METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen; für die Vertriebslinie Real gehen wir von einer Verbesserung gegenüber dem Geschäftsjahr 2014/15 aus.

Voraussichtliche Ergebnisentwicklung 2015/16 der METRO GROUP

Auch die Ergebnisentwicklung wird im Geschäftsjahr 2015/16 von einem weiterhin herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld geprägt sein.

Dennoch ist die METRO GROUP zuversichtlich, aufgrund der bereits erfolgreich vorangeschrittenen Transformation der Geschäftsmodelle, die auch in Zukunft fortgesetzt werden wird, das Ergebnis weiter zu steigern. In diesem Zusammenhang legt die METRO GROUP außer auf operative Verbesserungen auch im Geschäftsjahr 2015/16 wieder einen starken Fokus auf effiziente Strukturen und eine strikte Kostenkontrolle.

Beim EBIT vor Sonderfaktoren erwartet die METRO GROUP daher eine leichte Steigerung gegenüber dem Wert des Geschäftsjahres 2014/15 in Höhe von 1.511 Mio. € inklusive Erträgen aus Immobilienveräußerungen. Hierzu sollen insbesondere METRO Cash & Carry und Media-Saturn beitragen. Die Entwicklung der Vertriebslinie Real wird von der erfolgreichen Umsetzung der eingeleiteten Maßnahmen abhängen.

Gesamtaussage des Vorstands der METRO AG zur mittelfristigen Entwicklung der METRO GROUP

Auch in den kommenden Geschäftsjahren ist es das erklärte Ziel der METRO GROUP, den positiven Trend bei Umsatz und Ergebnis weiter fortzusetzen. Die Position der METRO GROUP als einem der führenden internationalen Handelsunternehmen soll dabei nachhaltig ausgebaut werden. Insbesondere im Mehrkanal- und Belieferungsgeschäft gibt es noch große Wachstumspotenziale.

Die METRO GROUP hat ein erfolgreiches Vertriebslinien- und Länderportfolio, qualifizierte Mitarbeiter und eine Unternehmenskultur, die Eigenverantwortung und unternehmerisches Handeln in den Vordergrund stellt. Deshalb ist die METRO GROUP für die Zukunft sehr gut aufgestellt.

– RISIKO- UND CHANCENBERICHT

Risiko- und Chancenmanagementsystem

In einem dynamischen Marktumfeld ist es eine grundlegende unternehmerische Aufgabe, Chancen frühzeitig zu erkennen und konsequent zu nutzen. Dies ist die Voraussetzung für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens. Wir sind zudem ständig Risiken ausgesetzt, die das Erreichen unserer kurz- und mittelfristigen Ziele oder die Umsetzung langfristiger Strategien erschweren können. Zum Teil müssen wir beherrschbare Risiken sogar bewusst eingehen, um Chancen gezielt nutzen zu können. Als Risiken verstehen wir aus der Ungewissheit über zukünftige Entwicklungen resultierende interne oder externe Ereignisse, die sich negativ auf die Erreichung der Unternehmensziele auswirken können. Chancen definieren wir als mögliche Erfolge, die über die festgelegten Ziele hinausgehen und unsere Geschäftsentwicklung auf diese Weise begünstigen können. Risiken und Chancen sind für uns untrennbar miteinander verbunden. So können beispielsweise Risiken aus verpassten oder nur schlecht genutzten Chancen entstehen. Umgekehrt ist etwa die Wahrnehmung von Chancen in dynamischen Wachstumsmärkten oder neuen Geschäftsfeldern stets mit Risiken verbunden.

In diesem Sinne verstehen wir unser Risiko- und Chancenmanagement als ein Instrument, das uns dabei unterstützt, die Unternehmensziele zu erreichen. Es ist ein systematischer, den Konzern umfassender Prozess. Er unterstützt das Management dabei, Risiken und Chancen zu identifizieren, zu klassifizieren und zu steuern. Risiko- und Chancenmanagement bilden somit eine Einheit. Das Risikomanagement macht Entwicklungen und Ereignisse, die sich negativ auf die Erreichung unserer Geschäftsziele auswirken können, frühzeitig transparent und analysiert ihre Auswirkungen. So können wir gezielt und zeitnah geeignete Maßnahmen zur Bewältigung einleiten. Gleichzeitig eröffnet uns dieser Prognoseprozess die Möglichkeit, sich ergebende Chancen gezielt zu nutzen.

Zentrale Steuerung und effiziente Organisation

Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten für das Risiko- und Chancenmanagement sind im Konzern eindeutig geregelt und spiegeln unsere Unternehmensstruktur wider. Wir verbinden die zentrale Konzernsteuerung durch die Managementholding

METRO AG mit der dezentralen Verantwortung der Vertriebslinien für das operative Geschäft.

Dem Vorstand der METRO AG obliegt die Verantwortung und rechtliche Verpflichtung, ein Governance-System für die METRO GROUP zu organisieren. Das Risikomanagement-, das interne Kontroll- und das Compliance-Managementsystem sowie die interne Revision verstehen wir als Teile des Governance-, Risiko- und Compliance-Systems (kurz GRC-System). Diese Organisation orientiert sich an den in § 107 Abs. 3 AktG sowie im Deutschen Corporate Governance Kodex benannten Governance-Elementen. Die Grundprinzipien des GRC-Systems sind in der Richtlinie für Governance, Risiko und Compliance geregelt und dokumentiert. Ziel ist es, die Transparenz von Strukturen und Prozessen zu erhöhen sowie die Teilsysteme ablauforganisatorisch zu harmonisieren. Die Richtlinie bildet den verbindlichen Rahmen für bestehende und künftige Regelungen. Auf dieser Basis wollen wir die Effizienz des GRC-Systems innerhalb der METRO GROUP insgesamt erhöhen und dessen Wirksamkeit kontinuierlich verbessern.

Im Konzernkomitee für Governance, Risiken und Compliance (kurz GRC-Komitee) unter gemeinsamer Leitung des Vorstandsvorsitzenden und des Finanzvorstands der METRO AG erfolgt regelmäßig ein Austausch über die Methodenharmonisierungen und die Weiterentwicklung der GRC-Teilsysteme. Das Gremium bespricht außerdem regelmäßig die aktuelle Risiko- und Chancensituation. Ständige Mitglieder sind Vertreter der Konzernbereiche Corporate Accounting (einschließlich Risk Management und Internal Control Finance), Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Legal Affairs & Compliance (einschließlich Internal Control Operations), Group Internal Audit, Group Strategy sowie der Group Finance Director. Seit April 2015 nehmen zusätzlich Vertreter der Konzernbereiche Corporate Public Policy und Corporate Responsibility an den Sitzungen zur Vorbereitung der halbjährlichen GRC-Berichte teil.

Risikomanagement

Der Vorstand der METRO AG sorgt für die Effektivität des Risikomanagementsystems als Teil des GRC-Systems. Die Verantwortung für die Identifikation, die Bewertung und das Management der Risiken liegt bei den Vertriebslinien und Konzerngesellschaften. Zentrale Elemente der internen Überwachung sind die Selbsteinschätzung der Wirk-

samkeit durch die Geschäftsführungen der Vertriebslinien und Konzerngesellschaften sowie die Prüfung der Effektivität durch die interne Revision.

Der Aufsichtsrat der METRO AG überwacht ebenfalls die Effektivität des Risikomanagements. Gemäß den Vorschriften des KonTraG (Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich) unterzieht der Abschlussprüfer das Risikofrüherkennungssystem als Teil des Risikomanagementsystems einer periodischen Beurteilung. Das Ergebnis dieser Prüfung legt er Vorstand und Aufsichtsrat vor.

Das Mandat für die Steuerung und Entwicklung unseres Risikomanagementsystems obliegt der Abteilung Risk Management innerhalb des Bereichs Corporate Accounting der METRO AG. Ansatz, Methoden und Standards des Risikomanagements legt der Risikobeauftragte der METRO GROUP in Abstimmung mit

dem GRC-Komitee fest. Er koordiniert den zugrunde liegenden Prozess. In diesem Zusammenhang informiert er gemeinsam mit den Vertretern der einzelnen Konzernbereiche, die Mitglieder im GRC-Komitee sind, den Vorstand der METRO AG zeitnah und kontinuierlich über wesentliche Entwicklungen im Risikomanagement, stellt den Informationsaustausch innerhalb unseres Unternehmens sicher und unterstützt die Weiterentwicklung des Risikomanagements in sämtlichen Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und Zentralbereichen.

Das Risikomanagementsystem ist als Regelkreislauf organisiert. Damit stellen wir die Wirksamkeit des Designs im Hinblick auf die definierten Regeln zum Risikomanagement sicher. Des Weiteren können wir auf diese Weise eine wirksame Umsetzung sowie die kontinuierliche Verbesserung des Systems auf Basis der Ergebnisse und Erfahrungen gewährleisten.

Risikomanagement als Regelkreislauf

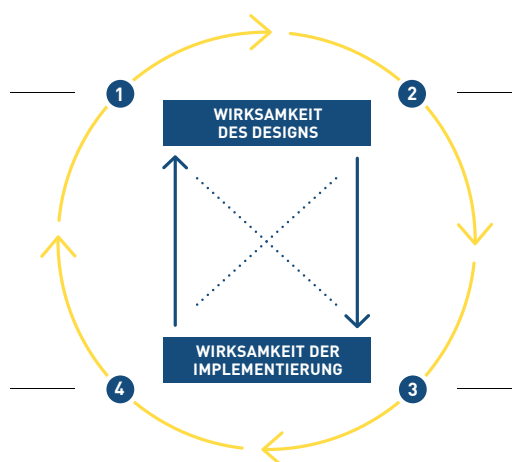
METRO AG

1 Regeln definieren

- Definition Prinzipien und Strategie
- Ableitung Risikofelder aus Ziel- und Steuerungssystem
- Definition Prozesse und Organisation
- Bereitstellung Trainingsmaterialien
- Konzernberichtswesen

4 Überwachung/Kontrolle (zentral)

- Validierung Risikoinventar
- Prüfung Effektivität durch interne Revision
- Interne Kontrollen Risikomanagementsystem



VERTRIEBSLINIEN/SEGMENTE

2 Einführung und Umsetzung

- Einführung Risikomanagementsystem
- Umsetzung Prozesse
- Erstellung Risikoberichte durch Einheiten und Funktionen
- Organisation Trainings und Wissenstransfer

3 Überwachung/Kontrolle (dezentral)

- Selbsteinschätzung Wirksamkeit des Risikomanagements
- Interne Kontrollen Risikomanagement
- Bestätigung durch Management

Chancenmanagement

Die systematische Identifikation und Kommunikation von Chancen ist integraler Bestandteil des Steuerungs- und Controllingsystems der METRO GROUP. Bei Chancen kann es sich um interne oder externe Ereignisse und Entwicklungen han-

deln, die unsere Geschäftsentwicklung positiv beeinflussen können. Grundsätzlich streben wir ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Chancen und Risiken an.

Wir führen makroökonomische Untersuchungen durch, analysieren die relevante Trendlandschaft und werten Markt-, Wettbewerbs- sowie Standortanalysen aus. Zudem befassen wir uns mit den kritischen Erfolgsfaktoren unserer Geschäftsmodelle und relevanten Kostentreibern unseres Unternehmens. Die daraus abgeleiteten Markt- und Geschäftschancen sowie Effizienzsteigerungspotenziale konkretisiert der Vorstand der METRO AG im Rahmen der strategischen sowie der kurz- und mittelfristigen Planung. Dazu sucht er den engen Austausch mit dem Management der Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und zentralen Holdingseinheiten. Als Unternehmen verfolgen wir bei diesem Prozess insbesondere markt- und kundengetriebene Geschäftsansätze. Die Elemente unserer Strategie des profitablen Wachstums überprüfen wir laufend.

Berichtswesen

Zentrales Element der internen Risiko- und Chancenkommunikation ist das Konzernberichtswesen. Es wird durch das Berichtswesen zum Risiko- und Chancenmanagement ergänzt. Ziel ist es, die strukturierte und kontinuierliche Auseinandersetzung mit Risiken und Chancen zu ermöglichen und gemäß den gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen zu dokumentieren.

Einmal im Jahr führen wir eine Risikoinventur durch, in deren Rahmen wir unternehmensweit alle wesentlichen Risiken systematisch erfassen, beschreiben und anhand quantitativer und qualitativer Indikatoren in den Dimensionen Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit nach einheitlichen Maßstäben bewerten. Die Ergebnisse der Risikoinventur sowie das Risikoportfolio werden regelmäßig aktualisiert.

Die zentral in fachlicher Hinsicht verantwortlichen Risikokoordinatoren, etwa für Einkauf, Vertrieb oder administrative Funktionen, validieren die von den Vertriebslinien, Konzerngesellschaften und Zentralbereichen gemeldeten Ergebnisse. In einem zweiten Schritt fassen sie diese in einem funktionalen Risikoprofil mit detaillierter Beschreibung der wesentlichen Einzelrisiken zusammen. Für selektive Kategorien werden die Risikoprofile in direkter Interaktion zwischen den Risikokoordinatoren und dem GRC-Komitee in einem dritten Schritt validiert und konkrete Handlungsmaßnahmen zur verbesserten Risikosteuerung abgeleitet.

Darüber hinaus betrachten wir die im Kontext des strategischen Planungsprozesses erstellten Analysen der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Ergänzend beziehen wir die Analysen der Berichte ein, die wir im Rahmen von Mittelfrist-

planungen und Hochrechnungen erstellen. Außerdem berücksichtigen wir relevante Ergebnisse aus dem internen Kontroll- und aus dem Compliance-Managementsystem, dem Chancenmanagementsystem sowie der internen Revision.

Das schließlich aus allen Erkenntnissen abgeleitete übergreifende Risiko- und Chancenportfolio für die METRO GROUP ermöglicht uns eine sehr gute Gesamtbetrachtung der Risiko- und Chancensituation unseres Unternehmens. Der sogenannte GRC-Bericht beschreibt den Status quo und enthält Empfehlungen zur Risikosteuerung sowie Verbesserungsmaßnahmen mit Blick auf die Wirksamkeit der GRC-Teilsysteme.

Der Vorstand informiert den Aufsichtsrat beziehungsweise den Bilanz- und Prüfungsausschuss fortlaufend zum Risiko- und Chancenmanagement. Einmal im Jahr erhält der Aufsichtsrat einen ausführlichen schriftlichen Bericht über die Organisation und Ausrichtung des Risiko- und Chancenmanagements sowie die aktuelle Risiko- und Chancensituation.

Zum Zeitpunkt der Aufstellung des Halbjahresfinanzberichts 2014/15 haben wir das im Vorjahr erstellte übergreifende Risiko- und Chancenportfolio für die METRO GROUP überprüft und aktualisiert.

Bei plötzlich auftretenden gravierenden Risiken für unsere Vermögens-, Finanz- und Ertragslage nutzen wir ferner ein Eilmeldesystem. In diesem Fall erhält der Vorstand der METRO AG direkt und unverzüglich alle notwendigen Informationen.

Strikte Grundsätze für den Umgang mit Risiken

Unternehmerische Risiken gehen wir grundsätzlich nur dann ein, wenn sie beherrschbar sind und aus den verbundenen Chancen eine angemessene Wertsteigerung des Unternehmens zu erwarten ist.

Risiken, die mit den Kernprozessen des Groß- und Einzelhandels einhergehen, tragen wir selbst. Zu den Kernprozessen gehören: die Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsmodellen, Standortentscheidungen sowie der Ein- und Verkauf von Waren und Dienstleistungen. Risiken aus unterstützenden Prozessen werden im Konzern gemindert oder, soweit sinnvoll, auf Dritte übertragen. Risiken, die sich weder auf Kernprozesse noch auf unterstützende Prozesse beziehen, gehen wir grundsätzlich nicht ein.

Details des Risikomanagements klar definiert

Der koordinierte Einsatz von Maßnahmen innerhalb des Risikomanagements ist dadurch gewährleistet, dass alle relevanten Fakten in Regelwerken zusammengestellt sind. Dazu zählen Satzungen und Geschäftsordnungen der Konzerngesellschaften, konzerninterne Richtlinien sowie unsere konzernweit gültige Risikomanagementrichtlinie. Sie umfasst Definitionen

- zum Rahmenwerk (Begriffe, Grundstruktur, Strategie, Prinzipien),
- zur Aufbauorganisation (Rollen und Verantwortlichkeiten, Risikoeinheiten),
- zu Prozessen (Risikoidentifikation, -bewertung und -steuerung),
- zur Risikoberichterstattung sowie
- zur Überwachung und Kontrolle der Wirksamkeit des Risikomanagements.

Das Rahmenwerk adressiert auf Basis des international anerkannten Standards COSO II die drei Ebenen des Risikomanagements: Unternehmensziele, Prozesse und Aufbauorganisation.

Die erste Ebene des Risikomanagements bezieht sich auf die Bündelung (Cluster) der Unternehmensziele. Die METRO GROUP hat hierfür folgende Gruppierungen definiert:

- Strategische Ziele mit Bezug auf die Sicherung der wirtschaftlichen Grundlagen für die Zukunft (Cluster Strategy)
- Operative Ziele mit Bezug auf die Erreichung festgelegter operativer Kennzahlen (Cluster Operations)
- Ziele für die Unternehmensführung mit Bezug auf die Einhaltung von Gesetzen, Normen, internen Richtlinien und Verfahrensbeschreibungen (Cluster Governance)
- Ziele mit Bezug auf eine adäquate Vorbereitung zur Bewältigung von Ereignisrisiken wie Störfällen, Betriebsunterbrechungen und sonstigen krisenhaften Ereignissen (Cluster Events)

Auf der zweiten Ebene des Risikomanagements – der Prozessebene – ist die Definition der Ziele gleichzeitig Ausgangspunkt der Risikobeschreibung. In diesem Kontext identifizieren, klassifizieren und steuern wir diejenigen Risiken, deren Eintritt die Erreichung unserer Ziele gefährden beziehungsweise verhindern würde. Grundsätzlich betrachten wir alle externen und internen Risiken.

Daneben erfolgt entsprechend der Aufbauorganisation des Konzerns eine Zuordnung zu funktionalen Kategorien wie beispielsweise Einkauf, Vertrieb, Personal oder Immobilien. Grundsätzlich betrachten wir Risiken für einen prospektiven einjährigen Zeitraum, strategische Risiken decken mindestens den Zeithorizont der Mittelfristplanung (drei Jahre) ab. Sofern es wahrscheinlich ist, dass diese Risiken eintreten, haben wir sie in unsere Geschäftspläne und unseren Ausblick aufgenommen.

Risikoklassifizierung

Sämtliche identifizierte Risiken klassifizieren wir nach einheitlichen Maßstäben anhand quantitativer und qualitativer Indikatoren in den Dimensionen Schadensausmaß (negative Auswirkungen bezogen auf unsere Unternehmensziele, wesentliche Kennziffer ist das EBIT) und Eintrittswahrscheinlichkeit (in Prozent). Bei der Bewertung des konzernrelevanten Schadensausmaßes unterscheiden wir nach drei Klassen: ≥ 50 Mio. €, ≥ 100 Mio. €, ≥ 500 Mio. €. Die Eintrittswahrscheinlichkeit wird in fünf Klassen aufgeteilt: gering (< 10 Prozent), unwahrscheinlich (≥ 10 –25 Prozent), möglich (> 25 –50 Prozent), wahrscheinlich (> 50 –90 Prozent), hoch (> 90 Prozent). Alle Risiken werden mit ihrer möglichen Auswirkung zum Zeitpunkt der Risikoanalyse und vor eventuellen risikomindernden Maßnahmen bewertet (Darstellung der Brutto Risiken, das heißt vor Einleitung von Maßnahmen zur Risikobegrenzung).

Risikoeinheiten

Auf der Organisationsebene bestimmen wir die Unternehmenseinheiten, die in einem klar abgegrenzten Bereich dafür verantwortlich sind, die Ziele festzulegen und die Risiken zu identifizieren, zu klassifizieren und zu managen. Das Risikomanagement der METRO GROUP grenzt diese Bereiche kongruent zur Unternehmensorganisation über eigenständige Risikoeinheiten – in der Regel Gesellschaften – sowie funktional über Kategorien ab, die jeweils für eine bestimmte operative Funktion oder Verwaltungsaufgabe zuständig sind. Mit den Risikoeinheiten wird der gesamte Konsolidierungskreis des Konzernabschlusses abgedeckt.

Darstellung der Risikosituation

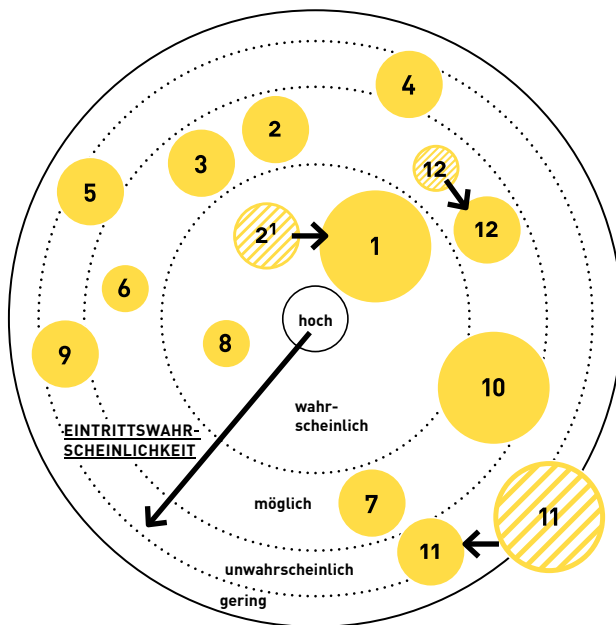
Das gesamte Risikoportfolio der METRO GROUP haben wir Risikogruppen zugeordnet. Für den Berichtszeitraum hat der Vorstand der METRO AG neben den allgemeinen Risiken die für die METRO GROUP besonders relevanten Risiken (Bruttorisiken) identifiziert und bewertet, die in folgender Übersicht mit ihrer Veränderung im Vergleich zum Vorjahr dargestellt sind.

Zur Verbesserung der Verständlichkeit, Konsistenz und Steuerbarkeit haben wir die besonders relevanten Risiken

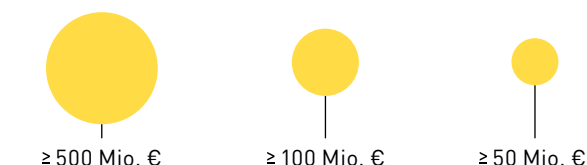
redaktionell verdichtet und deren Bezeichnungen geändert. Daraus ergibt sich teilweise eine neue Nummerierung der einzelnen Risiken. Zudem wurden die Risiken Nummer 1 „Herausforderung des Geschäftsmodells“, Nummer 5 „Unterbrechung der Geschäftstätigkeit“, Nummer 11 „Rating-Herabstufung METRO AG“ und Nummer 12 „Geopolitische Situation in Russland / der Ukraine“ gegenüber dem Vorjahr inhaltlich verändert (siehe folgende Übersicht). Nähere Erläuterungen erfolgen in den jeweiligen Abschnitten.

Nr.	(Nr. Vorjahr)	Besonders relevante Risiken 2014/15	Risikogruppe	Potenzielles Schadensausmaß	Eintrittswahrscheinlichkeit	Veränderung zu 2013/14
1	(1, 2)	Herausforderung des Geschäftsmodells	Risiken aus dem Handelsgeschäft	≥ 500 Mio. €	wahrscheinlich	Vorjahresrisiko Nr. 2 „Verlust von Kunden mit geringen Umsätzen (C-Kunden) bei METRO Cash & Carry“ wurde in Risiko Nr. 1 integriert.
2	(8)	Unzureichende Umsetzung der Strategie und strategischer Projekte (METRO Cash & Carry)	Risiken aus dem Handelsgeschäft	≥ 100 Mio. €	möglich	
3	(3)	Unzureichende Kundenorientierung (METRO Cash & Carry)	Risiken aus dem Handelsgeschäft	≥ 100 Mio. €	möglich	
4	(4)	Unprofitable Nutzung von Verkaufsflächen	Immobilienrisiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	
5	(5)	Unterbrechung der Geschäftstätigkeit	Informationstechnische Risiken/Gesamtwirtschaftliche und politische Risiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	Erweiterung des Risikos um Nicht-IT-Themen.
6	(6)	Unzureichende Entwicklung und Pflege des Führungskräftenachwuchses	Personalrisiken	≥ 50 Mio. €	möglich	
7	(7)	Budget- und Prognosezuverlässigkeit	Finanzwirtschaftliche Risiken	≥ 100 Mio. €	möglich	
8	(9)	Unzureichende bzw. ineffektive interne Kontrollen hinsichtlich Investitionen und Kosten bzgl. Expansion und Bau sowie in operativen Prozessen	Compliance-Risiken/Risiken aus Portfolioänderungen	≥ 50 Mio. €	wahrscheinlich	
9	(10)	Korruption, Kartell- und Wettbewerbsrechtsverstöße und gesetzliche Änderungen	Rechtliche und steuerliche Risiken/Compliance-Risiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	
10	(11)	Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte und anderer Vermögenswerte	Finanzwirtschaftliche Risiken	≥ 500 Mio. €	möglich	
11	(12)	Rating-Herabstufung METRO AG	Finanzwirtschaftliche Risiken	≥ 100 Mio. €	unwahrscheinlich	Statt mehrfacher Rückstufungen im Vorjahr betrachten wir im Berichtsjahr nur noch eine einfache Herabstufung des Ratings, daher potenzielles Schadensausmaß von ≥ 500 Mio. € auf ≥ 100 Mio. € gesunken. Die Eintrittswahrscheinlichkeit stufen wir als unwahrscheinlich anstatt gering ein.
12	(13)	Geopolitische Situation in Russland / der Ukraine	Gesamtwirtschaftliche und politische Risiken	≥ 100 Mio. €	möglich	Potenzielles Schadensausmaß von ≥ 50 Mio. € auf ≥ 100 Mio. € gestiegen.

Die besonders relevanten Risiken werden anhand des möglichen Schadensausmaßes (vor Risikobegrenzungsmaßnahmen) sowie der Eintrittswahrscheinlichkeit wie folgt eingeordnet:



Kreisgröße = potenzielles Schadensausmaß



/// Geschäftsjahr 2013/14

Eintrittswahrscheinlichkeit

Gering < 10 %
Unwahrscheinlich ≥ 10–25 %
Möglich > 25–50 %
Wahrscheinlich > 50–90 %
Hoch > 90 %

Die Breite der Ringe visualisiert die zugrunde liegende Eintrittswahrscheinlichkeit.

¹ Das Vorjahresrisiko Nummer 2 „Verlust von Kunden mit geringen Umsätzen (C-Kunden) bei METRO Cash & Carry“ wurde in das Risiko Nummer 1 integriert.

Risiken mit einer geringen Eintrittswahrscheinlichkeit (< 10 Prozent) stellen wir nur dar, falls sich ein besonders relevantes Risiko des Vorjahres in diesen Bereich der Eintrittswahrscheinlichkeit verändert hat.

Nachfolgend erläutern wir die einzelnen Risikogruppen und wesentliche Steuerungsmaßnahmen sowie die in der Grafik und der Tabelle dargestellten besonders relevanten Risiken. Grundsätzlich sind alle Segmente des Konzerns betroffen. Bei spezifischen Themen sind die jeweiligen Geschäftsfelder angegeben.

Umfeldrisiken

Gesamtwirtschaftliche und politische Risiken

Als international agierendes Unternehmen ist die METRO GROUP abhängig von der politischen und wirtschaftlichen Situation der Länder, in denen sie tätig ist.

Die Weltwirtschaft hat sich im Geschäftsjahr 2014/15 uneinheitlich entwickelt. Während die USA sowie West- und Zentral-europa insgesamt ein robustes Wachstum aufzeigten, fiel die Entwicklung in den osteuropäischen und asiatischen Schwellenländern insgesamt verhalten aus. In Europa dominierten der Russland/Ukraine-Konflikt und der drohende Staatsbankrott Griechenlands die politische Agenda. Ersterer führte in der Ukraine zu erheblichen wirtschaftlichen Beeinträchtigungen. In Russland wurde die ohnehin schwache Konjunktur durch den Konflikt weiter beeinträchtigt. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen und aufgrund unserer operativen Geschäftstätigkeit sehen wir bei dem Risiko der geopolitischen Situation in Russland und der Ukraine (Risiko Nummer 12) eine Erhöhung des potenziellen Schadensausmaßes von ≥ 50 Mio. € auf ≥ 100 Mio. mit unveränderter Eintrittswahrscheinlichkeit (möglich). Für das Geschäftsjahr 2015/16 erwarten wir insgesamt ein leicht höheres weltwirtschaftliches Wachstum als im Berichtsjahr.

Gleichzeitig haben die weltwirtschaftlichen Risiken insgesamt zugenommen. Insbesondere das Risiko einer stärkeren Abschwächung der chinesischen Wirtschaft hätte auch negative Folgen für alle anderen Regionen. Ferner ist die Konsolidierung der Staatsverschuldung in der Eurozone ein langwieriger Prozess, der immer wieder auch mit Rückschlägen verbunden sein wird. Insgesamt ist die Weltwirtschaft daher nach der Finanz- und Staatsschuldenkrise noch nicht wieder auf einem Pfad nachhaltigen wirtschaftlichen Wachstums angekommen.

Das Risiko-Chancen-Profil für die kurz- und mittelfristige Entwicklung des Handelssektors und damit der METRO GROUP bleibt daher im Vergleich zum Vorjahr insgesamt unverändert. Unsere internationale Präsenz hat den Vorteil, dass sich volkswirtschaftliche, rechtliche und politische Risiken sowie Nachfrageschwankungen zwischen Ländern ausgleichen können.

Die Rahmenbedingungen in einzelnen Ländern können sich schnell ändern. Unruhen, Wechsel in der politischen Führung, Terroranschläge oder Naturkatastrophen können die Geschäfte der METRO GROUP in einem Land gefährden. Im Berichtsjahr ist in diesem Kontext insbesondere der Russland/Ukraine-Konflikt (siehe Risiko Nummer 12) sowie der aufkeimende Konflikt in der Türkei zu nennen. Risiken ergeben sich diesbezüglich für die METRO GROUP in Hinblick auf den Verlust respektive die Zerstörung von Eigentum / Immobilien, Wechselkursänderungen, Beschränkungen im Waren- und Kapitalverkehr sowie regulatorische Veränderungen. Soweit möglich und sinnvoll, versichern wir uns umfassend gegen den Verlust von Sachwerten sowie Betriebsausfälle, die beispielsweise infolge politischer Unruhen entstehen können. Ein professionelles Krisenmanagement ermöglicht eine schnelle Reaktion und Krisenbewältigung. So haben wir in der Krise in der Ukraine (Risiko Nummer 12) schnell und effektiv reagiert und den bestehenden Krisenreaktionsplan für die von kriegesischen Auseinandersetzungen betroffenen METRO Cash & Carry Märkte implementiert. Dieser enthält unter anderem Evakuierungspläne sowie Schulungen und Handlungsanweisungen an die Mitarbeiter vor Ort. Damit konnte bisher Schaden von unseren Mitarbeitern und Kunden abgewendet und der Verlust durch Betriebsausfälle und zerstörtes Eigentum dank bestehender Versicherungen kompensiert werden.

Die Reaktionen auf mögliche Gefahren, die das Risiko einer Betriebsunterbrechung nach sich ziehen können (Risiko Nummer 5), regeln wir mit einem Betriebskontinuitätsmanagement (englisch: Business Continuity Management) und in einem Krisenmanagementhandbuch. Damit verfolgen wir im Wesentlichen das Ziel, die Kontinuität der betrieblichen Abläufe während einer Krise zu gewährleisten. Bei Risiko Nummer 5 betrachten wir zusätzlich zum Vorjahr auch Nicht-IT-Themen, beispielsweise mögliche Betriebsunterbrechungen durch Naturkatastrophen, Pandemien oder Terroranschläge. Potenzielles Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit bleiben jedoch unverändert. Weitere Erläuterungen sind im Abschnitt „Informationstechnische Risiken“ zu finden.

Details zur Einschätzung der weiteren Entwicklung des wirtschaftlichen Umfelds finden sich im Nachtrags- und Prognosebericht.

Umweltrisiken

Die METRO GROUP ist sich ihrer Verantwortung für die Umwelt bewusst und hat das Prinzip des nachhaltigen Wirtschaftens fest in ihrer Unternehmensstrategie verankert. Umweltschädliches Verhalten entlang der Wertschöpfungskette kann unser Ansehen nachhaltig schädigen und unsere Geschäftsgrundlagen gefährden. Wir setzen deshalb zahlreiche Maßnahmen um, mit denen wir eine ökologisch verantwortungsvolle Geschäftstätigkeit gewährleisten.

Spezifische Umweltrisiken sind in den Abschnitten „Lieferanten- und Produktrisiken“ sowie „Immobilienrisiken“ beschrieben.

Weitere Informationen zum Umweltschutz finden sich im Kapitel Grundlagen des Konzerns – Nachhaltigkeitsmanagement.

Branchenrisiken

Risiken aus dem Handelsgeschäft

Gerade in den saturierten Märkten Westeuropas ist der Einzelhandel von einer hohen Veränderungsdynamik und einem intensiven Wettbewerb geprägt. Dadurch entstehen Faktoren, die den Geschäftsverlauf beeinflussen und natürliche Geschäftsrisiken darstellen können. Ein grundsätzliches Geschäftsrisiko ist die schwankende Konsumbereitschaft der Verbraucher.

Der Wandel des Konsumverhaltens und der Kundenerwartungen birgt Risiken – auch vor dem Hintergrund der demografischen Veränderungen, des zunehmenden Wettbewerbs sowie der fortschreitenden Digitalisierung. Gehen wir nur unzureichend auf Kundentrends und Preisentwicklungen ein oder verpassen Trends im Sortiment oder im Hinblick auf geeignete Vertriebsformate beziehungsweise neue Vertriebskanäle, kann dies die Umsatzentwicklung beeinträchtigen und unsere Wachstumsziele gefährden (Risiko Nummer 1 „Herausforderung des Geschäftsmodells“; das Vorjahresrisiko Nummer 2 „Verlust von Kunden mit geringen Umsätzen [C-Kunden] bei METRO Cash & Carry“ wurde integriert). Um diesen Risiken entgegenzuwirken, erweitern wir unsere Vertriebskanäle, indem wir im Sinne einer vertriebslinienspezifischen Mehrkanalstrategie unsere Onlineaktivitäten verstärken und das Belieferungsgeschäft ausbauen. Darüber hinaus entwickeln wir für METRO Cash & Carry mit einem Franchise-Konzept neue Standorte. Parallel dazu intensivieren wir die Beobachtung von Wettbewerbern. Unsere verschiedenen strategischen Projekte haben insbesondere zum Ziel, Einkaufs- und Vertriebsprozesse weiter zu optimieren und Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen.

Darüber hinaus verfolgen wir Transformationsprogramme, um Umsatz und Ertrag nachhaltig zu steigern und die Werthaltigkeit von Vermögenswerten sicherzustellen. In diesem Kontext ergeben sich Risiken aus der unzureichenden Implementierung und Umsetzung strategischer Projekte, insbesondere in der Vertriebslinie METRO Cash & Carry (Risiko Nummer 2, unverändert zum Vorjahr). Zur Begrenzung dieser Risiken führen wir ein umfassendes Monitoring der Projektfortschritte in den Landesgesellschaften sowie Schulungsprogramme zur Unterstützung von Projekteinführungen durch.

Damit wir Markttrends und sich verändernde Ansprüche frühzeitig erkennen, werten wir regelmäßig interne und externe Informationen aus. Die konzerneigene Marktforschung bedient sich dabei neben qualitativen Markt- und Trendanalysen auch quantitativer Verfahren wie Zeitreihenanalysen oder Prognosen zur Marktentwicklung, die auf Analysen von Verkaufsdaten und auf Ergebnissen der Panelmarktforschung beruhen. Zu den Zeitreihenanalysen zählt auch die Beobachtung von Produktsegmenten im Markt über einen bestimmten Zeitraum.

Generell besteht bei METRO Cash & Carry das potenzielle Risiko einer unzureichenden Kundenorientierung (Risiko Nummer 3, unverändert zum Vorjahr). Um diesem Risiko Rechnung zu tragen und zielgerichtete Angebote vorzuhalten, implementieren wir Maßnahmen, die zu einer verbesserten, kundenorientierten Sortimentsgestaltung führen. So erweitern wir beispielsweise in allen Vertriebslinien unser Angebot an regional gehandelten Produkten und gehen mit unseren Sortimenten verstärkt auf die zunehmenden Erwartungen unserer Kunden hinsichtlich ökologischer, sozialer und gesundheitlicher Aspekte ein.

Immobilienrisiken

Die Werthaltigkeit des Standortportfolios der METRO GROUP ist verschiedenen Risiken ausgesetzt. Dazu zählen unter anderem

- nicht profitable Nutzung von Verkaufsflächen; hierzu gehört auch das Leerstandsrisiko durch nicht mehr genutzte Verkaufsflächen, die keiner Nachverwendung zugeführt werden können (Risiko Nummer 4, unverändert zum Vorjahr),
- ein starker Wettbewerb um geeignete Standorte,
- Fehlentscheidungen bei der Standortwahl,
- die Verschlechterung der Profitabilität eines Standorts, zum Beispiel aufgrund soziodemografischer Veränderungen im Einzugsgebiet,
- der bauliche Zustand der Immobilien,

- Mietausfälle durch Insolvenzen von Drittmietern sowie
- Naturkatastrophen wie Erdbeben, Überschwemmungen oder Stürme.

Wir begegnen diesen Risiken mit strategischem und operativem Immobilienmanagement und einer vorausschauenden Investitionsplanung. Das aktive Immobilienmanagement zielt grundsätzlich auf Wertsteigerung des gesamten Immobilienportfolios ab und baut auf kontinuierlichen Marktbeobachtungen, transparenten Wirtschaftlichkeitsprüfungen und strategischen Entscheidungen auf. In allen Ländern treffen wir unsere Standortauswahl erst nach intensiver Prüfung. Da wir die Profitabilität unseres Standortnetzes kontinuierlich beobachten, können wir negative Entwicklungen einzelner Märkte oder Filialen frühzeitig erkennen und schnell darauf reagieren. Sollte keine der eingeleiteten Maßnahmen zum Erfolg führen und ist eine nachhaltige Verbesserung der Situation des jeweiligen Markts oder der jeweiligen Filiale nicht wahrscheinlich, trennen wir uns von diesem / dieser und stellen dadurch die permanente Optimierung des Standortnetzes sicher. Um dem Risiko der Entstehung eines Wartungs- und Reparaturstaus in den Standorten vorzubeugen, erfolgt eine vorausschauende Instandhaltungsplanung. Dem Risiko von Mietausfällen wirken wir durch eine kontinuierliche Überwachung der Eingänge der Mietzahlungen sowie frühzeitige Nachverhandlungen entgegen. Darüber hinaus forcieren wir die Suche nach bonitätsstarken Nachmietern und die Entwicklung neuer Nutzungskonzepte für unsere Immobilien. Gegen die möglichen Auswirkungen von Naturkatastrophen schützen wir uns durch bauliche Maßnahmen sowie entsprechende Versicherungen.

Auch im Immobilienbereich wollen wir unserer Verantwortung für die Umwelt gerecht werden und möglichen Risiken entgegenwirken. So reduzieren wir beim Betrieb unserer Standorte die Umweltauswirkungen. Seit 2011 reduzieren wir kontinuierlich unsere spezifischen Treibhausgasemissionen. Dafür investieren wir unter anderem in technische Maßnahmen zur Energieeinsparung und in Programme für Änderungen im Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters. Mithilfe dieser Maßnahmen können wir zudem unsere Kosten für Energie reduzieren beziehungsweise angesichts steigender Preise stabil halten.

Leistungswirtschaftliche Risiken

Lieferanten- und Produktrisiken

Als Handelsunternehmen ist die METRO GROUP auf externe Hersteller und Anbieter von Waren und Dienstleistungen angewiesen. Bei der Auswahl der Lieferanten, speziell im Bereich der Eigenmarken, gehen wir mit größter Sorgfalt vor. Wir achten

insbesondere auf die Verlässlichkeit unserer Eigenmarkenlieferanten in Bezug auf die Produktqualität sowie die Einhaltung von Sicherheits- und Sozialstandards sowie die eigenen Anstrengungen der Lieferanten in Bezug auf Compliance. Fehlerhafte oder unsichere Produkte, eine Ausbeutung der Umwelt, menschenunwürdige Arbeitsbedingungen sowie die Nichteinhaltung unserer Compliance-Standards könnten dem Ansehen der METRO GROUP großen Schaden zufügen und den Unternehmenserfolg dauerhaft gefährden. Deshalb kontrollieren wir unsere Eigenmarkenlieferanten kontinuierlich dahingehend, ob sie den hohen einkaufspolitischen und Compliance-Standards der METRO GROUP entsprechen. Dazu zählen besonders die von der Global Food Safety Initiative (GFSI) geprüften Qualitätsstandards, wie zum Beispiel der International Food Safety Standard und die GLOBALGAP-Zertifizierung für landwirtschaftliche Erzeugnisse. Sie helfen, die Sicherheit von Lebensmitteln auf allen Erzeugungs-, Produktions- und Vertriebsstufen zu gewährleisten. Ohne ein adäquates GFSI-Zertifikat muss sich ein Eigenmarkenlieferant einer besonderen Prüfung (Metro Assessment Solution) durch eine akkreditierte Zertifizierungsstelle unterziehen.

Nicht nur für uns, sondern auch für immer mehr Kunden spielen neben Qualität und Sicherheit zunehmend auch die Umwelt- und Sozialverträglichkeit der von uns angebotenen Produkte und deren Herstellungsprozesse eine Rolle. Vor diesem Hintergrund hat die METRO GROUP bereits 2013 eine konzernweite, produktübergreifende Einkaufspolitik für ein nachhaltiges Lieferketten- und Beschaffungsmanagement verabschiedet.

Ein Schwerpunkt ist unser Engagement für menschenwürdige Arbeitsbedingungen in unseren Zulieferbetrieben: Dafür haben wir zahlreiche Maßnahmen umgesetzt. So verlangen wir von unseren Eigenmarkenlieferanten, dass sie grundlegende Menschenrechte wahren und faire Arbeitsbedingungen gewährleisten. Als Beleg dafür fordern wir in den Lieferverträgen eine Prüfung nach den Anforderungen des BSCI-Standards (Business Social Compliance Initiative) oder äquivalenter Standards. Diese Anforderung gilt für alle Eigenmarkenlieferanten von Nichtlebensmitteln, die in Risikoländern, gemäß der Definition der BSCI, Endprodukte fertigen. Mit gezielten Trainingsprogrammen unterstützen wir Lieferanten dabei, faire und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu schaffen. Darüber hinaus engagieren wir uns im Rahmen des internationalen Brandschutzabkommens für mehr Gebäudesicherheit in der Textilindustrie von Bangladesch (Bangladesh Accord on Fire

and Building Safety) für entsprechende Maßnahmen in den Fabriken aller unserer Zulieferer, die dort fertigen lassen.

Ein Beispiel für unsere Bestrebungen zur Minimierung negativer Umweltauswirkungen ist die seit 2011 bestehende Mitgliedschaft der METRO GROUP beim Runden Tisch für nachhaltiges Palmöl (RSPO – Roundtable on Sustainable Palm Oil). Im Rahmen dieser Mitgliedschaft haben wir uns verpflichtet, ab 2020 ausschließlich als nachhaltig zertifiziertes Palmöl in unseren Eigenmarkenprodukten zu verwenden.

Unsere Anforderungen an Zulieferer sind vertraglich geregelt. Die Einhaltung überprüfen wir regelmäßig. Verstöße gegen die Auflagen können zum Ausschluss aus unserem Lieferantennetzwerk führen oder bei nicht akzeptablen Produktionsmethoden zum Einkaufsverbot für ein Produkt. Dadurch minimieren wir die vorhandenen Risiken auf Lieferantenseite weiter. Sollte es dennoch zu einem Qualitätsvorfall kommen, greifen die in unserem Handbuch für Störungen und Krisen beschriebenen Prozessschritte. Priorität hat für uns dabei, den Vorfall auch im Sinne der Kunden angemessen zu bewältigen. Zusätzlich prüfen wir mögliche Verbesserungen für unsere Qualitätssicherungssysteme.

Um Störungen beim Bezug von Waren oder gar Warengruppen vorzubeugen, kooperieren wir mit einer Vielzahl von Lieferanten und achten darauf, dass keine Abhängigkeit von einzelnen Unternehmen entsteht. So wird sichergestellt, dass wir die gewünschte Ware in der Regel immer in ausreichender Menge und guter Qualität anbieten können und damit eine hohe Kundenzufriedenheit erzielen.

Unser Erfolg ist außerdem in hohem Maße abhängig von den Einkaufspreisen der angebotenen Produkte. Unsere großen Einkaufsvolumina in zahlreichen Ländern wirken sich vielfach positiv aus. Die Produktpreise orientieren sich an der Verfügbarkeit der Rohstoffe, die sich zeitweise oder kontinuierlich verknappen können. Dies kann dazu führen, dass Einkaufspreise steigen oder eine gewisse Volatilität entsteht. Den Beschaffungsrisiken treten wir durch eine kontinuierliche Optimierung der Einkaufsprozesse entgegen, wie beispielsweise der gemeinsamen Beschaffung und der Konditionsverhandlungen mit unseren Lieferanten. Die zügige Umsetzung von Verbesserungen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor.

Mittelfristig können auch globale Herausforderungen wie der Klimawandel, die Überfischung der Weltmeere oder der Zu-

gang zu sauberem Wasser zu Einschränkungen bei der Verfügbarkeit von Rohstoffen führen, zum Beispiel durch Bestandsabnahme bei bestimmten Fischarten. Aus diesem Grund unterstützt die METRO GROUP beispielsweise seit Jahren Standards einer nachhaltigeren Fischerei beziehungsweise Fischzucht und kooperiert mit entsprechenden Lieferanten.

Über Risiken und Chancen aus dem Klimawandel berichtet die METRO GROUP ausführlich im Rahmen ihrer jährlichen Teilnahme an der Umfrage der unabhängigen Nichtregierungsorganisation CDP (vormals: Carbon Disclosure Project). Die Bewertung des CDP gibt Aufschluss darüber, ob Unternehmen den Einflüssen des Klimawandels auf ihre Geschäftsabläufe effektiv begegnen und wie transparent sie darüber berichten.

Weitere Beispiele für Produktrisiken sind Versorgungsengpässe nach Naturkatastrophen, längere Lieferzeiten und Preiserhöhungen. Beschaffungs- und Supply-Chain-Management der METRO GROUP schaffen die erforderlichen Strukturen, um die Warenverfügbarkeit jederzeit sicherzustellen.

——— Weitere Informationen zu unserem Engagement für eine nachhaltige Lieferkette finden sich im Kapitel Grundlagen des Konzerns – Nachhaltigkeitsmanagement.

Supply-Chain-Risiken

Aufgabe der Funktion Supply Chain („Lieferkette“) ist es, eine maximale Produktverfügbarkeit bei optimierten Kostenstrukturen und gleichzeitiger Berücksichtigung von nachhaltigkeitsrelevanten Aspekten wie Energie- und Kraftstoffverbrauch zu gewährleisten.

Die steigende Vielfalt von Artikeln im Sortiment und der hohe Warenumsatz sind mit organisatorischen, informationstechnischen und logistischen Risiken sowie Risiken eines adäquaten Lagerbestands verbunden. Diese erhöhen sich einerseits durch die zunehmend internationale Ausrichtung unserer Lieferanten sowie andererseits durch die Konzentration auf regionale und lokale Warensortimente. Ein fehlendes aktives Bestandsmanagement auf Basis adäquater Planungsparameter kann zu erheblichen Mehrkosten für Lagerhaltung wie auch zu überdurchschnittlichen Warenabschritten und in Ausnahmefällen sogar zur Warenvernichtung führen. Störungen in der Wertschöpfungskette, etwa beim Transport der Ware vom Lieferanten zu unseren Märkten oder Kunden (bei Belieferung), können diesen Effekt noch verstärken. Dem wirken wir durch eine Optimierung des Bestands- und des Warengruppenmanagements entgegen.

Eine unzureichende regelmäßige Kommunikation bezüglich der künftig benötigten Produktmengen, zum Beispiel aufgrund fehlender oder fehlerhafter Hochrechnungen, kann zu unzureichender Warenverfügbarkeit und Ineffizienzen in der Logistik führen. Diesem Risiko begegnen wir durch gezielte Neuordnung und Bündelung der Verantwortlichkeiten für die Kundenauftragsbearbeitung, Beschaffungsplanung und Stammdatenverwaltung im Fachbereich Supply-Chain-Planung.

Unvollständige oder schlecht gepflegte Produkt- und Kundendaten können zu einer erheblichen Verzögerung und Störung bei der Ein- und Auslistung von Produkten wie auch der Warenversorgung unserer Kunden führen. Daher verstärken wir unsere Anstrengungen, die Vollständigkeit und Richtigkeit der Stammdaten zu gewährleisten, beispielsweise durch regelmäßige Überwachung relevanter Leistungskennzahlen.

Mit dem Ausbau unserer Onlineaktivitäten, des Mehrkanalgeschäfts, der Belieferung und der damit einhergehenden steigenden Komplexität sowie weiterer innovativer Vertriebsformate ergeben sich zusätzliche Herausforderungen. Den sich daraus ergebenden Risiken begegnen wir durch eine enge Zusammenarbeit der betroffenen Fachbereiche. Von gemeinsamen Supply-Chain-Lösungen erwarten wir darüber hinaus Synergien.

Einer unnötigen Komplexität des Portfolios unserer externen Logistikdienstleister und damit zu hohen Gesamtkosten wirken wir durch eine Harmonisierung der Geschäftspartner entgegen. Dabei achten wir aber auch in diesem Bereich darauf, Abhängigkeiten von einzelnen Dienstleistern zu vermeiden.

Ein weiteres logistisches Risiko ergibt sich aus den meist komplexen und gleichzeitig wenig entwickelten Lieferstrukturen vor allem in Schwellen- und Entwicklungsländern. Dies kann mit besonders herausfordernden klimatischen Bedingungen einhergehen, die zum Verderb von Nahrungsmitteln auf dem Weg vom Erzeuger bis in die Märkte führen können. Die METRO GROUP schafft die erforderlichen Strukturen, um jederzeit eine durchgängig hohe Qualität entlang der Lieferkette sicherzustellen. Mit Qualifizierungsprogrammen bereiten wir unsere Lieferanten und Logistikdienstleister in Schwellenländern auf die logistischen Anforderungen vor. Damit leisten wir zudem einen bleibenden Beitrag zur lokalen Versorgung mit Lebensmitteln und wirken dem Problem der Lebensmittelverschwendung entgegen.

Bei Produktvorfällen müssen unsere logistischen Systeme darauf ausgerichtet sein, den Weg der Ware und deren Herkunft innerhalb kurzer Zeit zurückzuverfolgen. Dies geschieht mithilfe moderner Technologien und Standards zur Identifikation von Produkten. Wir setzen uns in unterschiedlichen internationalen Gremien für die Weiterentwicklung dieser Standards ein und treiben die Einführung innovativer Technologien für eine verbesserte Produktidentifikation voran.

Finanzwirtschaftliche Risiken

Preisänderungsrisiken (Zinsrisiken, Währungsrisiken, Aktienkursrisiken), Liquiditätsrisiken, Bonitätsrisiken bei Kontrahenten für Finanzgeschäfte sowie Risiken aus Schwankungen der Zahlungsströme können erhebliche negative Auswirkungen auf unser Finanzergebnis haben. Die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO GROUP werden daher zentral gesteuert. Soweit rechtlich zulässig beziehungsweise wirtschaftlich sinnvoll sichern wir Preisänderungsrisiken durch den Einsatz geeigneter Finanzinstrumente so weit wie möglich ab. Risiken aus der Translation bleiben ungesichert, da wir eine langfristige Investmentstrategie verfolgen. Ferner werden Bonitätsrisiken durch ein zertifiziertes Risikomonitoringsystem überwacht, um frühzeitig risikominimierende Maßnahmen einleiten zu können.

Integraler Bestandteil der Steuerung der finanzwirtschaftlichen Risiken ist zudem die Gewährleistung eines uneingeschränkten Kapitalmarktzugangs für die METRO GROUP. Eine Herabstufung unseres Ratings, bezogen auf ein Downgrade auf „BB“ durch die Ratingagentur Standard & Poor's, hätte negative Auswirkungen auf unsere Liquidität und die Konzernfinanzierung (Risiko Nummer 11). Statt mehrfacher Rückstufungen im Vorjahr betrachten wir im Berichtsjahr nur noch eine einfache Herabstufung des Ratings. Folglich ist das potenzielle Schadensausmaß von ≥ 500 Mio. € auf ≥ 100 Mio. € gesunken und wir stufen die Eintrittswahrscheinlichkeit als unwahrscheinlich anstatt gering ein. Wir haben die Verschuldung weiter abgebaut und ratingrelevante Kennzahlen haben sich leicht verbessert. Um dem Risiko entgegenzuwirken, richtet sich unsere Strategie auf einen Abbau der Verschuldung, indem wir unter anderem das Nettobetriebsvermögen weiter optimieren sowie unsere Investitionsmittel auf unternehmenswertsteigernde Maßnahmen konzentrieren.

Ein weiteres identifiziertes Risiko betrifft unerwartete Abweichungen vom Budget oder von der Prognose (Risiko Nummer 7, unverändert zum Vorjahr). Dies könnte dazu führen, dass wir unsere Planzahlen nicht erreichen und dadurch eine Neubewertung von Vermögenswerten, einschließlich Ge-

schäfts- oder Firmenwerten, nötig wird, die unsere Vermögens- und Ertragslage negativ beeinträchtigen würde (Risiko Nummer 10, unverändert zum Vorjahr). Maßnahmen zur Begrenzung dieser Risiken werden daher eine hohe Priorität eingeräumt. So implementieren wir in diesem Zusammenhang für die Vertriebslinien der METRO GROUP konsequent strategische Maßnahmen, die auf die Verbesserung des Ergebnisses ausgerichtet sind. Ein besonderer Fokus liegt diesbezüglich auf den Ländern, die einem Wertminderungsrisiko unterliegen.

Außerdem wirken wir diesen Risiken durch eine enge Überwachung von Risiken und Chancen sowie durch effektive interne Kontrollen für den Budget- und Prognoseprozess entgegen. Die Wirksamkeit des internen Kontrollsystems ist regelmäßig Teil des Prüfungsplans der internen Revision. Darüber hinaus haben wir den Planungsprozess sowie den damit verbundenen internen Abstimmungsprozess im Geschäftsjahr 2014/15 weiter intensiviert. Beigetragen haben dazu unter anderem eine engere Verzahnung der strategischen Planung mit dem Budgetprozess sowie die stärkere Einbeziehung der Kontrollgremien in den Strategie- und Budgetierungsprozess. Zudem wird mit der Einführung des „New Operating Model“ bei METRO Cash & Carry und die damit verbundene Einführung der Wertschöpfungspläne („Value Creation Plan“) für jedes Land die Implementierung der Strategie der METRO GROUP proaktiv unterstützt. Durch unser vom Kalenderjahr abweichendes Geschäftsjahr verfügen wir über eine höhere und frühzeitige Planungssicherheit, da das sehr ertragreiche Weihnachtsquartal nicht mehr am Ende, sondern bereits am Anfang des Geschäftsjahres abgebildet wird. Schließlich vermittelt der Prognosebericht einen Einblick in die Erwartung des Konzerns an die Geschäftsentwicklung des kommenden Geschäftsjahres.

—— Weitere Informationen zu finanzwirtschaftlichen Risiken und ihrem Management finden sich im Anhang – Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

Sonstige Risiken

Risiken aus Portfolioänderungen

Ziel der METRO GROUP ist es, ihr Portfolio stetig zu optimieren. Alle Änderungen und damit einhergehenden Entscheidungen zur Strategie sowie zu Investitionen beziehungsweise zu Desinvestitionen orientieren sich grundsätzlich am Beitrag zum Konzernserfolg im Sinne einer wertorientierten Steuerung. Risiken mit Bezug auf die Werthaltigkeit unseres Vermögens – sowohl für einzelne Gruppen von Vermögenswerten als auch für das Gesamtportfolio – können wir durch die wertorientierte Steuerung reduzieren.

Im Juni 2015 wurde durch die Unterzeichnung einer Vereinbarung mit der Hudson's Bay Company die Veräußerung des gesamten operativen Geschäfts der Galeria Kaufhof Gruppe in Deutschland und Belgien einschließlich der zugehörigen Immobilien beschlossen. Der Vollzug der Veräußerung wurde am 30. September 2015 abgeschlossen, was mit einer Verringerung der Nettoverschuldung der METRO GROUP einhergeht und unsere finanzielle Position weiter stärkt.

Im Rahmen einer weiteren Fokussierung auf Kern- und Wachstumsmärkte wurde im Geschäftsjahr 2014/15 das MAKRO Cash & Carry Geschäft in Griechenland an das griechische Handelsunternehmen I. & S. Sklavenitis Trade S.A. veräußert. Weiterhin wurde durch den Vorstand der METRO AG beschlossen, das operative Geschäft der Vertriebslinie METRO Cash & Carry in Dänemark aufgrund mangelnder Wachstumsperspektiven einzustellen. Die in diesem Zusammenhang ursprünglich geplante Veräußerung von zwei der fünf Standorte an einen lokalen Wettbewerber hat nicht die Zustimmung der verantwortlichen Behörden erhalten. Daher wurden alle fünf Standorte zum 31. Dezember 2014 geschlossen.

Bereits im Geschäftsjahr 2013/14 hatte der Vorstand der METRO AG beschlossen, das vietnamesische Großhandelsgeschäft von METRO Cash & Carry zu verkaufen, und zu diesem Zweck eine entsprechende Vereinbarung mit der thailändischen Handelsgruppe Berli Jucker Public Company Ltd. (BJC) unterzeichnet. Nach Ablehnung der Transaktion durch die Hauptversammlung von BJC trat deren Mehrheitsgesellschafterin TCC Holding Co. Ltd. mit Verträgen vom 18. Februar 2015 und 22. Juli 2015 zu wirtschaftlich unveränderten Konditionen in die Transaktion ein. Der Vollzug der Veräußerung des vietnamesischen METRO Cash & Carry Geschäfts wird nun für das Geschäftsjahr 2015/16 erwartet und steht noch unter dem Vorbehalt der üblichen Genehmigungen durch die lokalen Behörden.

Im August des Berichtsjahres wurde die Unternehmensgruppe Classic Fine Foods Group (CFF) als asiatischer Marktführer im Bereich Food Service Distribution akquiriert. Diese Transaktion stärkt die Vertriebslinie METRO Cash & Carry im strategisch wichtigen Belieferungsgeschäft und ermöglicht einen Eintritt in den Premium-Lebensmittel-Belieferungsmarkt innerhalb der schnell wachsenden Megastädte Asiens und des Mittleren Ostens.

Im Zuge einer noch stärker kundenorientierten Ausrichtung der Media-Saturn-Gruppe übernahm die Vertriebslinie im

Geschäftsjahr 2014/15 die Mehrheitsanteile (90 Prozent) an dem Reparatur- und Wartungsdienstleister RTS. Dies bedeutet eine erhebliche Erweiterung der Serviceleistungen im Bereich der Planung, Installation, Inspektion, Wartung sowie der Reparatur verschiedener Produkte. Das Closing für diesen Erwerb erfolgte im Oktober 2015.

Ferner hat die METRO GROUP ihre Aktivitäten im Start-up-Sektor weiter ausgebaut. Im Dezember 2014 wurden 15 Prozent der Anteile an dem Mehrkanal-Start-up Emmas Enkel akquiriert. Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr eine strategische Partnerschaft mit dem amerikanischen Online-Jobnetzwerk Culinary Agents eingegangen (18,33 Prozent Anteile).

Die dargestellten Transaktionen erhöhen die Flexibilität der METRO GROUP und ermöglichen Investitionen in das zukünftige Wachstum. Sofern bilanziell erforderlich, sind die Risiken, die aus den genannten Portfolioänderungen resultieren, in der Finanzberichterstattung berücksichtigt.

Um die Risiken der Expansion so weit wie möglich zu begrenzen, planen wir jede Investition und jeden Markteintritt in einem strukturierten Prozess und mit bewährten Methoden. Die Risiken und Chancen identifizieren wir unter Berücksichtigung des rechtlichen, politischen und wirtschaftlichen Umfelds durch Machbarkeitsstudien. Nur bei einer angemessenen Risiko- und Chancensituation erfolgt die Erschließung. Obwohl wir unsere Expansionsentscheidungen stets auf Grundlage der besten zur Verfügung stehenden Informationen treffen, können wir nicht ausschließen, dass die Wachstumsdynamik in den kommenden Jahren in einzelnen Ländern hinter unseren Erwartungen zurückbleibt. Ein weiteres Risiko ist die mögliche verspätete Eröffnung von Standorten, beispielsweise durch langwierige Genehmigungsverfahren oder unklare Zuständigkeiten von Behörden in Schwellenländern. Der Eintritt dieser Risiken hätte zur Folge, dass sich Umsatz und Ergebnis schlechter als prognostiziert entwickeln würden.

Die METRO GROUP hat im Geschäftsjahr 2014/15 verschiedene Maßnahmen ergriffen, um die internen Prozesse bezüglich Expansionsentscheidungen sowie deren erfolgreiche Umsetzung weiter zu optimieren und damit den entsprechenden Risiken entgegenzuwirken (Risiko Nummer 8, unverändert zum Vorjahr). Gremien der Vertriebslinien sind in den Entscheidungsprozess über den effizienten Einsatz von Investitionsmitteln zur Expansion eingebunden. Die Abstimmungs-

prozesse werden kontinuierlich verbessert. Darüber hinaus werden bereits umgesetzte Investitionsentscheidungen intensiv überwacht.

Informationstechnische Risiken

Die Anforderungen an unsere Informationstechnik (IT) sind durch neue Formate und Vertriebskanäle und deren zunehmende Bedeutung für die Geschäfte des Konzerns, beispielsweise Onlinehandel und Belieferungsgeschäft, weiter gestiegen. Regulierungen, etwa zum Datenschutz bei der Verarbeitung von Kreditkartendaten oder der Verwendung von kundenspezifischen Informationen in „Big Data“-Lösungen, die damit einhergehende starke öffentliche Diskussion bei Fehlverhalten sowie eine hohe Komplexität der IT bergen weiterhin Risiken für unser Unternehmen.

Aus diesem Grund haben wir die organisatorischen Maßnahmen verstärkt, mit denen wir die Einhaltung interner und externer Regelungen zur IT sicherstellen. Wir überprüfen Systeme, die an das Internet angebunden sind, regelmäßig auf Schwachstellen. Der hohen Komplexität der modernen IT-Landschaft begegnen wir mit eindeutigen Regeln für das Management.

Wichtige Geschäftsabläufe wie Einkauf / Bestellung, Vermarktung und Verkauf beruhen seit Jahren auf IT-Systemen. Neue Systeme für den Onlinehandel müssen ständig verfügbar sein, da dieser eine permanente Erreichbarkeit auch abseits von Ladenöffnungszeiten voraussetzt. Ein zentrales Kriterium bei der Entwicklung und Umsetzung unserer IT-Lösungen ist es deshalb, die Betriebsbereitschaft jederzeit zu gewährleisten. Für den Geschäftsbetrieb zwingend erforderliche Systeme in den Märkten, vor allem Kassen, sind weitgehend autark und können auch bei einem Ausfall von Netzwerken oder zentralen Systemen ohne Unterbrechung für einige Zeit weiter eingesetzt werden. Fallen Teile der Netzwerke aus, können sie automatisch auf Umleitungsstrecken oder redundante Wege ausweichen.

Moderne Technologien, wie beispielsweise die Remote-Steuerung von Servern und das Cloud-Computing, erlauben es uns, Hardware effizient zu nutzen. Darüber hinaus lassen sich zentrale IT-Systeme bei Ausfall von einem oder mehreren Servern schnell wiederherstellen. Wir unterhalten mehrere zentrale Rechenzentren und können so auch größere Ausfälle kompensieren beziehungsweise auf ein Minimum verkürzen. Für die Wiederherstellung der Rechenzentren in Deutschland nach einem längerfristigen Ausfall (beispiels-

weise durch Brand, Naturkatastrophen oder kriminelle Handlungen) steht ein entsprechender Krisenplan zur Verfügung (Risiko Nummer 5 „Unterbrechung der Geschäftstätigkeit“). Bei Risiko Nummer 5 betrachten wir zusätzlich zum Vorjahr nicht IT-bezogene Themen. Diesbezüglich verweisen wir auf die Erläuterungen im Abschnitt „Umfeldrisiken“. Potenzielles Schadensausmaß und Eintrittswahrscheinlichkeit bleiben jedoch unverändert. Weitere Erläuterungen sind im Abschnitt „Umfeldrisiken“ zu finden.

Informationen stellen für alle Unternehmen der METRO GROUP eine entscheidende Ressource dar. Das bedeutet, dass sie genau wie alle weiteren Werte geschützt werden müssen. Die METRO AG hat daher ein dokumentiertes IT-Sicherheitsmanagementsystem (ISMS) entwickelt, das seit Anfang 2013 in Kraft ist. Das Rahmenwerk soll sicherstellen, dass die Informationen vertraulich (Zugriff nur für befugte Benutzer) und integer (richtig und vollständig) sind. Die Managementprinzipien für IT-Sicherheit beschreiben unter anderem die Aufbau- und Ablauforganisation. Die implementierten IT-Sicherheitskontrollen sind im Einklang mit dem Industriestandard ISO 27000 definiert. Damit sorgen wir dafür, dass die von uns verarbeiteten Daten korrekt und vollständig sind und nur von zuständigen Mitarbeitern eingesehen werden können. Die benötigten Benutzerkonten und Zugriffsrechte verwalten wir zentral nach fest definierten und teilautomatisierten Prozessen. Wir prüfen regelmäßig, ob bei kritischen Benutzerrechten Konzernvorgaben eingehalten werden, und berichten zentral über die Ergebnisse der Untersuchungen. Die betroffenen Mitarbeiter werden zum Thema IT-Sicherheit über regelmäßige und standardisierte Schulungen nach ISO 27000 sensibilisiert, vorbereitet und aktuell informiert. Darüber hinaus lassen wir wesentliche Prozesse und IT-Systeme unserer zentralen IT-Gesellschaft METRO SYSTEMS sowie seit dem Jahr 2015 auch Media-Saturn IT Services (MSITS) von der internen Revision und externen Prüfern nach dem internationalen Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen ISAE 3402 (International Standard on Assurance Engagement) prüfen. Dem Risiko des Daten- und Identitätsdiebstahls besonders bei Geheimnisträgern begegnen wir mit Informationskampagnen zur sicheren Benutzung von IT im gesamten Arbeitsalltag.

Das Bewusstsein für die Relevanz des Datenschutzes ist auf allen Ebenen im Konzern weiter gestärkt worden. Die Verpflichtung zur Einhaltung des Datenschutzes gemäß dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) ist Bestandteil von Arbeitsverträgen. Insbesondere Mitarbeiter aus Unternehmensbereichen, die Zugang zu sensiblen Daten haben und mit diesen

arbeiten, nehmen an Präsenzs Schulungen zum Thema Datensicherheit teil. Mitarbeiter mit privilegierten Zugriffsrechten, beispielsweise Administratoren, müssen eine zusätzliche Verpflichtungserklärung unterzeichnen.

Personalrisiken

Kompetenz, Engagement und Motivation der Beschäftigten bestimmen maßgeblich den Erfolg und die Wettbewerbschancen der METRO GROUP. Eine Voraussetzung für die Realisierung der strategischen Ziele sind qualifizierte Fach- und Führungskräfte. Diese Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden, ist eine kontinuierliche Herausforderung, vor allem vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und des intensiven Wettbewerbs um die besten Kräfte. Auch unternehmensinterne Angebote zur weiteren Qualifizierung von Mitarbeitern und zur Stärkung der Unternehmenskultur sind unverzichtbar. Um die Fach- und Führungskompetenz unserer Mitarbeiter sicherzustellen, optimieren wir die Aus- und Weiterbildung auf allen Ebenen. Trainings und Maßnahmen für eine effektive Personalentwicklung fördern die unternehmerische Denk- und Handlungsweise; variable, auf den Unternehmens- und persönlichen Zielen basierende erfolgsabhängige Gehaltsbestandteile wirken unterstützend. Die direkte Beteiligung am Unternehmenserfolg stärkt die Identifikation der Mitarbeiter mit der METRO GROUP und schärft ihren Blick für Risiken und Chancen bei allen unternehmerischen Entscheidungen.

Wir sind überzeugt: Die METRO GROUP kann nur dann wachsen, wenn wir unsere Mitarbeiter fördern. Dem tragen wir Rechnung durch das jährliche Mitarbeitergespräch, in dem die vergangene Leistung bewertet und zukünftige Entwicklungsmaßnahmen mit dem einzelnen Mitarbeiter vereinbart werden. Mit gezielten Ausbildungsprogrammen, die wir in Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Partnern umsetzen, gelingt es uns, junge Menschen für die METRO GROUP zu gewinnen und sie ihren Stärken entsprechend zu fördern. Insbesondere in Deutschland legen daher die Unternehmen der METRO GROUP großen Wert auf die eigene Ausbildung von Mitarbeitern. Mit einer Ausbildungsquote von 7,6 Prozent (ohne nicht fortgeführte Aktivität Galeria Kaufhof) im Berichtszeitraum gehören wir zu den großen Ausbildern in Deutschland.

Die Nachfolgeplanung innerhalb der METRO GROUP, insbesondere für die oberen Führungsebenen, gewährleisten wir durch maßgeschneiderte Karriere- und Entwicklungspläne. Mit all diesen Maßnahmen begegnen wir den wesentlichen Risiken der unzureichenden Entwicklung und Pflege des

Führungskräftenachwuchses (Risiko Nummer 6, unverändert zum Vorjahr).

Konzepte zur betrieblichen Gesundheitsförderung und Arbeitssicherheit sowie verschiedene lokal abgestimmte Angebote, wie zum Beispiel Rückenschulungen, Fitnesskurse, Betriebssport, Ernährungstipps, Trainings für die Stressprävention, Ergonomieberatungen, Bildschirmarbeitsbrillen und Mitarbeiterberatungsprogramme, sorgen für ein sicheres, gefahrungsfreies Arbeitsumfeld. Risiken durch Verletzung geltender Arbeitsnormen begegnen wir durch eindeutige Richtlinien und Compliance-Vorgaben in Verbindung mit dem respektvollen Umgang mit den Mitarbeitern und unterstützt durch Leitlinien zu fairen Arbeitsbedingungen und zur Sozialpartnerschaft. Unsere Richtlinien zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement haben ein Arbeitsumfeld zum Ziel, das von Respekt, Fairness und Partnerschaftlichkeit geprägt ist.

Weitere Informationen zur Personalpolitik der METRO GROUP finden sich im Kapitel Grundlagen des Konzerns – Mitarbeiter.

Rechtliche und steuerliche Risiken

Rechtliche Risiken resultieren vor allem aus arbeits- und zivilrechtlichen Verfahren sowie aus Änderungen von Handelsgesetzen. Daneben können sich Risiken für die METRO GROUP auch aus Ermittlungsverfahren ergeben, wie beispielsweise wegen etwaiger Verstöße gegen das Kartell- oder Wettbewerbsrecht (Risiko Nummer 9, unverändert zum Vorjahr). Kartellrechtsrisiken können im Rahmen der geschäftlichen Beziehungen zu Lieferanten der METRO GROUP etwa bei der Frage der Wiederverkaufspreise von Handelsware auftreten. Für anhängige Kartellverfahren wurde, sofern die Verpflichtung hinreichend konkretisiert ist, eine angemessene Risikovorsorge gebildet.

Die Steuerrisiken entstehen vornehmlich im Zusammenhang mit Außenprüfungen, in deren Verlauf Sachverhalte und Transaktionen unterschiedlich gewürdigt werden. Darüber hinaus können sich Risiken aus der Auslegung umsatzsteuerlicher Regelungen ergeben. Um steuerliche Risiken frühzeitig zu erkennen und zu minimieren, hat der Bereich Corporate Group Tax der METRO AG entsprechende Richtlinien erlassen. Die Risiken werden regelmäßig und systematisch geprüft und bewertet. Die daraus resultierenden Maßnahmen zur Risikominderung werden zwischen dem Bereich Corporate Group Tax der METRO AG und den Landesgesellschaften abgestimmt.

Beherrschung der Media-Saturn-Holding GmbH

Auf der Grundlage der vorliegenden gerichtlichen Entscheidungen zu Fragen der Governance in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH sieht sich der Vorstand in seiner Auffassung bestätigt, dass die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe nach den einschlägigen IFRS-Regelungen (International Financial Reporting Standards) in der Vergangenheit und auch im Konzernabschluss zum 30. September 2015 zutreffend erfolgt ist.

Der Vorstand erwartet – bestärkt durch die zwischenzeitlich ergangenen weiteren gerichtlichen Entscheidungen – im Rahmen von anderen, insbesondere durch den Minderheitsgesellschaftler beziehungsweise durch von diesem entsandte Beiratsmitglieder initiierten Gerichtsverfahren keine abweichenden Beurteilungen der relevanten Fragen in Bezug auf die Governance der Media-Saturn-Unternehmensgruppe.

Sollte eine solche abweichende Beurteilung dennoch erfolgen, würde der Vorstand seine Auffassung bezüglich der Vollkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe überprüfen; es könnte sich die Notwendigkeit ergeben, eine Entkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe vorzunehmen, soweit nicht auch dann noch von einer dauerhaften Möglichkeit der Ausübung der Beherrschung ausgegangen werden kann. Eine Entkonsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe auf Grundlage aktueller Werte würde zu einem einmaligen, nicht cash-wirksamen Entkonsolidierungsertrag führen. Die Beteiligung an der Media-Saturn-Unternehmensgruppe wäre nach der Entkonsolidierung nach der Equity-Methode zu bewerten. Aus dieser geänderten Form der Einbeziehung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe könnten sich Auswirkungen auf die Finanzkennzahlen ergeben.

——— Weitere Informationen zu Rechtsangelegenheiten finden sich im Anhang – Nummer 47 Sonstige Rechtsangelegenheiten.

Compliance-Risiken

Die geschäftlichen Aktivitäten der METRO GROUP unterliegen vielfältigen Rechtsvorschriften und selbst gesetzten Verhaltensstandards. Die gesetzlichen Anforderungen der verschiedenen Rechtsordnungen sowie die Erwartungen unserer Kunden und der Öffentlichkeit zur Sicherstellung von Compliance im Unternehmen sind insgesamt weiter gestiegen und komplexer geworden. Um diesen Rahmenbedingungen gerecht zu werden, hat die METRO GROUP ein konzernweites Compliance-Managementsystem eingerichtet und kontinuierlich weiterentwickelt. Dieses zielt darauf ab, Re-

gelverstößen im Unternehmen systematisch und dauerhaft vorzubeugen. Die METRO GROUP identifiziert regelmäßig verhaltensbedingte Unternehmensrisiken.

Der inhaltliche Fokus unseres Compliance-Managements liegt vor allem darauf, Korruptions- und Kartellrechtsrisiken vorzubeugen. Korruptionsrisiken können zum einen im Verhältnis zu Behörden und Amtspersonen, etwa im Rahmen der internationalen Expansionstätigkeit oder bei Genehmigungsprozessen, bestehen. Zum anderen können sie im geschäftlichen Umgang mit Lieferanten und weiteren Geschäftspartnern entstehen (Risiko Nummer 9, unverändert zum Vorjahr). Inhaltlich umfasst das konzernweite Compliance-Managementsystem darüber hinaus andere relevante straf- und ordnungsrechtliche Risiken, Datenschutz und arbeitsrechtliche Risikofelder wie Diskriminierung.

Unter Berücksichtigung der identifizierten und bewerteten Compliance-Risiken werden im Rahmen des Compliance-Managementsystems die erforderlichen organisatorischen Strukturen etabliert. Die Risiken werden in den vorhandenen Strukturen konsistent durch die jeweils verantwortlichen Fachbereiche gesteuert und kontrolliert.

Zur Steuerung der identifizierten Compliance-Risiken hat die METRO AG konzernweit gültige Verhaltensrichtlinien eingeführt, darunter ein Kartellrechtshandbuch, das beispielsweise Arbeitshilfen für Lieferantenverhandlungen bereitstellt. Es beinhaltet außerdem Musterformulierungen, die zur kartellrechtskonformen Kommunikation mit Lieferanten Anwendung finden. Darüber hinaus hat die METRO AG konzernweit Antikorruptionsrichtlinien eingeführt, die Verhaltenspflichten im Umgang mit Behörden und Amtsträgern einerseits und Geschäftspartnern andererseits beinhalten. Die Antikorruptionsrichtlinien setzen darüber hinaus einen Compliance-Check für Geschäftspartner in risikobehafteten Bereichen voraus, bevor Geschäftsbeziehungen eingegangen werden.

Die Compliance-Richtlinien werden fortlaufend aktualisiert und risikobasiert angepasst. Hinzu kommen verpflichtende Compliance-Schulungen, systematische und adressatengerechte Kommunikationsmaßnahmen sowie ein konsistenter und konsequenter Umgang mit Compliance-Vorfällen und deren Aufarbeitung. Zudem steht den Mitarbeitern der METRO GROUP, ihren Geschäftspartnern und Kunden ein professionelles Meldesystem zur Verfügung, über das sie beobachtete oder potenzielle Verstöße – bei Bedarf auch anonym – dem Unternehmen in allen im Konzern genutzten Sprachen mitteilen können. Die

Compliance-Funktion gewährleistet, dass diesen Hinweisen in angemessener Form nachgegangen wird.

Das interne Kontrollsystem ist eines der wesentlichen Elemente einer gut ausgestalteten Corporate Governance im Unternehmen. Durch die Stärkung des internen Kontrollsystems werden die Compliance- und Governance-Anforderungen zunehmend mit den operativen Geschäfts- und Finanzprozessen verknüpft.

Die Beurteilung der Angemessenheit und Effektivität des internen Kontrollsystems erfolgt zum Ende eines Geschäftsjahres über das Instrument der Selbsteinschätzung einerseits sowie durch Prüfungen der Konzernrevision andererseits.

In sensiblen Prozessbereichen, insbesondere in Expansions-, Bau-, Einkaufs- und Marktprozessen, werden wir die im letzten Geschäftsjahr begonnenen Verbesserungen weiter fortsetzen (Risiko Nummer 8, unverändert zum Vorjahr). Aus diesem Grund führen wir Risikoanalysen durch und überarbeiten beziehungsweise erweitern unsere operativen Kontrollstrukturen. Zusätzlich prüfen wir verstärkt die Effektivität der gesetzten Kontrollen für spezifische Prozesse.

Darstellung der Chancensituation

Für die METRO GROUP bestehen vielfältige Chancen für eine künftige nachhaltig positive Geschäftsentwicklung. Diese ergeben sich für uns vor allem daraus, dass wir uns konsequent und frühzeitig auf die Bedürfnisse von Verbrauchern und Gewerbetreibenden ausrichten. Unser zentrales Ziel ist es, Kundenmehrwert zu schaffen. Dazu erschließen wir beispielsweise neue Vertriebswege und nutzen die Möglichkeiten, die sich aus der demografischen Entwicklung und der zunehmenden Differenzierung in den reifen Märkten Westeuropas und aus dem Bevölkerungswachstum in den Entwicklungs- und Schwellenländern ergeben. Wir analysieren die relevante globale und nationale Trendlandschaft und treffen die erforderlichen Entscheidungen, um Chancen in der Zukunft gezielt zu nutzen und Wettbewerbsvorteile zu erarbeiten.

Chancen aus der Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen

Insgesamt erwarten wir im Geschäftsjahr 2015/16 eine leichte Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den Handel.

Von der leicht verbesserten Wirtschaftslage könnten wir bei Umsatz und Ergebnis profitieren. Insgesamt steigt die Nachfrage zudem – auch langfristig – in Ländern mit wachsender Bevölkerung. Die METRO GROUP ist in vielen Märkten vertreten, in denen wir von dieser Entwicklung profitieren können. Zusätzlich bauen wir unser Engagement durch die weiterhin gezielte Expansion in den Wachstumsregionen Asien und Osteuropa weiter aus. Dabei konzentrieren wir uns auf jene Geschäftseinheiten und Länder, in denen wir ein klares Profil und eine starke Marktposition aufbauen können. Zu den Märkten, in denen wir unser Engagement ausbauen, gehören daher wie bisher vor allem China, Indien, Russland und die Türkei.

Der Abbau bürokratischer Hürden kann der METRO GROUP den Eintritt in neue Märkte erleichtern. Der Güterhandel zwischen den Ländern der Europäischen Union (EU) und Drittstaaten, mit denen die EU Freihandelsabkommen geschlossen hat (zum Beispiel Kanada, Moldawien, Südkorea, Ukraine) oder mit denen die EU zurzeit in Verhandlungen steht (zum Beispiel Indien, Japan, USA, Vietnam), könnte zollfrei oder mit reduzierten Zollsätzen getätigt werden. Vielversprechend sind aus unserer Sicht auch die Verhandlungen bezüglich eines Abkommens zur Vereinfachung des Handels. Importe und Exporte könnten vereinfacht und die Kosten für den grenzüberschreitenden Verkehr um bis zu 10 Prozent gesenkt werden. Daher begrüßt die METRO GROUP die Ergebnisse der 9. WTO-Minister-Konferenz (World Trade Organization) in Bali im Dezember 2013 und den Beschluss der 160 WTO-Mitglieder, ein multilaterales Abkommen zur Vereinfachung der Zollabfertigung sowie zur Steigerung der Effizienz in den Zollprozessen der WTO-Mitgliedsstaaten abzuschließen.

Unternehmensstrategische Chancen

Die Vertriebslinien der METRO GROUP besitzen in den Ländern, in denen sie vertreten sind, einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. In vielen Märkten haben wir führende Positionen erreicht. Diese gilt es weiter zu festigen und auszubauen. Insbesondere in den Ländern, die von der anhaltenden Wirtschafts- und Finanzkrise besonders betroffen sind, haben sich schwächere Marktteilnehmer zurückgezogen. Wir versuchen, die entstehenden Lücken zu füllen oder, sofern sinnvoll, einzelne Standorte zu übernehmen. Der Rückzug von Wettbewerbern würde Chancen für weitere Marktanteilsgewinne eröffnen. Zusätzliches Potenzial sehen wir darüber hinaus in der erfolgreichen Repositionierung von Landesgesellschaften, die in einem schwierigen wirtschaftlichen Umfeld agieren

(zum Beispiel Deutschland, Südeuropa). Bereits laufende Maßnahmen zur Transformation und zur Restrukturierung zielen darauf ab, die Marktposition zu verbessern und die Profitabilität zu steigern.

Durch die Optimierung von Vertriebskonzepten, die weitere Fokussierung auf Kernzielgruppen und die Modernisierung von Standorten ergibt sich die Chance, neue Kundengruppen zu gewinnen beziehungsweise bestehende Kundenbeziehungen weiter auszubauen. Dafür stellt die METRO GROUP kontinuierlich Investitionsmittel bereit. Die Investitionsstrategie ist darauf ausgerichtet, die Wettbewerbsstärke aller Vertriebsmarken zu sichern und auszubauen sowie die Kunden noch besser und gezielter anzusprechen. Beispiele hierfür sind die neuen innovativen Formate, die deutliche Intensivierung unserer Onlineaktivitäten und des Mehrkanalgeschäfts, die Stärkung unserer Eigenmarken, Franchise-Konzepte sowie die Investitionen in innovative Vertriebsformate und kundennahe Services und Lösungen. Bei allen Vertriebslinien sehen wir erhebliche Chancen in der sinnvollen Verzahnung von stationärem und elektronischem Handel.

Weitere Chancen sehen wir in der verstärkten Zusammenarbeit der einzelnen Vertriebslinien, zum Beispiel im Bereich Consumer Electronics. Shop-in-Shop-Konzepte, bei denen wir die Elektronikabteilungen von METRO Cash & Carry durch Media-Markt beziehungsweise Saturn bewirtschaften lassen, testen wir bereits. Die ersten beiden Pilotmärkte wurden im vierten Quartal des Berichtsjahres in Russland eröffnet.

Beim Cash-and-Carry-Geschäft sehen wir zusätzlich großes Potenzial im weiteren Ausbau des Belieferungskanal und in der Erschließung weiterer professioneller Kundengruppen. Für das Real-Geschäft werden Chancen durch eine strategische Neuausrichtung geschaffen, die sich unter anderem auf die Modernisierung der Märkte, die Optimierung des Standortportfolios sowie eine stärkere Kundenorientierung fokussiert.

Der Vertrieb über das Internet ist nach wie vor eine wichtige Chance für den künftigen Erfolg unseres Unternehmens. Im Handel verzeichnet das Onlinegeschäft hohe Wachstumsraten. Wir gehen weiterhin davon aus, dass sich diese Entwicklung fortsetzen wird und die Dynamik im Wettbewerbsumfeld sowohl beim stationären Geschäft als auch beim Internet-handel mittelfristig bestehen bleibt. Daher ist es für die METRO GROUP unerlässlich, den Vertriebskanal Internet weiter zu stärken. Alle unsere Vertriebslinien sind in Deutschland und in vielen weiteren Ländern mit Onlineshops

im Internet präsent. Im Geschäftsjahr 2014/15 haben wir die Onlineshops kontinuierlich optimiert. Beispiel hierfür ist die kürzlich vereinbarte strategische Zusammenarbeit mit dem führenden chinesischen Online- und Mobile-Commerce-Unternehmen Alibaba Group. Auf der Tmall-Global-Plattform des Unternehmens konnte die METRO GROUP ihre Onlineaktivitäten durch einen Flagshipstore auf dem schnell wachsenden chinesischen E-Commerce-Markt erfolgreich verstärken. Durch diese und viele andere Maßnahmen haben wir auch im Berichtsjahr weitere Fortschritte beim Wandel vom rein stationären Anbieter hin zu einem verzahnten Mehrkanalvertrieb erzielt. Gegenüber reinen Internetanbietern schaffen wir damit für die Kunden einen echten Mehrwert.

Aus der dynamischen Entwicklung von Informationstechnologien ergeben sich für uns große Chancen, die eigenen Prozesse zu optimieren und unseren Kunden neue Angebote zu unterbreiten. Immer weiter verbreitete und leichter nutzbare Informationstechnologien, wie mobile Kommunikation (Mobile Computing), soziale Medien und Cloud-Lösungen, sind ein wesentlicher Treiber von neuen Innovationsfeldern. Die Implementierung von Lösungen zur Verarbeitung großer Datenmengen (Big Data) verspricht eine erhebliche Verbesserung von Marketinginstrumenten, eine effizientere Logistik sowie die Möglichkeit zur Einführung neuer kundenorientierter Produkte und Dienstleistungen. Die frühzeitige Einbindung der METRO GROUP IT bei Aktivitäten zur Beurteilung und Förderung von Start-up-Unternehmen wie auch bei nachfolgenden Unternehmensbeteiligungen ermöglicht eine lösungs- wie sicherheitsgerechte Anbindung von IT-basierten Services.

Wir sind der Überzeugung, dass die Anwendung von innovativen Ideen im Zusammenhang mit der voranschreitenden Digitalisierung die Zukunft der Handelsindustrie immer stärker beeinflussen wird und die Entstehung neuer Geschäftsmodelle vorantreibt. Innerhalb unseres Konzerns sehen wir großes Potenzial in denjenigen neuen Geschäftsmodellen, die unseren Kunden einen exzellenten Mehrwert bieten, gut zu unserer Strategie passen sowie an die bestehenden Stärken in unseren operativen Prozessen anknüpfen.

Die Adaptierbarkeit von Innovationen für unser Unternehmen testen wir zunächst im Rahmen von Pilotprojekten und durch Beteiligungen an interessanten Start-up-Unternehmen. In Kooperation mit dem amerikanischen Unternehmen Techstars haben wir zudem im Berichtsjahr den Techstars METRO Accelerator eingeführt. Das Ziel dieser Programme ist die Unterstützung von innovativen Start-up-Unternehmen inner-

halb des Horeca-Segments. Der Techstars METRO Accelerator ist das erste globale Programm, das sich hauptsächlich auf technologische Anwendungen für Gastronomie, Hotellerie und Catering konzentriert.

Die demografische Entwicklung bietet eine weitere große Chance für die METRO GROUP. Die alternde Bevölkerung in Westeuropa und die zunehmende Konzentration auf wirtschaftliche und kulturelle Zentren prägen die aktuellen und zukünftigen Bedürfnisse unserer Kunden. Generell sind die Standorte unserer Vertriebslinien leicht und in der Regel barrierefrei erreichbar. Zudem stellen sich die Filialen mit Beratung und Warensortiment auf die Bedürfnisse der Kunden aller Altersgruppen ein. Damit sehen wir gute Chancen, zusätzliche Marktanteile zu gewinnen.

Leistungswirtschaftliche Chancen

Zusätzlich zur konsequenten Erschließung von Kostensenkungspotenzialen schaffen Produktivitätssteigerungen, insbesondere durch Prozessoptimierungen, die Basis für nachhaltigen Erfolg. Hierzu gehören zahlreiche Vorhaben, die wir bereits initiiert haben und weiterhin konsequent umsetzen werden. Dazu zählen der Ausbau unserer Belieferungsaktivitäten und die Erhöhung des Anteils der margenstarken Eigenmarken am Gesamtumsatz. Sollten wir mit der Umsetzung weiterer Produktivitätsverbesserungen größere Fortschritte machen als derzeit erwartet, könnte sich dies positiv auf unsere Geschäftsentwicklung auswirken.

Außer der Kostenkomponente sind Qualität und Frische wichtige Unterscheidungsmerkmale, die insbesondere bei Lebensmitteln relevant sind. Durch Mitarbeiter, die kontinuierlich die Qualität überprüfen und sicherstellen, können wir uns hier vom Wettbewerb absetzen und eine Kundenwahrnehmung schaffen, die sich positiv auf Umsatz und Ertrag auswirkt.

Weitere Chancen ergeben sich aus Maßnahmen zur Reduzierung unserer spezifischen Treibhausgasemissionen. Unser Klimaschutzziel erfordert zwar Investitionen, die aber bedingt durch niedrigere Kosten, vor allem für Energie, mittel- und langfristig zu Einsparungen führen, die sowohl finanziell als auch ökologisch Vorteile und Verbesserungen bieten.

Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG werden regelmäßig über die Risiko- und Chancensituation des Unternehmens informiert. Insgesamt hält sich das Risiko-Chancen-Profil der METRO GROUP auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr. Für die Beurteilung der gegenwärtigen Situation wurden die Risiken und Chancen nicht nur isoliert betrachtet, sondern es wurden auch Interdependenzen analysiert und entsprechend ihrer Wahrscheinlichkeit und ihrer Auswirkung bewertet. Die Beurteilung hat ergeben, dass die Risiken insgesamt beherrschbar sind. Die identifizierten Risiken stellen sowohl einzeln als auch in ihrer Gesamtheit keine den Fortbestand des Konzerns gefährdenden Risiken im Hinblick auf Illiquidität oder Überschuldung im Zeitraum von mindestens einem Jahr dar. Wir sind zuversichtlich, dass die Ertragskraft der METRO GROUP eine solide Basis für eine nachhaltige sowie positive Geschäftsentwicklung und die Nutzung vielfältiger Chancen bietet. Diese Einschätzung spiegelt sich in der Bewertung der von uns beauftragten international führenden und unabhängigen Ratingagentur Standard & Poor's wider. Die Kreditwürdigkeit wird unverändert im Investmentgrade-Bereich BBB- mit stabilem Ausblick eingestuft. Grundlegende Änderungen der Risiko- und Chancensituation erwartet der Vorstand der METRO AG derzeit nicht.

– VERGÜTUNGSBERICHT

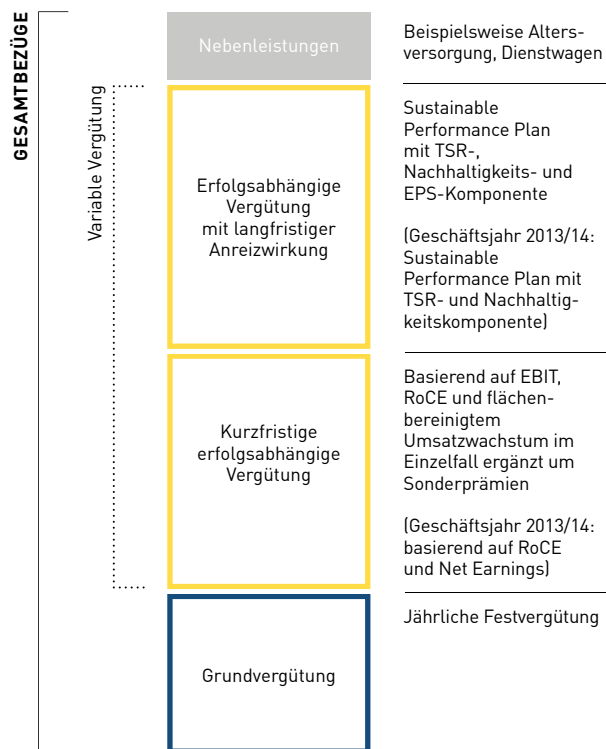
Der nachstehende Bericht stellt die Vergütung des Vorstands und des Aufsichtsrats der METRO AG für das Geschäftsjahr 2014/15 nach Maßgabe des Handelsgesetzbuchs und des Deutschen Corporate Governance Kodex dar. Die Vergütung des Vorstands wird insbesondere nach den Mustertabellen des Kodex ausgewiesen. Darüber hinaus beschreibt der Bericht die Vergütungssysteme und gibt auch Informationen zur anteilsbasierten Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP.

Das Vergütungssystem für den Vorstand wird durch den Aufsichtsrat der METRO AG beschlossen und von seinem Personalausschuss vorbereitet. Es beinhaltet zwei variable Komponenten, die mit Wirkung ab dem Geschäftsjahr 2014/15 neu gestaltet wurden. Zielsetzung dieser Änderung war die Anpassung dieser Vergütungskomponenten an die aktuellen Planungen der METRO GROUP sowie eine stärkere Ausrichtung der Erfolgsziele auf die Besonderheiten eines Handelsunternehmens. Ferner kann durch die Anpassung den Maßnahmen zur Transformation des Konzerns auch im Vergütungssystem besser Rechnung getragen werden. Inhaltlich wurden im Wesentlichen die Erfolgsziele geändert und die maximalen Auszahlungsbeträge (Auszahlungscaps) reduziert. Weiterhin wurde den Mitgliedern des Vorstands die Möglichkeit der Erweiterung der Anwartschaft auf betriebliche Altersversorgung durch Umwandlung von Entgeltbestandteilen aus der Grundvergütung sowie der variablen Vergütung eingeräumt. Das so geänderte Vergütungssystem wurde von der Hauptversammlung am 20. Februar 2015 mit 99,6 Prozent der abgegebenen Stimmen gebilligt. Die Funktionsweise des Systems wird nachfolgend beschrieben.

Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands

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

Vergütungssystem für die Mitglieder des Vorstands



(Schematische Darstellung)

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

Die Gesamtbezüge sowie die einzelnen Vergütungskomponenten stehen in einem angemessenen Verhältnis zu den Aufgaben und Leistungen des jeweiligen Mitglieds des Vorstands sowie zur Lage der Gesellschaft und erfüllen die gesetzlichen Anforderungen an die Üblichkeit von Vergütungen. Die variable Vergütung setzt Leistungsanreize für den Vorstand, den Unternehmenswert zu steigern, und ist auf eine nachhaltige und langfristige Unternehmensentwicklung ausgerichtet.

Grundvergütung

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

Kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung (Short-Term Incentive / Sonderprämien)

Das Short-Term Incentive honoriert die operative Unternehmensentwicklung anhand von drei finanziellen, auf das jeweilige Geschäftsjahr bezogenen Erfolgszielen, die je mit einem Drittel gewichtet werden.

Für jedes Vorstandsmitglied wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgelegt. Der Auszahlungsbetrag ergibt sich durch Multiplikation des Zielbetrags mit dem Faktor der Gesamtzielerreichung. Dieser berechnet sich durch Ermittlung der jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundeten Zielerreichungsfaktoren für jedes der drei finanziellen Erfolgsziele. Das arithmetische Mittel der Faktoren, ebenfalls auf zwei Nachkommastellen gerundet, ergibt den Gesamtzielerreichungsfaktor. Die Gesamtzielerreichung ist auf den Faktor 2,0 begrenzt (Auszahlungscap).

Das Short-Term Incentive beruht auf den Parametern

- Ergebnis vor Abzug von Zinsaufwendungen und Steuern / Earnings Before Interest and Taxes (EBIT) des METRO-Konzerns,
- Rendite auf das eingesetzte Kapital / Return on Capital Employed (RoCE) des METRO-Konzerns und
- flächenbereinigtes Umsatzwachstum / Like-for-like Sales Growth des METRO-Konzerns; der Begriff bezeichnet das Umsatzwachstum in Lokalwährung auf vergleichbarer Fläche beziehungsweise bezogen auf ein vergleichbares Panel an Standorten.

Für jeden der drei Parameter werden im Regelfall vor Beginn des Geschäftsjahres durch den Aufsichtsrat Erfolgsziele festgelegt. Basis für die Ermittlung der Ziele ist die Budgetplanung, die der Zustimmung des Aufsichtsrats bedarf. Zur Ermittlung der Zielerreichung definiert der Aufsichtsrat für jedes Erfolgsziel eine untere Schwelle (Eintrittshürde) und einen Zielwert für die Zielerreichung von 100 Prozent. Dem jeweiligen Grad der Zielerreichung für jedes Erfolgsziel wird ein Faktor zugeordnet:

- Ist der Grad der Zielerreichung 100 Prozent, beträgt der Faktor 1,0.
- Ist der Grad der Zielerreichung kleiner oder gleich der Eintrittshürde, so ist der Faktor 0,0.

- Der Faktor für eine Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 100 Prozent wird mittels linearer Interpolation ermittelt.

Für die Ermittlung der Zielerreichung wird jeweils auf das um Sonderfaktoren und Wechselkursänderungen bereinigte Ergebnis abgestellt. Ein Sonderfaktor ist ein Geschäftsvorfall beziehungsweise ein Bündel gleichartiger Geschäftsvorfälle mit Einmalcharakter, der die operative Geschäftstätigkeit signifikant in ihrer Aussagekraft beeinflusst und sich aufwands- oder ertragswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung niederschlägt. Der Aufsichtsrat legt im Regelfall vor Beginn des zu incentivierenden Geschäftsjahres fest, welche Geschäftsvorfälle als Sonderfaktoren bei der Ermittlung der Vorstandsvergütung bereinigt werden. Eine Bereinigung von Wechselkursänderungen erfolgt insoweit, als diese nicht den im Budget unterstellten Prämissen entsprechen.

Um die individuelle Leistungsbezogenheit der Vorstandsvergütung sicherzustellen, behält sich der Aufsichtsrat der METRO AG generell das Recht vor, das individuelle Short-Term Incentive nach seinem Ermessen um bis zu 30 Prozent zu reduzieren oder um bis zu 30 Prozent zu erhöhen.

Für das Short-Term Incentive im Geschäftsjahr 2014/15 wurden individuell folgende Zielbeträge und Auszahlungscaps zugrunde gelegt:

€ p. a.	Zielbetrag des Short-Term Incentive für das Geschäftsjahr 2014/15	Begrenzung der Auszahlung für das Geschäftsjahr 2014/15
Olaf Koch	1.200.000	2.400.000
Pieter C. Boone ¹	180.000	360.000
Mark Frese	900.000	1.800.000
Pieter Haas ²	810.000	1.620.000
Heiko Hutmacher	900.000	1.800.000

¹ Mitglied des Vorstands seit 1. Juli 2015

² Mitglied des Vorstands seit 1. April 2013

Zusätzlich kann der Aufsichtsrat Mitgliedern des Vorstands für besondere außerordentliche Leistungen Sonderprämien gewähren.

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

Erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive)

Das Long-Term Incentive ist auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtet und hat eine mehrjährige Bemessungsgrundlage.

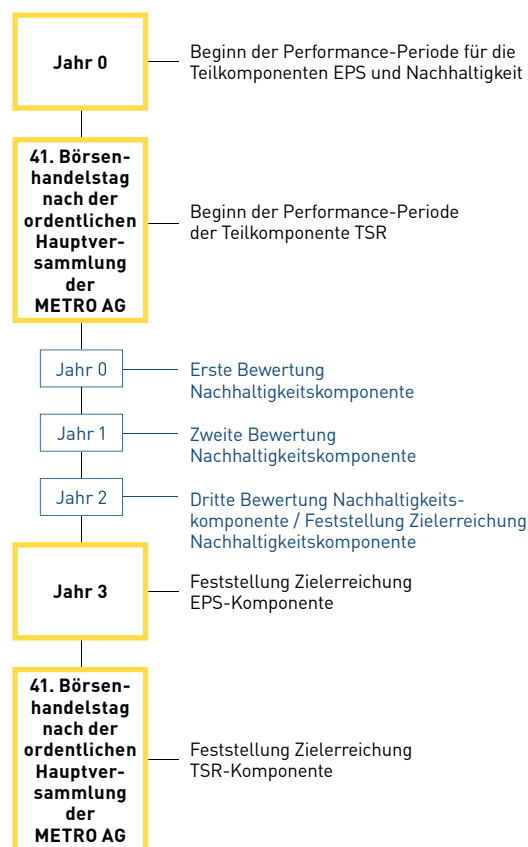
Sustainable Performance Plan Version 2014 (2014/15–2017/18)

Nachdem im Geschäftsjahr 2013/14 die erste Tranche des Sustainable Performance Plan begeben wurde, hat der Aufsichtsrat der METRO AG am 10. Dezember 2014 die Anpassung des Sustainable Performance Plan ab dem Geschäftsjahr 2014/15 beschlossen: den so genannten Sustainable Performance Plan Version 2014 mit einer Planlaufzeit von vier Tranchen bis zum Geschäftsjahr 2017/18. Der Sustainable Performance Plan Version 2014 setzt durch die Einbindung eines weiteren Erfolgsziels einen noch stärkeren Anreiz für eine langfristige und nachhaltige Unternehmensentwicklung der METRO GROUP unter Berücksichtigung der langfristigen Erwartungen der Aktionäre und der weiteren Stakeholder sowie der ökologischen Verantwortung. Zur Messung der Performance werden neben anteilsbasierten Kennzahlen und dem internen Wachstum auch qualitative Aspekte der wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Unternehmensführung miteinbezogen. Für die Tranche 2014/15 des Sustainable Performance Plan Version 2014 gilt eine dreijährige Performance-Periode. Ab der Tranche 2015/16 beträgt die Performance-Periode vier Jahre.

Für jedes Vorstandsmitglied wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgelegt. Der Auszahlungsbetrag ergibt sich durch Multiplikation des Zielbetrags mit dem Faktor der Gesamtzielerreichung. Dieser berechnet sich durch Ermittlung der jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundeten Zielerreichungsfaktoren für jedes der drei Erfolgsziele. Das arithmetische Mittel der Faktoren, ebenfalls auf zwei Nachkommastellen gerundet, ergibt den Gesamtzielerreichungsfaktor. Der Auszahlungsbetrag ist auf maximal 250 Prozent des Zielbetrags begrenzt (Auszahlungscap). Für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind gesonderte Regelungen zur Auszahlung von Tranchen vereinbart.

Der zeitliche Ablauf des Sustainable Performance Plan Version 2014 strukturiert sich wie folgt:

Zeitlicher Ablauf Sustainable Performance Plan Version 2014 (dreijährige Performance-Periode)



[Schematische Darstellung]

Der Sustainable Performance Plan Version 2014 beruht auf den drei Erfolgszielen

- Aktienrendite / Total Shareholder Return (TSR),
- Nachhaltigkeit und
- Ergebnis pro Aktie / Earnings per Share (EPS).

Für die Berechnung des Zielerreichungsfaktors der **TSR-Komponente**, die daran gemessen wird, wie sich die Aktienrendite der METRO-Stammaktie im Performance-Zeitraum relativ zu einem definierten Vergleichsindex entwickelt, werden über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung der METRO AG im Gewährungsjahr die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Anfangskurs.

Am 41. Börsenhandelstag nach der ordentlichen Hauptversammlung beginnt die Performance-Periode für die jeweilige Tranche. Wiederum über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung drei Jahre beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier Jahre nach Ermittlung des Anfangskurses und Begebung der jeweiligen Tranche werden die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird erneut der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Endkurs. Dabei berechnet sich der TSR aus der Veränderung des METRO-Aktienkurses und der Summe der hypothetisch reinvestierten Dividenden über die Performance-Periode in Relation von Endkurs zu Anfangskurs als Prozentsatz.

Der so errechnete METRO-TSR wird mit dem TSR des Dow Jones STOXX Europe 600 Retail Index (Index-TSR) in der Performance-Periode verglichen und der Faktor für die Berechnung der TSR-Komponente bei der dreijährigen Performance-Periode der Tranche 2014/15 wie folgt ermittelt:

- Ist der METRO-TSR identisch mit dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 1,0,
- liegt der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte oder mehr unter dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 0,0,
- ist der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte größer als der Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 30 Prozentpunkten berechnet sich der TSR-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Für die Ermittlung des Zielerreichungsfaktors der **Nachhaltigkeitskomponente** nimmt die METRO AG in jedem Jahr der drei- beziehungsweise vierjährigen Performance-Periode des Sustainable Performance Plan Version 2014 am Corporate Sustainability Assessment teil, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food and Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Dieser Rang dient S&P Dow Jones Indices als Entscheidungsgrundlage für die Aufnahme in seine Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). Jedes Jahr wird die METRO AG von der RobecoSAM AG über ihren entsprechenden Rang informiert. Aus den drei beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier während der Performance-Periode von der RobecoSAM AG mitgeteilten Rängen je Tranche wird der Durchschnitt – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen –

ermittelt. Abhängig vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente der Tranche 2014/15 wie folgt:

Durchschnittsrang (kaufmännisch gerundet)	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2014/15
1	3,00
2	3,00
3	2,50
4	2,00
5	1,50
6	1,25
7	1,00
8	0,67
9	0,33
Unter 9	0,00

Für die im Sustainable Performance Plan Version 2014 neu eingeführte **EPS-Komponente** ermittelt sich der Zielerreichungsfaktor wie folgt: Der Aufsichtsrat beschließt im Regelfall zu Beginn des Geschäftsjahres einen EPS-Zielwert (vor Sonderfaktoren) für das dritte beziehungsweise vierte Jahr der EPS-Performance-Periode, eine untere Schwelle/Einstiegshürde sowie eine obere Schwelle für 200 Prozent Zielerreichung. Die tatsächlich erreichten EPS der Performance-Periode werden mit den beschlossenen Werten verglichen und der Faktor für die Berechnung der EPS-Komponente wird wie folgt ermittelt:

- Wird der EPS-Zielwert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 1,0,
- wird lediglich die untere Einstiegshürde oder ein darunter liegender Wert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 0,0,
- bei einer Zielerreichung von 200 Prozent beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 200 Prozent berechnet sich der EPS-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Sustainable Performance Plan (2013/14)

Nachdem im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die letzte Tranche des Performance Share Plan begeben wurde, hat der Aufsichtsrat der METRO AG am 10. Dezember 2013 den Sustainable Performance Plan beschlossen, dessen Tranche mit dreijähriger Performance-Periode im Geschäftsjahr 2013/14 ausgegeben wurde.

Für jedes Vorstandsmitglied wurde zunächst ein Zielbetrag in Euro festgesetzt. Er ist zu 75 Prozent abhängig von der TSR-Komponente und zu 25 Prozent von der Nachhaltigkeitskomponente.

Die Berechnung der **TSR-Komponente** folgt der für den Sustainable Performance Plan Version 2014 beschriebenen Systematik; der Faktor für die TSR-Komponente beträgt jedoch maximal 3,0 (Cap). Ferner gilt die folgende zusätzliche Bedingung, sofern der TSR-Faktor positiv ist: Eine Auszahlung von 75 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem TSR-Faktor erfolgt nur dann, wenn der ermittelte Endkurs der METRO-Aktie nicht kleiner ist als der Anfangskurs. Ist diese Bedingung nicht erfüllt, wird der errechnete Betrag zunächst nicht ausbezahlt. Ein Anspruch auf Auszahlung besteht in diesem Fall erst dann, wenn innerhalb von drei Jahren nach Ablauf der Performance-Periode der Xetra-Schlusskurs der METRO-Stammaktie über 40 aufeinanderfolgende Börsenhandelstage größer oder gleich dem Anfangskurs ist. Wird diese Bedingung nicht innerhalb der drei Jahre nach Ablauf der Performance-Periode erfüllt, erfolgt keine Auszahlung der TSR-Komponente der Tranche.

Für die Ermittlung des Faktors der **Nachhaltigkeitskomponente** gilt ebenfalls die beschriebene Systematik des Sustainable Performance Plan Version 2014, wobei sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente in Abhängigkeit vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode wie folgt ergibt:

Durchschnittsrang (kaufmännisch gerundet)	Nachhaltigkeitsfaktor Tranche Geschäftsjahr 2013/14
1	3,00
2	3,00
3	3,00
4	2,50
5	2,00
6	1,50
7	1,25
8	1,00
9	0,50
Unter 9	0,00

Dabei gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 25 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem Nachhaltigkeitsfaktor erfolgt nur unter der Bedingung, dass der Rang der METRO AG in keinem Jahr der Performance-Periode mehr

als zwei Ränge geringer ist als der letzte veröffentlichte Rang vor Begebung der Tranche, sonst beträgt der Faktor aus der Nachhaltigkeitskomponente null.

Performance Share Plan (2009–2013)

Durch Beschluss des Personalausschusses des Aufsichtsrats und mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat die METRO AG 2009 einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt, dessen letzte Tranche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgegeben wurde. Für jedes Mitglied des Vorstands wurde zunächst ein Zielwert in Euro festgesetzt. Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wurde der Zielwert durch den Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich war dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung in Euro in Höhe des Kurses der METRO-Aktie zum Auszahlungszeitpunkt. Auch hier ist der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Auszahlungszeitpunkt maßgeblich.

In Abhängigkeit von der relativen Performance der METRO-Aktie im Vergleich zum Mittelwert aus den Aktienindizes DAX 30 und Dow Jones Euro STOXX Retail – Total Return – wird nach Ablauf eines Performance-Zeitraums von mindestens drei und höchstens 4,25 Jahren die endgültige Anzahl der auszahlenden Performance Shares bestimmt. Diese entspricht der Zielanzahl, wenn eine Gleich-Performance zu den genannten Aktienindizes erreicht wird. Bis zu einer Outperformance von 60 Prozent erhöht sich die Anzahl linear auf den Maximalwert von 200 Prozent der Zielanzahl. Bis zu einer Underperformance von 30 Prozent reduziert sich die Anzahl entsprechend bis auf 50 Prozent. Bei einer höheren Underperformance fällt die Anzahl auf null.

Die Auszahlung kann zu sechs möglichen und vorab fest definierten Zeitpunkten erfolgen. Der früheste Auszahlungstermin ist drei Jahre nach Zuteilung der Performance Shares. Ab diesem Zeitpunkt ist eine Auszahlung alle drei Monate möglich. Die Mitglieder des Vorstands haben die Wahl, zu welchem dieser Zeitpunkte sie ihre Performance Shares ausüben möchten. Eine Aufteilung auf mehrere Auszahlungszeitpunkte ist nicht möglich. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) liegt beim Fünffachen des Zielwerts.

Mit dem Performance Share Plan wurden zugleich sogenannte Share Ownership Guidelines eingeführt: Als Voraussetzung für die Auszahlung der Performance Shares sind die Mitglieder des Vorstands verpflichtet, bis zum Ablauf der dreijährigen

Sperrfrist ein eigenfinanziertes Investment in METRO-Aktien aufzubauen und zu halten. Dadurch partizipieren sie als Aktionäre unmittelbar an Kursanstiegen, aber gegebenenfalls auch an Kursverlusten der METRO-Aktie. Das Aktieninvestment unterstützt die langfristige und auf eine nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichtete Ausgestaltung des Vergütungssystems und führt zu einer ausgewogenen Aufteilung zwischen den verschiedenen Vergütungskomponenten. Das eigenfinanzierte Investment gilt für die gesamte Laufzeit des Performance Share Plan.

Altersversorgung

Im Jahr 2009 wurde für die Mitglieder des Vorstands eine betriebliche Altersversorgung in Form einer Direktzusage mit einer beitragsorientierten und einer leistungsorientierten Komponente eingeführt.

Die Finanzierung der beitragsorientierten Komponente erfolgt gemeinsam durch den Vorstand und das Unternehmen. Dabei gilt die Aufteilung „7 + 7 + 7“. Sofern das Vorstandsmitglied einen Eigenbeitrag von 7 Prozent seiner definierten Bemessungsgrundlage erbringt, fügt das Unternehmen den gleichen Beitrag hinzu. In Abhängigkeit von der wirtschaftlichen Lage leistet das Unternehmen darüber hinaus einen Zusatzbeitrag in nochmals gleicher Höhe. Aufgrund des gesamtwirtschaftlichen Umfelds wurde dieser Zusatzbeitrag im Berichtsjahr weiterhin ausgesetzt. Bei Ausscheiden eines Vorstandsmitglieds vor Eintritt eines Versorgungsfalls bleiben die Beiträge mit dem erreichten Stand erhalten. Die beitragsorientierte Komponente ist über die Hamburger Pensionsrückdeckungskasse VVaG (HPR) kongruent rückgedeckt. Die Verzinsung der Beiträge erfolgt nach Maßgabe der Satzung der HPR zur Überschussbeteiligung mit einer Garantie auf die eingezahlten Beiträge.

Anspruch auf Versorgungsleistungen besteht

- dann, wenn das Dienstverhältnis mit oder nach Erreichen der Regelaltersgrenze in der deutschen gesetzlichen Rentenversicherung endet,
- als vorzeitige Altersleistung, wenn das Dienstverhältnis nach Vollendung des 60. Lebensjahres beziehungsweise nach Vollendung des 62. Lebensjahres für Versorgungszusagen, die nach dem 31. Dezember 2011 erteilt wurden, und vor Erreichen der Regelaltersgrenze endet,
- im Fall der Invalidität oder des Todes, sofern die entsprechenden Leistungsvoraussetzungen erfüllt sind.

Bezüglich der Auszahlung besteht ein Wahlrecht zwischen Kapital, Ratenzahlungen und lebenslanger Rente. Bei Invalidität oder Tod wird eine Mindestauszahlung gewährt. Hierbei wird das bestehende Versorgungsguthaben um die Summe der Beiträge aufgestockt, die dem Vorstandsmitglied für jedes Kalenderjahr bis zu einer Beitragszeit von insgesamt zehn Jahren, maximal jedoch bis zur Vollendung des 60. Lebensjahres, künftig noch gutgeschrieben worden wären. Diese leistungsorientierte Komponente ist nicht rückgedeckt, sondern wird im Versorgungsfall unmittelbar vom Unternehmen erbracht.

Weiterhin wird den Mitgliedern des Vorstands seit 2015 die Möglichkeit eingeräumt, künftige Entgeltbestandteile aus der Grundvergütung und der variablen Vergütung im Rahmen einer steuerbegünstigten Entgeltumwandlung in Anwartschaften auf betriebliche Altersversorgung bei der Hamburger Pensionsrückdeckungskasse VVaG umzuwandeln.

Weitere Leistungen für den Fall der Beendigung der Tätigkeit

Die aktiven Mitglieder des Vorstands erhalten über die beschriebene Altersversorgung hinaus keine Leistungen für den Fall der Beendigung ihrer Tätigkeit. Es werden insbesondere keine Ruhegelder gewährt. Im Falle des Todes eines Vorstandsmitglieds während der aktiven Dienstzeit wird den Hinterbliebenen die Grundvergütung für den Sterbemonat sowie für weitere sechs Monate gezahlt.

Nebenleistungen

Die den Mitgliedern des Vorstands gewährten Nebenleistungen umfassen geldwerte Vorteile aus Sachbezügen (zum Beispiel Dienstwagen). Die Dienstwagenrichtlinie beinhaltet als Nachhaltigkeitskriterium – analog zu der Dienstwagenregelung für die Führungskräfte der METRO GROUP – eine Grenze für den CO₂-Ausstoß von Dienstwagen und auch ein Cap für die mit der privaten Nutzung von Dienstwagen verbundenen geldwerten Vorteile.

Sonstiges

Die Mitglieder des Vorstands der METRO AG haben keinen Anspruch auf zusätzliche Vergütungen oder besondere Leistungen aufgrund eines Wechsels der Beherrschung (Change of Control).

Vergütung des Vorstands im Geschäftsjahr 2014/15¹

Tsd. €	Geschäftsjahr	Grundvergütung	Nebenleistungen	Erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung			Gesamt ⁴	(Effektive Vergütung ⁵)
				Kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung ²	Wert der gewährten Tranche ³	(Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen)		
Olaf Koch	2013/14	1.200	16	1.251	1.098	(0)	3.565	(2.467)
	2014/15	1.200	36	3.442	2.301	(0)	6.979	(4.678)
Pieter C. Boone ⁶	2013/14	0	0	0	0	(0)	0	(0)
	2014/15	180	33	224	0	(0)	437	(437)
Mark Frese	2013/14	855	102	777	823	(0)	2.557	(1.734)
	2014/15	900	47	2.620	1.726	(0)	5.293	(3.567)
Pieter Haas ⁷	2013/14	720	107	593	659	(0)	2.079	(1.420)
	2014/15	810	61	1.951	1.726	(0)	4.548	(2.822)
Heiko Hutmacher	2013/14	900	54	772	823	(0)	2.549	(1.726)
	2014/15	900	63	1.732	1.726	(0)	4.421	(2.695)
Gesamt	2013/14	3.675	279	3.393	3.403	(0)	10.750	(7.347)
	2014/15	3.990	240	9.969	7.479	(0)	21.678	(14.199)

¹Angaben nach HGB § 285 Satz 1 Nr. 9 a beziehungsweise § 314 Abs. 1 Nr. 6 a (ohne Altersversorgungsaufwendungen)

²Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 erfolgte keine Angabe des Short-Term Incentive, da dessen Kalkulation auf Basis des Kalenderjahres 2013 erfolgte und gemäß DRS 17 erst mit vollständiger Erdienung der Ansprüche angegeben werden darf. Für das Geschäftsjahr 2013/14 wird das Short-Term Incentive für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und das Geschäftsjahr 2013/14 als Gesamtsumme ausgewiesen. Für das Geschäftsjahr 2014/15 sind in der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung neben dem Short-Term Incentive Sonderprämien enthalten. Für den Verkauf von Galeria Kaufhof erhielten Herr Koch und Herr Frese eine Sonderprämie in Höhe von jeweils 1.500 Tsd. €, Herr Haas und Herr Hutmacher in Höhe von jeweils 500 Tsd. €.

³Dargestellt ist der Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung der Tranche

⁴Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung und Wert der gewährten Tranche des Long-Term Incentive

⁵Summe der Spalten Grundvergütung, Nebenleistungen, kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung und Auszahlung aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen des Long-Term Incentive

⁶Mitglied des Vorstands seit 1. Juli 2015

⁷Mitglied des Vorstands seit 1. April 2013

Nach den Tabellen „Gewährte Zuwendungen“ und „Zufluss“ gemäß dem Deutschen Corporate Governance Kodex stellt sich die Vergütung des Vorstands wie folgt dar:

Gewährte Zuwendungen

Tsd. €	Olaf Koch				Pieter C. Boone				Mark Frese			
	Vorsitzender des Vorstands seit 1.1.2012 Mitglied des Vorstands seit 14.9.2009				Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich METRO Cash & Carry Mitglied des Vorstands seit 1.7.2015				Finanzvorstand Mitglied des Vorstands seit 1.1.2012			
	2013/14	2014/15	2014/15	2014/15	2013/14	2014/15	2014/15	2014/15	2013/14	2014/15	2014/15	2014/15
			Minimal- wert	Maximal- wert			Minimal- wert	Maximal- wert			Minimal- wert	Maximal- wert
Festvergütung	1.200	1.200	1.200	1.200	0	180	180	180	855	900	900	900
Nebenleistungen	16	36	36	36	0	33	33	33	102	47	47	47
Summe	1.216	1.236	1.236	1.236	0	213	213	213	957	947	947	947
Einjährige variable Vergütung ¹	1.200	1.200	0	2.400	0	180	0	360	855	900	0	1.800
Mehrjährige variable Vergütung ²												
Sustainable Performance Plan (Gewährung 10.4.2014, Ende Performance-Periode: 41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung drei Jahre nach Begebung der Tranche)	1.098	–	–	–	0	–	–	–	823	–	–	–
Sustainable Performance Plan Version 2014 (Gewährung 22.4.2015, Ende Performance-Periode: 41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung drei Jahre nach Begebung der Tranche)	–	2.301	0	4.000	–	0	0	0	–	1.726	0	3.000
Summe	3.514	4.737	1.236	7.636	0	393	213	573	2.635	3.573	947	5.747
Versorgungsaufwand	169	169	169	169	0	32	32	32	129	128	128	128
Gesamtvergütung	3.683	4.906	1.405	7.805	0	425	245	605	2.764	3.701	1.075	5.875

¹ Die hier angegebenen Werte beziehen sich auf das Short-Term Incentive ohne ggf. zusätzlich gewährte Sonderprämien

² Dargestellt ist der Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung der Tranche

Pieter Haas				Heiko Hutmacher			
Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich Media-Saturn Mitglied des Vorstands seit 1.4.2013				Arbeitsdirektor Mitglied des Vorstands seit 1.10.2011			
2013/14	2014/15	2014/15	2014/15	2013/14	2014/15	2014/15	2014/15
		Minimal- wert	Maximal- wert			Minimal- wert	Maximal- wert
720	810	810	810	900	900	900	900
107	61	61	61	54	63	63	63
827	871	871	871	954	963	963	963
720	810	0	1.620	900	900	0	1.800
659	–	–	–	823	–	–	–
–	1.726	0	3.000	–	1.726	0	3.000
2.206	3.407	871	5.491	2.677	3.589	963	5.763
144	137	137	137	131	128	128	128
2.350	3.544	1.008	5.628	2.808	3.717	1.091	5.891

Zufluss

	Olaf Koch		Pieter C. Boone		Mark Frese		Pieter Haas		Heiko Hutmacher	
	Vorsitzender des Vorstands seit 1.1.2012 Mitglied des Vorstands seit 14.9.2009		Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich METRO Cash & Carry Mitglied des Vorstands seit 1.7.2015		Finanzvorstand Mitglied des Vorstands seit 1.1.2012		Mitglied des Vorstands für den Geschäftsbereich Media-Saturn Mitglied des Vorstands seit 1.4.2013		Arbeitsdirektor Mitglied des Vorstands seit 1.10.2011	
Tsd. €	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14
Festvergütung	1.200	1.200	180	0	900	855	810	720	900	900
Nebenleistungen	36	16	33	0	47	102	61	107	63	54
Summe	1.236	1.216	213	0	947	957	871	827	963	954
Einjährige variable Vergütung ¹	3.442	1.251	224	0	2.620	777	1.951	593	1.732	772
Mehrfjährige variable Vergütung										
Performance Share Plan (Gewährung 10.8.2010, Ende Sperrfrist 10.8.2013, Ende Laufzeit 10.11.2014)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstiges	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Summe	4.678	2.467	437	0	3.567	1.734	2.822	1.420	2.695	1.726
Versorgungsaufwand	169	169	32	0	128	129	137	144	128	131
Gesamtvergütung	4.847	2.636	469	0	3.695	1.863	2.959	1.564	2.823	1.857

¹ Im Rumpfgeschäftsjahr 2013 erfolgte keine Angabe des Short-Term Incentive, da dessen Kalkulation auf Basis des Kalenderjahres 2013 erfolgte und gemäß DRS 17 erst mit vollständiger Erdienung der Ansprüche angegeben werden darf. Für das Geschäftsjahr 2013/14 wird das Short-Term Incentive für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 und das Geschäftsjahr 2013/14 als Gesamtsumme ausgewiesen. Für das Geschäftsjahr 2014/15 sind in der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung neben dem Short-Term Incentive Sonderprämien enthalten. Für den Verkauf von Galeria Kaufhof erhielten Herr Koch und Herr Frese eine Sonderprämie in Höhe von jeweils 1.500 Tsd. €, Herr Haas und Herr Hutmacher in Höhe von jeweils 500 Tsd. €.

Long-Term Incentive im Geschäftsjahr 2014/15

Der Zielbetrag für die Tranche 2014/15 beträgt für Herrn Koch 1,6 Mio. € und für die Herren Frese, Haas und Hutmacher 1,2 Mio. €; Herr Boone hat in seiner Funktion als Mitglied des Vorstands im Geschäftsjahr 2014/15 keine Zuteilung erhalten. Der Wert der im Geschäftsjahr 2014/15 zugeordneten Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 wurde zum Zeitpunkt der Gewährung durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan /
Sustainable Performance Plan Version 2014

Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag Vorstand zum 30.9.2015
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	4.960.000 €
2014/15	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	31,69 €	5.365.000 €

Die im Geschäftsjahr 2014/15 aktiven Mitglieder des Vorstands verfügen außer über die in diesem Geschäftsjahr ausgegebene Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 über Zuteilungen aus in der Vergangenheit gewährten Tranchen des Long-Term Incentive: Herr Koch über die Tranchen 2011, 2012 und 2013 des Performance Share Plan sowie die Tranche 2013/14 des Sustainable Performance Plan, Herr Frese über die Tranche 2013/14 des Sustainable Performance Plan, Herr Haas über die Tranche 2013 des Performance Share Plan sowie die Tranche 2013/14 des Sustainable Performance Plan und Herr Hutmacher über die Tranche 2013/14 des Sustainable Performance Plan. Herr Boone verfügt aus der Zeit seiner Tätigkeit für die METRO GROUP vor der Bestellung zum Mitglied des Vorstands über die Tranchen 2011, 2012 und 2013 des Performance Share Plan sowie über die Tranche 2014/15 des Sustainable Performance Plan.

Performance Share Plan

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares Vorstand zum 30.9.2015
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	Verfallen
2011	August 2014	41,73 €	13.779
2012	April 2015	29,18 €	57.402
2013	April 2016	22,84 €	116.463

Aus den Tranchen 2011 sowie 2012, deren Sperrfristen im August 2014 beziehungsweise im April 2015 endeten, erfolgten im Geschäftsjahr 2014/15 keine Auszahlungen an die Mitglieder des Vorstands.

Im Geschäftsjahr 2014/15 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen erfolgsabhängiger Vergütungsprogramme mit langfristiger Anreizwirkung ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 0,92 Mio. €, betreffend Herrn Boone 0,02 Mio. €, betreffend Herrn Frese 0,76 Mio. €, betreffend Herrn Haas 0,77 Mio. € und betreffend Herrn Hutmacher 0,02 Mio. €.

Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit im Geschäftsjahr 2014/15 (einschließlich Altersversorgung)

Im Geschäftsjahr 2014/15 wurden für die aktiven Mitglieder des Vorstands der METRO AG nach IFRS (International Financial Reporting Standards) 0,59 Mio. € und nach HGB 0,62 Mio. € für Leistungen nach Beendigung der Tätigkeit aufgewendet (2013/14 nach IFRS 0,57 Mio. € und nach HGB 0,54 Mio. €). Davon entfielen nach IFRS auf die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,169 Mio. €, von Herrn Boone rund 0,032 Mio. €, von Herrn Frese rund 0,128 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,137 Mio. € und von Herrn Hutmacher rund 0,128 Mio. €.

Die entsprechenden Werte nach HGB betragen für die Altersversorgung von Herrn Koch rund 0,172 Mio. €, von Herrn Boone rund 0,032 Mio. €, von Herrn Frese rund 0,130 Mio. €, von Herrn Haas rund 0,157 Mio. € und von Herrn Hutmacher rund 0,125 Mio. €.

Der Rückstellungsbetrag nach IFRS und nach HGB beträgt für Herrn Koch rund 0,012 Mio. €, für Herrn Frese rund 0,019 Mio. €, für Herrn Hutmacher rund 0,016 Mio. €, für Herrn Boone nach IFRS rund 0,056 Mio. € und nach HGB rund 0,053 Mio. € sowie für Herrn Haas nach IFRS rund 0,062 Mio. € und nach HGB rund 0,059 Mio. €.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens nach IFRS und nach HGB beträgt für Herrn Koch rund 1,9 Mio. €, für Herrn Frese rund 1,1 Mio. €, für Herrn Hutmacher rund 1,1 Mio. €, für Herrn Boone rund 0,1 Mio. € und für Herrn Haas rund 0,7 Mio. €. Dem Barwert des Verpflichtungsvolumens stehen bis auf die im vorherigen Absatz genannten Rückstellungsbeiträge Vermögenswerte gegenüber.

Gesamtbezüge Geschäftsjahr 2014/15 der früheren Mitglieder des Vorstands

Für frühere Mitglieder des Vorstands der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie ihre Hinterbliebenen wurden Leistungen in Höhe von 3,4 Mio. € (2013/14: 3,5 Mio. €) erbracht.

Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach IFRS beträgt 49,5 Mio. € (30.9.2014: 54,3 Mio. €).

Der entsprechende Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen nach HGB beträgt 41,4 Mio. € (30.9.2014: 44,0 Mio. €).

Long-Term Incentive der Führungskräfte

Entsprechend der Empfehlung in Ziffer 7.1.3 Deutscher Corporate Governance Kodex wird im Folgenden auch über die anteilsbasierte Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP berichtet.

Sustainable Performance Plan / Sustainable Performance Plan Version 2014

Der Sustainable Performance Plan und der Sustainable Performance Plan Version 2014 gelten nicht nur für die Mitglieder des Vorstands, sondern ebenso für die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie für Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP. Die Bezugsberechtigten erhalten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag (Zielbetrag). Die weitere Systematik entspricht den Festlegungen für den Vorstand.

Sustainable Performance Plan / Sustainable Performance Plan Version 2014			
Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR- Komponente	Zielbetrag Führungskräfte zum 30.9.2015
2013/14	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	3.100.000 €
2014/15	41. Börsenhandelstag nach der Hauptversammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	31,69 €	23.400.000 €

Der Wert der im Geschäftsjahr 2014/15 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 33,7 Mio. € (Vorjahr Sustainable Performance Plan: 2,3 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Performance Share Plan

Auch der Performance Share Plan 2009–2013 gilt nicht nur für die Mitglieder des Vorstands, sondern ebenso für die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie für Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP. Die Bezugsberechtigten erhalten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag im Rahmen des Performance Share Plan (Zielwert). Die weitere Systematik entspricht den Festlegungen für den Vorstand.

Mit dem Performance Share Plan wurden auch für diesen bezugsberechtigten Personenkreis Share Ownership Guidelines eingeführt. Das zu haltende Volumen beträgt in der Regel circa 50 Prozent des individuellen Zielwerts.

Dabei gelten analog zum Vorstand folgende Bedingungen:

Performance Share Plan			
Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats- Durchschnittskurs vor Zuteilungs- zeitpunkt	Anzahl Performance Shares Führungskräfte zum 30.9.2015
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	Verfallen
2011	August 2014	41,73 €	278.696
2012	April 2015	29,18 €	421.179
2013	April 2016	22,84 €	582.750

Aus den Tranchen 2011 sowie 2012, deren Sperrfristen im August 2014 beziehungsweise im April 2015 endeten, erfolgten im Geschäftsjahr 2014/15 keine Auszahlungen.

Die Vergütung der
Aufsichtsratsmitglieder

Die Mitglieder des Aufsichtsrats erhalten gemäß § 13 der Satzung der METRO AG eine feste jährliche Vergütung. Diese betrug im Geschäftsjahr 2014/15 65.000 € je ordentliches Mitglied.

Die auf die Vergütung in Rechnung zu stellende Umsatzsteuer wird den Mitgliedern des Aufsichtsrats gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung der METRO AG gezahlt.

Vergütungsmultiplikatoren	
Aufsichtsratsvorsitzender	●●●
Stellv. Aufsichtsratsvorsitzender	●●
Ausschussvorsitzende ¹	●●
Ausschussmitglieder ¹	●●
Aufsichtsratsmitglieder	●

¹ Bei mindestens zwei Sitzungen/Beschlussfassungen

Die individuelle Höhe der Aufsichtsratsvergütung berücksichtigt den Arbeitsaufwand und die Verantwortung der einzelnen Aufsichtsratsmitglieder aufgrund besonderer Aufgaben. Der Vorsitzende des Aufsichtsrats erhält das Dreifache, sein Stellvertreter sowie Ausschussvorsitzende erhalten je das Doppelte und die sonstigen Mitglieder der Ausschüsse je das Eineinhalbfache der Vergütungen eines ordentlichen Mitglieds des Aufsichtsrats. Die Vergütung für eine Mitgliedschaft oder den Vorsitz in einem Ausschuss wird nur gezahlt, wenn mindestens zwei Sitzungen oder sonstige Beschlussfassungen dieses Ausschusses im jeweiligen Geschäftsjahr stattgefunden haben. Wenn ein Mitglied des Aufsichtsrats zur gleichen Zeit mehrere Ämter innehat, erhält es die Vergütung nur für ein Amt, bei unterschiedlicher Vergütung für das am höchsten vergütete Amt.

Individuell ergeben sich für das Geschäftsjahr 2014/15 folgende Werte:

Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder für das Geschäftsjahr 2014/15 gemäß § 13 der Satzung¹

€	Geschäftsjahr	Multiplikator	Feste Vergütung
Franz M. Haniel, Vorsitzender	2013/14	●●●	195.000
	2014/15	●●●	195.000
Werner Klockhaus, stellv. Vorsitzender	2013/14	●●	130.000
	2014/15	●●	130.000
Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Dr. Wulf H. Bernotat (bis 4.9.2015)	2013/14	●½	97.500
	2014/15	●½	97.500
Gwyn Burr (seit 9.12.2014)	2013/14		–
	2014/15	●	54.167
Ulrich Dalibor	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Jürgen Fitschen	2013/14	●	65.000
	2014/15	●½	97.500
Hubert Frieling	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Dr. Florian Funck	2013/14	●/●½	67.708
	2014/15	●½	97.500
Andreas Herwarth	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Uwe Hoepfel	2013/14	●½	97.500
	2014/15	●½	97.500
Peter Küpfer	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Rainer Kuschewski	2013/14	●½	97.500
	2014/15	●½	97.500
Susanne Meister	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Mattheus P. M. (Theo) de Raad	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Dr. Fredy Raas	2013/14	●½	97.500
	2014/15	●½	97.500
Gabriele Schendel	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Xaver Schiller	2013/14	●½	97.500
	2014/15	●½	97.500
Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler	2013/14	●●	130.000
	2014/15	●●	130.000
Jürgen Bernard Steinemann (seit 5.9.2015)	2013/14		–
	2014/15	●	5.417
Angelika Will	2013/14	●	65.000
	2014/15	●	65.000
Gesamt²	2013/14		1.660.208
	2014/15		1.782.084

¹ Jeweils zuzüglich gegebenenfalls anfallender Umsatzsteuer gemäß § 13 Abs. 5 der Satzung

² Die Werte 2013/14 sind für die im Geschäftsjahr 2014/15 aktiven Mitglieder des Aufsichtsrats ausgewiesen

Die Mitgliedschaften im Vermittlungsausschuss des Aufsichtsrats wurden im Geschäftsjahr 2014/15 nicht vergütet.

Für Aufsichtsratsmandate bei Konzerngesellschaften wurden einzelnen Mitgliedern des Aufsichtsrats der METRO AG durch die Konzerngesellschaften für das Geschäftsjahr 2014/15 ebenfalls Vergütungen gewährt.

**Konzerninterne Vergütungen der Mitglieder
des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2014/15¹**

€	Geschäftsjahr	
Ulrich Dalibor	2013/14	5.250
	2014/15	–
Uwe Hoepfel	2013/14	49.800
	2014/15	49.800
Werner Klockhaus	2013/14	9.300
	2014/15	9.300
Rainer Kuschewski	2013/14	39.400
	2014/15	39.400
Susanne Meister	2013/14	2.500
	2014/15	–
Mattheus P. M. (Theo) de Raad	2013/14	17.692
	2014/15	40.000
Gabriele Schendel	2013/14	49.800
	2014/15	49.800
Xaver Schiller	2013/14	9.000
	2014/15	9.000
Gesamt	2013/14	182.742
	2014/15	197.300

¹ Jeweils zuzüglich gegebenenfalls anfallender Umsatzsteuer

Darüber hinaus wurden den Mitgliedern des Aufsichtsrats von Gesellschaften der METRO GROUP keine Vergütungen oder Vorteile für persönlich erbrachte Leistungen, insbesondere Beratungs- und Vermittlungsleistungen, im Sinne von Ziffer 5.4.6 Deutscher Corporate Governance Kodex gewährt.

Ausblick: Erhöhung der Aufsichtsratsvergütung

Vorstand und Aufsichtsrat der METRO AG werden der Hauptversammlung der Gesellschaft am 19. Februar 2016 vorschlagen, die feste jährliche Vergütung des Aufsichtsrats für ein ordentliches Mitglied von 65.000 € auf 80.000 € zu erhöhen.

Die geplante Erhöhung reflektiert die gestiegenen Anforderungen an das – auch zeitliche – Engagement der Mitglieder des Aufsichtsrats.

– ANGABEN GEMÄSS § 315 ABS. 4 UND § 289 ABS. 4 HGB SOWIE ERLÄUTERNDER BERICHT DES VORSTANDS

Zusammensetzung des Kapitals (§ 315 Abs. 4 Nr. 1 und § 289 Abs. 4 Nr. 1 HGB)

Das Grundkapital der METRO AG zum 30. September 2015 beträgt 835.419.052,27 € und ist eingeteilt in 324.109.563 Stück auf den Inhaber lautende Stammaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: rund 828.572.941 €, circa 99,18 Prozent) sowie 2.677.966 Stück auf den Inhaber lautende Vorzugsaktien (anteiliger Wert am Grundkapital: rund 6.846.111 €, circa 0,82 Prozent). Der anteilige Wert je Aktie am Grundkapital beträgt rund 2,56 €.

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien berechtigten darüber hinaus dazu, Dividenden zu erhalten. Im Unterschied zu den Stammaktien gewähren Vorzugsaktien grundsätzlich kein Stimmrecht und sind mit einem Gewinnvorzug gemäß § 21 der Satzung der METRO AG ausgestattet. Hierin heißt es:

„(1) Die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine Vorzugsdividende von 0,17 Euro je Vorzugsaktie.

(2) Reicht der verteilbare Bilanzgewinn in einem Geschäftsjahr zur Zahlung der Vorzugsdividende nicht aus, so ist der Rückstand ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn der folgenden Geschäftsjahre in der Weise nachzuzahlen, daß die älteren Rückstände vor den jüngeren zu tilgen und die aus dem Gewinn eines Geschäftsjahres für dieses zu zahlenden Vorzugsbeträge erst nach Tilgung sämtlicher Rückstände zu leisten sind.

(3) Nach Ausschüttung der Vorzugsdividende erhalten die Inhaber von Stammaktien eine Dividende von 0,17 Euro je Stammaktie. Danach wird an die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht eine nicht nachzahlbare Mehrdividende von 0,06 Euro je Vorzugsaktie gezahlt. Die Mehrdividende beträgt 10 vom Hundert der unter Berücksichtigung von Absatz 4 an die Inhaber von Stammaktien gezahlten Dividende, wenn diese 1,02 Euro je Stammaktie erreicht oder übersteigt.

(4) An einer weiteren Gewinnausschüttung nehmen die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und die Inhaber von Stammaktien entsprechend ihren Anteilen am Grundkapital gleichberechtigt teil.“

Weitere mit den Stamm- und Vorzugsaktien verbundene Rechte sind insbesondere das Recht auf Teilnahme an der Hauptversammlung (§ 118 Abs. 1 AktG), das Auskunftsrecht (§ 131 AktG) sowie das Recht auf Erhebung einer Anfechtungs- und Nichtigkeitsklage (§§ 245 Nr. 1–3, 246, 249 AktG). Neben dem angesprochenen Recht auf Erhalt einer Dividende besteht für die Aktionäre grundsätzlich ein Bezugsrecht bei Kapitalerhöhungen (§ 186 Abs. 1 AktG); sie haben zudem Ansprüche auf den Liquidationserlös nach Auflösung der Gesellschaft (§ 271 AktG) sowie auf Abfindung und Ausgleich bei bestimmten Strukturmaßnahmen, insbesondere nach den §§ 304 ff., 320 b, 327 b AktG.

Stimmrechtsrelevante Beschränkungen (§ 315 Abs. 4 Nr. 2 und § 289 Abs. 4 Nr. 2 HGB)

Nach Kenntnis des Vorstands bestehen beziehungsweise bestanden im Geschäftsjahr 2014/15 folgende Vereinbarungen, die als Beschränkungen im Sinne von § 315 Abs. 4 Nr. 2 und § 289 Abs. 4 Nr. 2 HGB angesehen werden können:

Zwischen der Beisheim Capital GmbH (vormals Otto Beisheim Betriebs GmbH) und der Beisheim Holding GmbH (vormals Otto Beisheim Holding GmbH) besteht ein Pool-Vertrag, in den die von der Beisheim Capital GmbH und der Beisheim Holding GmbH gehaltenen Aktien der METRO AG einbezogen sind.

Ferner bestand bis zum Ablauf des 31. Oktober 2014 zwischen der BVGeteiligungs- und Vermögensverwaltungs-GmbH, der Franz Haniel & Cie. GmbH, der Haniel Finance B. V., der Haniel Finance Deutschland GmbH, der METRO Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, der METRO Vermögensverwaltung GmbH, der 1. HSB Beteiligungsverwaltung GmbH & Co. KG sowie der 1. HSB Verwaltung GmbH eine Vereinbarung zur Koordination der Ausübung der Stimmrechte aus Aktien der

METRO AG. Zudem bestand bis zum Ablauf des 31. Oktober 2014 zwischen der BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltungs-GmbH, der Franz Haniel & Cie. GmbH, der Haniel Finance Deutschland GmbH und der Haniel Finance B. V. eine Vereinbarung mit dem Zweck der einheitlichen Interessenwahrnehmung aus den den Gesellschafterstämmen Haniel und Schmidt-Ruthenbeck wirtschaftlich zuzurechnenden Aktien der METRO AG. Beide vorgenannten Vereinbarungen wurden zum Ablauf des 31. Oktober 2014 beendet.

Daneben können auch gesetzliche Beschränkungen des Stimmrechts, etwa gemäß § 136 AktG oder, sofern die Gesellschaft eigene Aktien halten sollte, gemäß § 71 b AktG, bestehen.

Beteiligungen am Kapital (§ 315 Abs. 4 Nr. 3 und § 289 Abs. 4 Nr. 3 HGB)

Es bestehen die folgenden direkten und indirekten (gemäß § 22 WpHG) Beteiligungen am Kapital, die 10 Prozent der Stimmrechte überschreiten:

Name/Firma	Direkte/Indirekte Beteiligung von mehr als 10 vom Hundert der Stimmrechte
Haniel Finance Deutschland GmbH, Duisburg, Deutschland	Direkt
Franz Haniel & Cie. GmbH, Duisburg, Deutschland	Indirekt
Palatin Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Direkt
BVG Beteiligungs- und Vermögensverwaltungs-GmbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG, Essen, Deutschland	Indirekt
Gebr. Schmidt Verwaltungsgesellschaft mbH, Essen, Deutschland	Indirekt
Dr. Michael Schmidt-Ruthenbeck, Zürich, Schweiz	Indirekt

Die obigen Angaben basieren insbesondere auf den Mitteilungen nach § 21 WpHG, die die METRO AG erhalten und veröffentlicht hat.

Durch die METRO AG veröffentlichte Stimmrechtsmitteilungen sind auf der Website www.metrogroup.de unter der Rubrik Investor Relations – Rechtliche Mitteilungen abrufbar.

Inhaber von Aktien mit Sonderrechten sowie Art der Stimmrechtskontrolle, wenn Arbeitnehmer am Kapital beteiligt sind (§ 315 Abs. 4 Nr. 4 und 5 und § 289 Abs. 4 Nr. 4 und 5 HGB)

Aktien mit Sonderrechten gemäß § 315 Abs. 4 Nr. 4 und § 289 Abs. 4 Nr. 4 HGB hat die Gesellschaft nicht ausgegeben. Arbeitnehmer sind nicht im Sinne von § 315 Abs. 4 Nr. 5 und § 289 Abs. 4 Nr. 5 HGB am Kapital beteiligt.

Bestimmungen über die Ernennung und Abberufung des Vorstands und Änderung der Satzung (§ 315 Abs. 4 Nr. 6 und § 289 Abs. 4 Nr. 6 HGB)

Für die Ernennung und Abberufung der Mitglieder des Vorstands der METRO AG sind die §§ 84, 85 AktG und §§ 30, 31, 33 MitbestG maßgebend. Ergänzend regelt § 5 der Satzung der METRO AG, dass der Vorstand aus mindestens zwei Mitgliedern besteht und im Übrigen der Aufsichtsrat die Zahl der Mitglieder des Vorstands bestimmt.

Änderungen der Satzung der METRO AG bestimmen sich grundsätzlich nach den §§ 179, 181, 133 AktG. Daneben gibt es zahlreiche weitere Vorschriften des Aktiengesetzes, die im Fall einer Satzungsregelung zur Anwendung gelangen können und die vorgenannten Vorschriften modifizieren oder verdrängen, zum Beispiel die §§ 182 ff. AktG bei Kapitalerhöhungen, die §§ 222 ff. AktG bei Kapitalherabsetzungen oder aber § 262 AktG für die Auflösung der AG. Änderungen, die nur die Fassung der Satzung betreffen, können gemäß § 14 der Satzung der METRO AG ohne Beschluss der Hauptversammlung durch den Aufsichtsrat beschlossen werden.

Befugnisse des Vorstands (§ 315 Abs. 4 Nr. 7 und § 289 Abs. 4 Nr. 7 HGB)

Befugnisse zur Ausgabe neuer Aktien

Die Hauptversammlung vom 23. Mai 2012 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2017 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geld- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 325.000.000 €, zu erhöhen (genehmigtes Kapital I).

Dabei haben die Aktionäre grundsätzlich ein Bezugsrecht. Die neuen Aktien können auch von durch den Vorstand bestimmten Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum Bezug anzubieten. Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in den folgenden Fällen auszuschließen:

- zum Ausgleich von Spitzenbeträgen;
- sofern die Aktien gegen Sacheinlagen zum Zwecke von Unternehmenszusammenschlüssen oder des Erwerbs von Unternehmen, Unternehmensteilen oder Anteilen an Unternehmen ausgegeben werden;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Geldeinlagen, soweit es erforderlich ist, um den Inhabern der von der METRO AG oder von Konzerngesellschaften, an denen die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist, begebenen Options- oder Wandelschuldverschreibungen ein Bezugsrecht auf neue Stammaktien in dem Umfang zu gewähren, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht zustehen würde;
- bei Kapitalerhöhungen gegen Geldeinlagen, wenn der Nennbetrag dieser Kapitalerhöhungen insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals nicht übersteigt und jeweils der Ausgabepreis der neuen Stammaktien den Börsenpreis der bereits börsennotierten Stammaktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung nicht wesentlich unterschreitet. Die Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals vermindert sich um den anteiligen Betrag des Grundkapitals, der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit des genehmigten Kapitals (i) unter Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG als eigene Aktien verwendet oder veräußert werden oder (ii) aus bedingtem Kapital zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die ihrerseits ohne Bezugsrecht in entsprechender

Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG begeben wurden oder werden, ausgegeben werden. Die gemäß dem vorstehenden Satz verminderte Höchstgrenze wird mit Wirksamwerden einer nach der Verminderung von der Hauptversammlung beschlossenen neuen Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts der Aktionäre gemäß oder entsprechend § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG wieder erhöht, so weit die neue Ermächtigung reicht, höchstens aber auf bis zu 10 Prozent des Grundkapitals.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Kapitalerhöhungen festzulegen. Das genehmigte Kapital I wurde bisher nicht ausgenutzt. Es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von der Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Befugnisse zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen

Die Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 19. Februar 2020 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € auszugeben und den Inhabern von Optionsschuldverschreibungen Optionsrechte oder -pflichten und den Inhabern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte oder -pflichten für auf den Inhaber lautende Stammaktien der METRO AG mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 127.825.000 € nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren oder aufzuerlegen. Im Zusammenhang mit dieser Ermächtigung besteht ein bedingtes Kapital in Höhe von bis zu 127.825.000 €.

Die Schuldverschreibungen können auch durch eine Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG ausgegeben werden, an der die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist. Für diesen Fall ist der Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats für die METRO AG die Garantie für diese Schuldverschreibungen zu übernehmen und deren Inhabern Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten auf auf den Inhaber lautende Stammaktien der METRO AG zu gewähren oder aufzuerlegen.

Das gesetzliche Bezugsrecht wird den Aktionären in der Weise eingeräumt, dass die Schuldverschreibungen von einem Kreditinstitut oder einem Konsortium von Kreditinstituten mit der Verpflichtung übernommen werden, sie den Aktionären zum

Bezug anzubieten. Werden Schuldverschreibungen von einer Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG ausgegeben, an der die METRO AG unmittelbar oder mittelbar zu mindestens 90 Prozent beteiligt ist, hat die METRO AG die Gewährung des gesetzlichen Bezugsrechts für die Aktionäre der METRO AG nach Maßgabe des vorstehenden Satzes sicherzustellen.

Der Vorstand ist jedoch ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats Spitzenbeträge, die sich aufgrund des Bezugsverhältnisses ergeben, von dem Bezugsrecht der Aktionäre auszunehmen und das Bezugsrecht auch insoweit auszuschließen, wie es erforderlich ist, damit denjenigen, denen bereits zuvor ausgegebene Options- oder Wandlungsrechte oder -pflichten zustehen oder auferlegt sind, ein Bezugsrecht in dem Umfang eingeräumt werden kann, wie es ihnen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht als Aktionär zustehen würde.

Der Vorstand ist ferner ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre auf gegen Barzahlung ausgegebene Schuldverschreibungen, die mit Options- oder Wandlungsrecht oder Options- oder Wandlungspflicht ausgegeben werden, vollständig auszuschließen, sofern der Vorstand nach pflichtgemäßer Prüfung zu der Auffassung gelangt, dass der Ausgabebetrag der Schuldverschreibungen ihren nach anerkannten, insbesondere finanzmathematischen Methoden ermittelten hypothetischen Marktwert nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung zum Ausschluss des Bezugsrechts gilt für Schuldverschreibungen, mit Options- oder Wandlungsrecht oder Options- oder Wandlungspflicht ausgegeben werden auf Aktien mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals, der insgesamt 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung nicht überschreiten darf. Auf diese 10-Prozent-Grenze ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, (i) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit dieser Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben oder veräußert werden, und (ii) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die ausgegeben werden oder auszugeben sind zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die (auf Grundlage anderer Ermächtigungen) ihrerseits unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung begeben wurden.

Im Fall der Begebung von Schuldverschreibungen, die ein Options- oder Wandlungsrecht gewähren oder eine Options- oder Wandlungspflicht begründen, bestimmt sich der Options- oder Wandlungspreis nach den Regelungen in § 4 Abs. 8 der Satzung der METRO AG.

Bei mit Options- oder Wandlungsrechten oder Options- oder Wandlungspflichten verbundenen Schuldverschreibungen kann der Options- oder Wandlungspreis im Fall der wirtschaftlichen Verwässerung des Werts der Options- oder Wandlungsrechte oder Options- oder Wandlungspflichten nach näherer Bestimmung der Schuldverschreibungen wertwahrend angepasst werden, soweit die Anpassung nicht schon durch Gesetz geregelt ist. Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können darüber hinaus für den Fall der Kapitalherabsetzung oder anderer außerordentlicher Maßnahmen oder Ereignisse (zum Beispiel ungewöhnlich hohe Dividenden, Kontrollenerlangung durch Dritte) eine Anpassung der Options- oder Wandlungsrechte oder Options- oder Wandlungspflichten vorsehen. Bei einer Kontrollenerlangung durch Dritte kann eine marktübliche Anpassung des Options- oder Wandlungspreises vorgesehen werden. Ferner können die Bedingungen der Schuldverschreibungen vorsehen, dass das Umtauschverhältnis und/oder der Options- oder Wandlungspreis variabel sind und der Options- oder Wandlungspreis innerhalb einer festzulegenden Bandbreite in Abhängigkeit von der Entwicklung des Aktienkurses während der Laufzeit festgelegt wird. Der Mindestausgabebetrag nach den Regelungen in § 4 Abs. 8 der Satzung der METRO AG darf auch insoweit nicht unterschritten werden.

Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können das Recht der METRO AG vorsehen, im Fall der Wandlung oder Optionsausübung statt der Gewährung von Aktien einen Geldbetrag zu zahlen, der für die Anzahl der anderenfalls zu liefernden Aktien dem volumengewichteten Durchschnittskurs der Stammaktien der METRO AG im Xetra-Handel (oder in einem an die Stelle des Xetra-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) der Frankfurter Wertpapierbörse während eines vom Vorstand zu bestimmenden angemessenen Zeitraums von Tagen vor oder nach Erklärung der Wandlung oder der Optionsausübung entspricht. Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können auch vorsehen, dass nach Wahl der METRO AG statt in neue Aktien aus bedingtem Kapital in bereits existierende Stammaktien der METRO AG oder Aktien einer anderen börsennotierten Gesellschaft gewandelt oder das Optionsrecht oder die Optionspflicht durch Lieferung solcher Aktien erfüllt werden kann.

Die Bedingungen der Schuldverschreibungen können auch eine Options- oder Wandlungspflicht zum Ende der Laufzeit (oder zu einem anderen Zeitpunkt) oder das Recht der METRO AG vorsehen, bei Endfälligkeit der mit einem Options- oder Wandlungsrecht verbundenen Schuldverschreibungen (dies umfasst auch eine Fälligkeit wegen Kündigung) den Gläubigern der Schuldverschreibungen ganz oder teilweise anstelle der Zahlung des fälligen Geldbetrags Aktien der METRO AG oder Aktien einer anderen börsennotierten Gesellschaft zu gewähren. Der anteilige Betrag des Grundkapitals der bei Wandlung oder Optionsausübung auszugebenden Stammaktien der METRO AG darf den Nennbetrag der Schuldverschreibungen nicht übersteigen. §§ 9 Abs. 1, 199 Abs. 2 AktG sind zu beachten.

Der Vorstand ist ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats die weiteren Einzelheiten der Ausgabe und Ausstattung der Schuldverschreibungen, insbesondere Zinssatz, Ausgabekurs, Laufzeit und Stückelung, Verwässerungsschutzbestimmungen sowie Options- oder Wandlungszeitraum, zu bestimmen oder im Einvernehmen mit den Organen der die Schuldverschreibungen begebenden Konzerngesellschaft der METRO AG im Sinne von § 18 AktG festzulegen.

Die Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen wurde bisher nicht ausgenutzt und es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Befugnisse zum Erwerb eigener Aktien

Die Gesellschaft ist ermächtigt, im Rahmen des § 71 AktG eigene Aktien zu erwerben. Aufgrund des § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG wurde die Gesellschaft mit Beschluss der Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 bis zum 19. Februar 2020 ermächtigt, eigene Aktien, gleich welcher Gattung, zu erwerben. Die Ermächtigung ist auf den Erwerb von Aktien beschränkt, auf die insgesamt ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung bestehenden Grundkapitals oder – falls dieser Wert geringer ist – des zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung bestehenden Grundkapitals entfällt. Die aufgrund dieser Ermächtigung erworbenen Aktien dürfen zusammen mit etwaigen aus anderen Gründen erworbenen eigenen Aktien, die sich jeweils im Besitz der Gesellschaft befinden oder ihr nach §§ 71 a ff. AktG zuzurechnen sind, zu keinem Zeitpunkt 10 Prozent des jeweiligen Grundkapitals der Gesellschaft übersteigen.

Der Erwerb kann über die Börse oder mittels eines öffentlichen Kaufangebots erfolgen; dabei enthält die Ermächtigung jeweils Vorgaben hinsichtlich des Erwerbspreises und des Vorgehens bei Überzeichnung eines öffentlichen Kaufangebots.

Der Vorstand ist ermächtigt, die aufgrund der vorgenannten Ermächtigung oder aufgrund einer früher erteilten Ermächtigung erworbenen Aktien der Gesellschaft zu folgenden Zwecken zu verwenden:

- Veräußerung von Aktien der Gesellschaft über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre;
- Einführung von Aktien der Gesellschaft an ausländischen Börsen, an denen sie bisher nicht zum Handel zugelassen sind, wobei die Ermächtigung Vorgaben hinsichtlich des Einführungspreises enthält;
- Übertragung von Aktien der Gesellschaft an Dritte gegen Sachleistung im Rahmen von Unternehmenszusammenschlüssen oder beim Erwerb von Unternehmen, Unternehmensteilen, Betrieben, Beteiligungen an Unternehmen oder sonstigen Vermögensgegenständen;
- Veräußerung von Aktien der Gesellschaft in anderer Weise als über die Börse oder durch ein Angebot an alle Aktionäre, sofern die Veräußerung gegen Barzahlung und zu einem Preis erfolgt, der den Börsenpreis der bereits börsennotierten Aktien der Gesellschaft mit gleicher Ausstattung zum Zeitpunkt der Veräußerung nicht wesentlich unterschreitet. Diese Ermächtigung ist beschränkt auf die Veräußerung von Aktien, auf die insgesamt ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung entfällt. Auf diese Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, (i) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die während der Laufzeit der Ermächtigung unter Ausschluss des Bezugsrechts in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG ausgegeben werden, und (ii) der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die ausgegeben werden oder auszugeben sind zur Bedienung von Options- oder Wandelschuldverschreibungen, die ihrerseits unter Ausschluss des Bezugsrechts in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung begeben wurden;
- Lieferung von Aktien an die Inhaber von Options- oder Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften im Sinne von § 18 AktG gemäß den Options- oder Wandelanleihebedingungen; dies gilt auch

für die Lieferung von Aktien aufgrund der Ausübung von Bezugsrechten, die bei einer Veräußerung eigener Aktien durch Angebot an alle Aktionäre oder im Fall einer Kapitalerhöhung mit Bezugsrecht den Inhabern von Options- oder Wandelschuldverschreibungen der Gesellschaft oder ihrer Konzerngesellschaften im Sinne von § 18 AktG in dem Umfang gewährt werden dürfen, in dem die Inhaber der Options- oder Wandelschuldverschreibungen nach Ausübung des Options- oder Wandlungsrechts oder bei Erfüllung der Options- oder Wandlungspflicht ein Bezugsrecht auf Aktien der Gesellschaft hätten. Insgesamt darf auf die aufgrund dieser Ermächtigung übertragenen Aktien ein anteiliger Betrag von höchstens 10 Prozent des Grundkapitals zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens dieser Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung entfallen, sofern die Aktien zur Erfüllung von Options- oder Wandlungsrechten oder Options- oder Wandlungspflichten, die in entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG gewährt oder begründet wurden, verwendet werden. Auf diese Höchstgrenze von 10 Prozent des Grundkapitals ist der anteilige Betrag des Grundkapitals anzurechnen, der auf Aktien der Gesellschaft entfällt, die in direkter oder entsprechender Anwendung des § 186 Abs. 3 Satz 4 AktG während der Laufzeit dieser Ermächtigung ausgegeben oder veräußert werden.

- Durchführung einer sogenannten Aktiendividende (scrip dividend), im Rahmen derer Aktien der Gesellschaft (auch teil- und wahlweise) zur Erfüllung der Dividendenanprüche der Aktionäre verwendet werden;
- Einziehung von Aktien der Gesellschaft ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss. Die Einziehung kann auch ohne Kapitalherabsetzung durch Erhöhung des anteiligen Betrags der übrigen Stückaktien am Grundkapital der Gesellschaft erfolgen. Der Vorstand wird in diesem Fall zur Anpassung der Zahl der Stückaktien in der Satzung ermächtigt.

Alle vorstehenden Ermächtigungen zum Erwerb und zur Verwendung von aufgrund der vorstehenden oder einer früheren Ermächtigung erworbenen eigenen Aktien können ganz oder teilweise, einmal oder mehrmals, einzeln oder gemeinsam durch die Gesellschaft oder ihre Konzerngesellschaften im Sinne von § 18 AktG oder für ihre oder deren Rechnung durch Dritte ausgeübt werden. Alle vorstehenden Ermächtigungen können zum Erwerb und zur Verwendung sowohl von Stammaktien als auch von Vorzugsaktien oder zum Erwerb und zur

Verwendung lediglich von Stammaktien oder lediglich von Vorzugsaktien ausgeübt werden.

Die Verwendung eigener Aktien gemäß den vorgenannten Ermächtigungen mit Ausnahme der Ermächtigung zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft über die Börse oder durch Angebot an alle Aktionäre bedarf der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Bei Verwendung eigener Aktien gemäß den vorgenannten Ermächtigungen mit Ausnahme der Ermächtigung zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft durch Angebot an alle Aktionäre, der Ermächtigung zur Durchführung einer sogenannten Aktiendividende (scrip dividend) sowie der Ermächtigung zur Einziehung von Aktien der Gesellschaft ohne weiteren Hauptversammlungsbeschluss ist das Bezugsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Bei Verwendung eigener Aktien gemäß der Ermächtigung zur Veräußerung von Aktien der Gesellschaft durch Angebot an alle Aktionäre, das unter Wahrung des Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53 a AktG) erfolgt, wird der Vorstand ermächtigt, das Bezugsrecht der Aktionäre für Spitzenbeträge auszuschließen. Darüber hinaus ist der Vorstand bei Verwendung eigener Aktien gemäß der Ermächtigung zur Durchführung einer sogenannten Aktiendividende (scrip dividend) ermächtigt, das Bezugsrecht auszuschließen.

Der Vorstand wurde von der Hauptversammlung am 20. Februar 2015 ergänzend ermächtigt, den Aktienwerb unter der beschlossenen Ermächtigung auch unter Einsatz von Put-Optionen, Call-Optionen, Terminkaufverträgen („Terminkäufe“) oder einer Kombination aus diesen Instrumenten nachfolgend zusammen „Derivate“, durchzuführen. Alle Aktienwerbe unter Einsatz von Derivaten sind dabei auf Aktien im Umfang von höchstens 5 Prozent des zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung über diese Ermächtigung oder – falls dieser Wert geringer ist – zum Zeitpunkt der Ausübung dieser Ermächtigung bestehenden Grundkapitals beschränkt. Die Laufzeit der Derivate muss so gewählt werden, dass der Aktienwerb unter Einsatz der Derivate nicht nach dem 19. Februar 2020 erfolgt. Die Derivate müssen mit einem oder mehreren von der METRO AG unabhängigen Kreditinstitut(en) und/oder einem oder mehreren nach § 53 Abs. 1 Satz 1 oder § 53 b Abs. 1 Satz 1 oder Abs. 7 des Kreditwesengesetzes tätigen Unternehmen abgeschlossen werden. Sie sind so auszugestalten, dass sichergestellt ist, dass die Derivate nur mit Aktien beliefert werden, die zuvor unter Wahrung des

Gleichbehandlungsgrundsatzes (§ 53a AktG) erworben wurden; dem genügt der Erwerb der Aktien über die Börse.

Die von der Gesellschaft für Call-Optionen gezahlte und für Put-Optionen vereinnahmte Optionsprämie darf nicht wesentlich unter dem nach anerkannten finanzmathematischen Methoden ermittelten theoretischen Marktwert der jeweiligen Optionen liegen. Der bei Ausübung von Put-Optionen oder Call-Optionen oder bei Fälligkeit des Terminkaufs zu zahlende Kaufpreis je Aktie darf den arithmetischen Mittelwert der Schlussauktionspreise für Aktien der betreffenden Gattung im Xetra-Handel (oder in einem an die Stelle des Xetra-Systems getretenen funktional vergleichbaren Nachfolgesystem) an der Frankfurter Wertpapierbörse während der letzten drei Börsentage vor Abschluss des betreffenden Derivategeschäfts um nicht mehr als 10 Prozent über- oder unterschreiten (jeweils ohne Erwerbsnebenkosten, aber unter Berücksichtigung der erhaltenen beziehungsweise gezahlten Optionsprämie).

Werden eigene Aktien unter Einsatz von Derivaten unter Beachtung der vorstehenden Regelungen erworben, sind ein etwaiges Recht der Aktionäre, solche Derivate mit der Gesellschaft abzuschließen, sowie ein etwaiges Andienungsrecht der Aktionäre ausgeschlossen.

Für die Verwendung von Aktien der Gesellschaft, die unter Einsatz von Derivaten erworben werden, gelten die vorstehend angeführten Regelungen über die Verwendung eigener Aktien entsprechend.

Die Ermächtigung zum Erwerb eigener Aktien, auch unter Einsatz von Derivaten, wurde bisher nicht ausgenutzt und es bestehen derzeit auch keine konkreten Pläne, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen.

Wesentliche Vereinbarungen, die unter der Bedingung eines Kontrollwechsels stehen (§ 315 Abs. 4 Nr. 8 und § 289 Abs. 4 Nr. 8 HGB)

Die METRO AG ist zurzeit als Kreditnehmerin an zwei Konsortialkreditverträgen beteiligt, die im Falle eines Kontrollwechsels durch die Kreditgeber kündbar sind, sofern zusätzlich und als Folge des Kontrollwechsels das Kredit-Rating der METRO AG in einer vertraglich festgelegten Weise fällt. Erste Voraussetzung eines Kontrollwechsels ist, dass die Aktionäre, die die METRO AG zum Zeitpunkt des jeweiligen Vertragschlusses kontrolliert haben, diese Kontrolle verlieren. Zweite Voraussetzung ist die Erlangung der Kontrolle über die METRO AG durch eine oder mehrere Parteien. Nur wenn der Kontrollwechsel und infolgedessen das Fallen des Kredit-Ratings kumulativ eintreten, können die kreditgebenden Banken den Vertrag kündigen und einen herausgelegten Kredit zurückverlangen. Diese Regelungen sind in der beschriebenen Weise marktüblich und dienen dem Schutz der Gläubiger. Im Geschäftsjahr 2014/15 wurden diese Kredite nicht in Anspruch genommen.

Entschädigungsvereinbarungen bei Kontrollwechseln (§ 315 Abs. 4 Nr. 9 und § 289 Abs. 4 Nr. 9 HGB)

Entschädigungsvereinbarungen der Gesellschaft, die für den Fall eines Übernahmeangebots mit den Mitgliedern des Vorstands oder Arbeitnehmern getroffen worden sind, bestehen nicht.

– ERGÄNZENDE ANGABEN FÜR DIE METRO AG (GEMÄSS HGB)

Überblick über das Geschäftsjahr 2014/15 und Prognose der METRO AG

Die METRO AG ist als Managementholding der METRO GROUP hinsichtlich des Geschäftsverlaufs, der Lage sowie der voraussichtlichen Entwicklung mit ihren wesentlichen Chancen und Risiken maßgeblich von der Entwicklung der METRO GROUP abhängig.

Angeichts der Holdingstruktur ist – abweichend von der konzernweiten Betrachtung – die wichtigste Steuerungsgröße der METRO AG im Sinne des DRS 20 der handelsrechtliche Jahresüberschuss.

Geschäftsverlauf der METRO AG

Der Geschäftsverlauf der METRO AG ist wesentlich geprägt von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen. Der Abschluss der METRO AG nach handelsrechtlichen Vorschriften dient als Ausschüttungsbemessungsgrundlage. Im Folgenden sind die Gewinn- und Verlustrechnung sowie die Bilanz der METRO AG nach HGB dargestellt.

Ertragslage der METRO AG und Gewinnverwendung

Gewinn- und Verlustrechnung für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015 nach HGB

Mio. €	2013/14	2014/15
Beteiligungsergebnis	811	592
Finanzergebnis	-95	-21
Sonstige betriebliche Erträge	475	469
Personalaufwand	-148	-194
Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen	-15	-3
Sonstige betriebliche Aufwendungen	-433	-481
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	595	362
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-7	0
Sonstige Steuern	-2	-2
Jahresüberschuss	586	360
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	0	24
Einstellungen in Gewinnrücklagen	-267	0
Bilanzgewinn	319	384

Die METRO AG weist im Geschäftsjahr 2014/15 ein Beteiligungsergebnis in Höhe von 592 Mio. € gegenüber 811 Mio. € im Vorjahr aus.

Die Erträge aus Gewinnabführungsverträgen in Höhe von 301 Mio. € (2013/14: 410 Mio. €) resultieren im Wesentlichen aus Gewinnen der Vertriebslinie Media-Saturn (mittelbar) und der Galeria Kaufhof Gruppe.

Die Erträge aus Beteiligungen ohne Gewinnabführungsvertrag in Höhe von 611 Mio. € (2013/14: 485 Mio. €) resultieren überwiegend aus einer Ausschüttung im Zusammenhang mit der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe.

Im Geschäftsjahr 2014/15 wurden auf Basis von Gewinnabführungsverträgen Verluste in Höhe von 230 Mio. € (2013/14: 16 Mio. €) übernommen. Diese Verluste resultieren (mittelbar) aus den Vertriebslinien METRO Cash & Carry Deutschland sowie Real einschließlich Abschreibungen von Beteiligungsbuchwerten. In dieser Position sind weiterhin Ergebnisse von in Vorjahren entstandenen und im Berichtsjahr vereinnahmten Gewinnen von ausländischen Cash-and-Carry-Gesellschaften enthalten.

Aufwendungen aus dem Abgang von Finanzanlagevermögen entstanden im Wesentlichen im Zusammenhang mit dem Verkauf der Galeria Kaufhof Gruppe.

Das Finanzergebnis beläuft sich auf –21 Mio. € (2013/14: –95 Mio. €). Diese Verbesserung resultiert hauptsächlich aus dem geringeren Zinsniveau sowie der rückläufigen Verschuldung.

Die METRO AG agiert im Rahmen des Verrechnungspreissystems als sogenannter Franchise-Geber für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry. Die Leistungserbringung besteht hauptsächlich in der Überlassung und Weiterentwicklung von Geschäftskonzepten, Softwareanwendungen und Holdingdienstleistungen. Um diese Leistungen erbringen zu können, werden insbesondere IT-Dienstleistungen und Software von METRO SYSTEMS erworben, die sich innerhalb der sonstigen Aufwendungen und Abschreibungen niederschlagen. Die Leistungsverrechnung erfolgt durch Berechnung einer fremdvergleichskonformen Vergütung. Die METRO AG hat im Geschäftsjahr 2014/15 den nationalen und internationalen operativen Gesellschaften der Vertriebslinie METRO Cash & Carry eine sogenannte Franchise-Gebühr in Höhe von insgesamt 255 Mio. € (2013/14: 289 Mio. €) in Rechnung gestellt. Die Franchise-Gebühr selbst ist ein in Abhängigkeit von der Nutzung der offerierten Leistungen berechneter Prozentsatz vom Umsatz und Ergebnis der operativen Gesellschaft.

Aus der Summe aller sonstigen betrieblichen Erträge, sonstigen betrieblichen Aufwendungen sowie der Abschreibungen auf immaterielle Vermögensgegenstände und Sachanlagen der METRO AG ergab sich zum Stichtag unter Einbezug von Transaktionskosten aus dem Verkauf der Galeria Kaufhof Gruppe insgesamt ein Aufwand von 15 Mio. € gegenüber einem Ertrag von 27 Mio. € im Vorjahr.

Im Durchschnitt der vier Quartale des Geschäftsjahres 2014/15 beschäftigte die METRO AG 1.133 (2013/14: 1.072) Mitarbeiter. Teilzeitbeschäftigte und Aushilfen wurden auf Vollzeitkräfte umgerechnet. Die Personalaufwendungen betragen 194 Mio. € (2013/14: 148 Mio. €). Außer den Effekten aus dem Anstieg der Beschäftigtenanzahl führten höhere erfolgsabhängige Vergütungsbestandteile sowie die Bildung einer Rückstellung für Restrukturierung zu einem Anstieg der Personalaufwendungen.

Der Jahresüberschuss beläuft sich auf 360 Mio. € (2013/14: 586 Mio. €) und liegt damit, im Wesentlichen resultierend aus einem geringeren Beteiligungsergebnis, unterhalb der zu

Beginn der Berichtsperiode abgegebenen Prognose für das Geschäftsjahr 2014/15.

Unter Einbezug des Gewinnvortrags aus dem Vorjahr weist die Gesellschaft einen Bilanzgewinn von 384 Mio. € gegenüber 319 Mio. € im Geschäftsjahr 2013/14 aus.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns 2014/15 schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 384 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,00 € je Stammaktie und 1,06 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 327 Mio. €, zu beschließen und den Restbetrag als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen.

Finanzlage der METRO AG

Zahlungsmittelflüsse

Zahlungsmittelflüsse ergaben sich im Berichtsjahr im Wesentlichen aus Finanzierungsvorgängen mit Unternehmen der METRO GROUP. Kurzfristige, zum Ende des Geschäftsjahres aus den Vertriebslinien bereitgestellte Geldanlagen betragen zum Stichtag 35 Mio. € (30.9.2014: 381 Mio. €). Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr resultiert überwiegend aus dem Ausscheiden der Galeria Kaufhof Gruppe.

Kapitalstruktur

Passiva

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Eigenkapital		
Gezeichnetes Kapital	835	835
Stammaktien	828	828
Vorzugsaktien	7	7
(Bedingtes Kapital)	(128)	(128)
Kapitalrücklage	2.558	2.558
Gewinnrücklagen	2.660	2.660
Bilanzgewinn	319	384
	6.372	6.437
Rückstellungen	384	393
Verbindlichkeiten	4.352	5.328
Rechnungsabgrenzungsposten	5	5
	11.113	12.163

Die Passivseite der Bilanz besteht mit 6.437 Mio. € (30.9.2014: 6.372 Mio. €) aus Eigenkapital und mit 5.726 Mio. € (30.9.2014:

4.741 Mio. €) aus Rückstellungen, Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Die Eigenkapitalquote beträgt zum Stichtag 52,9 Prozent gegenüber 57,3 Prozent im Vorjahr. Die Rückstellungen betragen zum Bilanzstichtag 393 Mio. € (30.9.2014: 384 Mio. €). Im Bereich der Verbindlichkeiten aus Anleihen ergab sich ein leichter Anstieg um 105 Mio. € auf 2.939 Mio. €, die Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten erhöhten sich stichtagsbedingt durch kurzfristige Zwischenfinanzierungsvorgänge im Rahmen des Verkaufs der Galeria Kaufhof Gruppe auf 982 Mio. € (30.9.2014: 470 Mio. €). Bei den Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen erhöhte sich der Bestand auf 1.317 Mio. € (30.9.2014: 956 Mio. €). Dieser Anstieg resultiert hauptsächlich aus höheren, von den Vertriebslinien zum Stichtag kurzfristig bereitgestellten Mitteln. Die sonstigen Verbindlichkeiten liegen zum Stichtag mit 65 Mio. € um 16 Mio. € unter dem Vorjahresbestand von 81 Mio. €.

Vermögenslage der METRO AG

Aktiva		
Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Anlagevermögen		
Immaterielle Vermögensgegenstände	8	14
Sachanlagen	2	2
Finanzanlagen	7.886	7.782
	7.896	7.798
Umlaufvermögen		
Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände	2.819	4.312
Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks	381	35
	3.200	4.347
Rechnungsabgrenzungsposten	17	18
	11.113	12.163

Die Aktiva betragen zum Stichtag insgesamt 12.163 Mio. € und sind überwiegend mit 7.798 Mio. € durch Finanzanlagen, mit 2.840 Mio. € durch sonstige Vermögensgegenstände sowie mit 1.472 Mio. € durch Forderungen gegen verbundene Unternehmen geprägt. Die Finanzanlagen verminderten sich gegenüber dem Vorjahr um 105 Mio. € und stellen nun 64,0 Prozent der Bilanzsumme dar. Dieser Rückgang resultiert im Wesentlichen aus Rückführungen von langfristigen konzerninternen Darlehen. Die Position Sonstige Vermögensgegenstände hat sich mit 2.840 Mio. € deutlich gegenüber dem Vorjahreswert von

267 Mio. € erhöht. Diese Position enthält mit 2.353 Mio. € die Kaufpreisforderung aus der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe und entspricht zum Stichtag 23,4 Prozent der Bilanzsumme. Forderungen gegen verbundene Unternehmen weisen gegenüber dem Vorjahr einen Rückgang in Höhe von 1.080 Mio. € auf – diese Position spiegelt den kurzfristigen Finanzierungsbedarf der Konzerngesellschaften zum Stichtag unter Berücksichtigung der Effekte aus dem Verkauf der Galeria Kaufhof Gruppe wider und repräsentiert 12,1 Prozent der gesamten Aktiva.

Die Position Kassenbestand, Guthaben bei Kreditinstituten und Schecks reduzierte sich gegenüber dem Vorjahr um 346 Mio. € auf 35 Mio. €. Dieser Rückgang gegenüber dem Vorjahresstichtag 30. September 2014 ergibt sich überwiegend aus dem Ausscheiden der Galeria Kaufhof Gruppe aus dem Konzernverbund.

Risikosituation der METRO AG

Da die METRO AG unter anderem durch Finanzierungs- und Garantiezusagen sowie durch mittel- und unmittelbare Investitionen in die Beteiligungsunternehmen weitgehend mit den Unternehmen der METRO GROUP verbunden ist, ist die Risikosituation der METRO AG wesentlich von der Risikosituation der METRO GROUP abhängig. Insoweit gelten die Aussagen zur Gesamtbewertung der Risikosituation durch die Unternehmensleitung auch als Zusammenfassung der Risikosituation der METRO AG.

Prognose der METRO AG

Die METRO AG in ihrer Funktion als Managementholding ist in ihrer Entwicklung wesentlich von der Entwicklung und dem Ausschüttungsverhalten ihrer Beteiligungen abhängig. Bei einer stabilen Kostenstruktur erwarten wir aus der Anpassung des Verrechnungspreissystems höhere Erträge und gehen davon aus, dass der Jahresüberschuss in etwa das Niveau des abgelaufenen Geschäftsjahres erreichen wird.

Geplante Investitionen der METRO AG

Im Rahmen der Durchführung von Investitionen der METRO GROUP wird die METRO AG die Konzerngesellschaft-

ten bei Bedarf durch Anteilserhöhungen oder Ausleihungen unterstützen. Darüber hinaus können sich im Rahmen von konzerninternen Anteilstransfers Investitionen in Anteile an verbundenen Unternehmen ergeben.

Erklärung zur Unternehmensführung

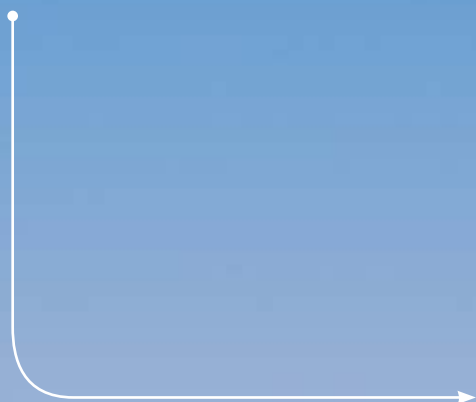
Die Erklärung zur Unternehmensführung nach § 289 a HGB ist auf der Website der Gesellschaft (www.metrogroup.de) unter der Rubrik Unternehmen – Corporate Governance öffentlich zugänglich.

Erklärung gemäß § 312 AktG

Der Vorstand der METRO AG hat gemäß § 312 AktG einen Bericht über die Beziehungen zu verbundenen Unternehmen für das Geschäftsjahr 2014/15 erstellt und am Schluss des Berichts folgende Erklärung abgegeben:

„Der Vorstand der METRO AG erklärt, dass die Gesellschaft nach den Umständen, die ihm in dem Zeitpunkt bekannt waren, in dem die Rechtsgeschäfte vorgenommen oder die Maßnahmen getroffen wurden, bei jedem Rechtsgeschäft eine angemessene Gegenleistung erhalten hat und dadurch, dass die Maßnahmen getroffen wurden, nicht benachteiligt wurde. Andere berichtspflichtige Maßnahmen haben im Geschäftsjahr nicht vorgelegen.“

KONZERN- ABSCHLUSS



- 168 GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG
- 169 ÜBERLEITUNG VOM PERIODEN-
ERGEBNIS ZUM GESAMTERGEBNIS
- 170 BILANZ
- 172 EIGENKAPITALENTWICKLUNG
- 174 KAPITALFLUSSRECHNUNG

ANHANG 175



- 176 Segmentberichterstattung
- 178 Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden
des Konzernabschlusses
- 200 Kapitalmanagement
- 201 Erläuterungen zu Unternehmens-
zusammenschlüssen
- 203 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung
- 210 Erläuterungen zur Bilanz
- 251 Sonstige Erläuterungen
- 272 Organe der METRO AG und ihre Mandate
- 309 Versicherung der gesetzlichen Vertreter
- 310 Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers

KONZERNABSCHLUSS

Gewinn- und Verlustrechnung

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015

Mio. €	Anhang Nr.	2013/14 ¹	2014/15
Umsatzerlöse	1	59.937	59.219
Umsatzkosten		-48.176	-47.577
Bruttoergebnis vom Umsatz		11.761	11.642
Sonstige betriebliche Erträge	2	1.298	1.275
Vertriebskosten	3	-10.513	-10.221
Allgemeine Verwaltungskosten	4	-1.326	-1.467
Sonstige betriebliche Aufwendungen	5	-143	-518
Betriebliches Ergebnis EBIT		1.077	711
Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen	6	9	2
Sonstiges Beteiligungsergebnis	7	78	0
Zinsertrag	8	48	62
Zinsaufwand	8	-434	-344
Übriges Finanzergebnis	9	-242	-172
Finanzergebnis		-541	-452
Ergebnis vor Steuern EBT		536	259
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	11	-539	-480
Periodenergebnis aus fortgeführten Aktivitäten		-3	-221
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	12	185	935
Periodenergebnis		182	714
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis	13	55	42
davon aus fortgeführten Aktivitäten		[54]	[42]
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		[1]	[0]
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis		127	672
davon aus fortgeführten Aktivitäten		[-57]	[-263]
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		[184]	[935]
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	14	0,39	2,06
davon aus fortgeführten Aktivitäten		[-0,18]	[-0,80]
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten		[0,57]	[2,86]

¹Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis
 für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015

Mio. €	2013/14	2014/15
Periodenergebnis	182	714
Sonstiges Ergebnis		
Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden	-215	59
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-256	90
Auf die Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig nicht aufwands- oder ertragswirksam werden, entfallende Ertragsteuern	41	-31
Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten	-93	-195
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-30	-183
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	21	-12
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	-70	0
Auf die Komponenten des Sonstigen Ergebnisses, die künftig aufwands- oder ertragswirksam werden könnten, entfallende Ertragsteuern	-14	0
Sonstiges Ergebnis	-308	-136
Gesamtergebnis	-126	578
Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Gesamtergebnis	57	41
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Gesamtergebnis	-183	537

Bilanz zum 30. September 2015

Aktiva

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2014	30.9.2015
Langfristige Vermögenswerte		15.572	13.207
Geschäfts- oder Firmenwerte	19	3.671	3.301
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	20	380	464
Sachanlagen	21	10.025	7.955
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	22	223	170
Finanzanlagen	23	71	117
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	23	95	184
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	272	292
Latente Steueransprüche	25	835	724
Kurzfristige Vermögenswerte		12.584	14.449
Vorräte	26	5.946	5.439
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	27	560	702
Finanzanlagen		1	6
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	24	2.981 ¹	3.435
Ertragsteuererstattungsansprüche		223	202
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	30	2.406	4.415
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	31	467 ¹	250
		28.156	27.656

¹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Passiva

Mio. €	Anhang Nr.	30.9.2014	30.9.2015
Eigenkapital	32	4.999	5.172
Gezeichnetes Kapital		835	835
Kapitalrücklage		2.551	2.551
Gewinnrücklagen		1.602	1.793
Anteile nicht beherrschender Gesellschafter		11	-7
Langfristige Schulden		6.921	6.841
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	33	1.684	1.270
Sonstige Rückstellungen	34	478	492
Finanzschulden	35, 37	4.453	4.731
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	176	206
Latente Steuerschulden	25	130	142
Kurzfristige Schulden		16.236	15.643
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	35, 36	10.075 ¹	9.550
Rückstellungen	34	615	628
Finanzschulden	35, 37	2.615	2.635
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	35, 38	2.528	2.488
Ertragsteuerschulden	35	198	148
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	31	205 ¹	194
		28.156	27.656

¹ Vorjahresanpassung (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Eigenkapitalentwicklung¹

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015

Mio. €	Gezeichnetes Kapital	Kapitalrücklage	Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	Bewertungs- effekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	Währungs- umrechnungs- differenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche
30.9./1.10.2013	835	2.551	61	70	-407
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	21	-70	-34
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0
30.9./1.10.2014	835	2.551	82	0	-441
Dividenden	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	0	0	-12	0	-185
Kapitalsaldo aus Erwerb von Anteilen	0	0	0	0	0
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0
30.9.2015	835	2.551	70	0	-626

¹ Die Eigenkapitalentwicklung wird im Anhang unter Nummer 32 Eigenkapital erläutert² In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von circa –25 Mio. € enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden³ In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von circa –7 Mio. € enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden

Neubewertung von leistungs- orientierten Pensionsplänen	Auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses entfallende Ertragsteuer	Übrige Gewinnrücklagen	Gewinnrücklagen gesamt	Eigenkapital vor Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter gesamt	davon auf das Sonstige Ergebnis entfallend	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter	davon auf das Sonstige Ergebnis entfallend	Eigenkapital gesamt
-611	174	2.506	1.793	5.179		27		5.206
0	0	0	0	0		-86		-86
-254	27	127	-183	-183	[-310]	57	[2]	-126
0	0	-4	-4	-4		8		4
0	0	-4	-4	-4		5		1
-865	201	2.625	1.602	4.988		11		4.999
0	0	-319 ²	-319	-319		-45 ³		-364
93	-31	672	537	537	[-135]	41	[-1]	578
0	0	0	0	0		0		0
126	-39	-114	-27	-27		-14		-41
-646	131	2.864	1.793	5.179		-7		5.172

Kapitalflussrechnung¹

für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015

Mio. €	2013/14 ²	2014/15
EBIT	1.077	711
Zu-/Abschreibungen auf Anlagevermögen ohne Finanzanlagen	1.151	1.465
Veränderung von Pensions- und sonstigen Rückstellungen	19	104
Veränderung des Nettobetriebsvermögens	3	-305
Zahlungen Ertragsteuern	-383	-547
Umgliederung Gewinne (-) / Verluste (+) aus dem Abgang von Anlagevermögen	-101	-214
Sonstiges	-12	381
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	1.754	1.595
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	254	251
Cashflow aus der betrieblichen Tätigkeit	2.008	1.846
Unternehmensakquisitionen	0	-251
Investitionen in Sachanlagen (ohne Finanzierungs-Leasing)	-762	-986
Sonstige Investitionen	-365	-619
Unternehmensveräußerungen	-89	66
Anlagenabgänge	522	389
Gewinne (+) / Verluste (-) aus dem Abgang von Anlagevermögen	101	214
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	-593	-1.187
Cashflow aus Investitionstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-122	1.972
Cashflow aus Investitionstätigkeit	-715	785
Gewinnausschüttungen		
an METRO AG Gesellschafter	0	-319 ³
an andere Gesellschafter	-86	-45 ⁴
Tilgung von Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter	-1	0
Aufnahme von Finanzschulden	3.372	3.537
Tilgung von Finanzschulden	-4.255	-3.624
Gezahlte Zinsen	-406	-334
Erhaltene Zinsen	47	59
Ergebnisübernahmen und sonstige Finanzierungstätigkeit	-23	8
Mittelabfluss zur Finanzierung aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus fortgeführten Aktivitäten	-1.352	-718
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-96	121
Cashflow aus Finanzierungstätigkeit	-1.448	-597
Summe der Cashflows	-155	2.034
Wechselkurseffekte auf die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-1	-25
Gesamtveränderung der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	-156	2.009
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober	2.564	2.408
In den Vermögenswerten gemäß IFRS 5 ausgewiesene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	0	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 1. Oktober	2.564	2.406
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September gesamt	2.408	4.417
In den Vermögenswerten gemäß IFRS 5 ausgewiesene Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2	2
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente zum 30. September	2.406	4.415

¹ Die Kapitalflussrechnung wird im Anhang unter Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung erläutert² Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Anhang – Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)³ In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von circa -25 Mio. € enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden⁴ In der ausgewiesenen Dividende sind Dividenden an Minderheitsgesellschafter in Höhe von circa -7 Mio. € enthalten, deren Anteile aufgrund von Verkaufsoptionen vollständig als Fremdkapital ausgewiesen werden

ANHANG

Segmentberichterstattung^{1, 2}

Geschäftssegmente

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						
	METRO Cash & Carry		Media-Saturn		Real	
Mio. €	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15
Außenumsätze (netto)	30.513	29.690	20.981	21.737	8.432	7.735
Innenumsätze (netto)	47	11	2	2	0	7
Umsatzerlöse (netto)	30.560	29.701	20.983	21.738	8.432	7.743
EBITDAR	1.654	1.621	1.234	1.261	404	327
EBITDA	1.460	1.424	537	595	172	142
Abschreibungen	557	462	295	267	153	583
Zuschreibungen	1	13	1	7	0	0
EBIT	904	975	244	336	19	-441
Investitionen	441	750	244	256	172	241
Segmentvermögen	11.578 ³	11.375	5.124 ³	5.296	3.121	2.760
davon langfristig	[7.999]	[7.780]	[1.542]	[1.464]	[2.083]	[1.736]
Segmentschulden	5.676 ³	5.646	5.597 ³	5.674	1.042	1.484
Verkaufsfläche (1.000 m²)	5.576	5.468	3.070	3.034	2.145	2.031
Standorte (Anzahl)	766	764	986	1.007	311	293

Regionensegmente

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						
	Deutschland		Westeuropa (ohne Deutschland)		Osteuropa	
Mio. €	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15
Außenumsätze (netto)	22.558	22.490	18.902	19.090	14.755	13.318
Innenumsätze (netto)	194	166	131	161	15	7
Umsatzerlöse (netto)	22.752	22.656	19.033	19.252	14.770	13.326
EBITDAR	1.115	946	963	1.067	1.048	966
EBITDA	679	491	578	699	869	831
Abschreibungen	452	915	330	242	326	262
Zuschreibungen	0	0	1	9	9	9
EBIT	227	-424	249	466	552	578
Investitionen	459	549	215	288	252	226
Segmentvermögen	8.721 ³	8.463	5.861 ³	6.016	5.800 ³	4.908
davon langfristig	[4.783]	[4.318]	[3.352]	[3.363]	[3.873]	[3.257]
Segmentschulden	6.065 ³	6.302	4.420 ³	4.556	2.851 ³	2.426
Verkaufsfläche (1.000 m²)	4.434	4.341	2.721	2.641	2.855	2.771
Standorte (Anzahl)	829	817	605	604	498	510

¹ Die Segmentberichterstattung wird unter Nummer 43 Segmentberichterstattung erläutert

² Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

³ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns	
Sonstige		Konsolidierung		METRO GROUP			
2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15
10	56	0	0	59.937	59.219	3.099	3.021
5.808	676	-5.857	-696	0	0	0	0
5.818	732	-5.857	-696	59.937	59.219	3.099	3.021
-27	-26	-3	-8	3.262	3.176	k. A.	k. A.
60	25	-2	-10	2.228	2.177	317	1.103
164	178	-6	-4	1.162	1.487	121	88
9	1	0	0	11	22	0	0
-95	-152	4	-6	1.077	711	196	1.015
144	165	0	0	1.001	1.411	208	159
2.329	2.146	-429	-434	21.723 ³	21.142	2.249	0
(1.350)	(1.241)	(-50)	(-39)	(12.923)	(12.182)	(1.643)	(0)
2.125	1.685	-335	-385	14.105 ³	14.103	885	0
0	29	0	0	10.790	10.563	1.446	1.418
0	4	0	0	2.063	2.068	137	134

Fortgeführte Aktivitäten des Konzerns						Nicht fortgeführte Aktivitäten des Konzerns			
Asien/Afrika		International		Konsolidierung		METRO GROUP			
2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15
3.722	4.319	37.379	36.728	0	0	59.937	59.219	3.099	3.021
34	35	179	204	-373	-370	0	0	0	0
3.755	4.355	37.558	36.932	-373	-370	59.937	59.219	3.099	3.021
138	205	2.149	2.237	-3	-7	3.262	3.176	k. A.	k. A.
105	163	1.551	1.693	-2	-7	2.228	2.177	317	1.103
54	68	710	572	0	0	1.162	1.487	121	88
1	4	11	22	0	0	11	22	0	0
52	98	852	1.143	-2	-7	1.077	711	196	1.015
75	349	542	862	0	0	1.001	1.411	208	159
1.726 ³	2.145	13.387 ³	13.069	-385	-390	21.723 ³	21.142	2.249	0
(919)	(1.247)	(8.144)	(7.866)	(-3)	(-3)	(12.923)	(12.182)	(1.643)	(0)
1.054 ³	1.156	8.326 ³	8.139	-286	-338	14.105 ³	14.103	885	0
780	809	6.356	6.222	0	0	10.790	10.563	1.446	1.418
131	137	1.234	1.251	0	0	2.063	2.068	137	134

Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses

Grundlagen der Rechnungslegung

Die METRO AG als Konzernmutter des METRO AG Konzerns (im Folgenden auch METRO GROUP) hat ihren Sitz in der Metro-Straße 1 in 40235 Düsseldorf, Deutschland. Der vorliegende Konzernabschluss der METRO AG zum 30. September 2015 wurde nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) aufgestellt. Er berücksichtigt alle zu diesem Zeitpunkt verabschiedeten und in der Europäischen Union verpflichtend anzuwendenden Bilanzierungsstandards und Interpretationen. Durch Einhaltung der Standards und Interpretationen wird ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des METRO AG Konzerns mit seinen vier Segmenten, METRO Cash & Carry, Media-Saturn, Real und Sonstige, vermittelt.

Der Konzernabschluss entspricht in der vorliegenden Fassung der Vorschrift des §315 a Handelsgesetzbuch (HGB). Diese bildet die Rechtsgrundlage für die Konzernrechnungslegung nach internationalen Standards in Deutschland zusammen mit der Verordnung (EG) Nr. 1606/2002 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 19. Juli 2002, betreffend die Anwendung internationaler Rechnungslegungsstandards.

Das Datum der Unterschrift durch den Vorstand der METRO AG (3. Dezember 2015) ist gleichzeitig das Datum der Freigabe des Konzernabschlusses durch den Vorstand zur Veröffentlichung und Weitergabe an den Aufsichtsrat.

Der vorliegende Konzernabschluss basiert grundsätzlich auf dem historischen Anschaffungskostenprinzip. Wesentliche Ausnahmen hiervon sind zum Fair Value bilanzierte Finanzinstrumente sowie finanzielle Vermögenswerte und Schulden, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair-Value-Hedges mit ihren Fair Values bewertet werden. Ferner sind zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte und Veräußerungsgruppen sowie nicht fortgeführte Aktivitäten mit dem Fair Value abzüglich Veräußerungskosten bilanziert, sofern dieser Wert unter dem Buchwert liegt. Verbindlichkeiten aus anteilsbasierten Vergütungen mit Barausgleich werden ebenfalls zum Fair Value ausgewiesen. Darüber hinaus sind die finanziellen Verpflichtungen aus nicht beherrschenden Gesellschaftern ge-

währten Verkaufsoptionen sowie aus Earn-out-Vereinbarungen (Verbindlichkeiten aus bedingten Kaufpreiszahlungen im Rahmen von Unternehmensakquisitionen) zum Fair Value bewertet.

Die Gewinn- und Verlustrechnung ist nach dem Umsatzkostenverfahren aufgestellt.

Zur Verbesserung der Klarheit und Aussagefähigkeit werden einzelne Posten in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie in der Bilanz zusammengefasst. Diese Posten sind im Anhang gesondert ausgewiesen und erläutert.

Der Konzernabschluss wurde in Euro aufgestellt. Alle Beträge sind in Millionen Euro (Mio. €) angegeben, sofern nicht auf Abweichungen besonders hingewiesen wird. Beträge unter 0,5 Mio. € werden abgerundet und mit 0 Mio. € berichtet. Seit 2012 werden lediglich in der Gewinn- und Verlustrechnung, der Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, der Bilanz, der Eigenkapitalentwicklung sowie in der Kapitalflussrechnung die Zahlen so gerundet, dass sich aus ihnen die jeweilige Summe ergibt. In allen anderen Tabellen wurden die einzelnen Zahlen sowie die Summen getrennt voneinander gerundet. Dementsprechend können Rundungsdifferenzen auftreten.

In den folgenden Kapiteln werden die Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden dargestellt, die bei der Erstellung des Konzernabschlusses zur Anwendung kamen.

Nicht fortgeführte Aktivitäten

Mit der Unterzeichnung der Vereinbarung über den Verkauf des Warenhausgeschäfts inklusive zugehöriger Immobilien der Galeria Kaufhof Gruppe wird diese Vertriebslinie seit dem dritten Quartal 2014/15 in der Berichterstattung nicht mehr als separates Segment und als Teil der fortgeführten Aktivitäten der METRO GROUP ausgewiesen, sondern als nicht fortgeführte Aktivität. Die Angaben für das Geschäftsjahr 2014/15 der METRO GROUP wurden um die Zahlen von Galeria Kaufhof bereinigt und die Vorjahreszahlen (mit Ausnahme der Bilanz und der ihr zugehörigen Anhangangaben) adjustiert. In diesem Konzernabschluss werden die Begriffe „nicht fortgeführte Aktivitäten“ und „aufgegebene Geschäftsbereiche“ synonym verwendet.

Anwendung neuer Rechnungslegungsvorschriften

Im Geschäftsjahr 2014/15 erstmals angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Im vorliegenden Konzernabschluss kamen erstmals die folgenden vom IASB überarbeiteten, ergänzten sowie neu herausgegebenen Bilanzierungsstandards und Interpretationen zur Anwendung, die im Geschäftsjahr 2014/15 für die METRO AG verpflichtend waren, sofern nicht als freiwillig vorzeitig angewendet vermerkt:

IFRS 10 (Konzernabschlüsse), IFRS 11 (Gemeinschaftliche Vereinbarungen) und IFRS 12 (Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen)

Die neuen Standards IFRS 10, 11 und 12 beinhalten geänderte Regeln für die Konzernrechnungslegung. IFRS 10 (Konzernabschlüsse) führt neue Vorgaben für die Abgrenzung des Konsolidierungskreises ein. Durch ihn werden die bisherigen Regelungen des IAS 27 (Konzern- und Einzelabschlüsse – in Zukunft nur noch Einzelabschlüsse) zu Konzernabschlüssen und des SIC-12 (Konsolidierung – Zweckgesellschaften) ersetzt. Die wesentlichste Änderung durch IFRS 10 besteht in der Einführung eines einheitlichen Begriffs der Beherrschung. Damit in Zukunft Beherrschung vorliegt, müssen drei Kriterien erfüllt sein. Zum einen hat der Investor Bestimmungsmacht über das Beteiligungsunternehmen. Das bedeutet, dass es dem Investor aufgrund bestehender Rechte möglich ist, die maßgeblichen Tätigkeiten zu bestimmen, also diejenigen Tätigkeiten, die die wirtschaftlichen Erfolge des Beteiligungsunternehmens signifikant beeinflussen. Zum anderen trägt der Investor das Risiko beziehungsweise hat das Recht an variablen wirtschaftlichen Erfolgen des Beteiligungsunternehmens zu partizipieren und kann des Weiteren seine Bestimmungsmacht nutzen, um die Höhe der variablen Rückflüsse zu beeinflussen.

IFRS 11 (Gemeinschaftliche Vereinbarungen) regelt die Bilanzierung von Sachverhalten neu, bei denen mehrere Parteien die gemeinschaftliche Führung über ein Gemeinschaftsunternehmen (Joint Venture) oder eine gemeinschaftliche Tätigkeit (Joint Operation) ausüben. Hierdurch werden der IAS 31 (Anteile an Gemeinschaftsunternehmen) und der SIC-13 (Gemeinschaftlich geführte Unternehmen – Nicht monetäre Einlagen durch Partnerunternehmen) ersetzt sowie der IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen – zukünftig: Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen) angepasst. Für Gemeinschaftsunternehmen wird das derzeit durch IAS 31 gewährte Wahlrecht zur Quoten-

konsolidierung abgeschafft. In Zukunft sind diese ausschließlich gemäß der Equity-Methode zu bilanzieren, die weiterhin den Vorgaben des IAS 28 folgt. Da die METRO AG die Möglichkeit der Quotenkonsolidierung nicht in Anspruch genommen hat, ergeben sich aus dieser Änderung keine Auswirkungen auf den Konzernabschluss der METRO AG. Bei gemeinschaftlichen Tätigkeiten weist jedes der Partnerunternehmen gemäß IFRS 11 seinen Anteil an den gemeinschaftlich gehaltenen Vermögenswerten sowie an den gemeinschaftlich entstandenen Verbindlichkeiten in der eigenen Bilanz aus. Analog weist es den eigenen Anteil an den Umsatzerlösen, Erträgen und Aufwendungen, die mit der gemeinschaftlichen Tätigkeit verbunden sind, in seiner Gewinn- und Verlustrechnung aus.

Mit dem neuen IFRS 12 (Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen) werden die Angabepflichten zu Beteiligungen an anderen Unternehmen stark ausgeweitet. Zukünftig sind detaillierte Informationen für Tochterunternehmen, assoziierte Unternehmen, gemeinschaftliche Tätigkeiten, Gemeinschaftsunternehmen, konsolidierte Zweckgesellschaften (sogenannte strukturierte Unternehmen) und für alle nicht konsolidierten Zweckgesellschaften, zu denen Beziehungen bestehen, erforderlich.

Der Erstanwendungszeitpunkt für die neuen Standards IFRS 10, 11 und 12 sowie die Änderungen der Standards IAS 27 und 28 war der 1. Januar 2013. Allerdings wurde in der Genehmigung zur Anwendung in der EU (Endorsement) der Anwendungsbeginn für börsennotierte Unternehmen innerhalb der EU auf den 1. Januar 2014 verschoben. Daher erfolgte die erstmalige Anwendung durch die METRO AG aufgrund der Geschäftsjahresumstellung ab dem am 1. Oktober 2014 beginnenden Geschäftsjahr 2014/15. Die Erstanwendung der genannten Standards hatte keine bedeutenden Auswirkungen auf den Konzernabschluss der METRO AG.

IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung)

Gemäß IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung) werden finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten saldiert ausgewiesen, sofern die beiden folgenden Bedingungen erfüllt sind: Zum einen muss das Unternehmen zum Stichtag einen unbedingten Rechtsanspruch auf die Saldierung haben. Zum anderen muss es in seiner Absicht liegen, entweder den Ausgleich auf einer Nettobasis durchzuführen oder zeitgleich den finanziellen Vermögenswert zu verwerten und die finanzielle Verbindlichkeit zu begleichen. Durch die Änderung „Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten“ des IAS 32 wurde konkretisiert, wann diese Bedingungen

als erfüllt gelten. Insbesondere wurden Kriterien für das Vorliegen eines unbedingten Rechtsanspruchs festgelegt.

Die retrospektive Anwendung dieser Konkretisierung führte zu folgenden Anpassungen: Zum Ende des Geschäftsjahres 2013/14 mit Stichtag 30. September 2014 ergab sich eine Bilanzverlängerung in Höhe von 152 Mio. €. Dabei entfielen auf Forderungen an Lieferanten 145 Mio. €, auf zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte 7 Mio. €, auf Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen 145 Mio. € und auf Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten 7 Mio. €.

Weitere IFRS-Änderungen

Im Rahmen der jährlichen Verbesserungen der IFRS 2010 - 2012 wurde unter anderem der IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) leicht geändert. In IFRS 3 wurde klargestellt, dass die Einstufung einer bedingten Kaufpreiszahlung

als Eigenkapital oder finanzielle Verbindlichkeit nur erforderlich ist, wenn ein Finanzinstrument vorliegt. Zudem entfällt das Wahlrecht, Effekte aus der Folgebewertung bedingter Kaufpreiszahlungen erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen; sie sind künftig zwingend erfolgswirksam zu erfassen. Dadurch kann es bei der METRO AG nun bei Transaktionen mit bedingten Kaufpreiszahlungen zu individuellen Ergebnisauswirkungen kommen.

Veröffentlichte, aber im Geschäftsjahr 2014/15 noch nicht angewendete Rechnungslegungsvorschriften

Vom IASB wurden weitere Bilanzierungsstandards und Interpretationen neu verabschiedet beziehungsweise überarbeitet, die von der METRO AG im Geschäftsjahr 2014/15 noch nicht umgesetzt wurden, da sie entweder noch nicht zwingend anzuwenden waren oder von der Europäischen Kommission noch nicht zur Anwendung genehmigt wurden.

Standard/ Interpretation	Titel	Anwendungsbeginn gemäß IFRS ¹	Anwendung bei METRO AG ab ²	Genehmigt durch EU ³
IFRS 9	Finanzinstrumente	1.1.2018	1.10.2018 ⁴	Nein
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen) ⁵	unbekannt ⁶	unbekannt ⁶	Nein
IFRS 10	Konzernabschlüsse (Änderung: Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 11	Gemeinschaftliche Vereinbarungen (Änderung: Bilanzierung von Erwerben von Anteilen an einer gemeinsamen Geschäftstätigkeit) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 12	Angaben zu Anteilen an anderen Unternehmen (Änderung: Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 14	Regulatorische Abgrenzungsposten ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IFRS 15	Erlöse aus Verträgen mit Kunden ⁵	1.1.2018	1.10.2018 ⁴	Nein
IAS 1	Darstellung des Abschlusses (Änderung: Angabeninitiative) ⁸	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 16	Sachanlagen (Änderung: Fruchttragende Pflanzen) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 16	Sachanlagen (Änderung: Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 19	Leistungen an Arbeitnehmer (Änderung: Leistungsorientierte Pläne: Arbeitnehmerbeiträge)	1.7.2014	1.10.2015 ⁷	Ja
IAS 27	Einzelabschlüsse (Änderung: Equity-Methode im separaten Abschluss) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 28	Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Änderung: Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen) ⁵	unbekannt ⁶	unbekannt ⁶	Nein
IAS 28	Beteiligungen an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen (Änderung: Investmentgesellschaften: Anwendung der Konsolidierungsausnahme) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 38	Immaterielle Vermögenswerte (Klarstellung akzeptabler Abschreibungsmethoden) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
IAS 41	Landwirtschaft (Änderung: Fruchttragende Pflanzen) ⁵	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein
Diverse	Verbesserungen der IFRS (2010–2012)	1.7.2014	1.10.2015 ⁷	Ja
Diverse	Verbesserungen der IFRS (2011–2013)	1.7.2014	1.10.2015 ⁸	Ja
Diverse	Verbesserungen der IFRS (2012–2014)	1.1.2016	1.10.2016 ⁴	Nein

¹ Ohne vorzeitige Anwendung² Voraussetzung: Genehmigung zur Anwendung (Endorsement) durch die EU ist erfolgt³ Stand: 30. September 2015⁴ Anwendung erst ab 1. Oktober aufgrund der Abweichung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr⁵ Offizieller deutscher Titel noch nicht bekannt – daher eigene Übersetzung⁶ Anwendungsbeginn durch das IASB auf unbestimmte Zeit verschoben⁷ Für Unternehmen in der EU erfolgt die Anwendung erst ab dem 1. Februar 2015; Anwendung bei der METRO AG ab 1. Oktober 2015 aufgrund der Abweichung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr⁸ Für Unternehmen in der EU erfolgt die Anwendung erst ab dem 1. Januar 2015; Anwendung bei der METRO AG ab 1. Oktober 2015 aufgrund der Abweichung des Geschäftsjahres vom Kalenderjahr

IFRS 9 (Finanzinstrumente)

Durch den neuen Standard IFRS 9 (Finanzinstrumente) werden in Zukunft die derzeitigen Regelungen des IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) zur Bilanzierung von Finanzinstrumenten ersetzt.

Finanzinstrumente sind anzusetzen, wenn das bilanzierende Unternehmen Vertragspartner wird und damit Rechte aus dem Finanzinstrument erwirbt oder vergleichbare Pflichten eingeht. Die Erstbewertung von finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten erfolgt prinzipiell zum beizulegenden Zeitwert, gegebenenfalls angepasst um Transaktionskosten. Lediglich Forderungen aus Lieferungen und Leistungen ohne bedeutsame Finanzierungskomponente werden zum Transaktionspreis angesetzt.

Zum Ansatzzeitpunkt sind Regelungen zur Klassifizierung zu berücksichtigen. Mit der Klassifizierung eines finanziellen Vermögenswerts und einer finanziellen Verbindlichkeit ist wie nach IAS 39 seine Folgebewertung verknüpft. Die Klassifizierung von finanziellen Vermögenswerten erfolgt auf Grundlage der Eigenschaften der vertraglich festgelegten Cashflows des finanziellen Vermögenswerts sowie des Geschäftsmodells, mit dem das Unternehmen den finanziellen Vermögenswert steuert. Die ursprünglich vier Bewertungskategorien für finanzielle Vermögenswerte wurden auf zwei Kategorien reduziert: Finanzielle Vermögenswerte, bilanziert zu fortgeführten Anschaffungskosten (Kategorie 1) und finanzielle Vermögenswerte, bewertet zum beizulegenden Zeitwert (Kategorie 2), wobei letztere Kategorie zwei Unterkategorien kennt (siehe nächster Abschnitt).

Ist das mit dem finanziellen Vermögenswert verfolgte Geschäftsmodell auf die Vereinnahmung von Zahlungen wie Tilgung und Zinsen ausgerichtet und sehen die Vertragsbedingungen bestimmbare Zahlungen ausschließlich für Zinsen und Tilgung vor, handelt es sich um ein Finanzinstrument, welches zu fortgeführten Anschaffungskosten zu bilanzieren ist (Kategorie 1). Zielt das Geschäftsmodell auf die Vereinnahmung von Zahlungen und den Verkauf des finanziellen Vermögenswerts ab und sind die Zahlungszeitpunkte vorgegeben, sind die Wertänderungen seines beizulegenden Zeitwerts erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen (Unterkategorie 2 a). Sind die genannten Bedingungen jeweils nicht kumulativ erfüllt, ist der finanzielle Vermögenswert erfolgswirksam zum beizulegenden Zeitwert zu bewerten (Unterkategorie 2 b). Die fortgeführten Anschaffungskosten werden nach der Effektivzinsmethode ermittelt, während für

die Bewertung zum beizulegenden Zeitwert IFRS 13 (Bewertung zum beizulegenden Zeitwert) heranzuziehen ist.

Aufgrund der obigen Klassifizierungskriterien würden Eigenkapitalinstrumente prinzipiell der Unterkategorie 2 b zugeordnet werden. Für Eigenkapitalinstrumente, die die Zahlungsstrombedingung nicht erfüllen, besteht bei Erstansatz jedoch ein unwiderruflich ausübbares Wahlrecht, diese in Unterkategorie 2 a einzuordnen. Zudem können Finanzinstrumente in die Unterkategorie 2 b eingeordnet werden, entgegen der Ausgestaltung der Fair-Value-Option nach IAS 39 jedoch ausschließlich dann, wenn hierdurch Ansatz- oder Bewertungsinkonsistenzen vermieden werden können.

Finanzielle Verbindlichkeiten werden im Regelfall zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt (Kategorie 1). In einigen Fällen, wie bei zu Handelszwecken gehaltenen finanziellen Verbindlichkeiten, ist jedoch eine erfolgswirksame Bewertung zum beizulegenden Zeitwert vorgeschrieben (Unterkategorie 2 b). Zudem gilt auch hier die Fair-Value-Option einer erfolgswirksamen Bewertung zum beizulegenden Zeitwert im Falle von Inkonsistenzen. Im Unterschied zu finanziellen Vermögenswerten sind bei finanziellen Verbindlichkeiten eingebettete trennungspflichtige Derivate möglich. Bei Vorliegen einer Trennungspflicht wird der Basisvertrag üblicherweise nach den Regeln der Kategorie 1 und das Derivat nach den Regeln der Unterkategorie 2 b bewertet.

Anders als im IAS 39 („Incurred loss model“) stehen nach IFRS 9 die erwarteten Verluste im Fokus. Dieses „Expected loss model“ sieht grundsätzlich eine dreistufige Erfassung von Wertminderungen vor. Auf der ersten Stufe sind Wertminderungen im Umfang der innerhalb der nächsten zwölf Monate nach Abschlussstichtag erwarteten Zahlungsausfälle des Finanzinstruments zu erfassen. Auf der zweiten Stufe sind die über die Vertragslaufzeit insgesamt erwarteten Zahlungsausfälle eines Portfolios gleichartiger Instrumente zu berücksichtigen, sofern es sich um Forderungen aus Lieferungen und Leistungen oder bestimmte Leasingforderungen handelt oder wenn das Ausfallrisiko seit Zugang signifikant gestiegen ist und ein gewisses Ausfallrisiko übersteigt. Auf der dritten und letzten Stufe sind Wertminderungen aufgrund von zusätzlichen objektiven Hinweisen hinsichtlich des einzelnen Finanzinstruments zu erfassen.

Um die Komplexität zu reduzieren und Sicherungsbeziehungen besser bilanziell nachvollziehbar zu machen, wurden folgende wesentliche Änderungen vorgenommen. Der Kreis möglicher

Grundgeschäfte wurde erweitert. So können beispielsweise mehrere Risikopositionen leichter zu einem Grundgeschäft zusammengefasst und abgesichert werden. Hierbei kann die Nettoposition als Grundgeschäft designiert werden, wenn sich bei zusammengefassten Risikopositionen die Risiken zum Teil gegenseitig ausgleichen. Des Weiteren sind nun auch nicht derivative Finanzinstrumente, die in die Unterkategorie 2 b fallen, als Sicherungsinstrument designierbar. Zudem werden für die Messung der Effektivität keine Grenzwerte mehr vorgegeben. Stattdessen ist die Effektivität in Referenz zu den wirtschaftlichen Wechselwirkungen zwischen Grund- und Sicherungsgeschäft unter der Berücksichtigung von Sicherungsquote und Ausfallrisiko zu beurteilen.

Da der IFRS 9 in der vorliegenden Fassung nach heutigem Stand in der EU voraussichtlich erst zum 1. Januar 2018 anzuwenden sein wird – was bei der METRO AG zu einer Erstanwendung in dem am 1. Oktober 2018 beginnenden Geschäftsjahr 2018/19 führen würde – kann derzeit noch keine Aussage zu den möglichen Effekten getroffen werden.

IFRS 10 (Konzernabschlüsse) und IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen)

In den derzeitigen Vorschriften zur Veräußerung oder Einbringung von Vermögenswerten zwischen einem Investor und einem assoziierten Unternehmen oder einem Gemeinschaftsunternehmen besteht ein Konflikt zwischen IFRS 10 (Konzernabschlüsse) und IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen und Gemeinschaftsunternehmen). Während gemäß IAS 28 Gewinne und Verluste aus Transaktionen zwischen einem Unternehmen und seinen assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen nur entsprechend den Anteilen nicht nahestehender dritter Investoren am assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen zu erfassen sind, schreibt IFRS 10 eine vollständige Erfolgserfassung beim Verlust der Kontrolle über ein Tochterunternehmen vor.

Durch die Änderung wird klargestellt, dass bei Transaktionen mit einem assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen das Ausmaß der Erfolgserfassung davon abhängt, ob die veräußerten oder eingebrachten Vermögenswerte einen Geschäftsbetrieb im Sinne von IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) darstellen. Hierbei ist ein Geschäftsbetrieb definiert als ein integriertes Zusammenspiel von Aktivitäten, die Inputfaktoren erfordern und durch Prozesse Outputs generieren.

Handelt es sich bei den veräußerten oder eingebrachten Vermögenswerten um einen Geschäftsbetrieb, ist eine vollständige Erlöserfassung vorzunehmen. Ein Erfolg aus dem Verkauf von Vermögenswerten, die keinen Geschäftsbetrieb darstellen, an oder ihre Einbringung in assoziierte Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen ist hingegen nur entsprechend den Anteilen nicht nahestehender dritter Investoren am assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen zu erfassen.

Sofern mehrere Vermögenswerte in separaten Transaktionen veräußert oder eingebracht werden, ist zu prüfen, ob sie einen einzigen Geschäftsbetrieb darstellen und als eine einzige Transaktion zu bilanzieren sind.

Zum aktuellen Zeitpunkt hat das IASB den ursprünglichen Anwendungsbeginn für Berichtsjahre, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen, aufgehoben. Der Anwendungsbeginn bei der METRO AG ist demnach offen. Da die METRO AG momentan den Regelungen des IFRS 10 folgt, wird es zu entsprechenden Auswirkungen bei künftigen Transaktionen kommen.

IFRS 15 (Erlöse aus Verträgen mit Kunden)

Der neue IFRS 15 wird IAS 18 (Umsatzerlöse) und IAS 11 (Fertigungsaufträge) sowie zugehörige Interpretationen ersetzen und schreibt ein einheitliches und umfassendes Modell für die Erfassung von Erlösen mit Kunden vor.

Der neue Standard sieht ein Fünf-Schritte-Modell vor, mithilfe dessen die Höhe der Umsätze und der Zeitpunkt der Realisierung bestimmt werden sollen. Im ersten Schritt werden die Verträge mit einem Kunden identifiziert. Ein Vertrag im Sinne des IFRS 15 liegt demnach vor, wenn die Vertragspartner diesem zugestimmt haben, die Rechte des Kunden auf Güter und Dienstleistungen und die Zahlungsbedingungen vom Unternehmen identifiziert werden können und die Vereinbarung wirtschaftliche Substanz hat. Zudem muss es wahrscheinlich sein, dass das Unternehmen die Gegenleistung erhält. Hat ein Unternehmen mehr als einen Vertrag (nahezu) gleichzeitig mit demselben Kunden abgeschlossen und sind bestimmte Kriterien erfüllt, so sind die Verträge zusammenzufassen und wie ein einziger Vertrag zu behandeln.

Ein Vertrag im Sinne von IFRS 15 kann grundsätzlich mehrere Leistungsverpflichtungen enthalten. Im zweiten Schritt sind daher mögliche separate Leistungsverpflichtungen innerhalb eines Vertrags zu identifizieren. Hierfür sind Vertragsbedingungen und übliche Geschäftspraktiken zu überprüfen, um

diejenigen Güter und Dienstleistungen zu identifizieren, die als separate Leistungsverpflichtung zu erfassen sind. Eine separate Leistungsverpflichtung liegt vor, wenn das Gut oder die Dienstleistung einzeln abgrenzbar ist. Dies ist der Fall, wenn das Gut oder die Dienstleistung vom Kunden einzeln oder zusammen mit anderen jederzeit verfügbaren Ressourcen genutzt wird und von anderen Zusagen im Vertrag abgegrenzt werden kann. Unter bestimmten Voraussetzungen können homogene Güter oder Dienstleistungen jedoch als eine einzige Leistungsverpflichtung behandelt werden.

Im dritten Schritt ist der Transaktionspreis zu bestimmen, der der erwarteten Gegenleistung entspricht. Die Gegenleistung kann fixe und variable Komponenten beinhalten. Bei variabler Vergütung ist der erwartete Betrag zu schätzen, wobei der Ansatz entweder mit dem Erwartungswert oder dem wahrscheinlichsten Betrag erfolgt, je nachdem, welcher Wert die Gegenleistung am besten widerspiegelt. Zudem umfasst die Gegenleistung den Zinseffekt, sofern der Vertrag eine wesentliche Finanzierungskomponente enthält, den beizulegenden Zeitwert von nicht zahlungswirksamen Gegenleistungen und die Auswirkungen von Zahlungen, die an den Kunden geleistet werden, wie zum Beispiel Rabatte und Gutscheine.

Die Aufteilung des Transaktionspreises auf die separaten Leistungsverpflichtungen erfolgt im vierten Schritt. Grundsätzlich ist der Transaktionspreis auf die einzelnen identifizierten Leistungsverpflichtungen im Verhältnis der relativen Einzelveräußerungspreise aufzuteilen. Zur Festlegung der Einzelveräußerungspreise muss auf beobachtbare Daten zurückgegriffen werden. Sofern dies nicht durchführbar ist, sind Schätzungen vorzunehmen. Zu diesem Zweck schlägt IFRS 15 verschiedene Schätzmethoden vor, wonach sich die Schätzung an Marktpreisen für ähnliche Leistungen oder an den erwarteten Kosten zuzüglich eines Aufschlags orientiert. In Ausnahmefällen darf die Schätzung auch auf der Residualwertmethode basieren.

Im fünften und letzten Schritt wird im Moment der Erfüllung der Leistungsverpflichtung der Umsatz realisiert. Die Leistungsverpflichtung ist erfüllt, wenn die Verfügungsgewalt über das Gut oder die Dienstleistung auf den Kunden übertragen wurde. Die Erfüllung kann sowohl zeitpunkt- als auch zeitraumbezogen erfolgen. Bei einer zeitraumbezogenen Erfüllung sind die Umsatzerlöse so über den Zeitraum zu erfassen, dass die kontinuierliche Übertragung am besten widerspiegelt wird.

Neben dem fünfstufigen Modell behandelt der IFRS 15 diverse Sonderthemen, wie beispielsweise die Behandlung von

Kosten zur Erlangung und Erfüllung eines Vertrags, von aktiven und passiven Vertragsposten, Rückgaberechten, Kommissionsgeschäften sowie von Kundentreue- und Kundenbindungsprogrammen. Zudem wurden die Angabepflichten im Anhang deutlich erweitert. So sind künftig unter anderem qualitative und quantitative Angaben zu Verträgen mit Kunden, zu den wesentlichen Schätzungen und Ermessensentscheidungen sowie zu Veränderungen im Zeitablauf zu machen.

Da der IFRS 15 nach heutigem Stand in der EU voraussichtlich erst zum 1. Januar 2018 anzuwenden sein wird – was bei der METRO AG zu einer Erstanwendung in dem am 1. Oktober 2018 beginnenden Geschäftsjahr 2018/19 führen würde – kann derzeit noch keine Aussage zu den möglichen Effekten getroffen werden.

IAS 1 (Darstellung des Abschlusses)

Im Rahmen der sogenannten Angabeninitiative wurden an IAS 1 (Darstellung des Abschlusses) im Hinblick auf das Prinzip der Wesentlichkeit, auf die Darstellung der Vermögenslage und auf die Darstellung in der Gewinn- und Verlustrechnung oder im Sonstigen Ergebnis sowie auf die Angaben im Anhang die folgenden Änderungen vorgenommen.

Das Prinzip der Wesentlichkeit ist dahingehend zu interpretieren, dass Informationen nicht durch Aggregation verschleiert werden dürfen, Wesentlichkeitserwägungen auf alle Bestandteile des Abschlusses anzuwenden sind und dass das Prinzip auch dann zu berücksichtigen ist, wenn ein Standard spezifische Angaben vorschreibt.

Es wurde klargestellt, dass die Ausweiszeilen in den Abschlussbestandteilen aus Gründen der Relevanz aufgegliedert oder zusammengefasst werden können und Konkretisierungen in Bezug auf Zwischensummen in den Abschlussbestandteilen aufgenommen werden. Zudem sind künftig die Anteile am Sonstigen Ergebnis von assoziierten Unternehmen oder Gemeinschaftsunternehmen, die nach der Equity-Methode bilanziert werden, innerhalb des Sonstigen Ergebnisses des Konzerns in Abhängigkeit davon auszuweisen, ob sie später in der Gewinn- und Verlustrechnung erfolgswirksam ausgewiesen werden oder nicht.

In Bezug auf Angaben wurde klargestellt, dass bei der Bestimmung ihrer Reihenfolge die Prinzipien der Verständlichkeit und Vergleichbarkeit zu berücksichtigen sind.

Die beschriebenen Änderungen an IAS 1 treten für Berichtsjahre in Kraft, die am oder nach dem 1. Januar 2016 beginnen. Vorbehaltlich eines entsprechenden EU-Endorsements wird die METRO AG die Regelungen erstmalig am 1. Oktober 2016 anwenden. Diese Änderungen werden einen geringen Einfluss auf den Ausweis im Konzernabschluss der METRO AG haben.

Weitere IFRS-Änderungen

Im Rahmen der jährlichen Verbesserungen der IFRS 2010–2012 wurde unter anderem der IFRS 8 (Geschäftssegmente) leicht geändert. Bei Zusammenfassung mehrerer Geschäftssegmente zu einem berichtspflichtigen Segment ist eine Beschreibung der zusammengefassten Geschäftssegmente notwendig. Zudem ist künftig anzugeben, welche Größen bei der Beurteilung, ob vergleichbare wirtschaftliche Merkmale vorliegen, zugrunde gelegt wurden. Zum anderen ist eine Überleitungsrechnung von Segment- auf Konzernvermögen zukünftig nur noch notwendig, wenn das Segmentvermögen Teil der Berichterstattung an die verantwortliche Unternehmensinstanz ist. Die METRO AG wird jedoch vorerst die Überleitungsrechnungen von Segment- auf Konzernvermögen und von Segment- auf Konzernschulden weiter berichten. Für Unternehmen in der EU erfolgt die Anwendung ab dem 1. Februar 2015, sodass diese Änderungen bei der METRO AG in dem am 1. Oktober 2015 beginnenden Geschäftsjahr 2015/16 anzuwenden sind.

Die jährlichen Verbesserungen 2012–2014 beinhalten unter anderem eine Klarstellung in IAS 34 (Zwischenberichterstattung) hinsichtlich der Angabe von Informationen „an anderer Stelle im Zwischenbericht“. Diese Formulierung wurde angepasst, sodass künftig eine Reihe von Angaben durch Verweise auf den Lagebericht ersetzt werden dürfen.

Diese Änderung tritt für Berichtsperioden in Kraft, die am oder nach dem 1. Juli 2016 beginnen. Vorbehaltlich eines EU-Endorsements wird die METRO AG den geänderten IAS 34 erstmalig am 1. Oktober 2016 anwenden. Die Möglichkeit von Verweisen wird für die METRO AG eine Erleichterung bei der Erstellung des Anhangs herbeiführen.

Die erstmalige Anwendung der übrigen in der Tabelle aufgeführten Standards und Interpretationen sowie anderer, in den jährlichen Verbesserungen geänderter Standards wird nach derzeitiger Einschätzung zu keinen wesentlichen Auswirkungen auf die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns führen.

Konsolidierungskreis

In den Konzernabschluss werden außer der METRO AG alle Unternehmen einbezogen, bei denen die METRO AG mittel- oder unmittelbar die Beherrschung innehat, sofern diese Unternehmen einzeln sowie auch insgesamt nicht unbedeutend für den Konzernabschluss sind. Eine Beherrschung liegt vor, wenn die Möglichkeit besteht, durch die Mehrheit der Stimmrechte oder gemäß Satzung, Unternehmensvertrag oder vertraglicher Vereinbarung die Kontrolle über die Finanz- und Geschäftspolitik eines Unternehmens auszuüben, um aus dessen Tätigkeit Nutzen zu ziehen.

Das operative Geschäft der METRO GROUP ist in folgende drei Vertriebslinien unterteilt:

- METRO Cash & Carry
- Media-Saturn
- Real

Nur an der Vertriebslinie Media-Saturn bestehen wesentliche Anteile nicht beherrschender Gesellschafter. Eine Aufstellung der wesentlichen Anteile nicht beherrschender Gesellschafter finden Sie unter Nummer 32.

Es werden außer der METRO AG 625 deutsche (30.9.2014: 723) und 633 internationale (30.9.2014: 613) Unternehmen in den Konzernabschluss einbezogen.

Im Geschäftsjahr 2014/15 hat sich der Konsolidierungskreis wie folgt geändert:

Stand 1.10.2014	1.337
Veränderungen im Geschäftsjahr 2014/15	
Verschmelzung auf andere Konzerngesellschaften	13
Verkäufe	81
Sonstige Abgänge	33
Neugründungen	17
Erwerbe	32
Stand 30.9.2015	1.259

Die entkonsolidierten Gesellschaften werden bis zum Zeitpunkt ihres Abgangs als Konzernunternehmen berücksichtigt.

Bei den Verkäufen handelt es sich im Wesentlichen um die Gesellschaften der Galeria Kaufhof Gruppe (77 Gesellschaften). Die Verschmelzungen auf andere Konzerngesellschaften

umfassen hauptsächlich 10 Gesellschaften der Vertriebslinie Media-Saturn.

Die sonstigen Abgänge setzen sich aus folgenden Sachverhalten zusammen:

- Liquidationen (12 Gesellschaften)
- Anwachsungen (7 Gesellschaften)
- Änderung der Konsolidierungsart (14 Gesellschaften)

Die Zugänge aufgrund von Neugründungen betreffen hauptsächlich die Vertriebslinie Media-Saturn (9 Gesellschaften). Die Erwerbe betreffen im Wesentlichen die Übernahme der Classic Fine Foods Group durch die Vertriebslinie METRO Cash & Carry (29 Gesellschaften).

Einflüsse aus der Veränderung des Konsolidierungskreises werden, sofern sie von besonderer Bedeutung sind, unter den entsprechenden Abschlussposten gesondert erläutert.

Strukturierte Unternehmen

Bei den strukturierten Unternehmen im Konzern handelt es sich um Vermietungsgesellschaften. Gegenstand der Vermie-

tungsgesellschaften ist im Wesentlichen der Erwerb sowie die Vermietung und Verwaltung von Vermögenswerten. Zum Bilanzstichtag sind 11 (30.9.2014: 13) strukturierte Unternehmen vollkonsolidiert. Beziehungen zu nicht konsolidierten strukturierten Unternehmen bestehen nicht.

Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

25 assoziierte Unternehmen (30.9.2014: 7) und 4 Gemeinschaftsunternehmen (30.9.2014: 7) werden nach der Equity-Methode in den Konzernabschluss einbezogen.

Weitere 4 Gesellschaften (30.9.2014: 7), bei denen die METRO AG mittel- oder unmittelbar einen Stimmrechtsanteil zwischen 20 und 50 Prozent innehat, werden zu Anschaffungskosten bilanziert, da entweder die Assoziierungsvermutung widerlegt wurde oder aus Wesentlichkeitsüberlegungen auf die Anwendung der Equity-Methode verzichtet werden konnte.

Die Angaben beziehen sich auf alle operativen Einheiten im Anteilsbesitz des jeweiligen Tochterunternehmens.

Übersicht der wesentlichen Tochterunternehmen mit Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter

in Mio. €

30.9.2014	Anteile nicht beherrschender Gesellschafter									
Name	Sitz	in %	Stand am 30.9.2014	gezahlte Dividende	langfristige Vermögens- werte	kurzfristige Vermögens- werte	langfristige Schulden	kurzfristige Schulden	Umsatz- erlöse	
METRO Cash & Carry										
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	10,00	-4	0	190	665	4	797	2.244	
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	15,00	0	-4	81	310	44	150	909	
Media-Saturn										
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	21,62	-11	-172	1.404	2.588	70	2.742	9.514	
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	21,62	-12	-34	124	403	33	460	2.118	
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	21,62	-21	-48	94	501	5	516	1.554	
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	21,62	7	-25	103	243	17	353	1.343	
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	21,62	-32	0	50	382	21	353	1.087	
000 Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	21,62	-8	0	152	267	25	271	930	
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau, Polen	21,62	-9	-24	57	215	11	251	902	
Sonstige Gesellschaften										
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	0,49	0	0,00	196	1.696	18	1.720	0	

30.9.2015		Anteile nicht beherrschender Gesellschafter								
Name	Sitz	in %	Stand am 30.9.2015	gezahlte Dividende	langfristige Vermögens- werte	kurzfristige Vermögens- werte	langfristige Schulden	kurzfristige Schulden	Umsatz- erlöse	
METRO Cash & Carry										
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	10,00	-4	0	253	744	3	883	2.632	
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	15,00	0	0	81	335	44	172	892	
Media-Saturn										
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	21,62	2	-109	1.313	2.688	110	2.819	9.780	
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	21,62	-11	0	11	413	29	467	2.168	
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	21,62	-29	-33	102	602	6	619	1.784	
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	21,62	3	-13	104	291	17	402	1.485	
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	21,62	-37	-35	41	373	22	340	1.124	
000 Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	21,62	-1	0	104	186	21	271	761	
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau, Polen	21,62	-12	-22	55	227	11	265	977	
Sonstige Gesellschaften										
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	0,49	0	0	196	1.725	17	1.759	0	

— Eine Übersicht aller wesentlichen Konzerngesellschaften findet sich unter Nummer 55 Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften. Darüber hinaus erfolgt eine vollständige Auflistung aller Konzerngesellschaften sowie der assoziierten Unternehmen unter Nummer 57 Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2015 gemäß § 313 HGB.

Konsolidierungsgrundsätze

Die in die Konsolidierung einbezogenen Abschlüsse der in- und ausländischen Tochterunternehmen werden gemäß IFRS 10 (Konzernabschlüsse) nach einheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden aufgestellt.

Sofern die lokalen Geschäftsjahre einbezogener Tochterunternehmen nicht am Abschlussstichtag der METRO AG am 30. September enden, wurden zum Zwecke der IFRS-Konsolidierung Zwischenabschlüsse aufgestellt. Tochterunternehmen werden grundsätzlich vollkonsolidiert, sofern sie wesentlich für die Vermittlung eines den tatsächlichen Verhältnissen entsprechenden Bilds der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage sind.

Die Kapitalkonsolidierung wird gemäß IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) nach der Erwerbsmethode vorgenommen. Dabei erfolgt bei Unternehmenszusammenschlüssen die Verrechnung der Beteiligungsbuchwerte mit dem anteiligen neu bewerteten Eigenkapital der Tochterunternehmen zum Zeitpunkt des Erwerbs. Nach Aufdeckung der stillen Reserven und stillen Lasten verbleibende positive Unterschiedsbeträge werden als Geschäfts- oder Firmenwerte aktiviert. Geschäfts- oder Firmenwerte werden einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch unterjährig – auf Wertminderungen hin überprüft. Sofern bei einer Einheit, der ein Geschäfts- oder Firmenwert zugeordnet wurde, der Buchwert den erzielbaren Betrag übersteigt, wird der Geschäfts- oder Firmenwert um den Differenzbetrag abgeschrieben.

Darüber hinaus werden bei Unternehmenserwerben auch die auf Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden stillen Reserven und stillen Lasten aufgedeckt und im Eigenkapital unter der Position „Anteile nicht beherrschender Gesellschafter“ gezeigt. Von dem Wahlrecht, die auf die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter entfallenden Geschäfts- oder Firmenwerte zu bilanzieren, wird in der METRO GROUP kein Gebrauch gemacht. Negative Unterschiedsbeträge aus einem Unternehmenszusammenschluss werden gemäß IFRS 3 nach Zuordnung stiller Reserven und stiller Lasten sowie nochmaliger Überprüfung in der Periode, in der der Zusammenschluss stattgefunden hat, erfolgswirksam vereinnahmt.

Erwerbe von weiteren Anteilen an Gesellschaften, bei denen die Beherrschung bereits erlangt wurde, werden als Eigenkapitaltransaktionen verbucht. Somit erfolgen weder Anpassungen auf den Fair Value der Vermögenswerte und Schulden noch werden

Gewinne oder Verluste vereinnahmt. Ein Unterschiedsbetrag zwischen den Kosten des zusätzlichen Anteils und dem Buchwert des Nettovermögens zum Zugangszeitpunkt wird direkt mit dem auf den Erwerber entfallenden Kapital verrechnet.

In Einzelabschlüssen konsolidierter Tochterunternehmen getätigte Ab- beziehungsweise Zuschreibungen auf Anteile an konsolidierten Tochterunternehmen werden zurückgenommen.

Beteiligungen an assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen werden nach der Equity-Methode gemäß den für die Vollkonsolidierung geltenden Grundsätzen behandelt, wobei ein vorhandener Geschäfts- oder Firmenwert im Beteiligungsansatz enthalten ist und eventuell anfallende Wertminderungen hierauf entsprechend im Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen innerhalb des Finanzergebnisses enthalten sind. Gegebenenfalls abweichende Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden in den Abschlüssen von Unternehmen, die nach der Equity-Methode bewertet sind, werden beibehalten, sofern sie den konzerneinheitlichen Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden der METRO GROUP nicht wesentlich entgegenstehen.

Bei gemeinschaftlichen Tätigkeiten weist jedes der Partnerunternehmen gemäß IFRS 11 seinen Anteil an den gemeinschaftlich gehaltenen Vermögenswerten sowie den gemeinschaftlich entstandenen Verbindlichkeiten in der eigenen Bilanz aus.

Konzerninterne Gewinne und Verluste werden eliminiert, Umsatzerlöse, Aufwendungen und Erträge sowie zwischen konsolidierten Konzernunternehmen bestehende Forderungen und Verbindlichkeiten beziehungsweise Rückstellungen werden konsolidiert. Zwischenergebnisse im Anlage- oder Vorratsvermögen aus konzerninternen Lieferungen werden eliminiert, wenn sie nicht von untergeordneter Bedeutung sind. Auf Konsolidierungsvorgänge werden latente Steuern gemäß IAS 12 (Ertragsteuern) abgegrenzt.

Nicht realisierte Gewinne aus Transaktionen mit nach der Equity-Methode bewerteten Unternehmen werden gegen die Beteiligung in Höhe des Anteils des Konzerns an dem Beteiligungsunternehmen ausgebucht.

Bei gemeinschaftlichen Tätigkeiten weist jedes der Partnerunternehmen den eigenen Anteil an den Umsatzerlösen, Erträgen und Aufwendungen, die mit der gemeinschaftlichen Tätigkeit verbundenen sind, in seiner Gewinn- und Verlustrechnung aus.

Eine Verminderung der Anteile an Tochterunternehmen ist als erfolgsneutrale Eigenkapitaltransaktion in den Gewinnrücklagen darzustellen, solange die Muttergesellschaft weiterhin über eine Beherrschung verfügt. Führt eine Verminderung oder der gesamte Abgang der Anteile zum Verlust der Beherrschung, wird die Vollkonsolidierung des Tochterunternehmens zu dem Zeitpunkt beendet, an dem das Mutterunternehmen die Möglichkeit der Beherrschung verliert. Sämtliche zuvor vollkonsolidierten Vermögenswerte, Schulden und Eigenkapitalposten werden zu fortgeführten Konzernbuchwerten ausgebucht. Die Entkonsolidierung der abgehenden Anteile erfolgt gemäß den allgemeinen Regeln zur Entkonsolidierung. Liegt weiterhin eine Restbeteiligung vor, wird diese mit ihrem Fair Value als Finanzinstrument nach IAS 39 oder als Beteiligung, bewertet nach der Equity-Methode gemäß IAS 28, eingebucht.

Währungsumrechnung

Geschäftsvorfälle in Fremdwährung

In den Einzelabschlüssen der Tochterunternehmen werden Geschäftsvorfälle in fremder Währung mit dem Kurs zum Zeitpunkt der Transaktion bewertet. Zum Abschlussstichtag werden monetäre Vermögenswerte und Schulden in fremder Währung zum Stichtagskurs bewertet. Nicht monetäre Vermögenswerte und Schulden, die zum Fair Value in einer Fremdwährung bewertet sind, werden zu dem Kurs umgerechnet, der zum Zeitpunkt der Ermittlung des Fair Values gültig war. Nicht monetäre Posten, die zu historischen Anschaffungs- oder Herstellungskosten in Fremdwährung bewertet werden, werden zum Kurs am Tag des Geschäftsvorfalles umgerechnet.

Gewinne und Verluste aus bis zum Bilanzstichtag eingetretenen Wechselkursschwankungen werden grundsätzlich erfolgswirksam berücksichtigt. Währungsumrechnungsdifferenzen aus Fremdwährungsforderungen und -verbindlichkeiten, die als Nettoinvestition in einen ausländischen Geschäftsbetrieb anzusehen sind, sowie aus zur Veräußerung gehaltenen Eigenkapitalinstrumenten und qualifizierten Absicherungen von Zahlungsströmen werden erfolgsneutral unter den Gewinnrücklagen ausgewiesen.

Ausländische Geschäftsbetriebe

Die Jahresabschlüsse ausländischer Tochterunternehmen werden gemäß IAS 21 (Auswirkungen von Wechselkursänderungen) nach dem Konzept der funktionalen Währung in Euro umgerechnet. Als funktionale Währung gilt hiernach die Währung des primären Wirtschaftsumfelds, in dem das Tochterunternehmen tätig ist. Die einbezogenen Unternehmen betreiben ihre Geschäfte in finanzieller, wirtschaftlicher und organisatorischer Hinsicht grundsätzlich selbstständig, sodass ihre jeweilige Landeswährung in der Regel die funktionale Währung darstellt. Die Umrechnung der Vermögenswerte und Schulden erfolgt daher zum Stichtagskurs am Bilanzstichtag; die Posten der Gewinn- und Verlustrechnung werden grundsätzlich mit dem Geschäftsjahresdurchschnittskurs umgerechnet. Differenzen aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen werden erfolgsneutral behandelt und unter den Gewinnrücklagen gesondert ausgewiesen. Soweit das ausländische Tochterunternehmen nicht vollständig im Besitz des Mutterunternehmens ist, wird der entsprechende Teil der Währungsdifferenzen den nicht beherrschenden Anteilen zugewiesen.

Im Jahr des Abgangs beziehungsweise zum Zeitpunkt der Stilllegung des Geschäftsbetriebs eines ausländischen Tochterunternehmens werden die Währungsdifferenzen erfolgswirksam über das Finanzergebnis aufgelöst. Bei teilweisem Abgang ohne Verlust der Beherrschungsmöglichkeit eines ausländischen Tochterunternehmens wird der entsprechende Teil der kumulierten Währungsdifferenzen den nicht beherrschenden Anteilen zugeordnet. Werden ausländische assoziierte oder gemeinschaftlich geführte Unternehmen teilweise veräußert, ohne Verlust des maßgeblichen Einflusses oder der gemeinschaftlichen Führung, wird der entsprechende Teil der kumulierten Währungsdifferenzen erfolgswirksam erfasst.

Im Geschäftsjahr 2014/15 war keine funktionale Währung eines einbezogenen Unternehmens als hochinflationär im Sinne des IAS 29 (Rechnungslegung in Hochinflationländern) klassifiziert.

Für die Währungsumrechnung wurden hinsichtlich der Währungen der für die METRO GROUP wichtigsten Länder, die nicht an der Europäischen Währungsunion teilnehmen, folgende Wechselkurse zugrunde gelegt:

			Durchschnittskurs je €	Stichtagskurs je €	
		2013/14	2014/15	30.9.2014	30.9.2015
Ägyptisches Pfund	EGP	9,36833	8,57877	8,98510	8,66620
Bosnische Mark	BAM	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Britisches Pfund	GBP	0,81927	0,74305	0,77730	0,73850
Bulgarischer Lew	BGN	1,95583	1,95583	1,95583	1,95583
Chinesischer Renminbi	CNY	8,34171	7,14511	7,72620	7,12060
Dänische Krone	DKK	7,45919	7,45411	7,44310	7,45980
Hongkong-Dollar	HKD	10,52203	8,90626	9,77400	8,68240
Indische Rupie	INR	82,82878	72,50054	77,85640	73,48050
Indonesische Rupie	IDR	15.853,76000	14.914,46000	15.366,97000	16.347,81000
Japanischer Yen	JPY	138,81282	136,84504	138,11000	134,69000
Kasachischer Tenge	KZT	233,71997	220,67414	231,05000	303,47000
Kroatische Kuna	HRK	7,62536	7,62450	7,64250	7,64450
Marokkanischer Dirham	MAD	11,21069	10,88235	11,07545	10,87815
Moldau-Leu	MDL	18,36509	20,08065	18,47930	22,59260
Norwegische Krone	NOK	8,26985	8,75905	8,11900	9,52450
Pakistanische Rupie	PKR	138,88143	117,20413	129,39590	117,25160
Polnischer Złoty	PLN	4,17814	4,17060	4,17760	4,24480
Rumänischer Leu	RON	4,44849	4,43956	4,41020	4,41760
Russischer Rubel	RUB	47,09572	64,80626	49,76530	73,24160
Schwedische Krone	SEK	8,99692	9,34718	9,14650	9,40830
Schweizer Franken	CHF	1,22078	1,09807	1,20630	1,09150
Serbischer Dinar	RSD	115,74586	120,61782	118,85090	119,74910
Singapur-Dollar	SGD	1,70377	1,54440	1,60630	1,59210
Tschechische Krone	CZK	27,29877	27,42870	27,50000	27,18700
Türkische Lira	TRY	2,88971	2,93219	2,87790	3,39030
Ukrainische Hrywnja	UAH	13,95118	22,42906	16,44676	23,85750
Ungarischer Forint	HUF	305,88518	308,94701	310,57000	313,45000
US-Dollar	USD	1,35691	1,14863	1,25830	1,12030
Vietnamesischer Dong	VND	28.673,35000	24.661,11000	27.428,59000	24.963,36000

Gewinn- und Verlustrechnung

Ertrags- und Aufwandsrealisierung

Die Erfassung von Umsatzerlösen und sonstigen betrieblichen Erträgen erfolgt gemäß IAS 18 (Umsatzerlöse), sobald die Leistungen erbracht beziehungsweise die Waren geliefert worden sind. Maßgeblich hierfür ist bei der Lieferung von Waren der Gefahrenübergang auf den Kunden. Falls dem Kunden Rückgabe- und Widerrufsrechte gewährt werden, erfolgt die Erfassung des Umsatzes nur, sofern die Wahrscheinlichkeit der Rückgabe zuverlässig geschätzt werden kann. Hierzu werden auf Basis historischer Daten Rückgabequoten ermittelt und auf künftige Rücknahmeverpflichtungen

projiziert. Für den auf die erwarteten Rücknahmen entfallenden Anteil wird kein Umsatz ausgewiesen, sondern eine Rückstellung gebildet. Umsatzerlöse werden ohne Umsatzsteuer, Rabatte und Skonti ausgewiesen. Der Ausweis erfolgt brutto, das heißt in Höhe der Kundenzahlung (abzüglich Umsatzsteuer und Erlösschmälerungen), wenn die maßgeblichen Chancen und Risiken, die mit dem Verkauf der Güter oder der Erbringung der Dienstleistungen einhergehen, beim Unternehmen liegen. Liegt aus Sicht des Unternehmens ein Kommissionsgeschäft vor, wird der Umsatz netto, das heißt in Höhe der Marge, ausgewiesen. Umsatzerlöse aus Verträgen, die mehrere Vertragskomponenten beinhalten (zum Beispiel Warenverkauf mit zusätzlicher Dienstleistung),

werden realisiert, wenn die jeweilige Vertragskomponente erfüllt wird. Die Erlösrealisation erfolgt auf Basis der geschätzten relativen Fair Values der einzelnen Vertragskomponenten.

Zuwendungen der öffentlichen Hand, die erfolgsbezogen sind und auf zukünftige Perioden entfallen, sind periodengerecht entsprechend den zugehörigen Aufwendungen zu vereinnahmen. Bereits zugeflossene erfolgsbezogene Zuwendungen für Folgeperioden sind passivisch abzugrenzen und in den Folgeperioden anteilig aufzulösen.

Betriebliche Aufwendungen werden mit Inanspruchnahme der Leistung beziehungsweise zum Zeitpunkt ihrer Verursachung als Aufwand erfasst.

Das **Finanzergebnis** umfasst bei der METRO GROUP primär Dividenden und Zinsen. Dividenden werden grundsätzlich mit der Entstehung des Rechtsanspruchs auf Zahlung ertragswirksam vereinnahmt. Zinsen werden periodengerecht, gegebenenfalls unter Anwendung der Effektivzinsmethode, als Aufwand beziehungsweise Ertrag erfasst. Eine Ausnahme von der erfolgswirksamen Erfassung bilden Fremdkapitalzinsen, die direkt dem Erwerb oder der Herstellung eines sogenannten qualifizierten Vermögenswerts zuzurechnen sind und daher gemäß IAS 23 (Fremdkapitalkosten) zwingend als Teil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten dieses Vermögenswerts aktiviert werden.

Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Die **Steuern vom Einkommen und vom Ertrag** betreffen die tatsächlichen und die latenten Steuern vom Einkommen und vom Ertrag. Sie werden prinzipiell erfolgswirksam erfasst, außer sie stehen im Zusammenhang mit Unternehmenszusammenschlüssen oder mit einem direkt im Eigenkapital oder im Sonstigen Ergebnis erfassten Posten.

Bilanz

Geschäfts- oder Firmenwerte

Geschäfts- oder Firmenwerte werden in Übereinstimmung mit IFRS 3 (Unternehmenszusammenschlüsse) aktiviert. Ein aus einem Unternehmenszusammenschluss resultierender Geschäfts- oder Firmenwert wird derjenigen Gruppe sogenannter zahlungsmittelgenerierender Einheiten zugeordnet, die aus den Synergien des Zusammenschlusses Nutzen zieht. Die zahlungsmittelgenerierende Einheit ist gemäß IAS 36 (Wertminderung von Vermögenswerten) definiert als die

kleinste identifizierbare Gruppe von Vermögenswerten, die Mittelzuflüsse erzeugt, die weitestgehend unabhängig von den Mittelzuflüssen anderer Vermögenswerte oder anderer Gruppen von Vermögenswerten sind. Eine zahlungsmittelgenerierende Einheit innerhalb der METRO GROUP ist grundsätzlich ein einzelner Standort. Geschäfts- oder Firmenwerte innerhalb der METRO GROUP werden grundsätzlich auf Ebene der Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land für interne Managementzwecke überwacht. Die Prüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte auf Wertminderung erfolgt daher auf Ebene dieser jeweiligen Gruppe zahlungsmittelgenerierender Einheiten.

Die aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte werden regelmäßig einmal pro Jahr – bei Vorliegen von Anhaltspunkten auch unterjährig – auf Wertminderungen hin überprüft. Bei Vorliegen einer Wertminderung wird diese erfolgswirksam erfasst. Zur Ermittlung einer möglichen Wertminderung wird der erzielbare Betrag einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten mit der Summe der Buchwerte verglichen. Der erzielbare Betrag ergibt sich aus dem höheren Wert aus Nutzungswert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten. Eine Wertminderung für den einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten zugeordneten Geschäfts- oder Firmenwert liegt nur dann vor, wenn der erzielbare Betrag kleiner als die Summe der Buchwerte ist. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen Wertminderung nicht.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit ihren Anschaffungskosten angesetzt. **Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte** werden mit den Herstellungskosten für ihre Entwicklung gemäß IAS 38 (Immaterielle Vermögenswerte) aktiviert. Die Kosten der Forschungsphase werden hingegen nicht aktiviert, sondern sofort als Aufwand erfasst. Die Herstellungskosten umfassen alle der Entwicklung direkt zurechenbaren Kosten. Hierzu können folgende Kosten zählen:

Einzelkosten	Materialeinzelkosten
	Fertigungseinzelkosten
	Sondereinzelkosten der Fertigung
Gemeinkosten (direkt zurechenbar)	Materialgemeinkosten
	Fertigungsgemeinkosten
	Werteverzehr des Anlagevermögens
	Entwicklungsbezogene Kosten der Verwaltung

Bei der Ermittlung der Herstellungskosten werden Fremdkapitalkosten nur einbezogen, falls es sich um einen sogenannten qualifizierten Vermögenswert im Sinne des IAS 23 (Fremdkapitalkosten) handelt. Ein qualifizierter Vermögenswert ist ein nicht finanzieller Vermögenswert, bei dem ein beträchtlicher Zeitraum benötigt wird, um diesen in den beabsichtigten gebrauchsfähigen oder verkaufsfähigen Zustand zu versetzen.

Die Folgebewertung der sonstigen immateriellen Vermögenswerte mit einer begrenzten wirtschaftlichen Nutzungsdauer erfolgt gemäß dem Anschaffungskostenmodell. Das Wahlrecht zur Neubewertung wird nicht ausgeübt. Alle sonstigen immateriellen Vermögenswerte in der METRO GROUP mit einer begrenzten wirtschaftlichen Nutzungsdauer werden planmäßig linear abgeschrieben. Aktivierter selbst erstellte und erworbene Software sowie vergleichbare immaterielle Vermögenswerte werden über einen Zeitraum von bis zu zehn Jahren, Lizenzen über ihre wirtschaftliche Nutzungsdauer abgeschrieben. Für diese immateriellen Vermögenswerte wird zu jedem Bilanzstichtag geprüft, ob Anzeichen für eine Wertminderung vorliegen. Eine Wertminderung wird erfasst, falls der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten liegt. Eine Zuschreibung erfolgt bei Wegfall der Gründe einer in Vorperioden vorgenommenen Wertminderung.

Sonstige immaterielle Vermögenswerte mit einer unbegrenzten Nutzungsdauer werden nicht planmäßig abgeschrieben, sondern mindestens einmal jährlich einem Wertminderungstest unterzogen. Wertminderungen oder Werterhöhungen werden unter Berücksichtigung des Anschaffungskostenprinzips erfolgswirksam erfasst.

Sachanlagen

Vermögenswerte des Sachanlagevermögens sind mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten gemäß IAS 16 (Sachanlagen) bewertet. In den Herstellungskosten der selbst erstellten Anlagen sind neben den Einzelkosten direkt zurechenbare Gemeinkosten enthalten. Finanzierungskosten werden ausschließlich bei qualifizierten Vermögenswerten als Bestandteil der Anschaffungs- oder Herstellungskosten aktiviert. Erhaltene **Investitionszuschüsse** werden gemäß IAS 20 (Bilanzierung und Darstellung von Zuwendungen der öffentlichen Hand) berücksichtigt, indem die Anschaffungs- oder Herstellungskosten des entsprechenden Vermögenswerts um den Betrag des Zuschusses gekürzt werden. Eine passivische Abgrenzung der Zuschüsse erfolgt nicht. **Rückbauverpflichtungen** werden in Höhe des abgezinsten Erfüllungsbetrags in

die Anschaffungs- oder Herstellungskosten einbezogen. Nachträgliche Anschaffungs- oder Herstellungskosten einer Sachanlage werden lediglich hinzuaktiviert, sofern diese zu einem höheren zukünftigen wirtschaftlichen Nutzen für die METRO GROUP führen.

Die Abschreibung der Sachanlagen erfolgt ausschließlich linear nach der Anschaffungskostenmethode gemäß IAS 16. Die wahlrechtlich mögliche Neubewertungsmethode kommt nicht zur Anwendung. Den planmäßigen Abschreibungen liegen grundsätzlich konzerneinheitlich folgende wirtschaftliche Nutzungsdauern zugrunde:

Gebäude	10 bis 50 Jahre
Einbauten in gemieteten Gebäuden	8 bis 15 Jahre bzw. kürzere Mietvertragsdauer
Betriebs- und Geschäftsausstattung	3 bis 13 Jahre
Maschinen	3 bis 8 Jahre

Aktivierter Rückbaukosten werden rätierlich über die Nutzungsdauer des Vermögenswerts abgeschrieben.

Bestehen Anhaltspunkte für die Wertminderung einer Sachanlage, wird ein Wertminderungstest gemäß IAS 36 durchgeführt. Liegt hierbei der erzielbare Betrag unter den fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten, wird eine Wertminderung für die Sachanlage erfasst. Bei Wegfall der Gründe für die Wertminderung wird eine Zuschreibung auf die fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten vorgenommen.

Das wirtschaftliche Eigentum an Leasingobjekten ist in Übereinstimmung mit IAS 17 (Leasingverhältnisse) dem Leasingnehmer zuzurechnen, wenn dieser alle wesentlichen mit dem Leasingobjekt verbundenen Chancen und Risiken trägt (**Finanzierungs-Leasingverhältnis**). Sofern ein Unternehmen der METRO GROUP als Leasingnehmer auftritt und das wirtschaftliche Eigentum ihm zuzurechnen ist, erfolgt die Aktivierung des Leasingobjekts zum Beginn der Laufzeit des Leasingverhältnisses in Höhe des Fair Values beziehungsweise des niedrigeren Barwerts der Mindestleasingzahlungen. Die Abschreibungen erfolgen – entsprechend vergleichbaren erworbenen Gegenständen des Sachanlagevermögens – planmäßig über die Nutzungsdauer beziehungsweise über die Laufzeit des Leasingverhältnisses, sofern diese kürzer ist. Falls es allerdings hinreichend sicher ist, dass das Eigentum am Leasingobjekt zum Ende der Laufzeit auf den Leasingnehmer übertragen wird, erfolgt die Abschreibung über die Nutzungsdauer. Die

aus den zukünftigen Leasingraten resultierenden Zahlungsverpflichtungen sind passiviert. Der Leasinggeber bilanziert hingegen eine Forderung.

Sofern das wirtschaftliche Eigentum an dem Leasingobjekt nicht auf den Leasingnehmer übertragen wird, liegt ein **Operating-Leasingverhältnis** vor. Hierbei weist der Leasingnehmer keinen Vermögenswert und keine Verbindlichkeit in seiner Bilanz aus, sondern er zeigt lediglich den über die Laufzeit des Leasingverhältnisses linearisierten Mietaufwand in der Gewinn- und Verlustrechnung, während der Leasinggeber einen Vermögenswert sowie eine Forderung bilanziert.

Bei einem Leasingverhältnis über ein Gebäude und ein zugehöriges Grundstück werden diese beiden Elemente grundsätzlich getrennt voneinander betrachtet und als Finanzierungs- oder Operating-Leasingverhältnis klassifiziert.

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien umfassen nach IAS 40 (Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien) solche Immobilien, die zur Erzielung von Mieteinnahmen und/oder zum Zweck der Wertsteigerung gehalten werden. Sie werden analog zu den Sachanlagen gemäß dem Anschaffungskostenmodell mit ihren Anschaffungs- oder Herstellungskosten abzüglich planmäßiger Abschreibungen und gegebenenfalls notwendiger Wertminderungen bilanziert. Eine erfolgswirksame Bewertung zum Fair Value gemäß dem Modell des beizulegenden Zeitwerts erfolgt nicht. Die planmäßige Abschreibung der als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien erfolgt über eine Nutzungsdauer von 15 bis 33 Jahren. Zusätzlich wird der Fair Value dieser Immobilien im Anhang angegeben. Er wird mithilfe anerkannter Bewertungsmethoden unter Prüfung und Berücksichtigung von Projektentwicklungsmöglichkeiten ermittelt.

Finanzanlagen

Sofern es sich hierbei nicht um **assoziierte Unternehmen** im Sinne des IAS 28 (Anteile an assoziierten Unternehmen) oder **Gemeinschaftsunternehmen** gemäß IFRS 11 (Gemeinschaftliche Vereinbarungen) handelt, werden **finanzielle Vermögenswerte (Finanzanlagen)** gemäß IAS 39 (Finanzinstrumente: Ansatz und Bewertung) einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- „Kredite und Forderungen“
- „Bis zur Endfälligkeit gehalten“
- „Erfolgswirksam zum Fair Value“
- „Zur Veräußerung verfügbar“

Beim erstmaligen Ansatz erfolgt die Bewertung eines finanziellen Vermögenswerts zum Fair Value. Bei allen Kategorien, außer der Kategorie „Erfolgswirksam zum Fair Value“, werden hierbei die angefallenen Transaktionskosten einbezogen. Der Ansatz erfolgt stets zum Handelstag.

Die Folgebewertung von finanziellen Vermögenswerten erfolgt gemäß der Zuordnung zu den zuvor genannten Kategorien entweder zu fortgeführten Anschaffungskosten oder zum Fair Value:

- „**Kredite und Forderungen**“ sind nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbaren Zahlungen, die nicht an einem aktiven Markt notiert sind. Sie werden mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode bilanziert.
- In die Bewertungskategorie „**Bis zur Endfälligkeit gehalten**“ fallen nicht derivative finanzielle Vermögenswerte mit festen oder bestimmbaren Zahlungen und einer festgelegten Laufzeit, für die das Unternehmen sowohl die Absicht als auch die Fähigkeit hat, sie bis zum Ende der Laufzeit zu halten. Sie werden ebenfalls mit ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt.
- Innerhalb der Kategorie „**Erfolgswirksam zum Fair Value**“ sind alle finanziellen Vermögenswerte als „Zu Handelszwecken gehalten“ klassifiziert, da von der Fair-Value-Option des IAS 39 innerhalb der METRO GROUP kein Gebrauch gemacht wird. Um dies deutlich zu machen, wird die gesamte Kategorie im Konzernanhang als „Zu Handelszwecken gehalten“ bezeichnet. „Zu Handelszwecken gehaltene“ Finanzinstrumente sind solche, die entweder mit kurzfristiger Verkaufs- oder Rückkaufabsicht erworben beziehungsweise eingegangen wurden oder die Teil eines Portfolios gemeinsam verwalteter Finanzinstrumente sind, das in der jüngeren Vergangenheit für kurzfristige Gewinnmitnahmen genutzt wurde. Ferner sind derivative Finanzinstrumente, die nicht in einer wirksamen bilanziellen Sicherungsbeziehung stehen, dieser Kategorie zuzuordnen. „Zu Handelszwecken gehaltene“ Finanzinstrumente werden erfolgswirksam zum Fair Value bewertet.
- Die Kategorie „**Zur Veräußerung verfügbar**“ stellt eine Restkategorie für diejenigen originären finanziellen Vermögenswerte dar, die keiner der drei anderen Kategorien zugeordnet werden können. Die wahlrechtliche Designation von finanziellen Vermögenswerten in die Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ erfolgt innerhalb der METRO GROUP nicht. „Zur Veräußerung verfügbare“

finanzielle Vermögenswerte werden erfolgsneutral zum Fair Value bewertet. Die Übernahme der erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfassten Wertschwankungen in das Periodenergebnis erfolgt erst zum Zeitpunkt des Abgangs oder im Fall einer nachhaltigen Wertminderung des Vermögenswerts.

Beteiligungen gehören der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ an. **Wertpapiere** sind den Kategorien „Bis zur Endfälligkeit gehalten“, „Zur Veräußerung verfügbar“ oder „Zu Handelszwecken gehalten“ zugeordnet. **Ausleihungen** sind als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert.

Finanzielle Vermögenswerte, die als **gesichertes Grundgeschäft** innerhalb eines Fair-Value-Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bilanziert.

Eigenkapitalinstrumente, für die kein auf einem aktiven Markt notierter Preis vorliegt und deren Fair Value nicht verlässlich ermittelt werden kann, sowie Derivate auf solche Eigenkapitalinstrumente sind zu Anschaffungskosten ausgewiesen. Dies trifft auf einige Beteiligungen der METRO GROUP zu.

Zu jedem Bilanzstichtag werden nicht erfolgswirksam zum Fair Value bewertete finanzielle Vermögenswerte daraufhin untersucht, ob objektive substantielle Hinweise auf eine Wertminderung vorliegen. Zu diesen Hinweisen zählen beispielsweise Verzögerungen oder Ausfälle von Zins- oder Tilgungszahlungen sowie Bonitätsveränderungen des Kreditnehmers. Falls solche Hinweise bestehen, wird die Werthaltigkeit des finanziellen Vermögenswerts überprüft, indem der Buchwert mit dem Barwert verglichen wird. Hierbei entspricht der Barwert der zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerte den erwarteten künftigen Cashflows, diskontiert mit dem bislang verwendeten Effektivzinssatz. Der Barwert der zu Anschaffungskosten bewerteten Eigenkapitalinstrumente der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ entspricht hingegen den mit dem aktuellen Marktzins diskontierten erwarteten zukünftigen Cashflows. Liegt der Barwert unter dem Buchwert, wird eine Wertminderung in Höhe der Differenz erfasst. Sofern Wertminderungen von finanziellen Vermögenswerten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ bislang erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst wurden, werden diese bis zur Höhe der ermittelten nachhaltigen Wertminderung erfolgswirksam erfasst.

Wenn zu einem späteren Zeitpunkt der Barwert wieder steigt, wird eine Wertaufholung in entsprechender Höhe erfasst. Bei

den zu fortgeführten Anschaffungskosten bewerteten finanziellen Vermögenswerten ist die Wertaufholung auf die Höhe der fortgeführten Anschaffungskosten, die sich ohne die Wertminderung ergeben hätten, begrenzt. In der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“ erfolgt die Wertaufholung bei Eigenkapitalinstrumenten erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis, bei Schuldinstrumenten erfolgswirksam bis zur Höhe der zuvor erfolgswirksam erfassten Wertminderung. Darüber hinausgehende Wertsteigerungen bei Schuldinstrumenten sind erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis zu erfassen.

Die Ausbuchung finanzieller Vermögenswerte erfolgt, wenn die vertraglichen Rechte auf Cashflows aus dem Posten erloschen beziehungsweise ausgelaufen sind oder der finanzielle Vermögenswert übertragen wird.

Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

Die in den **sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten** ausgewiesenen finanziellen Vermögenswerte, die gemäß IAS 39 der Kategorie „Kredite und Forderungen“ angehören, sind mit den fortgeführten Anschaffungskosten bewertet.

Unter den **übrigen Vermögenswerten** werden unter anderem derivative Finanzinstrumente ausgewiesen, die gemäß IAS 39 als „Zu Handelszwecken gehalten“ zu klassifizieren sind. Alle anderen Forderungen und Vermögenswerte sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden transitorische Abgrenzungen ausgewiesen.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden

Die Ermittlung **latenter Steueransprüche und latenter Steuerschulden** erfolgt in Übereinstimmung mit IAS 12 (Ertragsteuern) gemäß dem Konzept der bilanzorientierten Verbindlichkeitsmethode. Latente Steuern resultieren aus temporären Unterschieden zwischen den im Konzernabschluss angesetzten Buchwerten und den steuerlichen Wertansätzen von Vermögenswerten und Schulden. Latente Steueransprüche werden zudem für noch nicht genutzte steuerliche Verlust- und Zinsvorträge berücksichtigt.

Latente Steueransprüche werden nur in dem Umfang angesetzt, in dem es wahrscheinlich ist, dass in der Zukunft ausreichend steuerpflichtiges Einkommen zur Realisierung des entsprechenden Nutzens erzielt wird.

Latente Steueransprüche und latente Steuerschulden werden grundsätzlich saldiert, sofern die ertragsteuerlichen Ansprüche und Schulden gegenüber der gleichen Steuerbehörde bestehen und sich auf dasselbe Steuersubjekt oder eine Gruppe unterschiedlicher Steuersubjekte beziehen, die ertragsteuerlich gemeinsam veranlagt werden. Die latenten Steueransprüche werden zu jedem Bilanzstichtag neu beurteilt und gegebenenfalls angepasst.

Der Ermittlung der latenten Steuern liegen die in den einzelnen Ländern zum Realisierungszeitpunkt erwarteten Steuersätze zugrunde. Diese basieren grundsätzlich auf den am Bilanzstichtag gültigen beziehungsweise verabschiedeten gesetzlichen Regelungen.

Die Beurteilung der latenten Steuern spiegelt die steuerlichen Konsequenzen wider, die sich aus der Erwartung der METRO GROUP im Hinblick auf die Art und Weise der Realisierung der Buchwerte ihrer Vermögenswerte beziehungsweise Erfüllung ihrer Schulden zum Abschlussstichtag ergeben.

Vorräte

Die als **Vorräte** bilanzierten Handelswaren werden gemäß IAS 2 (Vorräte) zu Anschaffungskosten angesetzt. Die Anschaffungskosten werden entweder auf Basis einer Einzelbewertung der Zugänge aus Sicht des Beschaffungsmarkts oder unter Verwendung der Durchschnittskostenmethode ermittelt. Vergütungen von Lieferanten, die als Anschaffungskostenminderung zu klassifizieren sind, reduzieren den Buchwert der Vorräte.

Die Bewertung der Handelswaren am Bilanzstichtag erfolgt zum jeweils niedrigeren Betrag aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert. Bei den Handelswaren werden individuelle Bewertungsabschläge vorgenommen, sofern der Nettoveräußerungswert niedriger ist als der Buchwert. Als Nettoveräußerungswert werden die voraussichtlich erzielbaren Verkaufserlöse abzüglich der bis zum Verkauf noch anfallenden, direkt zurechenbaren Verkaufskosten angesetzt.

Wenn die Gründe, die zu einer Abwertung der Handelswaren geführt haben, nicht länger bestehen, wird eine entsprechende Wertaufholung vorgenommen.

Da es sich bei den Vorräten der METRO GROUP nie um sogenannte qualifizierte Vermögenswerte handelt, erfolgt bei den

Vorräten keine Aktivierung von zurechenbaren Fremdkapitalzinsen gemäß IAS 23 (Fremdkapitalkosten).

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Forderungen aus Lieferungen und Leistungen werden gemäß IAS 39 als „Kredite und Forderungen“ klassifiziert und mit den fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt. Bestehen an der Einbringbarkeit Zweifel, werden die Kundenforderungen mit dem niedrigeren Barwert der geschätzten zukünftigen Cashflows angesetzt. Neben den erforderlichen Einzelwertberichtigungen wird den erkennbaren Risiken aus dem allgemeinen Kreditrisiko durch Bildung von pauschalierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Ertragsteuererstattungsansprüche und Ertragsteuerschulden

Die bilanzierten **Ertragsteuererstattungsansprüche und Ertragsteuerschulden** betreffen in- und ausländische Ertragsteuern für das laufende Jahr sowie aus Vorjahren. Sie werden in Übereinstimmung mit den steuerlichen Vorschriften des jeweiligen Landes ermittelt.

Die Ermittlung der Ertragsteuerschulden beinhaltet darüber hinaus die Konsequenzen aus steuerlichen Risiken. Die diesen Risiken zugrunde liegenden Prämissen und Einschätzungen werden regelmäßig überprüft und im Rahmen der Steuerermittlung berücksichtigt.

Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Die **Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente** beinhalten Schecks, Kassenbestände, Guthaben bei Kreditinstituten und andere kurzfristig liquide finanzielle Vermögenswerte, wie beispielsweise verfügbare Guthaben auf Rechtsanwaltskonten oder unterwegs befindliche Gelder, mit einer ursprünglichen Laufzeit von bis zu drei Monaten, und sind mit den jeweiligen Nennwerten bewertet.

Zur Veräußerung vorgesehene langfristige Vermögenswerte, Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und nicht fortgeführte Aktivitäten

Die Klassifizierung als **zur Veräußerung vorgesehener langfristiger Vermögenswert** gemäß IFRS 5 (Zur Veräußerung gehaltene langfristige Vermögenswerte und aufgegebene Geschäftsbereiche) erfolgt, sofern der zugehörige Buchwert vornehmlich durch Veräußerung und nicht durch fortgesetzte Nutzung realisiert werden soll. Ein Verkauf muss grundsätzlich innerhalb der nächsten zwölf Monate geplant und durch-

föhrbar sein. Unmittelbar vor der erstmaligen Klassifizierung als zur Veräußerung gehalten sind die Buchwerte des Vermögenswerts entsprechend den einschlägigen IFRS zu bewerten. Bei Umklassifizierung wird der Vermögenswert zum niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten angesetzt und in der Bilanz gesondert ausgewiesen. Ebenso werden Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten in der Bilanz separat gezeigt.

Ein aufgegebenen Geschäftsbereich wird nach IFRS 5 als **nicht fortgeführte Aktivität** bilanziert, wenn dieser zur Veräußerung vorgesehen ist oder bereits veräußert wurde. Bei einem Geschäftsbereich handelt es sich um einen Unternehmensbestandteil, der einen gesonderten wesentlichen Geschäftszweig oder geografischen Geschäftsbereich darstellt, der Teil eines einzelnen abgestimmten Plans zur Veräußerung eines gesonderten wesentlichen Geschäftszweigs oder geografischen Geschäftsbereichs ist oder der ein Tochterunternehmen darstellt, das ausschließlich mit der Absicht einer Weiterveräußerung erworben wurde. Unmittelbar vor der erstmaligen Klassifizierung als zur Veräußerung gehalten sind die Buchwerte des Unternehmensbestandteils entsprechend den einschlägigen IFRS zu bewerten. Bei Umklassifizierung wird die nicht fortgeführte Aktivität mit dem niedrigeren Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten angesetzt. In Gewinn- und Verlustrechnung, Bilanz, Kapitalflussrechnung und Segmentberichterstattung sind nicht fortgeführte Aktivitäten jeweils gesondert dargestellt und im Anhang erläutert. Vorjahreszahlen sind hierbei – mit Ausnahme der Bilanz – entsprechend angepasst.

Leistungen an Arbeitnehmer

Zu den Leistungen an Arbeitnehmer gehören:

- Kurzfristig fällige Leistungen an Arbeitnehmer
- Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Pensionsähnliche Verpflichtungen
- Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses
- Anteilsbasierte Vergütungen

Kurzfristig fällige Leistungen an Arbeitnehmer beinhalten beispielsweise Gehälter und Löhne, Sozialversicherungsbeiträge sowie Urlaubs- und Krankengeld und werden als Verbindlichkeiten zum Rückzahlungsbetrag angesetzt, sobald die mit ihnen verbundene Arbeitsleistung erbracht ist.

Leistungen nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses erfolgen entweder im Rahmen eines beitragsorientierten oder eines leistungsorientierten Plans. Für **beitragsorientierte Pläne** wird die periodische Beitragsverpflichtung an den externen Versorgungsträger zeitkongruent mit der Erbringung der Arbeitsleistung des Begünstigten als Altersvorsorgeaufwand erfasst. Versäumte oder im Voraus geleistete Zahlungen an den Versorgungsträger werden als Verbindlichkeit beziehungsweise als Forderung abgegrenzt. Verbindlichkeiten mit einer Fälligkeit von über zwölf Monaten werden abgezinst.

Die versicherungsmathematische Bewertung der Pensionsrückstellungen für die betriebliche Altersversorgung im Rahmen eines **leistungsorientierten Plans** erfolgt nach der in IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) vorgeschriebenen Methode der laufenden Einmalprämien (Projected Unit Credit Method) auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten. Im Rahmen dieses Anwartschaftsbarwertverfahrens werden unter Berücksichtigung biometrischer Daten sowohl die am Bilanzstichtag bekannten Renten und erworbenen Anwartschaften als auch die künftig zu erwartenden Steigerungen der Gehälter und Renten berücksichtigt. Falls die ermittelte Leistungsverpflichtung oder der Fair Value des Planvermögens zwischen dem Beginn und dem Ende eines Geschäftsjahres aufgrund von erfahrungsbedingten Anpassungen (zum Beispiel bei einer höheren Fluktuationsrate) oder Änderungen der zugrunde liegenden versicherungsmathematischen Annahmen (zum Beispiel beim Diskontierungszinssatz) steigen oder sinken, entstehen hieraus sogenannte versicherungsmathematische Gewinne und Verluste. Diese werden erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst. Effekte aus Planänderungen und Plankürzungen werden erfolgswirksam im Dienstzeitaufwand berücksichtigt. Der in den Pensionsaufwendungen enthaltene Zinsanteil der Rückstellungszuführung wird als Zinsaufwand innerhalb des Finanzergebnisses ausgewiesen. Sofern Planvermögen vorliegt, ergibt sich die Höhe der Rückstellung grundsätzlich als Differenz zwischen dem Anwartschaftsbarwert und dem Zeitwert des Planvermögens.

Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen (wie zum Beispiel Jubiläums- und Sterbegelder) setzen sich aus dem Barwert der künftig an den Arbeitnehmer beziehungsweise an seine Hinterbliebenen zu leistenden Zahlungen abzüglich etwaiger damit verbundener Vermögenswerte, bewertet zum Fair Value, zusammen. Die Höhe der Rückstellungen wird mittels versicherungsmathematischer Gutachten gemäß IAS 19 bestimmt. Versicherungsmathematische Gewinne und Verluste werden in derjenigen Periode erfolgswirksam erfasst, in der sie entstehen.

Bei den **Leistungen aus Anlass der Beendigung des Arbeitsverhältnisses** handelt es sich um Abfindungszahlungen an Arbeitnehmer. Diese werden erfolgswirksam als Schuld erfasst, wenn aufgrund einer vertraglichen oder faktischen Verpflichtung Zahlungen an Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses zu leisten sind. Eine solche Verpflichtung liegt vor, wenn für die vorzeitige Beendigung des Arbeitsverhältnisses ein formaler Plan existiert und keine Möglichkeit besteht, sich dem zu entziehen. Liegt die Fälligkeit der Leistung mehr als zwölf Monate nach dem Abschlussstichtag, ist diese in Höhe ihres Barwerts anzusetzen.

Die im Rahmen des anteilsbasierten Vergütungssystems gewährten Aktienprämien sind als **„Anteilsbasierte Vergütungen mit Barausgleich“** gemäß IFRS 2 (Anteilsbasierte Vergütung) klassifiziert. Für diese werden ratierliche, mit dem Fair Value der eingegangenen Verpflichtungen bewertete Rückstellungen gebildet. Der ratierliche Aufbau der Rückstellungen erfolgt dabei erfolgswirksam als Personalaufwand, über die jeweils zugrunde liegende Sperrfrist verteilt. Der Fair Value wird mithilfe eines Optionspreismodells zu jedem Bilanzstichtag während der Sperrfrist bis zur Ausübung neu berechnet. Die Rückstellung wird entsprechend erfolgswirksam angepasst.

Soweit die gewährten anteilsbasierten Vergütungen durch den Abschluss korrespondierender Sicherungsgeschäfte abgesichert wurden, sind die Sicherungsgeschäfte zum Fair Value bewertet und unter den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten ausgewiesen. Hierbei wird der Teil der Wertschwankung der Sicherungsgeschäfte in dem Maße, in dem sie der Wertschwankung der anteilsbasierten Vergütungen entspricht, erfolgswirksam als Personalaufwand erfasst. Der überschüssige Teil der Wertschwankungen wird erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis gezeigt.

(Sonstige) Rückstellungen

(Sonstige) Rückstellungen werden gemäß IAS 37 (Rückstellungen, Eventualverbindlichkeiten und Eventualforderungen) gebildet, soweit rechtliche oder faktische Verpflichtungen gegenüber Dritten bestehen, die auf zurückliegenden Geschäftsvorfällen oder Ereignissen beruhen und wahrscheinlich zu Vermögensabflüssen führen, die zuverlässig ermittelbar sind. Die Rückstellungen werden unter Berücksichtigung aller erkennbaren Risiken zum voraussichtlichen Erfüllungsbetrag angesetzt. Bei einer einzelnen Verpflichtung wird hierfür grundsätzlich von dem Erfüllungsbetrag mit der höchsten Eintrittswahrscheinlichkeit ausgegangen. Ergibt sich bei der Ermittlung der Rückstellung für einen einzelnen Sachverhalt

eine Bandbreite gleich wahrscheinlicher Erfüllungsbeträge, so ist die Rückstellung in Höhe des Mittelwerts dieser Erfüllungsbeträge anzusetzen. Für eine Vielzahl gleichartiger Sachverhalte wird die Rückstellung zum Erwartungswert angesetzt, der sich durch die Gewichtung aller möglichen Ergebnisse mit den damit verbundenen Wahrscheinlichkeiten ergibt.

Langfristige Rückstellungen mit einer Laufzeit von über einem Jahr werden auf den Bilanzstichtag mit einem laufzeitadäquaten Zinssatz abgezinst, der die aktuellen Markterwartungen hinsichtlich der Zinseffekte widerspiegelt. Eine entsprechende Abzinsung erfolgt für Rückstellungen mit einer Laufzeit von unter einem Jahr, sofern der Zinseffekt wesentlich ist. Rückgriffsansprüche werden nicht mit dem Rückstellungsbetrag verrechnet, sondern separat als Vermögenswert bilanziert, sofern ihre Realisation so gut wie sicher ist.

Rückstellungen für belastende Verträge werden gebildet, wenn die unvermeidbaren Kosten zur Erfüllung einer vertraglichen Verpflichtung höher sind als der erwartete aus dem Vertrag zufließende wirtschaftliche Nutzen. Zur Ermittlung der Rückstellung für Mietunterdeckung werden die angemieteten Objekte einzeln betrachtet. Für alle geschlossenen oder nicht kostendeckend untervermieteten Objekte erfolgt eine Rückstellungsbildung in Höhe des Barwerts der gesamten Deckungslücke. Für standortbezogene Risiken angemieteter, weiterbetriebener beziehungsweise noch nicht geschlossener Standorte wird darüber hinaus eine Rückstellung gebildet, sofern sich für den jeweiligen Standort aus der aktuellen Unternehmensplanung über die Grundmietzeit eine Unterdeckung der operativen Kosten beziehungsweise eine Mietunterdeckung trotz Berücksichtigung einer möglichen Untervermietung ergibt.

Rückstellungen für Restrukturierungsmaßnahmen werden angesetzt, soweit zum Bilanzstichtag die faktische Verpflichtung zur Restrukturierung durch Verabschiedung eines detaillierten Restrukturierungsplans und dessen Kommunikation an die Betroffenen formalisiert wurde. Die Restrukturierungsrückstellungen enthalten ausschließlich solche Ausgaben, die zwangsweise im Zuge der Restrukturierung entstehen und nicht mit den laufenden Aktivitäten des Unternehmens im Zusammenhang stehen.

Rückstellungen für Garantieleistungen werden auf Grundlage der tatsächlich eingetretenen Garantieleistungen der Vergangenheit sowie der Umsätze des Geschäftsjahres gebildet.

Finanzielle Verbindlichkeiten

Sofern es sich nicht um Verpflichtungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen handelt, werden **finanzielle Verbindlichkeiten** gemäß IAS 39 einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- „Erfolgswirksam zum Fair Value“
(„Zu Handelszwecken gehalten“)
- „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“

Die erstmalige Erfassung finanzieller Verbindlichkeiten sowie die Folgebewertung von „Zu Handelszwecken gehaltenen“ finanziellen Verbindlichkeiten erfolgt nach den gleichen Vorgaben wie bei den finanziellen Vermögenswerten.

In die Kategorie „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“ sind sämtliche finanzielle Verbindlichkeiten eingeordnet, die nicht „Zu Handelszwecken gehalten“ werden. Sie sind zu ihren fortgeführten Anschaffungskosten unter Anwendung der Effektivzinsmethode angesetzt, da die Fair-Value-Option in der METRO GROUP nicht angewandt wird.

Finanzielle Verbindlichkeiten, die als Grundgeschäft innerhalb eines Fair-Value-Hedges designiert sind, werden erfolgswirksam mit ihrem Fair Value bewertet. Die im Anhang angegebenen Fair Values der finanziellen Verbindlichkeiten sind auf Basis der am Bilanzstichtag für die entsprechenden Restlaufzeiten und Tilgungsstrukturen gültigen Zinssätze ermittelt.

Finanzielle Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen sind grundsätzlich mit dem Barwert der zukünftigen Mindestleasingzahlungen zu bewerten.

Eine finanzielle Verbindlichkeit wird nur dann ausgebucht, wenn diese erloschen ist, das heißt, wenn die im Vertrag genannten Verpflichtungen beglichen, aufgehoben oder ausgelaufen sind.

Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

Die **sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten** sind zum Rückzahlungsbetrag angesetzt, sofern es sich nicht um derivative Finanzinstrumente, um mit Verkaufsoptionen versehene Gesellschaftsanteile oder um Earn-out-Verbindlichkeiten handelt, die gemäß IAS 39 mit dem Fair Value bilanziert sind.

Im Rahmen der **Rechnungsabgrenzungsposten** werden hier transitorische Abgrenzungen gezeigt.

Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die **Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen** sind zu fortgeführten Anschaffungskosten angesetzt.

Sonstiges

Eventualverbindlichkeiten

Eventualverbindlichkeiten sind einerseits mögliche Verpflichtungen, die aus vergangenen Ereignissen resultieren, deren Existenz jedoch erst durch das Eintreten oder Nichteintreten unsicherer künftiger Ereignisse bestätigt wird, die nicht vollständig unter der Kontrolle des Unternehmens stehen. Andererseits stellen Eventualverbindlichkeiten gegenwärtige Verpflichtungen dar, die aus vergangenen Ereignissen resultieren, bei denen ein Ressourcenabfluss jedoch als nicht wahrscheinlich eingeschätzt wird oder deren Höhe nicht ausreichend verlässlich bestimmt werden kann. Solche Verpflichtungen sind nach IAS 37 nicht in der Bilanz zu erfassen, sondern im Anhang anzugeben. Die Ermittlung der Höhe der Eventualverbindlichkeiten orientiert sich an den Grundsätzen der Rückstellungsbewertung.

Bilanzierung von derivativen Finanzinstrumenten und Sicherungsbeziehungen (Hedge Accounting)

Derivative Finanzinstrumente werden ausschließlich zur Risikoreduzierung eingesetzt. Ihr Einsatz erfolgt im Rahmen der Vorgaben der entsprechenden Konzernrichtlinie.

Alle derivativen Finanzinstrumente sind gemäß IAS 39 zum Fair Value bilanziert und unter den sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten beziehungsweise unter den sonstigen finanziellen und anderen Verbindlichkeiten ausgewiesen.

Zur Bewertung der derivativen Finanzinstrumente werden die Interbankenkonditionen gegebenenfalls inklusive der für die METRO GROUP gültigen Kreditmargen oder Börsenkurse herangezogen; dabei werden die Mittelkurse am Bilanzstichtag verwendet. Falls keine Börsenkurse Anwendung finden, wird der Fair Value mittels anerkannter finanzwirtschaftlicher Modelle berechnet.

Liegt ein wirksames Sicherungsgeschäft (**Hedge Accounting**) nach IAS 39 vor, werden Fair-Value-Änderungen von als Fair-Value-Hedges designierten Derivaten und Fair-Value-Änderungen, die sich auf das abgesicherte Risiko des zugehörigen Grundgeschäfts beziehen, erfolgswirksam erfasst. Bei Cash-flow Hedges wird der effektive Teil der Fair-Value-Änderung des Derivats erfolgsneutral im Sonstigen Ergebnis erfasst. Eine erfolgswirksame Umbuchung in die Gewinn- und Verlustrechnung erfolgt erst bei Realisation des Grundgeschäfts. Der ineffektive Teil der Wertänderung des Sicherungsinstruments wird sofort erfolgswirksam erfasst.

Vergütungen von Lieferanten

Vergütungen von Lieferanten werden je nach zugrunde liegendem Sachverhalt als Anschaffungskostenminderungen, als Kostenerstattung oder als Entgelt für erbrachte Dienstleistungen bilanziert. Die Lieferantenvergütungen werden zum Bilanzstichtag periodengerecht abgegrenzt, sofern sie vertraglich vereinbart sind und die Realisation wahrscheinlich ist. Die Abgrenzungen basieren auf Hochrechnungen, soweit es um Lieferantenvergütungen geht, die an gewisse Kalenderjahresziele gekoppelt sind.

Zusammenfassung ausgewählter Bewertungsmethoden

Position	Bewertungsmethode
Aktiva	
Geschäfts- oder Firmenwerte	Anschaffungskosten (Folgebewertung: Impairment-Test)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	
Entgeltlich erworbene sonstige immaterielle Vermögenswerte	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	Herstellungskosten der Entwicklung (Einzelkosten und direkt zurechenbare Gemeinkosten)
Sachanlagen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Finanzanlagen	
„Kredite und Forderungen“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Bis zur Endfälligkeit gehalten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
„Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)	Erfolgswirksam zum Fair Value
„Zur Veräußerung verfügbar“	Erfolgsneutral zum Fair Value
Vorräte	Niedrigerer Wert aus Anschaffungskosten und Nettoveräußerungswert
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	Nennwert
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	Niedrigerer Wert aus Buchwert und Fair Value abzüglich Veräußerungskosten
Passiva	
Rückstellungen	
Pensionsrückstellungen	Methode der laufenden Einmalprämien (Anwartschaftsbarwertverfahren)
Sonstige Rückstellungen	Abgezinster Erfüllungsbetrag (mit höchster Eintrittswahrscheinlichkeit)
Finanzielle Verbindlichkeiten	
„Erfolgswirksam zum Fair Value“ („Zu Handelszwecken gehalten“)	Erfolgswirksam zum Fair Value
„Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“	(Fortgeführte) Anschaffungskosten
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	Erfüllungsbetrag oder Fair Value
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	(Fortgeführte) Anschaffungskosten

Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen

Für die Erstellung dieses Konzernabschlusses mussten **Ermessensentscheidungen, Schätzungen und Annahmen** getroffen werden, die sich auf Ausweis und Höhe der bilanzierten Vermögenswerte, Schulden, Erträge, Aufwendungen sowie der Eventualverbindlichkeiten ausgewirkt haben.

Ermessensentscheidungen

Informationen zu bedeutenden Ermessensentscheidungen, die die im vorliegenden Konzernabschluss erfassten Beträge am wesentlichsten beeinflussen, finden sich in den folgenden Anhangangaben:

- Festlegung des Konsolidierungskreises durch Beurteilung der Beherrschungsmöglichkeiten (Kapitel Konsolidierungskreis); hiervon betroffen sind neben strukturierten Unternehmen (Special Purpose Entities) insbesondere Beteiligungen, bei denen aufgrund besonderer Satzungsregelungen die Beherrschungsmöglichkeit nicht zwangsläufig mit der einfachen Stimmrechtsmehrheit verbunden ist
- Klassifizierung von Leasingverhältnissen als Finanzierungs-Leasing oder Operating-Leasing – auch bei Sale-and-Leaseback-Transaktionen (Nummer 2 Sonstige betriebliche Erträge und Nummer 21 Sachanlagen)
- Einordnung von Immobilien als Finanzinvestitionen (Nummer 22 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien)
- Zuordnung von Finanzinstrumenten zu der Kategorie Bis zur Endfälligkeit gehalten (Nummer 41 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien)

Schätzungen und Annahmen

Informationen zu Schätzungen und zugrunde liegende Annahmen mit bedeutenden Auswirkungen für den vorliegenden Konzernabschluss sind in den folgenden Anhangangaben enthalten:

- Konzerneinheitliche Festlegung von Nutzungsdauern für abnutzbare Vermögenswerte (Nummer 15 Abschreibungen, Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 21 Sachanlagen)
- Anlassbezogene Überprüfung der Werthaltigkeit von abnutzbaren Vermögenswerten (Nummer 15 Abschreibungen, Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte und Nummer 21 Sachanlagen)
- Jährliche Überprüfung der Werthaltigkeit von Geschäfts- oder Firmenwerten (Nummer 19 Geschäfts- oder Firmenwerte – inklusive Sensitivitätsanalyse)

- Einbringbarkeit von Forderungen – insbesondere Forderungen an Lieferanten (Nummer 24 Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte)
- Periodengerechte Erfassung von Lieferantenvergütungen (Nummer 24 Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte)
- Realisierbarkeit künftiger Steueransprüche – insbesondere aus Verlustvorträgen (Nummer 25 Latente Steueransprüche / Latente Steuerschulden)
- Bewertung von Vorräten (Nummer 26 Vorräte)
- Ermittlung von Rückstellungen für Pensionen (Nummer 33 Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen)
- Ermittlung von sonstigen Rückstellungen – beispielsweise für Mietunterdeckungen, Restrukturierungen, Garantieleistungen, Steuern und Risiken aus Prozessen und Verfahren (Nummer 34 Sonstige Rückstellungen [langfristig] / Rückstellungen [kurzfristig])

Obwohl die Schätzungen und Annahmen mit großer Sorgfalt getroffen wurden, können die tatsächlichen Werte in Einzelfällen davon abweichen. Die für den Konzernabschluss verwendeten Schätzungen und Annahmen werden regelmäßig überprüft. Änderungen werden zum Zeitpunkt der besseren Kenntnis berücksichtigt.

Kapitalmanagement

Ziele der Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP sind die Sicherung des Geschäftsbetriebs, die Steigerung des Unternehmenswerts, die Schaffung einer soliden Kapitalbasis zur Finanzierung des zukünftigen Wachstums sowie die Gewährleistung attraktiver Dividendenzahlungen und des Kapitaldienstes.

Die Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht geändert.

Eigen- und Fremdkapital sowie bilanzielle Nettoverschuldung im Konzernabschluss

Das Eigenkapital hat eine Höhe von 5.172 Mio. € (30.9.2014: 4.999 Mio. €), während das Fremdkapital 22.484 Mio. € (30.9.2014: 23.157 Mio. €) beträgt. Die bilanzielle Nettoverschuldung beläuft sich auf 2.527 Mio. € gegenüber 4.655 Mio. € am 30.9.2014.

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Eigenkapital	4.999	5.172
Fremdkapital¹	23.157	22.484
Nettoverschuldung	4.655	2.527
Finanzschulden (inkl. Finanzierungs-Leasingverhältnissen)	7.068	7.366
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente gemäß Bilanz	2.406	4.415
Kurzfristige Geldanlagen ²	7	424

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

² In der Bilanz in den Sonstigen finanziellen und anderen Vermögenswerten (kurzfristig) enthalten

Lokale Kapitalanforderungen

Die Kapitalmanagementstrategie der METRO GROUP zielt stets darauf ab, dass die Konzerngesellschaften eine den lokalen Anforderungen entsprechende Eigenkapitalausstattung haben. Im aktuellen Geschäftsjahr wurden alle extern auferlegten Kapitalanforderungen erfüllt. Diese beinhalten beispielsweise die Einhaltung eines bestimmten Verschuldungsgrads oder einer festen Eigenkapitalquote.

Erläuterungen zu Unternehmenszusammenschlüssen

Erstkonsolidierung Classic Fine Foods Group

Mit Kaufvertrag vom 6. August 2015 erwarb die METRO Cash & Carry International Holding B.V. von der Klassisk Holding Limited, Cayman Islands, 96,52 Prozent der Anteile an der Classic Fine Foods Group. Der Kaufpreis betrug 276 Mio. €. Die Classic Fine Foods Group ist ein führendes asiatisches Serviceunternehmen für Premiumlebensmittel in Asien und Nahost. Der Erwerb der Classic Fine Foods Group dient der METRO GROUP zur Erschließung neuer Geschäftsfelder im Bereich Food Service Distribution. Die Erstkonsolidierung wurde im vierten Quartal 2014/15 durchgeführt. Die Classic Fine Foods Group ist Bestandteil des Segments METRO Cash & Carry.

Die Fair Values der erworbenen Vermögenswerte und Schulden der konsolidierten Classic Fine Foods Group setzten sich zum Erwerbszeitpunkt wie folgt zusammen:

Mio. €	
Vermögenswerte	
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	110
Handelsmarke	48
Kundenbeziehungen	62
Sachanlagen	4
Finanzanlagen (langfristig)	1
Vorräte	22
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	31
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	25
	193
Schulden	
Sonstige Rückstellungen (langfristig)	1
Latente Steuerschulden	19
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	14
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten und Rückstellungen (kurzfristig)	26
	60

Die Erstkonsolidierung der Classic Fine Foods Group ist hinsichtlich der Bestimmung des endgültigen Kaufpreises sowie der Bewertung der Vermögenswerte und Schulden in der Eröffnungsbilanz als vorläufig anzusehen.

Im Kaufvertrag ist eine Verkaufsoption auf die verbleibenden 3,48 Prozent der restlichen Kapitalanteile gewährt worden. Diese Verkaufsoption wurde in Höhe ihres beizulegenden Zeitwerts passiviert. Darüber hinaus wurden im Rahmen des Erwerbs bedingte Gegenleistungen in Form von Earn-outs vereinbart. Diese beruhen darauf, dass bestimmte im Kaufvertrag vereinbarte Ergebnisziele erreicht werden. Die Verpflichtungen aus der Verkaufsoption und den bedingten Gegenleistungen liegen im unteren zweistelligen Millionenbereich und werden in den sonstigen Verbindlichkeiten der METRO GROUP per 30. September 2015 ausgewiesen.

Aufgrund der bestehenden Verkaufsoption, die nach der „Anticipated Acquisition Method“ bilanziert wird, ist der Unternehmenserwerb entsprechend so dargestellt, als seien 100 Prozent der Anteile erworben worden.

Aus dem Erwerb der Classic Fine Foods Group resultiert ein Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 143 Mio. €.

Ab dem Zeitpunkt der Erstkonsolidierung am 1. September 2015 hat die Classic Fine Foods Group zu den Umsatzerlösen mit 18 Mio. € und zum Periodenergebnis mit 1 Mio. € beigetragen. Die Classic Fine Foods Group beschäftigt rund 800 Mitarbeiter.

Unter der Annahme, dass der Unternehmenserwerb zum 1. Oktober 2014 erfolgt wäre, hätte die Classic Fine Foods Group zum Umsatz der METRO GROUP mit 215 Mio. € und zum Periodenergebnis mit 24 Mio. € beigetragen.

Erstkonsolidierung iBOOD-Gruppe

Am 16. April 2015 übernahm Media-Saturn die Mehrheit an der niederländischen Liveshopping-Plattform iBOOD.com und übt fortan die Kontrolle aus. iBOOD (Internet's best online offer daily) ist die größte Daily-Deal-Plattform Europas und wurde 2003 gegründet. Zur iBOOD-Gruppe gehören die Silver Ocean B.V., Niederlande, sowie deren Tochtergesellschaften iBOOD GmbH, Deutschland, und iBOOD Sp. z o.o., Polen.

Im Rahmen des Unternehmenserwerbs durch Media-Saturn wurden zunächst 50,1 Prozent der Anteile an der iBOOD-Gruppe erworben. Auf weitere 34,9 Prozent der Anteile sind stufenweise auszuübende Verkaufsoptionen bis 2017 gewährt worden. Diese Verkaufsoptionen werden gemäß der „Anticipated Acquisition Method“ bei der Erstkonsolidierung in Höhe des beizulegenden Zeitwertes passiviert. Darüber hinaus wurde im Rahmen des Unternehmenserwerbs eine bedingte Kaufpreis-

zahlung in Form eines Earn-outs vereinbart. Diese bedingte Gegenleistung beruht darauf, dass bestimmte im Kaufvertrag vereinbarte Ergebnisziele erreicht werden. Sowohl die Verpflichtungen aus Verkaufsoptionen als auch aus der bedingten Kaufpreiszahlung werden in den sonstigen Verbindlichkeiten der METRO GROUP per 30. September 2015 ausgewiesen. Die verbleibenden 15 Prozent der Anteile an der iBOOD-Gruppe befanden sich bereits seit November 2013 im Besitz der METRO Innovations Holding GmbH und wurden bisher unter den Beteiligungen ausgewiesen. Aufgrund des sukzessiven Erwerbs fand eine Neubewertung dieser bereits gehaltenen Anteile statt. Der hieraus resultierende Ertrag aus der Neubewertung von 3,1 Mio. € auf 3,2 Mio. € wird in Höhe von 0,1 Mio. € im Beteiligungsergebnis ausgewiesen.

Die Erstkonsolidierung wurde im vierten Quartal 2014/15 durchgeführt. Die iBOOD-Gruppe ist Bestandteil des Segments Media-Saturn. Der Geschäfts- oder Firmenwert aus dem Unternehmenserwerb beträgt 20 Mio. €.

Insgesamt wurden Vermögenswerte, die im Wesentlichen langfristige immaterielle Vermögenswerte umfassen, in Höhe von 10 Mio. € (davon 2 Mio. € gegen verbundene Unternehmen) sowie Schulden in Höhe von 9 Mio. € (davon 2 Mio. € gegen verbundene Unternehmen) erworben. Seit dem 1. Mai 2015 wurden in der iBOOD-Gruppe Umsätze in Höhe von 13 Mio. € erwirtschaftet, der Gesamtjahresumsatz für den Zeitraum seit dem 1. Oktober 2014 betrug 33 Mio. €. Die iBOOD-Gruppe beschäftigt rund 60 Mitarbeiter.

Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung

1. Umsatzerlöse

Die Umsatzerlöse (netto) resultieren im Wesentlichen aus dem Verkauf von Waren und setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2013/14	2014/15
METRO Cash & Carry	30.513	29.690
Media-Saturn	20.981	21.737
Real	8.432	7.735
Sonstige	10	56
	59.937	59.219

Die im Segment Sonstige ausgewiesenen Umsätze betreffen im Wesentlichen die vier verbliebenen Real-Standorte in Rumänien mit 49 Mio. € (2013/14: 42 Mio. €, Ausweis im Segment Real) sowie Provisionserträge der MGB METRO Group Buying HK Ltd. für das Geschäft mit Dritten mit 7 Mio. € (2013/14: 6 Mio. €).

Von den Umsatzerlösen entfallen 36,7 Mrd. € (2013/14: 37,4 Mrd. €) auf Konzernunternehmen mit internationalem Sitz.

Die Entwicklung der Umsätze nach Geschäfts- und Regionensegmenten ist in der Segmentberichterstattung dargestellt.

2. Sonstige betriebliche Erträge

Mio. €	2013/14	2014/15
Mieten einschließlich Erstattungen von Mietnebenkosten	366	361
Dienstleistungen/Kostenerstattungen	315	258
Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen	150	240
Serviceleistungen an Lieferanten	222	187
Erträge aus Entkonsolidierung	44	11
Übrige	202	219
	1.298	1.275

Die Erträge aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens und aus Zuschreibungen beinhalten mit 197 Mio. € hauptsächlich Erträge aus der Veräußerung von Immobilien, die zukünftig vollständig oder überwiegend von Dritten genutzt werden (2013/14: 21 Mio. €). Aus der Veräußerung von Immobilien, die auch weiterhin noch im Rahmen eines Mietverhältnisses durch die METRO GROUP ge-

nutzt werden sollen, sind Erträge in Höhe von 12 Mio. € enthalten (2013/14: 107 Mio. €). Des Weiteren beinhaltet die Position im Wesentlichen Erträge aus Zuschreibungen in Höhe von 22 Mio. € (2013/14: 11 Mio. €).

Serviceleistungen an Lieferanten entfallen im Wesentlichen auf die Segmente METRO Cash & Carry mit 157 Mio. € (2013/14: 174 Mio. €), Media-Saturn mit 20 Mio. € (2013/14: 14 Mio. €) und Real mit 5 Mio. € (2013/14: 28 Mio. €). Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Polen (23 Mio. €) und der Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Griechenland (20 Mio. €).

In den Erträgen aus Entkonsolidierung sind Erträge aus der Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Griechenland mit 9 Mio. € enthalten (2013/14: 44 Mio. €, im Wesentlichen aus der Veräußerung des Real-Geschäfts in Polen).

Die übrigen sonstigen betrieblichen Erträge beinhalten insbesondere Erträge aus Schadensersatz in Höhe von 24 Mio. € (2013/14: 23 Mio. €). Darüber hinaus sind unter anderem Erträge aus der Ausbuchung von verjährten Verbindlichkeiten in Höhe von 9 Mio. € (2013/14: 11 Mio. €), Zuschüsse der öffentlichen Hand in Höhe von 9 Mio. € (2013/14: 9 Mio. €) sowie Erträge aus sonstigen Provisionen in Höhe von 5 Mio. € (2013/14: 4 Mio. €) enthalten.

3. Vertriebskosten

Mio. €	2013/14	2014/15
Personalkosten	5.179	5.166
Sachkosten	5.334	5.055
	10.513	10.221

Im Bereich der Vertriebskosten führen im Wesentlichen die Veräußerung des osteuropäischen Real-Geschäfts im Verlauf des Vorjahrs sowie weitere Standortschließungen zu einem deutlichen Rückgang der Sachkosten. Besonders deutliche Kostenreduktionen waren vor diesem Hintergrund bei den Energiekosten, dem Mietaufwand und den Abschreibungen zu verzeichnen.

Darüber hinaus verringerten sich die Sachkosten durch verminderte Werbemaßnahmen, insbesondere im Segment Media-Saturn.

4. Allgemeine Verwaltungskosten

Mio. €	2013/14	2014/15
Personalkosten	713	758
Sachkosten	613	709
	1.326	1.467

Die allgemeinen Verwaltungskosten haben sich gegenüber dem Vorjahr insbesondere im Bereich der Sachkosten erhöht. Ursächlich hierfür sind vor allem ein deutlicher Anstieg der Beratungsaufwendungen sowie höhere Mietaufwendungen und sonstige Steuern.

Der Anstieg der Personalkosten resultiert im Wesentlichen aus höheren variablen Vergütungen im Zusammenhang mit Bonus- und Tantiemeverpflichtungen.

5. Sonstige betriebliche Aufwendungen

Mio. €	2013/14	2014/15
Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte	88	457
Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens	38	35
Übrige	16	25
	143	518

Die Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte betreffen Real Deutschland mit 446 Mio. €, METRO Cash & Carry Pakistan mit 10 Mio. € und METRO Cash & Carry Japan mit 2 Mio. € (2013/14: 88 Mio. € METRO Cash & Carry Niederlande).

———— Nähere Angaben über die Wertminderungen auf Geschäfts- oder Firmenwerte finden sich unter Nummer 19 Geschäfts- oder Firmenwerte.

Die Verluste aus dem Abgang von Gegenständen des Anlagevermögens beinhalten hauptsächlich Aufwendungen aus dem Abgang von Betriebs- und Geschäftsausstattung in Höhe von 34 Mio. € (2013/14: 35 Mio. €).

6. Ergebnis aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen

Der Anteil des Konzerns am Gewinn aus assoziierten und Gemeinschaftsunternehmen beträgt 2 Mio. € (2013/14: 9 Mio. €).

7. Sonstiges Beteiligungsergebnis

Das sonstige Beteiligungsergebnis beträgt 0,3 Mio. € (2013/14: 78 Mio. €). Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus der Veräußerung des Anteils von 9 Prozent an der Booker Group PLC im Geschäftsjahr 2013/14.

8. Zinsertrag/Zinsaufwand

Das Zinsergebnis setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2013/14	2014/15
Zinserträge	48	62
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(0)	(0)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge	(7)	(8)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:		
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(30)	(39)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(5)	(4)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(0)
Zinsaufwendungen	-434	-344
davon aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	(-93)	(-84)
davon aus betrieblicher Altersvorsorge	(-45)	(-41)
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:		
zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	(-9)	(-6)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-256)	(-190)
	-386	-282

Die Zinserträge und Zinsaufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Die Zinsaufwendungen der Bewertungskategorie „Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten“ beinhalten im Wesentlichen Zinsaufwendungen für ausgegebene Anleihen (einschließlich „Commercial Paper Programme“) in Höhe von 130 Mio. € (2013/14: 196 Mio. €) und für Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten in Höhe von 38 Mio. € (2013/14: 38 Mio. €).

Der Rückgang der Zinsaufwendungen resultiert sowohl aus einer günstigeren Refinanzierung als auch aus einer geringeren Verschuldung.

9. Übriges Finanzergebnis

Die sonstigen finanziellen Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet. Dabei sind neben Erträgen und Aufwendungen aus der Bewertung von Finanzinstrumenten gemäß IAS 39 auch Bewertungen von Fremdwährungspositionen gemäß IAS 21 berücksichtigt.

Mio. €	2013/14	2014/15
Sonstige finanzielle Erträge	161	271
davon aus Wechselkurseffekten	(91)	(172)
davon aus Sicherungsgeschäften	(36)	(85)
Sonstige finanzielle Aufwendungen	-403	-442
davon aus Wechselkurseffekten	(-166)	(-320)
davon aus Sicherungsgeschäften	(-21)	(-31)
Übriges Finanzergebnis	-242	-172
davon aus Finanzinstrumenten der Bewertungskategorien gem. IAS 39:		
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	(-32)	(-41)
bis zur Endfälligkeit gehalten	(0)	(0)
zu Handelszwecken gehalten	(-22)	(12)
zur Veräußerung verfügbar	(0)	(0)
sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	(-64)	(-124)
davon aus Fair-Value-Hedges:		
Grundgeschäfte	(0)	(0)
Sicherungsgeschäfte	(0)	(0)
davon aus Cashflow Hedges:		
Ineffektivitäten	(9)	(-9)

Das Gesamtergebnis aus Wechselkurseffekten sowie aus Bewertungsergebnissen von Sicherungsgeschäften und Sicherungszusammenhängen beträgt -95 Mio. € (2013/14: -61 Mio. €). Wie bereits im Vorjahr resultiert dieser Wert überwiegend aus Fremdwährungsfinanzierungen in Osteuropa. Darüber hinaus ist das übrige Finanzergebnis mit -2 Mio. € (2013/14: -122 Mio. €) aus Währungseffekten belastet, die aus der Umrechnung von Abschlüssen ausländischer Tochterunternehmen entstanden sind und im Jahr der Entkonsolidierung beziehungsweise im Jahr der Einstellung der Geschäftstätigkeit des Tochterunternehmens erfolgswirksam aufgelöst werden.

Informationen zu möglichen Auswirkungen von Währungsrisiken finden sich in Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

10. Nettoergebnisse nach Bewertungskategorien

Die wesentlichen Ergebniseinflüsse aus Finanzinstrumenten stellen sich wie folgt dar:

2013/14	Beteili- gungen	Zinsen	Fair-Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen	Abgänge	Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis
Mio. €								
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	30	0	-30	-1	-29	0	-30
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-4	16	0	0	0	-29	-16
Zur Veräußerung verfügbar	78	0	0	0	0	0	0	78
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-256	0	-46	11	0	-18	-309
	78	-230	16	-76	11	-29	-47	-278

2014/15								
Mio. €	Beteili- gungen	Fair-Value- Bewer- tungen	Währungs- umrech- nungen	Abgänge	Wert- berichti- gungen	Sonstiges	Netto- ergebnis	
Kredite und Forderungen inkl. Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten	0	39	0	-41	0	-19	-1	-21
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten inkl. Derivaten mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	0	-2	53	0	0	0	-51	1
Zur Veräußerung verfügbar	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	0	-190	-1	-108	9	0	-16	-305
	0	-152	53	-149	9	-19	-67	-326

Die Erträge und Aufwendungen aus Finanzinstrumenten sind den Bewertungskategorien gemäß IAS 39 anhand der Grundgeschäfte zugeordnet.

Die Erträge aus Beteiligungen und die Ergebniseffekte aus dem Abgang von Beteiligungen sind im sonstigen Beteiligungsergebnis berücksichtigt. Die Erträge und Aufwendungen aus Zinsen sind Bestandteil des Zinsergebnisses. Fair-Value-Bewertungen sowie Effekte aus sonstigen Finanzaufwendungen und aus der Währungsumrechnung werden im übrigen Finanzergebnis erfasst. Ergebniseffekte aus dem Abgang sonstiger finanzieller Verbindlichkeiten sind Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses (EBIT). Ergebniseffekte aus dem Abgang von Vermögenswerten, die als zur Veräußerung verfügbar klassifiziert waren, werden im übrigen Finanzergebnis erfasst, soweit es sich nicht um Beteiligungen handelt. Die Aufwendungen aus Wertberichtigungen sind im Wesentlichen Bestandteil des betrieblichen Ergebnisses.

——— Eine detaillierte Beschreibung der Wertberichtigungen findet sich unter Nummer 28 Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente.

Bei den verbleibenden finanziellen Erträgen und Aufwendungen, die im übrigen Finanzergebnis erfasst werden, handelt es sich überwiegend um Bankprovisionen und ähnliche Aufwendungen, die im Zusammenhang mit finanziellen Vermögenswerten und Verbindlichkeiten stehen.

11. Steuern vom Einkommen und vom Ertrag

Als Steuern vom Einkommen und vom Ertrag sind die für die einzelnen Länder erwarteten tatsächlichen Steuern auf Einkommen und Ertrag sowie die latenten Steuerabgrenzungen ausgewiesen.

Mio. €	2013/14	2014/15
Tatsächliche Steuern	489	444
davon Deutschland	(129)	(118)
davon international	(360)	(326)
davon Steueraufwand/-ertrag der laufenden Periode	(466)	(454)
davon Steueraufwand/-ertrag aus Vorperioden	(23)	(-10)
Latente Steuern	50	36
davon Deutschland	(62)	(34)
davon international	(-12)	(2)
	539	480

Der Ertragsteuersatz der deutschen Gesellschaften der METRO GROUP setzt sich zusammen aus dem Körperschaftsteuersatz von 15,00 Prozent zuzüglich Solidaritätszuschlag von 5,50 Prozent sowie dem Gewerbesteuersatz von 14,70 Prozent bei einem durchschnittlichen Hebesatz von 420,00 Prozent. Insgesamt ergibt sich daraus ein Gesamtsteuersatz von 30,53 Prozent. Die Steuersätze stimmen mit den Vorjahreswerten überein. Die angewandten ausländischen Ertragsteuersätze basieren auf den in den einzelnen Ländern gültigen Gesetzen und Verordnungen und variieren zwischen 0,00 Prozent (Tax Holidays) und 38,00 Prozent. Auch hier gibt es keine Veränderung zum Vorjahr.

Der latente Steueraufwand des Geschäftsjahres 2014/15 beinhaltet einen Aufwand von 4 Mio. € aus Steuersatzänderungen (2013/14: 2 Mio. € Ertrag).

Mio. €	2013/14	2014/15
Latente Steuern in der Gewinn- und Verlustrechnung	50	36
davon aus temporären Differenzen	(108)	(-9)
davon aus Verlust- und Zinsvorträgen	(-58)	(45)

Der Ertragsteueraufwand von 518 Mio. € (2013/14: 527 Mio. €), der vollständig auf das Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit entfällt, ist um 142 Mio. € (2013/14: 311 Mio. €) höher als der erwartete Ertragsteueraufwand von 376 Mio. € (2013/14: 216 Mio. €), der sich bei Anwendung des deutschen Gesamtsteuersatzes auf das Jahresergebnis des Konzerns vor Ertragsteuern ergäbe.

Vom erwarteten zum ausgewiesenen Ertragsteueraufwand ist wie folgt überzuleiten:

Mio. €	2013/14	2014/15
Ergebnis vor Steuern	709	1.232
davon aus fortgeführten Aktivitäten	536	259
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	173	973
Erwarteter Ertragsteueraufwand (30,53 %)	216	376
Auswirkungen abweichender nationaler Steuersätze	-18	-46
Periodenfremde Steueraufwendungen und -erträge	23	-10
Steuerlich nicht abzugsfähige Betriebsausgaben	105	99
Auswirkungen nicht angesetzter bzw. wertberechtigter latenter Steuern	218	200
Hinzurechnungen und Kürzungen für lokale Steuern	18	27
Steuerfreie Erträge / Tax Holidays	-28	-22
Sonstige Abweichungen	-7	-106
Ertragsteueraufwand laut Gewinn- und Verlustrechnung	527	518
davon aus fortgeführten Aktivitäten	539	480
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-12	38
Konzernsteuerquote	74,3 %	42,0 %
davon aus fortgeführten Aktivitäten	100,6 %	185,5 %
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	-6,8 %	3,8 %

Die sonstigen Abweichungen des laufenden Jahres beinhalten im Wesentlichen einen Ertrag aus der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe (-243 Mio. €) sowie einen Aufwand aus der Wertberichtigung des Geschäfts- oder Firmenwerts für Real Deutschland [136 Mio. €].

12. Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern

Mit Datum vom 15. Juni 2015 unterzeichnete die METRO GROUP eine Vereinbarung mit der Hudson's Bay Company, Toronto, Kanada, über den Verkauf des gesamten Warenhausgeschäfts. Hierzu gehören 102 Standorte von Galeria Kaufhof und 16 Sportarena-Filialen in Deutschland sowie 16 Warenhäuser des Tochterunternehmens Galeria Inno in Belgien. Ebenso sind die 59 Immobilien, die sich im Eigentum und/oder in der Verwaltung der Galeria Real Estate Group befinden, Bestandteil der Vereinbarung. Der Aufsichtsrat der METRO AG hatte der Vereinbarung bereits vor dem 30. Juni 2015 zugestimmt. Vor diesem Hintergrund wurden die Vermögenswerte und Schulden des Segments Galeria Kaufhof zum 30. Juni 2015 entsprechend den Vorschriften des IFRS 5 als aufgegebener Geschäftsbereich klassifiziert und bilanziell mit 2.291 Mio. € in den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ und mit 1.258 Mio. € in den „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ abgebildet. Der Saldo der zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte und Schulden des aufgegebenen Geschäftsbereichs Galeria Kaufhof betrug somit 1.033 Mio. €. Da der Vollzug der Veräußerung mit Ablauf des 30. September 2015 erfolgte, wurde die Abbildung der Entkonsolidierung des Warenhausgeschäfts zum selben Datum durchgeführt. Die abgegangenen Vermögenswerte beliefen sich auf 4.017 Mio. €. Zusammen mit den im Rahmen der Entkonsolidierung abgegangenen Schulden von 2.516 Mio. € ergab sich ein Saldo von 1.501 Mio. €. Das laufende Ergebnis des Segments Galeria Kaufhof wurde zusammen mit allen hierauf entfallenden erfolgswirksamen Konsolidierungsbestandteilen in der Gewinn- und Verlustrechnung des Konzerns in die Position „Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern“ umgegliedert. Die Vorjahreswerte wurden in entsprechender Weise angepasst. Da der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten des aufgegebenen Geschäftsbereichs über den bilanzierten Buchwerten lag, waren außerplanmäßige Abschreibungen nicht notwendig. Das im Zusammenhang mit dem Desinvestitionsprozess angefallene Entkonsolidierungsergebnis sowie alle bisher direkt mit der Veräußerung des Warenhausgeschäfts im Zusammenhang stehenden Aufwendungen wurden ebenfalls im „Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern“ ausgewiesen.

Das Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern beinhaltet somit folgende Bestandteile:

Mio. €	2013/14	2014/15
Erlöse	3.098	3.021
Aufwendungen	-2.925	-2.868
Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten vor Steuern	173	153
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag auf laufendes Ergebnis	12	-15
Laufendes Ergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	185	138
Bewertungs-/Veräußerungsergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten vor Steuern	0	797
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag auf Bewertungs-/Veräußerungsergebnis	0	0
Bewertungs-/Veräußerungsergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	0	797
Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern	185	935

Das Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern steht in vollem Umfang den Anteilseignern der METRO AG zu.

In der Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis (Sonstiges Ergebnis) sind aus der Bewertung von Pensionsplänen von Galeria Kaufhof 33 Mio. € enthalten. Der hierauf entfallende Ertragsteuereffekt beträgt -9 Mio. €.

In der Kapitalflussrechnung der METRO GROUP erfolgt für die nicht fortgeführten Aktivitäten ein getrennter Ausweis der Cashflows aus betrieblicher, Investitions- und Finanzierungstätigkeit. Die Vorjahreswerte der Kapitalflussrechnung wurden entsprechend angepasst.

13. Den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnendes Periodenergebnis

Das den Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter zuzurechnende Periodenergebnis betrifft mit 96 Mio. € (2013/14: 121 Mio. €) Gewinnanteile und mit 54 Mio. € (2013/14: 66 Mio. €) Verlustanteile. Im Wesentlichen handelt es sich um Gewinn-/Verlustanteile nicht beherrschender Gesellschafter der Vertriebslinie Media-Saturn.

14. Ergebnis je Aktie

Das Ergebnis je Aktie ergibt sich aus der Division des den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnenden Periodenergebnisses durch eine gewichtete Zahl ausgegebener Aktien. Eine Mehrdividende wird dabei grundsätzlich bei der Berechnung

des Ergebnisses je Aktie vom Periodenergebnis, das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnen ist, abgezogen. Ein Verwässerungseffekt, der sich aus sogenannten potenziellen Aktien ergeben könnte, ist weder im Berichtszeitraum noch im Vorjahr eingetreten.

	2013/14	2014/15
Gewichtete Anzahl der ausgegebenen Stückaktien	326.787.529	326.787.529
Den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnendes Periodenergebnis (Mio. €)	127	672
Ergebnis je Aktie in € (unverwässert = verwässert)	0,39	2,06

Das Ergebnis je Vorzugsaktie beträgt im Geschäftsjahr 2,12 € (2013/14: 0,45 €) und liegt somit um den Betrag der Mehrdividende von 0,06 € über dem Ergebnis je Aktie (2013/14: 0,06 €).

15. Abschreibungen

Die Abschreibungen in Höhe von 1.489 Mio. € (2013/14: 1.162 Mio. €) beinhalten außerplanmäßige Abschreibungen in Höhe von 566 Mio. € (2013/14: 203 Mio. €). Im Wesentlichen betreffen diese in Höhe von 457 Mio. € die erfassten Wertminderungen der Geschäfts- oder Firmenwerte von Real Deutschland (446 Mio. €) sowie die vollständige Wertminderung der Geschäfts- oder Firmenwerte von METRO Cash & Carry Pakistan und METRO Cash & Carry Japan vor dem Hintergrund der negativen Geschäftsentwicklung. Die Aufteilung der Abschreibungsbeträge in der Gewinn- und Verlustrechnung sowie auf die betroffenen Vermögenswertkategorien stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	2013/14	2014/15
Umsatzkosten	17	19
davon planmäßige Abschreibungen	(17)	(19)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(0)
Vertriebskosten	951	905
davon planmäßige Abschreibungen	(838)	(802)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(113)	(102)
Allgemeine Verwaltungskosten	105	107
davon planmäßige Abschreibungen	(104)	(101)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(2)	(5)
Sonstige betriebliche Aufwendungen	88	457
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(88)	(457)
Finanzergebnis	0	1
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(1)
	1.162	1.489

Mio. €	2013/14	2014/15
Geschäfts- oder Firmenwerte	88	457
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(88)	(457)
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	110	104
davon planmäßige Abschreibungen	(106)	(102)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(4)	(3)
Sachanlagen	948	888
davon planmäßige Abschreibungen	(844)	(809)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(105)	(79)
Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	16	38
davon planmäßige Abschreibungen	(10)	(12)
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(6)	(26)
Finanzanlagen ¹	0	1
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(1)
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	0	0
davon außerplanmäßige Abschreibungen	(0)	(0)
	1.162	1.489

¹ Enthalten nach der Equity-Methode bilanzierte sowie zu Anschaffungskosten bewertete Beteiligungen

Gemäß IFRS 5 sind die Abschreibungen der Galeria Kaufhof Gruppe nicht im laufenden Ergebnis aus fortgeführten Aktivitäten enthalten und damit nicht in den obigen Tabellen berücksichtigt. Demgegenüber sind diese Abschreibungen in den Spiegeldarstellungen zur Entwicklung der Vermögenswerte bis zum Zeitpunkt der Umklassifizierung am 30. Juni 2015 enthalten; dadurch können die dort genannten Beträge von den oben genannten abweichen.

Von den außerplanmäßigen Abschreibungen entfallen auf METRO Cash & Carry 58 Mio. € (2013/14: 139 Mio. €), auf Media-Saturn 31 Mio. € (2013/14: 38 Mio. €), auf Real 450 Mio. € (2013/14: 17 Mio. €) und auf andere Gesellschaften 28 Mio. € (2013/14: 10 Mio. €).

16. Materialaufwand

In den Umsatzkosten sind folgende Materialaufwendungen enthalten:

Mio. €	2013/14	2014/15
Aufwendungen für Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe und für bezogene Waren	47.358	46.668
Aufwendungen für bezogene Leistungen	36	40
	47.394	46.708

17. Personalaufwand

Der Personalaufwand setzt sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2013/14	2014/15
Löhne und Gehälter	5.225	5.302
Soziale Abgaben und Aufwendungen für Altersversorgung und für Unterstützung	1.224	1.204
davon für Altersversorgung	(78)	(71)
	6.450	6.505

Die im Personalaufwand aufgeführten Löhne und Gehälter enthalten Aufwendungen für Abfindungen in Höhe von 81 Mio. € (2013/14: 93 Mio. €). Darüber hinaus sind in den Löhnen und Gehältern Restrukturierungsaufwendungen in Höhe von 82 Mio. € (2013/14: 29 Mio. €) enthalten, die ebenfalls Abfindungskomponenten beinhalten. Die an die Kennzahl EBITaC angelehnte variable Vergütung stieg von 84 Mio. € im Geschäftsjahr 2013/14 auf 124 Mio. € im Geschäftsjahr 2014/15. Ein weiterer Bestandteil der Löhne und Gehälter sind Aufwendungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 7 Mio. € (2013/14: 3 Mio. €).

Im Jahresdurchschnitt waren im Konzern beschäftigt:

Anzahl der Mitarbeiter nach Köpfen	2013/14	2014/15
Arbeiter/Angestellte	233.584	226.895
Auszubildende	7.992	7.067
	241.576	233.962

Hierin sind auf Personenbasis 60.341 (2013/14: 61.700) Teilzeitbeschäftigte berücksichtigt. Der Anteil der im Ausland beschäftigten Mitarbeiter betrug auf Vollzeitbasis 65,2 Prozent (2013/14: 66,1 Prozent).

18. Sonstige Steuern

Die sonstigen Steuern (zum Beispiel Grundsteuer, Kraftfahrzeugsteuer, Verbrauch- und Verkehrsteuer) setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2013/14	2014/15
Sonstige Steuern	127	137
davon aus Umsatzkosten	(–1)	(2)
davon aus Vertriebskosten	(103)	(97)
davon aus Allgemeinen Verwaltungskosten	(25)	(37)

Erläuterungen zur Bilanz

19. Geschäfts- oder Firmenwerte

Die Geschäfts- oder Firmenwerte betragen 3.301 Mio. € (30.9.2014: 3.671 Mio. €).

Der Rückgang resultiert im Wesentlichen aus Wertminderungen in Höhe von 457 Mio. €, die mit 446 Mio. € auf den Geschäfts- oder Firmenwert von Real Deutschland vorgenommen wurden.

Mit der Veräußerung des Warenhausgeschäfts sind die Firmenwerte der zahlungsmittelgenerierenden Einheiten Galeria Inno Belgien sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser Deutschland in Höhe von insgesamt 71 Mio. € abgegangen.

Die Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Griechenland führte zu einem Firmenwertabgang von 25 Mio. €.

Aus dem Erwerb der Classic Fine Foods Group durch METRO Cash & Carry resultiert ein Firmenwert in Höhe von 143 Mio. €.

Mit der Übernahme der Mehrheit der Anteile an der iBOOD-Gruppe entstand ein Firmenwert in Höhe von 20 Mio. €.

2009 erhielten die nicht beherrschenden Gesellschafter von METRO Cash & Carry Rumänien die Möglichkeit zur Andienung ihrer Gesellschaftsanteile gegenüber der METRO GROUP. Im Rahmen der Folgebewertung dieser als finanzielle Verbindlichkeiten ausgewiesenen Verkaufsoptionen erhöhte sich der Geschäfts- oder Firmenwert um 21 Mio. € (30.9.2014: Reduzierung um 7 Mio. €).

Wesentliche Anteile der Geschäfts- oder Firmenwerte bestanden zum Berichtsstichtag bei folgenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten:

	30.9.2014			30.9.2015	
	WACC			WACC	
	Mio. €	%		Mio. €	%
Real Deutschland	1.083	5,7		638	5,4
METRO Cash & Carry Frankreich	398	5,7		398	5,4
Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe	300	6,7		300	6,3
METRO Cash & Carry Niederlande	264	5,9		264	5,6
METRO Cash & Carry Polen	257	6,5		257	6,2
METRO Cash & Carry Deutschland	223	5,7		223	5,4
METRO Cash & Carry Ungarn	174	8,0		174	7,5
METRO Cash & Carry Italien	171	6,6		171	6,4
METRO Cash & Carry Belgien	145	5,8		145	5,5
Classic Fine Foods Group	0	–		143	–
METRO Cash & Carry Spanien/Portugal	142	6,6		142	6,6
METRO Cash & Carry Rumänien	54	7,3		75	6,8
Media-Saturn Italien	72	7,7		72	7,5
Galeria Inno Belgien	57	6,2		0	–
Übrige Gesellschaften (jeweils < 50 Mio. € oder Corporate Assets)	331			299	
	3.671			3.301	

Aufgrund der Vorschriften des IFRS 3 in Verbindung mit IAS 36 wird eine jährliche Werthaltigkeitsprüfung der Geschäfts- oder Firmenwerte durchgeführt. Diese erfolgt auf der Ebene einer Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten. Diese Gruppe ist beim Geschäfts- oder Firmenwert grundsätzlich die Organisationseinheit Vertriebslinie pro Land. Ausnahme von dieser Regel sind die Organisationseinheiten METRO Cash & Carry Spanien und METRO Cash & Carry Portugal, Media-Saturn Deutschland und Redcoon-Gruppe sowie Media-Saturn Niederlande und iBOOD-Gruppe, die aufgrund ihrer engen organisatorischen Verzahnung die Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten METRO Cash & Carry Spanien/Portugal, Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe sowie Media-Saturn Niederlande / iBOOD-Gruppe bilden. Bei der Prüfung auf Werthaltigkeit wird die Summe der Buchwerte der Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten dem erzielbaren Betrag gegenübergestellt. Als erzielbarer Betrag wird der Fair Value abzüglich Verkaufskosten verwendet, der aus diskontierten zukünftigen Cashflows und mithilfe von Eingangsparametern des Levels 3 der Fair-Value-Hierarchie berechnet wird.

———— Die Beschreibung der Hierarchien der Fair Values ist unter Nummer 41 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien aufgeführt.

Die erwarteten Cashflows basieren auf einem qualifizierten Planungsprozess unter Beachtung von unternehmensinternen Erfahrungswerten sowie unternehmensextern erhobenen volkswirtschaftlichen Rahmendaten. Der Detailplanungszeitraum umfasst grundsätzlich drei Jahre, in Ausnahmefällen kann dieser bei Vorliegen einer darüber hinausgehenden Detailplanung fünf Jahre betragen. Im Anschluss an den Detailplanungszeitraum wird wie im Vorjahr in der Regel eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent unterstellt, mit Ausnahme der Gruppe der zahlungsmittelgenerierenden Einheit Real Deutschland, bei der wie im Vorjahr eine Wachstumsrate von 0,5 Prozent angenommen wird. Als Kapitalisierungszinssatz wird der durchschnittliche gewichtete Kapitalkostensatz (WACC) unter Anwendung des Capital Asset Pricing Model abgeleitet. Hierbei wird für alle im gleichen Geschäftsfeld agierenden Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eine individuelle Gruppe von Vergleichsunternehmen (Peer Group) unterstellt. Die Kapitalisierungszinssätze bestimmen sich ferner unter Annahme eines Basiszinssatzes von 1,25 Prozent (30.9.2014: 2,5 Prozent) einer Marktrisikoprämie von 6,75 Prozent (30.9.2014: 6,0 Prozent) in Deutschland sowie eines Beta-Faktors zwischen 0,94 und 1,09 (30.9.2014: 0,85 bis 1,07). Sowohl auf den Eigenkapitalkostensatz als auch auf den Fremdkapitalkostensatz werden jeweils landesspezifische Risikozuschläge auf Basis des Ratings des jeweiligen Landes erhoben. Die individuell für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten ermittelten Kapitalisierungszinssätze nach Steuern liegen zwischen 5,4 und 7,8 Prozent (30.9.2014: 5,7 bis 8,9 Prozent).

Für die als wesentlich erachteten Geschäfts- oder Firmenwerte wurden bei der vorgeschriebenen jährlichen Werthaltigkeitsprüfung zum 30. September 2015 die folgenden Annahmen zur Entwicklung der Umsätze, des EBIT und der für Bewertungszwecke angestrebten EBIT-Marge während des Detailplanungszeitraums getroffen, wobei die EBIT-Marge das Verhältnis des EBIT zu den Umsatzerlösen darstellt.

	Umsatz	EBIT	EBIT-Marge	Detailplanungszeitraum (Jahre)
Real Deutschland	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	4
METRO Cash & Carry Frankreich	Leichtes Wachstum	Leichtes Wachstum	Unverändert	3
Media-Saturn Deutschland / Redcoon-Gruppe	Solides Wachstum	Solides Wachstum	Unverändert	3
METRO Cash & Carry Niederlande	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Polen	Leichtes Wachstum	Deutliches Wachstum	Leichtes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Deutschland	Leichtes Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Ungarn	Leichtes Wachstum	Deutliches Wachstum	Leichtes Wachstum	5
METRO Cash & Carry Italien	Solides Wachstum	Starkes Wachstum	Starkes Wachstum	3

Die vorgeschriebene jährliche Prüfung bestätigte zum 30. September 2015 die Werthaltigkeit aller aktivierten Geschäfts- oder Firmenwerte mit Ausnahme des Geschäfts- oder Firmenwertes von METRO Cash & Carry Japan, der aufgrund der Geschäftsentwicklung in Höhe von 2 Mio. € vollständig wertgemindert wurde. Zum 31. März 2015 wurde bereits für Real Deutschland eine Wertminderung auf den Geschäfts- oder Firmenwert in Höhe von 446 Mio. € sowie für METRO Cash & Carry Pakistan eine vollständige Wertminderung des Geschäfts- oder Firmenwerts in Höhe von 10 Mio. € aufgrund der jeweiligen Geschäftsentwicklung vorgenommen.

Zusätzlich zum Impairment-Test wurden für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten drei Sensitivitätsanalysen durchgeführt. Bei der ersten Sensitivitätsanalyse wurde eine um 1 Prozentpunkt geringere Wachstumsrate unterstellt. Im Rahmen der zweiten Sensitivitätsanalyse wurde für jede Gruppe von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten der Kapitalisierungszinssatz um jeweils 10,0 Prozent angehoben. Bei der dritten Sensitivitätsanalyse wurde ein pauschaler Abschlag von 10,0 Prozent auf das in der Perpetuität angenommene EBIT erhoben. Aus diesen Veränderungen der zugrunde liegenden Annahmen würde mit Ausnahme von Real Deutschland, METRO Cash & Carry Niederlande, METRO Cash & Carry Polen, METRO Cash & Carry Deutschland, METRO Cash & Carry Ungarn und METRO Cash & Carry Belgien für keine der Gruppen von zahlungsmittelgenerierenden Einheiten eine Wertminderung resultieren.

Bei der Werthaltigkeitsprüfung des Geschäfts- oder Firmenwerts von Real Deutschland überstieg der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten den Buchwert um 11 Mio. €, während es bei METRO Cash & Carry Niederlande 8 Mio. €, METRO Cash & Carry Polen 17 Mio. €, METRO Cash & Carry Deutschland 33 Mio. €, METRO Cash & Carry Ungarn 14 Mio. € sowie bei METRO Cash & Carry Belgien 7 Mio. € waren. Bei Real Deutschland wurde in der Perpetuität ein EBIT in Höhe von 124 Mio. € unterstellt.

Bei einer um 0,1 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 5,61 Prozent anstatt 5,55 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 41 Mio. € anstatt 42 Mio. € würde bei METRO Cash & Carry Niederlande der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei METRO Cash & Carry Polen würde bei einer um 0,3 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 6,3 Prozent anstatt 6,2 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 36 Mio. € anstatt 38 Mio. € der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei einer um 0,4 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 5,5 Prozent anstatt 5,4 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 94 Mio. € anstatt 96 Mio. € würde bei METRO Cash & Carry Deutschland der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei METRO Cash & Carry Ungarn würde bei einer um 0,6 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 7,9 Prozent anstatt 7,5 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 22 Mio. € anstatt 24 Mio. € der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen. Bei einer um 0,2 Prozentpunkte geringeren Wachstumsrate oder einem Kapitalisierungszinssatz von 5,6 Prozent anstatt 5,5 Prozent oder einem in der Perpetuität unterstellten EBIT in Höhe von 23,8 Mio. € anstatt 24,4 Mio. € würde bei METRO Cash & Carry Belgien der Fair Value abzüglich Veräußerungskosten dem Buchwert entsprechen.

Mio. €	Geschäfts- oder Firmenwerte
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2013	3.864
Währungsumrechnung	1
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	2
Abgänge	-7
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2014	3.860
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	184
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	-116
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2015	3.928
Abschreibungen	
Stand 1.10.2013	101
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	88
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2014	189
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	457
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	-20
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2015	626
Buchwert 1.10.2013	3.763
Buchwert 30.9.2014	3.671
Buchwert 30.9.2015	3.301

20. Sonstige immaterielle Vermögenswerte

Mio. €	Immaterielle Vermögenswerte ohne Geschäfts- oder Firmenwerte	(davon selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte)
Anschaffungs- oder Herstellungskosten		
Stand 1.10.2013	1.796	[1.012]
Währungsumrechnung	-5	[-1]
Zugänge Konsolidierungskreis	0	[0]
Zugänge	130	[75]
Abgänge	-70	[-21]
Umgliederungen in IFRS 5	-5	[-1]
Umbuchungen	-7	[-6]
Stand 30.9./1.10.2014	1.840	[1.056]
Währungsumrechnung	-9	[-2]
Zugänge Konsolidierungskreis	116	[1]
Zugänge	133	[71]
Abgänge	-14	[-2]
Umgliederungen in IFRS 5	-210	[-184]
Umbuchungen	9	[-2]
Stand 30.9.2015	1.864	[940]
Abschreibungen		
Stand 1.10.2013	1.403	[817]
Währungsumrechnung	-4	[-1]
Zugänge, planmäßig	126	[76]
Zugänge, außerplanmäßig	4	[1]
Abgänge	-66	[-20]
Umgliederungen in IFRS 5	-4	[-1]
Zuschreibungen	0	[0]
Umbuchungen	0	[-4]
Stand 30.9./1.10.2014	1.460	[868]
Währungsumrechnung	-7	[-1]
Zugänge, planmäßig	116	[73]
Zugänge, außerplanmäßig	3	[2]
Abgänge	-12	[0]
Umgliederungen in IFRS 5	-169	[-149]
Zuschreibungen	0	[0]
Umbuchungen	8	[0]
Stand 30.9.2015	1.399	[793]
Buchwert 1.10.2013	393	[194]
Buchwert 30.9.2014	380	[188]
Buchwert 30.9.2015	464	[147]

Die sonstigen immateriellen Vermögenswerte weisen sowohl begrenzte wirtschaftliche Nutzungsdauern als auch unbestimmbare Nutzungsdauern auf. Die immateriellen Vermögenswerte mit begrenzter Nutzungsdauer werden planmäßig abgeschrieben. Bei den immateriellen Vermögenswerten mit unbestimmter Nutzungsdauer handelt es sich um die im Rah-

men der Unternehmensakquisition der Classic Fine Foods Group erworbene Marke „Classic Fine Foods“ (48 Mio. €).

Die weiteren Konsolidierungskreiszugänge beinhalten mit 62 Mio. € den ebenfalls im Rahmen der Unternehmensakquisition der Classic Fine Foods Group erworbenen Kundenstamm.

Weitere 6 Mio. € sind im Rahmen der Erstkonsolidierung der iBOOD-Gruppe zugegangen.

Von den Zugängen in Höhe von 133 Mio. € betreffen 71 Mio. € selbst erstellte Software, 35 Mio. € Konzessionen, Rechte und Lizenzen sowie 27 Mio. € erworbene Software.

Die Umgliederungen in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ betreffen mit 41 Mio. € das veräußerte Warenhausgeschäft inklusive der zugehörigen Immobilien.

Die Zugänge zu den Abschreibungen auf sonstige immaterielle Vermögenswerte werden mit 3 Mio. € (2013/14: 4 Mio. €) in den Umsatzkosten, mit 36 Mio. € (2013/14: 56 Mio. €) in den Vertriebskosten, mit 65 Mio. € (2013/14: 71 Mio. €) in den allgemeinen Verwaltungskosten sowie mit 15 Mio. € im Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten nach Steuern ausgewiesen.

Die außerplanmäßigen Abschreibungen betreffen mit 2 Mio. € (2013/14: 1 Mio. €) selbst erstellte Software, mit 0 Mio. €

(2013/14: 2 Mio. €) Miet- und Nutzungsrechte sowie mit 3 Mio. € (2013/14: 1 Mio. €) erworbene Konzessionen, Rechte und Lizenzen.

Die als Aufwand erfassten Ausgaben für Forschung und Entwicklung betreffen im Wesentlichen selbst erstellte Software und betragen im laufenden Geschäftsjahr 39 Mio. € (2013/14: 39 Mio. €).

Für immaterielle Vermögenswerte bestehen – wie im Vorjahr – keine Eigentums- oder Verfügungsbeschränkungen. Es wurden Erwerbsverpflichtungen für immaterielle Vermögenswerte in Höhe von 1 Mio. € (30.9.2014: 1 Mio. €; davon nicht fortgeführte Aktivitäten 0 Mio. €) eingegangen.

21. Sachanlagen

Zum 30. September 2015 wurden Sachanlagen in Höhe von 7.955 Mio. € (30.9.2014: 10.025 Mio. €) bilanziert. Die Entwicklung der Sachanlagen kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Mio. €	Grundstücke und Bauten	Andere Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung	Anlagen im Bau	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.10.2013	12.157	8.304	226	20.687
Währungsumrechnung	-260	-104	-6	-369
Zugänge Konsolidierungskreis	184	0	0	184
Zugänge	130 ¹	441	330 ¹	901
Abgänge	-312	-443	-14	-769
Umgliederungen in IFRS 5	-165	-112	-5	-282
Umbuchungen	-20	175	-273	-117
Stand 30.9./1.10.2014	11.714	8.261	258	20.233
Währungsumrechnung	-422	-193	-37	-652
Zugänge Konsolidierungskreis	39	3	0	42
Zugänge	270 ¹	442	342	1.054
Abgänge	-198	-452	-13	-663
Umgliederungen in IFRS 5	-1.950	-593	-7	-2.550
Umbuchungen	175	137	-326	-14
Stand 30.9.2015	9.629	7.605	217	17.451
Abschreibungen				
Stand 1.10.2013	4.478	5.493	6	9.978
Währungsumrechnung	-45	-56	0	-101
Zugänge, planmäßig	385	557	0	943
Zugänge, außerplanmäßig	54	49	2	105
Abgänge	-167	-386	-1	-554
Umgliederungen in IFRS 5	-46	-64	0	-110
Zuschreibungen	-10	-1	0	-11
Umbuchungen	-43	2	0	-41
Stand 30.9./1.10.2014	4.607	5.595	7	10.208
Währungsumrechnung	-92	-113	-1	-206
Zugänge, planmäßig	351	531	0	882
Zugänge, außerplanmäßig	39	35	5	79
Abgänge	-145	-398	0	-543
Umgliederungen in IFRS 5	-487	-405	0	-892
Zuschreibungen	-12	-9	0	-22
Umbuchungen	7	-16	-1	-10
Stand 30.9.2015	4.267	5.220	9	9.496
Buchwert 1.10.2013	7.679	2.810	220	10.709
Buchwert 30.9.2014	7.108	2.666	251	10.025
Buchwert 30.9.2015	5.362	2.384	208	7.955

¹ Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die Sachanlagen

Der Rückgang der Sachanlagen resultiert im Wesentlichen aus der Umklassifizierung von Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 1.658 Mio. € (2013/14: 172 Mio. €). Überwiegender Bestandteil ist mit 1.535 Mio. € das Sachanlagevermögen der

veräußerten Galeria Kaufhof Gruppe. Dieses setzt sich mit 1.353 Mio. € aus Immobilien, mit 174 Mio. € aus anderen Anlagen, Betriebs- und Geschäftsausstattung sowie mit 7 Mio. € aus Anlagen im Bau zusammen. Darüber hinaus sind in den Umklassifizierungen Einzelimmobilien in Höhe von 62 Mio. €

sowie das Sachanlagevermögen des Großhandelsgeschäfts von METRO Cash & Carry Griechenland in Höhe von 56 Mio. € enthalten.

Ebenfalls zum Rückgang beigetragen haben negative Währungseffekte in Höhe von 445 Mio. € (2013/14: 268 Mio. €). Diese betreffen überwiegend die Länder Russland und Ukraine.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen für Gegenstände des Sachanlagevermögens liegen in Höhe von 89 Mio. € (30.9.2014: 179 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 67 Mio. €) vor.

Für Gegenstände des Sachanlagevermögens wurden Erwerbsverpflichtungen in Höhe von 156 Mio. € (30.9.2014: 128 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 28 Mio. €) eingegangen.

Leasingverhältnisse

Vermögenswerte, die der METRO GROUP im Rahmen eines Finanzierungs-Leasingverhältnisses zur Verfügung stehen, sind in Höhe von 845 Mio. € (30.9.2014: 879 Mio. €) enthalten; sie betreffen im Wesentlichen angemietete Gebäude.

Finanzierungs-Leasingverhältnisse werden in der Regel über eine Grundmietzeit zwischen 15 und 25 Jahren abgeschlossen und sehen nach Ablauf der Grundmietzeit die Option vor, den Vertrag mindestens einmal für fünf Jahre zu verlängern. Die Zinssätze, die den Verträgen zugrunde liegen, variieren je nach Markt und Zeitpunkt des Vertragsabschlusses zwischen 2,09 und 5,22 Prozent.

Neben den Finanzierungs-Leasingverhältnissen bestehen in der METRO GROUP Miet- beziehungsweise Leasingverhältnisse, die nach ihrem wirtschaftlichen Gehalt als Operating-Leasingverhältnisse zu qualifizieren sind. Operating-Leasingverhältnisse werden in der Regel über eine Grundmietzeit von bis zu 15 Jahren abgeschlossen. Die Leasingverträge beinhalten Leasingraten, die teilweise auf variablen, teilweise auf fixen Mietzinsen basieren.

Die Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen werden in den Folgeperioden wie folgt fällig:

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2014			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	210	645	1.178
Abzinsungen	-15	-139	-600
Barwert	195	506	578
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2014			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.422	4.312	3.632
davon nicht fortgeführte Aktivitäten	149	413	249

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Finanzierungs-Leasingverhältnisse			
30.9.2015			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	178	626	1.077
Abzinsungen	-21	-143	-505
Barwert	158	483	572
Operating-Leasingverhältnisse			
30.9.2015			
Zukünftig zu leistende Leasingzahlungen (nominal)	1.279	3.884	3.125

Die zukünftig zu leistenden Leasingzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen enthalten für die Ausübung günstiger Kaufoptionen erforderliche Kaufpreiszahlungen in Höhe von 32 Mio. € (30.9.2014: 42 Mio. €; davon nicht fortgeführte Aktivitäten 0 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Finanzierungs-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 264 Mio. € (30.9.2014: 199 Mio. €; davon nicht fortgeführte Aktivitäten 5 Mio. €).

Leasingzahlungen, die der METRO GROUP zukünftig aus Objekten zufließen werden, die als Operating-Leasingverhältnisse klassifiziert sind (Untervermietung), betragen nominal 463 Mio. € (30.9.2014: 470 Mio. €; davon nicht fortgeführte Aktivitäten 32 Mio. €).

Im Periodenergebnis sind Aufwendungen aus Leasingverhältnissen in Höhe von 1.539 Mio. € (2013/14: 1.585 Mio. €) enthalten. Hiervon entfallen 156 Mio. € auf nicht fortgeführte Aktivitäten (2013/14: 161 Mio. €). Erträge aus Mietverhältnissen sind in Höhe von 333 Mio. € (2013/14: 341 Mio. €) enthalten. Hiervon entfallen 48 Mio. € auf nicht fortgeführte Aktivitäten (2013/14: 47 Mio. €).

Die im Periodenergebnis als Aufwand erfassten bedingten Mietzahlungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen betragen 7 Mio. € (2013/14: 10 Mio. €), davon entfällt auf nicht fortgeführte Aktivitäten ein Betrag von 0 Mio. € (2013/14: 1 Mio. €). Die aus Operating-Leasingverhältnissen erfassten Aufwendungen aus bedingten Mietzahlungen betragen 53 Mio. € (2013/14: 55 Mio. €), davon entfällt auf nicht fortgeführte Aktivitäten ein Betrag von 0 Mio. € (2013/14: 0 Mio. €).

Aus der Vermietung von Immobilien, die sich im juristischen Eigentum der METRO GROUP befinden, bestehen Ansprüche auf den Erhalt von Leasingzahlungen gegenüber Konzernfremden (METRO GROUP als Leasinggeber), die in den Folgeperioden wie folgt fällig werden:

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2014			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	84	235	192
davon aus nicht fortgeführten Aktivitäten	17	53	33

Mio. €	Bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	Über 5 Jahre
Operating-Leasingverhältnisse 30.9.2015			
Zukünftig zu erwartende Leasingzahlungen (nominal)	56	159	121

22. Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien

Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien werden mit ihren fortgeführten Anschaffungs- oder Herstellungskosten bewertet. Zum 30. September 2015 waren insgesamt 170 Mio. € (30.9.2014: 223 Mio. €) bilanziert. Die Entwicklung dieser Immobilien kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

Mio. €	Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2013	407
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge ¹	2
Abgänge	-10
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	125
Stand 30.9./1.10.2014	523
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge ¹	24
Abgänge	-6
Umgliederungen in IFRS 5	-61
Umbuchungen	4
Stand 30.9.2015	484
Abschreibungen	
Stand 1.10.2013	250
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	10
Zugänge, außerplanmäßig	6
Abgänge	-7
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	41
Stand 30.9./1.10.2014	300
Währungsumrechnung	-0
Zugänge, planmäßig	12
Zugänge, außerplanmäßig	26
Abgänge	-5
Umgliederungen in IFRS 5	-19
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	1
Stand 30.9.2015	314
Buchwert 1.10.2013	156
Buchwert 30.9.2014	223
Buchwert 30.9.2015	170

¹Enthalten Umgliederungen von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“

Die Minderung von 53 Mio. € resultiert im Wesentlichen aus der Umgliederung von Standorten von METRO PROPERTIES von den „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“ in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“. Darüber hinaus trägt eine Überkompensation der Investitionstätigkeit des Geschäftsjahres 2014/15 durch die planmäßigen und

außerplanmäßigen Abschreibungen zur Verminderung bei. Gegenläufige Effekte ergeben sich im Wesentlichen aus der Umgliederung eines von METRO PROPERTIES gehaltenen russischen Standorts von den „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ in die „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“.

Die Summe der Fair Values dieser „Als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien“ beträgt 243 Mio. € (30.9.2014: 311 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 1 Mio. €). Diese sind nicht anhand von beobachtbaren Marktpreisen ermittelbar. Daher werden die Fair Values nach international anerkannten Bewertungsmethoden, insbesondere mithilfe des Vergleichswertverfahrens und der Discounted-Cashflow-Methode, ermittelt (Level 3 der dreistufigen Bewertungshierarchie des IFRS 13 [Bewertung zum beizulegenden Zeitwert]). Dabei wird ein Detailplanungszeitraum von zehn Jahren zugrunde gelegt. Neben Marktmieten wurden aus dem Markt abgeleitete Diskontierungszinssätze als wesentliche Bewertungsparameter verwendet. Die Ermittlung der Diskontierungszinssätze beruht auf der Analyse der jeweiligen Immobilienmärkte mit Auswertung von Vergleichstransaktionen und Marktpublikationen internationaler Beratungshäuser. Die

auf diese Weise bestimmten Diskontierungssätze reflektieren dabei sowohl das jeweilige Länder- und Standortrisiko als auch das spezifische Immobilienrisiko. Darüber hinaus werden im Rahmen der Ermittlung des bestmöglichen Nutzens auch Projektentwicklungen geprüft.

Die Mieterträge aus diesen Immobilien betragen 34 Mio. €; davon betreffen 11 Mio. € Finanzierungs-Leasingverhältnisse (2013/14: 40 Mio. €, davon Finanzierungs-Leasingverhältnisse 11 Mio. €). Im Zusammenhang mit diesen Mieterträgen stehen Aufwendungen in Höhe von 20 Mio. €; davon betreffen 7 Mio. € Finanzierungs-Leasingverhältnisse (2013/14: 25 Mio. €, davon Finanzierungs-Leasingverhältnisse 8 Mio. €). Für Objekte ohne Mieteinnahmen sind Aufwendungen in Höhe von 1 Mio. € (2013/14: 1 Mio. €) entstanden; hiervon waren Finanzierungs-Leasingverhältnisse nicht betroffen.

Verfügungsbeschränkungen in Form von Grundpfandrechten und Sicherungsübereignungen liegen in Höhe von 19 Mio. € (30.9.2014: 19 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 0 Mio. €) vor. Für die als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien wurden wie im Vorjahr keine Erwerbsverpflichtungen eingegangen.

23. Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

Mio. €	Ausleihungen	Beteiligungen	Wertpapiere	Gesamt
Anschaffungs- oder Herstellungskosten				
Stand 1.10.2013	65	267	2	333
Währungsumrechnung	0	15	0	16
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	6	5	0	11
Abgänge	-19	-269	0	-288
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Umbuchungen	-1	1	0	0
Stand 30.9./1.10.2014	51	19	2	72
Währungsumrechnung	-1	0	0	-1
Zugänge Konsolidierungskreis	0	0	0	0
Zugänge	4	32	0	37
Abgänge	-4	-9	0	-13
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Umbuchungen	-5	42	0	37
Stand 30.9.2015	46	84	2	133
Abschreibungen				
Stand 1.10.2013	13	1	0	14
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	0	0	0
Abgänge	-13	0	0	-13
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	0	0	0
Stand 30.9./1.10.2014	0	1	0	1
Währungsumrechnung	0	0	0	0
Zugänge, planmäßig	0	0	0	0
Zugänge, außerplanmäßig	0	1	0	1
Abgänge	0	0	0	0
Umgliederungen in IFRS 5	0	0	0	0
Zuschreibungen	0	0	0	0
Umbuchungen	0	14	0	14
Stand 30.9.2015	0	16	0	16
Buchwert 1.10.2013	52	266	2	319
Buchwert 30.9.2014	51	18	2	71
Buchwert 30.9.2015	46	69	2	117

Die METRO GROUP hat im Rahmen eines Joint Ventures 60 Prozent der Anteile an 10 Gesellschaften der Mayfair-Gruppe veräußert. Die verbleibenden 40 Prozent werden als Zugang zu den nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen in Höhe von 83 Mio. € gezeigt.

Mio. €	Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen
Anschaffungs- oder Herstellungskosten	
Stand 1.10.2013	132
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	2
Abgänge	-39
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2014	95
Währungsumrechnung	0
Zugänge Konsolidierungskreis	0
Zugänge	86
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Umbuchungen	10
Stand 30.9.2015	191
Abschreibungen	
Stand 1.10.2013	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	0
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9./1.10.2014	0
Währungsumrechnung	0
Zugänge, planmäßig	0
Zugänge, außerplanmäßig	8
Abgänge	0
Umgliederungen in IFRS 5	0
Zuschreibungen	0
Umbuchungen	0
Stand 30.9.2015	7
Buchwert 1.10.2013	132
Buchwert 30.9.2014	95
Buchwert 30.9.2015	184

Angaben zu den wesentlichen nach der Equity-Methode bilanzierten Beteiligungen sind der folgenden Tabelle zu entnehmen.

Außer Habib Metro Pakistan (Bilanzstichtag 30.6.) haben alle anderen genannten Gesellschaften den 31.12. als Bilanzstichtag.

	Habib Metro Pakistan		OPCI FWP		OPCI FWS		Mayfair-Gruppe ¹		Übrige		Gesamt	
Mio. €	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15	2013/14	2014/15
Höhe des Anteils (in %)	40	40	4,99	4,99	25	25	k. A.	40	–	–	–	–
Börsenwert	–	–	–	–	–	–	k. A.	–	–	–	–	–
Buchwert	45	47	8	9	39	39	k. A.	83	3	6	95	184
Angaben zur Gewinn- und Verlustrechnung												
Umsatzerlöse	10	12	23	23	22	22	k. A.	0	3	21	58	78
Nachsteuerergebnis aus fortgeführten Aktivitäten	4	6	11	16	11	15	k. A.	12	2	0	28	49
Nachsteuerergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten	0	0	0	0	0	0	k. A.	0	0	0	0	0
Sonstiges Ergebnis	0	0	0	0	0	0	k. A.	0	0	0	0	0
Gesamtergebnis	4	6	11	16	11	15	k. A.	12	2	0	28	49
Dividendenzahlungen an den Konzern	1	1	3	0	3	4	k. A.	0	0	1	7	2
Angaben zur Bilanz												
langfristige Vermögenswerte	58	61	261	261	251	251	k. A.	189	0	155	570	917
kurzfristige Vermögenswerte	9	14	4	2	5	6	k. A.	4	4	34	22	60
langfristige Schulden	2	3	108	102	105	101	k. A.	0	0	162	215	368
kurzfristige Schulden	1	1	0	1	0	1	k. A.	0	1	21	2	24

¹ Die Mayfair-Gruppe besteht aus zehn Immobiliengesellschaften

Durch eine personelle Vertretung der METRO GROUP im Aufsichtsrat der OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP ist ein maßgeblicher Einfluss gesichert und eine Bilanzierung nach der Equity-Methode trotz einer Beteiligung von 4,99 Prozent gegeben.

24. Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte

	30.9.2014			30.9.2015		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
Mio. €	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Forderungen an Lieferanten	1.668	1.649 ¹	19	1.674	1.653	22
Übrige finanzielle Vermögenswerte	669	649	19	1.280	1.230	51
Sonstige finanzielle Vermögenswerte	2.337	2.298	39	2.954	2.882	72
Sonstige Steuererstattungsansprüche	464	464	0	358	358	0
Aktiver Rechnungsabgrenzungsposten	376	150	226	351	136	216
Übrige andere Vermögenswerte	75	68	7	63	59	5
Sonstige andere Vermögenswerte	915	681	234	773	553	220
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	3.252	2.981	272	3.727	3.435	292

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Die Forderungen an Lieferanten beinhalten sowohl in Rechnung gestellte als auch Abgrenzungen für nachlaufende Vergütungen von Lieferanten (zum Beispiel Boni und Werbekostenzuschüsse) sowie debitorische Kreditoren.

Die übrigen finanziellen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften in Höhe von 479 Mio. € (30.9.2014: 59 Mio. €), den Forderungen gegen den METRO Unterstützungskasse e. V. in Höhe von 221 Mio. € (30.9.2014: 208 Mio. €), den Forderungen gegen die Galeria Kaufhof Gruppe in Höhe von 193 Mio. € (insbesondere Forderungen aus Ergebnisabführungsverträgen im Geschäftsjahr 2014/15), den Forderungen aus Kreditkartengeschäften in Höhe von 101 Mio. € (30.9.2014: 104 Mio. €), den Forderungen und sonstigen Vermögenswerten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 43 Mio. € (30.9.2014: 52 Mio. €), den Forderungen aus Schadensfällen in Höhe von 28 Mio. € (30.9.2014: 4 Mio. €) und Finanzierungsprovisionen in Höhe von 25 Mio. € (30.9.2014: 22 Mio. €). Die Abweichung zum Vorjahr betreffen mit 415 Mio. € die Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften und enthalten die Umschichtung von Zahlungsmitteln der MIAG Commanditaire Vennootschap in kurzfristige Geldmarktfonds.

Die sonstigen Steuererstattungsansprüche beinhalten Umsatzsteuererstattungsansprüche in Höhe von 153 Mio. € (30.9.2014:

263 Mio. €), noch nicht verrechenbare Vorsteuer in Höhe von 190 Mio. € (30.9.2014: 187 Mio. €) und andere Steuererstattungsansprüche in Höhe von 15 Mio. € (30.9.2014: 14 Mio. €).

Der aktive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinsvorauszahlungen sowie übrige Abgrenzungen.

Die übrigen anderen Vermögenswerte bestehen insbesondere aus den Zinsforderungen im Zusammenhang mit Steuerforderungen und aus geleisteten Anzahlungen auf Vorräte.

25. Latente Steueransprüche / Latente Steuerschulden

Die aktiven latenten Steueransprüche auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen betragen vor Saldierung 1.466 Mio. € (30.9.2014: 1.762 Mio. €) und sind im Vergleich zum 30. September 2014 um 296 Mio. € gemindert. Bei den passiven latenten Steuern reduzierte sich der Bilanzwert des Vorjahres um 173 Mio. € auf 884 Mio. € (30.9.2014: 1.057 Mio. €).

Der Rückgang der aktiven und der passiven latenten Steuern auf Verlustvorträge und temporäre Differenzen ist im Wesentlichen auf die Entkonsolidierung der Galeria Kaufhof Gruppe zurückzuführen.

Die latenten Steuern betreffen folgende Bilanzposten:

Mio. €	30.9.2014		30.9.2015	
	Aktiv	Passiv	Aktiv	Passiv
Geschäfts- oder Firmenwerte	152	170	110	161
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	101	73	73	83
Sachanlagen und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien	156	596	138	468
Finanzanlagen und nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	5	2	4	3
Vorräte	70	18	62	10
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte	115	60	57	56
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	0	0	0	2
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	368	62	281	53
Sonstige Rückstellungen	96	7	101	11
Finanzschulden	369	6	351	1
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	131	63	139	32
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	0	0	0	0
Outside Basis Differences	0	0	0	4
Wertberichtigungen auf temporäre Differenzen	-106	0	-89	0
Verlustvorträge	304	0	240	0
Summe	1.762	1.057	1.466	884
Saldierung	-927	-927	-742	-742
Bilanzwert der latenten Steuern	835	130	724	142

Von den ausgewiesenen latenten Steueransprüchen entfallen 390 Mio. € (30.9.2014: 492 Mio. €) auf den Organkreis der METRO AG. Auf Basis der Unternehmensplanung ist die Realisierung dieses Steueranspruchs als hinreichend wahrscheinlich anzusehen. Durch die Implementierung eines neuen Transferpreissystems im Segment METRO Cash & Carry zum 1. Oktober 2015 ergeben sich positive Auswirkungen für die Werthaltigkeitsprüfung der latenten Steuern. Aufgrund der Implementierung konnten insbesondere gegenläufige Steuereffekte im Rahmen der Entkonsolidierung der Galeria Kaufhof Gruppe kompensiert werden.

Gemäß IAS 12 (Ertragsteuern) sind passive latente Steuern auf den Unterschiedsbetrag zwischen dem in der Konzernbilanz erfassten anteiligen Eigenkapital einer Tochtergesellschaft und dem Beteiligungsbuchwert für diese Tochtergesellschaft in der Steuerbilanz der Muttergesellschaft zu bilden (sogenannte Outside Basis Differences), wenn mit der Realisierung zu rechnen ist. Ursächlich für diese Unterschiedsbeträge sind im Wesentlichen thesaurierte Gewinne in- und ausländischer Tochtergesellschaften. Auf diese thesaurierten Gewinne wurden keine latenten Steuern berechnet, da sie auf unbestimmte Zeit reinvestiert werden oder keiner entsprechenden Besteuerung unterliegen. Im Falle von Ausschüttungen von Tochterkapitalgesellschaften unterlägen diese einer Dividendenbe-

steuerung von 5 Prozent. Ausschüttungen aus dem Ausland könnten darüber hinaus Quellensteuer auslösen. Zum 30. September 2015 wurden für geplante Dividendenzahlungen 4 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) passive latente Steuern aus Outside Basis Differences berücksichtigt. Im Vorjahr gab es keine Sachverhalte, die zu einer entsprechenden Abgrenzung geführt hätten. Aufgrund der Gliederungstiefe der METRO GROUP wäre die Ermittlung der zu versteuernden temporären Differenzen mit unverhältnismäßig hohem Aufwand verbunden.

Für folgende Verlust- und Zinsvorträge sowie temporäre Differenzen wurden keine latenten Steueransprüche bilanziert, da mit einer kurz- bis mittelfristigen Realisierung der Ansprüche nicht zu rechnen ist:

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Körperschaftsteuerliche Verluste	7.896	8.027
Gewerbesteuerliche Verluste	7.908	7.865
Zinsvorträge	19	15
Temporäre Differenzen	415	364

Die Verluste betreffen im Wesentlichen Deutschland. Sie sind unbegrenzt vortragsfähig.

Steuerliche Auswirkungen auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses

Mio. €	2013/14			2014/15		
	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern	Vor Steuern	Steuern	Nach Steuern
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-30	-7	-37	-183	-3	-186
davon Währungsumrechnungsdifferenzen aus Nettoinvestitionen in ausländische Geschäftsbetriebe	(-68)	(-7)	(-75)	(-9)	(-3)	(-12)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	21	-3	18	-12	2	-10
Gewinne/Verluste aus der Neubewertung von Finanzinstrumenten der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	-70	0	-70	0	0	0
Latente Steuern auf die Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-256	41	-215	90	-31	59
Sonstige Veränderungen	0	0	0	0	0	0
Restliche Ertragsteuer auf das Sonstige Ergebnis	0	-4	-4	0	1	1
	-335	27	-308	-105	-31	-136

Aufgrund nicht steuerwirksamer Sachverhalte sowie des Nichtansatzes beziehungsweise aufgrund der Wertberichtigung von latenten Steuern entspricht die ausgewiesene Steuer nicht bei jeder Position der erwarteten Steuer.

26. Vorräte

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Handelswaren Lebensmittel	2.032	1.922
Handelswaren Nichtlebensmittel	3.914	3.516
	5.946	5.439

Die Vorräte verteilen sich auf die Segmente wie folgt:

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
METRO Cash & Carry	2.319	2.309
Media-Saturn	2.182	2.322
Real	578	807
Galeria Kaufhof	540	0
Sonstige	327	1
	5.946	5.439

Im Vergleich zum 30. September 2014 verringerte sich das Vorratsvermögen um 507 Mio. €. Diese Reduzierung ist im Wesentlichen bedingt durch die Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe in Höhe von 540 Mio. € sowie durch negative Währungseffekte in Höhe von 161 Mio. €. Gegenläufig wirkte sich der nachfragebedingte Aufbau der Vorräte im Segment Media-Saturn mit 140 Mio. € sowie der Erwerb der Classic Fine Foods Group mit 24 Mio. € aus.

Der Anstieg im Segment Real ist durch die Übernahme des Eigentums an bei der METRO LOGISTICS Germany GmbH gelagerten Vorräten bedingt. Entsprechend sinkt der Wert des Vorratsvermögens im Segment Sonstige.

Im Vorratsvermögen sind Wertberichtigungen in Höhe von 202 Mio. € (30.9.2014: 229 Mio. €) enthalten.

27. Forderungen aus Lieferungen und Leistungen

Von den Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 702 Mio. € (30.9.2014: 560 Mio. €) weisen 16 Mio. € (30.9.2014: 17 Mio. €) eine Restlaufzeit von mehr als einem Jahr auf.

Die Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe führt insgesamt zu einem Anstieg der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen in Höhe von 47 Mio. €, wobei der erstmalige Ausweis ehemals konzerninterner Forderungen (52 Mio. €) gemindert wird durch den Wegfall der Forderungen der Galeria Kaufhof Gruppe selbst (–5 Mio. €). Darüber hinaus bewirken der Erwerb der Classic Fine Foods Group sowie gestiegene Provisionsforderungen einen weiteren Anstieg.

28. Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente

Die Wertberichtigungen auf aktivierte Finanzinstrumente, die zu fortgeführten Anschaffungskosten bewertet werden, lauten wie folgt:

Mio. €	Kategorie „Kredite und Forderungen“
Stand 1.10.2013	189
Währungsumrechnung	–2
Zugänge	67
Auflösung	–36
Inanspruchnahme	–52
Umbuchungen	–31
Stand 30.9./1.10.2014	135
Währungsumrechnung	–3
Zugänge	66
Auflösung	–45
Inanspruchnahme	–27
Umbuchungen	1
Stand 30.9.2015	126

Für die Kategorie Kredite und Forderungen – hierzu zählen insbesondere Ausleihungen, Forderungen aus Lieferungen und Leistungen, Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen und sonstige Vermögenswerte aus dem Immobilienbereich – liegen negative Ergebniseinflüsse aus Wertberichtigungen in Höhe von 19 Mio. € (2013/14: 29 Mio. €) vor. Hierin enthalten sind auch Erträge aus dem Erhalt von Zahlungsmitteln aus bereits wegen erwarteter Uneinbringlichkeit ausgebuchten Forderungen in Höhe von 2 Mio. € (2013/14: 2 Mio. €). Im laufenden Geschäftsjahr sind Umklassifizierungen von Wertberichtigungen auf Vermögenswerte in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ in Höhe von 2 Mio. € (2013/14: 1 Mio. €) enthalten.

Für die Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“ sowie für Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gemäß IAS 17) liegen wie im Vorjahr keine Ergebniseinflüsse vor.

Wertminderungen auf aktivierte Finanzinstrumente werden grundsätzlich mit einem Wertberichtigungskonto vorgenommen und reduzieren den Buchwert der finanziellen Vermögenswerte.

29. Fälligkeiten und Wertberichtigungen aktivierter Finanzinstrumente

Die aktivierten Finanzinstrumente weisen zum Bilanzstichtag folgende Fälligkeiten und Wertberichtigungen auf:

Mio. €	Gesamter Buchwert 30.9.2014	davon nicht überfällig, nicht einzelwert- berichtigt	davon überfällig, nicht einzelwertberichtigt				
			innerhalb der letzten 90 Tage fällig	seit 91 bis 180 Tagen fällig	seit 181 bis 270 Tagen fällig	seit 271 bis 360 Tagen fällig	seit mehr als 360 Tagen fällig
Aktiva							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	2.901 ¹	2.512 ¹	87	9	3	0	1
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	26	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	19	1	0	0	0	0	0
	2.947	2.513	87	9	3	0	1

Mio. €	Gesamter Buchwert 30.9.2015	davon nicht überfällig, nicht einzelwert- berichtigt	davon überfällig, nicht einzelwertberichtigt				
			innerhalb der letzten 90 Tage fällig	seit 91 bis 180 Tagen fällig	seit 181 bis 270 Tagen fällig	seit 271 bis 360 Tagen fällig	seit mehr als 360 Tagen fällig
Aktiva							
der Kategorie „Kredite und Forderungen“	3.209	2.747	129	10	9	1	2
der Kategorie „Bis zur Endfälligkeit gehalten“	0	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zu Handelszwecken gehalten“	30	0	0	0	0	0	0
der Kategorie „Zur Veräußerung verfügbar“	486	1	0	0	0	0	0
	3.725	2.748	129	10	9	1	2

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Die innerhalb der letzten 90 Tage fälligen Kredite und Forderungen resultieren im Wesentlichen aus dem geschäftsüblichen Zahlungsverkehr mit sofortigen beziehungsweise mit kurzen Zahlungszielen. Bei den nicht einzelwertberichtigten Krediten und Forderungen, die seit mehr als 90 Tagen überfällig sind, deuten zum Abschlussstichtag keine Anzeichen darauf hin, dass die Schuldner ihren Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen werden. Für die nicht überfälligen und nicht einzelwertberichtigten aktivierten Finanzinstrumente liegen keine Anhaltspunkte aus der Kreditwürdigkeit des Schuldners (Kreditqualität) vor, die zu einer Wertberichtigung führen würden.

30. Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Schecks und Kassenbestand	110	111
Guthaben bei Kreditinstituten und andere kurzfristig liquide finanzielle Vermögenswerte	2.296	4.304
	2.406	4.415

Der starke Anstieg der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente resultiert im Wesentlichen aus der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe.

Im Einzelnen wird auf die Kapitalflussrechnung sowie auf Nummer 42 Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung verwiesen.

31. Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte / Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten

Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe

Mit Datum vom 15. Juni 2015 unterzeichnete die METRO GROUP eine Vereinbarung mit der Hudson's Bay Company, Toronto, Kanada, über die Veräußerung des gesamten Warenhausgeschäfts sowie der dazugehörenden 59 Immobilien, die sich im Eigentum und/oder unter der Verwaltung der Galeria Real Estate Group befinden. Zum Warenhausgeschäft gehören 102 Filialen von Galeria Kaufhof und 16 Sportarena-Filialen in Deutschland sowie 16 Warenhäuser des Tochterunternehmens Galeria Inno in Belgien. Der Vollzug der Veräußerung des Warenhausgeschäfts erfolgte mit Ablauf des 30. September 2015. Dementsprechend erfolgte die Entkonsolidierung der Galeria Kaufhof Gruppe zum selben Datum.

Alle von der Vereinbarung betroffenen Vermögenswerte und Schulden waren Bestandteil des Segments Galeria Kaufhof und wurden im Sinne des IFRS 5 seit dem 30. Juni 2015 bis zu ihrer Entkonsolidierung als nicht fortgeführte Aktivität behandelt. Demnach erfolgte ihr Ausweis nach Konsolidierung aller konzerninternen Vermögenswerte und Schulden in der Konzernbilanz zum 30. Juni 2015 unter der Position „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ (2.291 Mio. €) beziehungsweise unter der Position „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ (1.258 Mio. €). Bis zur Veräußerung veränderten sich die Werte der Vermögenswerte und Schulden sowohl durch die übliche Geschäftstätigkeit als auch durch eine im Rahmen des Closings am 30. September 2015 abzubildende vollzugsvorbereitende Maßnahme im Zusammenhang mit der Finanzierung des Kaufpreises durch den Erwerber. Die Zusammensetzung der im Rahmen der Entkonsolidierung abgegangenen zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte und Schulden des Warenhausgeschäfts stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	
Vermögenswerte	
Geschäfts- oder Firmenwerte	71
Sonstige immaterielle Vermögenswerte	49
Sachanlagen	1.589
Finanzanlagen	1.184
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (langfristig)	147
Vorräte	502
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	94
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	381
	4.017
Schulden	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	319
Sonstige Rückstellungen	14
Finanzschulden (langfristig)	1.303
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (langfristig)	130
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	313
Rückstellungen (kurzfristig)	39
Finanzschulden (kurzfristig)	6
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	392
	2.516

Außerplanmäßige Abschreibungen zur Anpassung der bilanzierten Buchwerte an den Fair Value abzüglich Veräußerungskosten waren nicht notwendig. Das im Zusammenhang mit dem Desinvestitionsprozess angefallene Entkonsolidierungsergebnis einschließlich aller direkt mit der Veräußerung des Warenhausgeschäfts im Zusammenhang stehenden Aufwendungen beträgt nach Steuern 797 Mio. € und wurde zusammen mit dem laufenden Nachsteuerergebnis des Warenhausgeschäfts in Höhe von 138 Mio. € in der Gewinn- und Verlustrechnung im Periodenergebnis aus nicht fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen.

Die kumulativen im Sonstigen Ergebnis enthaltenen Neubewertungseffekte im Zusammenhang mit der Bewertung von Pensionsplänen von Galeria Kaufhof in Höhe von –126 Mio. € sowie der hierauf entfallende Ertragsteuereffekt von 39 Mio. € wurden anlässlich der Entkonsolidierung in die übrigen Gewinnrücklagen umgegliedert.

———— Weitere Informationen zu dieser Transaktion finden sich im Abschnitt
 Erläuterungen zur Gewinn- und Verlustrechnung – Periodenergebnis aus nicht
 fortgeführten Aktivitäten nach Steuern.

Verkauf des Großhandelsgeschäfts in Vietnam

Am 18. Februar 2015 schloss METRO Cash & Carry einen Vertrag über die Veräußerung aller 19 vietnamesischen Großmärkte einschließlich des zugehörigen Immobilienportfolios an TCC Holding Co., Ltd. (TCC). Geändert wurde dieser Vertrag am 22. Juli 2015. Zuvor hatte METRO Cash & Carry mit der thailändischen Handelsgruppe Berli Jucker Public Company Limited (BJC) am 7. August 2014 eine Vereinbarung zur Veräußerung des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts einschließlich des zugehörigen Immobilienportfolios getroffen, die von der Hauptversammlung der BJC abgelehnt wurde. Daraufhin trat die Mehrheitsgesellschafterin TCC zu wirtschaftlich unveränderten Konditionen in die Transaktion ein. Die METRO GROUP geht davon aus, dass die Transaktion im Geschäftsjahr 2015/16 erfolgreich abgeschlossen wird. Derzeit stehen noch die üblichen Genehmigungen der lokalen Behörden aus; bis zum Zeitpunkt der Erfüllung dieser Voraussetzungen verbleibt das vietnamesische Großhandelsgeschäft Bestandteil der METRO GROUP und trägt zum Konzernergebnis bei. Bereits seit dem Konzernabschluss des Geschäftsjahres 2013/14 werden alle von dieser Transaktion betroffenen Vermögenswerte und Schulden als eine Veräußerungsgruppe im Sinne des IFRS 5 behandelt. Nach Konsolidierung aller konzerninternen Vermögenswerte und Schulden erfolgt ihr Ausweis demnach in der Konzernbilanz zum 30. September 2015 unter der Position „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ beziehungsweise unter der Position „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“. Die in diesem Zusammenhang im Konzernabschluss per 30. September 2014 berichteten „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ von 221 Mio. € erhöhten sich im Geschäftsjahr 2014/15 durch die Fortführung des operativen Geschäfts auf 233 Mio. €. Die „Schulden im Zusammenhang mit zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ veränderten sich in diesem Zeitraum von 192 Mio. € auf 194 Mio. €. Die Zusammensetzung dieser Vermögenswerte und Schulden zum 30. September 2015 stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	
Vermögenswerte	
Sachanlagen	125
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (langfristig)	52
Vorräte	34
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	3
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	17
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2
	233
Schulden	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	1
Finanzschulden (langfristig)	58
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	41
Rückstellungen (kurzfristig)	6
Finanzschulden (kurzfristig)	82
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	6
	194

Die zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte und Schulden des vietnamesischen Großhandelsgeschäfts tragen im Segment METRO Cash & Carry mit 228 Mio. € zum Segmentvermögen und mit 52 Mio. € zu den Segmentschulden bei.

Im Zusammenhang mit der Veräußerung sind im Geschäftsjahr 2014/15 EBIT-wirksame Aufwendungen in Höhe von 8 Mio. € angefallen. Sie werden unter den Allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesen und entfallen im Wesentlichen auf das Segment METRO Cash & Carry. Darüber hinaus sind Erträge von 3 Mio. € im Finanzergebnis angefallen, die mit 4 Mio. € im Übrigen Finanzergebnis und mit –1 Mio. € im Zinsergebnis ausgewiesen werden. Im Zusammenhang mit der Bewertung der Veräußerungsgruppe zum Fair Value abzüglich Veräußerungskosten sind keine Aufwendungen angefallen. Auch auf das Sonstige Ergebnis hat die Transaktion keinen Einfluss.

Die bis zur Veräußerung erfolgsneutral innerhalb des Eigenkapitals bilanzierten Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der vietnamesischen Abschlussdaten in Euro betragen –6 Mio. €.

Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Griechenland

Am 21. November 2014 schloss die METRO GROUP mit der INO S.A., einer 70-prozentigen Tochtergesellschaft des griechischen Handelsunternehmens I. & S. Sklavenitis Trade S.A. (Sklavenitis) einen Vertrag zur Veräußerung von 100 Prozent der Anteile an der MAKRO Cash & Carry Wholesale S.A., Griechenland, bestehend aus neun Großmärkten sowie dem dazu-

gehörenden Immobilienportfolio. Nach Erfüllung der aufschiebenden Bedingungen wurde die Transaktion am 30. Januar 2015 vollzogen. Insofern konnte die Entkonsolidierung der MAKRO Cash & Carry Wholesale S.A. im Halbjahresabschluss zum 31. März 2015 umgesetzt werden. Die im Rahmen der Entkonsolidierung abgegangenen Vermögenswerte und Schulden setzen sich aus folgenden Positionen zusammen:

Mio. €	
Vermögenswerte	
Geschäfts- oder Firmenwerte	25
Sachanlagen	57
Vorräte	30
Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte (kurzfristig)	16
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	18
	146
Schulden	
Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen	2
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	74
Rückstellungen (kurzfristig)	2
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten (kurzfristig)	5
	83

Das im Zusammenhang mit der Veräußerung der MAKRO Cash & Carry Wholesale S.A. entstandene EBIT-wirksame Ergebnis beträgt 8 Mio. € und wird mit 9 Mio. € in den Sonstigen betrieblichen Erträgen und mit 1 Mio. € in den Allgemeinen Verwaltungskosten ausgewiesen. Bis zum Entkonsolidierungszeitpunkt erfolgsneutral im Eigenkapital bilanzierte Währungsumrechnungsdifferenzen verursachten anlässlich ihrer erfolgswirksamen Auflösung darüber hinaus Aufwendungen in Höhe von 8 Mio. € im Übrigen Finanzergebnis. Im Sonstigen Ergebnis hatte die Entkonsolidierung keine Auswirkung.

Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa

Im Zusammenhang mit der bis zum zweiten Quartal 2013/14 vollzogenen Veräußerung des osteuropäischen Real-Geschäfts an die Groupe Auchan sollten noch verbleibende Vermögenswerte an andere Erwerber veräußert werden. Diese Vermögenswerte wurden nach Berücksichtigung von Währungseffekten in Höhe von –1 Mio. € im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2014/15 zu ihrem Buchwert von 2 Mio. € veräußert.

Immobilien

Der Wert der zur Veräußerung vorgesehenen Einzelimmobilien veränderte sich im Verlauf des Geschäftsjahres 2014/15 von 236 Mio. € auf 17 Mio. €. Der Rückgang wird im Wesent-

lichen verursacht durch die Veräußerung von Immobilien im Wert von 295 Mio. €. Darüber hinaus verändern die Rückgliederung von Immobilien in den Bereich der langfristigen Vermögenswerte in Höhe von –23 Mio. €, Währungseffekte in Höhe von –8 Mio. € sowie die Umgliederung von Einzelimmobilien aus den langfristigen Vermögenswerten in die „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerte“ im Wert von 107 Mio. € die Position.

Die METRO GROUP hat die Erwartung, dass die als „Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte“ bilanzierten Immobilien innerhalb eines Jahres nach Beginn ihres Ausweises in dieser Bilanzposition veräußert werden. Eine außerplanmäßige Abschreibung dieser Immobilien auf einen niedrigeren Fair Value abzüglich Veräußerungskosten war nicht erforderlich. Innerhalb der Segmentberichterstattung werden sie im Segmentvermögen des Segments Sonstige (17 Mio. €) ausgewiesen.

32. Eigenkapital

Das gezeichnete Kapital hat sich hinsichtlich Höhe und Zusammensetzung nach Stamm- und Vorzugsaktien gegenüber dem Stand am 30. September 2014 nicht verändert und beträgt 835.419.052,27 €. Es ist wie folgt eingeteilt:

Inhaberstückaktien, anteiliger Wert je Aktie am Grundkapital rund 2,56 €		30.9.2014	30.9.2015
Stammaktien	Stück	324.109.563	324.109.563
	rund €	828.572.941	828.572.941
Vorzugsaktien	Stück	2.677.966	2.677.966
	rund €	6.846.111	6.846.111
Aktien gesamt	Stück	326.787.529	326.787.529
Grundkapital gesamt	rund €	835.419.052	835.419.052

Jede Stammaktie gewährt eine Stimme. Stammaktien berechtigten darüber hinaus insbesondere zum Erhalt von Dividenden. Im Unterschied zu den Stammaktien gewähren Vorzugsaktien grundsätzlich kein Stimmrecht und sind mit einem Gewinnvorzug gemäß § 21 der Satzung der METRO AG ausgestattet. Hierin heißt es:

„(1) Die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht erhalten aus dem jährlichen Bilanzgewinn eine Vorzugsdividende von 0,17 Euro je Vorzugsaktie.“

- (2) Reicht der verteilbare Bilanzgewinn in einem Geschäftsjahr zur Zahlung der Vorzugsdividende nicht aus, so ist der Rückstand ohne Zinsen aus dem Bilanzgewinn der folgenden Geschäftsjahre in der Weise nachzuzahlen, daß die älteren Rückstände vor den jüngeren zu tilgen und die aus dem Gewinn eines Geschäftsjahres für dieses zu zahlenden Vorzugsbeträge erst nach Tilgung sämtlicher Rückstände zu leisten sind.
- (3) Nach Ausschüttung der Vorzugsdividende erhalten die Inhaber von Stammaktien eine Dividende von 0,17 Euro je Stammaktie. Danach wird an die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht eine nicht nachzahlbare Mehrdividende von 0,06 Euro je Vorzugsaktie gezahlt. Die Mehrdividende beträgt 10 vom Hundert der unter Berücksichtigung von Absatz 4 an die Inhaber von Stammaktien gezahlten Dividende, wenn diese 1,02 Euro je Stammaktie erreicht oder übersteigt.
- (4) An einer weiteren Gewinnausschüttung nehmen die Inhaber von Vorzugsaktien ohne Stimmrecht und die Inhaber von Stammaktien entsprechend ihren Anteilen am Grundkapital gleichberechtigt teil.“

Genehmigtes Kapital

Die Hauptversammlung vom 23. Mai 2012 hat den Vorstand ermächtigt, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 22. Mai 2017 das Grundkapital der Gesellschaft durch Ausgabe neuer auf den Inhaber lautender Stammaktien gegen Geld- oder Sacheinlagen einmalig oder mehrmals, höchstens jedoch um bis zu 325.000.000 € zu erhöhen (genehmigtes Kapital I). Der Vorstand kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in bestimmten festgelegten Fällen ausschließen. Das genehmigte Kapital I wurde bisher nicht ausgenutzt.

Bedingtes Kapital

Die Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 hat eine bedingte Erhöhung des Grundkapitals um bis zu 127.825.000 €, eingeteilt in bis zu 50.000.000 auf den Inhaber lautende Stammaktien, beschlossen (bedingtes Kapital I). Diese bedingte Kapitalerhöhung steht im Zusammenhang mit der Schaffung einer Er-

mächtigung des Vorstands, mit Zustimmung des Aufsichtsrats bis zum 19. Februar 2020 einmalig oder mehrmals auf den Inhaber lautende Options- oder Wandelschuldverschreibungen (zusammen „Schuldverschreibungen“) im Gesamtnennbetrag von bis zu 1.500.000.000 € auszugeben und den Inhabern von Optionsschuldverschreibungen Optionsrechte oder -pflichten und den Inhabern von Wandelschuldverschreibungen Wandlungsrechte oder -pflichten für auf den Inhaber lautende Stammaktien der Gesellschaft METRO AG mit einem anteiligen Betrag des Grundkapitals von insgesamt bis zu 127.825.000 € nach näherer Maßgabe der Bedingungen der Schuldverschreibungen zu gewähren oder aufzuerlegen oder das Recht der Gesellschaft vorzusehen, statt einer Rückzahlung der Schuldverschreibungen in bar ganz oder teilweise Stammaktien der Gesellschaft zu liefern. Der Vorstand kann mit Zustimmung des Aufsichtsrats das Bezugsrecht der Aktionäre in bestimmten festgelegten Fällen ausschließen. Es wurden bisher keine Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen aufgrund der vorgenannten Ermächtigung begeben.

Erwerb eigener Aktien

Die Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 hat die Gesellschaft gemäß § 71 Abs. 1 Nr. 8 AktG ermächtigt, bis zum 19. Februar 2020 eigene Aktien, gleich welcher Gattung, bis zu insgesamt 10 vom Hundert des Grundkapitals zu erwerben, das zum Zeitpunkt der Beschlussfassung der Hauptversammlung bestand oder – falls dieser Wert geringer ist – das zum Zeitpunkt der Ausübung der Ermächtigung besteht. Von dieser Ermächtigung hat bisher weder die Gesellschaft noch ein abhängiges oder im Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehendes Unternehmen oder ein anderer für Rechnung der Gesellschaft oder eines abhängigen oder eines in Mehrheitsbesitz der Gesellschaft stehenden Unternehmens Gebrauch gemacht.

—— Weitere Angaben zum genehmigten Kapital, zum bedingten Kapital beziehungsweise zur Ermächtigung zur Ausgabe von Options- und/oder Wandelschuldverschreibungen sowie zum Erwerb eigener Aktien finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Angaben gemäß § 315 Abs. 4 und § 289 Abs. 4 HGB.

Kapitalrücklage

Die Kapitalrücklage beträgt 2.551 Mio. € (30.9.2014: 2.551 Mio. €).

Gewinnrücklagen

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Effektiver Teil der Gewinne/ Verluste aus Cashflow Hedges	82	70
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	0	0
Währungsumrechnungsdifferenzen aus der Umrechnung der Abschlüsse ausländischer Geschäftsbereiche	-441	-626
Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen	-865	-646
Auf Komponenten des Sonstigen Ergebnisses entfallende Ertragsteuer	201	131
Übrige Gewinnrücklagen	2.625	2.864
	1.602	1.793

Die Veränderungen der in obiger Darstellung enthaltenen Finanzinstrumente und der darauf entfallenden latenten Steuerauswirkung setzen sich aus folgenden Komponenten zusammen:

Mio. €	2013/14	2014/15
Erst- bzw. Folgebewertung derivativer Finanzinstrumente	24	-38
Ausbuchung von Cashflow Hedges	-3	26
davon im Vorratsvermögen	(-6)	(23)
davon im Finanzergebnis	(3)	(3)
Effektiver Teil der Gewinne/Verluste aus Cashflow Hedges	21	-12
Bewertungseffekte auf zur Veräußerung verfügbare finanzielle Vermögenswerte	-70	0
	-49	-12
Darauf saldierte latente Steuerauswirkung	-3	2
	-52	-10

Daneben haben Währungsumrechnungsdifferenzen mit 185 Mio. € das Eigenkapital gemindert (2013/14: -34 Mio. €), die sich wie folgt zusammensetzen:

Der ergebnisneutrale Effekt aus der Umrechnung der lokalen Bilanzen in die Konzernwährung verursacht im Eigenkapital eine Minderung von 257 Mio. €. Gegenläufig wirkt die erfolgswirksame Ausbuchung der kumulierten Währungsdifferenzen von Gesellschaften, die innerhalb des Geschäftsjahres 2014/15 entkonsolidiert werden beziehungsweise die Geschäftstätigkeit einstellen, in Höhe von 72 Mio. €.

Aus der Neubewertung von leistungsorientierten Plänen resultieren ergebnisneutrale, das Eigenkapital erhöhende Effekte vor latenten Steuern in Höhe von 93 Mio. €. Die hierauf entfallenden Ertragsteuern betragen -31 Mio. €. Die kumulativen Effekte aus der Neubewertung von leistungsorientierten Plänen von -126 Mio. €, die auf die veräußerte Galeria Kaufhof Gruppe entfallen, wurden einschließlich der hierauf entfallenden Ertragsteuern von 39 Mio. € in die übrigen Gewinnrücklagen umgegliedert.

Die übrigen Gewinnrücklagen erhöhen sich von 2.625 Mio. € um 239 Mio. € auf 2.864 Mio. €. Im Wesentlichen wird dieser Anstieg durch das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis von 672 Mio. € beeinflusst. Gegenläufig wirken sich die Dividendenzahlungen von 319 Mio. € sowie in Höhe von 87 Mio. € die oben genannte Umgliederung der kumulativen Effekte aus der Neubewertung von leistungsorientierten Plänen aus.

Anteile nicht beherrschender Gesellschafter

Die Anteile nicht beherrschender Gesellschafter umfassen die Anteile Dritter am Eigenkapital der konsolidierten Tochterunternehmen. Sie betragen zum Geschäftsjahresende -7 Mio. € (30.9.2014: 11 Mio. €). Der Rückgang wird im Wesentlichen verursacht durch gezahlte Dividenden in Höhe von 45 Mio. €. Gegenläufig wirkt der Anteil am Gesamtergebnis, der den nicht beherrschenden Gesellschaftern zuzurechnen ist (41 Mio. €). Nennenswerte Anteile nicht beherrschender Gesellschafter bestehen lediglich bei der Media-Saturn-Holding GmbH.

Verwendung des Bilanzgewinns, Dividenden

Die Dividendenausschüttung der METRO AG richtet sich nach dem handelsrechtlichen Jahresabschluss der METRO AG.

Aus dem für das Geschäftsjahr 2013/14 ausgewiesenen Bilanzgewinn in Höhe von 319 Mio. € wurden im Geschäftsjahr 2014/15 gemäß Beschluss der Hauptversammlung vom 20. Februar 2015 Dividenden in Höhe von 0,90 € je Stammaktie und 1,13 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 295 Mio. €, ausgeschüttet. Der Restbetrag wurde als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorgetragen.

Zur Verwendung des Bilanzgewinns 2014/15 schlägt der Vorstand der METRO AG der Hauptversammlung vor, aus dem ausgewiesenen Bilanzgewinn von 384 Mio. € eine Dividendenausschüttung in Höhe von 1,00 € je Stammaktie und 1,06 € je Vorzugsaktie, also insgesamt 327 Mio. €, zu beschließen

und den Restbetrag als Gewinnvortrag auf neue Rechnung vorzutragen.

33. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Rückstellungen für Pensionen (Direktzusagen)	853	699
Rückstellungen für mittelbare Zusagen	631	392
Rückstellungen für betriebliche Höherversorgung	6	1
Rückstellungen für betriebliche Altersversorgung	116	111
Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen	77	66
	1.684	1.270

Die **Rückstellungen für Pensionen** werden nach den Regelungen des IAS 19 (Leistungen an Arbeitnehmer) bilanziert.

Die Rückstellungen für Pensionen beinhalten Verpflichtungen, bei denen es sich größtenteils um Leistungen aus Regelungen der betrieblichen Altersversorgung handelt. Es bestehen leistungsorientierte Ansprüche aus unmittelbaren Zusagen (Direktzusagen) und gegenüber externen Versorgungsträgern (Unterstützungskassen in Deutschland und Pensionsfonds oder Versicherungen im Ausland). Das Vermögen der externen Träger dient ausschließlich der Finanzierung der Pensionsansprüche und ist als Planvermögen qualifiziert. Die Versorgungsleistungen sind gemäß den jeweiligen Leistungsplänen einkommens- und dienstzeitbezogen; die dienstzeitbezogenen Versorgungsleistungen werden auf der Grundlage von Festbeträgen gewährt.

Im Folgenden werden die wichtigsten leistungsorientierten Altersversorgungspläne beschrieben.

Deutschland

Die METRO GROUP gewährt einer Vielzahl von Mitarbeitern in Deutschland eine Zusage auf Alters-, Invaliden- und Hinterbliebenenleistungen. Neuzusagen werden in Form von leistungsorientierten Zusagen im Sinne des IAS 19 (beitragsorientierte Leistungszusagen im Sinne des Betriebsrentengesetzes) gewährt, die eine Entgeltumwandlungs- und eine Arbeitgeber-Matching-Komponente enthalten. Die Beiträge werden an eine Rückdeckungsversicherung gezahlt, aus der im Versorgungsfall die fälligen Leistungen gewährt werden. Für die nicht durch die Rückdeckungsversicherung gedeckten Ansprüche wird eine Rückstellung gebildet.

Darüber hinaus bestehen verschiedene für den Neuzugang geschlossene Versorgungswerke, die in der Regel lebenslange Renten ab Rentenbeginn oder ab anerkannter Invalidität vorsehen. Die Leistungen sind größtenteils als Festbetrag oder über einen jährlichen Steigerungsbetrag definiert. In Sonderfällen berechnet sich die Leistung unter Anrechnung der gesetzlichen Renten. Diese Zusagen sehen Witwenleistungen in unterschiedlicher Höhe in Abhängigkeit der Leistung vor, die der ehemalige Mitarbeiter erhalten hat oder im Falle der Invalidität erhalten hätte. Die Altszusagen werden teilweise durch in Unterstützungskassen gehaltenes Vermögen gedeckt, die nicht durch Vermögen gedeckten Teile durch Rückstellung. Die Gremien (Vorstand und Mitgliederversammlung) der Unterstützungskassen setzen sich sowohl aus Arbeitgeber- als auch aus Arbeitnehmervertretern zusammen. Der Vorstand hat über die Mittelverwendung und die Kapitalanlage zu entscheiden. Er kann Dritte mit der Verwaltung des Kassenvermögens beauftragen. Gesetzliche Mindestdotierungsverpflichtungen existieren nicht. Sofern zugesagte Leistungen nicht aus dem Vermögen der Unterstützungskasse erbracht werden können, hat der Arbeitgeber die Leistungen direkt zu erbringen.

Niederlande

In den Niederlanden gibt es einen leistungsorientierten Pensionsplan, der zusätzlich zu Altersleistungen auch Leistungen bei Invalidität und Tod vorsieht. Die Höhe der Leistungen bemisst sich am jeweiligen ruhegeldfähigen Einkommen pro Dienstjahr. Die Finanzierung erfolgt über einen Pensionsfonds, in dessen Gremien (Vorstand sowie Administration, Finance und Investment Committee) Arbeitgeber und Arbeitnehmer vertreten sind. Der Vorstand des Fonds ist für die Vermögensanlage verantwortlich. Zu diesem Zweck besteht das Investment Committee innerhalb des Pensionsfonds. Im Rahmen gesetzlich vorgegebener Mindestfinanzierungsvorschriften hat der Vorstand des Pensionsfonds sicherzustellen, dass die Verpflichtungen zu jeder Zeit mit Vermögen gedeckt sind. Im Falle einer bestehenden Unterdeckung können vom Vorstand des Pensionsfonds verschiedene Maßnahmen ergriffen werden, um die Unterdeckung auszugleichen. Dies schließt die Forderung zusätzlicher Beiträge durch den Arbeitgeber oder auch Kürzungen von Leistungen an Arbeitnehmer ein.

Zudem existiert in den Niederlanden ein weiterer leistungsorientierter Plan, der als beitragsorientierter Plan (Multi-Employer-Plan) bilanziert wird.

Vereinigtes Königreich

Im Juli 2012 hat die METRO GROUP das Großhandelsgeschäft im Vereinigten Königreich an die Booker Group PLC veräußert. Die Pensionsverpflichtungen waren nicht Gegenstand des Verkaufs. Seit dem Zeitpunkt der Veräußerung bestehen nur noch unverfallbare Anwartschaften und laufende Renten aus der bei der METRO GROUP verbrachten Dienstzeit. Die erreichten Anwartschaften sind gemäß gesetzlicher Vorschriften um Inflationseffekte anzupassen. Die Verpflichtungen werden durch Vermögen gedeckt, welches von einem Corporate Trustee verwaltet und angelegt wird. Ein Großteil der Verpflichtungen wurde im Rahmen eines sogenannten Buy-in ausfinanziert. Der Vorstand dieses Corporate Trustee setzt sich aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern zusammen. In jedem Fall ist durch den Trustee die zukünftige, jederzeitige Erfüllbarkeit der Leistungen sicherzustellen. Dies ist durch gesetzliche Mindestfinanzierungsverpflichtungen geregelt. Im Fall einer Unterdeckung kann der Trustee zusätzliche Beiträge des Arbeitgebers zur Schließung der Finanzierungslücke einfordern.

Belgien

Es gibt sowohl Altersrenten- als auch Kapitalzusagen, deren Höhe sich nach der pensionsfähigen Dienstzeit und dem pensionsfähigen Entgelt bemisst. Darüber hinaus werden Teilen der Belegschaft Überbrückungsgelder gewährt. Die Finanzierung der Leistungen erfolgt grundsätzlich über Gruppenversicherungsverträge, die belgischem Aufsichtsrecht unterliegen.

Weitere Altersvorsorgepläne werden als Summe unter „Übrige Länder“ ausgewiesen.

Einen Überblick über die prozentuale Aufteilung des Anwartschaftsbarwerts der METRO GROUP Länder mit wesentlichen Verpflichtungen bietet die nachfolgende Tabelle:

%	30.9.2014	30.9.2015
Deutschland	66	60
Niederlande	16	18
Vereinigtes Königreich	7	10
Belgien	3	2
Übrige Länder	8	10
	100	100

Das Planvermögen der METRO GROUP ist prozentual auf folgende Länder aufgeteilt:

%	30.9.2014	30.9.2015
Deutschland	32	28
Niederlande	39	43
Vereinigtes Königreich	17	19
Belgien	5	2
Schweiz	7	8
	100	100

Die genannten Verpflichtungen werden versicherungsmathematisch nach den einschlägigen Prinzipien des IAS 19 bewertet. Grundlage der Bewertungen sind die rechtlichen, wirtschaftlichen und steuerlichen Gegebenheiten des jeweiligen Landes.

Die im Folgenden dargestellten durchschnittlichen Annahmen für die wesentlichen Parameter wurden den versicherungsmathematischen Bewertungen zugrunde gelegt:

%	30.9.2014					30.9.2015				
	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder
Rechnungszins	2,60	2,70	4,20	2,60	2,60	2,20	2,70	3,90	2,20	1,88
Inflationsrate	2,00	2,00	2,50	2,00	1,92	1,50	1,00	2,50	2,00	1,19

Die METRO GROUP hat wie in den Vorjahren zur Bestimmung des Rechnungszinses auf allgemein anerkannte Verfahren zurückgegriffen. Mit diesen wird auf Basis der Rendite von Unternehmensanleihen hoher Bonität am Bilanzierungstichtag unter Berücksichtigung der Währung und der Laufzeit der zugrunde liegenden Verpflichtungen der jeweils anzuwendende Rechnungszins ermittelt. Der Rechnungszins für die Eurozone und das Vereinigte Königreich basiert auf den Ergebnissen einer vom Konzernaktuar einheitlich verwendeten Methode. Die Zinsfestsetzung basiert hierbei auf der Rendite hochwertiger Unternehmensanleihen sowie der Duration der Verpflichtungen. In Ländern, in denen kein liquider Markt an zur Zinsfestsetzung geeigneten Unternehmensanleihen besteht, wurden stattdessen Renditen von Staatsanleihen als Referenz bei der Festsetzung des Rechnungszinses verwandt.

Neben dem Rechnungszins stellt die Inflation einen weiteren wesentlichen versicherungsmathematischen Parameter dar. Die nominale Lohn- und Gehaltssteigerungsrate wurde dabei aus der erwarteten Inflation und einer realen Steigerungsrate ermittelt. Die Rentensteigerungsrate in Deutschland wird, soweit die Rentenanpassungen mit dem Anstieg der Lebenshaltungskosten zu ermitteln sind, direkt von der Inflation abgeleitet. Auch in den ausländischen Gesellschaften wird die Rentenanpassung in der Regel in Abhängigkeit von der Inflation festgesetzt.

Die Höhe der sonstigen nicht wesentlichen bei der Bewertung der Pensionsverpflichtungen verwendeten Parameter entspricht den langfristigen Erwartungen der METRO GROUP. Der Einfluss von Veränderungen bei Fluktuations- und Sterblichkeitsannahmen wurde für die wesentlichen Pläne analysiert. Bei den deutschen Konzernunternehmen basieren die Berechnungen der Sterblichkeitsrate auf den Richttafeln 2005 G von Prof. Dr. Klaus Heubeck. Den versicherungsmathematischen Bewertungen im Ausland liegen länderspezifische Sterbetafeln zugrunde. Die resultierenden Effekte aus Fluktuations- und Sterblichkeitsannahmen wurden als nicht wesentlich eingeschätzt und nicht als gesonderte Komponente aufgeführt.

Nachstehend erfolgt eine Sensitivitätsanalyse für die wesentlichen Parameter der Bewertung im Hinblick auf den Anwartschaftsbarwert. Als wesentliche Einflussparameter auf den Anwartschaftsbarwert wurden der Rechnungszins und die Inflationsrate identifiziert. Im Rahmen der Sensitivitätsanalyse wurde nach den gleichen Methoden vorgegangen wie im Vorjahr. Es wurden diejenigen Parameteränderungen berücksichtigt, die in angemessener Weise für möglich gehalten werden. Stress-Tests oder „Worst Case“-Szenarien sind hingegen nicht Gegenstand der Sensitivitätsanalyse. Die Auswahl der jeweiligen Bandbreite von möglichen Parameteränderungen basiert auf mehrjährigen historischen Beobachtungen. Dieses Anknüpfen an nahezu ausschließliche Vergangenheitswerte zur Ableitung möglicher künftiger Entwicklungen stellt eine Einschränkung der Methodik dar.

Im Folgenden werden die Auswirkungen eines Anstiegs/ Rückgangs des Rechnungszinses um 100 Basispunkte beziehungsweise der Inflationsrate um 25 Basispunkte auf den Anwartschaftsbarwert aufgezeigt:

30.9.2014						30.9.2015					
Mio. €		Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich	Belgien	Übrige Länder
Rechnungszins	Anstieg um 100 Basispunkte	-202,50	-84,80	-32,60	-4,90	-20,20	-135,30	-77,30	-36,70	-2,20	-24,90
	Rückgang um 100 Basispunkte	253,30	116,20	42,90	5,60	24,60	164,20	105,90	48,10	2,40	31,30
Inflationsrate	Anstieg um 25 Basispunkte	47,40	14,10	5,60	-	-	31,50	12,50	6,40	-	-
	Rückgang um 25 Basispunkte	-45,40	-13,50	-5,10	-	-	-30,40	-12,00	-5,70	-	-

Die Zusage von leistungsorientierten Pensionsansprüchen setzt die METRO GROUP verschiedenen Risiken aus. Zu diesen zählen die allgemeinen versicherungsmathematischen Risiken aus der Bewertung der Pensionsverpflichtung (zum Beispiel Zinssatzänderungsrisiko) sowie die Kapital- beziehungsweise Anlagerisiken des Planvermögens.

Im Hinblick auf die Finanzierung der zukünftigen Rentenzahlungen aus mittelbaren Zusagen sowie einen stabilen Bestand an Deckungskapital investiert die METRO GROUP das Planvermögen überwiegend in wenig risikobehaftete Anlageformen. Die Finanzierung der unmittelbaren Pensionszusagen ist über den operativen Cashflow der METRO GROUP gesichert.

Der Fair Value des Planvermögens verteilt sich prozentual wie folgt auf die einzelnen Vermögenswertkategorien:

30.9.2014			30.9.2015		
	%	Mio. €		%	Mio. €
Festverzinsliche Wertpapiere	37	407	37	406	
Aktien, Fonds	21	231	19	208	
Immobilien	16	177	20	213	
Sonstige Vermögenswerte	26	290	24	263	
	100	1.105	100	1.090	

Die festverzinslichen Wertpapiere, Aktien und Fonds werden regelmäßig an aktiven Märkten gehandelt. Marktpreise liegen

infolgedessen vor. Innerhalb der Vermögenskategorie „Festverzinsliche Wertpapiere“ wird nur in Unternehmensanleihen, Staatsanleihen und Pfandbriefe mit hoher Bonität (Investment-Grade) investiert. Innerhalb der Kategorie „Aktien und Fonds“ wird das Risiko durch geografische Diversifikation minimiert.

Nicht an einem aktiven Markt gehandelt wird das Immobilienvermögen. Dieses wird im Wesentlichen von der METRO GROUP selbst genutzt.

Der Bestand an sonstigen Vermögenswerten umfasst im Wesentlichen Forderungen gegenüber Versicherungsunternehmen in Deutschland, der Schweiz und Belgien. Es handelt sich dabei um erstklassige Versicherungsunternehmen.

Der tatsächliche Ertrag aus dem Planvermögen beträgt im Berichtsjahr 76 Mio. € (2013/14: 30 Mio. €).

Für das Geschäftsjahr 2015/16 werden Arbeitgeberzahlungen an externe Versorgungsträger in Höhe von ungefähr 22 Mio. € und Arbeitnehmerbeiträge in Höhe von 13 Mio. € in das Planvermögen erwartet, wobei der Großteil dieser Beiträge auf Beitragszahlungen in den Niederlanden und Deutschland entfällt. Die erwarteten Beiträge aus den Entgeltumwandlungszusagen in Deutschland sind in den erwarteten Zahlbeträgen nicht enthalten.

Die Veränderungen des Anwartschaftsbarwerts ergeben sich wie folgt:

Mio. €	2013/14	2014/15
Anwartschaftsbarwert		
Stand Periodenbeginn	2.442	2.708
Erfolgswirksam unter Pensionsaufwendungen erfasst	116	104
Zinsaufwand	83	73
Laufender Dienstzeitaufwand	30	36
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen und -änderungen)	7	-3
Aufwand aus Abgeltungen	-4	-2
Erfolgsneutral unter „Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen“ im Sonstigen Ergebnis erfasst	249	-104
Versicherungsmathematischer Gewinn/Verlust aus Änderung		
der demografischen Annahmen (-/+)	3	-30
der finanziellen Annahmen (-/+)	274	-54
erfahrungsbedingter Berichtigung (-/+)	-28	-20
Sonstige Effekte	-99	-473
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-126	-143
Beiträge der Teilnehmer des Plans	12	13
Veränderung Konsolidierungskreis / Transfers	0	-361
Währungseffekte	15	18
Stand Periodenende	2.708	2.235

Vor dem Hintergrund der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe verringerte sich die Höhe des Anwartschaftsbarwerts um 361 Mio. €. Der Abgang weiterer Unternehmen führte zu einer zusätzlichen Reduktion von 2 Mio. €, die jedoch durch die im Zusammenhang mit dem Erwerb der Classic Fine Foods Group hinzugekommene Verpflichtung ausgeglichen wurde. Darüber hinaus führten Veränderungen der versicherungsmathematischen Parameter insgesamt zu einer weiteren Reduktion des Anwartschaftsbarwerts von 104 Mio. € (Vorjahr: Anstieg von 249 Mio.).

Die gewichtete durchschnittliche Laufzeit der leistungsorientierten Verpflichtung für die Länder mit wesentlichen Pensionsverpflichtungen beträgt:

Jahre	30.9.2014	30.9.2015
Deutschland	13	11
Niederlande	22	22
Vereinigtes Königreich	19	19
Belgien	6	5
Übrige Länder	11	12

Der Anwartschaftsbarwert der leistungsorientierten Pensionsverpflichtung verteilt sich wie folgt auf die einzelnen Gruppen von Versorgungsberechtigten:

%	30.9.2014	30.9.2015
Aktive Anwärter	30	24
Ausgeschiedene Anwärter	18	22
Pensionäre	52	54

Die Entwicklung des beizulegenden Zeitwerts des Planvermögens stellt sich wie folgt dar:

Mio. €	2013/14	2014/15
Veränderungen des Planvermögens		
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenbeginn	1.019	1.105
Erfolgswirksam unter Pensionaufwendungen erfasst	36	22
Zinsertrag	36	31
Zahlungen für Planabgeltungen	0	-9
Erfolgsneutral unter „Neubewertung von leistungsorientierten Pensionsplänen“ im Sonstigen Ergebnis erfasst		
Ertrag/Verlust aus Planvermögen ohne Zinsertrag (+/-)	-6	45
Sonstige Effekte	56	-82
Leistungszahlungen (inkl. Steuerzahlungen)	-77	-77
Arbeitgeberbeiträge	107	21
Beiträge der Teilnehmer des Plans	12	13
Veränderung Konsolidierungskreis / Transfers	0	-57
Währungseffekte	14	18
Beizulegender Zeitwert des Planvermögens zum Periodenende	1.105	1.090

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Finanzierungsstand		
Anwartschaftsbarwert	2.708	2.235
Fair Value des Planvermögens	-1.105	-1.090
Vermögenswertanpassung (Obergrenze für den Vermögenswert)	2	59
Nettoschuld/-vermögenswert	1.605	1.204
Davon als Rückstellung bilanziert	1.607	1.204
Davon als Nettovermögen bilanziert	2	0

Bei einer Gesellschaft in den Niederlanden übersteigt das Planvermögen zum Bilanzstichtag den Wert der Verpflichtung. Da das Unternehmen keinen wirtschaftlichen Nutzen aus der Überdotierung ziehen kann, wurde der Bilanzbetrag unter Anwendung von IAS 19.64 (b) auf 0 € reduziert. Die Änderung des Effekts der Vermögensobergrenze in Höhe von rund 59 Mio. € wurde im Sonstigen Ergebnis erfasst.

Die Pensionsaufwendungen aus unmittelbaren und mittelbaren Zusagen der betrieblichen Altersversorgung setzen sich wie folgt zusammen:

Mio. €	2013/14	2014/15
Laufender Dienstzeitaufwand ¹	30	36
Nettozinsaufwendungen	47	42
Nachzuverrechnender Dienstzeitaufwand (inkl. Plankürzungen und -änderungen)	7	-3
Planabgeltungen	-4	-2
Pensionsaufwendungen	80	73

¹ Darin verrechnet: von Mitarbeitern geleistete Beiträge

Zusätzlich zum Aufwand aus leistungsorientierten Pensionszusagen wurden für beitragsorientierte Versorgungszusagen Aufwendungen für Zahlungen an externe Versorgungsträger im Geschäftsjahr in Höhe von 271 Mio. € (2013/14: 278 Mio.€) berücksichtigt. Diese Werte beinhalten auch Zahlungen an die gesetzlichen Rentenversicherungsträger. Der Vorjahreswert wurde entsprechend angepasst.

Media-Saturn Niederlande beteiligt sich an einem gemeinschaftlichen Versorgungsplan mehrerer Arbeitgeber (Multi-

Employer-Plan), der als leistungsorientierter Versorgungsplan einzustufen ist. Er wird jedoch von einem Fonds verwaltet, der keine ausreichenden Informationen liefern kann, um eine Bilanzierung als leistungsorientierter Versorgungsplan zu ermöglichen. Daher wird er gemäß den Vorschriften des IAS 19.34 und IAS 19.148 wie ein beitragsorientierter Plan bilanziert. Es handelt sich um einen landestypischen Plan, der strikten Reglementierungen unterliegt. Im Fall einer Unterdeckung wäre Media-Saturn Niederlande verpflichtet, diese Unterdeckung durch höhere Beiträge in der Zukunft auszugleichen. Die höheren Beiträge gelten dann für alle teilnehmenden Unternehmen. Media-Saturn kann für die Verpflichtungen von anderen Unternehmen nicht herangezogen werden. Rund 28.000 Unternehmen im Einzelhandel nehmen an dem Plan teil, wobei Beiträge für insgesamt mehr als 245.000 Mitarbeiter von allen Unternehmen erhoben werden. Media-Saturn Niederlande leistet zurzeit für 6.480 Mitarbeiter Beiträge an den Plan. Die Kalkulation der Beiträge erfolgt für fünf Jahre (aktuell von 2012 bis 2016). Diese entsprechen einem festgelegten Prozentsatz vom Gehalt eines Mitarbeiters (derzeit 19,4 Prozent), wobei der Mitarbeiter für Gehälter über 12.564 € einen Teil der Beiträge übernimmt und für Gehälter über 51.976 € keine Beiträge mehr zu leisten sind. Im Geschäftsjahr 2015/16 werden Beiträge in Höhe von rund 7 Mio. € an den „Bedrijfspensioenfond voor de Detailhandel“ erwartet. Im September 2015 lag der Deckungsgrad bei 103,7 Prozent.

Die **Rückstellungen für pensionsähnliche Verpflichtungen** beinhalten im Wesentlichen Verpflichtungen aus Jubiläums- und Sterbegeldern, Gehaltsfortzahlungen im Todesfall sowie Altersteilzeitvereinbarungen. Für diese Verpflichtungen wurden Rückstellungen in Höhe von 66 Mio. € (30.9.2014: 77 Mio. €) gebildet. Die Verpflichtungen werden auf Basis von versicherungsmathematischen Gutachten bewertet. Die hierfür herangezogenen Bewertungsparameter sind grundsätzlich identisch mit denen der betrieblichen Altersversorgung.

34. Sonstige Rückstellungen (langfristig) / Rückstellungen (kurzfristig)

Die sonstigen Rückstellungen (langfristig) / Rückstellungen (kurzfristig) haben sich im Berichtsjahr wie folgt entwickelt:

Mio. €	Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich	Verpflichtungen aus dem Warengeschäft	Restrukturierung	Steuern	Übrige	Gesamt
Stand 1.10.2014	265	111	118	155	443	1.093
Währungsumrechnung	-8	-1	0	0	-3	-12
Zuführung	193	143	126	43	319	825
Auflösung	-48	-4	-10	-22	-75	-160
Inanspruchnahme	-78	-131	-75	-70	-223	-577
Veränderung Konsolidierungskreis	0	0	0	-3	-1	-4
Zinsanteil in der Zuführung/ Veränderung des Zinssatzes	6	0	0	0	2	9
Umbuchung	-31	-21	-16	-1	15	-54
Stand 30.9.2015	298	97	143	103	478	1.120
Langfristig	165	0	59	61	207	492
Kurzfristig	133	97	85	42	271	628
Stand 30.9.2015	298	97	143	103	478	1.120

Die Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Immobilienbereich betreffen standortbezogene Risiken in Höhe von 107 Mio. € (30.9.2014: 121 Mio. €), Mietunterdeckungen in Höhe von 92 Mio. € (30.9.2014: 63 Mio. €), Mietverpflichtungen in Höhe von 40 Mio. € (30.9.2014: 35 Mio. €) sowie Rückbaupflichtungen in Höhe von 29 Mio. € (30.9.2014: 21 Mio. €).

Sonstige Verpflichtungen des Immobilienbereichs in Höhe von 31 Mio. € (30.9.2014: 25 Mio. €) entfallen im Wesentlichen auf Instandhaltungsverpflichtungen.

Bedeutende Komponenten der Rückstellungen für Verpflichtungen aus dem Warengeschäft sind Rückstellungen für Kundentreueprogramme in Höhe von 32 Mio. € (30.9.2014: 52 Mio. €), Rückstellungen für Rückgaberechte in Höhe von 22 Mio. € (30.9.2014: 25 Mio. €) sowie Rückstellungen für Garantieleistungen in Höhe von 19 Mio. € (30.9.2014: 20 Mio. €).

Die Restrukturierungsrückstellungen in Höhe von 143 Mio. € (30.9.2014: 118 Mio. €) betreffen im Wesentlichen METRO Cash & Carry mit 63 Mio. € (30.9.2014: 55 Mio. €), Real mit

13 Mio. € (30.9.2014: 29 Mio. €) sowie sonstige Gesellschaften mit 58 Mio. € (30.9.2014: 8 Mio. €).

Die übrigen Rückstellungen beinhalten vor allem Verpflichtungen für Prozesskosten/-risiken in Höhe von 132 Mio. € (30.9.2014: 144 Mio. €) und für Abfindungsverpflichtungen in Höhe von 57 Mio. € (30.9.2014: 53 Mio. €). Darüber hinaus enthalten sie Rückstellungen für anteilsbasierte Vergütungen in Höhe von 21 Mio. € (30.9.2014: 15 Mio. €), Bürgschafts- und Gewährleistungsrisiken in Höhe von 18 Mio. € (30.9.2014: 23 Mio. €) und Zinsen auf sonstige Rückstellungen in Höhe von 16 Mio. € (30.9.2014: 47 Mio. €).

——— **Ergänzende Erläuterungen zu den anteilsbasierten Vergütungen**
finden sich unter Nummer 50 Long-Term Incentive der Führungskräfte.

Die Umbuchungen betreffen sowohl Umgliederungen innerhalb der sonstigen Rückstellungen als auch Umgliederungen, die im Zusammenhang mit nicht fortgeführten Aktivitäten stehen.

Die Zinssätze für unverzinsliche langfristige Rückstellungen liegen, je nach Laufzeit und Land, zwischen 0,0 Prozent und 15,92 Prozent.

35. Verbindlichkeiten

Mio. €	Restlaufzeit				Restlaufzeit			
	30.9.2014 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	30.9.2015 Gesamt	bis 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.075	10.075¹	0	0	9.550	9.550	0	0
davon Wechselverbindlichkeiten (unverzinslich)	(371)	(371)	(0)	(0)	(389)	(389)	(0)	(0)
Anleihen	4.463	2.024	2.140	299	4.550	1.311	1.970	1.268
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	865	260	431	174	1.189	932	174	83
Schuldscheindarlehen	462	209	200	54	415	295	66	54
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.278	122	356	799	1.213	97	351	765
Finanzschulden	7.068	2.615	3.127	1.326	7.366	2.635	2.561	2.170
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	371	371	0	0	331	331	0	0
Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen	46	46	0	0	44	44	0	0
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	853	853	0	0	838	838	0	0
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften	12	7	5	0	25	25	0	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	575	488	55	32	587	474	72	41
Übrige Verbindlichkeiten	847	763	57	27	868	776	72	20
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.704	2.528	117	58	2.694	2.488	145	61
Ertragsteuerschulden	198	198	0	0	148	148	0	0
	20.045	15.416	3.244	1.385	19.758	14.821	2.706	2.231

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

36. Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen

Die Reduzierung der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen um 525 Mio. € im Vergleich zum 30. September 2014 wird im Wesentlichen mit 323 Mio. € durch die Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe und mit 66 Mio. € durch die Veräußerung von METRO Cash & Carry Griechenland verursacht. Darüber hinaus vermindern Währungseffekte die Position um weitere 249 Mio. €. Hierbei sind die Entwicklungen der russischen sowie der ukrainischen Währung im Vergleich zum Euro die Hauptsache.

37. Finanzschulden

Der mittel- und langfristigen Finanzierung dient ein Daueremissionsprogramm, in dessen Rahmen im Oktober 2014 eine Benchmark-Anleihe mit einem Volumen von 500 Mio. €, einer Laufzeit von sieben Jahren und einem Kupon von 1,375 Prozent im Eurokapitalmarkt begeben wurde. Des Weiteren wurde im März 2015 eine Anleihe über 600 Mio. € mit einer Laufzeit von zehn Jahren und einem Kupon von 1,5 Prozent platziert. Die im März 2015 fällige Anleihe über 1 Mrd. € mit einem Kupon von 7,625 Prozent wurde fristgerecht zurückgezahlt.

Die Deckung des kurzfristigen Finanzierungsbedarfs erfolgt sowohl über das „Euro Commercial Paper Programme“ als auch über ein auf französische Investoren ausgerichtetes weiteres „Commercial Paper Programme“. Beide Programme verfügen über ein maximales Volumen von jeweils 2 Mrd. €. Zusammen wurden beide Programme im Geschäftsjahr 2014/15 im Durchschnitt mit 1.107 Mio. € (2013/14: 782 Mio. €) in Anspruch genommen. Zum 30. September 2015 wurden die Programme mit rund 941 Mio. € (30.9.2014: 938 Mio. €) ausgenutzt.

Des Weiteren stehen der METRO GROUP syndizierte Kreditlinien im Gesamtbetrag von 2.525 Mio. € (30.9.2014: 2.525 Mio. €) mit Laufzeitenden zwischen Januar 2017 und April 2019 zur Verfügung. Im Falle der Inanspruchnahme liegen die Zinssätze zwischen EURIBOR +50,0 Basispunkten (BP) und EURIBOR +55,0 BP. Der durchschnittliche im Geschäftsjahr 2014/15 in Anspruch genommene Betrag lag bei 0 Mio. € (2013/14: 0 Mio. €), der Betrag zum Stichtag lag bei 0 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €).

Die Vertragsbedingungen für die Konsortialkreditlinien sehen im Falle einer Ratingaufwertung der METRO GROUP um eine Stufe, eine Verringerung der Margen von 5 bis 10 BP vor. Im Falle einer Ratingabwertung der METRO GROUP erhöhen sich die Margen um 20 bis 25 BP.

Der METRO GROUP standen zum 30. September 2015 zusätzliche bilaterale Bankkreditlinien in Höhe von 1.719 Mio. €

(30.9.2014: 1.430 Mio. €) zur Verfügung, wovon 962 Mio. € (30.9.2014: 300 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr aufweisen. Zum Bilanzstichtag wurden von den bilateralen Kreditlinien insgesamt 1.189 Mio. € (30.9.2014: 865 Mio. €) in Anspruch genommen. Davon weisen 932 Mio. € (30.9.2014: 260 Mio. €) eine Restlaufzeit von bis zu einem Jahr auf.

Freie Kreditlinien der METRO GROUP

Mio. €	30.9.2014			30.9.2015		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Bilaterale Kreditlinien	1.430	300	1.130	1.719	962	757
Inanspruchnahme	-865	-260	-604	-1.189	-932	-257
Freie bilaterale Kreditlinien	565	40	526	530	30	500
Syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Inanspruchnahme	0	0	0	0	0	0
Freie syndizierte Kreditlinien	2.525	0	2.525	2.525	0	2.525
Kreditlinien gesamt	3.955	300	3.655	4.244	962	3.282
Inanspruchnahme gesamt	-865	-260	-604	-1.189	-932	-257
Freie Kreditlinien gesamt	3.090	40	3.051	3.055	30	3.025

Der Ausfall eines Kreditgebers kann durch die bestehenden unausgenutzten Kreditfazilitäten beziehungsweise die verfügbaren Geld- und Kapitalmarktprogramme jederzeit gedeckt werden. Die METRO GROUP trägt somit kein Kreditgeberausfallrisiko.

Sicherheiten für die Finanzschulden werden von der METRO GROUP grundsätzlich nicht gegeben. Eine Ausnahme besteht aufgrund der Erstkonsolidierung der METRO

PROPERTIES GmbH & Co. KG sowie ihrer Tochtergesellschaften im Jahr 2003. Zum 30. September 2015 wurden hieraus für Finanzschulden in Höhe von 118 Mio. € (30.9.2014: 221 Mio. €) dingliche Sicherheiten gestellt.

Die Fälligkeitsstruktur der Finanzschulden ist in den folgenden Tabellen dargestellt. Die angegebenen Buchwerte und Fair Values beinhalten die aufgelaufenen Zinsen, deren Restlaufzeit jeweils unter einem Jahr liegt.

Anleihen

30.9.2014					
		Nominalwerte	Nominalwerte	Buchwerte	Fair Values
Währung	Restlaufzeit	in Mio. Währung	Mio. €	Mio. €	Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	1.926	1.926	2.010	2.042
	1 bis 5 Jahre	1.960	1.960	1.954	2.096
	über 5 Jahre	301	301	299	334
CHF	bis 1 Jahr	0	0	1	1
	1 bis 5 Jahre	225	187	186	191
	über 5 Jahre	0	0	0	0
USD	bis 1 Jahr	15	12	12	12
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0

30.9.2015			
Nominalwerte in Mio. Währung	Nominalwerte Mio. €	Buchwerte Mio. €	Fair Values Mio. €
1.051	1.051	1.104	1.105
1.975	1.975	1.970	2.093
1.276	1.276	1.268	1.235
225	206	208	210
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten
(ohne Kontokorrent)

30.9.2014					
		Nominalwerte in Mio. Währung	Nominalwerte Mio. €	Buchwerte Mio. €	Fair Values Mio. €
Währung	Restlaufzeit				
EUR	bis 1 Jahr	58	58	63	76
	1 bis 5 Jahre	380	380	380	395
	über 5 Jahre	174	174	174	174
INR	bis 1 Jahr	1.990	26	26	26
	1 bis 5 Jahre	3.580	46	46	47
	über 5 Jahre	0	0	0	0
JPY	bis 1 Jahr	8.000	58	58	58
	1 bis 5 Jahre	600	4	4	4
	über 5 Jahre	0	0	0	0
TRY	bis 1 Jahr	15	5	5	5
	1 bis 5 Jahre	0	0	0	0
	über 5 Jahre	0	0	0	0
Sonstige	bis 1 Jahr	k. A.	0	0	0
	1 bis 5 Jahre	k. A.	0	0	0
	über 5 Jahre	k. A.	0	0	0

30.9.2015			
Nominalwerte in Mio. Währung	Nominalwerte Mio. €	Buchwerte Mio. €	Fair Values Mio. €
714	714	718	726
124	124	124	127
83	83	83	82
4.082	56	56	56
761	10	10	11
0	0	0	0
1.970	15	15	15
5.335	40	40	43
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
0	0	0	0
k. A.	0	0	0
k. A.	0	0	0
k. A.	0	0	0

Schuldscheindarlehen

30.9.2014						30.9.2015			
Währung	Restlaufzeit	Nominalwerte in Mio. Währung	Nominalwerte Mio. €	Buchwerte Mio. €	Fair Values Mio. €	Nominalwerte in Mio. Währung	Nominalwerte Mio. €	Buchwerte Mio. €	Fair Values Mio. €
EUR	bis 1 Jahr	205	205	209	209	291	291	295	296
	1 bis 5 Jahre	200	200	200	207	67	67	66	70
	über 5 Jahre	54	54	54	61	54	54	54	62

Tilgungsdarlehen, die unter den Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten ausgewiesen werden, sind in den Restlaufzeiten entsprechend ihrer Tilgungszeitpunkte dargestellt. Die Angaben zum Fair Value dieser Darlehen enthalten bei den Restlaufzeiten über einem Jahr grundsätzlich den Buchwert. Der Differenzbetrag zwischen Buchwert und Fair Value des

gesamten Darlehens ist in der Fälligkeit unter einem Jahr dargestellt.

Die Zinsstruktur der Finanzschulden ist den folgenden Tabellen zu entnehmen:

Anleihen

30.9.2014						30.9.2015		
Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeit	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €		Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €	
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	7,63	1.000		3,05	110	
		1 bis 5 Jahre	3,41	1.910		3,47	1.925	
		über 5 Jahre	4,02	301		1,80	1.276	
	CHF	bis 1 Jahr	–	0		1,88	206	
		1 bis 5 Jahre	1,88	187		–	0	
		über 5 Jahre	–	0		–	0	
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	0,54	926		0,35	941	
		1 bis 5 Jahre	1,56	50		1,30	50	
		über 5 Jahre	–	0		–	0	
	USD	bis 1 Jahr	0,62	12		–	0	
		1 bis 5 Jahre	–	0		–	0	
		über 5 Jahre	–	0		–	0	

Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten

(ohne Kontokorrent)

30.9.2014					30.9.2015		
Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeit	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €		Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	4,55	58		1,26	714
		1 bis 5 Jahre	3,52	380		3,37	124
		über 5 Jahre	3,64	174		3,61	83
	INR	bis 1 Jahr	9,92	26		9,65	56
		1 bis 5 Jahre	10,22	46		9,78	10
		über 5 Jahre	–	0		–	0
	TRY	bis 1 Jahr	12,00	5		–	0
		1 bis 5 Jahre	–	0		–	0
		über 5 Jahre	–	0		–	0
Variabel verzinslich	JPY	bis 1 Jahr	1,78	58		1,78	15
		1 bis 5 Jahre	1,78	4		1,78	40
		über 5 Jahre	–	0		–	0

Schuldscheindarlehen

30.9.2014					30.9.2015		
Zinskonditionen	Währung	Restlaufzeit	Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €		Gewichteter Effektivzinssatz in % der originären Mittelaufnahmen	Nominalwerte Mio. €
Festverzinslich	EUR	bis 1 Jahr	0,75	205		1,20	222
		1 bis 5 Jahre	3,03	105		3,44	41
		über 5 Jahre	4,27	54		4,27	54
Variabel verzinslich	EUR	bis 1 Jahr	–	0		1,44	70
		1 bis 5 Jahre	1,67	95		1,74	26
		über 5 Jahre	–	0		–	0

Die Zinsbindung der kurz- und mittelfristigen Finanzschulden und die Zinsanpassungstermine aller festverzinslichen Finanzschulden entsprechen im Wesentlichen den dargestellten Restlaufzeiten. Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Die Auswirkungen von Zinsänderungen beim variablen Anteil der Finanzschulden auf das Periodenergebnis und das Eigenkapital der METRO GROUP sind ausführlich beschrieben unter Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

38. Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten

Wesentliche Positionen in den übrigen finanziellen Verbindlichkeiten sind Verbindlichkeiten aus dem Erwerb übriger Anlagewerte in Höhe von 276 Mio. € (30.9.2014: 322 Mio. €), Verbindlichkeiten gegenüber Kunden in Höhe von 169 Mio. € (30.9.2014: 160 Mio. €), Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen konzernfremder Gesellschafter in Höhe von 156 Mio. € (30.9.2014: 72 Mio. €) sowie Verbindlichkeiten aus dem Immobilienbereich in Höhe von 23 Mio. € (30.9.2014: 34 Mio. €). Darüber hinaus beinhalten die übrigen Verbindlichkeiten noch eine Vielzahl weiterer Einzelpositionen.

Die sonstigen Steuerverbindlichkeiten beinhalten Umsatzsteuer, Grundsteuer, Lohn- und Kirchensteuer sowie sonstige Steuern.

Der passive Rechnungsabgrenzungsposten enthält abgegrenzte Miet-, Leasing- und Zinserträge sowie abgegrenzte Umsätze aus Kundentreueprogrammen und dem Verkauf von Gutscheinen und Garantieverträgen sowie übrige Abgrenzungsposten.

Wesentliche Positionen in den übrigen anderen Verbindlichkeiten sind erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen in Höhe von 44 Mio. € (30.9.2014: 46 Mio. €) und Verbindlichkeiten aus Leasingverhältnissen (keine Finanzierungs-Leasingverhältnisse) in Höhe von 53 Mio. € (30.9.2014: 71 Mio. €).

Mio. €	30.9.2014			30.9.2015		
	Restlaufzeit			Restlaufzeit		
	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr	Gesamt	bis 1 Jahr	über 1 Jahr
Lohn- und Gehaltsverbindlichkeiten	853	853	0	838	838	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	768	737	32	821	772	49
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	1.621	1.589	32	1.660	1.610	49
Sonstige Steuerverbindlichkeiten	371	371	0	331	331	0
Passiver Rechnungsabgrenzungsposten	575	488	87	587	474	113
Übrige andere Verbindlichkeiten	136	79	57	115	72	43
Sonstige andere Verbindlichkeiten	1.083	939	144	1.034	878	157
Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten	2.704	2.528	176	2.694	2.488	206

39. Saldierung von finanziellen Vermögenswerten und finanziellen Verbindlichkeiten

Finanzielle Vermögenswerte und finanzielle Verbindlichkeiten, die Verrechnungsvereinbarungen, einklagbaren Globalverrechnungsverträgen und ähnlichen Vereinbarungen unterliegen, bestanden wie folgt:

30.9.2014							
	(a)	(b)	(c) = (a) – (b)	(d)	(e) = (c) – (d)		
	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Verbindlichkeiten/ Vermögenswerte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Finanz- instrumente	Erhaltene/ gestellte Sicherheiten	Nettobetrag
Mio. €							
Finanzielle Vermögenswerte							
Ausleihungen und gewährte Darlehen	56	0	56	0	0		56
Forderungen an Lieferanten	2.295	626 ¹	1.668 ¹	200 ¹	0		1.468
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	661	101	560	3	0		557
Beteiligungen	18	0	18	0	0		18
Übrige finanzielle Vermögenswerte	628	10	618	2	0		617
Derivative Finanzinstrumente	64	15	49	2	0		47
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.406	0	2.406	0	0		2.406
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	0	0	0	0	0		0
	6.128	752	5.376	207	0		5.169
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	5.790	0	5.790	0	0		5.790
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.790	716 ¹	10.075 ¹	200 ¹	0		9.874
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.633	21	1.612	4	0		1.608
Derivative Finanzinstrumente	24	15	9	2	5		2
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.278	0	1.278	0	0		1.278
	19.516	752	18.764	207	5		18.552

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

30.9.2015						
(a)	(b)	(c) = (a) – (b)	(d)	(e) = (c) – (d)		
Bruttobeträge angesetzter finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten	Bruttobeträge angesetzter finanzieller Verbindlichkeiten/ Vermögenswerte, die in der Bilanz saldiert werden	Nettobeträge finanzieller Vermögenswerte/ Verbindlichkeiten, die in der Bilanz ausgewiesen werden	Zugehörige Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden	Finanz- instrumente	Erhaltene/gestellte Sicherheiten	Nettobetrag
Mio. €						
Finanzielle Vermögenswerte						
Ausleihungen und gewährte Darlehen	55	0	55	0	0	55
Forderungen an Lieferanten	2.307	633	1.674	154	0	1.520
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	709	7	702	1	0	701
Beteiligungen	69	0	69	0	0	69
Übrige finanzielle Vermögenswerte	1.196	2	1.194	0	0	1.194
Derivative Finanzinstrumente	52	0	52	4	20	29
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.415	0	4.415	0	0	4.415
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	33	0	33	0	0	33
	8.836	642	8.194	159	20	8.016
Finanzielle Verbindlichkeiten						
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse	6.154	0	6.154	0	0	6.154
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	10.161	611	9.550	136	0	9.414
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.667	31	1.637	19	0	1.617
Derivative Finanzinstrumente	23	0	23	4	0	19
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen	1.213	0	1.213	0	0	1.213
	19.218	642	18.576	159	0	18.418

Die zugehörigen Beträge, die in der Bilanz nicht saldiert werden, beinhalten sowohl Finanzinstrumente als auch Sicherheiten. Die nicht saldierten Finanzinstrumente wären durch die zugrunde liegenden Rahmenverträge saldierungsfähig, erfüllen jedoch nicht die Saldierungskriterien des IAS 32 (Finanzinstrumente: Darstellung). Die Sicherheiten können sowohl

finanzielle Vermögenswerte, die als Sicherheiten für Verbindlichkeiten an eine dritte Partei gestellt wurden, als auch finanzielle Verbindlichkeiten, die die METRO GROUP von einer dritten Partei als Sicherheiten für Vermögenswerte erhalten hat, enthalten.

Nähere Angaben zu den Sicherheiten finden sich unter Nummer 44 Management der finanzwirtschaftlichen Risiken.

40. Undiskontierte Cashflows finanzieller Verbindlichkeiten

Die undiskontierten Cashflows der Finanzschulden, der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der passivierten Derivate lauten wie folgt:

		Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre	
Mio. €	Buchwert 30.9.2014	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Anleihen	4.463	104	1.938	216	2.147	75	301
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	865	28	147	52	431	19	174
Schuldscheindarlehen	462	8	205	17	200	7	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.278	88	122	289	356	378	799
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ¹	10.075	0	10.075	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	9	0	5	0	5	0	0

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

	Cashflows bis zu 1 Jahr		Cashflows 1 bis 5 Jahre		Cashflows über 5 Jahre		
Mio. €	Buchwert 30.9.2015	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung	Zinsen	Tilgung
Finanzielle Verbindlichkeiten							
Anleihen	4.550	45	1.257	231	1.975	101	1.276
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	1.189	15	929	21	174	6	83
Schuldscheindarlehen	415	7	291	13	67	5	54
Finanzierungs-Leasingverhältnisse	1.213	81	97	275	351	312	765
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.550	0	9.550	0	0	0	0
Währungsbezogene passivierte Derivate	23	0	23	0	0	0	0

41. Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien

Die Buchwerte und Fair Values der bilanzierten Finanzinstrumente lauten wie folgt:

30.9.2014					
Mio. €	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
Aktiva	28.156	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Kredite und Forderungen	2.901	2.901	0	0	2.900
Ausleihungen und gewährte Darlehen	56	56	0	0	54
Forderungen an Lieferanten ¹	1.668	1.668	0	0	1.668
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	560	560	0	0	560
Übrige finanzielle Vermögenswerte	617	617	0	0	618
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten	26	0	26	0	26
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	26	0	26	0	26
Zur Veräußerung verfügbar	19	18	0	1	k. A.
Beteiligungen	18	18	0	0	k. A.
Wertpapiere	1	0	0	1	1
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	23	0	0	23	23
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.406	2.406	0	0	2.406
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	0	k. A.	k. A.	k. A.	0
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Aktiva¹	22.780	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Passiva	28.156	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Zu Handelszwecken gehalten	5	0	5	0	5
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	5	0	5
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	17.477	17.405	0	72	17.734
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäften aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	5.790	5.790	0	0	6.047
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen ¹	10.075	10.075	0	0	10.075
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.612	1.540	0	72	1.612
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	0	5	5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	1.278	k. A.	k. A.	k. A.	1.497
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Passiva¹	9.392	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

Mio. €	30.9.2015				
	Wertansatz in Bilanz				
	Buchwert	(Fortgeführte) Anschaffungs- kosten	Fair Value erfolgswirksam	Fair Value erfolgsneutral	Fair Value
Aktiva	27.656	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Kredite und Forderungen	3.209	3.209	0	0	3.207
Ausleihungen und gewährte Darlehen	55	55	0	0	54
Forderungen an Lieferanten	1.674	1.674	0	0	1.674
Forderungen aus Lieferungen und Leistungen	702	702	0	0	702
Übrige finanzielle Vermögenswerte	777	777	0	0	777
Bis zur Endfälligkeit gehalten	0	0	0	0	0
Übrige finanzielle Vermögenswerte	0	0	0	0	0
Zu Handelszwecken gehalten	30	0	30	0	30
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	30	0	30	0	30
Zur Veräußerung verfügbar	486	9	0	477	k. A.
Beteiligungen	69	9	0	60	k. A.
Wertpapiere	417	0	0	417	417
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	22	0	0	22	22
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	4.415	4.415	0	0	4.415
Forderungen aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	33	k. A.	k. A.	k. A.	46
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Aktiva	19.462	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Passiva	27.656	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Zu Handelszwecken gehalten	18	0	18	0	18
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	18	0	18	0	18
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten	17.341	17.164	65	112	17.462
Finanzschulden ohne Finanzierungs-Leasingverhältnisse (inkl. Grundgeschäfte aus Sicherungszusammenhängen gem. IAS 39)	6.154	6.154	0	0	6.275
Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen	9.550	9.550	0	0	9.550
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	1.637	1.460	65	112	1.637
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	0	5	5
Verbindlichkeiten aus Finanzierungs-Leasingverhältnissen (Wertansatz gem. IAS 17)	1.213	k. A.	k. A.	k. A.	1.515
Nicht nach IFRS 7 klassifizierte Passiva	9.080	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.

Die Klassenbildung ist anhand gleichartiger Risiken für die jeweiligen Finanzinstrumente vorgenommen worden und ist gleichlautend zu den festgelegten Kategorien des IAS 39. Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gemäß IAS 39 und sonstige finanzielle Verbindlichkeiten sind jeweils einer eigenen Klasse zugeordnet.

Die Hierarchie der Fair Values umfasst drei Level und wird durch die Marktnähe der in die Bewertungsverfahren eingehenden Eingangsparameter festgelegt. In den Fällen, in denen verschiedene Eingangsparameter für die Bewertung maßgeblich sind, wird der Fair Value dem Hierarchielevel zugeordnet, das dem Eingangsparameter des niedrigsten Levels entspricht, das für die Bewertung von Bedeutung ist.

Eingangsparameter des Levels 1: Notierte (unverändert übernommene) Preise an aktiven Märkten für identische Vermögenswerte oder Schulden, auf die das Unternehmen am Bewertungsstichtag zugreifen kann.

Eingangsparameter des Levels 2: Andere Eingangsparameter als die auf Level 1 enthaltenen notierten Preise, die für den Vermögenswert oder die Schuld entweder direkt oder indirekt beobachtbar sind.

Eingangsparameter des Levels 3: Für den Vermögenswert oder die Schuld nicht beobachtbare Eingangsparameter.

Vom Gesamtbuchwert der Beteiligungen in Höhe von 69 Mio. € (30.9.2014: 18 Mio. €) werden 9 Mio. € (30.9.2014: 18 Mio. €) zu Anschaffungskosten bewertet, da eine verlässliche Ermittlung des Fair Values nicht möglich ist. Es handelt sich hierbei um nicht börsennotierte Finanzinstrumente, für die kein aktiver Markt besteht. Eine Veräußerung der zu Anschaffungskosten bewerteten Beteiligungen ist zurzeit nicht vorgesehen. Nicht börsennotierte Beteiligungen an Immobiliengesellschaften in Höhe von 60 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) werden erfolgsneutral

zum Fair Value folgebewertet. Der Zugang resultiert aus der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe.

Darüber hinaus werden Wertpapiere in Höhe von 417 Mio. € (30.9.2014: 1 Mio. €) erfolgsneutral folgebewertet. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um börsennotierte, hochliquide Geldmarktfonds.

Die übrigen finanziellen Verbindlichkeiten enthalten Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter in Höhe von 156 Mio. € (30.9.2014: 72 Mio. €) und Earn-out-Verbindlichkeiten (bedingte Kaufpreiszahlungen im Rahmen von Unternehmensakquisitionen) in Höhe von 21 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €). Davon werden 112 Mio. € (30.9.2014: 72 Mio. €) erfolgsneutral und 65 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) erfolgswirksam zum Fair Value folgebewertet.

Die nachstehende Tabelle stellt die Finanzinstrumente dar, die in der Bilanz zum Fair Value bewertet werden. Diese sind in eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeordnet, deren Level die Marktnähe der bei der Ermittlung der Fair Values einbezogenen Daten widerspiegeln:

Mio. €	30.9.2014				30.9.2015			
	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3	Gesamt	Level 1	Level 2	Level 3
Aktiva	50	1	49	0	529	417	52	60
Zu Handelszwecken gehalten								
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	26	0	26	0	30	0	30	0
Zur Veräußerung verfügbar								
Beteiligungen	0	0	0	0	60	0	0	60
Wertpapiere	1	1	0	0	417	417	0	0
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	23	0	23	0	22	0	22	0
Passiva	81	0	9	72	200	0	23	177
Zu Handelszwecken gehalten								
Derivative Finanzinstrumente ohne Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	5	0	18	0	18	0
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	0	0	0	0	0	0	0	0
Sonstige finanzielle Verbindlichkeiten								
Übrige finanzielle Verbindlichkeiten	72	0	0	72	177	0	0	177
Derivative Finanzinstrumente mit Sicherungszusammenhang gem. IAS 39	5	0	5	0	5	0	5	0
	-31	1	40	-72	329	417	29	-117

Die Bewertung der Wertpapiere (Level 1) erfolgt anhand quotierter Marktpreise auf aktiven Märkten.

Bei Zinsswaps und Devisengeschäften (alle Level 2) erfolgt eine Mark-to-Market-Bewertung auf Basis notierter Devisenkurse und am Markt erhältlicher Zinsstrukturkurven.

Während der Berichtsperiode wurden keine Transfers zwischen den Leveln 1 und 2 vorgenommen.

Auf der Aktivseite betreffen die Level-3-Bewertungen ausschließlich Beteiligungen an Immobiliengesellschaften, deren Fair Values auf Grundlage externer Immobiliengutachten unter Anwendung von Discounted-Cashflow-Verfahren ermittelt wurden. Dabei sind unter anderem Annahmen zu marktgängigen Mieten sowie möglichen Leerständen in die Bewertung eingeflossen. Die Fair Values dieser Beteiligungen wurden schließlich nach Abzug von Schulden und Multiplikation mit dem Gesellschaftsanteil ermittelt.

Die Level-3-Bewertungen auf der Passivseite beinhalten Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter sowie Earn-out-Verbindlichkeiten. Die Fair-Value-Bewertung richtet sich nach der jeweiligen Vertragsgestaltung und erfolgt in Höhe von 47 Mio. € (30.9.2014: 72 Mio. €) unter Anwendung von Discounted-Cashflow-Verfahren sowie in Höhe von 130 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) unter Berücksichtigung von vertraglichen Wertobergrenzen oder auf Grundlage von aktuellen Kaufpreisangeboten.

Bei denjenigen Fair Values von Verbindlichkeiten aus Verkaufsoptionen und Earn-out-Verbindlichkeiten, die nach dem Discounted-Cashflow-Verfahren ermittelt werden, werden die erwarteten zukünftigen Cashflows über einen Detailplanungszeitraum von bis zu drei Jahren (30.9.2014: drei Jahre) und gegebenenfalls zuzüglich einer ewigen Rente zugrunde gelegt. Für die ewige Rente wird eine Wachstumsrate von 1,0 Prozent (30.9.2014: zwischen 2,5 und 8,7 Prozent) angenommen. Als Diskontierungszins wird grundsätzlich der jeweilige gewichtete Kapitalkostensatz (WACC) verwendet. Diese Kapitalkostensätze lagen im Berichtsjahr zwischen 5,6 Prozent und 8,7 Prozent (30.9.2014: zwischen 11,6 Prozent und 15,2 Prozent). Würden die einzelnen Zinssätze um je 10 Prozent steigen, würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 1 Mio. € (30.9.2014: 6 Mio. €) sinken. Bei einer Zinssatzreduzierung um je 10 Prozent würde der Fair Value dieser Verbindlichkeiten um 2 Mio. € (30.9.2014: 8 Mio. €) steigen.

Die Wertänderungen der Verkaufsoptionen und Earn-out-Verbindlichkeiten entwickelten sich vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015 wie folgt:

Mio. €	2013/14	2014/15
Stand 1.10.	78	72
Transfer in Level 3	0	0
Transfer aus Level 3	0	0
Gewinne (-) und Verluste (+) der Periode	1	0
Periodenergebnis	0	0
Sonstiges Ergebnis	1	0
Übrige ergebnisneutrale Wertveränderungen	-7	69
Transaktionsbedingte Veränderungen	0	36
Vergabe neuer Rechte	0	36
Eintösung bestehender Rechte	0	0
Stand 30.9.	72	177

Die Veränderungen der zum 30. September 2015 bestehenden Verkaufsoptionen nicht beherrschender Gesellschafter und Earn-out-Verbindlichkeiten beinhalten mit 48 Mio. € die Erfassung von Verkaufsoptionen im Fremdkapital im Wege der Umgliederung aus dem Eigenkapital. Darüber hinaus erhöhten sich die Geschäfts- oder Firmenwerte um 57 Mio. €.

Bei den Veränderungen der zum 30. September 2014 bestehenden Verkaufsoptionen reduzierten im Vorjahr 7 Mio. € die Geschäfts- oder Firmenwerte und 1 Mio. € das Sonstige Ergebnis.

Finanzinstrumente, die in der Bilanz zu fortgeführten Anschaffungskosten bilanziert sind, für die der Fair Value aber im Anhang angegeben ist, sind ebenfalls in eine dreistufige Fair-Value-Hierarchie eingeordnet.

Die Fair Values der Forderungen an Lieferanten, der Forderungen und Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen sowie der Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente entsprechen aufgrund der überwiegend kurzen Laufzeit im Wesentlichen ihren Buchwerten.

Die Ermittlung der Fair Values der Anleihen, Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und Schuldscheindarlehen erfolgt auf der Basis der Marktzinskurve nach der Zero-Coupon-Methode unter Berücksichtigung von Credit Spreads (Level 2). Die auf den Stichtag abgegrenzten Zinsen sind in den Werten enthalten.

Die Fair Values aller anderen übrigen finanziellen Vermögenswerte und finanziellen Verbindlichkeiten, die nicht börsennotiert sind, entsprechen den Barwerten der mit diesen Bilanzpositionen verbundenen Zahlungen. Bei der Berechnung wurden die zum Stichtag gültigen landesspezifischen Zinsstrukturkurven (Level 2) herangezogen.

Sonstige Erläuterungen

42. Erläuterungen zur Kapitalflussrechnung

Die Kapitalflussrechnung gemäß IAS 7 (Kapitalflussrechnungen) zeigt, wie sich Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente im Konzern im Laufe des Berichtsjahres durch Mittelzu- und -abflüsse verändert haben.

Der Bestand an Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten umfasst Schecks und Kassenbestände sowie unterwegs befindliche Gelder und die Guthaben bei Kreditinstituten mit einer Restlaufzeit von bis zu drei Monaten.

Die Kapitalflussrechnung unterscheidet zwischen Mittelveränderungen aus der betrieblichen Tätigkeit, aus Investitions- und aus Finanzierungstätigkeit. Cashflows aus nicht fortgeführten Aktivitäten werden separat ausgewiesen, sofern es sich um aufgegebene Geschäftsbereiche handelt.

Die Cashflows aus nicht fortgeführten Aktivitäten betreffen die Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe.

Aus der betrieblichen Tätigkeit wurden im Berichtsjahr Cashflows in Höhe von 1.595 Mio. € (2013/14: 1.754 Mio. €) generiert. Die Abschreibungen entfallen mit 888 Mio. € (2013/14: 948 Mio. €) auf Sachanlagen, mit 457 Mio. € (2013/14: 88 Mio. €) auf Geschäfts- oder Firmenwerte, mit 104 Mio. € (2013/14: 110 Mio. €) auf sonstige immaterielle Vermögenswerte und mit 38 Mio. € (2013/14: 16 Mio. €) auf „Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien“. Dagegen laufen Zuschreibungen in Höhe von 22 Mio. € (2013/14: 11 Mio. €).

Die Veränderung des Nettobetriebsvermögens beträgt –305 Mio. € (2013/14: 3 Mio. €) und enthält die Veränderungen der Vorräte, der Forderungen aus Lieferungen und Leistungen sowie der in der Position „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ enthaltenen Forderungen an Lieferanten sowie Forderungen aus Kreditkarten und geleisteten Anzah-

lungen auf Vorräte. Darüber hinaus enthält sie die Veränderungen der Verbindlichkeiten aus Lieferungen und Leistungen, der Verbindlichkeiten gegenüber Kunden, der abgegrenzten Umsätze aus Gutscheinen und Kundentreueprogrammen, der Rückstellungen für Kundentreueprogramme und Rückgaberechte sowie der erhaltenen Anzahlungen auf Bestellungen.

Aus der sonstigen betrieblichen Tätigkeit resultiert insgesamt ein Mittelzufluss von 381 Mio. € (2013/14: Mittelabfluss von 12 Mio. €). Die Position beinhaltet Veränderungen der sonstigen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten sowie Rechnungsabgrenzungsposten. Darüber hinaus enthält sie Veränderungen aus zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten und Schulden, Anpassungen nicht realisierter Währungseffekte sowie die Eliminierung EBIT-wirksamer Entkonsolidierungsergebnisse.

Die Veränderung zum Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus Anpassungen nicht realisierter Währungseffekte in Höhe von 170 Mio. € sowie aus sonstigen Steuern in Höhe von 145 Mio. €.

Aus dem Bereich der Investitionstätigkeit resultiert im Berichtsjahr ein Mittelabfluss von 1.187 Mio. € (2013/14: Mittelabfluss von 593 Mio. €). Hierin sind Auszahlungen für den Erwerb der Classic Fine Foods Group in Höhe von 241 Mio. € sowie weiterer Anteile an der iBOOD-Gruppe in Höhe von 10 Mio. € enthalten. Die Einzahlungen aus Unternehmensveräußerungen resultieren im Wesentlichen aus der Veräußerung der Großhandelsaktivitäten in Griechenland. Im Vorjahr beinhaltete der Cashflow aus der Investitionstätigkeit Auszahlungen im Zusammenhang mit der Veräußerung des Real-Geschäfts in Osteuropa in Höhe von 89 Mio. €. Die im Zusammenhang mit der Veräußerung der Galeria Kaufhof Gruppe erfolgten Einzahlungen in Höhe von 1.981 Mio. € sind im Cashflow aus Investitionstätigkeit aus nicht fortgeführten Aktivitäten ausgewiesen und enthalten den Kaufpreis in Höhe von 2.362 Mio. € abzüglich abgehender Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente in Höhe von 381 Mio. €.

Die sonstigen Investitionen beinhalten Auszahlungen in Höhe von 415 Mio. € für kurzfristige Geldanlagen > 3 Monate, 82 Mio. € für ein Joint Venture mit der Carlton Investment sowie für diverse Beteiligungen in Höhe von 6 Mio. €.

Der Betrag der als Mittelabfluss dargestellten Investitionen in Sachanlagen unterscheidet sich von dem im Anlagenspiegel dargestellten Zugang in Höhe der nicht zahlungswirksamen Vorgänge. Diese betreffen im Wesentlichen Zugänge aus Finanzierungs-Leasing, Wechselkurseffekte sowie die Verän-

derungen der Verbindlichkeiten aus Erwerb von übrigen Anlagewerten.

Der Cashflow aus Finanzierungstätigkeit weist im Berichtsjahr einen Mittelabfluss von 718 Mio. € (2013/14: Mittelabfluss 1.352 Mio. €) aus.

Die Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente unterlagen wie im Vorjahr keinen Verfügungsbeschränkungen.

43. Segmentberichterstattung

Die Segmentierung folgt der internen Steuerung und Berichterstattung des Konzerns und richtet sich grundsätzlich nach der Einteilung des Geschäfts in einzelne Branchen.

METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry ist im Selbstbedienungsgroßhandel mit den Marken METRO und MAKRO in 26 Ländern Europas, Asiens und Afrikas vertreten. Mit seinem vielfältigen Produkt- und Serviceangebot richtet sich METRO Cash & Carry speziell an gewerbliche Kunden: Hotel- und Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, unabhängige Einzelhändler sowie Dienstleister und Behörden. Im August 2015 hat die METRO GROUP die Classic Fine Foods Group erworben. Diese ist in 25 überwiegend asiatischen Großstädten in 14 Ländern vertreten und beliefert Premiumhotels, -restaurants und -cateringunternehmen.

Media-Saturn

Media-Saturn bietet im Elektrofachhandel ein umfassendes Sortiment mit neuesten Markenprodukten an. Mit den zwei starken Vertriebsmarken Media Markt und Saturn ist die Vertriebslinie in 15 Ländern vertreten. Zudem gehören der Internethändler Redcoon, der russische Onlineshop 003.ru sowie das Liveshopping-Portal iBOOD zu Media-Saturn.

Real

Real betreibt SB-Warenhäuser in Deutschland und ist dort sowohl im stationären Einzelhandel als auch im Onlinehandel aktiv. Alle Märkte bieten ein umfassendes Lebensmittelangebot mit einem hohen Anteil an Frischeprodukten, ergänzt um ein Sortiment von Nichtlebensmitteln.

Nicht fortgeführte Aktivitäten

Die nicht fortgeführten Aktivitäten beinhalten die Galeria Kaufhof Gruppe. In der Vergangenheit wurde Galeria Kaufhof als separates Segment gezeigt.

Weitere Angaben zu den Segmenten enthält der zusammengefasste Lagebericht.

Neben den Informationen zu den oben genannten Geschäftsfeldern werden gleichwertige Informationen zu den METRO GROUP Regionen veröffentlicht. Dabei wird nach den Regionen Deutschland, Westeuropa (ohne Deutschland), Osteuropa und Asien/Afrika unterschieden.

Nachfolgend werden die wesentlichen Bestandteile der Segmentberichterstattung beschrieben:

- Der Außenumsatz repräsentiert den Umsatz der Geschäftsfelder mit Konzernexternen.
- Der Innenumsatz zeigt die Umsätze mit anderen Geschäftsfeldern.
- Das Segment-EBITDAR repräsentiert das EBITDA vor Mietaufwendungen abzüglich Mieterträgen.
- Das Segment-EBITDA umfasst das EBIT vor Abschreibungen und Zuschreibungen auf Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien.
- Die Segmentsteuerungsgröße EBIT beschreibt das betriebliche Ergebnis der Periode vor Finanzergebnis und Ertragsteuern. Konzerninterne Mietverträge werden in den Segmenten als Operating-Leasingverhältnisse dargestellt. Die Vermietung findet dabei zu marktüblichen Konditionen statt. Standortbezogene Risiken sowie Werthaltigkeitsrisiken von langfristigen Vermögenswerten werden in den Segmenten grundsätzlich nur dann abgebildet, wenn es sich um Konzernrisiken handelt. Dies gilt analog für aktive und passive Abgrenzungen, die auf Segmentebene nur dann abgebildet werden, wenn dies auch in der Konzernbilanz erforderlich wäre.
- Die Segmentinvestitionen beinhalten die Zugänge (einschließlich der Zugänge zum Konsolidierungskreis) zu den langfristigen immateriellen Vermögenswerten, Sachanlagen sowie zu den als Finanzinvestition gehaltenen Immobilien. Ausgenommen hiervon sind Zugänge aufgrund der Reklassifikation von „Zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten“ als langfristige Vermögenswerte.
- Das Segmentvermögen enthält das lang- und kurzfristige Vermögen. Nicht enthalten sind hauptsächlich Finanzanlagen, nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen, Steuerpositionen, Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie Vermögenswerte, die nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind.

Für die in der Segmentberichterstattung dargestellten Ergebniskomponenten EBIT und EBITDA sowie darüber hinaus für das Finanzergebnis, die Steuern vom Einkommen und vom Ertrag, das Periodenergebnis (vor und nach Anteilen nicht beherrschender Gesellschafter) und für das Ergebnis je Aktie erfolgt im zusammengefassten Lagebericht in der Ertragslage auf den Seiten 114 und 115 eine Darstellung vor Sonderfaktoren, die für die interne Steuerung relevant ist.

Als Sonderfaktoren werden Geschäftsvorfälle klassifiziert, die nicht regelmäßig wiederkehrend sind, darunter zum Beispiel Restrukturierungen oder Änderungen im Konzernportfolio.

Nachfolgend wird die Überleitung des Segmentvermögens auf die Vermögenswerte des Konzerns dargestellt:

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Segmentvermögen^{1,2}	21.723	21.142
Segmentvermögen Galeria Kaufhof	2.249	0
Finanzanlagen (lang- und kurzfristig)	72	123
Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen	95	184
Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente	2.406	4.415
Latente Steueransprüche	835	724
Ertragsteuererstattungsansprüche	223	202
Sonstige Steuererstattungsansprüche ³	464	358
Zur Veräußerung vorgesehene Vermögenswerte	9	5
Forderungen aus sonstigen Finanzgeschäften ⁴	59	479
Sonstiges	18	23
Vermögenswerte des Konzerns	28.156	27.656

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

² Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

³ Enthalten in der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (kurzfristig)

⁴ Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ (lang- und kurzfristig)

— Die Segmentschulden umfassen lang- und kurzfristige Schulden. Nicht zugeordnet sind insbesondere Finanzschulden, Steuerpositionen sowie Schulden, die nicht fortgeführten Aktivitäten zuzuordnen sind.

Nachfolgend wird die Überleitung der Segmentschulden auf die Schulden des Konzerns dargestellt:

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Segmentschulden^{1,2}	14.105	14.103
Segmentschulden Galeria Kaufhof	885	0
Finanzschulden (lang- und kurzfristig)	7.068	7.366
Latente Steuerschulden	130	142
Ertragsteuerschulden	198	148
Ertragsteuerrückstellungen ³	120	46
Sonstige Steuerverbindlichkeiten ⁴	371	331
Verbindlichkeiten aus sonstigen Finanzgeschäften ⁴	12	25
Verbindlichkeiten gegenüber konzernfremden Gesellschaftern ⁴	76	159
Schulden i. Z. m. zur Veräußerung vorgesehenen Vermögenswerten	139	142
Zinsen auf sonstige Rückstellungen ⁴	47	16
Sonstiges	4	4
Schulden des Konzerns	23.157	22.484

¹ Vorjahresanpassung (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

² Vorjahresanpassung aufgrund nicht fortgeführter Aktivitäten (siehe Erläuterungen zu Grundlagen und Methoden des Konzernabschlusses)

³ Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige Rückstellungen“ (langfristig) und „Rückstellungen“ (kurzfristig)

⁴ Enthalten in den Bilanzpositionen „Sonstige finanzielle und andere Verbindlichkeiten“ (lang- und kurzfristig)

— Transfers zwischen den Segmenten finden grundsätzlich auf Basis der aus Konzernsicht entstehenden Kosten statt.

44. Management der finanzwirtschaftlichen Risiken

Die Treasury der METRO AG steuert die finanzwirtschaftlichen Risiken der METRO GROUP. Dies sind speziell

- Preisänderungsrisiken,
- Liquiditätsrisiken,
- Bonitätsrisiken und
- Risiken aus Zahlungsstromschwankungen.

Nähere Angaben zum Risikomanagementsystem finden sich im zusammengefassten Lagebericht im Wirtschaftsbericht – Vermögens-, Finanz- und Ertragslage – Finanz- und Vermögenslage – Finanzmanagement.

Preisänderungsrisiken

Preisänderungsrisiken resultieren für die METRO GROUP daraus, dass der Wert eines Finanzinstruments durch Änderungen der Marktzinssätze, der Wechselkurse, der Aktienkurse oder aber der Rohstoffpreise beeinflusst wird.

Zinsrisiken entstehen durch Veränderungen des Zinsniveaus. Zur Begrenzung dieser Risiken werden Zinsderivate eingesetzt.

Die Ermittlung des verbleibenden Zinsrisikos der METRO GROUP erfolgt gemäß IFRS 7 mittels einer Sensitivitätsanalyse. Dabei werden folgende Annahmen bei der Betrachtung einer Zinssatzänderung zugrunde gelegt:

- Die durch die Sensitivitätsanalyse ermittelte Gesamtauswirkung bezieht sich auf den Bestand zum Bilanzstichtag und drückt den Effekt für ein Jahr aus.
- Variabel verzinsliche originäre Finanzinstrumente, deren Zinszahlungen nicht als Grundgeschäft im Rahmen von Cashflow Hedges gegen Zinssatzänderungen designed sind, wirken sich in der Sensitivitätsanalyse ergebniswirksam im Zinsergebnis aus. Aufgrund des derzeitigen niedrigen Zinsniveaus wird die Sensitivität für eine Veränderung von 10 Basispunkten ermittelt.
- Festverzinsliche originäre Finanzinstrumente haben generell keine ergebniswirksamen Auswirkungen im Zinsergebnis. Sie werden nur dann ergebniswirksam im übrigen Finanzergebnis, wenn sie im Rahmen eines Fair-Value-Hedges als Grundgeschäft designed sind und mit dem Fair Value bewertet werden. Hierbei gleicht sich aber die zinsbedingte Wertänderung des Grundgeschäfts mit der Wertänderung des Sicherungsgeschäfts bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts aus. Die im Rahmen eines Fair-Value-Hedges im Konzern entstehenden variablen Zinsströme werden ergebniswirksam im Zinsergebnis berücksichtigt.
- Finanzinstrumente, die als Sicherungsgeschäft im Rahmen eines Cashflow Hedges zur Absicherung von variablen Zinsströmen designed sind, wirken sich nur dann im Zinsergebnis aus, wenn die Zahlungsströme ausgelöst werden. Aus der Bewertung des Sicherungsgeschäfts zum Fair Value entstehen jedoch ergebnisneutrale Effekte in den Gewinnrücklagen.
- Zinsderivate, die nicht in einem qualifizierten Sicherungszusammenhang nach IAS 39 stehen, wirken sich durch die Bewertung zum Fair Value ergebniswirksam im übrigen Finanzergebnis und durch eintretende Zinsströme im Zinsergebnis aus.

Das verbleibende Zinsrisiko der METRO GROUP resultiert zum Bilanzstichtag im Wesentlichen aus variabel verzinslichen Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten und aus anderen kurzfristig liquiden finanziellen Vermögenswerten (unter „Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente“ ausgewiesen) mit einem Gesamtanlagesaldo nach Berücksichtigung von Sicherungsgeschäften in Höhe von 3.019 Mio. € (30.9.2014: 1.043 Mio. €).

Eine Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten hat bei diesem Gesamtsaldo einen um 3 Mio. € (2013/14: 1 Mio. €) höheren Ertrag im Zinsergebnis pro Jahr zur Folge. Bei einer Zinssatzreduzierung von 10 Basispunkten ergibt sich ein gegenläufiger Effekt in Höhe von –3 Mio. € (2013/14: –1 Mio. €).

Währungsrisiken entstehen der METRO GROUP im internationalen Einkauf von Waren und aufgrund von Kosten sowie Finanzierungen, die in einer anderen Währung als der jeweiligen Landeswährung anfallen oder an die Entwicklung einer anderen Währung gebunden sind. Für daraus resultierende Fremdwährungspositionen besteht eine Sicherungspflicht gemäß der Konzernrichtlinie „Fremdwährungstransaktionen“. Ausnahmen bestehen dort, wo es wirtschaftlich nicht sinnvoll ist, sowie bei gesetzlichen und regulatorischen Beschränkungen in den Ländern. Bei der Absicherung kommen Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungsswaps zum Einsatz.

Aus der Bewertung von Zinsswaps mit einem Nominalvolumen von 206 Mio. € (30.9.2014: 187 Mio. €), die in einem Cashflow Hedge stehen, ergibt sich bei einer Zinssatzerhöhung von 10 Basispunkten eine Erhöhung des Eigenkapitals um 0 Mio. € (2013/14: 0 Mio. €). Bei einem entsprechenden Zinssatzrückgang ergibt sich eine Eigenkapitalminderung um 0 Mio. € (2013/14: 0 Mio. €).

Die Darstellung des durch die Ausnahmen entstehenden Fremdwährungsrisikos erfolgt gemäß IFRS 7 ebenfalls mittels einer Sensitivitätsanalyse. Dabei werden folgende Annahmen bei der Betrachtung einer Ab- beziehungsweise Aufwertung des Euro gegenüber Fremdwährungen getroffen:

Die durch die Sensitivitätsanalyse dargestellte Gesamtauswirkung bezieht sich in ihrer Höhe und ihren Ergebnischarakteristika auf die Fremdwährungsbestände innerhalb der konsolidierten Tochtergesellschaften der METRO GROUP und drückt den Effekt bei Vorliegen der Ab- beziehungsweise Aufwertung des Euro aus.

Bei einer Abwertung des Euro tritt ein positiver Effekt ein, sofern eine Fremdwährungsforderung in einer Tochtergesellschaft besteht, deren funktionale Währung der Euro ist, sowie bei einer Verbindlichkeit in Euro in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung nicht der Euro ist. In der nachfolgenden Tabelle werden die Währungspaar-Nominalvolumen, die unter diese Kategorie fallen, mit einem positiven Vorzeichen dargestellt.

Ein negativer Effekt tritt bei einer Abwertung des Euro ein, sofern eine Forderung in Euro in einer Tochtergesellschaft besteht, deren funktionale Währung nicht der Euro ist, sowie bei einer Fremdwährungsverbindlichkeit in einer Tochtergesellschaft, deren funktionale Währung der Euro ist. Korrespondierend dazu werden in der nachfolgenden Tabelle die unter diese Kategorie fallenden Währungspaar-Nominalvolumen mit einem negativen Vorzeichen ausgewiesen.

Eine Aufwertung des Euro bewirkt hingegen für alle oben dargestellten Beziehungen jeweils den gegenläufigen Effekt.

Die Effekte aus der Bewertung von Fremdwährungspositionen, die gemäß IAS 21 mit dem Stichtagskurs umgerechnet werden und die keinen Eigenkapitalcharakter haben, werden in der Sensitivitätsanalyse ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. In den Fällen, in denen die Fremdwährungspositionen Eigenkapitalcharakter haben, sogenannte Net Investments, werden die Effekte der Stichtagskursbewertung erfolgsneutral im Eigenkapital (Sonstiges Ergebnis) berücksichtigt.

Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungsswaps, die nicht in einem qualifizierten Sicherungszusammenhang gemäß IAS 39 stehen, wirken sich durch die Bewertung zum Fair Value ergebniswirksam in der Gewinn- und Verlustrechnung aus. Demgegenüber stehen die Effekte aus der Bewertung des in Fremdwährung gehaltenen Grundgeschäfts, sodass sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts beide Effekte ausgleichen.

Devisentermingeschäfte/-optionen sowie Zins- und Währungsswaps, die als Sicherungsgeschäft im Rahmen eines Cashflow Hedges zur Absicherung von Fremdwährungszahlungsströmen designiert sind, wirken sich nur dann in der Gewinn- und Verlustrechnung aus, wenn die Zahlungsströme ausgelöst werden. Aus der Bewertung der Sicherungsgeschäfte zum Fair Value entstehen jedoch ergebnisneutrale Effekte in den Gewinnrücklagen.

Effekte aus der Währungsumrechnung von Abschlüssen, deren funktionale Währung nicht die Berichtswährung der METRO GROUP ist, berühren die Cashflows in lokaler Währung nicht und sind deshalb nicht Bestandteil der Sensitivitätsanalyse.

Das verbleibende Währungsrisiko der METRO GROUP, das im Wesentlichen daraus entsteht, dass bestimmte Währun-

gen aus rechtlichen Gründen oder aufgrund fehlender Markttiefe nicht gesichert werden können, lautet zum Bilanzstichtag wie folgt:

Auswirkung bei Ab-/Aufwertung des Euro um 10 %					
Mio. €	Währungspaar	Volumen	30.9.2014	Volumen	30.9.2015
Periodenergebnis			+/-	+/-	
	CHF / EUR	+16	2	+27	3
	CNY / EUR	+16	2	+28	3
	CZK / EUR	+128	13	+65	7
	EGP / EUR	+25	2	+30	3
	HUF / EUR	+2	0	-8	-1
	KZT / EUR	+137	14	+138	14
	MDL / EUR	+36	4	+35	4
	PLN / EUR	+13	2	-2	0
	RON / EUR	+46	5	+70	7
	RSD / EUR	+24	2	+30	3
	RUB / EUR	+55	5	+19	2
	SEK / EUR	+3	0	+51	5
	TRY / EUR	+1	0	-6	-1
	UAH / EUR	+8	1	+33	3
	USD / EUR	+12	1	+25	3
	VND / EUR	+2	0	+1	0
			53		55
Eigenkapital			+/-	+/-	
	CNY / EUR	+55	6	+96	10
	GBP / EUR	+1	0	0	0
	KZT / EUR	+114	11	+137	14
	PLN / EUR	+73	7	+72	7
	UAH / EUR	+242	24	+242	24
	USD / EUR	+262	26	+288	29
			74		84
			127		139

Die darüber hinaus bestehenden Währungsrisiken resultieren im Wesentlichen aus US-Dollar-Fremdwährungspositionen in verschiedenen Tochtergesellschaften, in denen die funktionale Währung nicht US-Dollar oder Euro ist. Bei einem US-Dollar-Nominalvolumen von +140 Mio. € (30.9.2014: +109 Mio. €) würde eine 10-prozentige Abwertung des US-Dollars zu positiven Effekten im Periodenergebnis von 14 Mio. € führen (2013/14: 11 Mio. €), eine Aufwertung hingegen zu negativen Effekten von 14 Mio. € (2013/14: 11 Mio. €). Mit einem Nominalvolumen von +161 Mio. € (30.9.2014: +148 Mio. €) entfällt davon der überwiegende Anteil auf das Währungspaar VND / USD.

Aus einem als Cashflow Hedge bilanzierten CHF/EUR-Zinswährungsswap mit einem Nominalvolumen von 206 Mio. € und dem zugehörigen Grundgeschäft würde eine 10-prozentige Abwertung des Euro zu einem Anstieg des Eigenkapitals in Höhe von 1 Mio. € führen (2013/14: 0 Mio. €). Eine entsprechende Aufwertung würde das Eigenkapital um 1 Mio. € (2013/14: 0 Mio. €) verringern.

Aktienkursrisiken entstehen aus einer anteilsbasierten Vergütung der Führungskräfte der METRO GROUP. Dabei orientiert sich die Vergütung (Geldprämie) im Wesentlichen an der Kursentwicklung der METRO-Stammaktie sowie an der relativen Performance der Stammaktie gegenüber definierten Indizes.

Die Aktienkursrisiken aus dem Performance Share Plan wurden bisher nicht begrenzt.

Preisrisiken für Eigenkapitalinstrumente entstehen aus gehaltenen Anteilen an anderen Unternehmen. Aus der Bewertung dieser Anteile mit einem Buchwert von 60 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) ergibt sich bei einer Werterhöhung von 10 Prozent eine Erhöhung des Eigenkapitals um 6 Mio. € (2013/14:

0 Mio. €). Bei einer Wertminderung ergibt sich eine Eigenkapitalverschlechterung in Höhe von 6 Mio. € (2013/14: 0 Mio. €).

Zins- und Währungsrisiken sind durch die in den METRO GROUP internen Treasury-Richtlinien festgeschriebenen Grundsätze deutlich reduziert und limitiert. Darin ist konzernweit verbindlich geregelt, dass jede Absicherungsmaßnahme im Rahmen vorher definierter Limits erfolgen muss und in keinem Fall zu einer Erhöhung der Risikoposition führen darf. Die METRO GROUP nimmt dabei bewusst in Kauf, dass die Möglichkeiten, aktuelle oder erwartete Zins- beziehungsweise Wechselkursentwicklungen zur Ergebnisoptimierung zu nutzen, stark eingeschränkt sind.

Zur Absicherung dürfen außerdem ausschließlich marktgängige derivative Finanzinstrumente eingesetzt werden, deren korrekte finanzmathematische und buchhalterische Abbildung und Bewertung in den Treasury-Systemen sichergestellt sind.

Am Bilanzstichtag sind folgende derivative Finanzinstrumente zur Risikoreduzierung eingesetzt:

	30.9.2014	30.9.2015				
		Fair Values			Fair Values	
Mio. €	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten	Nominal- volumen	Finanzielle Vermögens- werte	Finanzielle Verbindlich- keiten
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	-280	49	5	1	34	23
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(316)	(23)	(0)	(384)	(4)	(5)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(-596)	(26)	(4)	(-383)	(30)	(18)
Zins-/Währungsswaps	187	0	5	206	18	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(187)	(0)	(5)	(206)	(18)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	-93	49	9	207	52	23

Das Nominalvolumen der Devisentermingeschäfte/-optionen und der Zinsbegrenzungsvereinbarungen bestimmt sich aus der Nettoposition der den einzelnen Geschäften zugrunde liegenden An- und Verkaufsbeträge in Fremdwährung, umgerechnet zum entsprechenden Wechselkurs des Bilanzstichtags. Das Nominalvolumen der Zinsswaps beziehungsweise der Zins-/Währungsswaps und der Zinssicherungskontrakte ist brutto ausgewiesen.

Sämtliche Fair Values stellen den theoretischen Wert bei Auflösung der Geschäfte zum Stichtag dar. Unter der Prämisse des Haltens der Geschäfte bis zur Endlaufzeit handelt es sich hierbei um unrealisierte Gewinne und Verluste, die sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts bis zur Fälligkeit mit Gewinnen und Verlusten der Grundgeschäfte ausgleichen werden.

Um diesen Ausgleich periodengerecht darstellen zu können, werden zwischen Sicherungsgeschäften und Grundgeschäften Beziehungen hergestellt, die wie folgt gebucht werden:

- Innerhalb eines Fair-Value-Hedges wird sowohl das Sicherungsgeschäft als auch das abzusichernde Risiko des Grundgeschäfts mit dem Fair Value bilanziert. Die Wertschwankungen beider Geschäfte werden in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst, in der sie sich bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts ausgleichen.

- Innerhalb eines Cashflow Hedges werden die Sicherungsgeschäfte ebenfalls grundsätzlich zum Fair Value bilanziert. Bei voller Effektivität des Sicherungsgeschäfts werden die Bewertungsveränderungen so lange im Eigenkapital erfasst, bis die abgesicherten Zahlungsströme beziehungsweise erwarteten Transaktionen das Ergebnis beeinflussen. Erst dann erfolgt die Erfassung in der Gewinn- und Verlustrechnung.
- Sicherungsgeschäfte, die nach IAS 39 nicht in einer Sicherungsbeziehung stehen, werden mit dem Fair Value bilanziert. Wertveränderungen werden direkt in der Gewinn- und Verlustrechnung erfasst. Auch wenn hier formal kein Sicherungszusammenhang hergestellt wurde, handelt es sich hierbei um Sicherungsgeschäfte, die in einem engen Zusammenhang mit einem Grundgeschäft stehen und die sich in ihrer Ergebnisauswirkung mit denen des Grundgeschäfts ausgleichen (natürlicher Hedge).

Die eingesetzten Währungsderivate beziehen sich vor allem auf den Chinesischen Renminbi, den Japanischen Yen, den Polnischen Złoty, den Rumänischen Leu, den Russischen Rubel, den Schweizer Franken, die Tschechische Krone, den Ungarischen Forint sowie den US-Dollar.

Folgende Fälligkeitstermine liegen bei den derivativen Finanzinstrumenten vor:

Mio. €	30.9.2014 Fair Values			30.9.2015 Fair Values		
	Fälligkeitstermine			Fälligkeitstermine		
	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre	bis zu 1 Jahr	1 bis 5 Jahre	über 5 Jahre
Währungsbezogene Geschäfte						
Devisentermingeschäfte/-optionen	44	0	0	11	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(22)	(0)	(0)	(-2)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(22)	(0)	(0)	(12)	(0)	(0)
Zins-/Währungsswaps	0	-5	0	18	0	0
davon innerhalb Fair-Value-Hedges	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
davon innerhalb Cashflow Hedges	(0)	(-5)	(0)	(18)	(0)	(0)
davon nicht in einer Hedge-Beziehung	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
	44	-4	0	29	0	0

Unter den Fälligkeitsterminen sind die Fair Values der in diesen Zeiträumen fälligen finanziellen Vermögenswerte und Verbindlichkeiten angegeben.

Die Zinsanpassungstermine variabler Zinssätze liegen unter einem Jahr.

Liquiditätsrisiken

Mit Liquiditätsrisiko wird das Risiko bezeichnet, Zahlungsmittel nicht oder nur zu erhöhten Kosten beschaffen beziehungsweise bereitstellen zu können. Liquiditätsrisiken entstehen beispielsweise durch temporäres Versagen der Kapitalmärkte, Ausfall von Kreditgebern, unzureichende Kreditlinien oder das Fehlen eingeplanter Zahlungseingänge. Die METRO AG fungiert für die Gesellschaften der METRO GROUP als finanzwirtschaftlicher Koordinator, um eine möglichst kostengünstige und betragsmäßig stets ausreichende Deckung des Finanzbedarfs für das operative Geschäft und für Investitionen sicherzustellen. Die erforderlichen Informationen werden durch eine monatlich aktualisierte Konzernfinanzplanung der einzelnen Konzerngesellschaften bereitgestellt und einer monatlichen Abweichungsanalyse unterzogen. Diese Finanzplanung wird zusätzlich durch eine wöchentlich rollierende 14-Tages-Liquiditätsplanung ergänzt.

Als Instrumente der Finanzierung werden Produkte des Geld- und Kapitalmarkts (Fest- und Tagesgelder, Schuldscheindarlehen, Commercial Papers und börsennotierte Anleihen im Rahmen der Daueremissionsprogramme) sowie bilaterale und syndizierte Kredite eingesetzt. Die METRO GROUP verfügt über eine ausreichende Liquiditätsreserve, sodass Liquiditätsrisiken auch dann nicht entstehen, wenn unerwartet auftretende Ereignisse negative finanzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Liquiditätslage haben. Zu den Instrumenten der Finanzierung und Kreditlinien wird auf die Ausführungen unter den entsprechenden Bilanzpositionen verwiesen.

— Nähere Angaben finden sich unter Nummer 30 Zahlungsmittel und Zahlungsmitteläquivalente sowie unter Nummer 37 Finanzschulden.

Durch den konzerninternen Finanzausgleich (Cash Pooling) wird eine Reduzierung des Fremdfinanzierungsvolumens sowie eine Optimierung der Geld- und Kapitalanlagen der METRO GROUP mit positiven Auswirkungen auf das Zinsergebnis erreicht. Das Cash Pooling ermöglicht die Nutzung der Liquiditätsüberschüsse einzelner Konzerngesellschaften zur internen Finanzierung des Liquiditätsbedarfs anderer Konzerngesellschaften.

Des Weiteren wird das in der Treasury der METRO AG gebündelte Know-how genutzt, um die Konzerngesellschaften in allen relevanten Finanzfragen zu beraten und zu betreuen. Das

reicht von grundsätzlichen Überlegungen zur Finanzierung von Investitionsvorhaben bis hin zur Unterstützung der Finanzverantwortlichen der einzelnen Konzerngesellschaften in Gesprächen mit Banken und Finanzdienstleistern vor Ort. Dadurch wird sichergestellt, dass zum einen die Finanzressourcen der METRO GROUP optimal eingesetzt werden und zum anderen alle Konzerngesellschaften an der Bonität und Stärke der METRO GROUP im Hinblick auf ihre Finanzierungsbedingungen teilhaben.

Bonitätsrisiken

Bonitätsrisiken entstehen durch den vollständigen oder teilweisen Ausfall eines Kontrahenten, beispielsweise durch Insolvenz, im Rahmen von Geldanlagen sowie bei derivativen Finanzinstrumenten mit positiven Marktwerten. Das maximale Ausfallrisiko, dem die METRO GROUP zum Bilanzstichtag ausgesetzt ist, wird durch die Buchwerte der finanziellen Vermögenswerte in einer Gesamthöhe von 8.194 Mio. € (30.9.2014: 5.376 Mio. €) widerspiegelt.

— Nähere Angaben über die Höhe der jeweiligen Buchwerte finden sich unter Nummer 41 Buchwerte und Fair Values nach Bewertungskategorien.

Die in den Zahlungsmitteln und Zahlungsmitteläquivalenten berücksichtigten Kassenbestände in Höhe von 105 Mio. € (30.9.2014: 104 Mio. €) unterliegen dabei keinem Ausfallrisiko.

Im Zuge des Risikomanagements von Geldanlagen in Gesamthöhe von 2.475 Mio. € (30.9.2014: 2.205 Mio. €) und derivativen Finanzinstrumenten in Gesamthöhe von 52 Mio. € (30.9.2014: 49 Mio. €) sind für alle Geschäftspartner der METRO GROUP Mindestanforderungen an die Bonität und zudem individuelle Höchstgrenzen für das Engagement festgelegt. Bei der Ermittlung der Bonitätsrisiken werden Schecks und unterwegs befindliche Gelder nicht berücksichtigt. Grundlage ist dabei eine in den Treasury-Richtlinien festgeschriebene Limitsystematik, die im Wesentlichen auf den Einstufungen internationaler Ratingagenturen, der Entwicklung des Credit Default Swap oder auf internen Bonitätsprüfungen basiert. Jedem Kontrahenten der METRO GROUP wird ein individuelles Limit zugewiesen, dessen Einhaltung fortlaufend in Treasury-Systemen überwacht wird.

In der nachfolgenden Tabelle ist eine Einteilung der Geschäftspartner in Ratingklassen dargestellt:

Ratingklassen			Volumen in %					Derivate mit positiven Marktwerten	Gesamt
			Geldanlagen						
Einstufung	Moody's	Standard & Poor's	Deutschland	Westeuropa ohne D.	Osteuropa	Asien und Übrige			
Investment-Grade	Aaa	AAA	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	95,9	
	Aa1 bis Aa3	AA+ bis AA-	5,8	6,8	0,2	1,3	0,0		
	A1 bis A3	A+ bis A-	1,0	21,7	1,8	10,3	0,3		
	Baa1 bis Baa3	BBB+ bis BBB-	8,9	28,1	7,2	1,1	1,4		
Non-Investment-Grade	Ba1 bis Ba3	BB+ bis BB-	0,3	2,0	0,2	0,0	0,0	3,7	
	B1 bis B3	B+ bis B-	0,0	1,2	0,0	0,0	0,0		
	Caa bis C	CCC bis C	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0		
Kein Rating			0,0	0,1	0,1	0,2	0,0	0,4	
			16,0	59,9	9,5	12,9	1,7	100,0	

Aus der Tabelle ist ersichtlich, dass per Stichtag rund 96 Prozent des Anlagevolumens inklusive der positiven Marktwerte von Derivaten bei Kontrahenten mit einer Investment-Grade-Einstufung, die somit eine gute bis sehr gute Bonität aufweisen, platziert wurden. Bei Kontrahenten, die bisher noch kein international anerkanntes Rating aufweisen, handelt es sich größtenteils um renommierte Finanzinstitute, deren Bonität aufgrund von Analysen als einwandfrei betrachtet werden kann. Die METRO GROUP ist auch in Ländern vertreten, deren Finanzinstitute aufgrund ihrer eigenen Länder-Ratings keine Investment-Grade-Einstufung erreichen. Eine Zusammenarbeit mit diesen Instituten ist aus länderspezifischen Gründen sowie unter Kosten- und Effizienzgesichtspunkten notwendig. Der Anteil am Gesamtvolumen liegt hier bei rund 4 Prozent.

Zur Steuerung des Bonitätsrisikos aus lang laufenden Derivaten schließt die METRO AG Credit Support Annexes (CSA) mit Banken ab. In der Bilanzposition „Finanzschulden“ sind aus diesen Verträgen Verbindlichkeiten in Höhe von 20 Mio. € (30.9.2014: Forderungen in der Bilanzposition „Sonstige finanzielle und andere Vermögenswerte“ in Höhe von 5 Mio. €) enthalten. Die Höhe der Sicherungszahlung ist abhängig von den Marktwerten und sichert die Zahlungsverpflichtungen dieser Zins-/Währungsswaps ab.

Die METRO GROUP ist Bonitätsrisiken somit nur in sehr geringem Maße ausgesetzt.

Risiken aus Zahlungsstromschwankungen

Verursacht durch eine Änderung des zukünftigen Zinsniveaus, können sich bei variabel verzinslichen Vermögens- beziehungsweise Schuldposten Schwankungen der Zahlungsströme einstellen. Anhand sogenannter „stress tests“ wird untersucht,

welche Auswirkungen die Veränderungen des Zinsniveaus auf die Zahlungsströme haben könnten und wie sie im Einklang mit den internen Treasury-Richtlinien durch Sicherungsgeschäfte limitiert werden können.

45. Eventualverbindlichkeiten

Mio. €	30.9.2014	30.9.2015
Verbindlichkeiten aus Bürgschaften	20	14
Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen	42	57
	62	71

In den Vorjahresbeträgen ist ein Betrag von 0 Mio. € für nicht fortgeführte Aktivitäten enthalten.

Bei den Verbindlichkeiten aus Gewährleistungsverträgen handelt es sich im Wesentlichen um Mietgarantien mit Laufzeiten von bis zu 10 Jahren, soweit eine Inanspruchnahme nicht als gänzlich unwahrscheinlich eingeschätzt werden konnte.

46. Sonstige finanzielle Verpflichtungen

Der Nominalwert der sonstigen finanziellen Verpflichtungen zum 30. September 2015 beträgt 475 Mio. € (30.9.2014: 675 Mio. €, davon nicht fortgeführte Aktivitäten 153 Mio. €) und beinhaltet im Wesentlichen Abnahmeverpflichtungen für Dienstleistungsverträge.

Angaben zu den Erwerbsverpflichtungen für Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Gegenstände des Sachanlagevermögens, Verpflichtungen aus Finanzierungs- und Operating-Leasingverhältnissen sowie für als Finanzinvestition gehaltene Immobilien finden sich unter Nummer 20 Sonstige immaterielle Vermögenswerte, Nummer 21 Sachanlagen und Nummer 22 Als Finanzinvestition gehaltene Immobilien.

47. Sonstige Rechtsangelegenheiten

Rechtsstreitigkeiten in Bezug auf die Media-Saturn-Holding GmbH

Die METRO AG (METRO) hält mittelbar – über ihre 100-prozentige Tochtergesellschaft METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH (METRO KFH) – 78,38 Prozent der Anteile an der Media-Saturn-Holding GmbH (MSH). Im März 2011 hat die Gesellschafterversammlung der MSH zur Stärkung der Strukturen der Unternehmensführung mit den Stimmen der METRO KFH die Einrichtung eines Beirats bei der MSH beschlossen. Der Beirat entscheidet über zustimmungsbedürftige operative Maßnahmen der Geschäftsführung der MSH nach Köpfen mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Nach der Satzung der MSH hat die METRO beziehungsweise die METRO KFH das Recht, jeweils ein Beiratsmitglied mehr zu entsenden als der verbliebene Minderheitsgesellschafter und verfügt somit über die Mehrheit der Köpfe im Beirat.

Die von einem Minderheitsgesellschafter angerufene ordentliche Gerichtsbarkeit hat rechtskräftig zugunsten der METRO KFH entschieden, dass der Beirat wirksam eingerichtet und für die Fragen der Zuständigkeit und Mehrheitsanfordernisse des Beirats ein Schiedsgericht zuständig ist. Das von der METRO KFH in diesem Zusammenhang angerufene Schiedsgericht hat der METRO mit Schiedsspruch vom 8. August 2012 in wesentlichen Teilen recht gegeben: Der Beirat entscheidet über die zustimmungsbedürftigen operativen Geschäfte der Geschäftsführung der MSH; ausreichend ist eine einfache Mehrheit nach Köpfen. Der Schiedsspruch wurde mit Beschluss des Oberlandesgerichts (OLG) München vom 18. Dezember 2013 für vollstreckbar erklärt. Der Bundesgerichtshof (BGH) hat die hiergegen gerichtete Rechtsbeschwerde des Minderheitsgesellschafters mit Beschluss vom 16. April 2015 zurückgewiesen, sodass auch diese Entscheidung inzwischen rechtskräftig ist.

Wie zuletzt im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013/14 berichtet, haben von dem Minderheitsgesellschafter entsandte Beiratsmitglieder mehrere Klagen gegen die MSH erhoben und darin Beschlüsse des Beirats der MSH angegriffen. Inzwischen sind diese Klagen – mit einer Ausnahme – rechtskräftig zu Gunsten von MSH und METRO abgewiesen. Die Erfolgsaussichten der verbliebenen noch erstinstanzlich verhandelten Klage in Bezug auf die Budgetbeschlüsse 2013/14 sind nach Ansicht der METRO gering. Der Kläger hat zwischenzeitlich seine Klage für erledigt erklärt.

Der Minderheitsgesellschafter hat darüber hinaus weitere Klagen gegen MSH erhoben:

Nachdem MSH und METRO KFH in einem Verfahren in Bezug auf Beschlüsse der Gesellschafterversammlung zu einzelnen, in der Zwischenzeit bereits umgesetzten Standortmaßnahmen erstinstanzlich vor dem Landgericht (LG) Ingolstadt obsiegt hatten, hat das OLG München der Klage in der Berufung teilweise stattgegeben und insoweit unter den konkreten Umständen eine einzelfallbezogene inhaltliche Stimmabgabe durch METRO KFH verlangt. Auf eine Nichtzulassungsbeschwerde von MSH und METRO KFH hat der BGH inzwischen mit Beschluss vom 13. Oktober 2015 die Revision zugelassen. Das Verfahren wird entsprechend fortgesetzt.

Die Klage des Minderheitsgesellschafters, mit der die Abberufung des von METRO KFH entsandten Geschäftsführers der MSH erreicht werden soll, wurde durch das LG Ingolstadt mit Urteil vom 21. April 2015 abgewiesen. Das OLG München hat in diesem Verfahren mit Beschluss vom 7. Oktober 2015 mitgeteilt, dass es beabsichtige, die durch den Minderheitsgesellschafter eingelegte Berufung zurückzuweisen, weil diese nach der einstimmigen Auffassung des Senats offensichtlich keine Aussicht auf Erfolg habe. Einen Antrag des Minderheitsgesellschafters auf Erlass einer einstweiligen Verfügung gegen den Geschäftsführer zur Untersagung seiner Tätigkeit hatten das LG Ingolstadt und auch das OLG München als Berufungsinstanz bereits endgültig abgewiesen.

Mit einer weiteren Klage des Minderheitsgesellschafters gegen MSH beim LG Ingolstadt in Bezug auf ablehnende Beschlüsse der Gesellschafterversammlung zu vom Minderheitsgesellschafter verlangten Änderungen der Satzung der MSH begehrt dieser die Feststellung einer positiven Beschlussfassung zu diesen Satzungsänderungen. Die Satzungsänderungen betreffen Zuständigkeiten der Gesellschafterversammlung. Die Erfolgsaussichten der Klage sind nach Ansicht der METRO gering.

Ein Antrag des Minderheitsgesellschafters auf Erlass einer einstweiligen Verfügung beim LG Ingolstadt, mit dem dieser die vorläufige Untersagung einer Maßnahme der Geschäftsführung bis zur gerichtlichen Entscheidung in der Hauptsache anstrebte, wurde inzwischen mit Urteil vom 13. August 2015 rechtskräftig zurückgewiesen. Die METRO KFH hat gegen Gesellschafterbeschlüsse, unter anderem in Bezug auf die vorgenannte Maßnahme der Geschäftsführung, die – in einer nach der Satzung schon nicht be-

schlussfähigen und überdies nach Auffassung von METRO in Bezug auf die Maßnahme der Geschäftsführung auch unzuständigen Gesellschafterversammlung – allein durch den Minderheitsgesellschafter gefasst wurden, Klage zum LG Ingolstadt erhoben. METRO geht davon aus, dass die Klage erfolgreich sein wird und die Gesellschafterbeschlüsse keinen Bestand haben werden.

Zudem wird auf die Informationen im zusammengefassten Lagebericht – Risiko- und Chancenbericht verwiesen.

Aktienrechtliche Klagen

Das Landgericht (LG) Düsseldorf hat mit inzwischen rechtskräftigem Urteil vom 11. September 2015 die von einem Aktionär der METRO AG erhobene Anfechtungsklage unter anderem gegen die Beschlussfassungen der Hauptversammlung vom 8. Mai 2013 über die Verwendung des Bilanzgewinns für das Geschäftsjahr 2012 sowie die Wahl des Abschlussprüfers abgewiesen. Zuvor hatte das LG Düsseldorf bereits mit ebenfalls rechtskräftigem Urteil vom 3. April 2014 die von demselben Aktionär erhobene Klage auf Feststellung der Nichtigkeit des festgestellten Jahresabschlusses der METRO AG zum 31. Dezember 2012 abgewiesen und damit ebenfalls zugunsten von METRO entschieden. Diese Klagen waren insbesondere auf einen angeblichen Verstoß, insbesondere gegen die Vorschriften über die Gliederung des Jahresabschlusses wegen angeblich fehlerhafter Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe im Konzernabschluss der METRO AG gestützt. In beiden Urteilen bestätigte das Gericht die von der METRO AG vertretene Rechtsauffassung in allen wesentlichen Punkten vollständig.

Damit steht fest, dass der Jahresabschluss 2012 der METRO AG gemäß den Bilanzierungsvorschriften des Handelsgesetzbuches fehlerfrei und rechtmäßig erstellt wurde und wirksam ist. Gleiches gilt für den Konzernabschluss 2012 der METRO AG. Der METRO AG steht mittelbar über ihre Tochtergesellschaft METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH die Mehrheit der Stimmrechte der Gesellschafter der Media-Saturn-Holding GmbH (MSH) zu. Sie übt damit unwiderleglich nach § 290 Abs. 2 Nr. 1 HGB beherrschenden Einfluss auf die MSH aus, die damit ein verbundenes Unternehmen im Sinne der für den Jahresabschluss maßgeblichen handelsrechtlichen Vorschriften ist. Die Konsolidierung der Media-Saturn-Unternehmensgruppe im Konzernabschluss 2012 der METRO AG entspricht den internationalen Rechnungslegungsvorschriften (IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind) und ist zutreffend erfolgt.

Die mit der Anfechtungsklage angefochtenen Beschlüsse der Hauptversammlung 2013, nämlich der Gewinnverwendungsbeschluss, der Beschluss über die Wahl des Abschlussprüfers für das Rumpfgeschäftsjahr 2013 sowie die Entlastungsbeschlüsse für Vorstand und Aufsichtsrat, sind ebenfalls sämtlich fehlerfrei und wirksam zustande gekommen. Die dem Kläger in der Hauptversammlung 2013 erteilten Auskünfte waren ordnungsgemäß und hinreichend, sodass sein aktienrechtliches Auskunftsrecht gewahrt wurde.

Untersuchung des Bundeskartellamts

Am 14. Januar 2010 durchsuchte das Bundeskartellamt – wie zuletzt im Konzernabschluss für das Geschäftsjahr 2013/14 berichtet – ehemalige Geschäftsräume der MGB METRO Group Buying GmbH. Am 19. Dezember 2011 hatte das Bundeskartellamt die Untersuchung auf die METRO AG, die METRO Cash & Carry International GmbH und die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH ausgeweitet sowie sachlich erweitert. Diese Ausweitung resultierte aus der Tatsache, dass die MGB METRO Group Buying GmbH im Rahmen der Dezentralisierung des Zentraleinkaufs in Deutschland auf die METRO Dienstleistungs-Holding GmbH verschmolzen wurde. Dies nahm das Bundeskartellamt – wie berichtet – zum Anlass, die Untersuchung auf die Mutter- beziehungsweise Konzernobergesellschaft auszuweiten, um der Gefahr zu begegnen, dass der Verfahrensgegner infolge gesellschaftsrechtlicher Umstrukturierung wegfällt. Die Behörde hatte für einen Teilkomplex das Verfahren bereits ohne Weiteres eingestellt. Zwei weitere Teilkomplexe wurden mit der Behörde einvernehmlich durch Vergleiche gegen Bußgeldzahlung beigelegt. In einem verbliebenen Teilkomplex hat die Behörde im Februar 2015 ein Anhörungsschreiben an die METRO AG versandt. Darin werden Verhaltensweisen der ehemaligen MGB METRO Group Buying GmbH in Form von Vereinbarungen der vertikalen Preisbindungen mit einem Lieferanten vorgeworfen. Eine umfassende Verteidigung gegen die Vorwürfe läuft; eine angemessene Risikoversorge wurde gebildet.

Betriebsprüfung im Ausland

Im Jahr 2011 kam es bei einer ausländischen Konzerngesellschaft in Zusammenhang mit einer Betriebsprüfung aus dem Jahr 2006 zu einer Ertragsteuernachzahlung im zweistelligen Millionenbereich. Derzeit befindet sich die Gesellschaft in einem Rechtsstreit über die Rechtmäßigkeit des Steuerbescheids. Parallel macht die Gesellschaft Regressansprüche geltend.

**Schadenersatzansprüche wegen
kartellrechtswidriger Interbankenentgelte**

Gesellschaften der METRO GROUP haben bei einem Londoner Gericht eine Klage gegen Gesellschaften von Mastercard eingereicht. Mit der Klage werden Schadenersatzansprüche auf der Basis der Entscheidung der EU-Kommission geltend gemacht, die festgestellt hat, dass im Zeitraum zwischen 1992 und 2007 die von Mastercard als Teil ihres Zahlkartensystems festgelegten grenzüberschreitenden Interbankenentgelte, die auch bei der Festlegung von nationalen Interbankenentgelten eine Rolle spielten, gegen europäisches Kartellrecht verstoßen haben. Traditionell werden Interbankenentgelte als Teil der Händlergebühren von der Händlerbank an den Händler weiterbelastet.

Übrige Rechtsangelegenheiten

Darüber hinaus sind Gesellschaften der METRO GROUP Partei beziehungsweise Beteiligte in weiteren gerichtlichen und schiedsgerichtlichen Klageverfahren sowie Kartellverfahren in diversen europäischen Ländern. Dazu gehören auch die Ermittlungen der EU-Kommission gegen die Media-Saturn-Unternehmensgruppe und die Redcoon GmbH, die mit Durchsuchungen wegen des Verdachts auf wettbewerbsbeschränkende Abreden mit Lieferanten 2013 beziehungsweise 2015 eingeleitet wurden. Für diese Verfahren wurde, sofern die Verpflichtung hinreichend konkretisiert ist, eine angemessene Risikovorsorge gebildet.

Des Weiteren sieht sich die METRO GROUP in einigen Ländern zunehmend regulatorischen Strömungen im Zusammenhang mit dem Beschaffungswesen sowie der geänderten Auslegung umsatzsteuerlicher Regelungen ausgesetzt.

48. Ereignisse nach dem Bilanzstichtag

Zwischen dem Bilanzstichtag (30. September 2015) und dem Zeitpunkt der Aufstellung des Konzernabschlusses (3. Dezember 2015) sind die folgenden Sachverhalte eingetreten, die für die Beurteilung der Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage der METRO AG und der METRO GROUP von Bedeutung sind:

Die Media-Saturn Holding hatte im August 2015 die Vereinbarung zum Kauf einer Mehrheitsbeteiligung (90 Prozent der Anteile) an dem Kundenservice- und Reparaturdienstleister RTS unterzeichnet. Das Closing für diesen Erwerb erfolgte am 1. Oktober 2015, weshalb die Voraussetzungen für die Begründung eines Mutter-Tochter-Verhältnisses durch Erlangung von Kontrolle bis zum Bilanzstichtag nicht gegeben waren. Die Einbeziehung der RTS-Gruppe in den Konsolidierungskreis erfolgt somit erst im Geschäftsjahr 2015/16. Die RTS-Gruppe

erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 136 Mio. € und beschäftigte rund 1.200 Mitarbeiter.

Am 16. November 2015 wurde der Minderheitsanteil in Höhe von 15 Prozent an METRO Cash & Carry Rumänien von der Gesellschafterin Zareba Holdings Limited erworben. Die aus dieser Transaktion resultierende Kaufpreisverbindlichkeit ist im Rahmen der Bilanzierung von Verkaufsoptionen bereits zum 30. September 2015 passiviert worden, sodass die Zahlung lediglich zu einer Bilanzkürzung führt.

**49. Angaben über Beziehungen zu nahestehenden
Unternehmen und Personen**

Die METRO GROUP hatte im Geschäftsjahr 2014/15 zu nahestehenden Unternehmen folgende Geschäftsbeziehungen:

Mio. €	2013/14	2014/15
Erbrachte Leistungen	1	0
davon an assoziierte Unternehmen	(0)	(0)
Erhaltene Leistungen	16	15
davon von assoziierten Unternehmen	(3)	(3)
Forderungen aus erbrachten Leistungen	0	0
Verbindlichkeiten aus erhaltenen Leistungen	2	2

Unternehmen der METRO GROUP erbrachten im Geschäftsjahr 2014/15 keine Leistungen an Unternehmen, die dem Kreis der nahestehenden Unternehmen zuzurechnen sind.

Die Leistungen in Höhe von 15 Mio. €, die Unternehmen der METRO GROUP im Geschäftsjahr 2014/15 von nahestehenden Unternehmen erhalten haben, bestanden in Höhe von 9 Mio. € aus der Erbringung von Dienstleistungen und in Höhe von 6 Mio. € aus der Vermietung von Immobilien.

Die Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden Unternehmen sind vertraglich vereinbart und entsprechen Marktkonditionen. Im Geschäftsjahr 2014/15 bestanden wie im Geschäftsjahr 2013/14 keine Geschäftsbeziehungen zu nahestehenden natürlichen Personen.

Die Grundzüge des Vergütungssystems und die Höhe der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat sind unter Nummer 51 Vorstand und Aufsichtsrat aufgeführt.

50. Long-Term Incentive der Führungskräfte

Die METRO AG unterhält seit 1999 Long-Term-Incentive-Programme, um die oberen Führungskräfte an der Wertentwicklung des Unternehmens zu beteiligen und ihren Beitrag zum nachhaltigen Erfolg der METRO GROUP im Vergleich zum

Wettbewerb zu honorieren. Der bezugsberechtigte Personenkreis umfasst die Mitglieder des Vorstands und die oberen Führungskräfte der METRO AG sowie Geschäftsführungsorgane und die oberen Führungskräfte der Unternehmen der METRO GROUP.

Sustainable Performance Plan Version 2014 (2014/15–2017/18)

Nachdem im Geschäftsjahr 2013/14 die erste Tranche des Sustainable Performance Plan begeben wurde, wurde eine Anpassung des Sustainable Performance Plan ab dem Geschäftsjahr 2014/15 beschlossen: der sogenannte Sustainable Performance Plan Version 2014 mit einer Planlaufzeit von vier Tranchen bis zum Geschäftsjahr 2017/18. Für die Tranche 2014/15 des Sustainable Performance Plan Version 2014 gilt eine dreijährige Performance-Periode, ab der Tranche 2015/16 beträgt die Performance-Periode vier Jahre.

Für die Bezugsberechtigten wird zunächst ein Zielbetrag in Euro festgelegt. Der Auszahlungsbetrag ergibt sich durch Multiplikation des Zielbetrags mit dem Faktor der Gesamtzielerreichung. Dieser berechnet sich durch Ermittlung der jeweils auf zwei Nachkommastellen gerundeten Zielerreichungsfaktoren für jedes der drei Erfolgsziele. Das arithmetische Mittel der Faktoren, ebenfalls auf zwei Nachkommastellen gerundet, ergibt den Gesamtzielerreichungsfaktor. Der Auszahlungsbetrag ist auf maximal 250 Prozent des Zielbetrags begrenzt (Auszahlungscap). Für den Fall der Beendigung der Tätigkeit sind gesonderte Regelungen zur Auszahlung von Tranchen vereinbart.

Der Sustainable Performance Plan Version 2014 beruht auf den drei Erfolgszielen:

- Aktienrendite / Total Shareholder Return (TSR),
- Nachhaltigkeit und
- Ergebnis pro Aktie / Earnings per Share (EPS).

Für die Berechnung des Zielerreichungsfaktors der **TSR-Komponente**, die daran gemessen wird, wie sich die Aktienrendite der METRO-Stammaktie im Performance-Zeitraum relativ zu einem definierten Vergleichsindex entwickelt, werden über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar nach der ordentlichen Hauptversammlung der METRO AG im Gewährungsjahr die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Anfangskurs. Am 41. Börsenhandelstag nach der ordentlichen Hauptversammlung beginnt die Performance-Periode für die jeweilige Tranche. Wiederum über einen Zeitraum von 40 Börsenhandelstagen unmittelbar

nach der ordentlichen Hauptversammlung drei Jahre beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier Jahre nach Ermittlung des Anfangskurses und Begebung der jeweiligen Tranche werden die Xetra-Schlusskurse der METRO-Stammaktie ermittelt. Daraus wird erneut der arithmetische Durchschnitt gebildet, der sogenannte Endkurs. Dabei berechnet sich der TSR aus der Veränderung des METRO-Aktienkurses und der Summe der hypothetisch reinvestierten Dividenden über die Performance-Periode in Relation von Endkurs zu Anfangskurs als Prozentsatz.

Der so errechnete METRO-TSR wird mit dem TSR des Dow Jones STOXX Europe 600 Retail Index (Index-TSR) in der Performance-Periode verglichen und der Faktor für die Berechnung der TSR-Komponente bei der dreijährigen Performance-Periode der Tranche 2014/15 wie folgt ermittelt:

- Ist der METRO-TSR identisch mit dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 1,0,
- liegt der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte oder mehr unter dem Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 0,0,
- ist der METRO-TSR um 30 Prozentpunkte größer als der Index-TSR, beträgt der Faktor für die TSR-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 30 Prozentpunkten berechnet sich der TSR-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Für die Ermittlung des Zielerreichungsfaktors der **Nachhaltigkeitskomponente** nimmt die METRO AG in jedem Jahr der drei- beziehungsweise vierjährigen Performance-Periode des Sustainable Performance Plans Version 2014 am Corporate Sustainability Assessment teil, das von dem externen unabhängigen Dienstleister RobecoSAM AG durchgeführt wird. Auf Basis dieses Assessments ermittelt die RobecoSAM AG den Rang der METRO AG innerhalb der Branchengruppe „Food and Staples Retailing“, die gemäß Global Industry Classification Standard (GICS) definiert ist. Dieser Rang dient S&P Dow Jones Indices als Entscheidungsgrundlage für die Aufnahme in seine Dow Jones Sustainability Indices (DJSI). Jedes Jahr wird die METRO AG von der RobecoSAM AG über ihren entsprechenden Rang informiert. Aus den drei beziehungsweise ab dem Geschäftsjahr 2015/16 vier während der Performance-Periode von der RobecoSAM AG mitgeteilten Rängen je Tranche wird der Durchschnitt – kaufmännisch gerundet auf ganze Zahlen – ermittelt. Abhängig vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente.

Für die im Sustainable Performance Plan Version 2014 neu eingeführte **EPS-Komponente** ermittelt sich der Zielerreichungsfaktor wie folgt: Im Regelfall wird zu Beginn des Geschäftsjahres ein EPS-Zielwert (vor Sonderfaktoren) für das dritte beziehungsweise vierte Jahr der EPS-Performance-Periode, eine untere Schwelle/Einstiegshürde sowie eine obere Schwelle für 200 Prozent Zielerreichung beschlossen. Die tatsächlich erreichten EPS der Performance-Periode werden mit den beschlossenen Werten verglichen und der Faktor für die Berechnung der EPS-Komponente wie folgt ermittelt:

- Wird der EPS-Zielwert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 1,0,
- wird lediglich die untere Einstiegshürde oder ein darunter liegender Wert erreicht, beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 0,0,
- bei einer Zielerreichung von 200 Prozent beträgt der Faktor für die EPS-Komponente 2,0.
- Bei einer Zielerreichung bei Zwischenwerten und über 200 Prozent berechnet sich der EPS-Faktor für den Sustainable Performance Plan Version 2014 mittels linearer Interpolation auf zwei Nachkommastellen.

Sustainable Performance Plan (2013/14)

Nachdem im Rumpfgeschäftsjahr 2013 die letzte Tranche des Performance Share Plan begeben wurde, wurde im Geschäftsjahr 2013/14 die Tranche des Sustainable Performance Plans ausgegeben.

Für die Bezugsberechtigten wurde zunächst ein Zielbetrag in Euro festgesetzt. Er ist zu 75 Prozent abhängig von der TSR-Komponente und zu 25 Prozent von der Nachhaltigkeitskomponente.

Die Berechnung der **TSR-Komponente** folgt der für den Sustainable Performance Plan Version 2014 beschriebenen Systematik; der Faktor für die TSR-Komponente beträgt jedoch maximal 3,0 (Cap). Ferner gilt die folgende zusätzliche Bedingung, sofern der TSR-Faktor positiv ist: Eine Auszahlung von 75 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem TSR-Faktor erfolgt nur dann, wenn der ermittelte Endkurs der METRO-Aktie nicht kleiner ist als der Anfangskurs. Ist diese Bedingung nicht erfüllt, wird der errechnete Betrag zunächst nicht ausgezahlt. Ein Anspruch auf Auszahlung besteht in diesem Fall erst dann, wenn innerhalb von drei Jahren nach Ablauf der Performance-Periode der Xetra-Schlusskurs der METRO-Stammaktie über 40 aufeinanderfolgende Börsenhandelstage größer oder gleich dem Anfangskurs ist. Wird diese Bedingung nicht innerhalb der drei Jahre nach Ablauf der Performance-Periode

erfüllt, erfolgt keine Auszahlung der TSR-Komponente der Tranche.

Für die Ermittlung des Faktors der **Nachhaltigkeitskomponente** gilt ebenfalls die beschriebene Systematik des Sustainable Performance Plan Version 2014, wobei sich der Faktor für die Nachhaltigkeitskomponente in Abhängigkeit vom Durchschnittsrang über die Performance-Periode ergibt.

Dabei gilt die folgende zusätzliche Bedingung: Eine Auszahlung von 25 Prozent des Zielbetrags multipliziert mit dem Nachhaltigkeitsfaktor erfolgt nur unter der Bedingung, dass der Rang der METRO AG in keinem Jahr der Performance-Periode mehr als zwei Ränge geringer ist als der letzte veröffentlichte Rang vor Begebung der Tranche, sonst beträgt der Faktor aus der Nachhaltigkeitskomponente null. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) für die Nachhaltigkeitskomponente liegt beim Dreifachen des Zielbetrags.

Der Wert der im Geschäftsjahr 2014/15 zugeteilten Tranche des Sustainable Performance Plan Version 2014 betrug zum Zeitpunkt der Zuteilung 41 Mio. € (Vorjahr Sustainable Performance Plan: 6 Mio. €) und wurde durch externe Gutachter nach einem anerkannten finanzmathematischen Verfahren ermittelt.

Sustainable Performance Plan / Sustainable Performance Plan Version 2014

Tranche	Ende der Performance-Periode	Anfangskurs für die TSR-Komponente	Zielbetrag zum 30.9.2015
2013/14	41. Börsen- handelstag nach der Haupt- versammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	29,73 €	8.060.000 €
2014/15	41. Börsen- handelstag nach der Haupt- versammlung, drei Jahre nach Begebung der Tranche	31,69 €	28.765.000 €

Performance Share Plan (2009–2013)

Im Jahr 2009 hat die METRO AG einen auf fünf Jahre angelegten Performance Share Plan eingeführt, dessen letzte Tranche im Rumpfgeschäftsjahr 2013 ausgegeben wurde. Die Bezugsberechtigten erhielten entsprechend der Bedeutung ihrer Funktion einen individuellen Betrag für den Performance Share Plan (Zielwert). Um die Zielanzahl der Performance Shares zu ermitteln, wurde der Zielwert durch den

Aktienkurs bei Zuteilung dividiert. Maßgeblich war dabei der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Zuteilungszeitpunkt. Ein Performance Share berechtigt zu einer Barauszahlung in Euro in Höhe des Kurses der METRO-Aktie zum Auszahlungszeitpunkt. Auch hier ist der Drei-Monats-Durchschnittskurs der METRO-Aktie vor dem Auszahlungszeitpunkt maßgeblich.

In Abhängigkeit von der relativen Performance der METRO-Aktie im Vergleich zum Mittelwert aus den Aktienindizes DAX 30 und Dow Jones Euro STOXX Retail – Total Return – wird nach Ablauf eines Performance-Zeitraums von mindestens drei und höchstens 4,25 Jahren die endgültige Anzahl der auszahlenden Performance Shares bestimmt. Diese entspricht der Zielanzahl, wenn eine Gleich-Performance zu den genannten Aktienindizes erreicht wird. Bis zu einer Outperformance von 60 Prozent erhöht sich die Anzahl linear auf den Maximalwert von 200 Prozent der Zielanzahl. Bis zu einer Underperformance von 30 Prozent reduziert sich die Anzahl entsprechend bis auf 50 Prozent. Bei einer höheren Underperformance fällt die Anzahl auf null.

Die Auszahlung kann zu sechs möglichen und vorab fest definierten Zeitpunkten erfolgen. Der früheste Auszahlungstermin ist drei Jahre nach Zuteilung der Performance Shares. Ab diesem Zeitpunkt ist eine Auszahlung alle drei Monate möglich. Die Berechtigten haben die Wahl, zu welchem dieser Zeitpunkte sie ihre Performance Shares ausüben möchten. Eine Aufteilung auf mehrere Auszahlungszeitpunkte ist nicht möglich. Die Obergrenze der Auszahlung (Cap) liegt beim Fünffachen des Zielwerts.

Mit dem Performance Share Plan wurden zugleich sogenannte Share Ownership Guidelines eingeführt: Als Voraussetzung für die Auszahlung der Performance Shares sind die Berechtigten verpflichtet, bis zum Ablauf der dreijährigen Sperrfrist ein eigenfinanziertes Investment in METRO-Aktien aufzubauen und zu halten. Dadurch partizipieren sie als Aktionäre unmittelbar an Kursanstiegen, aber gegebenenfalls auch an Kursverlusten der METRO-Aktie. Das zu haltende Volumen beträgt in der Regel circa 50 Prozent des individuellen Zielwerts.

Performance Share Plan

Tranche	Ende der Sperrfrist	Drei-Monats-Durchschnittskurs vor Zuteilungszeitpunkt	Anzahl Performance Shares zum 30.9.2015
2009	August 2012	36,67 €	Verfallen
2010	August 2013	42,91 €	Verfallen
2011	August 2014	41,73 €	292.475
2012	April 2015	29,18 €	478.581
2013	April 2016	22,84 €	699.213

Aus den Tranchen 2011 sowie 2012, deren Sperrfristen im August 2014 beziehungsweise im April 2015 endeten, erfolgten im Geschäftsjahr 2014/15 keine Auszahlungen.

Aus den laufenden Tranchen anteilsbasierter Vergütungsprogramme ist ein Aufwand in Höhe von 7 Mio. € (2013/14: 3 Mio. €) angefallen.

Die damit im Zusammenhang stehenden Rückstellungen zum 30. September 2015 betragen 21 Mio. € (30.9.2014: 15 Mio. €). Davon betreffen 0 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) die Tranche 2010, 0 Mio. € (30.9.2014: 0 Mio. €) die Tranche 2011, 0 Mio. € (30.9.2014: 3 Mio. €) die Tranche 2012, 11 Mio. € (30.9.2014: 11 Mio. €) die Tranche 2013, 4 Mio. € (30.9.2014: 1 Mio. €) die Tranche 2014 und 6 Mio. € die Tranche 2015.

51. Vorstand und Aufsichtsrat

Vergütung der Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2014/15

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands setzt sich im Wesentlichen zusammen aus der Grundvergütung, der kurzfristigen erfolgsabhängigen Vergütung (Short-Term Incentive und Sonderprämien) sowie der im Geschäftsjahr 2014/15 gewährten erfolgsabhängigen Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive).

Das Short-Term Incentive der Mitglieder des Vorstands wird im Wesentlichen durch die Entwicklung der Erfolgsziele EBIT, RoCE und flächenbereinigtes Umsatzwachstum bestimmt und berücksichtigt darüber hinaus die Erreichung individuell gesetzter Ziele.

Die Vergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands im Geschäftsjahr 2014/15 beträgt 21,7 Mio. € (2013/14: 10,8 Mio. €). Davon entfallen 4,0 Mio. € (2013/14: 3,7 Mio. €) auf die Grundvergütung, 10,0 Mio. € (2013/14: 3,4 Mio. €) auf die kurzfristige erfolgsabhängige Vergütung, 7,5 Mio. € (2013/14: 3,4 Mio. €)

auf die erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung und 0,2 Mio. € (2013/14: 0,3 Mio. €) auf sonstige Vergütungen.

Die im Geschäftsjahr 2014/15 gewährte erfolgsabhängige Vergütung mit langfristiger Anreizwirkung (Sustainable Performance Plan Version 2014) ist mit dem Fair Value zum Zeitpunkt der Gewährung angegeben. Im Geschäftsjahr 2014/15 haben sich Wertveränderungen aus den laufenden Tranchen erfolgsabhängiger Vergütungsprogramme mit langfristiger Anreizwirkung ergeben. Der Aufwand für die Gesellschaft betrug betreffend Herrn Koch 0,92 Mio. €, betreffend Herrn Boone 0,02 Mio. €, betreffend Herrn Frese 0,76 Mio. €, betreffend Herrn Haas 0,77 Mio. € und betreffend Herrn Hutmacher 0,02 Mio. €.

Der Zielbetrag der Tranche 2014/15 für die Mitglieder des Vorstands beträgt 5,365 Mio. €.

Die sonstigen Vergütungen entfallen auf geldwerte Vorteile aus Sachbezügen.

Gesamtbezüge der früheren Mitglieder des Vorstands

Für frühere Mitglieder des Vorstands der METRO AG und der auf die METRO AG verschmolzenen Gesellschaften sowie ihre Hinterbliebenen wurden Leistungen in Höhe von 3,4 Mio. € (2013/14: 3,5 Mio. €) erbracht. Der Barwert des Verpflichtungsvolumens für laufende Pensionen und Anwartschaften auf Pensionen für diese Personengruppe beträgt 49,5 Mio. € (30.9.2014: 54,3 Mio. €).

———— Die Angaben gemäß § 314 Abs. 1 Nr. 6 a Satz 5 bis 8 HGB finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Vergütungsbericht.

Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder

Die Gesamtvergütung sämtlicher Mitglieder des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2014/15 beträgt 1,8 Mio. € (2013/14: 1,7 Mio. €).

———— Weitere Angaben zur Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder finden sich im zusammengefassten Lagebericht – Vergütungsbericht.

52. Honorare des Konzernabschlussprüfers

Für die erbrachten Dienstleistungen des Abschlussprüfers KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist das unten stehende Gesamthonorar berechnet worden.

Mio. €	2013/14	2014/15
Abschlussprüfung	9	9
Sonstige Bestätigungs- oder Prüfungsleistungen	1	1
Steuerberatungsleistungen	0	1
Sonstige Leistungen	2	2
	12	13

Es wurden ausschließlich Leistungen erbracht, die mit der Tätigkeit als Abschlussprüfer des Jahresabschlusses und des Konzernabschlusses der METRO AG vereinbar sind.

53. Entsprechenserklärung zum

Deutschen Corporate Governance Kodex

Vorstand und Aufsichtsrat haben im Dezember 2014 und im September 2015 Erklärungen gemäß § 161 AktG zu den Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex abgegeben und auf der Homepage der METRO AG www.metrogroup.de dauerhaft zugänglich gemacht.

54. Befreiungswahlrechte nach §§ 264 Abs. 3

beziehungsweise 264 b HGB

Nachfolgende inländische Tochtergesellschaften in der Rechtsform einer Kapitalgesellschaft beziehungsweise Personenhandels-gesellschaft werden die Befreiungsvorschriften gemäß § 264 Abs. 3 und § 264 b HGB nutzen und deshalb auf die Offenlegung ihrer Jahresabschlussunterlagen 2015 verzichten sowie überwiegend auch auf die Erstellung des (HGB-)Anhangs und Lageberichts.

a) Operative Gesellschaften und Serviceeinheiten

DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf
Liqueur & Wine Trade GmbH	Düsseldorf
MCC Trading Deutschland GmbH	Düsseldorf
MCC Trading International GmbH	Düsseldorf
Meister feines Fleisch – feine Wurst GmbH	Gäufelden
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Brunenthal GmbH & Co. KG	Brunenthal
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf
METRO Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf
METRO Cash & Carry International Management GmbH	Düsseldorf
METRO Dienstleistungs-Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Dreizehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Ingolstadt
METRO Erste Erwerbsgesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Finanzdienstleistungs Pensionen GmbH	Düsseldorf
METRO Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Group Accounting Center GmbH	Alzey
METRO Innovations Holding GmbH	Düsseldorf
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf
METRO LOGISTICS Services GmbH	Düsseldorf
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Linden
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Esslingen am Neckar
METRO Siebte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO Siebzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf
METRO Vierzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf
MGA METRO Group Advertising GmbH	Düsseldorf
MGC METRO Group Clearing GmbH	Düsseldorf
MGE Warenhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf
MGL METRO Group Logistics GmbH	Düsseldorf
MGL METRO Group Logistics Warehousing Beteiligungs GmbH	Düsseldorf
MGP METRO Group Account Processing GmbH	Kehl
MGT METRO Group Travel Services GmbH	Düsseldorf
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf
MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH	Düsseldorf
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf

N & NF Trading GmbH	Düsseldorf
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf
real,- Digital Fulfillment GmbH	Düsseldorf
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf
real,- Handels GmbH	Düsseldorf
real,- Holding GmbH	Düsseldorf
real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf
Zweite real,- Multi-Markt Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf

b) Immobiliengesellschaften

2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf
ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz-KG	Düsseldorf
AIB Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Düsseldorf
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Düsseldorf
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf
BAUGRU Immobilien-Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs-Kommanditgesellschaft	Düsseldorf
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf
GKF 6. Objekt Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Donaueschingen KG	Düsseldorf
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Köln-Porz KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Norden KG	Düsseldorf
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habhausen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Arrondierungsgrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Entwicklungsgrundstücke KG	Düsseldorf

GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Braunschweig Hamburger Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Espelkamp KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Göttingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover / Davenstedter Straße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Heinsberg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senking KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hörselgau KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach ZV II KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach-Rheydt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Münster-Kinderhaus KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn „Südring Center“ KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Pfarrkirchen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Saar-Grund KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wülfrath KG	Düsseldorf
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Amberg und Landshut KG	Düsseldorf
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Altlandsberg KG	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin-Friedrichshain KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Altona KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt München-Pasing KG	Düsseldorf

MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Porta-Westfalica KG	Düsseldorf
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schwelm KG	Düsseldorf
MDH Secundus GmbH & Co. KG	Düsseldorf
Metro Cash & Carry Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
METRO Group Asset Management Services GmbH	Düsseldorf
METRO Group Retail Real Estate GmbH	Düsseldorf
METRO Group Wholesale Real Estate GmbH	Düsseldorf
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf
METRO Leasing GmbH	Düsseldorf
METRO Leasing Objekt Schwerin GmbH	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Energy Management GmbH	Düsseldorf
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf
MFM METRO Group Facility Management GmbH	Düsseldorf
MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Detmold KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Eschweiler KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Gernersheim KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Langendreer KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Moers KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Neunkirchen KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Oberhausen oHG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Rendsburg KG	Pullach im Isartal
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Salzgitter KG	Pullach im Isartal
PIL Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
Pro. FS GmbH	Düsseldorf
Renate Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
RUDU Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
RUTIL Verwaltung GmbH & Co. SB-Warenhaus Bielefeld KG	Pullach im Isartal
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf
TIMUG Verwaltung GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf
Wolfgang Wirichs GmbH	Düsseldorf
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Dritte Vermietungs-oHG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Braunschweig Berliner Straße KG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Mutterstadt KG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Pullach im Isartal
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekte Niedersachsen KG	Pullach im Isartal

55. Übersicht der wesentlichen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften

Name	Sitz	Konzernanteile in %	Umsatzerlöse¹ Mio. €
Holdinggesellschaften			
METRO AG	Düsseldorf, Deutschland		0
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
METRO Cash & Carry			
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	4.742
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre, Frankreich	100,00	4.150
METRO Cash & Carry OOO	Moskau, Russland	100,00	3.489
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai, China	90,00	2.632
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese, Italien	100,00	1.744
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau, Polen	100,00	1.561
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid, Spanien	100,00	1.206
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul, Türkei	100,00	1.199
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag, Tschechien	100,00	1.032
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Wommelgem, Belgien	100,00	998
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam, Niederlande	100,00	970
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest, Rumänien	85,00	892
Real			
real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	7.743
Media-Saturn			
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt, Deutschland	78,38	9.780
Mediamarket S. p. A. con Socio Unico	Curno, Italien	78,38	2.168
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat, Spanien	78,38	1.784
Media Markt Saturn Holding Nederland B. V.	Rotterdam, Niederlande	78,38	1.485
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf, Österreich	78,38	1.124
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau, Polen	78,38	977
OOO Media-Markt-Saturn	Moskau, Russland	78,38	761
Sonstige Gesellschaften			
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	572
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong, China	100,00	43
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf, Deutschland	99,51	0
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf, Deutschland	100,00	0
MIAG Commanditaire Vennootschap	Amsterdam, Niederlande	100,00	0

¹ Inklusive einbezogener nationaler Tochtergesellschaften

56. Organe der METRO AG und ihre Mandate

Mitglieder des Aufsichtsrats¹

Franz M. Haniel (Vorsitzender)

Vorsitzender des Aufsichtsrats der Franz Haniel & Cie. GmbH

- a) BMW AG
Delton AG (stellv. Vorsitzender)
Franz Haniel & Cie. GmbH (Vorsitzender)
Heraeus Holding GmbH
- b) TBG Limited, St. Julian's, Malta – Board of Directors

Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)

Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der

real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) real,- SB-Warenhaus GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Prof. Dr. oec. Dr. iur. Ann-Kristin Achleitner

Inhaberin der Professur für Entrepreneurial Finance und
wissenschaftliche Co-Direktorin des Center for
Entrepreneurial and Financial Studies (CEFS)
an der Technischen Universität München

- a) Linde Aktiengesellschaft
Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft
Aktiengesellschaft
- b) Engie S.A. (vormals GDF SUEZ S.A.),
Paris, Frankreich – Verwaltungsrat

Dr. Wulf H. Bernotat

Bis 4. September 2015

Ehemaliger Vorsitzender des Vorstands der E.ON AG

Geschäftsführer der Bernotat & Cie. GmbH

- a) Allianz SE (stellv. Vorsitzender)
Bertelsmann SE & Co. KGaA
Bertelsmann Management SE
Vonovia SE (vormals Deutsche Annington Immobilien SE)
(Vorsitzender)
Deutsche Telekom AG
- b) Keine

Gwyn Burr

Seit 9. Dezember 2014

Mitglied des Board of Directors der Hammerson plc,
London, Großbritannien

- a) Keine
- b) DFS Furniture Holdings plc, Doncaster, South Yorkshire,
Großbritannien – Board of Directors, bis 11. März 2015
DFS Furniture plc, Doncaster, South Yorkshire,
Großbritannien – Board of Directors, seit 3. Februar 2015
DFS Investments Ltd., Doncaster, South Yorkshire,
Großbritannien – Board of Directors, bis 11. März 2015
Financial Ombudsman Service Ltd., London,
Großbritannien – Board of Directors, bis 21. Juli 2015
Hammerson plc, London, Großbritannien –
Board of Directors
Just Eat plc, London, Großbritannien – Board of Directors
Sainsbury's Bank plc, London, Großbritannien –
Board of Directors
Wembley National Stadium Ltd., London,
Großbritannien – Board of Directors,
bis 29. September 2015

¹ Stand der Mandate: 3. Dezember 2015 beziehungsweise jeweils das Datum des Eintritts in das Organ oder des Ausscheidens aus dem Organ der METRO AG

a) Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 1. Alt. AktG

b) Mitgliedschaften in vergleichbaren deutschen und internationalen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen i. S. d. § 125 Abs. 2, 2. Alt. AktG

Ulrich Dalibor

Bundesfachgruppenleiter Einzelhandel der Gewerkschaft ver.di

- a) DOUGLAS HOLDING AG, seit 5. November 2015
Maxingvest AG
- b) Keine

Jürgen Fitschen

Co-Vorsitzender des Vorstands der Deutsche Bank AG

- a) Keine
- b) Kühne + Nagel International AG, Schindellegi, Schweiz –
Verwaltungsrat

Hubert Frieling

Hauptabteilungsleiter Entgeltabrechnung der
real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) Keine
- b) Keine

Dr. Florian Funck

Mitglied des Vorstands der Franz Haniel & Cie. GmbH

- a) TAKKT AG
Vonovia SE (vormals Deutsche Annington Immobilien SE)
- b) Keine

Andreas Herwarth

Vorsitzender des Betriebsrats der METRO AG

- a) Keine
- b) Keine

Uwe Hoepfel

Bis 30. September 2015

Stellv. Vorsitzender des Konzernbetriebsrats der METRO AG,
bis 30. September 2015

Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der
GALERIA Kaufhof GmbH

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Peter Küpfer

Selbstständiger Unternehmensberater

- a) Keine
- b) AHRB AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat,
seit 12. November 2014
ARH Resort Holding AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat
Breda Consulting AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat
Cambiata Ltd., Road Town, Tortola,
Britische Jungferninseln – Board of Directors
Gebr. Schmidt GmbH & Co. KG – Beirat
Lake Zurich Fund Exempt Company, George Town,
Grand Cayman, Cayman Islands – Board of Directors
Supra Holding AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat
Travel Charme Hotels & Resorts Holding AG, Zürich,
Schweiz – Verwaltungsrat

Rainer Kuschewski

Gewerkschaftssekretär ver.di Bundesverwaltung

- a) GALERIA Kaufhof GmbH
real,- SB-Warenhaus GmbH
- b) Keine

Susanne Meister

Mitglied des Gesamtbetriebsrats der
real,- SB-Warenhaus GmbH

- a) Keine
- b) Keine

Mattheus P. M. (Theo) de Raad

Mitglied des Aufsichtsrats der HAL Holding N.V.

- a) Keine
- b) HAL Holding N.V., Willemstad, Curaçao,
Niederländische Antillen – Aufsichtsrat
Vollenhoven Olie Groep B.V., Tilburg, Niederlande –
Aufsichtsrat
METRO Cash & Carry Russia N.V., Amsterdam,
Niederlande – Aufsichtsrat, bis 15. September 2015

Dr. Fredy Raas

Geschäftsführer der Beisheim Holding GmbH
(vormals Otto Beisheim Holding GmbH), Baar, Schweiz,
und der Beisheim Group GmbH & Co. KG
(vormals Otto Beisheim Group GmbH & Co. KG)

- a) Keine
- b) ARISCO Holding AG, Baar, Schweiz – Verwaltungsrat
Montana Capital Partners AG, Baar, Schweiz –
Verwaltungsrat

Gabriele Schendel

Bis 30. September 2015
Stellv. Vorsitzende des Gesamtbetriebsrats
der GALERIA Kaufhof GmbH

- a) GALERIA Kaufhof GmbH
- b) Keine

Xaver Schiller

Gesamtbetriebsratsvorsitzender
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH
Vorsitzender des Betriebsrats des METRO Cash & Carry
Großmarkts München-Brunnthal

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH
(stellv. Vorsitzender)
- b) Keine

Dr. jur. Hans-Jürgen Schinzler

Ehrevorsitzender des Aufsichtsrats der Münchener
Rückversicherungs-Gesellschaft Aktiengesellschaft

- a) Keine
- b) Keine

Jürgen B. Steinemann

Seit 5. September 2015
Mitglied des Aufsichtsrats der METRO AG

- a) Ewald Dörken AG
- b) Barry Callebaut AG, Zürich, Schweiz – Verwaltungsrat
(Vizepräsident)
Lonza Group AG, Basel, Schweiz – Verwaltungsrat

Angelika Will

Ehrenamtliche Richterin am Landesarbeitsgericht Düsseldorf
Schriftführerin des Landesverbandsvorstands Nordrhein-
Westfalen der DHV – Die Berufsgewerkschaft e.V.
(Bundesfachgruppe Handel)

- a) Keine
- b) Keine

Ausschüsse des Aufsichtsrats und deren Besetzung

Aufsichtsratspräsidium

Franz M. Haniel (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Jürgen Fitschen
N. N.

Personalausschuss

Franz M. Haniel (Vorsitzender)
Werner Klockhaus (stellv. Vorsitzender)
Jürgen Fitschen
N. N.

Bilanz- und Prüfungsausschuss

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

Nominierungsausschuss

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

Vermittlungsausschuss gem. § 27 Abs. 3 MitbestG

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

Mitglieder des Vorstands¹

Olaf Koch (Vorsitzender)

Corporate Communications, Group Strategy, Corporate M&A, Corporate Legal Affairs & Compliance, Corporate Office, Corporate Public Policy, Digital Horeca (seit 22. September 2015), Business Innovation / New Ventures, METRO Cash & Carry (bis 30. September 2015), Real

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH (Vorsitzender), bis 14. September 2015
real,- SB-Warenhaus GmbH (Vorsitzender)
- b) Media-Saturn-Holding GmbH – Beirat (Vorsitzender)
METRO Cash & Carry Russia N.V., Amsterdam, Niederlande – Aufsichtsrat (Vorsitzender), bis 30. Juni 2015

Pieter C. Boone (Mitglied des Vorstands)

Seit 1. Juli 2015

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.)

- a) METRO Großhandelsgesellschaft mbH, seit 15. September 2015 (Vorsitzender, seit 21. September 2015)
- b) METRO Cash & Carry Russia N.V., Amsterdam, Niederlande – Aufsichtsrat (Vorsitzender), vom 1. Juli 2015 bis 15. September 2015

Mark Frese (Finanzvorstand)

Group Finance (Corporate Planning & Controlling, Corporate Treasury, Corporate Group Financial Services), Corporate Accounting, Global Business Services, Corporate Group Tax, Corporate Investor Relations, Corporate Risk Management & Internal Control Finance, Galeria Kaufhof (bis 30. September 2015), METRO PROPERTIES, MIB METRO GROUP Insurance Broker, METRO LOGISTICS

- a) GALERIA Kaufhof GmbH (Vorsitzender), bis 1. Oktober 2014
Metro Großhandelsgesellschaft mbH, bis 30. Juni 2015
- b) METRO Cash & Carry International Holding GmbH, Vösendorf, Österreich – Aufsichtsrat
METRO Distributie Nederland B.V., Diemen, Niederlande – Aufsichtsrat, bis 1. Juli 2015
METRO Finance B.V., Venlo, Niederlande – Aufsichtsrat
METRO Reinsurance N.V., Amsterdam, Niederlande – Aufsichtsrat

Pieter Haas (Mitglied des Vorstands)

Media Markt und Saturn

Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsführung der Media-Saturn-Holding GmbH

- a) Keine
- b) Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH, seit 4. Dezember 2014

Heiko Hutmacher (Arbeitsdirektor)

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

- a) Metro Großhandelsgesellschaft mbH
METRO Systems GmbH (Vorsitzender)
real,- SB-Warenhaus GmbH
- b) Keine

¹ Stand der Mandate: 3. Dezember 2015 beziehungsweise das Datum des Eintritts in das Organ der METRO AG

a) Mitgliedschaften in anderen gesetzlich zu bildenden Aufsichtsräten i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 1. Alt. AktG

b) Mitgliedschaften in vergleichbaren deutschen und internationalen Kontrollgremien von Wirtschaftsunternehmen i. S. d. § 125 Abs. 1 Satz 5, 2. Alt. AktG

57. Anteilsbesitz des METRO AG Konzerns zum 30. September 2015 gemäß § 313 HGB

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Konsolidierte Tochterunternehmen			
2. Schaper Objekt GmbH & Co. Kiel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
24-7 ENTERTAINMENT ApS	Kopenhagen	Dänemark	100,00
24-7 Entertainment GmbH	Berlin	Deutschland	100,00
ADAGIO 2. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ADAGIO 3. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ADAGIO Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Adolf Schaper GmbH & Co. Grundbesitz-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
AIB Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ARKON Grundbesitzverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASH Grundstücksverwaltung XXX GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Köln-Kalk GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
ASSET Zweite Immobilienbeteiligungen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Assevermag AG	Baar	Schweiz	79,20
Avilo Marketing Gesellschaft m. b. H.	Vösendorf	Österreich	100,00
BAUGRU Immobilien-Beteiligungsgesellschaft mit beschränkter Haftung & Co. Grundstücksverwaltung KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Beijing Weifa Trading & Commerce Co. Ltd.	Peking	China	97,14
biwigo GmbH	München	Deutschland	100,00
Blabert Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	94,00
CJSC METRO Management Ukraine	Kiew	Ukraine	100,00
Classic Alimentos (Macau) Limitada	Macau	China	99,00
Classic Coffee & Beverage Sdn Bhd	Kuala Lumpur	Malaysia	100,00
Classic Fine Foods (Hong Kong) Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods (Macau) Ltd.	Macau	China	99,80
Classic Fine Foods (Singapore) Private Limited	Singapur	Singapur	100,00
Classic Fine Foods (Thailand) Company Limited	Bangkok	Thailand	100,00
Classic Fine Foods (Thailand) Holding Company Limited	Bangkok	Thailand	49,00
Classic Fine Foods (Vietnam) Limited	Ho-Chi-Minh-Stadt	Vietnam	100,00
Classic Fine Foods China Holdings Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods China Trading Limited	Hongkong	China	100,00
Classic Fine Foods EM LLC	Abu Dhabi	Vereinigte Arabische Emirate	50,00
Classic Fine Foods Group Limited	London	Großbritannien	100,00
Classic Fine Foods Holdings Limited	London	Großbritannien	100,00
Classic Fine Foods Japan Holdings	Tokio	Japan	100,00
Classic Fine Foods Macau Holding Limited	Hongkong	China	80,00
Classic Fine Foods Netherlands BV	Schiphol	Niederlande	100,00
Classic Fine Foods Philippines Inc.	Makati	Philippinen	100,00
Classic Fine Foods Rungis SAS	Rungis	Frankreich	100,00
Classic Fine Foods Sdn Bhd	Kuala Lumpur	Malaysia	100,00
Classic Fine Foods UK Limited	London	Großbritannien	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Classic Fine Foodstuff Trading LLC	Abu Dhabi	Vereinigte Arabische Emirate	49,00
COM.TVmarkt Verwaltungs-GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Concarneau Trading Office SAS	Concarneau	Frankreich	100,00
Culinary Agents France SAS	Nanterre	Frankreich	100,00
Culinary Agents Italia s.r.l.	San Donato Milanese	Italien	100,00
Dalian Metro Warehouse Management Co., Ltd.	Dalian	China	100,00
DAYCONOMY GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Deelnemingsmaatschappij Arodema B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Deutsche SB-Kauf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
DFI Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Dinghao Foods (Shanghai) Co. Ltd.	Shanghai	China	100,00
Doxa Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach KG	Mainz	Deutschland	0,00 ¹
Electronic Online Services GmbH	München	Deutschland	100,00
Electronics Online Concepts GmbH	München	Deutschland	100,00
Electronics Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
French F&B (Japan) Co., Ltd.	Tokio	Japan	93,83
Fulltrade International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZB Fachmarktzentrum Bous Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	50,00
FZG Fachmarktzentrum Guben Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. Vermietungs-Kommanditgesellschaft	Düsseldorf	Deutschland	50,00
GBS Gesellschaft für Unternehmensbeteiligungen mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF 6. Objekt Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Donaueschingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Köln-Porz KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Bremen-Vahr KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Groß-Zimmern KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Norden KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90 ¹
GKF Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schaper Bremen-Habenhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 10. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 25. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. 8. Objekt-KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Arrondierungsgrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Entwicklungsgrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Gewerbegrundstücke KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Bochum Otto Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Braunschweig Hamburger Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Brühl KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Duisburg KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Edingen-Neckarhausen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Emden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Espelkamp KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Finowfurt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Frankenthal-Studernheim KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gäufelden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Göttingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Neuwiedenthal KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover / Davenstedter Straße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover Fössestraße KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hannover-Linden KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Heinsberg KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Herten KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hildesheim-Senking KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hörselgau KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kassel KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Kulmbach KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach ZV II KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Mönchengladbach-Rheydt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Münster-Kinderhaus KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Oldenburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Paderborn „Südring Center“ KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Pfarrkirchen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Rastatt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Ratingen KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Regensburg KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Saar-Grund KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wiesbaden-Nordenstadt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Wülfrath KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00
GKF Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekte Amberg und Landshut KG	Düsseldorf	Deutschland	94,90
Goldhand Lebensmittel- u. Verbrauchsgüter-Vertriebsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Düsseldorf	Deutschland	100,00
GrandPari Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Hansa Foto-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
Horten Nürnberg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
iBOOD GmbH	Berlin	Deutschland	100,00
iBOOD Sp. z o.o.	Poznan	Polen	100,00
ICS METRO Cash & Carry Moldova S.R.L.	Chisinau	Moldawien	100,00
Immobilien-Vermietungsgesellschaft von Quistorp GmbH & Co. Objekt Altlandsberg KG	Düsseldorf	Deutschland	90,24
Imtron Asia Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
IMTRON ELECTRONICA ESPAÑA S.L.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Imtron GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Imtron Helvetia AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Imtron Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
Imtron Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
INKOS Verwaltung GmbH & Co. Vermietungs-KG	Pullach im Isartal	Deutschland	6,00 ¹
Inpakcentrale ICN B.V.	Duiven	Niederlande	100,00
Johannes Berg GmbH, Weinkellerei	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Juke Entertainment GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhalle GmbH & Co. Objekt Lager Apfelstädt KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Kaufhof Warenhaus Neubrandenburg GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Klassisk Group (S) Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Klassisk Investment Limited	Hongkong	China	100,00
KUPINA Grundstücks-Verwaltungsgesellschaft mbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Liqueur & Wine Trade GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
LLC Ukrainian Wholesale Trade Company	Kiew	Ukraine	100,00
Makro Autoservicio Mayorista S. A. U.	Madrid	Spanien	100,00
MAKRO Cash & Carry Belgium NV	Wommelgem	Belgien	100,00
MAKRO Cash & Carry CR s.r.o.	Prag	Tschechien	100,00
Makro Cash & Carry Egypt LLC	Kairo	Ägypten	100,00
Makro Cash & Carry Portugal S.A.	Lissabon	Portugal	100,00
Makro Cash & Carry UK Holding Limited	Manchester	Großbritannien	100,00
Makro Cash and Carry Polska S.A.	Warschau	Polen	100,00
Makro Ltd.	Manchester	Großbritannien	100,00
Makro Pension Trustees Ltd.	Manchester	Großbritannien	100,00
MCC Boston Trading Office Inc.	Boston	USA	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Berlin-Friedrichshain KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Hamburg-Altona KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt München-Pasing KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Porta-Westfalica KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Schwelm KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Trading Deutschland GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCC Trading International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MCCI Asia Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
MDH Secundus GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Media-Saturn Beteiligungsges.m.b.H.	Vösendorf	Österreich	100,00
MEDIA MARKT – BUDAÖRS Video TV Hifi Elektro Fotó Computer Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT 3 DE MAYO SANTA CRUZ DE TENERIFE S.A.	Santa Cruz de Tenerife	Spanien	99,90
MEDIA MARKT A CORUÑA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	A Coruña	Spanien	99,90
Media Markt Aigle SA	Aigle	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT ALACANT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alicante	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALBACETE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Albacete	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCALÁ DE GUADÁIRA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Alcalá de Guadaira	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCALÁ DE HENARES VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcalá de Henares	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ALCORCÓN VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alcorcón	Spanien	99,90
Media Markt Alexandrium B.V.	Rotterdam	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT ALFAFAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Alfafar	Spanien	99,90

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT ALFRAGIDE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA.	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Alkmaar B.V.	Alkmaar	Niederlande	95,50
Media Markt Almere B.V.	Almere	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT ALMERIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Alphen aan den Rijn B.V.	Alphen aan den Rijn	Niederlande	95,50
Media Markt Amersfoort B.V.	Amersfoort	Niederlande	95,50
Media Markt Amsterdam Centrum B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Media Markt Amsterdam Noord B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Media Markt Amsterdam West B.V.	Amsterdam	Niederlande	95,50
Media Markt Amstetten TV-Hifi-Elektro GmbH	Amstetten	Österreich	90,00
Media Markt Apeldoorn B.V.	Apeldoorn	Niederlande	95,50
Media Markt Arena B.V.	Amsterdam	Niederlande	96,40
MEDIA MARKT ARENA Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
MEDIA MARKT Árkád Video TV Hifi Elektro Foto Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
Media Markt Arnhem B.V.	Arnhem	Niederlande	95,50
Media Markt Assen B.V.	Assen	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT AVEIRO – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT BADAJOZ S.A.	Badajoz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT BARAKALDO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Barakaldo	Spanien	99,90
MEDIA MARKT BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
Media Markt Basel AG	Basel	Schweiz	94,00
MEDIA MARKT Basilix NV	Sint-Agatha-Berchem	Belgien	90,00
Media Markt Békéscsaba Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Békéscsaba	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT BENFICA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Bergen op Zoom B.V.	Bergen op Zoom	Niederlande	100,00
Media Markt Bern AG	Bern	Schweiz	90,00
Media Markt Biel-Brugg AG	Brugg bei Biel	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT Bilbondo Video-TV-Hifi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Bilbao	Spanien	99,90
Media Markt Borås TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Borlänge TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT BRAGA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
MEDIA MARKT Braine-l'Alleud SA	Braine-l'Alleud	Belgien	90,00
Media Markt Breda B.V.	Breda	Niederlande	97,75
Media Markt Brugge NV	Brügge	Belgien	90,00
Media Markt Brussel Docks NV	Brüssel	Belgien	100,00
Media Markt Bruxelles Rue Neuve Media Markt Brussel Nieuwstraat SA	Brüssel	Belgien	90,00
Media Markt Bürs TV-Hifi-Elektro GmbH	Bürs	Österreich	90,00
MEDIA MARKT CARTAGENA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cartagena	Spanien	99,90
MEDIA MARKT CASTELLÒ DE LA Plana VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Castellón de la Plana	Spanien	99,90
Media Markt CCCI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt CCCVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCCXXIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCLIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCLXIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXVIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCLXXXVII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt CCXCVI TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXLIII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXLIV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT CCXXII TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT Century Center NV	Antwerpen	Belgien	90,00
Media Markt Chur AG	Chur	Schweiz	90,00
Media Markt CLXXIX TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT COLLADO VILLALBA, S.A.	Collado Villalba	Spanien	99,90
Media Markt Conthey SA	Conthey	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT CORDOBA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cordoba	Spanien	99,90
MEDIA MARKT CORDOVILLA-PAMPLONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Pamplona	Spanien	99,90
Media Markt Crissier SA	Crissier	Schweiz	90,00
Media Markt Cruquius B.V.	Cruquius	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT Debrecen Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Debrecen	Ungarn	90,00
Media Markt Den Bosch B.V.	Den Bosch	Niederlande	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Den Haag B.V.	Den Haag	Niederlande	97,30
Media Markt Deventer B.V.	Deventer	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT DIAGONAL MAR-BARCELONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Barcelona	Spanien	99,90
Media Markt Doetinchem B.V.	Doetinchem	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT DONOSTI VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Donosti	Spanien	99,90
Media Markt Dordrecht B.V.	Dordrecht	Niederlande	100,00
Media Markt Drachten B.V.	Drachten	Niederlande	100,00
Media Markt Duiven B.V.	Duiven	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT DUNA Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT E-289 S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt E-Business GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt E-Commerce AG	Dietikon	Schweiz	90,00
Media Markt Ede B.V.	Ede	Niederlande	95,50
Media Markt Eindhoven Centrum B.V.	Eindhoven	Niederlande	95,50
Media Markt Eindhoven Ekkersrijt B.V.	Son en Breugel	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT EL PRAT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	El Prat de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ELCHE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Elche	Spanien	99,90
Media Markt Emmen B.V.	Emmen	Niederlande	95,50
Media Markt Enschede B.V.	Enschede	Niederlande	100,00
Media Markt Eskilstuna TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Feldkirch TV-Hifi-Elektro GmbH	Feldkirch	Österreich	90,00
MEDIA MARKT FERROL, S.A.	Ferrol	Spanien	99,90
MEDIA MARKT FINESTRAT S.A.	Finestrat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GAIA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT GANDIA S.A.	Valencia-Gandia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GAVÀ VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Gavà	Spanien	99,90
Media Markt Gävle TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Genève SA	Genf	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT GETAFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Getafe	Spanien	99,90
MEDIA MARKT GIRONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Girona	Spanien	99,90
Media Markt GmbH TV-HiFi-Elektro	München	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT Gosselies/Charleroi SA	Charleroi	Belgien	90,00
Media Markt Göteborg-Bäckebol TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Göteborg-Högsbo TV-HiFi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Göteborg-Torpavallen TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT GRANADA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Pulianas-Granada	Spanien	99,90
Media Markt Grancia SA	Grancia	Schweiz	90,00
Media Markt Granges-Paccot AG	Granges-Paccot	Schweiz	90,00
Media Markt Graz-Liebenau TV-Hifi-Elektro GmbH	Graz	Österreich	90,00
Media Markt Groningen Centrum B.V.	Groningen	Niederlande	97,75
Media Markt Groningen Sontplein B.V.	Groningen	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT Győr Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Győr	Ungarn	100,00
Media Markt Heerhugowaard B.V.	Heerhugowaard	Niederlande	95,50

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Heerten B.V.	Heerten	Niederlande	95,50
Media Markt Helsingborg TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Hengelo B.V.	Hengelo	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT Herstal SA	Herstal	Belgien	90,00
Media Markt Hoofddorp B.V.	Hoofddorp	Niederlande	100,00
Media Markt Hoorn B.V.	Hoorn	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT HUELVA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Huelva	Spanien	99,90
Media Markt Imst TV-Hifi-Elektro GmbH	Imst	Österreich	90,00
Media Markt IP Holding Hong Kong Limited	Hongkong	China	100,00
MEDIA MARKT ISLAZUL MADRID S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Jemappes/Mons SA	Mons	Belgien	90,00
MEDIA MARKT JEREZ DE LA FRONTERA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Jerez de la Frontera	Spanien	99,90
Media Markt Jönköping TV-Hifi- Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Kalmar TV-Hifi-Elektro AB	Kalmar	Schweden	90,01
Media Markt Kecskemét Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Kecskemét	Ungarn	100,00
MEDIA MARKT KISPEST Video TV HiFi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	100,00
Media Markt Kortrijk NV	Kortrijk	Belgien	100,00
Media Markt Kriens AG	Kriens	Schweiz	90,00
Media Markt Kristianstad TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT L'HOSPITALET VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	L'Hospitalet de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LAS ARENAS S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LAS PALMAS DE GRAN CANARIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Las Palmas de Gran Canaria	Spanien	99,90
Media Markt Leeuwarden B.V.	Leeuwarden	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT LEGANÉS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Leganés	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LEIRIA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Leoben TV-Hifi-Elektro GmbH	Leoben	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LEÓN VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	León	Spanien	99,90
Media Markt Liège Médiacité SA	Liège	Belgien	100,00
MEDIA MARKT Liège Place Saint-Lambert SA	Liège	Belgien	100,00
Media Markt Linköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Linz TV-Hifi-Elektro GmbH	Linz	Österreich	90,00
MEDIA MARKT LLEIDA, S.A.	Lleida	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOGROÑO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Logroño	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LORCA S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LOS BARRIOS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Los Barrios	Spanien	99,90
MEDIA MARKT LUGO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Lugo	Spanien	99,90
Media Markt Luleå TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Lund TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Maastricht B.V.	Maastricht	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT MADRID BENLLIURE S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MADRID CASTELLANA S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MADRID PLENILUNIO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MADRID-VILLAVERDE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Madrid	Spanien	99,90

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT Majadahonda Video-TV-HiFi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Majadahonda	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MÁLAGA – PLAZA MAYOR S.A.	El Prat de Llobregat	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MALAGA-CENTRO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Malaga	Spanien	99,90
Media Markt Malmö-Bernstorp TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Malmö-Svågertorp TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
MEDIA MARKT MAMMUT Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Management AG	Dietikon	Schweiz	100,00
Media Markt Marin SA	La Tène	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT MASSALFASSAR S.A.	València	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MATARO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Mataro	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Mechelen NV	Mechelen	Belgien	100,00
MEDIA MARKT Megapark Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Meyrin SA	Meyrin	Schweiz	90,00
Media Markt Middelburg B.V.	Middelburg	Niederlande	97,75
MEDIA MARKT Miskolc Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft	Miskolc	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Mons SA	Mons	Belgien	100,00
MEDIA MARKT MURCIA NUEVA CONDOMINA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT MURCIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Murcia	Spanien	99,90
MEDIA MARKT NASCENTE – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
Media Markt Nieuwegein B.V.	Nieuwegein	Niederlande	100,00
Media Markt Norrköping TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Nyíregyháza Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Nyíregyháza	Ungarn	90,00
Media Markt Oberwart TV-Hifi-Elektro GmbH	Oberwart	Österreich	90,00
Media Markt Oftringen AG	Oftringen	Schweiz	90,00
MEDIA MARKT Oostakker NV	Oostakker	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Oostende NV	Oostende	Belgien	90,00
Media Markt Örebro TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT ORIHUELA S.A.	Orihuela	Spanien	99,90
MEDIA MARKT PALMA DE MALLORCA S.A.	Palma de Mallorca	Spanien	99,90
MEDIA MARKT PARETS DEL VALLES S.A.	Parets del Vallès	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Pécs Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Pécs	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT PLAZA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 19 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 22 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 25 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 26 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. 27 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Białystok Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Bielsko-Biała Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Bydgoszcz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Chorzów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Czeladź Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Polska Sp. z o.o. Częstochowa Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Elbląg Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdańsk I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdańsk II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Głogów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Gorzów Wielkopolski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Jelenia Góra Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kalisz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Katowice I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kielce Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Konin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Koszalin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Kraków II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Legnica Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Łódź I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Łódź II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Lublin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Nowy Sącz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Olsztyn Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Opole Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Piotrków Trybunalski Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Płock Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Poznań I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Poznań II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Przemyśl Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Radom Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Rybnik Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Rzeszów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Słupsk Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Szczecin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Tarnów Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Toruń Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wałbrzych Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa 1 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa III Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Warszawa IV Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wrocław I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Wrocław II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zabrze Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zamość Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Polska Sp. z o.o. Zielona Góra Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
MEDIA MARKT Pólus Center Video TV Hifi Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Power Service AG	Dietikon	Schweiz	100,00
MEDIA MARKT PUERTO REAL VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Cádiz	Spanien	99,90
MEDIA MARKT QUART DE POBLET, S.A.	Quart de Poblet	Spanien	99,90
Media Markt Ried TV-Hifi-Elektro GmbH	Ried im Innkreis	Österreich	90,00
Media Markt Rijswijk B.V.	Rijswijk [Den Haag]	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT RIVAS-VACIAMADRID VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Madrid	Spanien	99,90
Media Markt Roermond B.V.	Roermond	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT Roeselare NV	Roeselare	Belgien	90,00
Media Markt Rotterdam Beijerlandselaan B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT SALAMANCA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Santa Marta de Tormes	Spanien	99,90
MEDIA MARKT San Juan de Aznalfarache VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sevilla	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SAN SEBASTIAN DE LOS REYES VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	San Sebastian de los Reyes	Spanien	99,99
MEDIA MARKT SANT CUGAT DEL VALLÈS VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sant Cugat del Vallès	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Santander Video-TV-Hifi-Elektro-Computer-Foto, S.A.	Santander	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SATURN ADMINISTRACION ESPAÑA, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Markt Saturn Holding Magyarország Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
Media Markt Saturn Holding Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT SATURN, S.A. UNIPERSONAL	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
MEDIA MARKT Schoten NV	Schoten	Belgien	90,00
Media Markt Setúbal – Produtos Informáticos e Electrónicos, Lda.	Lissabon	Portugal	90,00
MEDIA MARKT SEVILLA-SANTA JUSTA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Sevilla	Spanien	99,90
MEDIA MARKT SIERO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Lugones-Siero	Spanien	99,90
MEDIA MARKT Sint-Lambrechts-Woluwe NV	Sint-Lambrechts-Woluwe	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Sint-Pieters-Leeuw NV	Sint-Pieters-Leeuw	Belgien	90,00
MEDIA MARKT SINTRA – PRODUTOS INFORMÁTICOS E ELECTRÓNICOS, LDA	Lissabon	Portugal	90,00
Media Markt Skövde TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Södertälje TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Spittal TV-Hifi-Elektro GmbH	Spittal an der Drau	Österreich	90,00
Media Markt St. Gallen AG	St. Gallen	Schweiz	90,00
Media Markt St. Lorenzen TV-Hifi-Elektro GmbH	St. Lorenzen im Mürtal	Österreich	90,00
Media Markt Steyr TV-Hifi-Elektro GmbH	Steyr	Österreich	90,00
Media Markt Stockholm-Barkarby TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Gallerian TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Heron City TV-HiFi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Stockholm-Länna TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Stockholm-Nacka TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
MEDIA MARKT Stop Shop Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Sundsvall TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
MEDIA MARKT Szeged Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Szeged	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT Székesfehérvár Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Székesfehérvár	Ungarn	90,00
Media Markt Szolnok Video Tv Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Szolnok	Ungarn	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT Szombathely Video-TV-Hifi-Elektro-Photo-Computer-Kereskedelmi Kft.	Szombathely	Ungarn	90,00
MEDIA MARKT TARRAGONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Tarragona	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TELDE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Telde	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TENERIFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-COMPUTER, S.A.	Santa Cruz de Tenerife	Spanien	99,90
MEDIA MARKT TERRASSA S.A.	El Prat de Llobregat	Spanien	99,90
Media Markt The Corner B.V.	Rotterdam	Niederlande	95,50
Media Markt Tilburg B.V.	Tilburg	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT TOLEDO S.A.	Toledo	Spanien	99,90
Media Markt Turnhout NV	Turnhout	Belgien	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro Athens II Commercial Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Seiersberg	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Pasching	Österreich	90,00
MEDIA Markt TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Salzburg	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Villach	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Gesellschaft m.b.H.	Vösendorf	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	Wiener Neustadt	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	St. Pölten	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH	Bad Dürkheim	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Hallstadt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Herzogenrath	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Schwentinental	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Lüneburg	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Belm	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Peißen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Porta Westfalica	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro GmbH	Dornbirn	Österreich	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH	Krems an der Donau	Österreich	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Albstadt	Albstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Alzey	Alzey	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Amberg	Amberg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Ansbach	Ansbach	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aschaffenburg	Aschaffenburg	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Augsburg	Augsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Augsburg-Göggingen	Augsburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Bad Kreuznach	Bad Kreuznach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bad Neustadt an der Saale	Bad Neustadt an der Saale	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Baden-Baden	Baden-Baden	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bayreuth	Bayreuth	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Biesdorf	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Charlottenburg	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Gropiusstadt	Berlin	Deutschland	90,05

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Hohenschönhausen	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Mitte	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Neukölln	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Prenzlauer Berg	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Schöneeweide	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Spandau	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Steglitz	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Tegel	Berlin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Tempelhof	Berlin	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Berlin-Wedding	Berlin	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bielefeld	Bielefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bischofsheim	Bischofsheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bochum	Bochum	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bochum – Ruhrpark	Bochum	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bonn	Bonn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Brandenburg an der Havel	Brandenburg an der Havel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Braunschweig	Braunschweig	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bremen	Bremen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bremen-Waterfront	Bremen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Bruchsal	Bruchsal	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Buchholz in der Nordheide	Buchholz in der Nordheide	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Buxtehude	Buxtehude	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Castrop-Rauxel	Castrop-Rauxel	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Chemnitz	Chemnitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Chemnitz-Röhrsdorf	Chemnitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Cottbus / Groß Gaglow	Cottbus	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Deggendorf	Deggendorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dessau	Dessau-Roßlau	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Dietzenbach	Dietzenbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Donauwörth	Donauwörth	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dorsten	Dorsten	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dortmund-Oespel	Dortmund	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden Centrum	Dresden	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden-Mickten	Dresden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Duisburg	Duisburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Duisburg-Großenbaum	Duisburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Düsseldorf	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Düsseldorf-Bilk	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Egelsbach	Egelsbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eiche	Ahrensfelde-Eiche	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eisenach	Eisenach	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Elmshorn	Elmshorn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Emden	Emden	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erding	Erding	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erfurt Thüringen-Park	Erfurt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erfurt-Daberstedt	Erfurt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Erlangen	Erlangen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Eschweiler	Eschweiler	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Essen	Essen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Esslingen	Esslingen am Neckar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Fellbach	Fellbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Flensburg	Flensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Frankfurt	Frankfurt am Main	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Frankfurt – Borsigallee	Frankfurt am Main	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Freiburg	Freiburg im Breisgau	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Friedrichshafen	Friedrichshafen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Fulda	Fulda	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Gifhorn	Gifhorn	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Goslar	Goslar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Göttingen	Göttingen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Greifswald	Greifswald	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Gründau-Lieblös	Gründau-Lieblös	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Günthersdorf	Leuna	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Gütersloh	Gütersloh	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Halberstadt	Halberstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Halstenbek	Halstenbek	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg- Wandsbek	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Altona	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Billstedt	Hamburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Harburg	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Hummelsbüttel	Hamburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hamburg-Nedderfeld	Hamburg	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hameln	Hameln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hannover-Vahrenheide	Hannover	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Hannover-Wülfel	Hannover	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heide	Heide	Deutschland	90,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heidelberg	Heidelberg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Heidelberg-Rohrbach	Heidelberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Henstedt-Ulzburg	Henstedt-Ulzburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Heppenheim	Heppenheim (Bergstraße)	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hildesheim	Hildesheim	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hof	Hof	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Holzminden	Holzminden	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Homburg/Saar	Homburg (Saar)	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Hückelhoven	Hückelhoven	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Idar-Oberstein	Idar-Oberstein	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Itzehoe	Itzehoe	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Jena	Jena	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kaiserslautern	Kaiserslautern	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsfeld	Karlsfeld	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsruhe	Karlsruhe	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Karlsruhe – Ettlinger Tor	Karlsruhe	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kassel	Kassel	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kempten	Kempten (Allgäu)	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kiel	Kiel	Deutschland	95,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Koblenz	Koblenz	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln Hohe Straße	Köln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Chorweiler	Köln	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Kalk	Köln	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Köln-Marsdorf	Köln	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Konstanz	Konstanz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Krefeld	Krefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Kulmbach	Kulmbach	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Lahr	Lahr	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landau/Pfalz	Landau in der Pfalz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landsberg/Lech	Landsberg am Lech	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Landshut	Landshut	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig Höfe am Brühl	Leipzig	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Leipzig-Paunsdorf	Leipzig	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lichtenfels	Lichtenfels	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Limburg	Limburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lingen	Lingen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lippstadt	Lippstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Lübeck	Lübeck	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ludwigsburg	Ludwigsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ludwigshafen	Ludwigshafen	Deutschland	95,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Magdeburg	Magdeburg	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Magdeburg – Bördepark	Magdeburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Main-Taunus-Zentrum	Sulzbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mainz	Mainz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mannheim	Mannheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mannheim-Sandhofen	Mannheim	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Marburg	Marburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Marktredwitz	Marktredwitz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Meerane	Meerane	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Memmingen	Memmingen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mönchengladbach	Mönchengladbach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mühldorf/Inn	Mühldorf am Inn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Mülheim	Mülheim an der Ruhr	Deutschland	90,05

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Haidhausen	München	Deutschland	93,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Pasing	München	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH München-Solln	München	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Münster	Münster	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nagold	Nagold	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neubrandenburg	Neubrandenburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuburg an der Donau	Neuburg an der Donau	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neumünster	Neumünster	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neunkirchen	Neunkirchen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuss	Neuss	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neustadt an der Weinstraße	Neustadt an der Weinstraße	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neu-Ulm	Neu-Ulm	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Neuwied	Neuwied	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Nienburg	Nienburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nordhausen	Nordhausen	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nordhorn	Nordhorn	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nördlingen	Nördlingen	Deutschland	100,00
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nürnberg-Kleinreuth	Nürnberg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Nürnberg-Langwasser	Nürnberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Nürnberg-Schoppershof	Nürnberg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Offenburg	Offenburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Oldenburg	Oldenburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Oststeinbek	Oststeinbek	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Paderborn	Paderborn	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Papenburg	Papenburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Passau	Passau	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Pforzheim	Pforzheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Pirmasens	Pirmasens	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Plauen	Plauen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Potsdam	Potsdam	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Ravensburg	Ravensburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Recklinghausen	Recklinghausen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rendsburg	Rendsburg	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Reutlingen	Reutlingen	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rheine	Rheine	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rödental	Rödental	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Rosenheim	Rosenheim	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rostock	Sievershagen	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Rostock-Brinckmansdorf	Rostock	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Saarbrücken	Saarbrücken	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Saarbrücken – Saarterrassen	Saarbrücken	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Saarlouis	Saarlouis	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schiffdorf-Spaden	Schiffdorf-Spaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwabach	Schwabach	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwedt	Schwedt/Oder	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schweinfurt	Schweinfurt	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Schwerin	Schwerin	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Siegen	Siegen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Sindelfingen	Sindelfingen	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Singen	Singen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Speyer	Speyer	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stade	Stade	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stadthagen	Stadthagen	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stralsund	Stralsund	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Straubing	Straubing	Deutschland	90,05
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Stuhr	Stuhr	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart – Mailänder Platz	Stuttgart	Deutschland	100,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-City	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-Feuerbach	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Stuttgart-Vaihingen	Stuttgart	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Traunreut	Traunreut	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Traunstein	Traunstein	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Trier	Trier	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Ulm	Ulm	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Velbert	Velbert	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Viernheim	Viernheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Waltersdorf bei Berlin	Schönefeld	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weiden	Weiden in der Oberpfalz	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weilheim	Weilheim	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Weiterstadt	Weiterstadt	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wetzlar	Wetzlar	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wiesbaden	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wiesbaden – Äppelallee	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Worms	Worms	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Würzburg	Würzburg	Deutschland	90,05
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Würzburg – Alfred-Nobel-Straße	Würzburg	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT TV-HiFi-Elektro GmbH Zella-Mehlis	Zella-Mehlis	Deutschland	90,00
Media Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Zwickau	Zwickau	Deutschland	90,05
MEDIA Markt TV-HiFi-Elektro Licht GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XI Gesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XIII GmbH	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT TV-Hifi-Elektro Wien XXI Gesellschaft m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
MEDIA MARKT Twee Torens Hasselt NV	Hasselt	Belgien	99,65

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media Markt Umeå TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Uppsala TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Utrecht Hoog Catharijne B.V.	Utrecht	Niederlande	95,50
Media Markt Utrecht The Wall B.V.	Utrecht	Niederlande	95,50
MEDIA MARKT VALENCIA COLON S.A.	València	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VALÈNCIA-CAMPANAR VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	València	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VALLADOLID VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Valladolid	Spanien	99,90
Media Markt Västerås TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media Markt Växjö TV-Hifi-Elektro AB	Stockholm	Schweden	90,01
Media Markt Venlo B.V.	Venlo	Niederlande	95,50
Media Markt Verbund Heilbronn-Franken GmbH	Heilbronn	Deutschland	94,00
MEDIA MARKT VIGO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	Vigo	Spanien	99,90
MEDIA MARKT VITORIA-GASTEIZ VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Vitoria	Spanien	99,90
Media Markt Vöcklabruck TV-Hifi-Elektro GmbH	Vöcklabruck	Österreich	90,00
Media Markt Wels TV-Hifi-Elektro GmbH	Wels	Österreich	90,00
MEDIA MARKT - West End Video TV Hifi Elektro Photo Computer Kereskedelmi Kft.	Budapest	Ungarn	90,00
Media Markt Wien III TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wien XV TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wien XXII TV-Hifi-Elektro GmbH	Wien	Österreich	90,00
Media Markt Wilrijk NV	Wilrijk	Belgien	90,00
MEDIA MARKT Wörgl TV-Hifi-Elektro GmbH	Wörgl	Österreich	90,00
MEDIA MARKT XCV TV-HiFi-Elektro GmbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media Markt Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
MEDIA MARKT ZARAGOZA PUERTO VENECIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Zaragoza	Spanien	99,90
MEDIA MARKT ZARAGOZA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO, S.A.	Zaragoza	Spanien	99,90
Media Markt Zell am See TV-Hifi-Elektro GmbH	Zell am See	Österreich	90,00
Media Markt Zoetermeer B.V.	Zoetermeer	Niederlande	95,50
Media Markt Zürich AG	Zürich	Schweiz	90,00
Media Markt zwei TV-HiFi-Elektro GmbH Dresden-Prohlis	Dresden	Deutschland	90,00
MEDIA MARKT Zwijnaarde NV	Zwijnaarde	Belgien	90,00
Media Markt Zwolle B.V.	Zwolle	Niederlande	90,10
MEDIA MARKT-SATURN BELGIUM NV	Asse-Zellik	Belgien	100,00
Media Saturn – Serviços de Apoio Adminstrativo, Lda.	Lissabon	Portugal	100,00
Media Saturn Electronics Hellas Commercial and Holding Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
Media Saturn Holding Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Media Saturn Logistyka Spółka z ograniczona odpowiedzialnoscia	Warschau	Polen	100,00
MEDIA SATURN MULTICHANNEL S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Media Saturn Online Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
Mediamarket S.p.A. con Socio Unico	Curno	Italien	100,00
MEDIA-Markt TV-HiFi-Elektro GmbH Aachen	Aachen	Deutschland	100,00
MediaOnline GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MEDIA-SATURN (PORTUGAL), SGPS, UNIPESSOAL LDA.	Lissabon	Portugal	100,00
Media-Saturn Beteiligungen Polska GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Media-Saturn Deutschland Beteiligungsgesellschaft mbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Deutschland GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn e-handel Norge AS	Oslo	Norwegen	100,00
Media-Saturn e-handel Sverige AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media-Saturn Helvetia Holding GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Holding Norway AS	Oslo	Norwegen	100,00
Media-Saturn Holding Sweden AB	Stockholm	Schweden	100,00
Media-Saturn Internationale Beteiligungen GmbH	München	Deutschland	100,00
Media-Saturn IT Services GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
Media-Saturn Nordic Shared Services AB	Stockholm	Schweden	100,00
media-saturn-e-business GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
Media-Saturn-Holding GmbH	Ingolstadt	Deutschland	78,38
Meister feines Fleisch – feine Wurst GmbH	Gäufelden	Deutschland	100,00
METRO (Changchun) Property Service Co. Ltd.	Changchun	China	100,00
METRO Achtzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Beteiligungsmanagement Düsseldorf GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Asia Pacific Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
Metro Cash & Carry Brunnthal GmbH & Co. KG	Brunnthal	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Bulgaria EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO Cash & Carry Central Asia Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry d.o.o.	Zagreb	Kroatien	100,00
METRO Cash & Carry d.o.o.	Belgrad	Serbien	100,00
Metro Cash & Carry Danmark ApS	Glostrup	Dänemark	100,00
METRO Cash & Carry Deutschland GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry France S.A.S.	Nanterre	Frankreich	100,00
Metro Cash & Carry Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Import Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
METRO Cash & Carry India Private Limited	Bangalore	Indien	100,00
METRO Cash & Carry International GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry International Holding B. V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry International Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Cash & Carry International Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Cash & Carry Japan KK	Tokio	Japan	100,00
Metro Cash & Carry Nederland B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry OOO	Moskau	Russland	100,00
METRO Cash & Carry Österreich GmbH	Vösendorf	Österreich	73,00
METRO CASH & CARRY ROMANIA SRL	Bukarest	Rumänien	85,00
METRO Cash & Carry Russia N.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Cash & Carry SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00
METRO Cash & Carry TOO	Almaty	Kasachstan	100,00
METRO Cash & Carry Ukraine Ltd.	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Cash & Carry Vietnam Ltd.	Ho-Chi-Minh-Stadt	Vietnam	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Metro Cash & Carry Wines	Hyderabad	Indien	99,99
METRO Central East Europe GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO Dienstleistungs-Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Distributie Nederland B. V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO DOLOMITI SpA	San Donato Milanese	Italien	100,00
METRO Dreizehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
METRO Erste Erwerbsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO FIM S.p.A.	Cinisello Balsamo	Italien	100,00
METRO Finance B. V.	Venlo	Niederlande	100,00
Metro Finanzdienstleistungs Pensionen GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro France Immobiliere S. à r. l.	Nanterre	Frankreich	100,00
METRO Fünfzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro Global Business Services Private Limited	Pune	Indien	100,00
Metro Grosmarket Bakirköy Alisveris Hizmetleri Ticaret Ltd. Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
METRO Groß- und Lebensmitteleinzelhandel Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Großhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO GROUP Accounting Center GmbH	Alzey	Deutschland	100,00
METRO Group Asset Management B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Group Asset Management Ingatlan Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
METRO Group Asset Management Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Group Asset Management Ukraine, Limited Liability Company	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Group Buying Ukraine Ltd.	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Group China Holding Limited	Hongkong	China	100,00
METRO GROUP COMMERCE LIMITED	Hongkong	China	100,00
METRO GROUP International Retail Holding Limited	Hongkong	China	100,00
METRO Group Properties SR s.r.o.	Ivanka pri Dunaji	Slowakei	100,00
METRO GROUP REAL ESTATE ESPANA S.L.	Madrid	Spanien	100,00
Metro Group Real Estate Private Limited Company	Karachi	Pakistan	99,75
METRO Group Retail Real Estate GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Group Retail Real Estate Romania S.R.L.	Voluntari	Rumänien	100,00
METRO Group Wholesale Real Estate Bulgaria EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO Group Wholesale Real Estate GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Habib Cash & Carry Pakistan (Private) Limited	Lahore	Pakistan	75,00
Metro Holding France S. A.	Vitry-sur-Seine	Frankreich	100,00
METRO Innovations Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO International AG	Chur	Schweiz	100,00
Metro International Beteiligungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO INTERNATIONAL SUPPLY GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Italia Cash and Carry S. p. A.	San Donato Milanese	Italien	100,00
METRO Jinjiang Cash & Carry Co., Ltd.	Shanghai	China	90,00
METRO Kaufhaus und Fachmarkt Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	100,00
METRO Leasing GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
METRO Leasing Objekt Schwerin GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO LOGISTICS Germany GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO LOGISTICS Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Management EOOD	Sofia	Bulgarien	100,00
METRO North Warehouse Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Properties B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
METRO Properties CR s.r.o.	Prag	Tschechien	100,00
METRO PROPERTIES Energy Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Properties Enterprise Management Consulting (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
METRO PROPERTIES France SAS	Nanterre	Frankreich	100,00
Metro Properties Gayrimenkul Yatirim A.Ş.	Istanbul	Türkei	100,00
METRO PROPERTIES GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	99,51
METRO PROPERTIES Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO PROPERTIES Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
METRO PROPERTIES Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	66,67
METRO Properties Real Estate Management Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
METRO PROPERTIES Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
METRO Property Management (Beijing) Co. Ltd.	Peking	China	100,00
Metro Property Management (Changsha) Co., Ltd.	Changsha	China	100,00
METRO Property Management (Changshu) Co. Ltd.	Changshu	China	100,00
Metro Property Management (Changzhou) Co. Ltd.	Changzhou	China	100,00
Metro Property Management (Chengdu Qingyang) Co., Ltd.	Chengdu	China	100,00
METRO Property Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Property Management (Cixi) Co., Limited	Cixi	China	100,00
Metro Property Management (Dongguan) Co. Ltd.	Dongguan	China	100,00
Metro Property Management (Hangzhou) Company Limited	Hangzhou	China	100,00
METRO Property Management (Harbin) Co. Ltd.	Harbin	China	100,00
METRO Property Management (Huai'an) Co., Ltd.	Huai'an	China	100,00
Metro Property Management (Jiangyin) Company Limited	Jiangyin	China	100,00
Metro Property Management (Jiaxing) Co. Ltd.	Jiaxing	China	100,00
Metro Property Management (Kunshan) Co. Ltd.	Suzhou	China	100,00
METRO Property Management (Nanchang Qingshanhu) Co. Ltd.	Nanchang	China	100,00
Metro Property Management (Nantong) Co. Ltd.	Nantong	China	100,00
Metro Property Management (Qingdao) Company Limited	Qingdao	China	100,00
METRO Property Management (Shenyang) Co. Ltd.	Shenyang	China	100,00
METRO Property Management (Shenzhen) Co. Ltd.	Shenzhen	China	100,00
Metro Property Management (Suzhou) Co., Ltd.	Suzhou	China	100,00
METRO Property Management (Tianjin Hongqiao) Co., Ltd.	Tianjin	China	100,00
METRO Property Management (Weifang) Co. Ltd.	Weifang	China	100,00
Metro Property Management (Wuhan) Co., Ltd.	Wuhan	China	100,00
METRO Property Management (Wuhu) Co. Ltd.	Wuhu	China	100,00
METRO Property Management (Xiamen) Co., Ltd.	Xiamen	China	100,00
METRO Property Management (Xi'an) Co., Ltd.	Xi'an	China	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
METRO Property Management (Xiangyang) Co. Ltd.	Xiangyang	China	100,00
METRO Property Management (Zhangjiagang) Co. Ltd.	Zhangjiagang	China	100,00
Metro Property Management (Zhengzhou) Co., Ltd.	Zhengzhou	China	100,00
METRO Property Management (Zhongshan) Co. Limited	Zhongshan	China	100,00
METRO Property Management Wuxi Co. Ltd.	Wuxi	China	100,00
METRO Real Estate Ltd.	Zagreb	Kroatien	100,00
Metro Reinsurance N.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Esslingen am Neckar	Deutschland	100,00
Metro SB-Großmärkte GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Linden	Deutschland	100,00
METRO Service GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
METRO Services PL spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Szczecin	Polen	100,00
METRO Siebte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Siebzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO South East Asia Holding GmbH	Wien	Österreich	100,00
METRO SYSTEMS GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Metro Systems Romania S.R.L.	Bukarest	Rumänien	100,00
METRO SYSTEMS RU Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
METRO Systems Ukraine LLC	Kiew	Ukraine	100,00
METRO Vierzehnte Gesellschaft für Vermögensverwaltung mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
METRO Warehouse Management (Chongqing) Co. Ltd.	Chongqing	China	100,00
Metro Warehouse Management (Hangzhou) Co. Ltd.	Hangzhou	China	100,00
METRO Warehouse Management (Suzhou) Co. Ltd.	Suzhou	China	100,00
Metro Warehouse Management (Taizhou) Co. Ltd.	Taizhou	China	100,00
Metro Warehouse Management (Wuhan) Co. Ltd.	Wuhan	China	100,00
Metro Warehouse Management (Yantai) Co., Limited	Yantai	China	100,00
METRO Warehouse Management (Zibo) Co., Ltd.	Zibo	China	100,00
Metro Warehouse Noginsk Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
MFM METRO Group Facility Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGA METRO Group Advertising GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGA METRO Group Advertising Rus OOO	Moskau	Russland	100,00
MGA METRO Group Advertising Spolka z ograniczona odpowiedzialoscia	Warschau	Polen	100,00
MGB METRO Group Buying (Shanghai) Co., Ltd.	Shanghai	China	100,00
MGB METRO Group Buying HK Limited	Hongkong	China	100,00
MGB Metro Group Buying Romania SRL	Bukarest	Rumänien	100,00
MGB METRO Group Buying RUS OOO	Moskau	Russland	100,00
MGB METRO Group Buying TR Satinalma Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGC METRO Group Clearing GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGE Warenhandelsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGI Metro Group İletisim ve Enformasyon Ticaret Limited Sirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MGL METRO Group Logistics Bulgaria LTD	Sofia	Bulgarien	100,00
MGL METRO Group Logistics GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGL METRO Group Logistics Limited Liability Company	Noginsk	Russland	100,00
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MGL METRO Group Logistics Polska Sp. z o.o. i Spółka Sp.k.	Warschau	Polen	100,00
MGL METRO GROUP LOGISTICS UKRAINE LLC	Kiew	Ukraine	100,00
MGL METRO Group Logistics Warehousing Beteiligungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MGP METRO Group Account Processing GmbH	Kehl	Deutschland	100,00
MGP METRO Group Account Processing International AG	Baar	Schweiz	100,00
MGT METRO Group Travel Services GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIAG Asia Co. Ltd.	Hongkong	China	100,00
MIAG Commanditaire Vennootschap	Amsterdam	Niederlande	100,00
MIAG RUS Limited Liability Company	Kotelniki	Russland	100,00
MIB METRO Group Insurance Broker GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIDBAN ESOLUTIONS S.L.	Barcelona	Spanien	75,00
MIP METRO Group Intellectual Property GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MIP METRO Group Intellectual Property Management GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
MMS Connect B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MMS Coolsingel B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
MMS ONLINE BELGIË	Zellik	Belgien	100,00
MMS Online Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
Morocco Fish Trading Company SARL AU	Casablanca	Marokko	100,00
MP Gayrimenkul Yönetim Hizmetleri Anonim Şirketi	Istanbul	Türkei	100,00
MRE Sp. z o.o. Wholesale Real Estate Poland S.K.A.	Warschau	Polen	100,00
MRE Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MS E-Business Concepts & Service GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
MS E-Commerce GmbH	Wiener Neustadt	Österreich	100,00
MS E-Commerce Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság	Budaörs	Ungarn	100,00
MS ISTANBUL IC VE DIS TICARET LIMITED SIRKETI	Istanbul	Türkei	100,00
MS Multichannel Retailing Ges.m.b.H.	Vösendorf	Österreich	100,00
MS New CO Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	Warschau	Polen	100,00
MS Powerservice GmbH	Vösendorf	Österreich	100,00
MTE Grundstücksverwaltung GmbH & Co. Objekt Duisburg oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
Multi-Center Warenvertriebs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
My Mart (China) Trading Co., Ltd.	Guangzhou	China	100,00
my-xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	76,74
N & NF Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Detmold KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Eschweiler KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Germersheim KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Langendreer KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Ludwigshafen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	49,00 ¹
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Moers KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Neunkirchen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Oberhausen oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Rendsburg KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
NIGRA Verwaltung GmbH & Co. Objekt Salzgitter KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
NordRhein Trading GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
000 „CE trading solutions“	Moskau	Russland	100,00
000 Media-Markt-Saturn	Moskau	Russland	100,00
000 Media-Saturn-Russland	Moskau	Russland	100,00
000 Saturn	Moskau	Russland	100,00
000 xplace	Moskau	Russland	100,00
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Aachen SB-Warenhaus KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Krefeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
OSKUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Nettetel KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Bitterfeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Hürth KG	Pullach im Isartal	Deutschland	0,00 ¹
PAROS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Stralsund KG	Pullach im Isartal	Deutschland	10,00 ¹
PayRed Card Services AG	Dietikon	Schweiz	100,00
PIL Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Power Service GmbH	Köln	Deutschland	100,00
PowerService Nederland B.V.	Rotterdam	Niederlande	100,00
Pro. FS GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
PT Classic Fine Foods Indonesia	Nord-Jakarta	Indonesien	100,00
PT Paserda Indonesia	Jakarta	Indonesien	100,00
Qingdao Metro Warehouse Management Co. Ltd.	Qingdao	China	100,00
RaW Real Estate Asia Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Real Estate Management Misr Limited Liability Company	Kairo	Ägypten	100,00
real,- Digital Fulfillment GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Group Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Handels GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- Holding GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
red blue Marketing GmbH	München	Deutschland	100,00
Redcoon Benelux B. V.	Tilburg	Niederlande	100,00
REDCOON DANMARK ApS	Kopenhagen	Dänemark	100,00
REDCOON ELECTRONIC TRADE, S.L.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Redcoon GmbH	Aschaffenburg	Deutschland	100,00
redcoon GmbH	Wien	Österreich	100,00
REDCOON ITALIA S.R.L.	Turin	Italien	100,00
redcoon Logistics GmbH	Erfurt	Deutschland	100,00
REDCOON POLSKA Sp. z o.o.	Bydgoszcz	Polen	100,00
Remo Zaandam B.V.	Zaandam	Niederlande	100,00
Renate Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Retail Property 1 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 2 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 3 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 4 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Property 5 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Retail Property 6 Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
Retail Real Estate Limited Liability Company	Moskau	Russland	100,00
ROSARIA Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Gerlingen KG	Düsseldorf	Deutschland	94,00 ¹
Rotterdam Trading Office B.V.	Amsterdam	Niederlande	100,00
RUDU Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
RUTIL Verwaltung GmbH & Co. SB-Warenhaus Bielefeld KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
S.C. real Hyper Magazine s.r.l.	Bukarest	Rumänien	100,00
SAS REDCOON FRANCE	Villepinte	Frankreich	100,00
Saturn Athens III Commercial Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
SATURN E502 ELECTRO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
SATURN E-517 ELECTRO S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Salzburg	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsges.m.b.H.	Graz	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft m.b.H.	Vösendorf	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft m.b.H.	Linz	Österreich	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH	Karlsruhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ansbach	Ansbach	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Augsburg	Augsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bad Homburg	Bad Homburg v. d. Höhe	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bad Oeynhausen	Bad Oeynhausen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Baunatal	Baunatal	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin I	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Charlottenburg	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Gesundbrunnen	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Köpenick	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin – Leipziger Platz	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin – Märkische Zeile	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Marzahn	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Reinickendorf	Berlin	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin – Schloßstraße	Berlin	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Spandau	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Treptow	Berlin	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Berlin-Zehlendorf	Berlin	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bielefeld	Bielefeld	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bocholt	Bocholt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Braunschweig	Braunschweig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremen	Bremen	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremen-Habenhäusen	Bremen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Bremerhaven	Bremerhaven	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Celle	Celle	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Chemnitz	Chemnitz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Chemnitz-Zentrum	Chemnitz	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Darmstadt	Darmstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Delmenhorst	Delmenhorst	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dessau	Dessau-Roßlau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund	Dortmund	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dortmund-Eving	Dortmund	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Dresden	Dresden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Duisburg	Duisburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Erfurt	Erfurt	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Erlangen	Erlangen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Essen City	Essen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Essen-Steele	Essen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Esslingen	Esslingen am Neckar	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Euskirchen	Euskirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Flensburg	Flensburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Frankfurt/Main	Frankfurt am Main	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Freiburg	Freiburg im Breisgau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Freising	Freising	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Fürth	Fürth	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gelsenkirchen	Gelsenkirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gelsenkirchen-Buer	Gelsenkirchen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gießen	Gießen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Göttingen	Göttingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Gummersbach	Gummersbach	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hagen	Hagen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hamburg-Altstadt	Hamburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hamm	Hamm	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hanau	Hanau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hannover	Hannover	Deutschland	90,01
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hattingen	Hattingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Heidelberg	Heidelberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Herford	Herford	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hilden	Hilden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Hildesheim	Hildesheim	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ingolstadt	Ingolstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Isernhagen	Isernhagen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Jena	Jena	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kaiserslautern	Kaiserslautern	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Karlsruhe-Durlach	Karlsruhe	Deutschland	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kassel	Kassel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kempten	Kempten (Allgäu)	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kerpen	Kerpen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kiel	Kiel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Kleve	Kleve	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Koblenz	Koblenz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Krefeld	Krefeld	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Landshut	Landshut	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leipzig	Leipzig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leipzig-Hauptbahnhof	Leipzig	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Leonberg	Leonberg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lübeck	Lübeck	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lüdenscheid	Lüdenscheid	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ludwigsburg	Ludwigsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Ludwigshafen	Ludwigshafen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lünen	Lünen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Magdeburg	Magdeburg	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mainz	Mainz	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mannheim	Mannheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Marl	Marl	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Moers	Moers	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Mülheim	Mülheim an der Ruhr	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH München	München	Deutschland	92,06
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH München-Riem	München	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Münster	Münster	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Neckarsulm	Neckarsulm	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Neu-Isenburg	Neu-Isenburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Norderstedt	Norderstedt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Nürnberg	Nürnberg	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Oberhausen	Oberhausen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Oldenburg	Oldenburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Osnabrück	Osnabrück	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Paderborn	Paderborn	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Passau	Passau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Pforzheim	Pforzheim	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Potsdam	Potsdam	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Regensburg	Regensburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Remscheid	Remscheid	Deutschland	90,05

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Reutlingen	Reutlingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Rostock	Rostock	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Saarbrücken	Saarbrücken	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Schweinfurt	Schweinfurt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Senden	Senden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Soest	Soest	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Solingen	Solingen	Deutschland	90,05
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Stuttgart	Stuttgart	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Troisdorf	Troisdorf	Deutschland	100,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Tübingen	Tübingen	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Weimar	Weimar	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Weiterstadt	Weiterstadt	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wesel	Wesel	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wiesbaden	Wiesbaden	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Wolfsburg	Wolfsburg	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Zwickau	Zwickau	Deutschland	90,00
Saturn Electro-Handelsgesellschaft mit beschränkter Haftung	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Gerasdorf Electro-Handelsges.m.b.H.	Gerasdorf bei Wien	Österreich	90,00
Saturn Graz V VertriebsgmbH	Graz	Österreich	90,00
Saturn Haid Electro-Handelsges.m.b.H.	Haid	Österreich	90,00
Saturn Innsbruck Electro-Handelsges.m.b.H.	Innsbruck	Österreich	90,00
Saturn Klagenfurt Electro-Handelsges.m.b.H.	Klagenfurt	Österreich	90,00
Saturn Luxembourg S.A.	Luxemburg	Luxemburg	100,00
Saturn Mega Markt GmbH Wuppertal	Wuppertal	Deutschland	90,05
Saturn online GmbH	Ingolstadt	Deutschland	100,00
SATURN PLANET Sp. z o.o.	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 11 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 16 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. 19 Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	100,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Bydgoszcz Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gdańsk I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gdynia I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Gliwice Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Katowice I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Kraków I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Kraków II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Łódź I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Łódź II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Saturn Planet Sp. z o.o. Lubin Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Lublin I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Poznań I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Poznań II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Szczecin I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Tychy Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa III Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa IV Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Warszawa V Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Wrocław I Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
Saturn Planet Sp. z o.o. Wrocław II Spółka Komandytowa	Warschau	Polen	90,00
SATURN SAN JUAN DE AZNALFARACHE ELECTRO, S.A.U.	El Prat de Llobregat	Spanien	100,00
Saturn Techno-Electro-Handelsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Hürth	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Neuss	Deutschland	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Leverkusen	Deutschland	90,09
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Aachen	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Mönchengladbach	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Siegen	Deutschland	90,01
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Sankt Augustin	Deutschland	100,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Düren	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Bergisch Gladbach	Deutschland	90,20
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	100,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH Düsseldorf-Flingern	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Saturn Techno-Markt Electro-Handelsgesellschaft mbH Düsseldorf – Königsallee	Düsseldorf	Deutschland	90,00
Saturn Thessaloniki II Comercial Anonymi Eteria	Maroussi	Griechenland	100,00
Saturn Wien X VertriebsgmbH	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XIV Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XX VertriebsgmbH	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XXII Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn Wien XXIII Electro-Handelsges.m.b.H.	Wien	Österreich	90,00
Saturn-Mega Markt GmbH Halle	Halle (Saale)	Deutschland	90,05
Saturn-Mega Markt GmbH Trier	Trier	Deutschland	90,05
Schaper Grundbesitz-Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Sentinel GCC Holdings Limited	Tortola	Britische Jungferninseln	100,00
Sezam XVI Fundusz Inwestycyjny Zamknięty Aktywów Niepublicznych	Warschau	Polen	100,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
Shenzhen Hemajia Trading Co. Ltd.	Shenzhen	China	100,00
SIL Verwaltung GmbH & Co. Objekt Haidach KG	Düsseldorf	Deutschland	92,00
Silver Ocean B.V.	Amsterdam	Niederlande	65,10
Sinco Großhandelsgesellschaft m. b. H.	Vösendorf	Österreich	73,00
Singapore Trading Office (MAG) Pte. Ltd.	Singapur	Singapur	100,00
Sociedad Ibérica Restaurantes de Tecnología Avanzada S. A. U.	Madrid	Spanien	100,00
Star Farm (Shanghai) Agriculture Information Consulting Company Limited	Shanghai	China	100,00
Star Farm Pakistan Pvt. Ltd.	Lahore	Pakistan	100,00
STW Grundstücksverwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Tertia Handelsbeteiligungsgesellschaft mbH	Köln	Deutschland	60,00
TIMUG GmbH & Co. Objekt Homburg KG	Düsseldorf	Deutschland	0,00 ¹
TIMUG Verwaltung GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
VALENCIA TRADING OFFICE, S.L.	Madrid	Spanien	100,00
Weinkellerei Thomas Rath GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Western United Finance Company Limited	London	Großbritannien	100,00
Wholesale Real Estate Belgium N.V.	Wommelgem	Belgien	100,00
Wirichs Immobilien GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Wirichs Immobilien GmbH & Co. Objekt Herford KG	Düsseldorf	Deutschland	81,82
Wolfgang Wirichs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
World Import N. V.	Puurs	Belgien	100,00
WRE Real Estate Limited Liability Partnership	Almaty	Kasachstan	100,00
X Place Spain S.L.	Barcelona	Spanien	100,00
Xi'an METRO Commercial and Trading Company Limited	Xi'an	China	100,00
XPLACE DIJITAL COZÜM TICARET LIMITED SİRKETİ	Istanbul	Türkei	100,00
xplace GmbH	Göttingen	Deutschland	50,01
XPLACE ITALY S.R.L.	Pianoro	Italien	100,00
XPLACE UK LIMITED	London	Großbritannien	100,00
Yugengaisha MIAG Japan	Tokio	Japan	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Dritte Vermietungs-oHG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Braunschweig Berliner Straße KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Mutterstadt KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekt Osnabrück KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
ZARUS Verwaltung GmbH & Co. Objekte Niedersachsen KG	Pullach im Isartal	Deutschland	100,00
Zweite real,- Multi-Markt Verwaltungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Zweite real,- SB-Warenhaus GmbH	Düsseldorf	Deutschland	100,00
Gemeinschaftsunternehmen			
Intercompra LDA	Lissabon	Portugal	50,00

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
MAXXAM B.V.	Ede	Niederlande	16,67
MAXXAM C.V.	Ede	Niederlande	16,67
METSPA d.o.o. za trgovinu	Zagreb	Kroatien	50,00

Nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

European EPC Competence Center GmbH	Köln	Deutschland	30,00
EZW Kauf- und Freizeitpark GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	Bremen	Deutschland	49,00
Fachmarktzentrum Essen GmbH & Co. KG	Pullach im Isartal	Deutschland	94,00
Habib METRO Pakistan (Pvt) Ltd	Karachi	Pakistan	40,00
Iniziativa Methab s.r.l.	Bozen	Italien	50,00
Kato S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Mayfair GP S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	40,00
Mayfair Holding Company S.C.S.	Luxemburg	Luxemburg	39,99
MEC METRO-ECE Centermanagement GmbH & Co. KG	Düsseldorf	Deutschland	50,00
MEC METRO-ECE Centermanagement Verwaltungs GmbH	Düsseldorf	Deutschland	50,00
METSPA Beszerzési és Kereskedelmi Kft.	Budaörs	Ungarn	33,33
MobiLab Solutions GmbH	Köln	Deutschland	27,37
Napier S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
OPCI FRENCH WHOLESALE PROPERTIES – FWP	Paris	Frankreich	5,00
OPCI FRENCH WHOLESALE STORES – FWS	Paris	Frankreich	25,00
Peoplefone Polska Spółka Akcyjna	Warschau	Polen	49,00
Peter Glinicke Grundstücks-GmbH & Co. KG	Pullach im Isartal	Deutschland	50,00
Quadrant S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Sabra S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Tatra S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Upton S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Wilcox S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Xiali S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Zagato S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10
Zender S.à r.l.	Luxemburg	Luxemburg	5,10

Nicht nach der Equity-Methode bilanzierte Beteiligungen

EZW Kauf- und Freizeitpark Verwaltungs-GmbH	Bremen	Deutschland	49,04 ²
IFH Institut für Handelsforschung GmbH	Köln	Deutschland	16,67 ²
Metro plus Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	20,00 ²

Beteiligungen

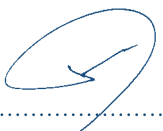
Alberto Polo Distribuciones S.A.	Zaragoza	Spanien	100,00 ³

Name	Sitz	Land	Anteile am Kapital in %
ASSET Grundbesitz GmbH	Düsseldorf	Deutschland	5,10
ASSET Objekt Leipzig GmbH	Düsseldorf	Deutschland	5,10
Comercial Ulzama S.L.	Abanto	Spanien	100,00 ³
Congelados Romero S.A.	Reus	Spanien	90,00 ³
Culinary Agents Inc.	Wilmington	USA	18,33
Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH	Düsseldorf	Deutschland	15,00
Distribución de Alimentación Horeca S.L.	Sant Boi de Llobregat	Spanien	80,00 ³
EKS Handelsgesellschaft mbH	Salzburg	Österreich	25,00
EKS Handelsgesellschaft mbH & Co. KG	Salzburg	Österreich	25,00
Erschließungsgesellschaft Schwerin-Krebsförden mbH & Co. Kommanditgesellschaft	Lüneburg	Deutschland	18,18
eVentures Growth, L.P.	Wilmington	USA	5,00
Flip4 GmbH	Friedrichsdorf	Deutschland	16,00
Font Distribucio Horeca S.L.	Tona	Spanien	51,00 ³
GSSI Consortium GbR	Düsseldorf	Deutschland	7,69
Horten GmbH	Düsseldorf	Deutschland	5,10
QUANTIS Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Darmstadt KG	Schönefeld	Deutschland	6,00
QUANTIS Grundstücks-Vermietungsgesellschaft mbH & Co. Objekt Junior Augsburg KG	Schönefeld	Deutschland	6,00
Verwaltungsgesellschaft Lebensmittelgesellschaft „GLAWA“ mbH & Co. KG	Hamburg	Deutschland	18,75
Zentra-Grundstücksgesellschaft mbH	Düsseldorf	Deutschland	5,10

¹ Einzubeziehen nach SIC-12² Keine Bilanzierung nach der Equity-Methode wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage³ Keine Vollkonsolidierung und keine Bilanzierung nach der Equity-Methode wegen untergeordneter Bedeutung für die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage

3. Dezember 2015

Der Vorstand

				
OLAF KOCH	PIETER C. BOONE	MARK FRESE	PIETER HAAS	HEIKO HUTMACHER

Versicherung der gesetzlichen Vertreter

Wir versichern nach bestem Wissen, dass gemäß den anzuwendenden Rechnungslegungsgrundsätzen der Konzernabschluss ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns vermittelt und im zusammengefassten Lagebericht der Geschäftsverlauf einschließlich des Geschäftsergebnisses und die Lage des Konzerns so dargestellt sind, dass ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild vermittelt wird, sowie die wesentlichen Chancen und Risiken der voraussichtlichen Entwicklung des Konzerns beschrieben sind.

3. Dezember 2015

Der Vorstand


.....
OLAF KOCH
.....
PIETER C. BOONE
.....
MARK FRESE
.....
PIETER HAAS
.....
HEIKO HUTMACHER

BESTÄTIGUNGSVERMERK DES ABSCHLUSSPRÜFERS

Wir haben den von der METRO AG aufgestellten Konzernabschluss – bestehend aus Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Überleitung vom Periodenergebnis zum Gesamtergebnis, Eigenkapitalentwicklung, Kapitalflussrechnung und Anhang – sowie den zusammengefassten Lagebericht der Gesellschaft und des Konzerns für das Geschäftsjahr vom 1. Oktober 2014 bis 30. September 2015 geprüft. Die Aufstellung von Konzernabschluss und Konzernlagebericht nach den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung liegt in der Verantwortung des Vorstands der Gesellschaft. Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung eine Beurteilung über den Konzernabschluss und den Konzernlagebericht abzugeben.

Wir haben unsere Konzernabschlussprüfung nach § 317 HGB unter Beachtung der vom Institut der Wirtschaftsprüfer (IDW) festgestellten deutschen Grundsätze ordnungsmäßiger Abschlussprüfung vorgenommen. Danach ist die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass Unrichtigkeiten und Verstöße, die sich auf die Darstellung des durch den Konzernabschluss unter Beachtung der anzuwendenden Rechnungslegungsvorschriften und durch den Konzernlagebericht vermittelten Bildes der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage wesentlich auswirken, mit hinreichender Sicherheit erkannt werden. Bei der Festlegung der Prüfungshandlungen werden die Kenntnisse über die Geschäftstätigkeit und über das wirtschaftliche und rechtliche Umfeld des Konzerns sowie

die Erwartungen über mögliche Fehler berücksichtigt. Im Rahmen der Prüfung werden die Wirksamkeit des rechnungslegungsbezogenen internen Kontrollsystems sowie Nachweise für die Angaben im Konzernabschluss und Konzernlagebericht überwiegend auf der Basis von Stichproben beurteilt. Die Prüfung umfasst die Beurteilung der Jahresabschlüsse der in den Konzernabschluss einbezogenen Unternehmen, der Abgrenzung des Konsolidierungskreises, der angewandten Bilanzierungs- und Konsolidierungsgrundsätze und der wesentlichen Einschätzungen des Vorstands sowie die Würdigung der Gesamtdarstellung des Konzernabschlusses und des Konzernlageberichts. Wir sind der Auffassung, dass unsere Prüfung eine hinreichend sichere Grundlage für unsere Beurteilung bildet.

Unsere Prüfung hat zu keinen Einwendungen geführt.

Nach unserer Beurteilung aufgrund der bei der Prüfung gewonnenen Erkenntnisse entspricht der Konzernabschluss den IFRS, wie sie in der EU anzuwenden sind, und den ergänzend nach § 315a Abs. 1 HGB anzuwendenden handelsrechtlichen Vorschriften sowie den ergänzenden Bestimmungen der Satzung und vermittelt unter Beachtung dieser Vorschriften ein den tatsächlichen Verhältnissen entsprechendes Bild der Vermögens-, Finanz- und Ertragslage des Konzerns. Der Konzernlagebericht steht in Einklang mit dem Konzernabschluss, vermittelt insgesamt ein zutreffendes Bild von der Lage des Konzerns und stellt die Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung zutreffend dar.

Köln, den 3. Dezember 2015

KPMG AG

Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

LURWEG

Wirtschaftsprüfer

MÜNSTERMANN

Wirtschaftsprüfer

SERVICE



- 313 GLOSSAR
- 319 STICHWORTVERZEICHNIS
- 322 MEHRJAHRESÜBERSICHT
- 323 INFORMATION
- 323 FINANZKALENDER 2015/16

GLOSSAR

A

Accelerator

Initiative, die Firmengründer beispielsweise durch Coaching intensiv unterstützt und so die Entwicklung und Umsetzung von Geschäftsideen beschleunigt. In der METRO GROUP wurde der Techstars METRO Accelerator ins Leben gerufen, um Gründer mit innovativen technologischen Anwendungen für Gastronomie, Hotellerie und Catering zu fördern.

Active Ownership

Wörtlich übersetzt: aktive Eigentümerschaft. Der Begriff, der aus dem Private-Equity-Bereich kommt, umschreibt die Identifikation mit einem Unternehmen oder Projekt durch größere Eigenverantwortung der Beteiligten.

Aftersales-Management

Dieser Begriff fasst alle Maßnahmen eines Unternehmens zusammen, die nach dem eigentlichen Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung stattfinden. Dazu gehören beispielsweise Wartungen, Reparaturen und Schulungen, aber auch Marketingaktionen zur Kundenbindung und Generierung weiterer Umsätze.

Aquaculture Stewardship Council (ASC)

Der Aquaculture Stewardship Council ist eine internationale, gemeinnützige Organisation, die sich weltweit für verantwortungsbewusste Aquakultur einsetzt. Dazu kooperiert sie mit Aquakultur- und Verarbeitungsbetrieben, Handels- und Nahrungsmittelkonzernen sowie Wissenschaftlern. Das ASC-Siegel zeichnet Produkte aus, die aus nachhaltig arbeitenden Aquakulturbetrieben stammen. Der ASC wurde 2010 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und der niederländischen Sustainable Trade Initiative (IDH) gegründet.

Auditierung

Auch Audit. Verfahren zur Bewertung von Prozessen und Strukturen in einer Organisation mit Blick auf im Vorfeld formulierte Standards und Richtlinien. Eine Auditierung gibt Aufschluss über die Wirksamkeit von Maßnahmen zur Prozessoptimierung. Wird das Verfahren durch externe Prüfer durchgeführt, kann eine Zertifizierung als Nachweis über die Einhaltung der Standards erlangt werden.

B

Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG)

Das deutsche Aktiengesetz zur Modernisierung des Bilanzrechts wurde im Mai 2009 verabschiedet. Mit seiner Einführung erfolgte die umfangreichste Bilanzrechtsreform seit 1985. Ziel des BilMoG ist es, das deutsche Bilanzrecht den international üblichen Methoden der Rechnungslegung anzunähern und zugleich für größere Transparenz und niedrigere Kosten in Unternehmen zu sorgen.

Business Social Compliance Initiative (BSCI)

Ein seit 2003 existierender Zusammenschluss europäischer Einzelhändler mit dem Ziel, die Einhaltung sozialer Mindeststandards bei der Herstellung von Produkten in allen Zuliefererländern sicherzustellen. Die Initiative orientiert sich an der allgemeinen Deklaration der Menschenrechte der Vereinten Nationen sowie den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). Die METRO GROUP ist Gründungsmitglied der BSCI.

C

Carbon Disclosure Project (CDP)

Die unabhängige Organisation wurde 2000 in London von Unternehmen gegründet. Ihr Ziel ist es, CO₂-Emissionen sowie Klima- und Reduktionsrisiken von Unternehmen offenzulegen und so zur Transparenz in der Unternehmensberichterstattung zu klimarelevanten Daten beizutragen. Das CDP führt jährlich standardisierte Unternehmensbefragungen auf freiwilliger Basis durch.

Commercial Paper Programme

Geldmarktübliches Daueremissionsprogramm zur Deckung des kurzfristigen Finanzmittelbedarfs. Es ermöglicht die Emission von Commercial Papers (CP) als abgezinste, unbesicherte Inhaberschuldverschreibungen, die keine standardisierten Laufzeiten besitzen.

Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)

Privatwirtschaftliche Organisation in den USA, die 1992 einen auch von der US-Börsenaufsicht anerkannten Standard für interne Kontrollen entwickelte und publizierte. 2004 wurde dieser Standard ergänzt und das COSO ERM (Enterprise Risk Management – Integrated Framework) veröffentlicht, kurz COSO II genannt.

Compliance

Gesamtheit aller Maßnahmen, die das Verhalten eines Unternehmens und seiner Mitarbeiter im Hinblick auf alle gesetzlichen Vorgaben sowie gesellschaftliche Richtlinien und Wertvorstellungen beinhalten.

D

Diversity-Management

Zentrales Element der Personalpolitik, das die Vielfalt der Mitarbeiter im Hinblick auf Geschlecht, Alter, ethnische Herkunft, Glaubensrichtung, sexuelle Identität oder mögliche Behinderungen für den Unternehmenserfolg nutzbar macht.

E

Earn-out

Bedingte Kaufpreiszahlung im Rahmen einer Unternehmensakquisition.

EBIT (Earnings Before Interest and Taxes)

Gewinn vor Abzug von Zinsaufwendungen und Steuern. Diese Kennzahl dient dem internationalen Vergleich von Unternehmen.

EBITaC (Earnings Before Interest and Taxes after Cost of Capital)

EBIT nach Abzug der Kapitalkosten. Diese Kennziffer zeigt, ob ein Unternehmen sein Geschäftsvermögen erfolgreich einsetzt und einen über den Kapitalkosten liegenden Wertbeitrag erreicht.

EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortisation)

Gewinn vor Abzug von Zinsen, Steuern, Abschreibungen und Zuschreibungen auf Sachanlagevermögen, immaterielle Vermögenswerte und als Finanzinvestition gehaltene Immobilien. Diese Kennzahl dient dem Vergleich von Unternehmen, die unter verschiedenen Standards bilanzieren.

EBITDAR (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, Amortisation and Rent)

EBITDAR repräsentiert das EBITDA vor Mietaufwendungen abzüglich Mieterträgen.

EBT (Earnings Before Taxes)

Gewinn vor Steuern. Diese Kennziffer dient dem Vergleich von Unternehmen, obwohl unterschiedliche Besteuerungssysteme vorliegen können.

E-Commerce

Kurzform für Electronic Commerce, die elektronische Vermarktung und den Handel von Waren und Dienstleistungen über das Internet.

Eigenmarken

Auch als Exklusivmarken bezeichnet. Von einem Handelsunternehmen entwickelte und markenrechtlich geschützte Markenartikel mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis

Ergebnis je Aktie (unverwässert/verwässert)

Als Ergebnis je Aktie (unverwässert) wird die Kennziffer bezeichnet, die das den Anteilseignern der METRO AG zuzurechnende Periodenergebnis ins Verhältnis zur durchschnittlichen Anzahl an Stammaktien stellt. Beim Ergebnis je Aktie (verwässert) wird zusätzlich der Effekt von sogenannten potenziellen Stammaktien (beispielsweise ausgegebenen Aktienoptionen) berücksichtigt.

F**Fair Value**

Beizulegender Zeitwert. Gemeint ist der Preis, den man im Rahmen einer gewöhnlichen Transaktion zwischen Marktteilnehmern am Bewertungsstichtag beim Verkauf eines Vermögenswerts erhalten würde oder bei der Übertragung einer Schuld zu zahlen hätte.

Flächenbereinigtes Wachstum

Bezeichnet das Umsatzwachstum in Lokalwährung auf vergleichbarer Fläche beziehungsweise bezogen auf ein vergleichbares Panel an Standorten. Es gehen nur Umsätze von Standorten ein, die weder im Berichts- und im Vorjahr eröffnet noch im Berichtsjahr geschlossen oder durch Umbau in der Fläche wesentlich verändert wurden.

Franchising

Auch Lizenzvertrieb oder Franchising-System. Vertraglich geregelte Organisationsform: Der Franchise-Geber räumt selbstständigen Franchise-Nehmern das Recht ein, bestimmte Waren oder Dienstleistungen unter Verwendung eines Namens beziehungsweise Warenzeichens des Franchise-Gebers anzubieten.

G**Gesetz zur Kontrolle und Transparenz im Unternehmensbereich (KonTraG)**

Das KonTraG trat im Mai 1998 in Kraft. Ziel ist es, in Unternehmen angemessene organisatorische Strukturen zu schaffen, um hinreichende Kontrollen und Transparenz zu ermöglichen. Zugleich soll das Gesetz die Voraussetzung dafür schaffen, dass bestands- und existenzgefährdende Entwicklungen frühzeitig erkannt werden. Durch das KonTraG ist der Vorstand verpflichtet, ein angemessenes Risikomanagement und eine interne Revision entsprechend der Unternehmensgröße und -struktur zu implementieren.

Global Food Safety Initiative (GFSI)

Die Initiative wurde im Jahr 2000 von der METRO GROUP gemeinsam mit anderen Handelskonzernen gegründet. Sie ist die weltweit größte Organisation zur Verbesserung der Lebensmittelsicherheit. Die Initiative setzt sich für die Schaffung internationaler Audits ein, die Risiken in Bezug auf Lebensmittel reduzieren und unter diesem Aspekt die Lebensmittel-lieferanten bewerten.

GLOBALGAP

Privatwirtschaftliche Organisation zur Zertifizierung von Agrarprodukten und Aquakulturen. Der weltweit gültige Standard für „gute Agrarpraxis“ (GAP) geht auf die Initiative europäischer Handelsunternehmen zurück.

Governance

Vorgaben zum Führen und Kontrollieren von Akteuren, die Einfluss auf ein Unternehmen haben.

H

HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points)

Gefährdungsanalyse und kritische Kontrollpunkte. Ein System zur Überprüfung der Lebensmittelsicherheit, das dem Verbraucherschutz dient. Es sieht vor, dass Unternehmen kritische Punkte und Gefahren im Produktionsprozess kontrollieren. Die Anwendung von HACCP ist in Deutschland für alle Unternehmen, die Lebensmittel herstellen, verpflichtend. In der Europäischen Union sind außerdem die Einfuhr von und der Handel mit Waren verboten, die nicht dem HACCP-System entsprechen.

Horeca

Kurzform für Hotels, Restaurants und Cateringunternehmen. Das Horeca-Segment ist eine wichtige Kundengruppe für die Vertriebslinie METRO Cash & Carry der METRO GROUP.

I

IASB (International Accounting Standards Board)

Internationales und unabhängiges Gremium, das die International Financial Reporting Standards (IFRS) entwickelt hat und kontinuierlich weiterentwickelt.

IFRIC (International Financial Reporting Interpretations Committee)

Für die Interpretation strittiger Bilanzierungsfragen zuständige Gruppe der Stiftung International Financial Reporting Standards Foundation (IFRSF).

IFRS (International Financial Reporting Standards)

Internationale Vorschriften für die Rechnungslegung. Im Unterschied zum handelsrechtlichen Jahresabschluss steht bei den IFRS die anlegerorientierte Informationsfunktion im Vordergrund.

Indoor Farming

Der Anbau von Obst, Gemüse oder Kräutern in geschlossenen Räumen.

ISAE 3402 (International Standard on Assurance Engagements)

Internationaler Audit-Standard für Prüfberichte von Dienstleistungsunternehmen, der den Prüfaufwand reduziert und die Revisionsstelle der Kunden unterstützt.

K

Kapitalkostensatz

Siehe Weighted Average Cost of Capital (WACC)

Kapitalrendite

Siehe Return on Capital Employed (RoCE)

M

Marine Stewardship Council (MSC)

Der MSC wurde 1997 von der Naturschutzorganisation World Wide Fund For Nature (WWF) und dem Lebensmittelkonzern Unilever gegründet. Die gemeinnützige und unabhängige Organisation setzt sich weltweit für nachhaltige Fischerei ein und vergibt ihr Umweltsiegel an nachhaltig arbeitende Fischereibetriebe. Grundlage hierfür sind spezielle Zertifizierungsprogramme.

Mark-to-Market-Bewertung

Ermittlung des Fair Values von Finanzinstrumenten auf Basis der zum konkreten Zeitpunkt jeweils gültigen Marktpreise.

Mehrkanalvertrieb

Strategie des Handels, Kunden über mehrere miteinander verzahnte Vertriebswege gleichzeitig zu erreichen, zum Beispiel über Filialen und Internetshops.

Mobile Commerce

Sonderform des E-Commerce. Die elektronische Vermarktung und der Handel mit Waren und Dienstleistungen erfolgen hierbei über mobile Endgeräte, beispielsweise Smartphones.

Multichannel-Vertrieb

Siehe Mehrkanalvertrieb

N

Net Earnings

Jahresüberschuss eines Unternehmens. Über die Verwendung beschließt die Hauptversammlung.

New Operating Model

Neues Organisations- und Führungsmodell bei METRO Cash & Carry, 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 (beispielsweise für Hotels, Restaurants und Caterer) länderübergreifend koordiniert werden.

No-Line-Handel

Bezeichnung für eine Weiterentwicklung des Omnichannel-Vertriebs, bei der alle Absatzkanäle – online wie offline – maximal vernetzt und integriert sind. Der Kunde nimmt keine Unterschiede zwischen den einzelnen Vertriebskanälen wahr.

O

Omnichannel-Handel, Omnichannel-Vertrieb

Weiterentwicklung des Mehrkanalvertriebs. Verbindung des traditionellen stationären Handelsgeschäfts mit E-Commerce, sozialen Medien und Applikationen für Smartphones und Tablets. Die Integration aller Kanäle bietet Konsumenten ein flexibles und nahtloses Käuferlebnis, denn die Kanäle sind in jeder Kaufphase ganzheitlich miteinander verknüpft.

P

Performance Share

Erfolgsabhängige Beteiligung. Ein Performance Share berechtigt den Besitzer zu einer Barauszahlung in Höhe des Aktienkurses.

Pop-up-Store

Ladengeschäft, das an einem Standort über Nacht eröffnet (englisch to pop up – plötzlich auftauchen) und nur für einen begrenzten Zeitraum von Tagen, Wochen oder Monaten dort ansässig ist.

Prozesskette

Unterschiedliche Prozesse, die zur Wertschöpfung eines Unternehmens beitragen. Bei der METRO GROUP sind das beispielsweise Logistik, Marketing und Vertrieb.

Q

QR-Code

Zweidimensionaler Code in einem quadratischen Format, der aus schwarzen und weißen Punkten besteht und der Daten speichert. Der QR-Code lässt sich mit Smartphones, Tablet-PCs oder Notebooks mit einer Kamera und der entsprechenden Software einlesen und führt zu ergänzenden Informationen. Die Abkürzung QR steht für Quick Response, zu Deutsch: schnelle Reaktion.

R

Rating

Rating bezeichnet im Finanzwesen die systematische, qualitative Bewertung von Emittenten hinsichtlich ihrer Bonität. Es wird durch unterschiedliche Bonitätsstufen ausgedrückt. Bekannte Agenturen, die Ratings durchführen, sind Standard & Poor's, Moody's und Fitch.

Return on Capital Employed (RoCE)

Kapitalrendite. Diese Kennziffer beschreibt, ob ein Unternehmen das ihm zur Verfügung stehende Kapital, abzüglich der liquiden Mittel und des kurzfristigen Fremdkapitals, profitabel einsetzt.

Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)

Der RSPO mit Sitz in der Schweiz wurde 2004 durch eine Initiative des World Wide Fund For Nature (WWF) gegründet. Zu den Mitgliedern zählen Nichtregierungsorganisationen sowie Unternehmen und Institutionen aus der Wertschöpfungskette des Palmöls, darunter Plantagenbetreiber, Händler und industrielle Abnehmer von Palmöl, aber auch Investoren und Banken. Ziel der Partner ist es, die Produktion und Verwendung von nachhaltigem Palmöl zu fördern.

S

Share Unit

Einheit für Performance Shares.

Social Compliance

Einhaltung beziehungsweise Befolgung von Gesetzen, Richtlinien, Standards, Kodizes und/oder gesellschaftlichen Konventionen, durch die eine Organisation sozial verantwortliches Handeln innerhalb ihrer Wertschöpfungs- und Lieferkette gewährleistet. Ziel ist es, auf diese Weise die Sicherheit und Gesundheit sowie grundlegende Rechte von Mitarbeitern im eigenen Unternehmen sowie in Zulieferbetrieben zu schützen.

Start-up-Unternehmen

Neu gegründetes Unternehmen, das sich durch eine außergewöhnliche Idee und einen hohen Grad an Innovation auszeichnet.

V

Vertriebslinie

Gesellschaft eines Handelsunternehmens, die Filialen oder Märkte mit einem bestimmten Vertriebskonzept betreibt.

Vertriebsmarke

Unternehmen mit durchgängig eigenständigem Marktauftritt. Innerhalb einer Vertriebslinie lassen sich zwei Vertriebsmarken mit identischem Vertriebskonzept positionieren. Das ist bei Media Markt und Saturn der Fall.

Vorjahr

Zeitraum von zwölf Monaten, der üblicherweise als Bezugsangabe für Aussagen im Geschäftsbericht angeführt wird.

W

Weighted Average Cost of Capital (WACC)

Gewichteter Kapitalkostensatz. Beschreibt die durchschnittlich gewichteten Kosten, die ein Unternehmen für Kapital aufwenden muss. Sie setzen sich zusammen aus den durchschnittlichen Kosten für Fremdkapital und den durchschnittlichen Kosten für Eigenkapital. Der WACC erleichtert die Bewertung von Unternehmen.

STICHWORTVERZEICHNIS

A

Adressen — 323
Aktie — 21 ff.
Aktionärsstruktur — 23
Anhang — 175 ff.
Aufsichtsrat — 29 ff., 39 ff., 139 ff., 272 ff.
Ausschüsse des Aufsichtsrats — 33 ff., 275
Ausschüttung — 22, 24, 153, 160 f., 230 f., 322
Aus- und Weiterbildung — 75 ff., 134

B

Bericht des Aufsichtsrats — 29 ff.
Bestätigungsvermerk — 310
Beteiligungen — 185 ff., 271, 277 ff.
Bilanz — 161 f., 170 f., 210 ff.
Bilanzgewinn — 160 ff.
Bilanzierungs- und Bewertungsmethoden — 178 ff.
Brief an die Aktionäre — 7 ff.

C

Cashflow — 55, 100, 174, 246, 251 f.
Chancen — 121 ff., 136 ff.
Compliance — 42, 121, 135 f.
Corporate Governance — 36, 39 ff., 121

D

DAX — 21 f.
Desinvestitionen — 99 f.
Diversity (Vielfalt) — 40 f., 81 ff.
Dividende — 24, 153, 160 f., 322

E

EBIT — 55, 104 ff., 114 f., 168, 176 f., 252 f., 322
EBITaC — 60, 112 f.
EBITDA — 114 f., 176 f., 252 f., 322
EBITDAR — 176 f., 252 f.
Eigenkapitalentwicklung — 172 f.
Eigenkapitalquote — 55, 162, 322
Entsprechenserklärung — 39 f., 266
Ergebnis je Aktie — 55, 111, 168, 208, 322
Ertragslage — 103 ff., 160 f.

F

Finanzergebnis — 110, 168, 205
Finanzierungsmaßnahmen — 97 f., 238 ff.
Finanzkalender — 323
Finanzlage — 96 ff., 161 f.
Finanzmanagement — 96 ff.

G

Genehmigtes Kapital — 229
Geschäftsmodell — 56 ff.
Geschäftsstrategie — 47 ff.
Geschäftsverlauf — 103 f., 160 f.
Gewinn- und Verlustrechnung — 160, 168
Gewinnverwendung — 160 f., 230 f.
Glossar — 313 ff.
Grundkapital — 153, 228 f.
Grundlagen der Rechnungslegung — 178 ff.

H

Hauptversammlung — 43

I

Immaterielle Vermögenswerte — 191 f., 213 f.

Immobilien — 109

Indexzugehörigkeit — 23 f.

Innovationsmanagement — 61 ff.

Investitionen — 99 f., 174, 176 f., 251 f.

Investor Relations — 24 f.

K

Kapitalflussrechnung — 100, 174, 251 f.

Kapitalkostensatz — 112 f.

Kapitalstruktur — 101 f.

Konsolidierung — 176 f., 185 ff.

Konsolidierungsgrundsätze — 188 f.

Konzernabschluss — 167 ff.

Konzernanhang — 175 ff.

Konzernstruktur — 56 ff.

Konzernumsatz — 103 ff.

Kreditlinien — 97 f., 238 ff.

Kursentwicklung — 21 f.

Kurzfristige Vermögenswerte — 102 f., 162, 170

L

Langfristige Vermögenswerte — 102 f., 170

Liquidität — 96 ff., 100, 258

M

Mandate — 272 ff.

Marktkapitalisierung — 23 f.

MDAX — 23 f.

Media-Saturn — 8, 49 f., 57, 94 f., 107 f., 119, 176 f.

Mehrjahresübersicht — 322

Mehrkanalstrategie/-vertrieb — 8, 47 ff., 120, 136 ff.,

METRO Cash & Carry — 7 f., 48 f., 57, 94, 106 f.,
118 f., 176 f., 227 f.

Mitarbeiter — 75 ff.

N

Nachhaltigkeit — 24, 48, 66 ff., 127, 128 ff.

Nachtragsbericht — 116

Nettoverschuldung — 9, 55, 59 f., 101 f., 200

Nicht fortgeführte Aktivitäten — 8, 56, 109, 176 f., 178

O

Organe — 272 ff.

Organisationsstruktur — 56 ff.

P

Personalaufwand — 84, 160, 209

Prognosebericht — 116 ff.

Q

Qualitätssicherung — 72, 128 ff.

R

Rating — 97, 258 f.
Real — 8, 50 f., 57, 95, 108 f., 119, 176 f., 228
Risiko- und Chancenbericht — 121 ff.
Risikomanagement — 42, 121 ff.

S

Sachanlagen — 170, 192 f., 214 ff.
Segmentberichterstattung — 176 f., 252 f.
Sonderfaktoren — 114 f.
Standorte — 58
Steuern — 110, 206 f.
Strategie — 47 ff.

U

Umlaufvermögen — 162
Umsatz — 103 ff.
Umsatzentwicklung — 103 ff.
Umsatzentwicklung der Vertriebslinien — 106 ff.
Umsatzerlöse — 168, 176 f., 203
Unternehmensführung — 36, 39 ff., 272 ff.
Unternehmenszusammenschlüsse — 201 f.

V

Vergütung des Aufsichtsrats — 150 ff., 266
Vergütung des Vorstands — 139 ff., 265 f.
Versicherung der gesetzlichen Vertreter — 309
Vielfalt (Diversity) — 40 f., 81 ff.
Vorstand — 10 ff., 276

W

WACC (Gewichteter Kapitalkostensatz) — 112 f.
Währungsumrechnung — 189 f.
Weltwirtschaft — 91 ff., 116 ff.

Z

Zinsergebnis — 110, 204
Zusammengefasster Lagebericht — 55 ff.

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)

INFORMATION

Herausgeber

METRO AG
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf
Postfach 23 03 61
40089 Düsseldorf

METRO GROUP

im Internet

www.metrogroup.de

Investor Relations

Tel.: +49 (211) 6886-1051
Fax: +49 (211) 6886-3759
investorrelations@metro.de

Konzernkommunikation

Peter Wübben
Tel.: +49 (211) 6886-4252
Fax: +49 (211) 6886-2001
presse@metro.de

Projektverantwortung, Konzept und Redaktion

Katharina Meisel

Projektmanagement

Malte Hendriksen
Inga Reske
Viktoria Wedel
Kenneth Gildner

Kreative Umsetzung

Strichpunkt GmbH,
Stuttgart/Berlin

Redaktionelle Unterstützung und Realisation

Ketchum Pleon GmbH,
Düsseldorf

Druck

Elanders Germany GmbH,
Waiblingen

Fotografie

Urban Zintel: Titelmotiv
Boris Zorn: S. 8, 10–25 (3-D-
Figuren DOOB Düsseldorf)
Andreas Pohlmann: S. 30

Bildnachweis

METRO AG

Zertifizierungen

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



Disclaimer

Der vorliegende Geschäftsbericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Solche vorausschauenden Aussagen beruhen auf bestimmten Annahmen und Erwartungen zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts. Sie sind daher mit Risiken und Ungewissheiten verbunden und die tatsächlichen Ergebnisse werden erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen beschriebenen abweichen können. Eine Vielzahl dieser Risiken und Ungewissheiten wird von Faktoren bestimmt, die nicht dem Einfluss der METRO GROUP unterliegen und heute auch nicht sicher abgeschätzt werden können. Dazu zählen zukünftige Marktbedingungen und wirtschaftliche Entwicklungen, das Verhalten anderer Marktteilnehmer, das Erreichen erwarteter Synergieeffekte sowie gesetzliche und politische Entscheidungen. Die METRO GROUP übernimmt in Bezug auf diese zukunftsgerichteten Aussagen keine gesonderte Verpflichtung, Berichtigungen zu veröffentlichen oder Aktualisierungen vorzunehmen, um Ereignisse oder Umstände widerzuspiegeln, die nach dem Veröffentlichungsdatum dieser Materialien eingetreten sind.

Die innerhalb des Geschäftsberichts genannten und gegebenenfalls durch Dritte geschützten Marken- und Warenzeichen unterliegen uneingeschränkt den Bestimmungen des jeweils gültigen Markenrechts und den Besitzrechten der jeweiligen eingetragenen Eigentümer. Das Copyright für veröffentlichte, von der METRO AG selbst erstellte Objekte verbleibt bei ihr. Eine Vervielfältigung oder Verwendung solcher Grafiken, Videosequenzen und Texte in anderen elektronischen oder gedruckten Publikationen ist ohne ausdrückliche Zustimmung der METRO AG nicht gestattet.

Veröffentlicht am 15. Dezember 2015

FINANZKALENDER 2015/16

12. Januar 2016

↳ UMSATZMELDUNG
WEIHNACHTSQUARTAL
2015

11. Februar 2016

↳ QUARTALSBERICHT Q1
2015/16

19. Februar 2016

↳ HAUPTVERSAMMLUNG
2016

11. Mai 2016

↳ HALBJAHRESFINANZ-
BERICHT H1/Q2 2015/16

2. August 2016

↳ QUARTALSBERICHT
9M/Q3 2015/16

19. Oktober 2016

↳ UMSATZMELDUNG
GESCHÄFTSJAHR 2015/16

