

INVESTOR NEWS 03/2010

METRO Group geht gestärkt aus der Wirtschaftskrise hervor

- Umsatz steigt 2009 währungsbereinigt um 0,2%
- Marktanteile in vielen Ländern gewonnen
- EBIT vor Sonderfaktoren erreicht 2.024 Mio. € und übertrifft Markterwartungen
- Shape 2012 wirkt: Ergebnisbeitrag erreicht bereits 208 Mio. €
- Stabile Dividende von 1,18 € pro Stammaktie vorgeschlagen
- Trotz weltweiten Wirtschaftseinbruchs 80 Neueröffnungen – Markteintritt Kasachstan vollzogen
- Metro Cash & Carry von Wechselkurs- und Preiseffekten beeinflusst
- Real mit stabiler flächenbereinigter Umsatzentwicklung trotz Wirtschaftskrise und Deflation in Deutschland: EBIT deutlich über Vorjahr
- Media Markt baut Marktpositionen deutlich aus
- Galeria Kaufhof steigert EBIT vor Sonderfaktoren das fünfte Jahr in Folge

Ausblick 2010

- Positive Umsatzentwicklung, jedoch unter mittelfristig angestrebter Wachstumsrate von 6%
- Spürbare Ergebnissteigerung gegenüber 2009 erwartet; Mittelfristiges Wachstumsziel auf mehr als 10% pro Jahr angehoben
- Rund 95 Neueröffnungen
- Markteintritt von Metro Cash & Carry in Ägypten und von Media Markt in China

Die METRO Group hat das Geschäftsjahr 2009 erfolgreich abgeschlossen. Trotz der globalen Wirtschaftskrise steigerte die METRO Group den währungsbereinigten Umsatz um 0,2% und gewann in vielen Ländern Marktanteile. Der operative Cashflow vor Finanztätigkeit konnte deutlich zulegen, die Nettoverschuldung sank spürbar. Das Effizienz- und Wertsteigerungsprogramm Shape 2012 leistete einen deutlichen Beitrag zum Ergebnis. Drei von vier Vertriebslinien ist es gelungen, ihr EBIT vor Sonderfaktoren zu steigern. Insgesamt erreichte das EBIT vor Sonderfaktoren 2.024 Mio. €. „Der umfangreiche Konzernumbau hat erfreulich schnell erste Früchte getragen“, sagt Dr. Eckhard Cordes, Vorstandsvorsitzender der METRO Group. „Um unsere Aktionäre angemessen am Erfolg zu beteiligen schlagen wir der Hauptversammlung eine unveränderte Dividende von 1,18 € vor. Wir sind mit Shape 2012 auf dem richtigen Weg und erwarten 2010 einen spürbaren Anstieg unseres Ergebnisses.“

EBIT vor Sonderfaktoren

Mio. €	EBIT		Abweichung	
	2008*	2009	€	%
Metro Cash & Carry	1.139	936	-203	-17,8%
Real	6	52	46	-
Media Markt und Saturn	603	608	5	0,8%
Galeria Kaufhof	115	119	4	3,4%
Immobilien	538	551	13	2,4%
Sonstige	-158	-230	-72	-45,6%
Konsolidierung	-21	-12	9	46,8%
METRO Group	2.222	2.024	-198	-8,9%

* Adjustierung aufgrund der Erstanwendung neuer und geänderter IFRS

Das **betriebliche Ergebnis (EBIT)** der METRO Group sank vor Sonderfaktoren um 8,9% auf 2.024 Mio. €.

Die Vertriebslinien Real, Media Markt und Saturn und Galeria Kaufhof sowie das Immobiliensegment konnten das EBIT vor Sonderfaktoren trotz Wirtschafts- und Finanzkrise gegenüber dem Vorjahr sogar steigern. Dagegen erreichte Metro Cash & Carry das Vorjahresniveau nicht und litt am stärksten unter den Wechselkurseffekten.

Shape 2012 stärkt Ergebnis bereits 2009

Das im Januar 2009 gestartete **Effizienz- und Wertsteigerungsprogramm Shape 2012**, das die METRO Group vor Beginn der Weltwirtschaftskrise geplant hatte, hat bereits im ersten Jahr einen deutlichen Beitrag zum Ergebnis in Höhe von 208 Mio. € geleistet. „Mit Shape 2012 konnten wir im abgelaufenen Jahr einen großen Teil der krisenbedingten Effekte im Ergebnis kompensieren“, sagte Cordes. „Das zeigt welches Potenzial in dem Programm steckt.“

Voraussetzung hierfür war die erste Phase von Shape 2012, die Anpassung der Organisationsstruktur. Ein Kernelement dabei war die Auflösung des Zentraleinkaufs. Die Vertriebslinien haben nun die vollständige Verantwortung für das operative Geschäft. Diese Dezentralisierung bedeutet für die METRO Group einen Paradigmenwechsel. „Wir verankern im gesamten Konzern mehr Unternehmmergeist. Der erweiterte unternehmerische Handlungsspielraum der Vertriebslinien trägt wesentlich zur Wachstumsdynamik des Konzerns bei“, betont Cordes. Funktionen zur strategischen Steuerung des Konzerns wie Finanzen, Controlling und Compliance, wurden hingegen stärker zentralisiert.

Die Arbeit der Projektteams an rund 6.000 Einzelmaßnahmen schreitet zügig voran. Wesentliche Ergebnisbeiträge sollen dabei nicht nur aus Kosteneinsparungen, sondern aus Produktivitätssteigerungen kommen. Das bis 2012 angestrebte, jährliche Ergebnisverbesserungspotenzial aus der erfolgreichen Umsetzung von Shape 2012 beläuft sich nachhaltig auf 1,5 Mrd. €. Davon entfallen ca. 800 Mio. € auf Kosteneinsparungen und ca. 700 Mio. € auf Produktivitätsverbesserungen. Die aus Shape 2012 resultierende Ergebnisverbesserung hängt von der Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen in den Absatzmärkten ab. Der wesentliche Teil der Kosteneinsparungen wie auch der Produktivitätsverbesserungen entfällt auf die Vertriebslinien Metro Cash & Carry und Real. Der Fokus zahlreicher aktueller Maßnahmen der Vertriebslinien liegt darauf, die Kundenorientierung und gleichzeitig die Produktivität zu verbessern. Die inhaltliche Steuerung des Programms erfolgt anhand der gebildeten Schwerpunkt-Themen: Kundenorientierung, Einkauf, Ei-

genmarken, Neue Geschäftsmodelle, Prozesse in den Märkten und Filialen, Prozesse in den Verwaltungen sowie Logistik und Supply Chain Management.

Ergebnisentwicklung

Das **Finanzergebnis** belief sich auf -631 Mio. € und reflektiert insbesondere rückläufige Zinserträge infolge eines gesunkenen Zinsniveaus.

Das **Ergebnis vor Steuern (EBT)** vor Sonderfaktoren beläuft sich auf 1.393 Mio. €. Hier wurden im Zusammenhang mit Shape 2012 angefallene Aufwendungen in Höhe von 343 Mio. € bereinigt. Diese lagen damit leicht unter dem angekündigten Wert von 350 Mio. €.

Mit rund 40% bewegt sich die Konzernsteuerquote vor Sonderfaktoren oberhalb des langjährigen Durchschnitts von rund 30-33%. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass in 2009 ein großer Teil der Aufwendungen in Gesellschaften mit Verlustvorträgen angefallen ist (insbesondere in Deutschland). Aufgrund des konservativen Bilanzierungsansatzes werden Verlustvorträge nur eingeschränkt mit latenten Steuern bewertet, so dass ein Großteil der Aufwendungen ohne korrespondierende steuerentlastende Wirkung bleibt.

Das **Periodenergebnis vor Sonderfaktoren** stieg um 14,1% auf 824 Mio. €. Nach Minderheiten stieg das Ergebnis vor Sonderfaktoren um 21,4% auf 686 Mio. €.

Das **Ergebnis je Aktie aus fortgeführten Aktivitäten** vor Sonderfaktoren erreicht 2,10 € nach 3,04 € im Vorjahr. Der Rückgang reflektiert neben der EBIT-Entwicklung, das niedrigere Finanzergebnis sowie die gestiegene Steuerquote.

Die **Investitionen** betragen im Geschäftsjahr 2009 insgesamt 1,5 Mrd. € und lagen damit leicht unter dem angekündigten Budget. Diese vorausschauende und zurückhaltende Strategie wirkte sich positiv auf die **Nettoverschuldung** aus, die im Vergleich zum Vorjahr um 369 Mio. € auf 4,2 Mrd. € gesenkt werden konnte. Die **Eigenkapitalquote** ging vor allem aufgrund von Währungseffekten leicht auf 17,8 Prozent nach 17,9 Prozent im Vorjahr zurück.

Der überwiegende Teil der Investitionen wurde für die fortgesetzte internationale Expansion der Vertriebslinien Metro Cash & Carry, Real sowie Media Markt und Saturn eingesetzt. Dabei werden die notwendigen Grundstücke und Bauten im Immobiliensegment ausgewiesen. Insgesamt hat die METRO Group 80 neue **Standorte** eröffnet, davon 18 Metro Cash & Carry Märkte, 12 Real-SB-Warenhäuser und 50 Media Markt und Saturn Elektrofachmärkte.

Die **Rendite auf das eingesetzte Kapital (RoCE)** vor Steuern und Sonderfaktoren erreichte 12,4%.

Vorstand und Aufsichtsrat schlagen der Hauptversammlung am 5. Mai 2010 für das Geschäftsjahr 2009 eine unveränderte stabile **Dividende** von 1,18 € je Stammaktie und 1,298 € je Vorzugsaktie vor.