

rückzuführen. Bereinigt um Wechselkurseffekte sank der Umsatz um 1,0%. Das 1. Quartal 2010 zeigte dabei auch vor dem Hintergrund des nach wie vor schwierigen Umfelds insbesondere für Nicht-Lebensmittel weiterhin eine sehr verhaltene Entwicklung.

In der Region **Asien/Afrika** stieg der Umsatz im 1. Quartal 2010 um 2,0% auf 0,7 Mrd. €. Bereinigt um Wechselkurseffekte wuchs der Umsatz jedoch deutlich um 7,7%.

Ergebnis

Im 1. Quartal 2010 erreichte das **EBITDA** 453 Mio. € (Q1 2009: 380 Mio. €) und berücksichtigt Aufwendungen in Höhe von 19 Mio. € aus dem Effizienz- und Wertsteigerungsprogramm Shape 2012 (Q1 2009: 32 Mio. €). Eine Übersicht der Sonderfaktoren befindet sich auf Seite 15. Bei den Aufwendungen handelt es sich insbesondere um Maßnahmen für Kosteneinsparungen. Davon entfielen 10 Mio. € auf Metro Cash & Carry, 2 Mio. € auf Real, 3 Mio. € auf Media Markt und Saturn und 4 Mio. € auf das Segment Sonstige. Adjustiert um die genannten Sonderfaktoren beträgt das EBITDA 472 Mio. € nach 412 Mio. € in Q1 2009.

Das betriebliche Ergebnis **EBIT** konnte im 1. Quartal 2010 deutlich um 63 Mio. € auf 117 Mio. € gesteigert werden (Q1 2009: 54 Mio. €). Darin enthalten sind Sonderfaktoren in Höhe von 19 Mio. € (Q1 2009: 33 Mio. €) im Zusammenhang mit Shape 2012. Auch bereinigt um diese Sonderfaktoren stieg das EBIT deutlich von 87 Mio. € auf 136 Mio. €. Dieser Anstieg geht auf Kosteneinsparungen, aber auch Produktivitätsgewinne, im Zusammenhang mit Shape 2012 zurück. Zudem haben sich das frühere Ostergeschäft sowie Währungseffekte positiv auf die Ergebnisentwicklung ausgewirkt.

Das **Finanzergebnis** lag bei -113 Mio. € nach -171 Mio. € in Q1 2009. Während sich der Zinsaufwand erhöhte, verringerte sich der Zinsertrag bedingt durch das niedrigere Zinsniveau. Das übrige Finanzergebnis stieg jedoch deutlich aufgrund positiver Wechselkurseffekte.

Das **Ergebnis vor Steuern** erreichte im 1. Quartal 2010 4 Mio. € (Q1 2009: -117 Mio. €). Vor Sonderfaktoren belief sich das Ergebnis vor Steuern auf 23 Mio. € (Q1 2009: -84 Mio. €). Das **Ergebnis je Aktie** lag bei -0,05 € nach -0,30 € im Vorjahreszeitraum. Bereinigt um Sonderfaktoren stieg das Ergebnis je Aktie deutlich von -0,23 € auf -0,01 €.

Shape 2012

Anfang 2009 hat die METRO GROUP das umfassende Effizienz- und Wertsteigerungsprogramm Shape 2012 angekündigt. Inzwischen wurden neue Organisationsstrukturen implementiert und umgesetzt. Zahlreiche Maßnahmen konnten bereits positiv zum Ergebnis beitragen.

Im März 2010 wurde die Neugliederung von Metro Cash & Carry in zwei Geschäftseinheiten sowie die weitgehende Integration der Führungs- und Verwaltungsfunktionen von der Konzernholding METRO AG und Metro Cash & Carry bekanntgegeben.

Ein wesentlicher Teil der Reorganisation ist die Gliederung von Metro Cash & Carry in zwei Geschäftseinheiten: Die Geschäftseinheit Europa/MENA (Mittlerer Osten und Nordafrika) und die Geschäftseinheit Asien/Neue Märkte inklusive Russland, Ukraine und Kasachstan. Zentrale Funktionen des operativen Geschäfts, wie zum Beispiel Einkauf oder Lieferkette, werden weiterhin gemeinsam wahrgenommen. Die neue Struktur trägt der hohen Bedeutung von Metro Cash & Carry für den Gesamtkonzern Rechnung. Darüber hinaus wird die organisatorische Grundlage für die erfolgreiche Umsetzung des Shape-Programms sowie die mittelfristige Beschleunigung der internationalen Expansion weiter gestärkt. Insgesamt wird die METRO GROUP mit den neuen Strukturen noch schlagkräftiger.

Im Zusammenhang mit Shape 2012 sind auch in 2010 wie bereits angekündigt Sonderfaktoren für Optimierungsmaßnahmen in den Bereichen Personal, Vertriebsnetz und Prozesskette angefallen. Im Zusammenhang mit Shape 2012 entstanden im 1. Quartal 2010 EBIT-wirksame Einmalaufwendungen in Höhe von 19 Mio. €.

Für die entsprechende Klassifizierung als Shape-Sonderfaktor muss der Aufwand (inkl. Beratungsaufwand) im Zusammenhang mit einer Restrukturierungsmaßnahme stehen, die Personalabbau, Standortschließungen, Teilstilllegungen von Flächen oder die Auflösung von Gesellschaften zur Folge hat.

Gemäß dieser Definition rechnet die METRO GROUP für die Jahre 2009 bis 2011 aus heutiger Sicht insgesamt mit einem nicht saldierten Einmalaufwand aus der Umsetzung von Shape 2012 in Höhe von rund 650 Mio. €. Der Großteil dieses Einmalaufwands wurde bereits im Geschäftsjahr 2009 wirksam (343 Mio. €). Für das laufende Geschäftsjahr wird mit Einmalaufwendungen von voraussichtlich rund 170 Mio. € gerechnet.

Investitionen

Die Investitionen der METRO GROUP beliefen sich im 1. Quartal 2010 auf 192 Mio. € (Q1 2009: 245 Mio. €). Der Rückgang resultiert aus den niedrigeren Investitionen im Segment Immobilien.