

## METRO GROUP mit solidem Weihnachtsquartal

- § Konzernumsatz in Q1 2016/17 flächenbereinigt auf dem Niveau des Vorjahres
- § METRO Cash & Carry steigert den flächenbereinigten Umsatz
- § Stabiler Umsatz bei Media-Saturn
- § Neues Konzept von Real am Standort Krefeld wird sehr positiv aufgenommen

**Düsseldorf, 10. Januar 2017** – Die METRO GROUP hat im 1. Quartal 2016/17 nach vorläufigen und nicht testierten Zahlen einen flächenbereinigten Umsatz auf dem Niveau des Vorjahres erreicht. „Insgesamt haben wir uns in einem anspruchsvollen Marktumfeld im Weihnachtsquartal solide behauptet. An unserer Prognose für das Geschäftsjahr 2016/17 halten wir unverändert fest“, sagte Olaf Koch, Vorstandsvorsitzender der METRO AG.

### METRO GROUP

METRO GROUP	Q1 2015/16	Q1 2016/17
<b>Umsatz (Mrd. €)</b>	<b>17,1</b>	<b>17,0</b>
Veränderung (€)	-1,3%	-0,6%
Veränderung (in lokaler Währung)	0,1%	-0,4%
flächenbereinigt	0,1%	0,1%

- § Im Vorjahr war noch der Umsatz des inzwischen veräußerten Geschäfts von METRO Cash & Carry Vietnam in Höhe von 0,1 Mrd. € enthalten; adjustiert um diesen Portfolioeffekt positive Entwicklung im Weihnachtsquartal
- § Positive flächenbereinigte Entwicklung bei METRO Cash & Carry; Media-Saturn auf Vorjahresniveau; rückläufiger Umsatz bei Real
- § Insgesamt leicht negative Wechselkurseffekte

## Entwicklung der Vertriebslinien im Weihnachtsquartal 2016

### METRO Cash & Carry

METRO Cash & Carry	Q1 2015/16	Q1 2016/17
<b>Umsatz (Mrd. €)</b>	<b>8,0</b>	<b>8,0</b>
Veränderung (€)	-2,0%	-0,3%
Veränderung (in lokaler Währung)	0,4%	-0,1%
flächenbereinigt	0,2%	0,7%

- § Umsatzrückgang durch Abgang von METRO Cash & Carry in Vietnam konnte nahezu kompensiert werden
- § Während der russische Rubel Stärke zeigte, belasteten die Währungen in anderen Ländern wie der Türkei den Umsatz negativ
- § Umsatz in Deutschland, Belgien und den Niederlanden war bedingt durch die fortgeführte Transformation und das herausfordernde Marktumfeld rückläufig; dagegen gute flächenbereinigte Entwicklung in Spanien, der Türkei und China
- § Flächenbereinigtes Umsatzwachstum in Russland trotz intensivem Preiswettbewerb
- § Das Belieferungsgeschäft entwickelte sich weiterhin erfolgreich und der prozentuale Umsatzanteil stieg weiter an

### Media-Saturn

Media-Saturn	Q1 2015/16	Q1 2016/17
<b>Umsatz (Mrd. €)</b>	<b>6,9</b>	<b>6,9</b>
Veränderung (€)	0,2%	0,0%
Veränderung (in lokaler Währung)	1,1%	0,3%
flächenbereinigt	0,4%	0,0%

- § Leichtes Umsatzwachstum in lokaler Währung; flächenbereinigter Umsatz konstant
- § Robuste Entwicklung im Oktober und November; Dezember hingegen beeinflusst durch zunehmende Entzerrung des Weihnachtsgeschäfts, insbesondere vorgezogene Käufe („Black Friday“) sowie positive Nachlaufeffekte in der ersten Januarwoche

- § Trotz Abschaltung von fünf Redcoon Internetseiten konnte der online generierte Umsatz um mehr als 25% gesteigert werden; Abholung war wiederholt ein maßgeblicher Treiber
- § Umsatz im Bereich Services & Solutions mit zweistelliger Wachstumsrate, insbesondere getrieben durch starke Nachfrage nach Reparatur- und Installationsleistungen sowie Garantieverlängerungen
- § Insgesamt wurden Rückgänge bei Entertainment, Foto und IT Hardware durch positive Wachstumsimpulse aus den Warengruppen Smartphones, Weiße Ware und TV sowie stark steigende Umsätze in den Services & Solutions in etwa ausgeglichen

## Real

Real	Q1 2015/16	Q1 2016/17
Umsatz (Mrd. €)	2,1	2,1
Veränderung (€)	-3,9%	-4,0%
flächenbereinigt	-1,6%	-1,7%

- § Umsatz auch bedingt durch Schließungen rückläufig
- § Zurückhaltender Start in das Weihnachtsquartal mit Stabilisierung im Dezember vor allem durch positive Entwicklung bei Nichtlebensmitteln – auch unterstützt vom Anstieg des Onlineumsatzes
- § Lebensmittelumsatz durch intensive Wettbewerbsintensität beeinträchtigt
- § Eröffnung der Markthalle Krefeld im November: Konzept mit Marktcharakter und Erlebnisgastronomie führte zu positiven Rückmeldungen und einer deutlich erhöhten Kundenfrequenz

Die METRO GROUP zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Geschäftsjahr 2015/16 einen Umsatz von rund 58 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 35 Ländern an mehr als 2.000 Standorten tätig und beschäftigt rund 220.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO GROUP basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: METRO/MAKRO Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Media Markt und Saturn – europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte und Real-Hypermärkte.

Mehr Informationen unter [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de)